

Типы экономических систем. Рынок.

1. Типы экономических систем
2. Модели экономических систем
3. Сущность рынка

Главные вопросы экономики

ЧТО? – какие услуги и товары должны быть произведены, общество должно распределить ресурсы между альтернативными товарами

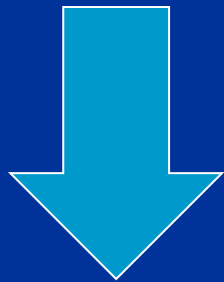
КАК? – при какой комбинации производственных ресурсов, и с использованием какой технологии должны быть произведены выбранные варианты товаров и услуг

ДЛЯ КОГО? – кто будет покупать выбранные товары? Это зависит от распределения доходов в обществе. Возникает проблема достижения эффективности распределения дохода с одной стороны и социальной справедливости с другой.

КОГДА? – когда будут потреблены те или иные блага и ресурсы, будем ли мы их потреблять или сберегать.

Критерии дифференциации экономических систем

Собственность
на средства
производства



ЧАСТНАЯ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ

Способ
принятия
решений



ЦЕНТРАЛИЗОВАННЫЙ
ДЕЦЕНТРАЛИЗОВАННЫЙ

ТИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Традиционная

Рыночная (капитализм)

Командная (социализм)

Смешанная

Традиционная экономическая система

- Коллективная собственность на ресурсы
- Преобладание натурального хозяйства
- Отсутствует или слабо развито машинное производство, широко распространен ручной труд
- Преобладают освещенные веками традиции и обычаи

Административно - командная система

- Господство общественной (государственной) собственности практически на все экономические ресурсы
- Централизованное руководство всеми сферами жизни общества
- Дефицит продукции, очереди
- Утрата истинных потребностей общества
- Бюрократизация и монополизация экономики

Рыночная система

- Отсутствие вмешательства государства в экономику
- Рынок – инструмент для решения любых экономических проблем
- Государство – «ночной сторож»
- Частная собственность на экономические ресурсы
- Экономическая свобода

Смешанная экономическая система

- Частная собственность на экономические ресурсы
- Возможно существование и крупного государственного сектора
- Государство смягчает негативные последствия деятельности рыночных механизмов

Модели смешанной экономической системы

- Американская модель
 - Японская модель
- Шведская модель
 - Германская модель
 - и др.

Российская модель экономики

- Недостаточная развитость частной собственности (прежде всего на землю)
- Периодические повторяющиеся перераспределение прав собственности
- Отсутствие автономного от государства гражданского общества
- Тесная связь политической связи и общества
- Слабость личной инициативы при довольно сильных коллективистских настроениях
- Сравнительная невысокая доля мелкого и среднего предпринимательства
- Преобладание финансового капитала над промышленным
- Неравномерность перехода к рыночным отношениям в разных отраслях и в различных регионах
- Сравнительно высокая криминализация экономической жизни
- Атмосфера неуважения к закону и недоверия к власти
- Склонность немалой части населения к государственному патернализму

3. Сущность рынка

Существует несколько определений понятия «рынок».

Рынок — взаимодействие покупателей и продавцов, которые определяют цены и количество обмениваемого продукта.

Рынок — общественный механизм распределения товаров посредством добровольного обмена.

Приведенные определения служат для выражения обмена товаров. В данном случае рынок рассматривается как двухсторонний процесс, взаимодействие спроса и предложения. Эти определения - базовые для экономикс.

Можно привести определение рынка с точки зрения покупателя, чтобы представить спрос на продукты:

Рынок – совокупный спрос потенциальных покупателей товаров и услуг.

Субъекты и объекты рынка

Субъектами рынка являются продавцы и покупатели. При более детальном рассмотрении, к этой категории можно отнести также посредников (агентов) и брокеров. Объектами рынка являются товары и услуги.

Функции рынка

- **Информационная** - цена на товары дает информацию для покупателей, производителей и инвесторов для проведения выгодных экономических операций.
- **Ценообразующая** - в результате взаимодействия потребителей и производителей формируется цена. Она зависит от спроса и предложения.

- **Посредническая функция** - рынок выступает посредником между потребителями и производителями. Формируя совокупность механизмов, регулирующих взаимоотношения между поставщиками и потребителями. Фактически, данная функция является одной из ключевых в общественном производстве, создавая условия для эффективного товарообмена.

- Регулирующая -
основным инструментом
рыночного
регулирования является соотношение
спроса и предложения,
влияющее на цены. Через
механизм законов
спроса и предложения
рынок устанавливает необходимые
воспроизводственные пропорции в
экономике

- **Стимулирующая функция** - посредством цен рынок стимулирует внедрение в производство достижений НТП (научно-технический прогресс), снижение затрат на производство продукции, повышение её качества, расширение ассортимента.
- **Санлирующая функция** - рынок освобождает общественное производство от экономически слабых хозяйствующих субъектов и поощряет развитие эффективных, предприимчивых и перспективных фирм.

Виды рынков

Рынок можно классифицировать по разным критериям:

1. По видам товаров:

а) рынок ресурсов - рынок рабочей силы, рынок труда, рынок природных ресурсов (земельные ресурсы, водные ресурсы, месторождения полезных ископаемых и другие.), рынок искусственных средств производства - очень разнообразный рынок предметов и средств труда;

б) потребительский рынок - рынок продовольствия (продукты питания), рынок непродовольственных товаров (одежда, бытовая техника), рынок потребительских услуг (образование, здравоохранение, бытовые услуги);

в) финансовый рынок - денежный рынок (валюта, золото), рынок кредитных ресурсов (временно свободные денежные средства, которые предоставляются займы), рынок страхования (страховые полисы),

фондовый рынок (ценные бумаги, акции, облигации), рынок деривативов (различные контракты, фьючерсы, опционы);

г) рынок интеллектуальной собственности и прав владения ею - рынок патентов, рынок лицензий;

д) рынок духовных ценностей - рынок художественных произведений и прав владения ими, рынок культурно исторических реликвий.

2. По географическому принципу:

а) локальные рынки - это рынок товара в конкретном месте продаж (местный, один или несколько районов страны);

б) региональные рынки - рынки в рамках географических или административных регионов;

в) национальные рынки - рынки в рамках одного государства, находящиеся в одинаковом правовом и налоговом режиме;

г) международные рынки - рынки в рамках таможенных и экономических союзов;

д) мировой рынок - глобальный рынок мирового хозяйства.

3. По объемам сделок купли-продажи:

а) **оптовые рынки** - продажа однородных товаров осуществляется крупными партиями. При этом покупатель приобретает товары для последующей перепродажи более мелкими партиями;

б) **мелкооптовые рынки** - на таких рынках в отличие от оптовых продажа товаров происходит меньшими партиями. Покупатели, как правило, приобретают товары для перепродажи в розничной сети и очень редко для собственного потребления.

в) розничные рынки - продажа товаров происходит поштучно или очень мелкими партиями. Покупатель, в подавляющем большинстве случаев является конечным потребителем товара.

4. По видам конкуренции (степени независимости продавцов и покупателей):

а) конкурентные рынки - на этом рынке присутствует множество покупателей и продавцов, поэтому возникает сильная конкуренция;

б) олигопольные рынки - на этом рынке при множестве покупателей присутствует ограниченное количество продавцов. Продавцы при сговоре могут влиять на спрос и уровень цены.

в) олигопсонические рынки - присутствует ограниченное количество покупателей при множестве продавцов.

г) **монопольные рынки** - на рынке присутствует один продавец при множестве покупателей.

д) **монопсонистические рынки** - на рынке присутствует один покупатель и множество продавцов.

5. По степени законности:

а) **официальные рынки** - все операции на рынке происходят по четким правилам, которые установило государство.

б) неофициальные (теневые) рынки - операции происходят неофициально в целях уклонения от налогов;

в) черные рынки - происходят операции с нелегальными или запрещенными товарами и услугами.

Микро- и макроэкономика.

Структура курса микроэкономика.

Структурно современная экономика делится на две части: *микроэкономика* и *макроэкономика*.

- *Микроэкономика* — исследует поведение отдельных экономических агентов (индивидуумов, домохозяйств, предприятий), в центре ее внимания цена продукта, отдельные рынки, доходы и расходы фирмы и т.д.

