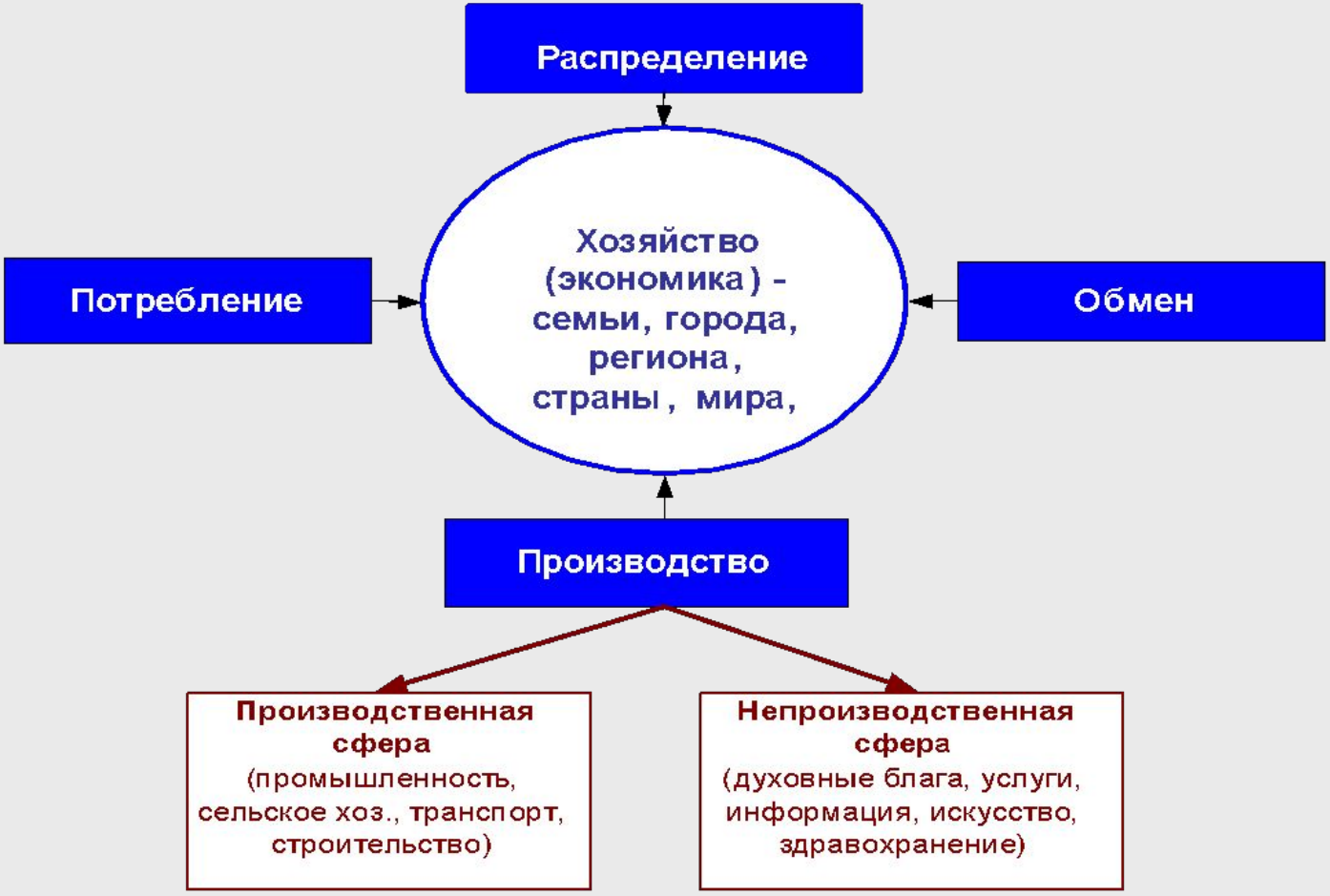
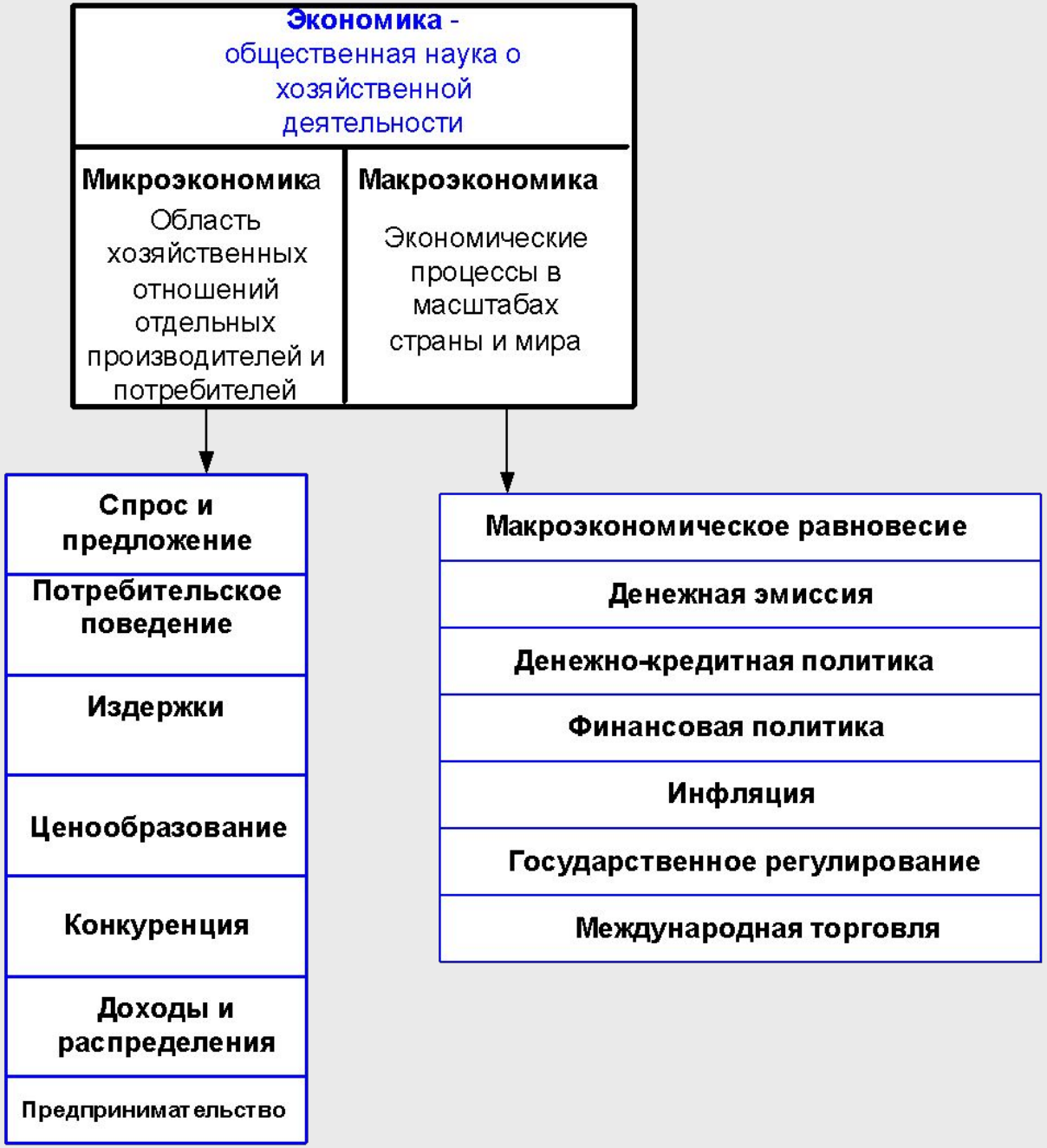
Обществознание

