МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Кубанский государственный университет»

ИНСТИТУТ ГЕОГРАФИИ, ГЕОЛОГИИ, ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Кафедра теоретической экономики

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

По учебной дисциплине «Экономика»

**ВАРИАНТ 3**

Работу выполнила\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С. М. Аствацатурян

(подпись, дата)

Институт географии, геологии, туризма и сервиса\_\_ \_\_\_\_\_\_2\_\_\_\_\_ курс

Направление 43.03.02 – Туризм, ЗФО\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель

канд. эконом. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н. Ю. Сайбель

(подпись, дата)

Нормоконтролер

канд. эконом. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. Ю. Сайбель  
 (подпись, дата)

Краснодар, 2018

**Задание 1**

**1 Конкуренция и монополия в системе рыночного механизма**

Конкуренция (от лат. “конкурро” — сталкиваться) означает со­перничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров. В рыночной экономике такое столкновение не­избежно, ибо оно порождается следующими объективными усло­виями: наличие множества равноправных рыночных субъектов; полная экономическая обособленность каждого из них; зависимость рыночных субъектов от конъюнктуры рынка; противоборство со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

Конкурентная борьба за экономическое процветание и вжива­ние — экономический закон рыночного хозяйства. Эта борьба сре­ди продавцов, среди покупателей, между продавцами и покупате­лями. Продавцы хотят продать свои продукты подороже, но конку­ренция вынуждает их сбывать свою продукцию дешевле, чтобы стимулировать покупательский спрос. Иногда на рынке применяет­ся демпинг — продажа товаров по чрезвычайно низким ценам. В конкуренции среди покупателей побеж­дает тот, кто покупает больше или по более высокой цене по срав­нению с рыночной, несмотря на их естественное стремление при­обрести материальные блага по меньшей цене. В борьбе между про­давцами (стремящимися продать дороже) и покупателями (стремящимися купить дешевле) выигрывают те, кто больше сплочен и имеет возможность «навязать» свою (выгодную для них) цену.

Конкуренция — двигатель экономического прогресса. Это объяс­няется тем, что рыночное соперничество приводит к успеху в том случае, если предприниматель заботится не только о сохранении, но и расширении своего производства, для чего стремится усовер­шенствовать его технику и организацию, повышает качество това­ров, снижает затраты на производство единицы продукции и тем самым имеет возможность снизить цены, расширяет ассортимент товаров, улучшает торговое и послеторговое обслуживание поку­пателей. Именно этот фактор позволил лауреату Нобелевской пре­мии Ф. фон Хайеку утверждать, что общества, полагающиеся на конкуренцию, успешнее других достигают своих целей и что имен­но конкуренция показывает, как можно эффективнее производить вещи. В этом выражается несомненная положительная роль конку­ренции в общественном развитии.

Но конкуренция далека от идиллии. Во все времена глубинные корни конкурентных отношений состояли в необходимости посто­янной борьбы за лучшие условия существования. В результате этой борьбы были не только победители — счастливые соперники, при­умножавшие свои богатства, но и побежденные. С конкуренцией связываются такие негативные стороны ее проявления, как разо­рение, обнищание определенной части населения, безработица, нестабильность, дифференциация, социальная несправедливость, инфляция, образование монополий и т.д.

Сущность конкуренции проявляется в ее следующих функциях: обеспечение нацеленности производителя на запросы потреби­теля, без чего нельзя получить прибыль; стимулирование роста эффективности производства, обеспечи­вающее “выживание” производителей; дифференциация товаропроизводителей (одни выигрывают, дру­гие остаются при своем, третьи разоряются); давление на производство, распределение ресурсов между от­раслями народного хозяйства в соответствии со спросом и нормой прибыли; ликвидация неконкурентоспособных предприятий (их продажа с молотка, слияние, преобразование и т.д.); стимулирование снижения цен и повышение качества товаров. Различают конкуренцию:

1) функциональную (конкуренция определенного товара);

2) видовую (по цене и качеству);

3) межфирменную (среди отдельных предприятий, фирм);

4) внутриотраслевую и межотраслевую, механизм которых дос­таточно подробно исследован К.Марксом в III томе “Капитала”;

5) совершенную и несовершенную.

Совершенная конкуренция означает такое состояние экономи­ческой системы, когда влияние каждого участника экономическо­го процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пре­небречь. Обычно выделяются следующие признаки совершенной конкуренции: множественность продавцов и покупателей, однород­ность выпускаемого продукта, отсутствие возможности покупателей и продавцов влиять на цены, абсолютная мобильность производ­ственных ресурсов, полное знание предпринимателями состояния рынка.

