Тема: Введение в экономику

В настоящее время в России наблюдается интерес к более глубокому

пониманию проблем экономической жизни. Благополучие людей, их обес-

печенность всем необходимым зависят от состояния экономики, правильно-

го ведения хозяйства. Само наше существование тесно связано с экономи-

кой. Но экономическая ситуация непрерывно меняется, особенно это харак-

терно для России. Изменяются научные представления об экономических

объектах, процессах; отношение к ним государства, общества, предприятий,

граждан.

Экономика – это не только хозяйство, но и наука о хозяйстве, наука

не менее точная, чем физика, химия или математика. Экономическая наука

необъятна. Данный курс сконцентрирован на вопросах, объясняющих, как

устроена современная экономика – та, в которой господствует покупатель,

а не продавец, та, в которой дефицит товаров сменился их изобилием.

Главная задача данного пособия – познакомить обучающихся с осно-

вами рыночной экономики, в том числе с азами экономической теории,

общественного производства, собственности, теории рынка, конкуренции

и участия государства в регулировании экономики. Также мы поговорим о

месте и роли человека в экономике, дадим представление об экономиче-

ской теории как науке, ее предмете и методах, покажем основные законо-

мерности экономической организации общества, приведем обзор важней-

ших направлений и школ экономической теории, затронем тему рыночной

экономики.

Важная особенность данного учебного пособия – ориентация на раз-

витие у обучающихся экономической эрудиции, чему должен способство-

вать и словарь основных экономических терминов, данный в приложении.

Научные представления об экономике помогут студентам лучше понять эко-

номические явления.

Также пособие будет полезно при самостоятельной работе над мате-

риалом.

1 ЧЕЛОВЕК В МИРЕ ЭКОНОМИКИ

1.1. Роль и сущность экономики. Человек и экономика

1.2. Потребности человека. Классификация потребностей

1.3. Труд как основа жизнедеятельности человека

1.4. Модели человека в экономической теории

Основные понятия: блага, мотивация труда, «человек экономичес-

кий», рациональное экономическое поведение, полная рациональность, ог-

раниченная рациональность, органическая рациональность, модель чело-

века в экономической теории, потребности, иерархия потребностей, моти-

вация труда.

Дополнительные понятия: домашнее хозяйство, хозяйственная си-

стема, пирамида потребностей А. Маслоу, закон возвышения потребно-

стей, экономическое благо.

1.1. Роль и сущность экономики. Человек и экономика

Современный человек имеет разнообразные потребности. Он нужда-

ется в реализации себя как творческой личности, в создании семьи, в га-

рантиях своей жизненной безопасности. Однако все это невозможно без

удовлетворения основных материальных потребностей – в воде, пище, одеж-

де и жилье. Обеспечением этих потребностей, т. е. созданием материаль-

ных условий для жизни человека, и занимается экономика.

Изначально экономика – управление домашним хозяйством. Эконо-

мика в современном понимании – это хозяйственная система, обеспечи-

вающая удовлетворение потребностей отдельных людей и общества в це-

лом путем создания необходимых жизненных благ. В современных усло-

виях в эту систему входят производство и инфраструктура. В литературе

можно встретить разные определения экономики:

● «…экономика – это совокупность общественных отношений, связан-

ных с производством и всей хозяйственной деятельностью людей» ;

● экономика – это хозяйство отдельного района, страны, группы стран,

всего мира ;

● «экономика – это научная дисциплина, изучающая какую-либо об-

ласть хозяйственной жизни общества» .

Мы предлагаем следующее, наиболее общее, определение:

Экономика – это любая деятельность людей, связанная с обеспече-

нием материальных условий их жизни.

Мы живем в мире ограниченных возможностей и относительно малого

количества ресурсов. За некоторыми исключениями, которыми являются, на-

пример, атмосферный воздух или солнечный свет, все, что окружает человека

и чем он пользуется, количественно и качественно ограничено. Ограничено

количество пригодных для производства сельскохозяйственной продукции

земель, доступных для извлечения и использования полезных ископаемых,

запасов сырья, материалов и энергии. Редким ресурсом является время –

в сутках всего 24 часа, а жизнь человека измеряется количеством лет, отпу-

щенных ему Богом. Сам человек несовершенен, его физические и интеллек-

туальные возможности далеко не безграничны .

