

**Издержки и
прибыль фирмы.
Рынок и рыночный
механизм**

Издержки производства – затраты на приобретение производственных факторов (основного и оборотного капитала)

- Под **явными издержками** (иногда их называют **внешними** или **бухгалтерскими**) понимают **затраты на покупку чужих факторов производства**, то есть предприниматель покупает оборудование, трудовые ресурсы, берет кредит и т.п.
- **Неявные издержки** (внутренние или **экономические**) – **затраты, связанные с использованием ресурсов, находящихся в собственности предприятия (фирмы)**

Бухгалтерская концепция определения издержек производства



Концепция упущенных возможностей

издержки — это ценность других благ, которые можно было бы получить при наиболее выгодном из всех возможных способов использования данного ресурса

Этот метод оценки затрат ресурсов называют еще экономическим, сами же издержки именуются *альтернативными*

альтернативные издержки — это выручка от наиболее выгодных из всех отвергнутых альтернативных вариантов использования ресурсов

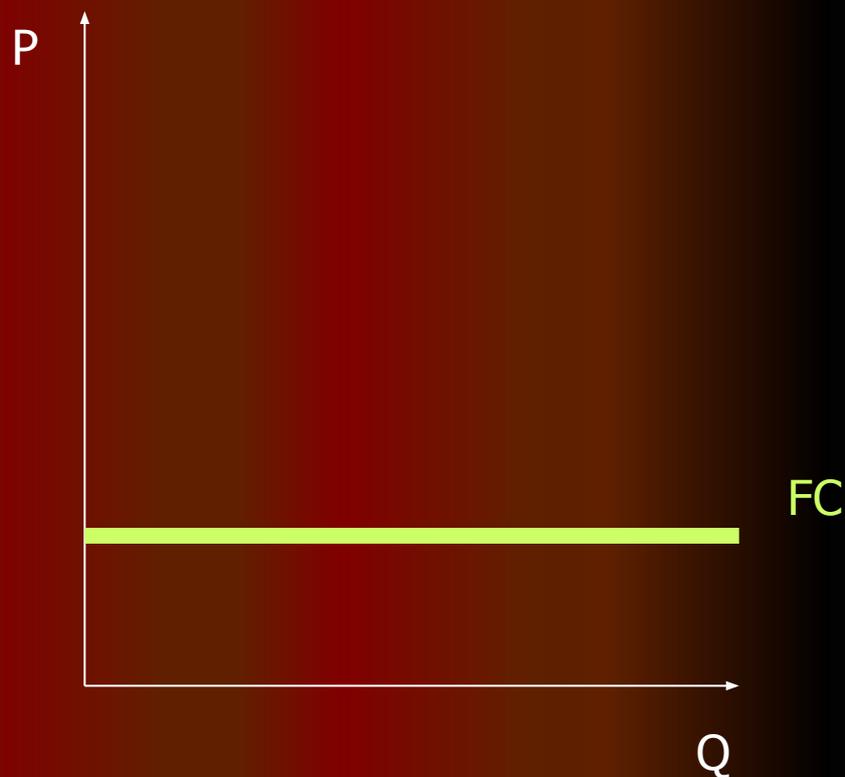
Классификация издержек производства

В зависимости от объема выпускаемой продукции различают:

1. **Постоянные издержки (FC)**
2. **Переменные издержки (VC)**
3. **Валовые издержки (TC)**
4. **Средние издержки (AC)**
5. **Предельные издержки (MC)**

Постоянные издержки

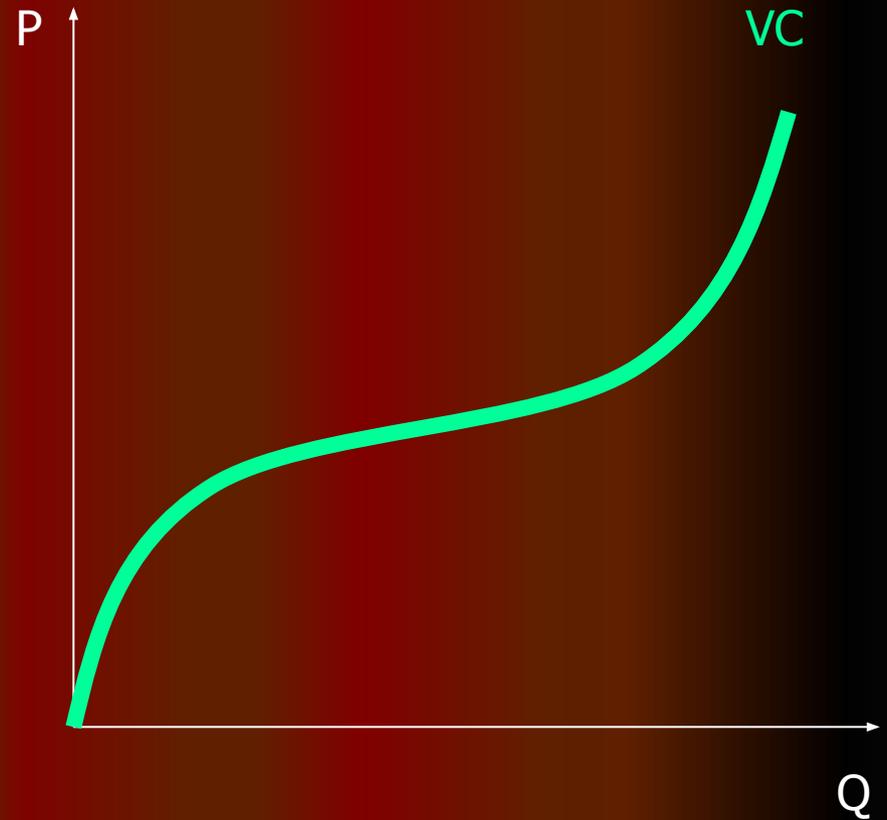
- ЭТО **расходы предпринимателя, которые не зависят от объема выпускаемой продукции.** К ним относят расходы на оплату труда административно-управленческого персонала, за аренду зданий и сооружений, за взятый в банке кредит, за охрану помещений и т.п.