Совершенная конкуренция — абстракция, в постоянной жизни имеют место элементы “несовершенства” конкуренции. Поэтому неоклассическая школа (А.Маршалл, Л.Вальрас), основывая свои выводы на совершенной конкуренции, потеряла свое значение. Дис­куссия о ценообразовании, развернувшаяся еще в 20-х годах XX в. (под влиянием работ П.Сраффы, в которых он доказывал, что круп­ные фирмы постоянно нарушают механизм свободной конкурен­ции и ценообразования), позволила по-иному взглянуть на конку­ренцию.

Выход в свет работ “Теория монополистической конкуренции” (Э.Чемберлин, 1933) и “Экономическая теория несовершенной конкуренции” (Дж.Робинсон, 1933), где были исследованы новые условия рынка, позволили говорить о несовершенной конкурен­ции. Последняя предполагает функционирование на рынке одной или нескольких крупных фирм, производящих основную массу оп­ределенного товара. Она проявляется в виде монополии (один про­давец) и монопсонии (один покупатель), когда отдельный рыноч­ный субъект занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара. Определяющим при этом являются не раз­меры предприятия, а его доля в объеме рынка. Существуют три модели несовершенной конкуренции: монополия, олигополия, диффе­ренциация продуктов.

Конкуренция по своему содержанию весьма противоречива. С од­ной стороны, она выражает стремление к свободе, экономической независимости — это проявление центробежных сил. С другой — стремление самих конкурентов обезопасить себя от превратностей борьбы, что свидетельствует о центростремительной тенденции к объединению усилий, своего рода экономической солидарности, гарантом которых выступает государство, законы поведения на рынке, защищающие интересы национальных предпринимателей от конкуренции иностранного капитала и т.д. Более того, стремле­ние победить в конкурентной борьбе ведет к установлению господ­ствующего положения на рынке, захвату рыночной власти, обра­зованию монополий. Конкуренция и монополизм — это не две раз­личные взаимоотрицающие экономические силы, а две стороны одного и того же рыночного взаимодействия.

Монополия (от греч. “монос” — один, “полео” — продаю) — исключительное право государства, предприятия, организации, тор­говца (т.е. принадлежащее одному лицу, группе лиц или государ­ству) на осуществление какой-либо хозяйственной деятельности. По своей природе монополия выступает силой, подрывающей сво­бодную конкуренцию, стихийный рынок.

В разных странах и в различные исторические периоды в эконо­мике возникают следующие виды монополий: естественная монополия, которой обладают собственники и хо­зяйствующие субъекты, имеющие в своем распоряжении редкие и свободно не воспроизводимые элементы производства (редкие ме­таллы, земля и др.); искусственная монополия, означающая сосредоточение в отдель­ных руках производства и рынка сбыта какого-либо продукта. Она имеет случайную, устойчивую и всеобщую форму. Случайная фор­ма возникает неожиданно, когда появляется исключительная воз­можность производить и продавать товар при лучших условиях про­изводства и при временном благоприятном соотношении спроса и предложения. Устойчивая монополия возникает у крупнейших пред­приятий, захвативших рынки сбыта в конце XX в. Известны такие формы устойчивых монополий, как пулы, ринги, картели, синди­каты, тресты. Эти монополии возникали в одной какой-либо от­расли хозяйства. Появление избыточного капитала в одной отрасли и неспособного приносить высокую прибыль, привело к образова­нию устойчивых монополий в различных отраслях (комбинирован­ные тресты, концерны, конгломераты). Всеобщая форма монопо­лий появилась во второй половине XX в., когда на большинстве рынков объединения предпринимателей совместно или с помощью государства становятся либо основными покупателями, либо ос­новными продавцами.

Появление монополий явилось результатом концентрации про­изводства (укрупнения производства за счет дополнительного вов­лекаемого капитала) и централизации производства (слияние мел­ких и средних предприятий в единое крупное). Это слияние может происходить по-разному: либо путем поглощения в процессе кон­курентной борьбы одним предприятием других (а именно скупка за бесценок предприятий разорившихся конкурентов), либо путем создания акционерных обществ. Свободная конкуренция достигла своего расцвета к 50—70-м годам XIX в., монополии в то время только зарождались, были очень непрочны и быстро распадались. В период промышленного подъема 1895—1910 гг. и кризиса 1900— 1903 гг. монополия становится основой всей хозяйственной жизни крупных государств. Как экономическое явление, монополии были известны давно. Они существовали и в древнем мире, и при феода­лизме, причем выражали обладание каким-либо исключительным экономическим преимуществом в данной системе хозяйствования. Но в те времена они не были типичным явлением, а были просто исключением. В текущем столетии они получили широкое распро­странение. С появлением монополий конкурентная борьба ведется между монополиями и аутсайдерами (предприятиями, не входя­щими в монополистические объединения), а также внутри моно­полий.