Раздел Экономика

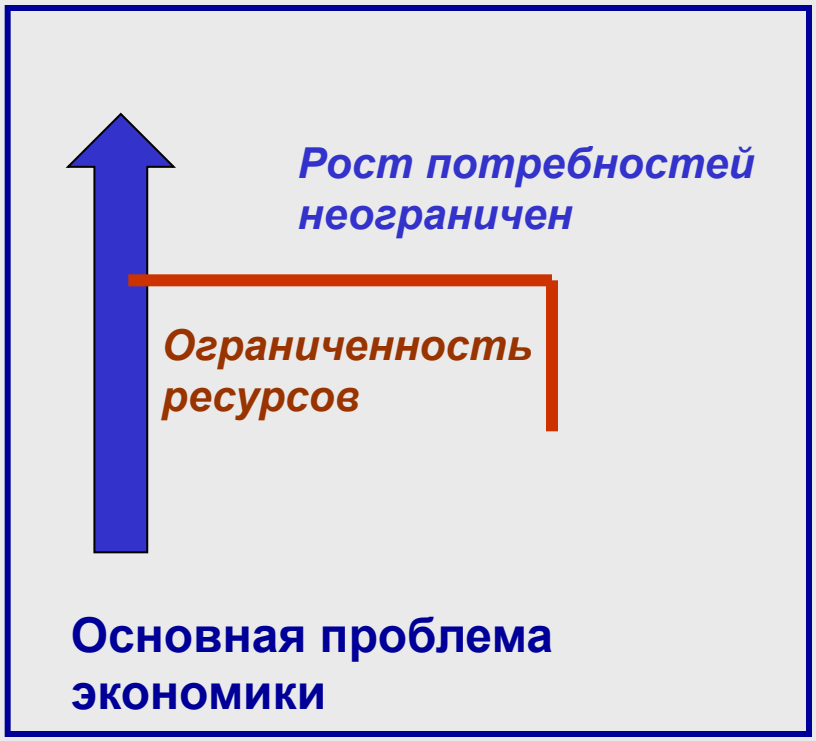
Автор курса: Кузнецов Андрей Анатольевич

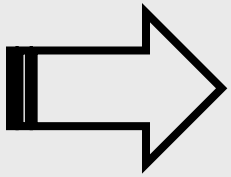
Экономическая сфера

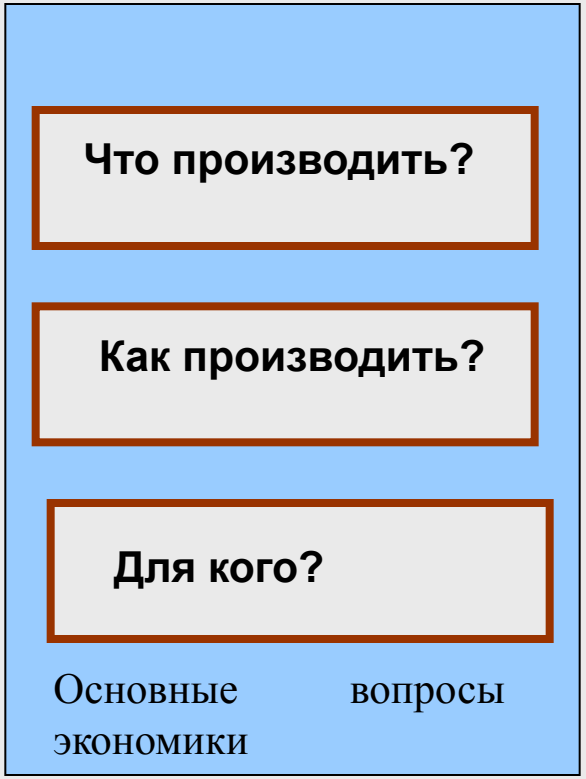



Экономика - общественная наука о хозяйственной деятельности
Микроэкономика
Область хозяйственных отношений отдельных производителей и потребителей
Макроэкономика
Экономические процессы в масштабах страны и мира
Спрос и предложение
Потребительское поведение
Издержки
Ценообразование
Конкуренция
Доходы и распределения
Предпринимательство
Макроэкономическое равновесие
Денежная эмиссия
Денежно-кредитная политика
Финансовая политика
Инфляция
Государственное регулирование
Международная торговля

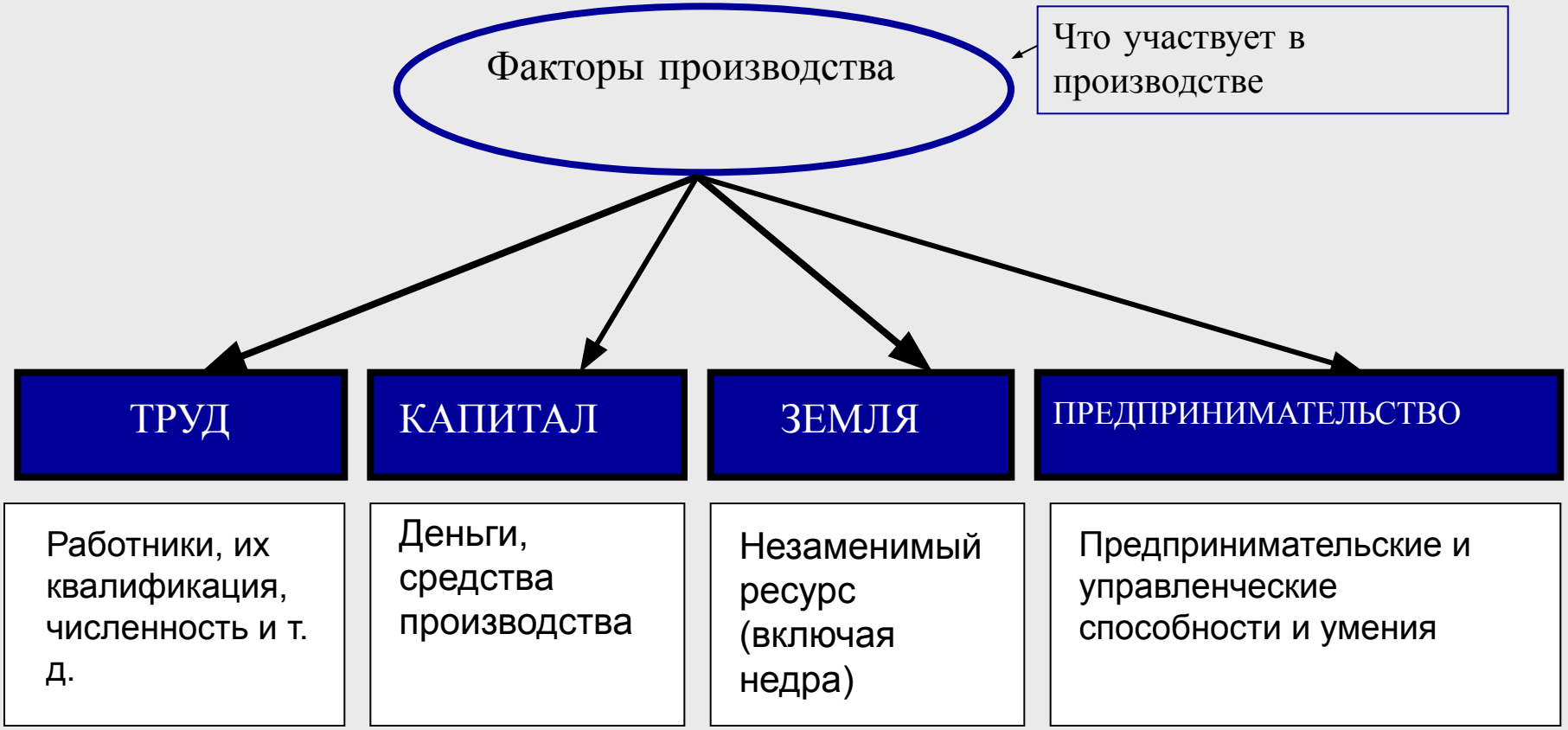
Основная проблема и вопросы экономики







Факторы производства



Экономические теории

Физиократы

Считали ***сельское хозяйство*** *единственным занятием дающим излишек валового дохода над издержками производства, а потому и единственно производительное.*

В их теории ***земля*** *(почва, силы природы) является единственным фактором производства.*

Трудовая теория стоимости

А. Смит выделял три фактора производства – ***земля,*** ***труд*** *и* ***капитал****. Естественная (действительная) цена товара определяется затратами труда, т.е. представляет его стоимость. Рыночная цена складывается на рынке.*

«Догма Смита» - доход: зарплата, прибыль и рента.