Кривая постоянных издержек

Переменные издержки

ЭТО *расходы*
предпринимателя,
зависящие от объема
выпускаемой продукции
(заработная плата
наемных работников,
занятых в
производственном
процессе, расходы на
сырье, материалы,
полуфабрикаты и т.п.)

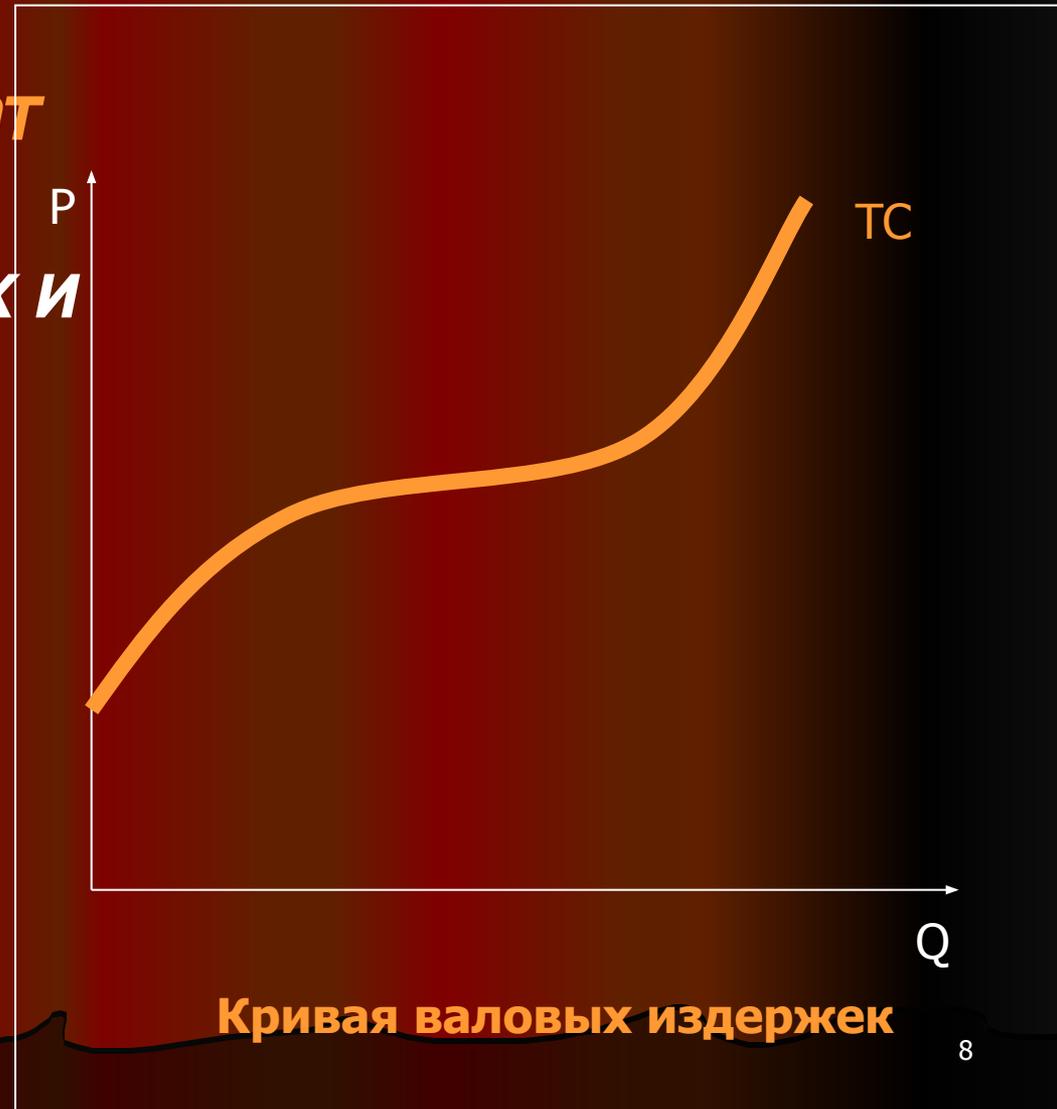


Кривая переменных издержек

Валовые издержки

ЭТО *сумма всех затрат на производство (сумма постоянных и переменных издержек)*

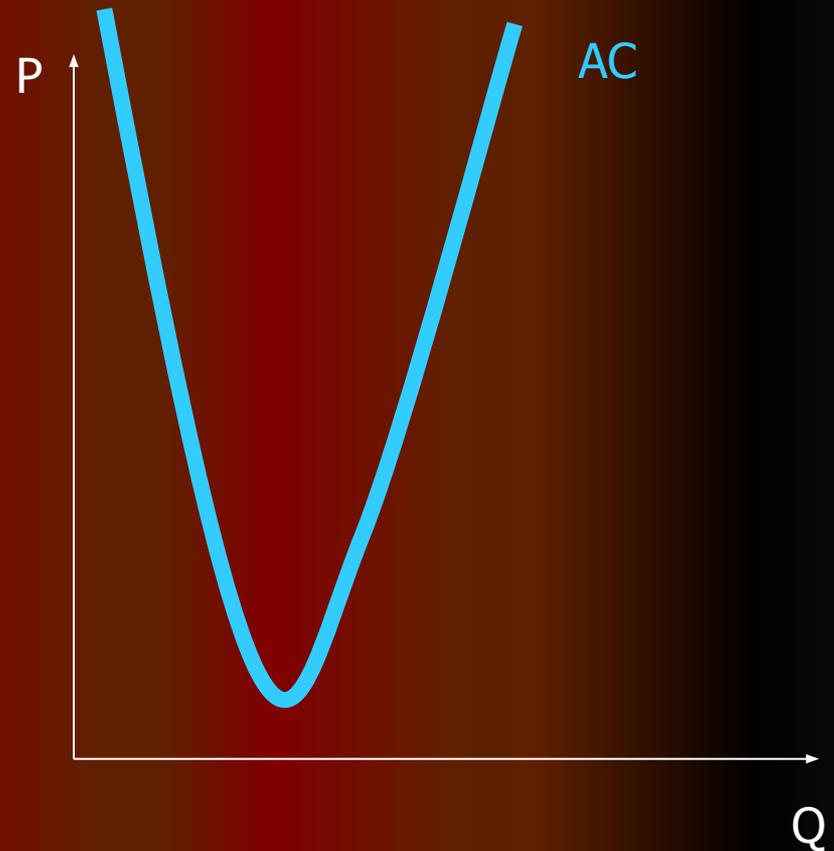
$$TC = FC + VC$$



Средние издержки

ЭТО *величина издержек на единицу продукта*

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

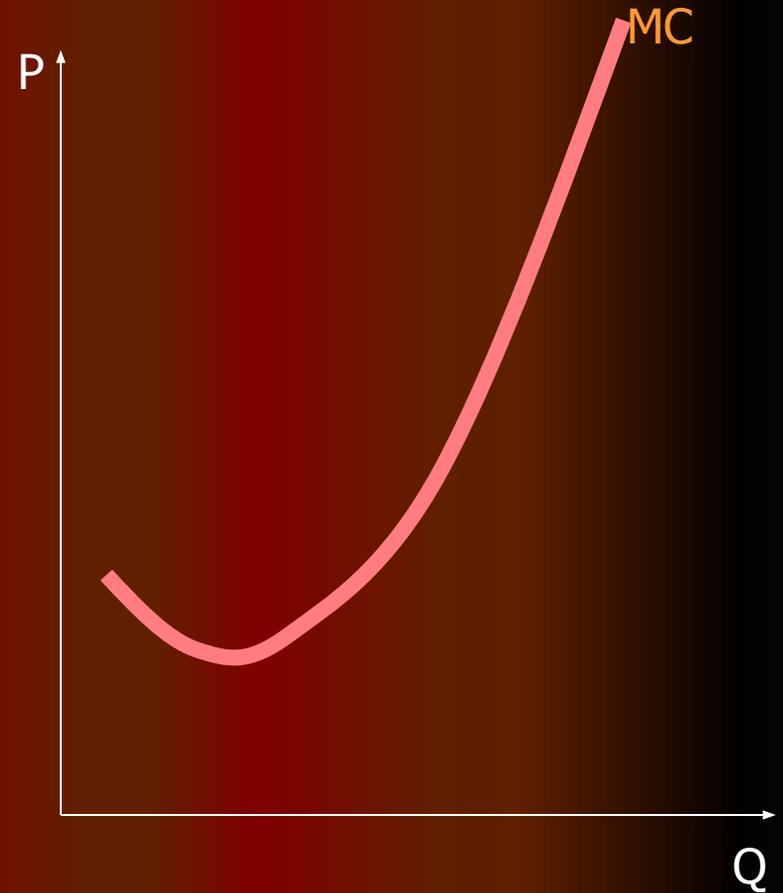


Кривая средних издержек

Предельные издержки

ЭТО *дополнительные
расходы, связанные
с выпуском
дополнительной
единицы продукции*

$$MC = TC_{n+1} - TC_n$$



Кривая предельных издержек

Если затраты ресурсов оценены бухгалтерским методом, то разность между выручкой и бухгалтерскими издержками образует *бухгалтерскую прибыль*

Если затраты ресурсов оценены экономическим методом, то разность между выручкой и альтернативными (явными и неявными) издержками дает *экономическую прибыль*

Бухгалтерская прибыль превышает экономическую прибыль на величину *неявных издержек*

Нормальная прибыль (конкурентная прибыль) —
это уровень прибыли, достаточный для
поддержания безубыточного производства и
продажи товара, в том числе с учетом издержек
самого предпринимателя (затрат его личного
труда, использования личного имущества), **не**
отраженных в бухгалтерской документации