«Домохозяйство» (домашнее хозяйство, семейное хозяйство - англ. household) - любое лицо или группа лиц, проживающих совместно и функционирующих как экономическая единица.

Предприятие (фирма) - организация, производящая товары и услуги для продажи (англ. business).

- *Макроэкономика* — исследует функционирование системы в целом (народного хозяйства и крупных его секторов). Объектами ее изучения являются национальный доход, экономический рост, общий уровень цен, уровень занятости, безработицы и инфляции.

Микроэкономике часто называют также теорией цены, хотя она исследует лишь относительные цены, т.е. соотношение цен различных товаров, оставляя проблему абсолютного уровня цен макроанализу. Макроэкономике называют также теорией национального дохода и занятости.

Образно говоря, микроэкономика видит лишь отдельные деревья, не видя за ними леса, тогда как макроэкономика за лесом не различает отдельных деревьев. Макроэкономика изучает факторы, определяющие размеры «общественного пирога», тогда как микроэкономике интересуют его состав и распределение.

Между этими двумя частями
теоретической экономики нет
«китайской стены».

Макроэкономические процессы в
значительной степени
обуславливаются решением
отдельных экономических агентов, а
эти решения, в свою очередь,
принимаются в определенной
макроэкономической среде.

Структура курса «микроэкономика».
Учебный курс можно разбить на
четыре крупных блока:

I. Анализ потребительского поведения и анализ спроса. Это методологическая база для маркетинга.

II. Анализ предложения, анализ поведения разл. фирм - теория фирм.

III. Анализ соотношения спроса и предложения - теория рыночного равновесия. Исследуются различные формы рынков: рынок совершенной конкуренции (его исследовал А. Маршалл), рынок несовершенной конкуренции (основная заслуга в его исследовании принадлежит Джоан Робинсон и Эдварду Чемберлену).

IV. Анализ рынков факторов производства и ценообразования на этих рынках - теория распределения.

ОСНОВЫ АНАЛИЗА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. **Спрос, объем спроса, закон спроса, детерминанты спроса**
2. **Предложение, объем предложения, закон предложения, факторы предложения**
3. **Взаимодействие спроса и предложения**

Спрос, объем спроса, закон спроса, детерминанты спроса

Спрос — это платежеспособная потребность.

Спрос - это количество товара, которое покупатели хотят и могут приобрести *по любой возможной цене* за определенный промежуток времени.

Объем спроса — количество товара, которое покупатели хотят и могут приобрести *по определенной цене* в течение определенного промежутка времени.

Зависимость спроса от определяющих его факторов называется **функцией спроса**:

$$Q_{DA} = f(P_A, P_R, N, I),$$

где Q_{DA} – объем спроса на товар A (demand - спрос);

P_A – цена товара A (price - цена);

P_R – цены других товаров;

N – вкусы и предпочтения;

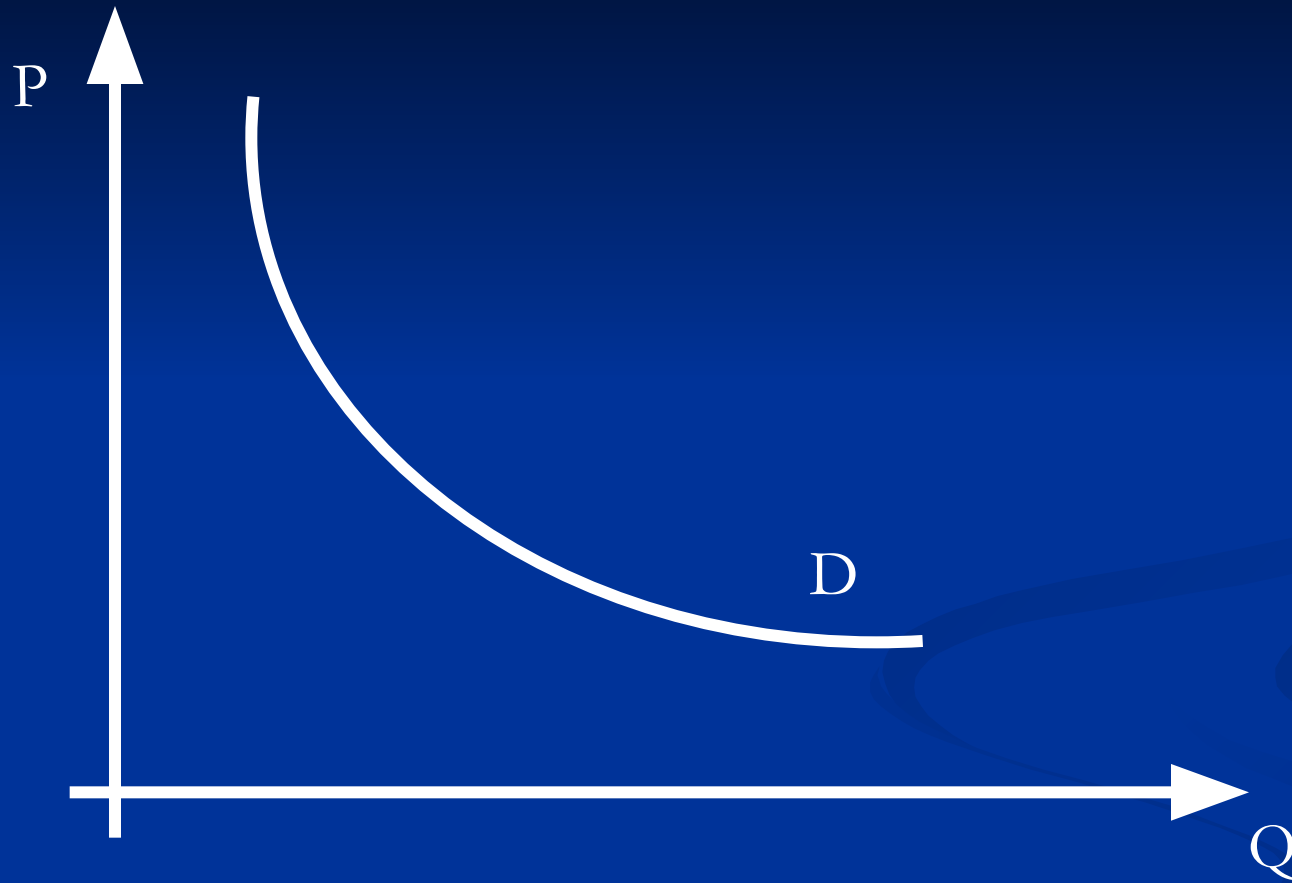
I – доход (income - доход).

Если все факторы, кроме цены на данный товар, равны константе, то мы имеем **частный случай** зависимости объема спроса от цены:

$$Q_{DA} = f(P_A)$$

Между ценой и объемом спроса существует **обратно пропорциональная зависимость**.

Кривая спроса



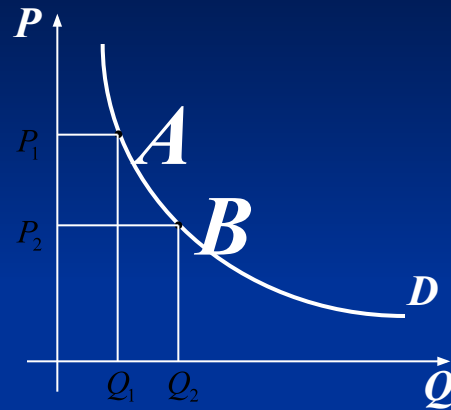
P – цена

Q – количество товара

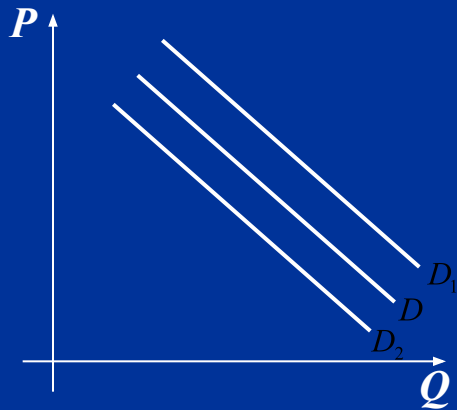
D – кривая спроса

СПРОС

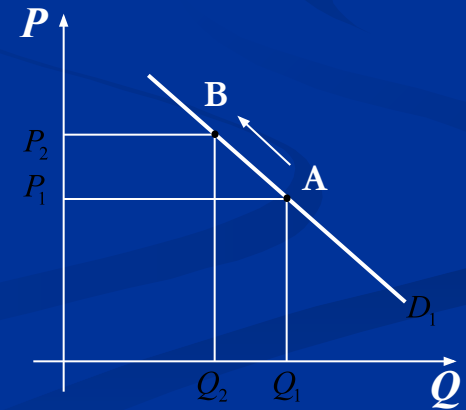
Кривая спроса



Изменение спроса



Изменение объема спроса



Необходимо различать изменение спроса и изменение объема спроса.