Экономические теории

Д. Риккардо *пришел к важному выводу о противоположности заработной платы и прибыли и ренты.*

Определил заработную плату как стоимость необходимых средств существования работника.

Отмечал, что цена труда, как и других товаров, колеблется в зависимости от колебания спроса и предложения на рабочие руки.

Т. Мальтус *считал, что бедность является не результатом плохого правления, неправильного распределения богатства и т.д., а следствием объективной причины -- действия вечного естественного закона, согласно которому производство продуктов питания растет в арифметической пропорции, а население -- в геометрической (удваиваясь каждые двадцать пять лет).*

Экономические теории

К. Маркс разработал теорию прибавочной стоимости, *то есть стоимости, создаваемой неоплаченным трудом наёмного рабочего сверх стоимости его рабочей силы и безвозмездно присваиваемая капиталистом..*

Погоня за ***прибавочной стоимостью*** *по К. Марксе играет главную роль в развитии производительных сил при капитализме, определяет и направляет развитие производственных отношений капиталистического общества.*

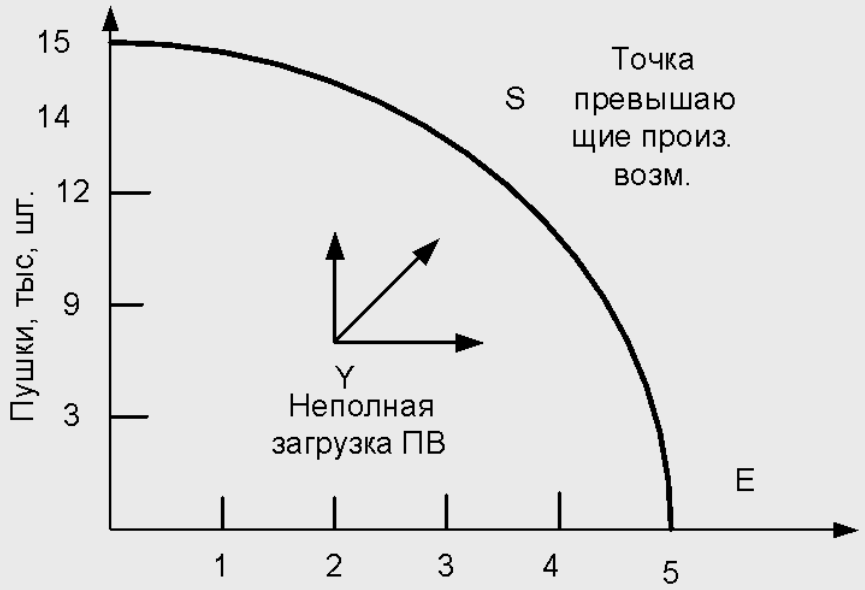
Предпосылкой создания прибавочной стоимости является превращение ***рабочей силы*** *в товар.*

Маркс показал, что капиталист, покупая и продавая товары по их стоимости, извлекает из этого процесса большую стоимость, чем та, которую вложил в него.

Кривая производственных возможностей национального хозяйства

Возможности	Пушки	Масло
А	15	0
Б	14	1
В	12	2
Г	9	3
Д	5	4
Е	0	5

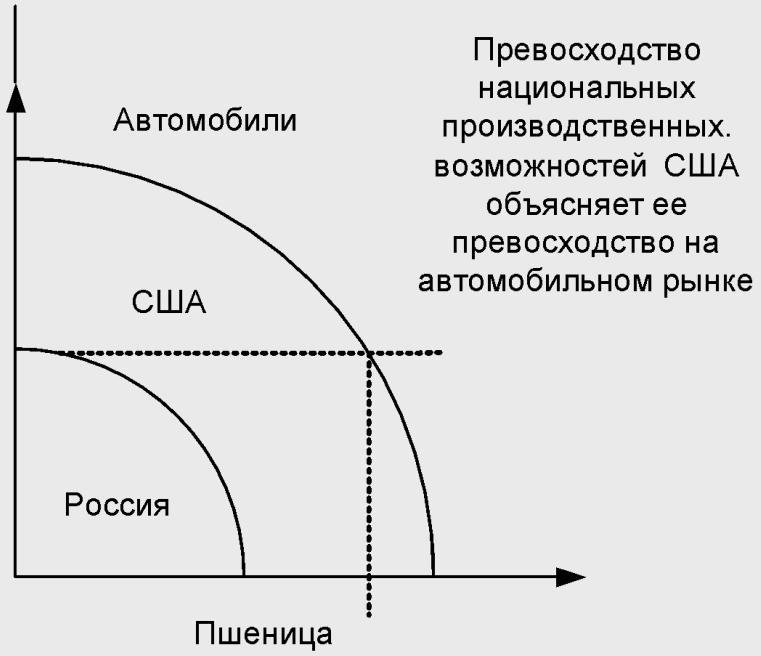
При полной загрузки всех возможностей нац. хозяйства: можно все израсходывать на произ-во пушек (15 тыс.) или масла (5 млн. т).



Кривая производственных возможностей нац. хоз-ва

На рисунки показано, что объемы производства масла и пушек альтернативны и взаимозаменяемы.

Производственные альтернативы



Превосходство национальных производственных. возможностей США объясняет ее превосходство на автомобильном рынке

Кривая производственных возможностей нац. хоз-ва

Продукты для будущего (школы, вузы, наука)

Закон убывающей предельной полезности

При неизменном потреблении остальных товаров, по мере насыщения потребности в товаре А (телевизор, телефон и т. д) его предельная полезность снижается.

Единица Продукта (яблоко)	*Предельная полезность (ютиль)*	*Совокупная полезность (ютили)*
Первая	**10**	10
Вторая	**6**	16
Третья	**2**	18
Четвертая	**0**	18
Пятая	**-5**	13

Совокупная полезность **=** Предельной п**.** предыдущей единицы продукты **+** предельной полезности следующей единицы продуктта

Теория предельной полезности (маржинализм)

Почему вода дешевле бриллианта, если без бриллианта жить можно, а без воды нельзя?

Робинзону Крузо нужно ежедневно
для утоления жажды **3** л.воды,
для полива огорода **-12** л.
Источник воды дает **100** л. Лишняя вода – **85** л.
Какова ценность **1** л?

Источник пересох и дает **15** л воды в день
Какова ценность **1** л?

Ценность определяется субъективной предельной полезностью последней единицы имеющегося в наличии блага, поэтому ограниченность кол-во всего наличного блага (вещи, услуги и т.д.) ведет к увеличению предельной полезности.

Возможные модели экономической системы

Традиционная	Плановая (командная)	Рыночная	Смешанная
1.Что, для кого и как производить - по обычаю предков *2.Отсутствие гибкости в производстве и потреблении* *3. Прогресса нет* *4. Сегодня зависит от развитых экономик*	*1.Ответы на основные вопросы экономики дает государство.* *2.Все основные ресурсы в собственности государства.* *3. Централизованное тотальное планирование* *4.Распределение ресурсов на основе долговременных приоритетов* *5. Рост производства благ тормозится.* *6Прогресс неравномерный.*	*1.Что, для кого и как производить отвечает рынок.* *2. Гибкость в производстве и потреблении* *3. Ориентируется на распределение ресурсов в краткосрочной перспектив* *4. Не учитывает социальные и духовные приоритеты.* *5. Рост производства, технический прогресс, но периодические кризисы*	*1.Дополняет рынок государственным регулированием* *2. Учитывает необходимость распределения ресурсов в долгосрочной перспективе* *3. Проводит активную социальную политику* *4. Пытается бороться с кризисными явлениями в экономике*

Функции рынка

1. **Регулирующая** - рынок выступает регулятором производства через спрос и предложение. Через закон спроса он устанавливает необходимые пропорции в экономике.
2. **Стимулирующая** - по средствам цен рынок стимулирует внедрение в производство достижений научно-технического прогресса, снижение затрат на производство продукции и увеличение качества, а также расширение ассортимента товаров и услуг.
3. **Информационная** - дает объективную информацию об общественно-необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые на него поставляются.
4. **Посредническая** - в рыночной экономике потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика продукции.
5. **Санирующая** - ранок очищает общественное производство от экономически слабых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и поощряет развитие эффективных и перспективных фирм.
6. **Социальная** -- рынок дифференцирует доходы участников рынка.