Нормальная прибыль – прибыль прибыль,
которую получает в долгосрочном прибыль,
которую получает в долгосрочном периоде
фирма в условиях совершенной конкуренции
конкуренции, когда цена конкуренции, когда
цена ее товара равна предельным затратам
конкуренции, когда цена ее товара равна
предельным затратам на его производство и ¹²
экономическая прибыль равна нулю

Виды прибыли

- **прибыль, облагаемая налогом** (или **налогооблагаемая прибыль**) – для целей налогообложения
- **маржинальная прибыль** (**валовая прибыль, сумма покрытия**) и
- **прибыль до выплаты процентов за кредит и налогов** – для различных аналитических целей и принятия управленческих решений
- **чистая прибыль** – часть прибыли, остающаяся в распоряжении предприятия после покрытия всех текущих затрат, платежей и налогов
- **нераспределенная прибыль** или **прибыль, направленная на капитализацию** – часть чистой прибыли за вычетом выплаченных дивидендов

Переменные ресурсы — всякий используемый фирмой ресурс, количество которого можно увеличить или сократить

Постоянные ресурсы — любой применяемый фирмой ресурс, количество которого она не может изменить

- **период в деятельности фирмы, в течение которого постоянные ресурсы остаются фиксированными, называется кратковременным**
- **период, достаточный для наращивания всех ресурсов, называется долговременным**
- **Главным критерием разделения кратковременного и долговременного периодов является не время, а наличие (в кратковременном) или отсутствие (в долговременном) деления всех ресурсов на постоянные и переменные**

ИЗОКВАНТА — линия, представляющая собой различные сочетания затрат, при которых может быть произведен заданный объем выпуска продукции

Основные свойства изоквант:

а) они никогда не пересекаются друг с другом

б) **большему выпуску продукции соответствует более удаленная от начала координат изокванта**

в) **если все виды ресурсов абсолютно необходимы для производства, то изокванты не имеют общих точек с осями координат**

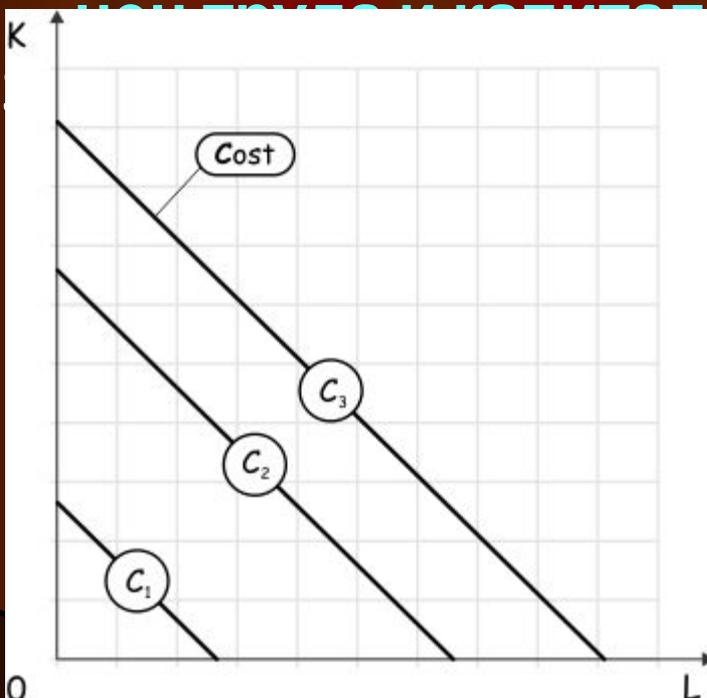
г) **поскольку при увеличении затрат одного ресурса объем производства можно сохранить на том же уровне при меньшей затрате другого ресурса, изокванты имеют отрицательный наклон**



Изокоста – это графическая линия в теории экономики, которая указывает на равномерность издержек производства в во всех ее точках

Основные свойства изокосты:

1. Точка пересечения изокосты с осью абсцисс отвечает максимально возможному расходу труда, а с осью ординат отвечает максимально возможному расходу капитала
2. Наклон изокосты к осям координат определяется отношением



держек производителя изокоста параллельно самой себе координат, а при

жек – к началу координат

величении цены труда изокоста

круг точки ее пересечения

асовой стрелке и

елки – при

увеличении

Оптимальная комбинация ресурсов

- Комбинация ресурсов, обеспечивающая минимальный уровень совокупных издержек фирмы, называется **оптимальной** и лежит в точке касания **линии**

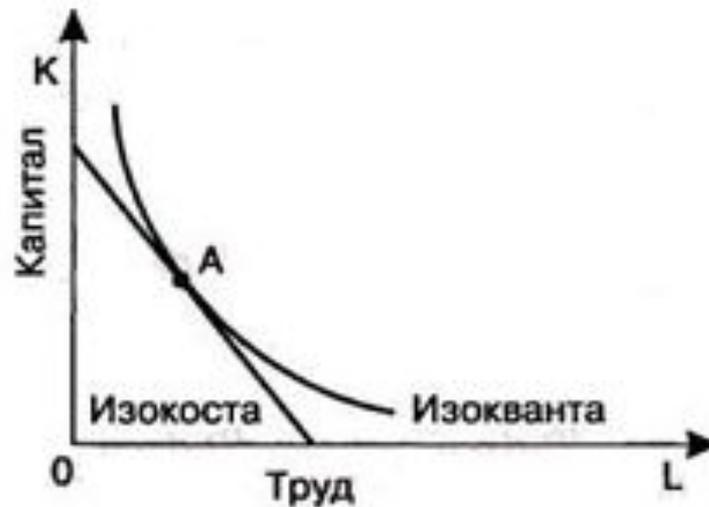


Рис. 5.13. Оптимальная комбинация ресурсов

Траектория развития фирмы

Совокупность точек оптимума производителя, построенных для изменяющегося объема производства, и, следовательно, меняющихся затрат (ТС) фирмы при неизменности цен на ресурсы, отражает траекторию развития фирмы