Редкость ресурсов в экономической науке понимается как их недо-

статочность для достижения огромного множества различных целей, ко-

торые ставят перед собой люди. При этом предполагается, что потребно-

сти людей (в их развитии), лежащие в основе целей, в принципе безгранич-

ны. Наличие безграничных потребностей в условиях ограниченных воз-

можностей для их удовлетворения всегда ставило перед людьми проблему

выбора способов и путей альтернативного использования ресурсов в соот-

ветствии со степенью важности тех целей, которые они перед собой ставят.

Экономическая теория изучает экономическое поведение людей, т. е.

такие их действия, которые связаны с производством, распределением, об-

меном и потреблением материальных и нематериальных благ, закономер-

ности этого поведения.

Возможность различного употребления ограниченных средств (ре-

сурсов) ставит перед людьми проблему рационального выбора.

Предметом экономики как научной дисциплины является экономи-

ческая жизнь, т. е. хозяйственные связи и отношения и экономическое по-

ведение людей. Конкретно экономическая наука занимается вопросами цено-

образования, организации и регулирования экономики, инфляции, общест-

венных отношений в процессе производства, распределения, обмена и по-

требления жизненных благ .

Экономика совершает круговое движение: только так возможно не-

прерывное воспроизводство (восстановление и поддержание жизни людей).

Эта простая истина покажется еще более убедительной, если рассмотреть

все этапы кругооборота экономических благ.

Исходный этап – этап непосредственно производства, т. е. создания

полезного продукта: работники направляют вещества и силы природы на

удовлетворение человеческих потребностей (изготавливают из древесины

мебель, сооружают из бетона и асфальта дорогу и т. п.). Производство

имеет основополагающее значение для всей экономики. Если не создан

продукт, то, естественно, нечего распределять, обменивать и потреблять.

Это обстоятельство особенно остро ощущают люди в тех странах, где про-

изводство находится в застойном состоянии или в упадке .

Распределение – такое звено кругооборота, где устанавливаются ко-

личественные соотношения при производстве разных благ. Чтобы создать

все многообразие полезных вещей, требуется распределить работников

и орудия труда по родам и видам хозяйственной деятельности.

Распределению подлежит и доход, образующийся в результате про-

изводства. Так выявляется доля каждого человека в созданном богатстве,

которая зависит от количества изготовленных благ. По мере роста произ-

водства увеличивается и объем распределяемого дохода. Но и сам способ

распределения продуктов может оказывать сильное воздействие на изме-

нение количества или качества изделий.

Обмен – важная форма экономической связи между людьми – глу-

боко вторгается в производство. Ведь разделение труда вынуждает работ-

ников совершенствовать свои способности в разных направлениях. Из-за

этого возникает необходимость обмениваться способностями и деятель-

ностью в целях получения общего хозяйственного результата.

Потребление связано с производством непосредственно. На предпри-

ятиях расходуются жизненные силы и способности работников. Исполь-

зуются также сырье, топливо, машины и другие вещественные условия вы-

пуска продукции, т. е. совершается производственное потребление.

Вместе с тем потребление представляет собой особый, заключитель-

ный, этап движения продукта: удовлетворение личных потребностей лю-

дей. В это время полезные вещи известным образом исчезают в процессе

непроизводительного потребления. После чего их требуется заново созда-

вать. Таким образом, движение экономических благ, начавшееся с произ-

водства, неизбежно возвращается к исходной точке.

Тема: Принципы и механизмы рынка.

**Рынок**- совокупность всех отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг.

**Условия возникновения рынка:**

* общественное разделение труда;
* экономическая обособленность производителей;
* самостоятельность производителя.

**Основные признаки рынка:**

* нерегулируемое предложение - производитель сам решает, что, как, сколько и для кого производить;
* нерегулируемый спрос - потребитель сам определяет, что, где, как и сколько покупать;
* нерегулируемая цена - цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения.