Изменение объема спроса (рис. 2) происходит только под влиянием изменения цены. Если, к примеру, цена снижается с P_1 до P_2 , то объем спроса увеличивается с Q_1 до Q_2 . При этом сама кривая никуда не сдвигается, остается на месте, а движение происходит вдоль кривой из точки А в точку В.

Изменение спроса (рис. 3)

происходит под влиянием только неценовых факторов (детерминант). При этом происходит параллельный сдвиг кривой D вверх и вправо, в положение D_1 , если спрос увеличивается; вниз и влево, в положение D_2 , если спрос уменьшается.

Закон спроса

На любом рынке при прочих равных условиях существует обратная зависимость между ценой товара и величиной спроса, иначе говоря, чем выше цена товара, тем меньше количество товара, которое покупатели захотят и смогут приобрести.

Парадокс Гиффена (1837 – 1910)

Детерминанты спроса

1) цены других товаров – выделяют 2 группы товаров:

а) **взаимозаменяемые товары (субституты)** - если растет цена на один из товаров-заменителей, то объем спроса на другой увеличивается (например, молоко-сухие сливки);

б) **взаимодополняющие товары (комплементы)** - если растет цена на один из товаров взаимодополняющих, то объем спроса на другой уменьшается (например, автомобиль-бензин).

2) вкусы и предпочтения – если вкусы и предпочтения изменились в пользу данного товара, то спрос на эти товары увеличивается, и наоборот. На вкусы и предпочтения оказывают влияние люди, престиж, реклама, возраст, здоровье и т.д.;

3) доходы – это основной ограничитель в поведении потребителя. Увеличение доходов ведет к увеличению спроса, и наоборот. В зависимости от влияния изменения доходов на поведение потребителя, выделяют две группы товаров:

а) нормальные товары (высшие, качественные, полноценные) – это такие товары, спрос на которые увеличивается с увеличением доходов;

б) ненормальные товары (низшие, некачественные, условно неполноценные) – это такие товары, спрос на которые падает с увеличением доходов.

4) потребительские ожидания – ожидание увеличения цен и доходов в будущем периоде приведет к увеличению потребления в текущем периоде и наоборот (например, инфляционные ожидания).

5) число покупателей - чем больше покупателей, тем больше спрос и наоборот.

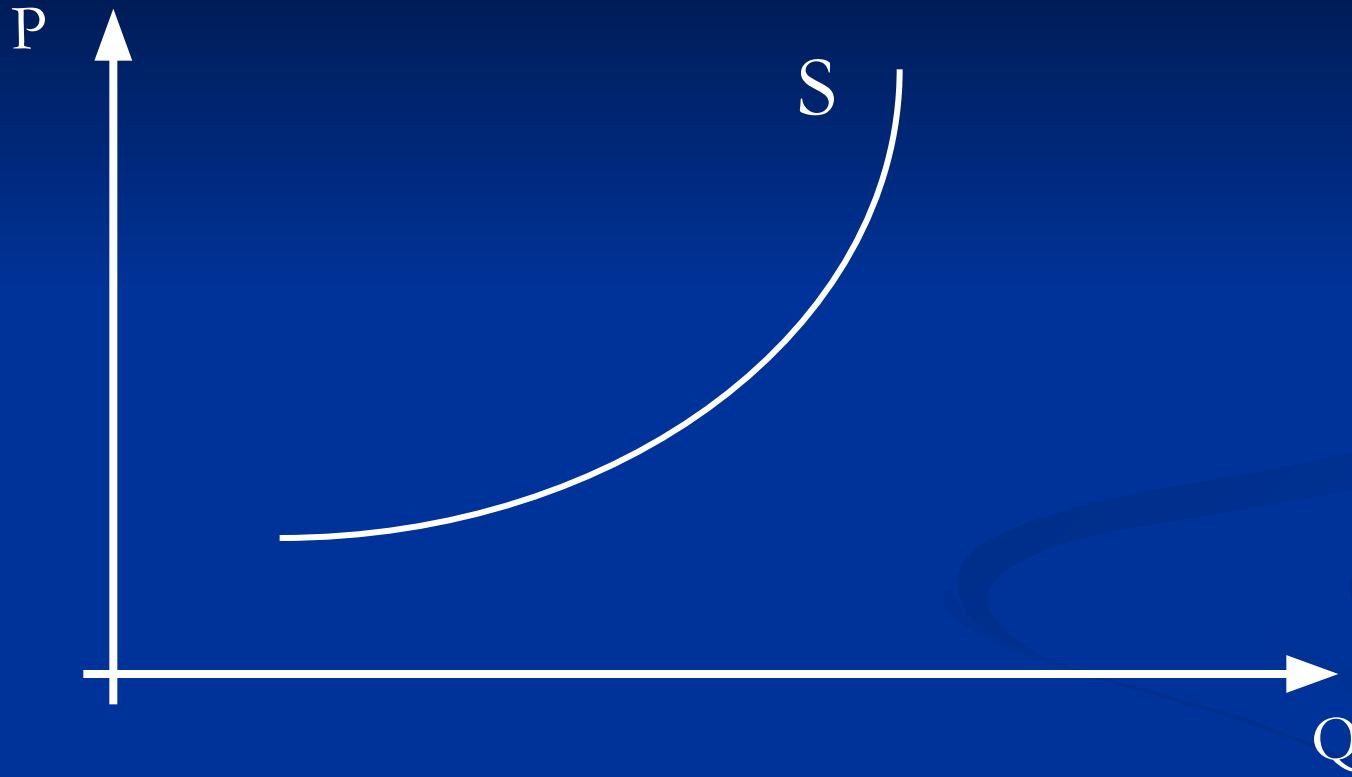
2. Предложение, объем предложения, закон предложения, факторы предложения

Предложение — количество товара, которое продавцы желают и могут предложить для продажи *по любой возможной цене* в течение определенного периода времени

Объем предложения — количество товара, которое продавцы хотят и могут предложить для продажи *по определенной цене* в течение определенного периода времени.

Зависимость между ценой и объемом предложения прямо пропорциональная.