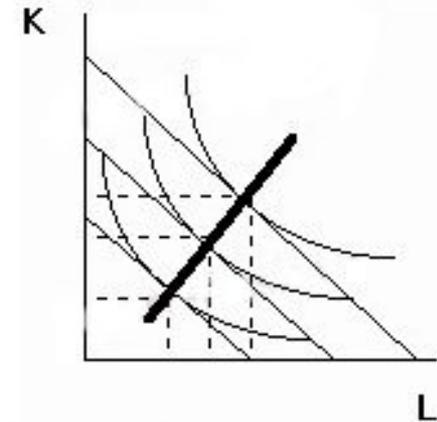


Рис. 5.14. Траектория развития фирмы

Формы траектории развития фирмы

- а) капиталоемкие (рис. 5.15,а) способы производства
- б) трудоемкие (рис. 5.15,в) способы производства

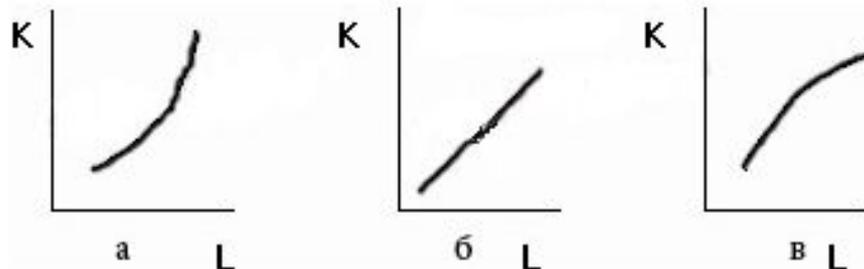


Рис. 5.15. Формы траектории развития

и, предполага-
чение
труда, так и капитала
(5,б)

Рынок в экономической теории — это совокупность

экономических отношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции



Виды рынков



Экономическая функция - это основное назначение, которое призвана выполнять данная категория, отражающая ее

сущность



Преимущества рынка

1. Эффективное решение проблемы производства необходимых потребителю товаров и услуг

2. Стихийное приспособление объемов и структуры производства к объему и структуре общественных потребностей, распределение факторов производства между различными отраслями

3. Отсутствие таких явлений, как дефицит, товарный голод, очереди и т. п.

4. Содействие развитию научно-технического прогресса

5. Поддержание действенных стимулов к труду

6. Именно потребитель, используя находящиеся в его распоряжении деньги, оказывает непосредственное влияние на ассортимент рыночной продукции

7. Наличие экономической свободы, которая подразумевает свободу предпринимательства, свободу перемещения ресурсов, свободу выбора продавцов и покупателей, свободное ценообразование

8. Рынок — саморегулирующаяся система, способная эффективно функционировать без прямого вмешательства государства

9. Рыночная система доказала свою жизнеспособность в ходе исторического развития человечества

Несовершенства рынка

**неспособность
противостоять
монополистическим
тенденциям**

**незаинтересованность и
неспособность производить
общественные блага
(«общественные товары»)**

**непригодность для устранения
внешних (побочных) эффектов**

**неспособность обеспечивать
социальные гарантии,
нейтрализовать чрезмерную
дифференциацию в
распределении доходов**

**порождение неполной и
недостаточно
совершенной
информации**

Рыночный механизм –

это механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены и конкуренции

- **Спрос –**

это потребность в товарах и услугах, обеспеченная денежными и другими платежными средствами

- **Цена –**

это количество денег, которое потребитель уплачивает за единицу товара производителю

- **Предложение –**

это количество продукта, которое производитель желает и может произвести и предложить к продаже на рынке по определенной цене

- **Конкуренция –**

это экономическое соревнование, соперничество субъектов хозяйствования за наиболее полное удовлетворение своих потребностей