Характер борьбы внутри монополий определяется формой мо­нополии: будет ли это картель, синдикат, трест или концерн. Внут­ри картелей конкурентная борьба сводится к следующим моментам. Так как в картель могут входить предприятия с различным техни­ческим развитием, то они борются за применение тех или иных технических усовершенствований. Когда лидеры объединения по­лучают львиную долю всех прибылей, они до известной степени утрачивают побудительные мотивы к техническому прогрессу. Они стараются не допускать технических нововведений на предприяти­ях участников данного картеля. Слабые участники этого союза не хотят удовлетворяться меньшей прибылью. Они сговариваются и, вопреки давлению воротил монополии, добиваются на своих пред­приятиях повышения производительности труда за счет внедрения новых технологических процессов, изобретений и усовершенство­ваний. Борьба за установление цен на продаваемые участниками картеля товара ведется систематически. Часто более сильные участ­ники картеля в погоне за повышением прибыли идут на снижение цен путем увеличения количества продаваемых товаров. Менее мощ­ные участники, у которых издержки производства выше, добива­ются повышения устанавливаемых картельным соглашением цен. Объектом острой борьбы внутри картелей являются квоты. Квота — это доля участника картеля в общем производстве и сбыте данного объединения. По сути дела квота представляет собой долю в при­былях, получаемых картелем. Каждое предприятие получает квоту соразмерно с его производственной мощностью и, соответствен­но, долю в прибылях. Чем выше квота, тем выше доля в прибылях. Борьба за квоту ведется все время, начиная с организации картеля. Участники картеля требуют пересмотра квот, так как соотношение сил участников картеля меняется. Одни ослабевают, другие, на­оборот, усиливаются. А все вместе хотят иметь крупную квоту. В то же время происходит борьба между ними. Усиливающиеся участни­ки требуют пересмотра квот в свою пользу, ослабевшие — сохране­ния прежнего порядка. Борьба идет и за установление периода дей­ствия соглашения о квотах, за величину штрафа за увеличение квоты и т.д. Ведется борьба и за рынок. Каждый из них хочет получить наиболее выгодный.

В синдикатах также идет борьба за техническое совершенство, за квоту. Синдикат не уничтожает самостоятельности объединен­ных предприятий в области производства. Лишая участников воз­можностей непосредственно вести борьбу на рынке, синдикат вы­зывает тем большее напряжение их усилий к тому, чтобы превзой­ти друг друга в области производства. А это в конечном счете при­водит к тому, что по истечении известного периода квоты участни­ков синдиката приходят в противоречие с новым соотношением сил, а это вызывает обострение борьбы и может взорвать синдикат. Синдикат может ограничивать количество продаваемых товаров для того, чтобы держать рынок в состоянии товарного голода и взду­вать цены.

Примером может служить синдикат “Продамет”, кото­рый выплачивал премии за недовыполнение квот, и штрафовал тех, кто производил металл сверх квоты.

Внутри трестов борьба несколько отличается. Так как участники объединения превращаются в акционеров треста, то они обладают возможностью продать свои акции. И в тресте зачастую идет борьба за овладение контрольным пакетом акций, т.е. за “контроль” над трестом. В трестах ведется борьба за наиболее влиятельные посты в правлениях, за распределение прибылей. Так что проводимые иногда в них или иных трестах реорганизации означают не что иное, как захват господствующего положения в тресте новой группы круп­нейших акционеров и вытеснение ранее главенствовавшей группы.

В концернах главной формой борьбы являются схватки за овла­дение контрольными пакетами акций и за контроль над наиболее выгодными предприятиями, за сферы влияния в тех или иных от­раслях. Так что конкурентная борьба в трестах и концернах доволь­но сходна.