Кривая предложения

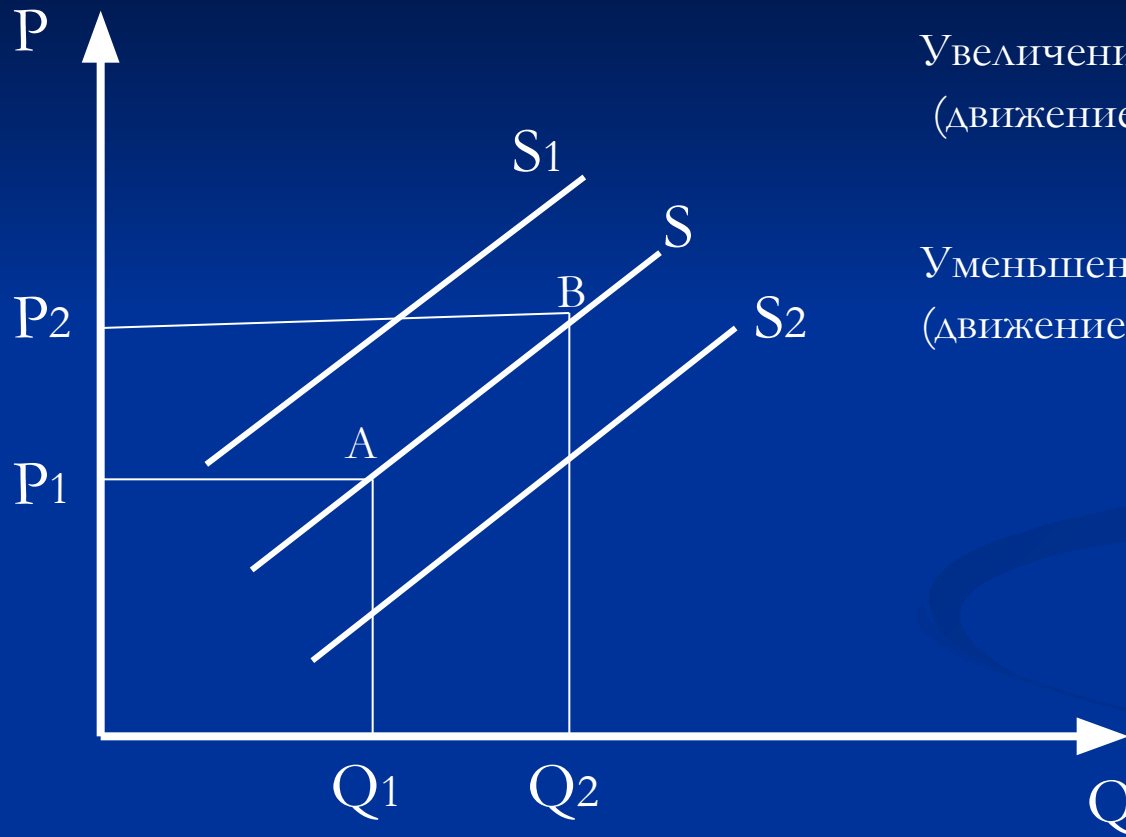


P – цена

Q – количество товара

S – кривая предложения

Изменение предложения и объема предложения



Увеличение предложения: $S \rightarrow S_2 \uparrow$
(движение вправо)

Уменьшение предложения: $S \rightarrow S_1$
(движение влево)

Изменение объема предложения: $P_1 \rightarrow P_2 \uparrow \rightarrow Q_2 \uparrow$

Необходимо различать изменение предложения и изменение объема предложения.

Изменение объема предложения (рис.

5) происходит только под влиянием изменения цены. При этом при увеличении цены товара с P_1 до P_2 происходит увеличение объема с Q_1 до Q_2 . Сама кривая предложения при этом никуда не сдвигается, остается на месте, а движение происходит вдоль кривой из точки А в точку В.

Изменение предложения (рис. 5)

происходит только под влиянием изменения неценовых факторов (детерминант). В этом случае происходит параллельный сдвиг кривой предложения вниз и вправо — из положения S в положение S_2 , если предложение увеличивается; вверх и влево — из положения S в положение S_1 , если предложение уменьшается.

Закон предложения: При прочих равных условиях, чем выше цена товара, тем большее его количество будет произведено к реализации.

Детерминанты предложения

- 1) **цены ресурсов** - если уменьшаются цены ресурсов, то уменьшаются издержки производства, а предложение увеличивается. И наоборот;
- 2) **доступная технология** - применение более совершенной технологии ведет к увеличению предложения;
- 3) **цены на альтернативные товары** - предложение данного товара снизится, когда цена альтернативного товара повысится, например, черно-белые и цветные телевизоры;

4) уменьшение налога и введение дотаций - на данный товар ведет к увеличению предложения;

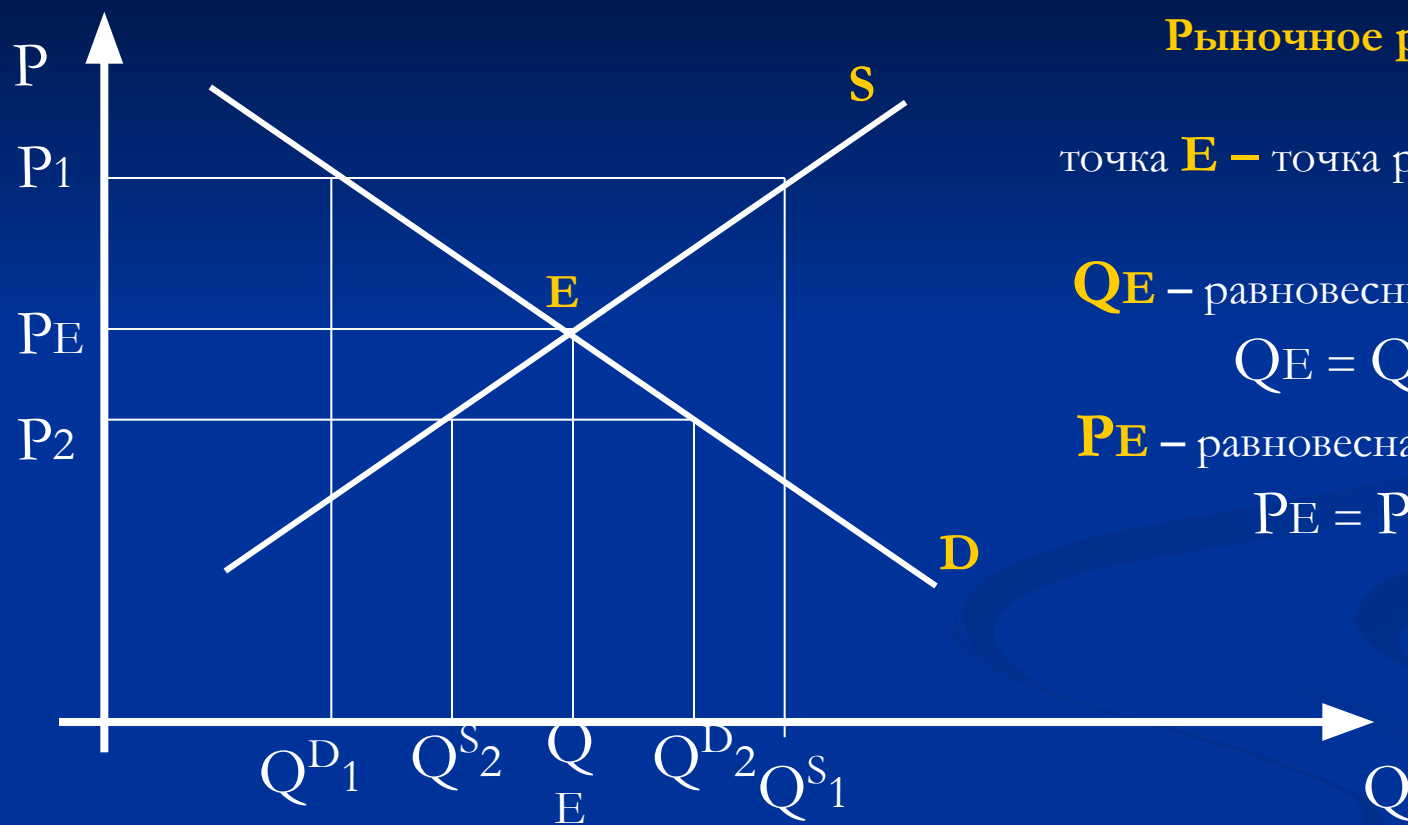
5) ожидания продавцов - ожидание роста цен в будущем приводит к снижению роста предложения в настоящем, и наоборот.

6) число продавцов - чем больше продавцов, тем выше предложение и наоборот.

Взаимодействие спроса и предложения

Кривые спроса и предложения по отдельности не отвечают на вопрос, какая цена установится на рынке. Чтобы ответить на него, необходимо рассмотреть взаимодействие спроса и предложения на одном графике.

Взаимодействие спроса и предложения



Рыночное равновесие:

точка **E** – точка равновесия

Q_E – равновесный объем

$$Q_E = Q_D = Q_S$$

P_E – равновесная цена

$$P_E = P_D = P_S$$

$P_1 > P_E$ – **избыток** предложения

$P_2 < P_E$ – **дефицит** товаров

Рыночное равновесие установится в точке E . В этой точке рынок сбалансирован, нет стимула к изменению ситуации ни у продавцов, ни у покупателей. Это точка компромисса продавца и покупателя.