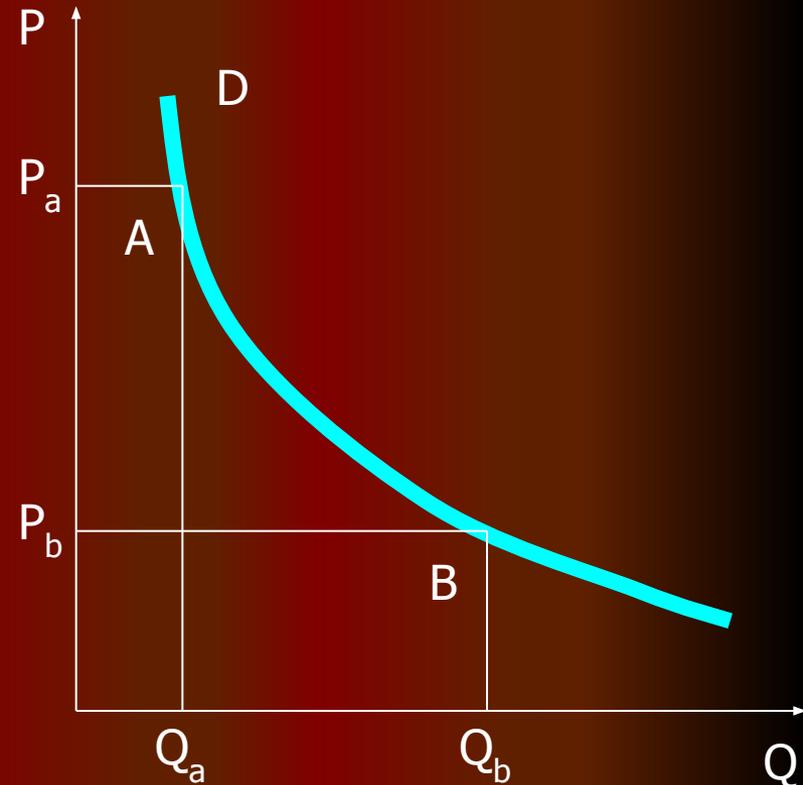
Спрос

- – это платежеспособная потребность
- - **это количество продукта, которое потребители готовы и в состоянии покупать по определенной цене в течение определенного периода времени**

Закон спроса

при прочих равных условиях, снижение цены товара ведет к соответствующему росту величины спроса и, наоборот, повышение цены сопровождается уменьшением величины спроса

Цена спроса – это та максимальная цена, по которой потребитель, имея субъективную оценку полезности блага, еще может его купить



Кривая спроса

Факторы, влияющие на величину спроса

1. Цена товара
2. Вкусы или предпочтения потребителей (потребительские вкусы)
3. Количество потребителей на рынке (число покупателей)
4. Денежные доходы потребителей
5. Цены на сопряженные товары
6. Потребительские ожидания относительно будущих цен

Предложение

- это определенное количество какого-либо блага, которое хозяйствующий субъект *желает* и *может* произвести и поставить на рынок по определенной цене

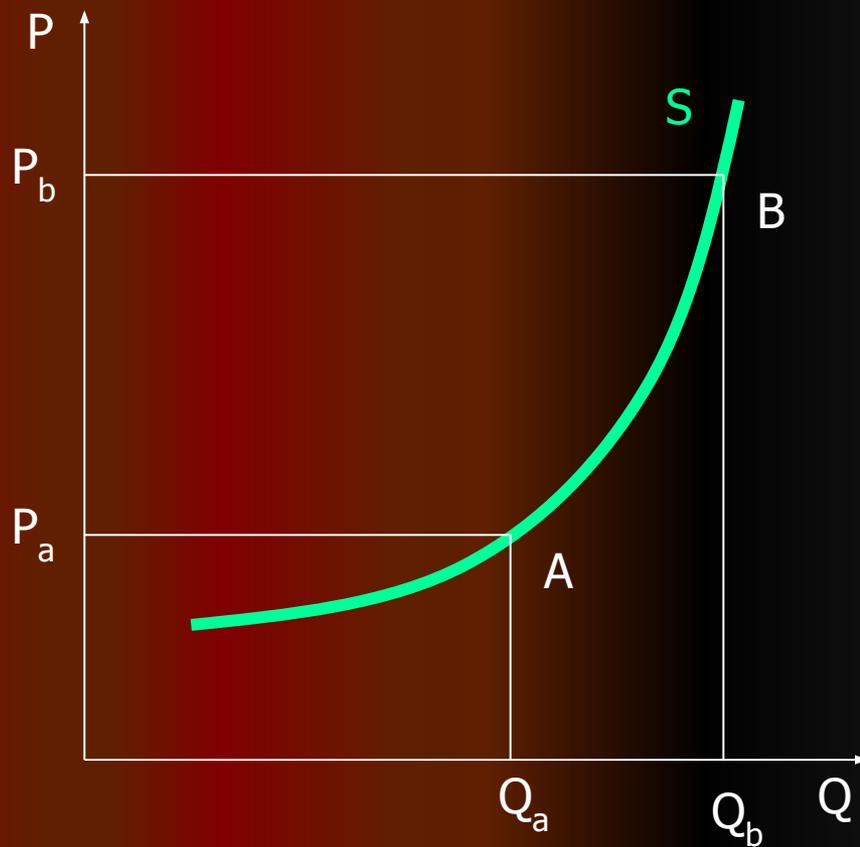
В основе предложения лежат издержки

Издержки – это сумма денежных расходов товаропроизводителя на производство и реализацию товаров и услуг

Закон предложения

при прочих равных условиях, величина предложения растет вслед за повышением цены данного блага, а со снижением цены сокращается и предложение

Цена предложения – это та минимальная цена, по которой предприниматели (товаропроизводители) еще хотят производить и предлагать к продаже свой товар или услугу