Признаки совершенной и несовершенной конкуренции

Признаки «идеального рынка» совершенная конкуренция являются:

- *отсутствие входных и выходных барьеров в той или иной отрасли производства;*
- *отсутствие ограничений на количество участников рынка;*
- *однородность одноименных представленных продуктов на рынке;*
- *свободные цены;*
- *отсутствие давления, принуждения со стороны одних участников по отношению к другим*

Признаки несовершенной конкуренции являются:

- *демпинговые цены*
- *создание входных барьеров на рынок каких-либо товаров*
- *ценовая дискриминация (продажа одного и того же товара по разным ценам)*
- *использование или разглашение конфиденциальной научно-технической, производственной и торговой информации*
- *распространение ложных сведений в рекламной или иной информации касаемо способа и места изготовления или количества товаров*
- *замалчивание важной для потребителя информации*

Функции конкуренции

- **Функция регулирования -** факторы производства под влиянием цены
направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.

- **Функция мотивации --**предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или производят ее с меньшими производственными затратами, получают вознаграждение в виде прибыли (позитивные санкции).

- **Функция распределения –** распределение доходов среди предприятий
и домашних хозяйств в соответствии с их эффективным вкладом.

- **Функция контроля -** ограничения экономической силу каждого предприятия, так как . конкуренция предоставляет покупателю возможность выбора производителей товара.

Безопасность – нельзя захватить рынок «убрав» конкурента.

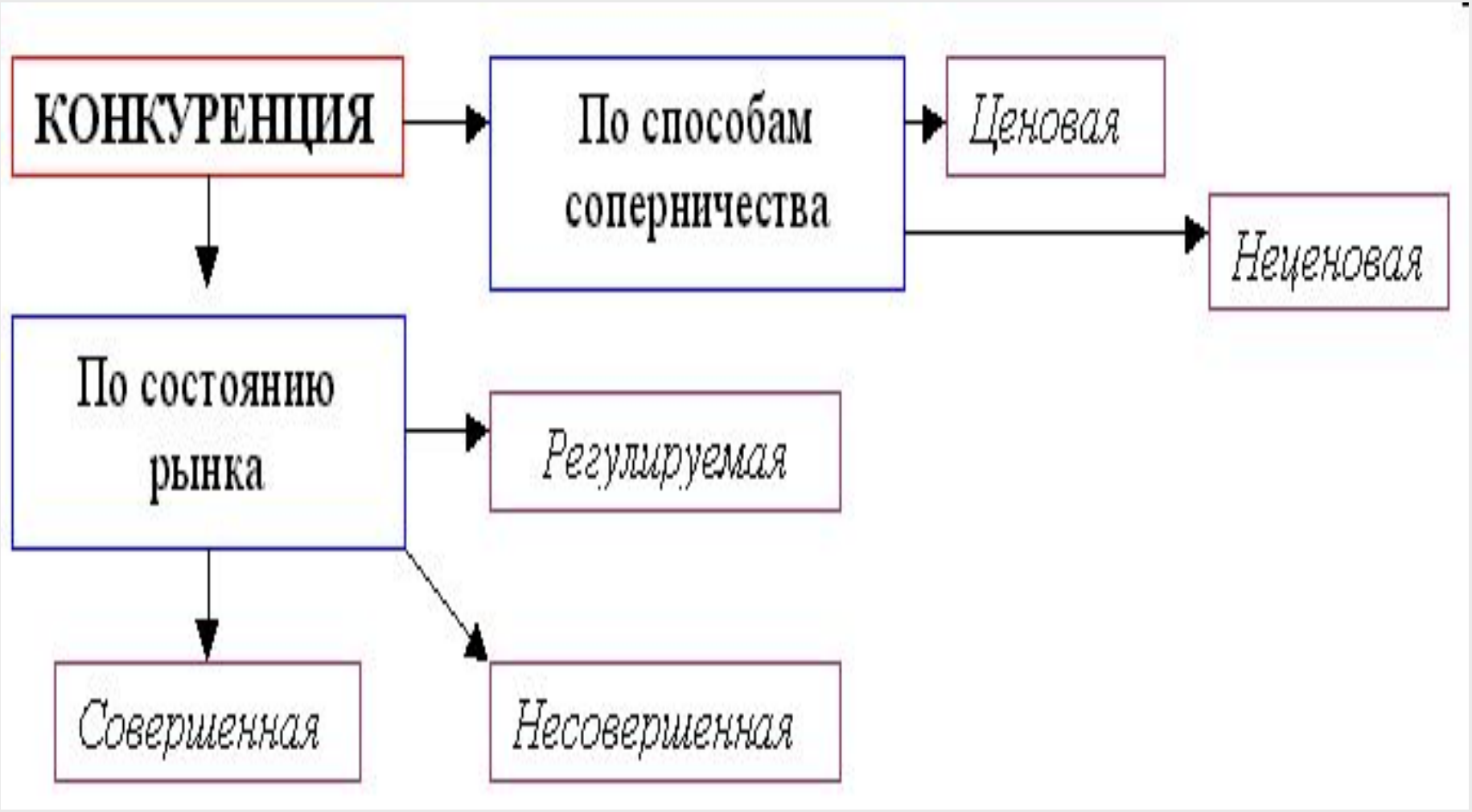
Виды рыночной организации

Совершенная конкуренция	Олигополия	Монополия	Монопсония
1.Свободный доступ на рынок ***2.Ни один из участников рынка не может повлиять на закон спроса и предложения*** ***3. Успех на рынке главным образом зависит от предпринимательского умения***	*1. Разделение рынка между несколькими крупными производителям* *2. Высокий входной ценз на рынок* *3. Умеренная конкуренция производителей* *4. Возможен монопольный сговор*	***1. Захват рынка одним произв-ем*** ***2. Контроль за ценами*** ***3. Диктат цен потребителю*** ***4. Не - заинтересованы в развитии технологий***	***1. Один или несколько покупателей контролируют рынок*** ***2. Чаще всего в качестве покупателя – государство*** ***3. Нет средств для совершенствования производства***
	Несовершенная конкуренция		

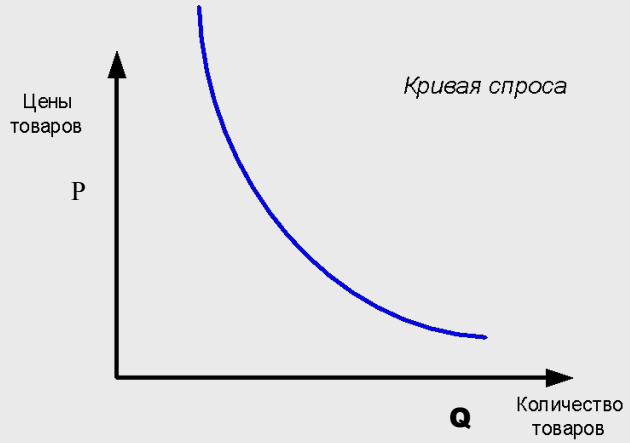
Потери от несовершенной конкуренции

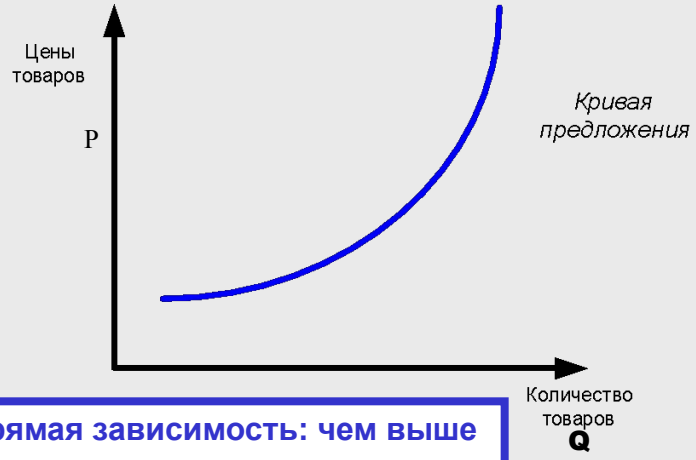
1) неоправданный рост цен
2) увеличение издержек производства и обращения
3) замедление научно-технического прогресса
4) снижение конкурентоспособности на мировых рынках
5) падение эффективности экономики.