Q_E – это равновесный объем ($Q_E = Q_D = Q_S$).

P_E – это равновесная цена ($P_E = P_D = P_S$).

Для рынка более типичным является неравновесное состояние. Равновесие – мимолетное преходящее состояние. Возможны два варианта неравновесных ситуаций:

1) $P_1 > P_E$

В этом случае $Q_1^S > Q_1^D$ на величину ΔS .

$\Delta S = Q_1^S - Q_1^D$ Это излишек

предложения. Конкуренция развивается между продавцами, в этой ситуации они будут снижать цену. **P значок вниз**

$$2) P_2 < P_E$$

В этом случае $Q_2^D > Q_2^S$ Это ситуация дефицита. Объем спроса превышает предложение на величину ΔD .

$\Delta D = Q_2^D - Q_2^S$ Конкуренция развивается между покупателями. Продавцы в этой ситуации будут повышать цену. **P значок вверх**

4. Эластичность спроса по цене, по доходу. Эластичность предложения. Практическое применение эластичности

Эластичность

- Понятие, характеризующее наличие взаимосвязи 2-х величин. Оно отражает степень реакции одной величины в ответ на изменение другой.
- Реакция покупателей и продавцов на изменяющуюся рыночную конъюнктуру, (в частности на изменение цены, дохода)

Эластичность

СПРОСА

- **Прямая** эластичность по цене
- **Перекрестная** эластичность по цене
- Эластичность по доходу

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- **Прямая** эластичность предложения по цене (в мгновенном, коротком и длительном периодах)
- **Перекрестная** эластичность

Эластичность спроса по цене

Ценовая эластичность – чувствительность объема спроса к изменению цены товара

Оценку эластичности в процентном исчислении можно сделать при помощи **КОЭФФИЦИЕНТА ЭЛАСТИЧНОСТИ** (отношение процентного изменения одной величины к процентному изменению другой)

Коэффициент прямой эластичности спроса по цене (E_p)

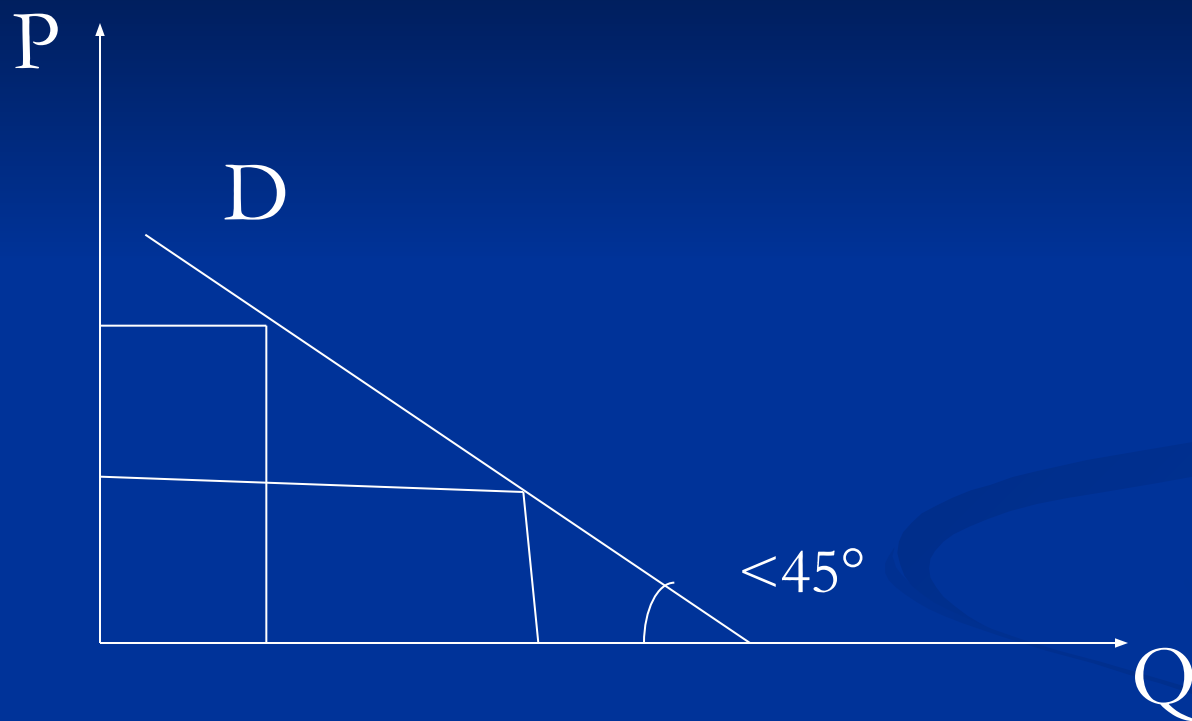
$$E_p = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}}$$

$Q_2 - Q_1$; $P_2 - P_1$ – абсолютное изменение объема спроса \ цены;

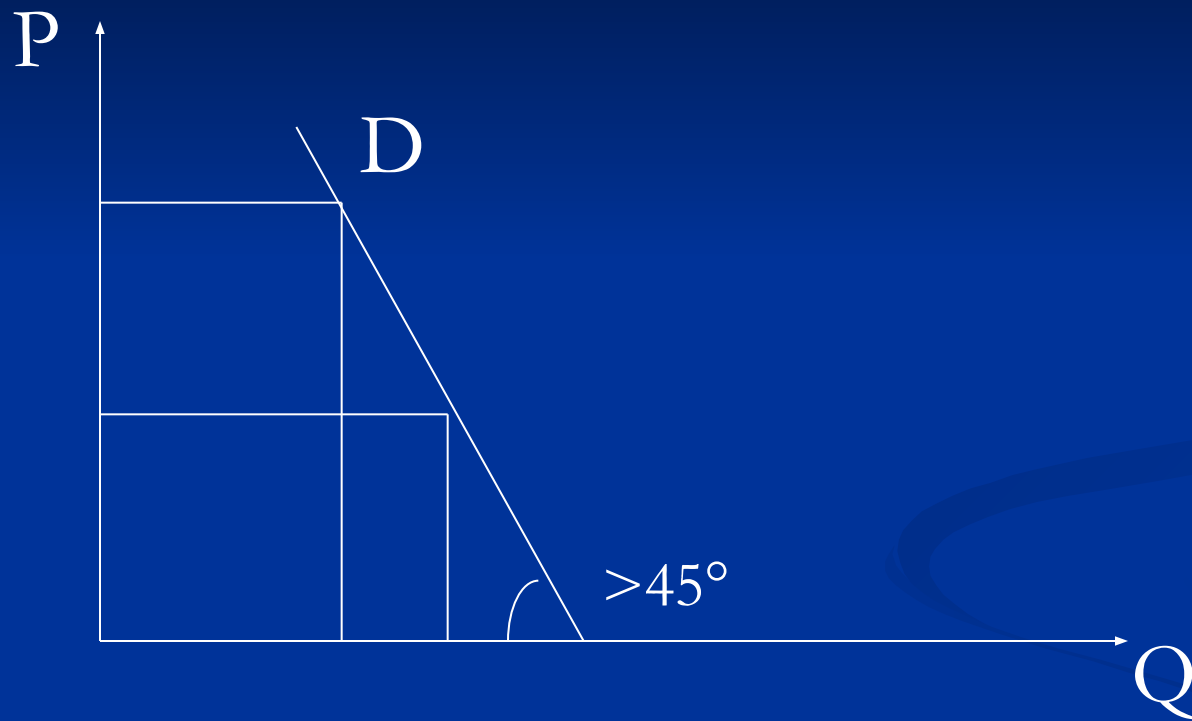
$\frac{\Delta Q}{Q}$; $\frac{\Delta P}{P}$ относительное изменение объема спроса

$\frac{\Delta Q}{Q}$ к его первоначальному объему \ цены к ее первоначальной цене