Кривая предложения

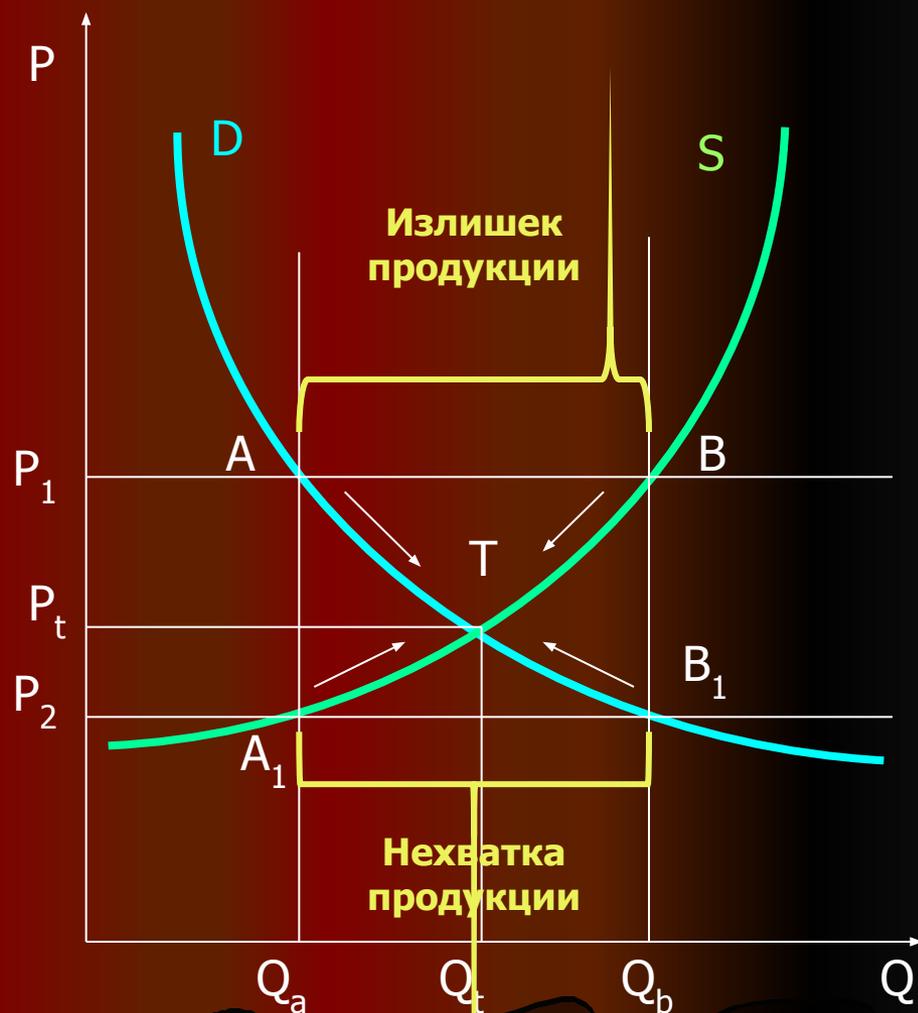
Факторы, воздействующие на величину предложения

1. **Цена товара**
2. **Цены на экономические ресурсы**
3. **Технология производства**
4. **Налоги и дотации**
5. **Цены на другие товары**
6. **Ожидания изменения цены**
7. **Число продавцов на рынке**

Рыночное равновесие

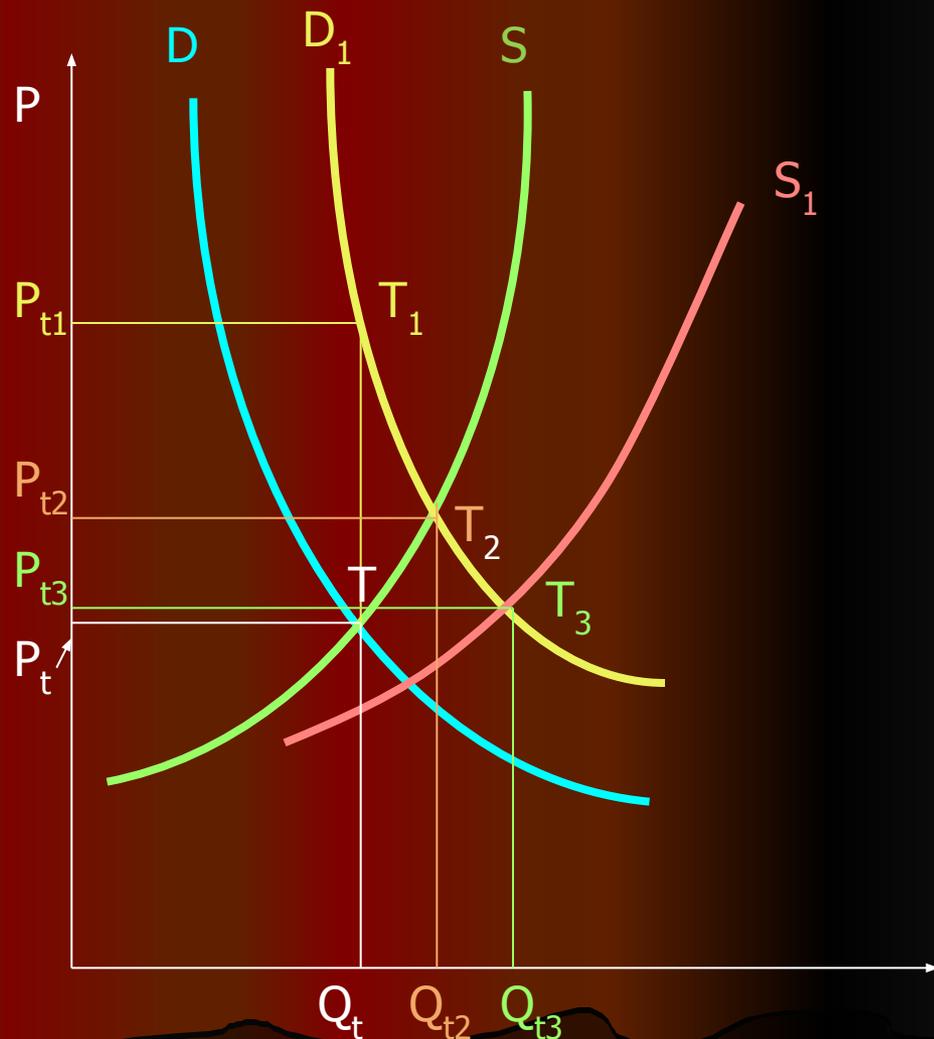
- установление на рынке в результате взаимодействия производителей и потребителей таких цен, которые не оставляют излишка товаров у продавцов и не создают их нехватку для покупателей