Конкурентная борьба между монополиями-производителями и монополиями-потребителями определенных продуктов может при­обретать весьма острый характер. Например, образование монопо­лии в отрасли, производящей средства производства, может выз­вать со стороны трестов-потребителей соответствующих товаров стремление ограничить покупки с целью оказать давление на мо­нополию продавца и вынудить ее снизить цены. Если это не удает­ся, то тресты-потребители могут приступить к организации самосто­ятельного производства соответствующих средств производства — первоначально для удовлетворения собственных нужд, а в дальней­шем иногда и для сбыта на рынке. Когда Форд столкнулся с чрез­мерным повышением цен на сталь, он повел наступление на стале­литейные компании, построив собственный сталелитейный завод, занявший среди сталелитейных предприятий США 11-е место.

Таким образом, сопротивление и давление монополий-потре­бителей может ограничить произвол монополий-производителей в установлении цен. Еще более эффективное воздействие на моно­польные цены оказывает в ряде случаев конкурентная борьба в форме так называемой борьбы субститутов, или товаров-замените­лей с товарами, ставшими объектами монополий. Так, потребность в топливе может быть удовлетворена углем, нефтью, электроэнер­гией, газом и т.д. Если какой-нибудь из видов топлива становится объектом монополии и цена на него растет, то усиливается конку­ренция со стороны других видов топлива. Аналогичным образом могут конкурировать друг с другом различные строительные мате­риалы (железо, камень и т.д.), цветные металлы (медь и алюми­ний), виды транспорта (трамвай, автобус, метро, железная дорога, автомобиль, самолет) и т.д. Поэтому монополизация одного или даже части товаров, удовлетворяющих данную потребность, лишь обостряет конкуренцию с ними со стороны соответствующих не- монополизированных товаров.

Важной формой конкурентной борьбы является борьба за долю покупательной способности потребителя или, как пишут в амери­канской литературе, за “доллар потребителя”. Суть этой борьбы сво­дится к тому, что она ведется друг против друга монополиями, удовлетворяющими различные потребности. Эта борьба за вытесне­ние других видов потребления из бюджета покупателя. Поскольку покупательная способность населения в каждый данный момент есть величина определенная, всякое значительное увеличение того или иного вида потребления возможно лишь за счет сокращения потребления каких-либо других товаров. Поэтому каждая монопо­лия заинтересована в расширении сбыта путем вытеснения из бюд­жета потребителей товаров, производимых в других отраслях. На­пример, монополии, производящие мебель и другие предметы оби­хода, стараются посредством рекламы, путем продажи в рассрочку навязать потребителям как можно больше своих товаров. Но теми же методами и того же добиваются монополии, выпускающие одеж­ду, обувь, часы, велосипеды, машины и т.д. Таким образом, идет борьба за “доллар покупателя”, за долю в покупательной способ­ности потребителя.

Методов и средств для ведения конкурентной борьбы очень много. Наиболее типичными для монополий являются следующие методы конкурентной борьбы: 1) лишение сырых материалов — один из важнейших приемов для принуждения к вступлению в картель; 2) лишение рабочих рук посредством “альянсов”, т.е. договоров предпринимателей с рабочими союзами о том, чтобы последние принимали работу на картелированных предприятиях; 3) лишение подвоза; 4) лишение сбыта; 5) договор с покупателем о ведении торговых сношений ис­ключительно с картелями; 6) планомерное сбивание цен (для разорения “посторонних”, т.е. предприятий, не подчиняющихся монополистам, расходуются миллионы на то, чтобы в течение определенного периода прода­вать ниже себестоимости); 7) лишение кредита, объявление бойкота. Сюда же следует от­нести скупку земельных участков, на которых стоят предприятия конкурентов, скупку акций, патентов, подкуп нужных лиц, давле­ние на конкурентов через государственные органы и т.д.

Захват монополистическими объединениями патентов на раз­личные открытия, изобретения и техническое усовершенствование широко используется как во внутриотраслевой, так и в межотрас­левой конкуренции. Он позволяет монополии применять на своих предприятиях технические новшества, которых лишены другие монополии. Захватом патентов монополия старается преградить до­ступ в “свою” отрасль монополиям, пытающимся прорваться сюда из других отраслей. Монополии борются против своих конкурентов путем захвата в свои руки производства оборудования. Средством конкурентной борьбы служит диверсификация, комбинирование производства. Диверсификация представляет собой проникновение монополий определенной отрасли в другие отрасли производства и вытеснение из нее конкурентов.

В последнее время научно-техническая революция породила со­вершенно противоположную тенденцию — к разукрупнению пред­приятий, к повышению роли малых и средних технически передо­вых предприятий. Их доля в ряде развитых стран составляет 70— 80% от числа всех хозяйственных организаций.

В нашей стране демонтаж тоталитарного огосударствления эко­номики предполагает разрушение всех видов абсолютного монопо­лизма.