Способы и виды конкуренции



Микроэкономика: спрос и предложения



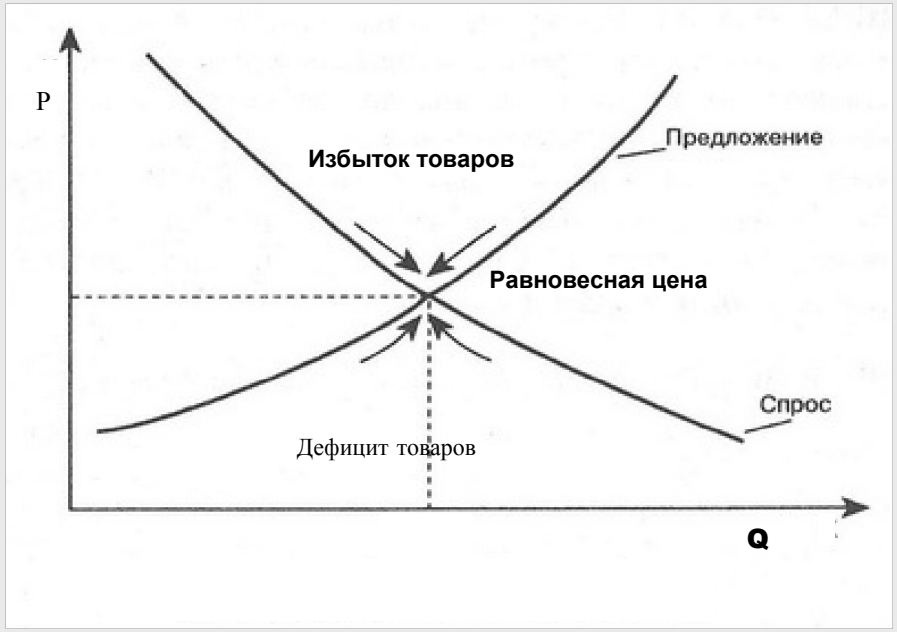


Прямая зависимость: чем выше цена спроса, тем выше предложение

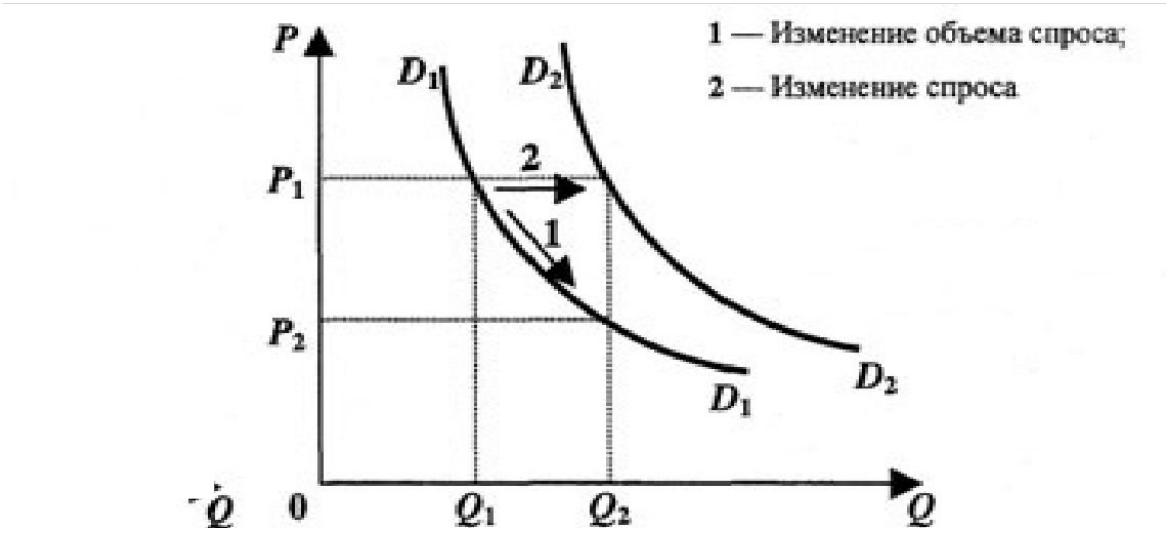
Закон спроса:

1)обратная зависимость между ценой и покупаемым количеством товара

2) Постепенное убывание спроса на любой обмениваемый на рынке товар



Изменение спроса



Изменение спроса происходит при изменение цены (стрелка 1) или под воздействием неценовых факторов среди которых:

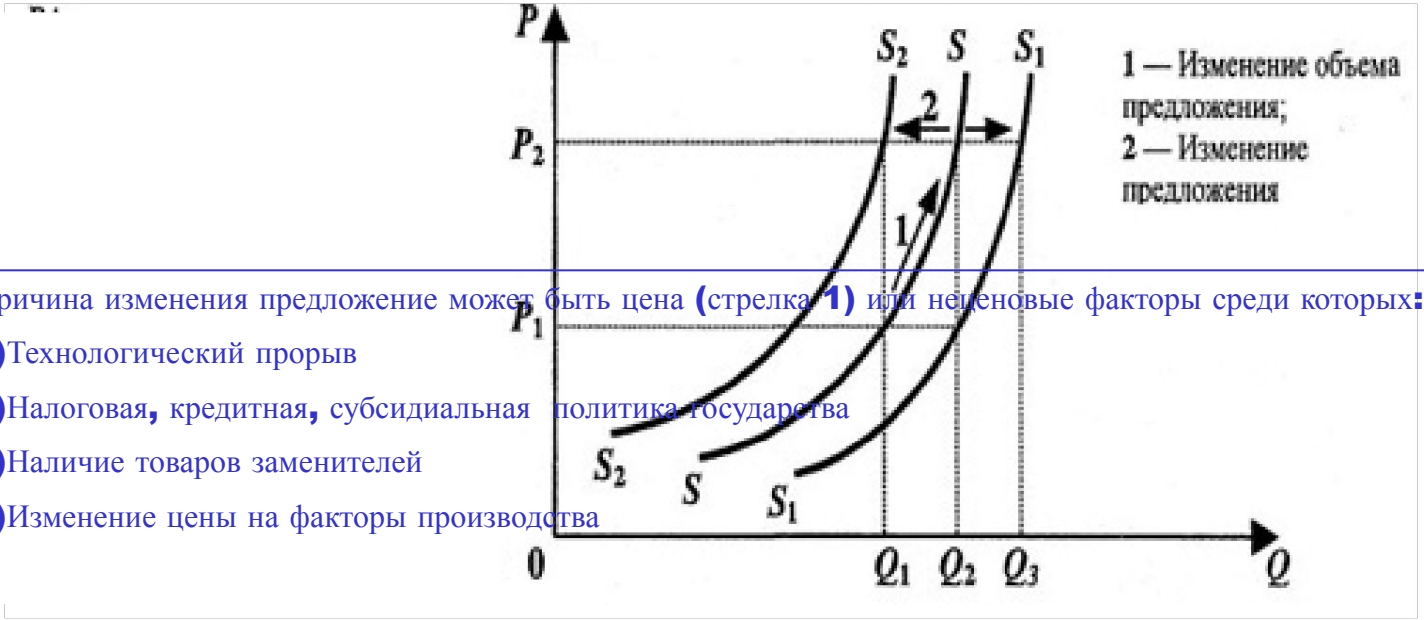
1)Рост доходов покупателей

2)Покупательские ожидания

3)отсутствие товаров заменителей

4)мода

Изменения предложение



Причина изменения предложение может быть цена (стрелка **1)** или неценовые факторы среди которых**:**