Эластичный спрос - $E_p > 1$

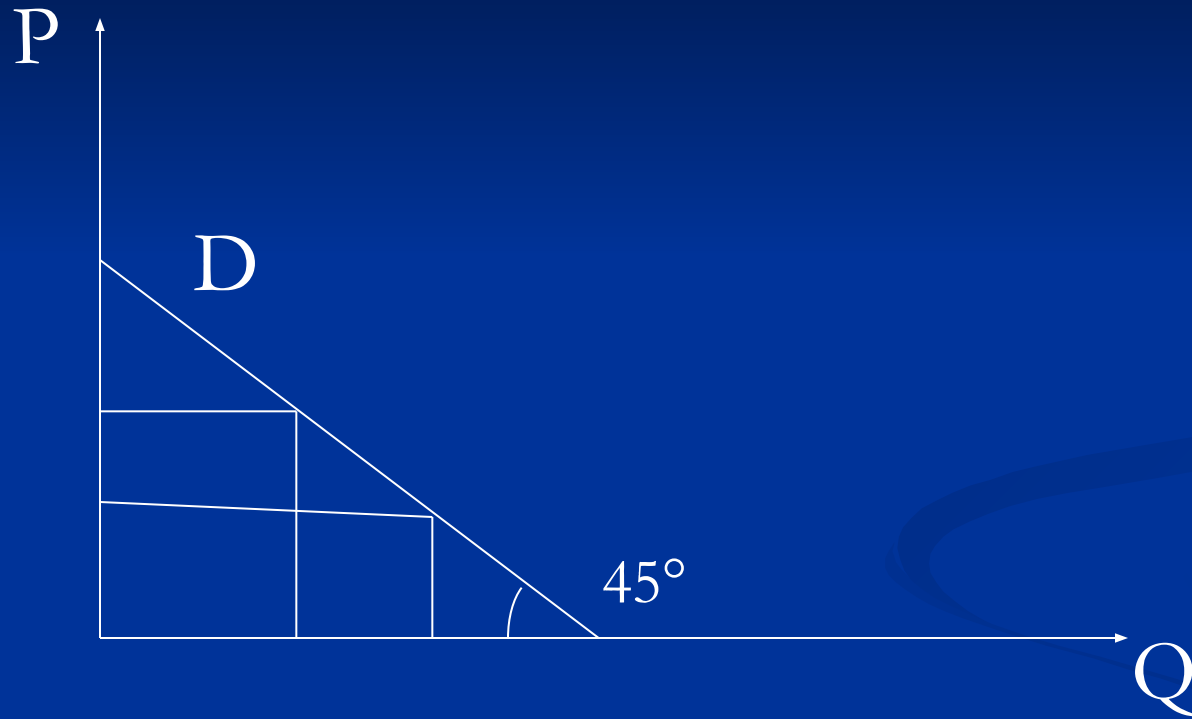


Неэластичный спрос - $E_p < 1$

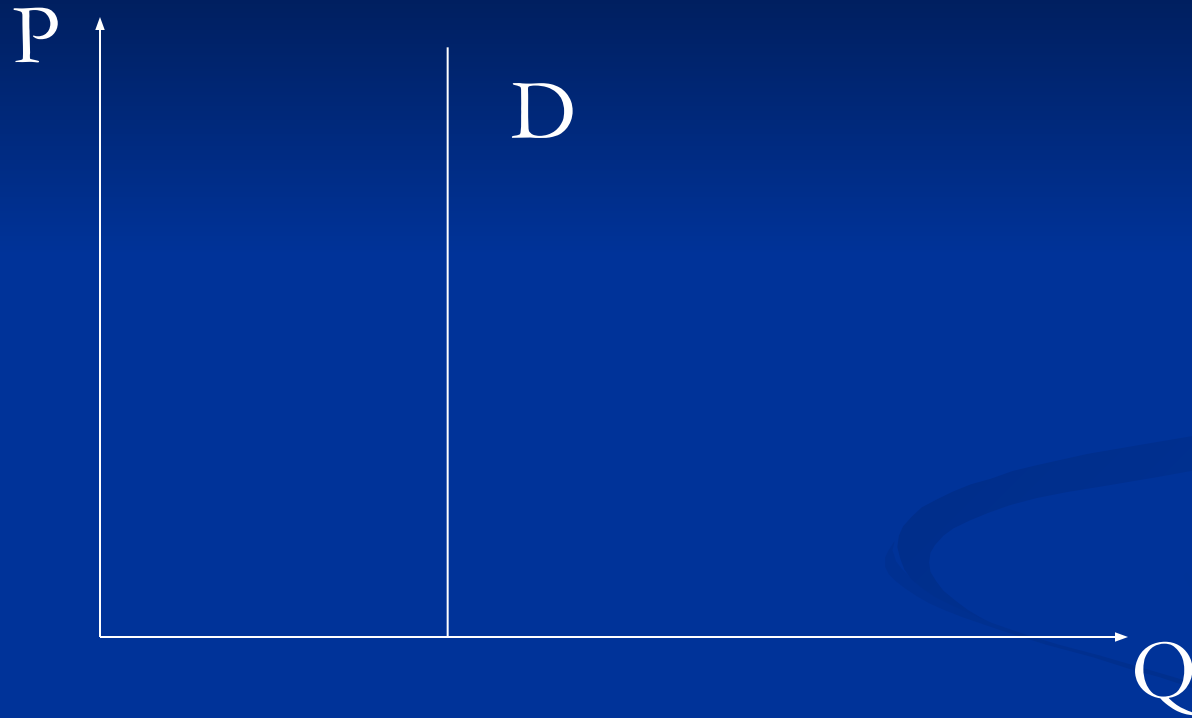


Спрос с единичной эластичностью

$$E_p = 1$$



Жесткий, абсолютно неэластичный спрос $E_p=0$



Абсолютно эластичный спрос E_p

$$= \infty$$



Перекрестная эластичность спроса по цене (E_{AB})

$$E_{AB} = \frac{\frac{\Delta Q_A}{Q_A}}{\frac{\Delta P_B}{P_B}} = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}}$$

Если $E_{AB} > 0$, то товары взаимозаменяемые

Если $E_{AB} < 0$, то товары взаимодополняющие

Если $E_{AB} = 0$, то товары нейтральные

Эластичность спроса по доходу (E_I)

$$E_{AB} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta I}{I}} = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{I_2 - I_1}{I_1}}$$

Если $E_I > 0$, то товар нормальный

Если $E_I < 0$, то товар ненормальный

Если $E_I = 0$, то товар нейтральный

Коэффициент эластичности предложения (E_s)

$$E_s = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}}$$

Теория производства. Издержки производства и прибыль предприятия

1. Производство. Определение издержек производства. Явные и неявные издержки
2. Постоянные, переменные, общие, средние и предельные издержки
3. Бухгалтерская и экономическая прибыль

1. Производство. Определение издержек производства. Явные и неявные издержки

- Производство – основная область деятельности фирмы

Процесс производства :

- процесс потребления факторов производства (Труд–Земля – Капитал –Предпринимательская способность)
- процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества

Издержки предприятия

Экономические		Бухгалтерские
Классификация затрат по составу	<ul style="list-style-type: none">■ Явные (т.е. бухгалтерские)■ Неявные	Затраты на приобретение производственных факторов: <ul style="list-style-type: none">-оборудования-сырья- комплектующих материалов, труда-оплату косвенных налогов- выплату процентов по кредитам- арендную плату
Классификация затрат по видам	<ul style="list-style-type: none">■ Краткосрочные:<ul style="list-style-type: none">- постоянные- переменные■ Долгосрочные (все – переменные)	
	<ul style="list-style-type: none">■ Общие■ Средние постоянные■ Средние переменные■ Средние общие■ Предельные	Совпадают с понятием «явные издержки»

ЯВНЫЕ (бухгалтерские) издержки – денежные выплаты поставщикам факторов производства. Отражаются в бухгалтерских документах

НЕЯВНЫЕ издержки – денежные доходы, которые могли бы быть получены от альтернативного использования удерживаемых ресурсов. Не отражаются в бухгалтерских документах, хотя и существуют в действительности

Альтернативные издержки (издержки упущенных возможностей) – ценность других благ, которые можно было бы получить при наиболее выгодном из всех возможных способов использования данного ресурса