Появление монополий обусловлено возникновением экономи­ческих выгод, которые они получают в результате установления монопольно высоких цен на свою продукцию и монопольно низ­ких цен на покупаемую ими продукцию (например, сырье и др.). Монопольная цена — это особый вид рыночной цены, которая устанавливается на уровне выше или ниже стоимости товара в це­лях получения монопольного дохода в форме монопольной сверх­прибыли. Эта форма дохода есть экономическая реализация госу­дарства монополистов на рынке, своего рода “дань”, которой они облагают население и других предпринимателей.

Война цен занимает определенное место в конкурентной борьбе. Суть ее ясна. Когда создается возможность и необходимость, то монополии стараются бить своих противников дешевым товаром. В Англии, например, практикуется “система охраны”, направлен­ная на перехват заказов у аутсайдеров. Монополии часто осуществ­ляют значительные снижения цен с целью массового разорения аутсайдеров или принудительного подчинения их своему контролю. После такой “расчистки” рынка монополии не только восстанав­ливают прежний уровень цен, но еще больше повышают его.

Монополист имеет возможность влиять на ценообразование пу­тем изменения объема производства, монопсонист — путем изме­нения объема закупок. Монополист расширяет свое производство до тех пор, пока каждая дополнительная единица продукции будет приносить доход больший, чем затраты на ее производство.

Монополия и монопсония — это крайние случаи несовершен­ной конкуренции. Чаще встречается олигополия (от греч. “олигос” —  
немногий, “полео” — продаю), когда основная масса товаров со­средоточена у нескольких крупных продавцов, и олигопсония, когда на рынке присутствуют несколько крупных покупателей. Примером олигополии могут служить три гиганта автомобильной промыш­ленности США — General Motors, Ford и Crysler, которые вместе производят свыше 90% всей продукции.

Олигополии используют новый способ борьбы за покупательс­кий спрос — неценовую конкуренцию. В этом случае борьба идет на основе технического превосходства, высокого качества и надежно­сти изделий, более эффективных методов сбыта, использования маркетинга, расширения видов предоставляемых услуг и гарантий покупателям, условий оплаты и других приемов.

Неценовая конкуренция меняет рыночный механизм регулиро­вания взаимосвязи цен и стоимости. Если на рынке господствует цена, установленная олигополией, то цена не может совершать прежнее движение вокруг стоимости товара. Величина стоимости изменяется в соответствии с уровнем зафиксированной цены про­дуктов, в зависимости от остроты конкуренции увеличиваются или снижаются расходы олигополий на повышение качества товара, содержание сети обслуживания потребителей, рекламу и др. Затра­ты на изготовление и сбыт продукции монополий и олигополий ме­няются быстрее и оказываются более гибкими, чем рыночная цена.

Как известно, в странах Запада государство активно вмешивает­ся в хозяйственную деятельность монополий и олигополий. Оно стре­мится не допустить чрезмерного влияния монополий и олигополий в экономике, разрабатывает антимонопольное (антитрестовское) законодательство.

Первые законы, запрещавшие монопольные соглашение, были приняты в Канаде (1889) и США (1890). Последний — это знаме­нитый закон Шермана, получивший широкую популярность как “хартия экономической свободы”. Закон звучал очень грозно. Лю­бые договоры или объединения, имеющие целью ограничивать сво­боду промысла, монополизировать какую-либо отрасль хозяйства, признаются незаконными. Создание монополий влечет штраф до 5 тыс. дол. (впоследствии он был повышен до 50 тыс. дол.) и тюремное заключение сроком до одного года. Такой же закон был принят в Австрии и Новой Зеландии. Закон Шермана впоследствии допол­нялся (в 1914, 1939 и 1950 гг.), он распространялся на новые виды деятельности и новые формы объединений и соглашений.

Закон Клейтона (1914) запретил соглашения об ограничении круга контрагентов, покупку или поглощение фирм, если это мог­ло уничтожить конкуренцию, создание холдинговых компаний и другие соглашения. Запрещались горизонтальные слияния (объеди­нения фирм одной отрасли). В 1914 г. была образована федеральная торговая комиссия, предназначенная для борьбы с “нечестными” методами конкурентной борьбы и антиконкурентными слияниями компаний.

В Западной Европе (Бельгия — 1935 г.; Нидерланды — 1933 г.; Дания — 1937 г.) были предприняты попытки законодательного контроля картельных соглашений. Здесь картели рассматривались как средство борьбы с “излишней конкуренцией”, но законы были направлены на то, чтобы не допустить злоупотребления этой фор­мой монополии.