1)Технологический прорыв

2)Налоговая**,** кредитная**,** субсидиальная политика государства

2)Наличие товаров заменителей

3)Изменение цены на факторы производства

Эластичность спроса и предложения

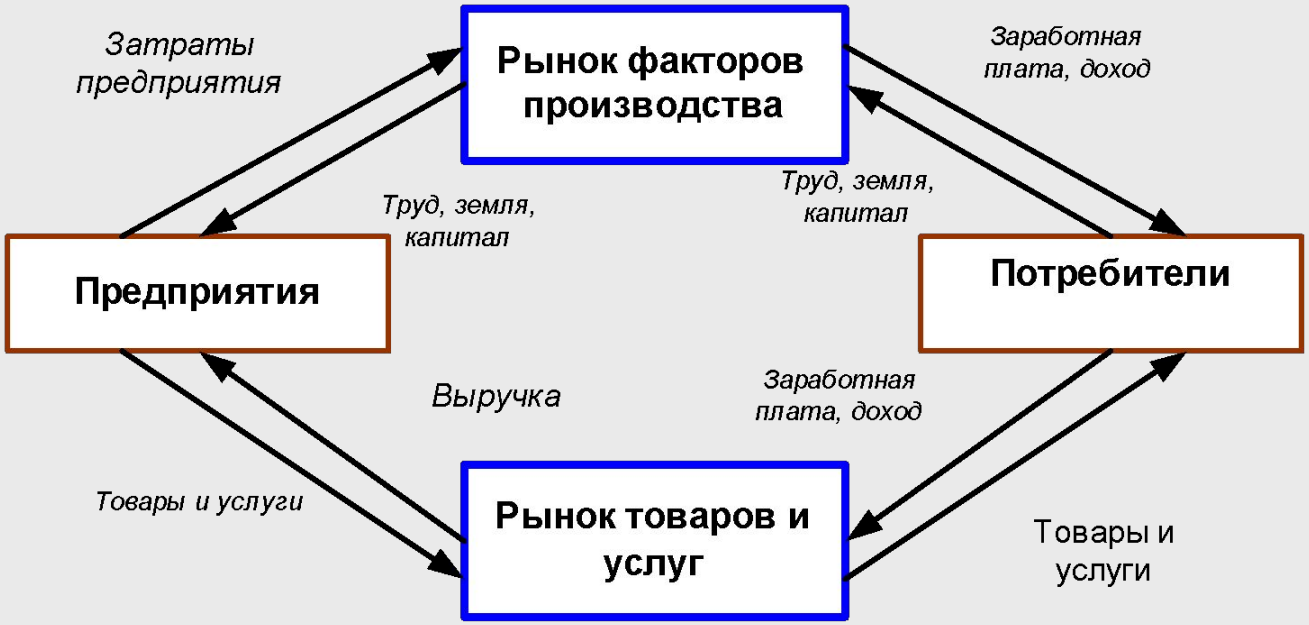
Эластичность спроса:

1) единичная эластичность, когда 1% изменение цены ведет к 1% изменению продаж
2) неэластичный при изменении цены на 10% - изменение продаж 1%
3) бесконечно-эластичный, если имеется только одна цены, по которой покупается этот товар
4) спрос неэластичен, когда потребитель покупает товар независимо от его цены

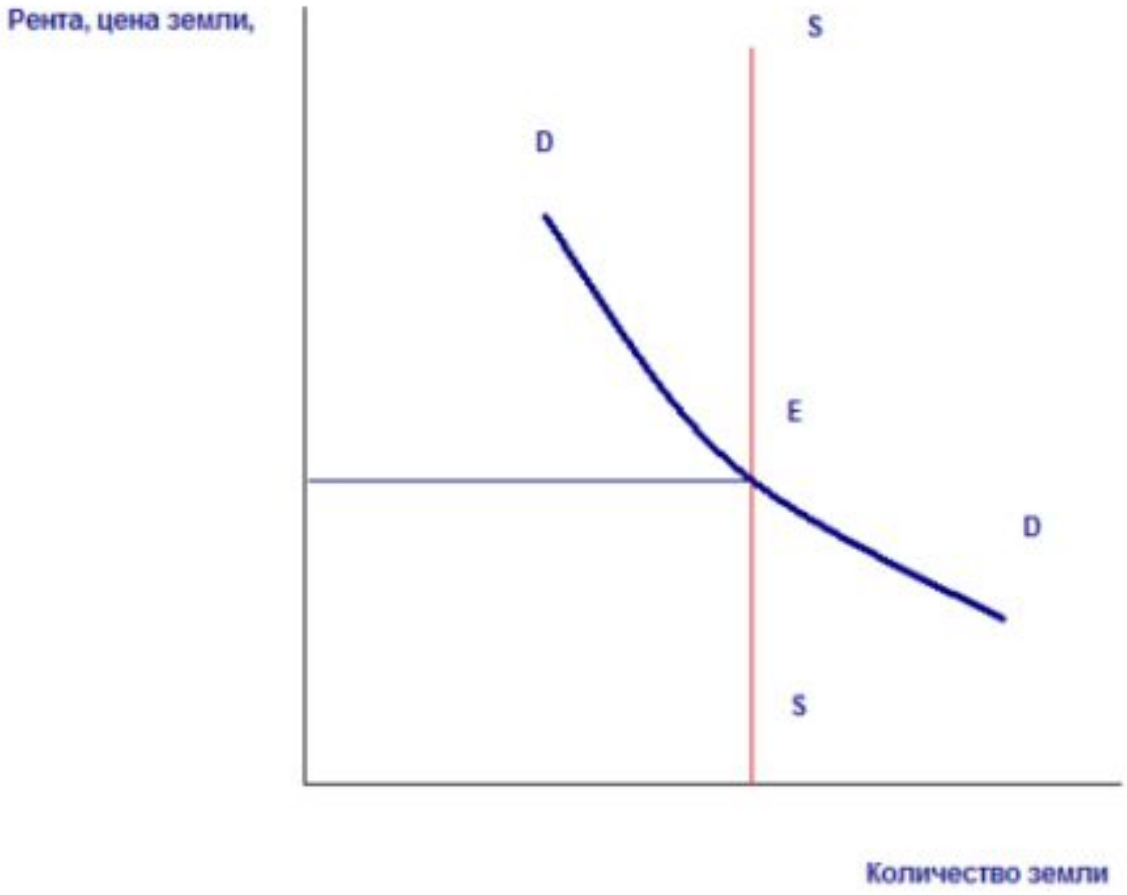
Эластичность предложения

1) эластичное предложение – увеличение цены ведет к значительному увеличению предложения
2) неэластичное – изменения цены не ведет к значительному увеличению предложения