Бухгалтерские
издержки

=

Явные издержки

Неявные издержки

Экономические
издержки

Тип издержек	Характеристика и Формула расчета	Графический образ
Постоянные FC	Не зависят от объема производства -	
Переменные VC	Зависят от объема производства -	
Общие TC	Сумма постоянных и переменных издержек $TC = FC + VC$	
Средние постоянные AFC	$AFC = FC / Q$	
Средние переменные AVC	$AVC = VC / Q$	
Средние общие ATC	$ATC = AFC + AVC$ $ATC = TC / Q$	

Бухгалтерская прибыль =

= Совокупные доходы – явные издержки

Экономическая прибыль =

= Совокупные доходы – экономические издержки



Экономические издержки = явные + неявные

Экономическая прибыль =

Совокупные доходы – (явные + неявные) =

= Бухгалтерская прибыль – неявные издержки

Рыночные структуры

1. Понятие конкуренции. Совершенная конкуренция
2. Монополия. Ценовая дискриминация
3. Монополистическая конкуренция
4. Олигополия

Структура рынка определяется:

- Количеством и размером фирм
- Характером выпускаемой продукции
- Легкостью входа на рынок и выхода из него
- Доступностью информации

Семинар 1. Предмет и метод экономической науки

1. Составить сравнительную таблицу по основным направлениям экономических учений

Общее для всех экономических учений	Причины возникновения	Роль государства	Источник богатства
Направления экономических учений			

2. Потребности. Классификация потребностей
3. Кривая производственных возможностей
4. Типы экономических систем. Модели смешанной экономики
6. Собственность, основные формы
7. Задание из лекции

Ценообразование на рынках факторов производства

1. Производный спрос на факторы производства
2. Рынок труда и заработная плата
3. Капитал и процент
4. Рынок земли и земельная рента

Производный спрос на факторы производства

Отличительные особенности рынка факторов производства:

1. Производители раньше были продавцами, а теперь они покупатели
2. Цены на факторы производства способствуют их распределению между отраслями и фирмами

Спрос на факторы производства зависит (произведен) от спроса на продукцию, производимую с применением данного ресурса

Изменение спроса на факторы производства зависит от динамики спроса на другие ресурсы, т.е. от **изменения** цены на замещающие ресурсы

Рыночный спрос на факторы производства –

сумма спроса, предъявляемая всеми фирмами различных отраслей, использующими данный фактор

Предложение факторов производства напрямую зависит от цен на факторы производства

Цены на факторы производства определяются соотношением спроса и предложения

Рынок труда и заработная плата

Субъекты рынка труда: **работодатель**, предъявляющий спрос на известное количество ресурса труда; **наемные работники** – собственники ресурса труд, количество и профессиональные характеристики которых формируют предложение на рынке труда

Объект сделки на рынке труда: право на использование единицы труда определенного качества в течение определенного промежутка времени

Инфраструктура рынка труда: службы занятости населения, службы профориентации, подготовки, переподготовки работников

Спрос на труд определяется спросом на ту продукцию, для производства которой он используется

Цена труда – заработная плата

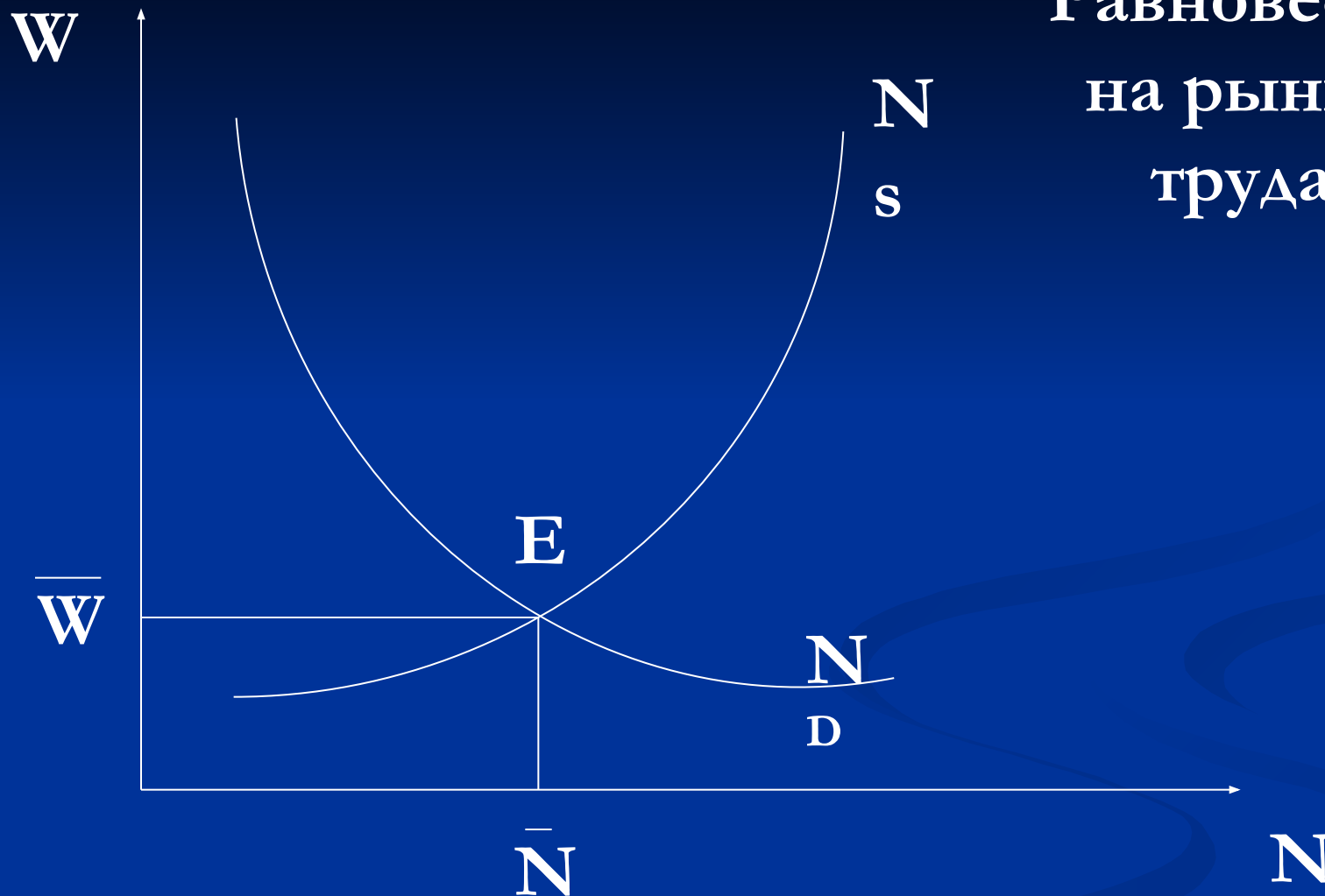
Номинальная заработная плата (W) – сумма денег, которую получает наемный работник за единицу времени. Показывает уровень заработка, дохода.

Реальная заработная плата (ω) – масса жизненных благ и услуг, которые можно приобрести за полученные деньги. Показывает уровень потребления, благосостояния.

$$\omega = W / P ,$$

где P – уровень цен на предметы потребления и услуги

Равновесие на рынке труда



\bar{W} — оптимальная ставка

\bar{N} — равновесный объем занятости

Рынок капитала и процент

Капитал – ценность, приносящая поток дохода

Под капиталом на рынке факторов производства понимается **реальный капитал** или производственные фонды