Акт Селлера—Кефовера (1950) дополнил Акт Клейтона запре­том на слияние путем приобретения активов. Запрещались не толь­ко горизонтальные слияния, но и вертикальные (объединение ком­паний — последовательных участниц одного производственного про­цесса).

В Римском договоре, положившем начало Общему рынку, в ст. 85 и 86 также установлено запрещение монопольных соглашений.

Таким образом, все эти законы были направлены на обеспече­ние свободного рынка, добросовестной конкуренции, устанавли­вали контроль за разного рода соглашениями.

Однако немногие дела по обвинению в нарушении свободной конкуренции, рассмотренные, например, американскими судами, закончились наказанием нарушителей законов. Очень часто суды были на стороне монополий. Еще русский экономист И.Янжул об­ратил внимание в своей книге о синдикатах на процветание объе­динений, которые по закону Шермана были признаны незаконны­ми, уже через три года после принятия данного закона.

Современное процветание разного рода монополий, возникно­вение транснациональных корпораций свидетельствует о том, что образование монополий — закономерный процесс и объясняется это тем, что сама конкуренция как важный элемент рыночного механизма порождает их, ибо каждый конкурент на рынке мечтает стать монополистом.

**2 Государственное регулирование экономики: основные цели инструменты.**

Государственное регулирование развития экономических процессов - это воздействия государственных властей, которые направлены на деятельность субъектов хозяйствования и конъюнктуру рынка, главной целью которых является обеспечение оптимальных условий для функционирования рыночного механизма.

Результатом появления негативных сторон рыночной экономики является повышения роли государственных органов в ее развитии. Так как основной задачей государства в экономической сфере считают предотвращение и смягчение негативных последствий.

Полагаясь на все вышесказанное, можно выделить основные функции государства в сфере экономического регулирования: предоставление правовой базы для функционирования частного предпринимательства; защита конкуренции - государство дает некую поддержку для развития конкуренции, так как монопольная деятельность наносит немалый вред обществу; с помощью эффективного налогообложения и выдачи платежей (пенсий, пособий, компенсаций) государство осуществляет перераспределение полученных доходов; осуществляет финансовую поддержку в сфере фундаментальной науки и охраны окружающей среды; проводит мониторинг уровня занятости, цен и динамики развития экономических процессов; осуществление финансовой поддержки в сфере непосредственного производства товаров и услуг общественного характера.

Существует два основных направления государственного влияния на экономику страны: с помощью государственного сектора; воздействие на деятельность частного предпринимательства с использованием различных экономических инструментов.

Учитывая условия рыночного хозяйствования, государственное [регулирование экономики](http://utmagazine.ru/posts/9123-regulirovanie-ekonomiki) представлено как система определенных мер, имеющих законодательный, исполнительный и контролирующий характер, который осуществляется компетентными государственными органами и общественными организациями. Целью таких учреждений является стабилизация и приспособление экономической системы к изменяющимся условиям.

В зависимости от объектов государственного регулирования выделяют три взаимосвязанных части: ресурсное регулирование; производственное регулирование; [финансовое регулирование](http://utmagazine.ru/posts/9080-finansovoe-regulirovanie).

В зависимости от иерархии государственного регулирования на уровне регионов выделяют федеральное и региональное направления.

Также, существуют определенные принципы государственного регулирования, на основе которых осуществляется его общая стратегия: организация экономики должна быть построена на основе рыночных форм, то есть государство выдает финансовую поддержку только тем отраслям, которые не связанны с частным бизнесом (причиной этого является малая прибыльность); государственные формы предпринимательства не должны создавать конкуренцию частному бизнесу, так как его основная задача состоит в том, чтобы помогать развитию частного предпринимательства; экономическому возрастанию и социальной стабильности способствует рациональная организация финансовой, кредитной и налоговой политики государства; контроль над общехозяйственными кризисами и международными экономическими отношениями осуществляется с помощью усиления государственного регулирования.

Рассмотрим детально главные цели государственного регулирования экономики страны: избежание или сведение к минимуму негативных последствий процессов рыночного характера; для эффективного функционирования рыночной экономики должны создаваться финансовая, правовая и социальная поддержка; те группы рыночного общества, которые стали более уязвимы в конкретной экономической ситуации должны быть обеспечены социальной защитой.

Также, существую методы, с помощью которых достигаются основные цели проведения государственного регулирования экономики (рис.2): прямые (дирижистские) и косвенные (экономические).