Связь рынков факторов производства с рынком товаров и услуг

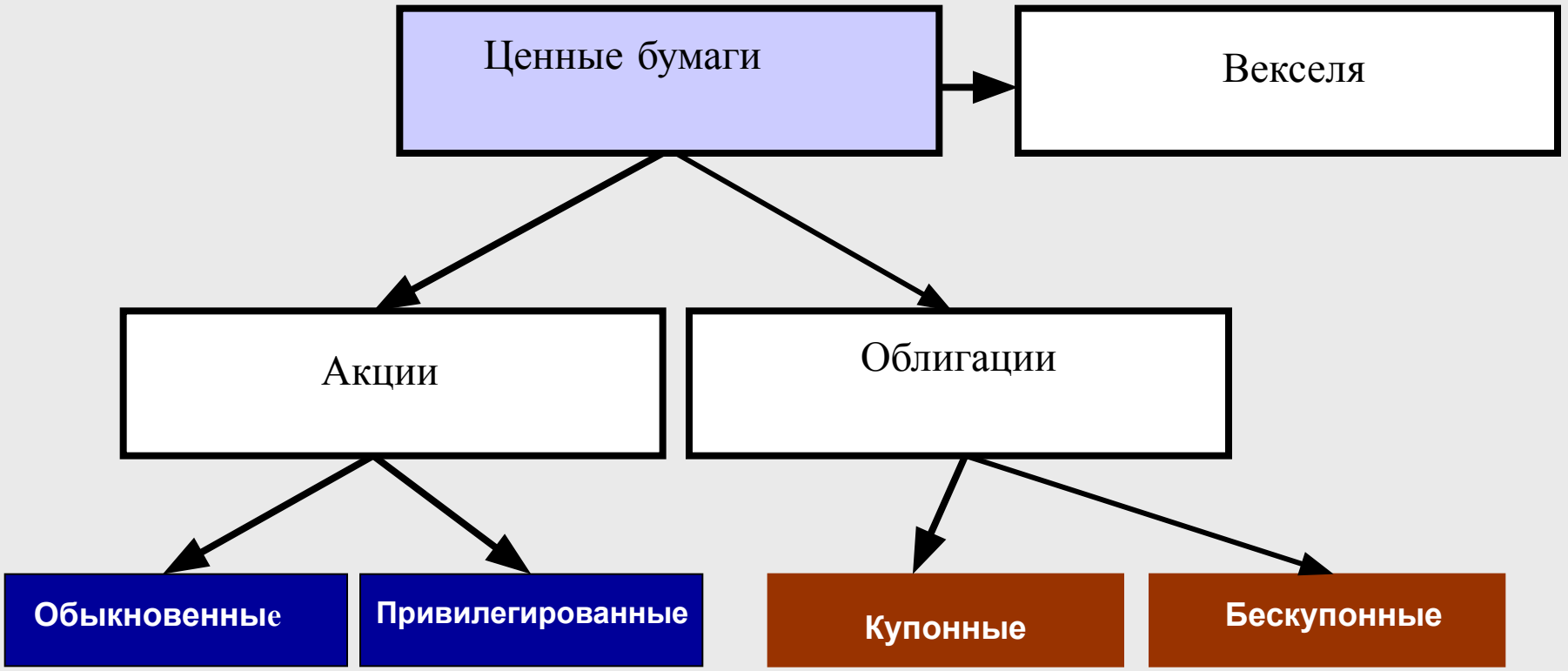


Земельный рынок

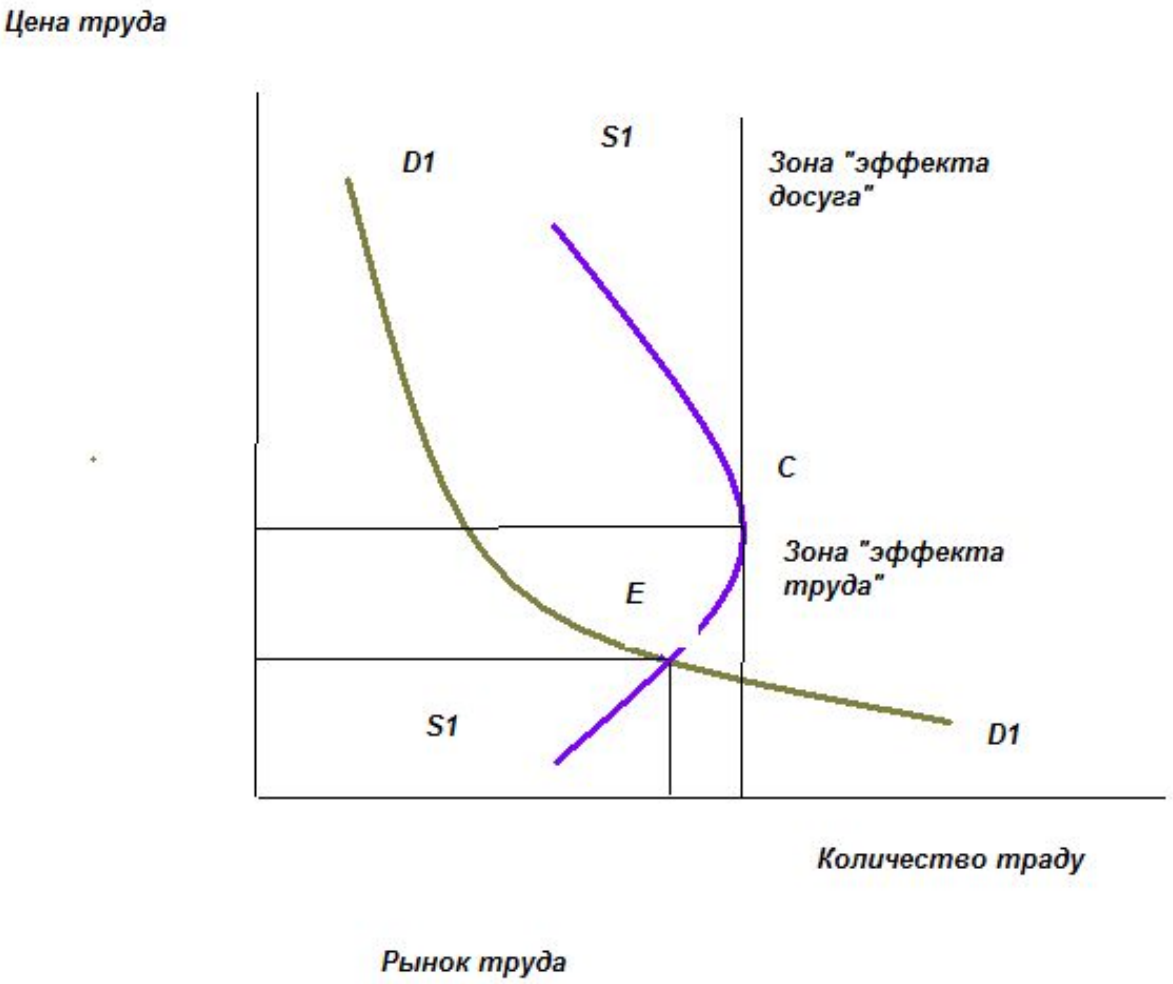


Кривая спроса и предложения земли

Фондовый рынок



Специфика рынка труда



Издержки производства

Внешние – все что фирма не производит сама

- ***оплат труда работников***
- ***энергия и топливо***
- ***комплектующие***

Внутреннее – прибыль владельца фирмы

Постоянные издержки – не зависят от объема выпускаемой продукции

- ***оплата по облигациям***
- ***рента***
- ***амортизация зданий и оборудования (в соответствии с нормой амортизации)***
- ***страховка***
- ***оплата охраны***
- ***жалованье управленцам***

*Величина годовых **амортизационных** отчислений предприятия, организации определяется в виде доли первоначальной стоимости основных средств. Нормативное значение этой доли называют нормой амортизации.*

Издержки производства

Переменные издержки:

- **сырьё**
- **энергия**
- **транспорт**
- **заработная плата**

Валовые издержки = переменные + постоянные

Годовой баланс предприятия

АКТИВ		**ПАССИВ**	
Основные активы	3500	Собственные средства	2000
Запасы сырья	400	Резервы	1000
Незавершённое производство	200	Долгосрочная задолженность	2000
Запасы готовой продукции	600	Краткосрочная банковская задолженность	1200
Дебиторская задолженность	1800	Кредиторская задолженность	1000
Денежные средства	200	**БАЛАНС**	7200
Краткосрочные финансовые обязательства	200		
Другие текущие балансы	300		
БАЛАНС	7200		

Активы - составные части имущества безотносительно к имеющимся долгам, то есть наличные деньги, векселя, ценные бумаги, товары, инструменты, машины и орудия или постройки и земли, а также имеющие быть полученными долги по счетам.

Пассивы-подлежащие еще выполнению обязательств, каковы долги, вексельные акцепты, неуплаченные налоги и т. д.