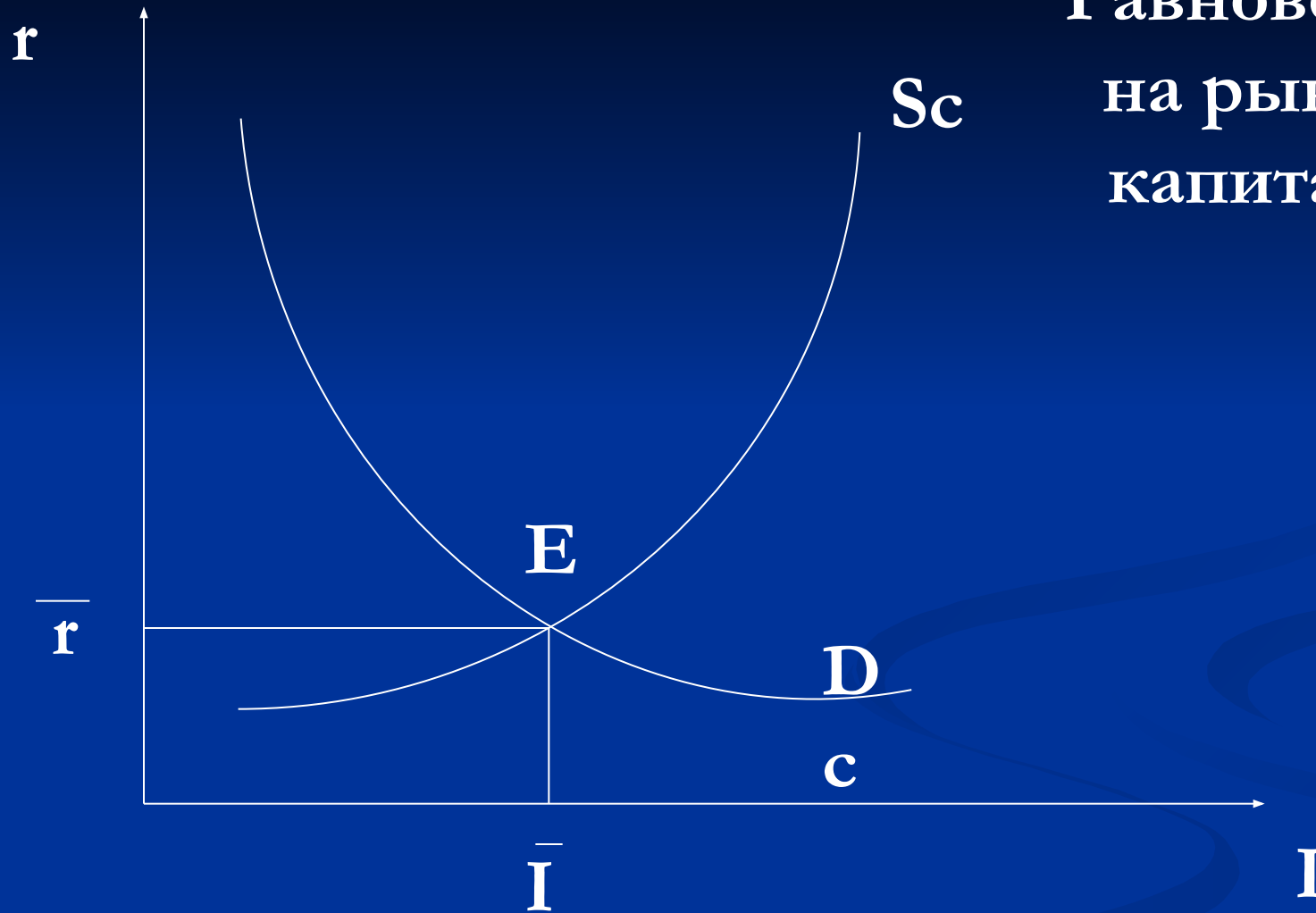
Капитал – это инвестиционные ресурсы

Субъект **спроса** на капитал – бизнес

Спрос на капитал – это спрос на инвестиционные средства, не просто деньги

Субъекты предложения капитала - домохозяйства

Равновесие на рынке капитала



r — уровень процента

I — инвестиции

Рынок земли и земельная рента

Рынок земли – система экономических отношений между людьми, индивидуальными и коллективными хозяйствующими субъектами, основана на обмене земельными участками, купле-продаже земли

Предложение земли ограничено, т.к. этот фактор производства не воспроизводим, ограничен

Рента – доход от любого ресурса, предложение которого неэластично

Земельный участок – капитальное благо,
приносящее поток доходов

Цена зависит от:

- Размеров земельной ренты, которую можно получать, став собственником данного участка
- Ставки ссудного процента

Цена земли = $\frac{\text{размер арендной платы(ренты)}}{\text{величина ссудного процента}} * 100\%$

$$PV_{\text{земли}} = R / r * 100\%$$

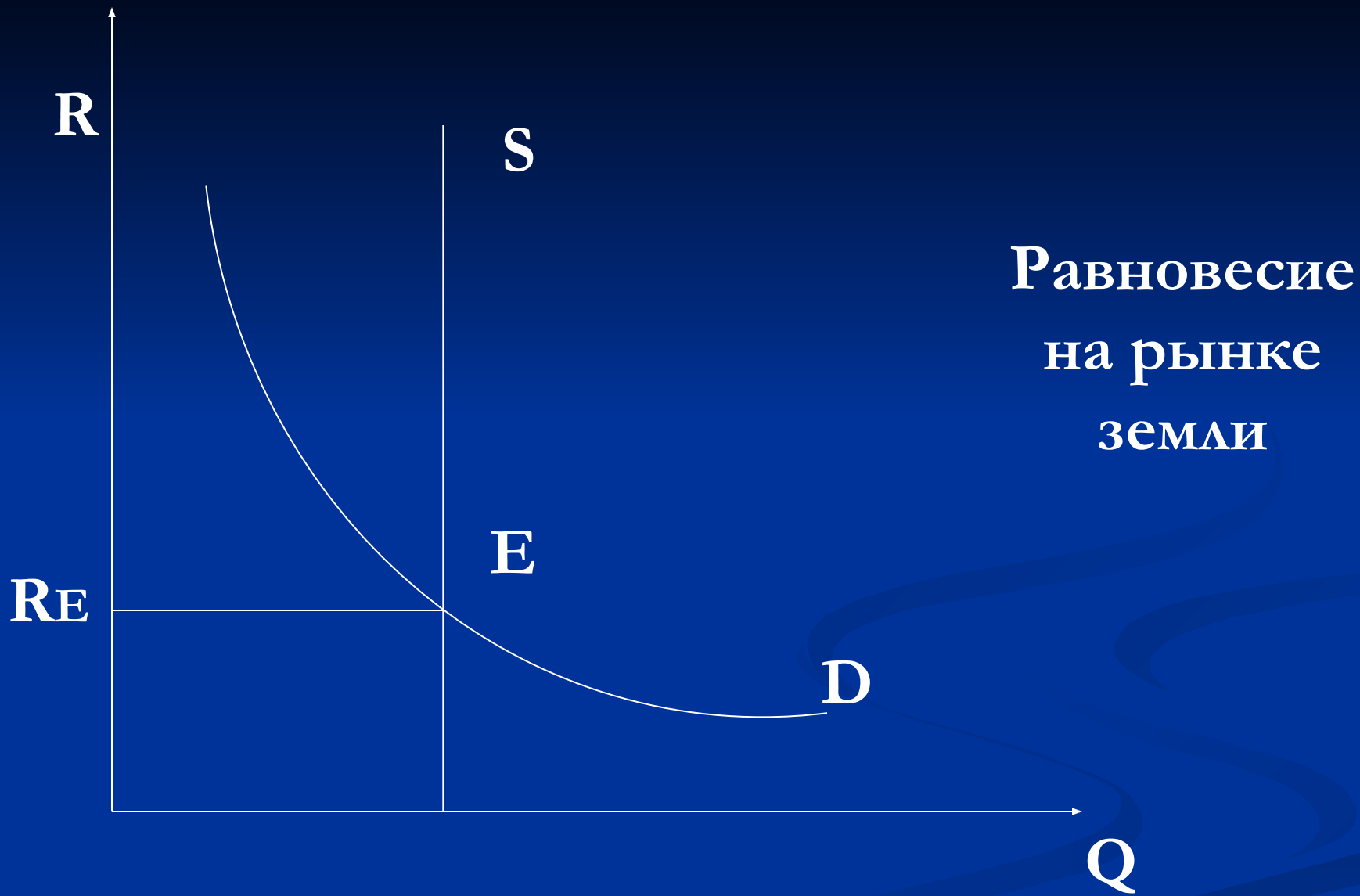
Ежегодный доход в виде ренты - 1000 \$

Ставка ссудного процента(r) – 5%

$$PV_{\text{земли}} = 1000 \$ / 5\% * 100\% = 20000 \$$$

Цена земли будет **расти**, если увеличивается
размер ренты

Цена земли падает, если повышается норма
процента



R – арендная плата (рента)

Q – количество земли