Прямые методы - это методы проведения государственного регулирования, которые используют административно-правовые способы влияния на предпринимательскую деятельность различных хозяйственных субъектов

Косвенные методы - характерной особенностью этих методов, является то, что они не ограничиваю свободу выбора, а создают дополнительные мотивы к принятию рыночного решения. Вся экономическая среда является областью применения этого метода.

Вышеперечисленные методы взаимосвязаны и имеют общие инструменты регулирования со стороны государства: инструменты административно-правового характера; налоговая и финансовая системы; кредитно-[денежная система](http://utmagazine.ru/posts/8462-denezhnaya-sistema); собственность государства; государственный [заказ](http://utmagazine.ru/posts/10649-zakaz).

С государственным использованием этих инструментов, при организации регулирования экономики, также существует немалое количество инструментов связанных с внешнеэкономическим регулированием.

Все [методы регулирования экономики](http://utmagazine.ru/posts/9076-metody-regulirovaniya-ekonomiki) со стороны государства являются абсолютно пригодными и эффективными. Главная задача состоит в том, чтобы определить причастность каждого из методов к той или иной ситуации. Основной причиной хозяйственных потерь является чрезмерное использование либо прямых, либо косвенных методов.

Экономисты считают, что основными причинами регулирования экономики со стороны государства являются: неопределенность территориального пространства экономики, так как оно несколько замедляет успешность ее развития. Основной составляющей экономических взаимосвязей между предпринимателями, домохозяйствами и любыми экономическими субъектами является потребление. А оно, соответственно, связано с определенной социальной средой, которая имеет четкие территориальные границы. Эти границы обеспечиваются государственными властями. Главными условиями для успешного развития экономики и функционирования экономических рынков является: надежная исполнительная и [законодательная власть](http://utmagazine.ru/posts/9361-zakonodatelnaya-vlast); единое экономическое, информационное и правовое пространство. Еще одной главной составляющей этого принципа считают функционирование государства в сфере народного хозяйства и ее международных отношений; формирование и поддержка моральной, психологической, этической среды, которые, в свою очередь, являются носителями главных целей в развитии нации и удовлетворении потребностей населения. Их государственное определение осуществляется под влиянием менталитета общества и его духовные характеристики. Эти составляющие должны быть организованны так, чтоб обеспечивалось их уважение со стороны частного бизнеса. В противном случае, может создаться негативная ситуация, которая приведет к социальным протестам большинства населения страны; сбалансированные экономические интересы в стране. Государство не допускает свое подчинение каким-либо узким экономическим и политическим интересам отдельной социальной группе или группе населения. Как показывает практика, при возникновении таких ситуаций возникает, так называемая, "взрывоопасная" обстановка. Учитывая ее особенности (когда в "элите" начинается война кланов), государство лишено какой-либо деятельности в сфере экономического регулирования; динамичное развитие инфраструктуры государства должно приносить пользу как частному бизнесу, так и различным домохозяйствам; должна сохранятся как стабильность, так и динамичность развития институциональной сферы государства, таких как нормативная база, институты права, информационные системы, [консалтинг](http://utmagazine.ru/posts/10610-konsalting), высокообразованный аппарат управления и контроля и др.

Результатом проявления причин государственного вмешательства в экономику является возникновение его главных целей и задач (текущие и стратегические).

Основные цели государственного регулирования могут зависеть от большинства обстоятельств, в частности от уровня развития экономики, ее основной структуры, ее роли в международных связях, от политической и социальной ситуации в государстве. Большим количеством целей для экономики характеризуются страны с переходной экономикой.

 Уровень регулирования экономики со стороны государства является главной проблемой всех стран мира. Вмешательство государства в экономику рассматривают с двух сторон. Одна, по мнению А. Смита, состоит в том, что [рынок](http://utmagazine.ru/posts/14941-rynok), как и вся экономика, - это система, которая довольствуется саморегулированием и не требует дополнительного вмешательства. Вторая свидетельствует о том, что рынок имеет множество слабых и негативных сторон, которые государство должно изъять или минимизировать.

Исходя из этого, необходимо отметить, что основной целью государственных органов является удержание, так называемой, "золотой середины" в экономическом спектре. Поскольку, большая активность со стороны государства может привести к необратимым последствиям, так же как и ее пассивные действия.

**Задание 2.**

**Тест 1.**

Ответ: 6.

По формуле Карла Маркса   
ЗАКОН ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ – экономический закон, определяющий количество денег, необходимых для обращения, как произведение количества продаваемых за год товаров на их среднюю цену, деленное на скорость обращения.   
$1=Q1\*Ц1/v1,   
$2=1,5\*20/2\*Q1\*Ц1/v1   
$2/$1=15

**Тест 2.**

Ответ: 4.