Равновесная цена — цена, при которой количество блага, предложенного на рынке, равно количеству блага, на которое предъявлен спрос



Виды рыночного равновесия

- **Мгновенным** называется **рыночное равновесие**, когда товарное предложение остается неизменным (точка T_1)
- **Краткосрочным** называется **рыночное равновесие**, когда товарное предложение растет при неизменном числе товаропроизводителей (точка T_2)
- **Нормальным длительным (долгосрочным)** называется **равновесие**, когда товарное предложение продолжает расти за счет роста числа производителей и увеличения объема используемых ресурсов (точка T_3)



Выводы из работы рыночного механизма

- 1. Спрос и предложение, в принципе, в равной мере оказывают воздействие на формирование и установление рыночной цены конкретного блага**
- 2. В рамках краткосрочного интервала времени приоритет получает спрос**
- 3. В длительной перспективе роль ведущей ценообразующей силы переходит к предложению и связанным с ним издержкам производства**
- 4. Рыночная экономика в своей основе – экономика саморегулируемая**
- 5. Рыночная экономика – инфляционная экономика, поскольку любое увеличение предложения товаров, услуг, работ**

Функции рыночного механизма

- **выявление общественных потребностей, ориентация всей экономической системы на изменившийся спрос и создание тем самым условий для наиболее полного удовлетворения постоянно меняющихся и растущих запросов всех членов общества**
- **обеспечение рационального распределения ограниченных производственных ресурсов среди всех производителей и других хозяйствующих субъектов**
- **обеспечение высокой эффективности производства на уровне фирм и предприятий**

Эластичность спроса

- это степень реакции покупаемого количества (Q) товара на колебания его рыночной цены (P) и изменения дохода (Y) покупателя

Виды эластичности спроса:

- а) **эластичный спрос**
- б) **неэластичный спрос**
- в) **единичная эластичность спроса**

Правила прямой эластичности спроса по цене

Правило № 1. Чем насущнее потребность, удовлетворяемая товаром, тем ниже эластичность спроса на этот товар

Правило № 2. Спрос становится более эластичным на долгосрочных отрезках времени

Правило № 3. Эластичность спроса падает при увеличении насыщенности потребности в том или ином благе

Правило № 4. Эластичность спроса на товар увеличивается по мере роста числа товаров-заменителей

Правило № 5. Агрегированность товарной продукции снижает эластичность спроса

Правило № 6. Эластичность спроса тем выше, чем больший удельный вес товара в расходах потребителя при условии высокой значимости данного товара для потребителя

Правило № 7. Эластичность спроса зависит от универсальности использования данного товара

Правило № 8. Эластичность спроса зависит от психологии потребителя

Правило № 9. Ценовая эластичность спроса на особо модные товары резко снижается

Эластичность предложения

- **это** степень реакции продаваемого количества (Q) товара на колебания его рыночной цены (P) и изменения дохода (Y) покупателя

Виды эластичности предложения:

- а) **эластичное предложение**
- б) **неэластичное предложение**
- в) **единичная эластичность предложения**

Функции цены

Учетная функция

Измерительная функция

Соизмерительная функция

Регулирующая функция

Стимулирующая функция

Распределительная функция

Функция балансирования спроса и предложения

Функция цены как инструмента рационального размещения производства

Социальная функция

Виды цен

В зависимости от *сферы их применения* выделяют:

- **Оптовые цены** – те, по которым товары реализуются крупными партиями в системе так называемой оптовой торговли
- **Розничные цены** – те, по которым товары продаются в розничной торговой сети для удовлетворения, в основном, потребностей индивидуальных покупателей, домохозяйств, отдельных граждан
- **Закупочные цены** – те, по которым государство осуществляет закупку продукции у предприятий (фирм) и населения, в том числе и сельскохозяйственной продукции
- **Тарифы** – это цены на услуги транспортных организаций, телефонных станций, учреждений связи и т.п.

Цели государственного регулирования в области цен

а) затормозить инфляционный рост цен в результате обесценения денег в военный период, устранить диспропорции цен на отдельные виды изделий и услуг

б) достигнуть необходимых соотношений в развитии производства

в) субсидировать производство, находящееся под контролем государства, защитить отсталые отрасли экономики от иностранной конкуренции

г) содействовать внешнеэкономической деятельности

д) обеспечить рост заработной платы пропорционально росту цен

е) мобилизовать бюджетные средства, необходимые для обеспечения социально-экономических мероприятий