Показатели эффективности деятельности предприятия

Доходы и прибыль

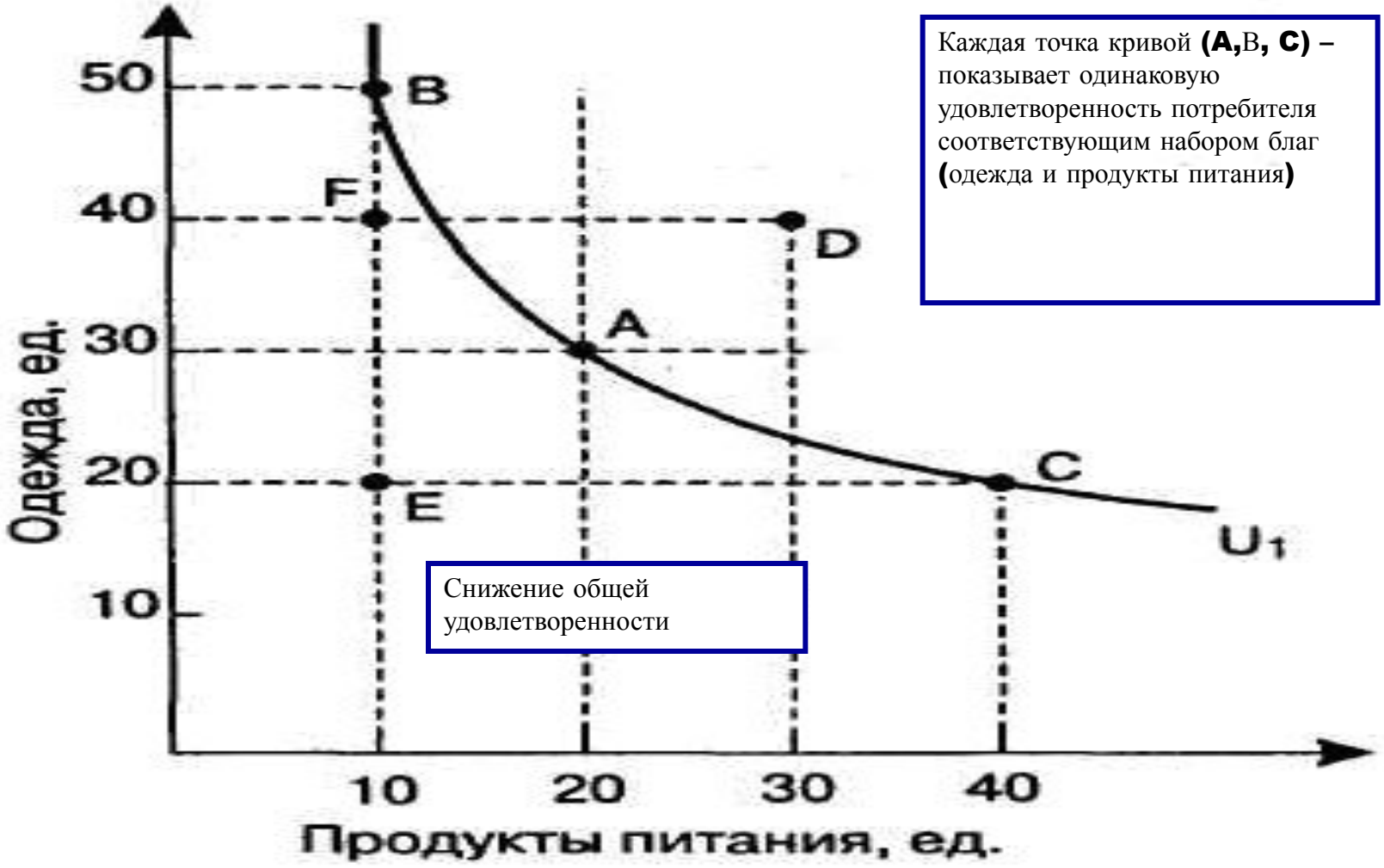
1) *Чистая выручка = валовая выручка-НДС*
2) *Валовая прибыль = чистая выручка - производственные расходы*
3) *Операционная прибыль = валовая прибыль – расходы по управлению и сбыту*
4) *Бухгалтерская прибыль - вся прибыль до уплаты налогов*
5) *Чистая прибыль = бухгалтерская прибыль - налоги*

Ликвидность = оборотные средства/краткосрочные обязательства (от 1 до 2)

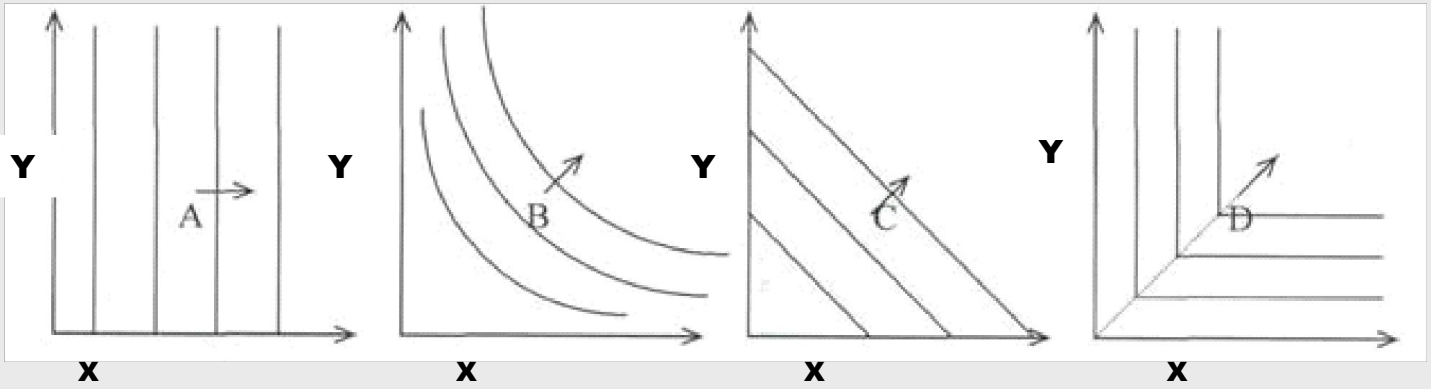
Рентабельность = прибыль/затраты (или прибыль/продажи)

Платежеспособность = Прибыль – (краткосрочные долговые обязательства)

Кривая безразличия



Кривые безразличия



Если потребитель равнодушен к благу X

Классический вид кривой. Оба блага Y и X нужны потребителю

Если блага Y иX полностью взаимозаменяемы

Когда блага X и Y взаимодополняемы

(лыжи и крепления к ним)

Потребительское поведение

Бюджетный фактор *является основным в плане рационального поведения потребителя*

Культурные факторы - это определяющий фактор потребностей и поведения человека, *который с детства усваивает в семье и через другие общественные институты определенный набор ценностей, стереотипов восприятия и поведения.*

Субкультурный фактор - *формируются на национальной, религиозной , расовойили региональной основе, многие из них образуют важные сегменты рынка, что должны учитывать производители при разработке продукции и планирования маркетинговых программ.*

Социальный фактор - *представители социальных классов имеют определенные общие предпочтения в выборе различных товаров и торговых марок, включая одежду, домашнюю мебель, проведение досуга и автомобили.*

Потребительское поведение

Семья - важнейшее социальное объединение потребителей-покупателей. Прямое влияние на поведение покупателя оказывает его порожденная семья - супруг(а) и дети.. Обычно это один из супругов, обладающий большим авторитетом в семье либо хорошо разбирающийся в предмете покупки.

Обычно люди покупают товары, которые должны поддерживать и укреплять их социальный статус.

На решение покупателя влияют его личностные характеристики: возраст и этапы жизненного цикла семьи, работа, экономическое положение, образ жизни, особенности характера и самооценка.

Большое влияние на приобретение товаров покупателем оказывает род его занятий. Рабочий вынужден приобретать спецодежду и обувь. А положение президента компании обязывает к покупке дорогих костюмов.

Образ жизни - форма бытия человека в мире, выражающаяся в егодеятельности, интересах и мнениях.

На выбор покупателем товара воздействуют 4 основных психологических фактора - мотивация, восприятия, усвоение, убеждения и отношения.