Кривая спроса вправо и вверх – увеличение доходов потребителя.

**Тест 3.**

Ответ: 1.

Затраты, которые несет фирма даже тогда, когда продукция не производится, относятся к постоянным. Остальные варианты относятся к другим видами издержек производства.

**Тест 4.**

Ответ: 2.

Случаи господства одного крупного производителя и множества мелких фирм характерны для квазимонополии.

**Тест 5.**

Ответ: 1.

Дифференциация продукта, означающая, что хотя товары разных фирм удовлетворяют одну и ту же потребность, товару каждой фирмы присущи свои уникальные особенности, обусловливающие высокую, но не абсолютную степень замещения их товаров, приводя к возникновению ограниченной рыночной власти;

**Задание 3.**

**Задача 1.**

Рост заработной платы составил 150% (900/600\*100%).

Так как индекс цен на потребительские товары составил 190%, что превышает рост заработной платы за тот же период, то реальная заработная плата уменьшилась на разницу между индексом цен и фактическим ростом зарплаты, т.е. на 40 % (190% – 150%).

**Задача 2.**

Дано:

Сырье- 250 ед.

Помощник- 50 ед.

Вложение в оборудование - 150 ед.

Процент дохода на оборудование – 10%

Менеджер - 80 ед.

Рента – 50 ед.

Заработная плата – 20 ед.

Найти: бухгалтерскую прибыль и экономическую прибыль

Решение:

БП = валовые доходы (прибыль) – явные издержки

ЭП = неявные издержки – явные издержки

1. БП = 500-(250+50) = 200
2. ЭП = (50+150+80+20+135) -300= 135

**Задача 3.**

1. Определяем  параметры  рыночного равновесия до введения налога:

400 — Pd = 100 + 2(Pd – 15) 3Pd  = 330 Pd = 110 ден. ед. Ps = 110-15 = 95 ден. ед. Q1 = 400 – 110 = 290 ед.

Параметры рыночного равновесия после введения налога определяем с помощью уравнений:

Qd = 400 — Р Qs =100+ 2Р Qd = Qs Pd- Ps = 15

Введение налога на производителей приведет к тому, что получаемая ими чистая цена уменьшится. Введение налога на производителей не отразится на цене покупки Pd, а цена продажи будет равна  Ps = Pd – 15. Сделав все необходимые подстановки, получаем:

400 — Pd = 100 + 2(Pd – 15) 3 Pd = 330 Pd = 110 долл. Ps  = 110 – 15 = 95 долл. Q1 = 400 – 110 = 290 ед.

После введения налога на производителей равновесный объем составил 290 ед., а равновесная цена – 110 долл. Таким образом, равновесный объем сократился на 10 ед., а равновесная цена возросла на 10 долл.

1. За каждую единицу проданного товара государство получит 15 долл. Общая сумма налогов, полученных государством, составит:

Дг = Q1 × t = 290 × 15 = 4350 долл.

**Задача 4.**

Т.к. для любой фирмы, в т.ч. и монополии, условием максимизации прибыли является соблюдение равенства MR = MC, то, приравняв друг к другу уравнения предельного дохода MR и предельных издержек MC, найдем объем продаж

Q: 1000 – 20Q = 100 + 10Q →Q = 30 ед.

Т.к. TR = P • Q = 1000Q – 10Q2, то функция спроса: Р = 1000 –

10Q →P = 700 ден. ед.

**Задача 5.**

**Закон Оукена** — закон, в соответствии с которым каждые 2% превышения реального объема производства по отношению к его естественному уровню (объему производства, достигнутому при естественном уровне безработицы) сокращают уровень безработицы на 1% по сравнению с естественным уровнем безработицы, и наоборот, каждые 2% сокращения реального объема производства по отношению к естественному уровню — увеличивают уровень безработицы на 1 % по сравнению с ее естественным уровнем

1. Определим насколько фактический уровень безработицы превышает естественный уровень:

9 – 6 = 3%

Таким образом, фактический уровень превышает естественный уровень на 3%.

2. Согласно закону Оукена для 1% превышения фактического уровня безработицы соответствует отставанию ВНП 2,5%, т.е.

1: 2,5, то 3: 7,5

Таким образом, при превышении и фактического уровня безработицы естественного его уровня на 3% отставание ВНП составит 7,5% или в абсолютном выражении 0,075 \* 4000 = 300 ед.