**Главные функции рынка**

* посредническая - соединение производителей товаров и их потребителей;
* ценообразования - установление равновесной цены, при которой спрос равен предложению товара;
* информационая - предоставление информации об объемах производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары;
* регулирующая - «перетекание» капиталов из менее выгодных в более прибыльные отрасли;
* санирующая (оздоровительная) - предотвращение неэффективной хозяйственной деятельности путем банкротств нерентабельных предприятий и процветания эффективных производств.

**Положительные и отрицательные черты рынка как системы хозяйствования**

**Положительные черты**

* Способствует эффективному распределению ресурсов, формируя таким образом структуру производства
* Стимулирует научно-технический прогресс
* Способствует ресурсосбережению в обществе
* Создает материальную заинтересованность производить то, в чем есть потребность
* Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности, опираясь на принципы саморегуляции и сопоставляя экономические интересы

**Отрицательные черты**

* Не гарантирует решение социально-экономических проблем (безработица, инфляция, защита окружающей среды, обеспечение экономической безопасности, развитие фундаментальной науки)
* Распределяет продукты по результатам конкуренции, что приводит к социальному неравенству
* Порождает тенденцию к монополизации производства
* Не решает проблему внешних издержек (не отраженных в ценах рынка), которые ложатся на плечи общества
* Не может решить все проблемы, связанные с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов
* Способствует циклическому развитию с периодическими спадами и кризисами

В современной экономике существует не один рынок, а целая система рынков.

С точки зрения действующего за­конодательства:

* легальный (законный)
* нелегальный (теневой);

По товарам и услугам:

* потребительских товаров (товарные биржи, ярмарки, аукционы и т. д.) и услуг;
* средств производства;
* рабочей силы;
* инвестиций, т.е. долгосрочных вложений;
* иностранных валют;
* ценных бумаг (фондовые биржи);
* научно-технических разработок и инноваций;
* информации.

По пространственному признаку:

* мировой,
* региональный,
* национальный,
* местный

По типу конкуренции:

* чистой (свободной) конкуренции
* несовершенной конкуренции: чистой монополии; монополистической конкуренции; олигополии

**Условия, необходимые для развития рыночного хозяйства**

* конкурентная среда: свободное ценообразование, многообразие форм собственности, отсутствие монополизации рынка, действие законов, охраняющих права частной собственности;
* наличие резервов роста экономики (свободные капиталы, запас трудовых и природных ресурсов);
* функционирование инфраструктуры рынка (обеспечение движения товар­ных, денежных, трудовых и информационных потоков).

**Монополия**- исключительное право на осуществление какого-либо вида деятельности, предоставляемое определенному лицу, группе лиц или государству.

**Формы монополий и их основные признаки**

* Картель - соглашение о ценах, распределении рынков, производственных и сбытовых квотах
* Синдикат - объединение, в котором участники сохраняют производственную, но теряют торговую самостоятельность
* Трест - полное объединение предприятий с потерей и торговой, и производственной самостоятельности
* Концерн - объединение предприятий разных отраслей, торговых фирм, банков на основе общей финансовой зависимости
* Консорциум - объединение монополий
* Конгломерат - гигантский промышленный комплекс со значительной децентрализацией управления

**Конкуренция**- состязание, соревнование между производителями (продавцами) товаров за лучшие результаты, в общем случае - между любыми экономическими субъектами, борьба за рынки сбыта, товаров с целью получения более высоких доходов. [1](http://humanitar.ru/page/ch5_4)

На рынке складываются различные соотношения конкуренции и монополии:

**Рынок чистой (совершенной) конкуренции**, когда на рынке существует много производителей однотипной продукции, например, производителей овощей, которые не могут диктовать другим производителям условия сбыта, цену товара. В этом случае достоинства и недостатки рыночной конкуренции проявляются наиболее полно.

**Рынок монополистической конкуренции**, когда на рынке существует много производителей, каждый из которых предлагает свой, отличный от других товар, например, продукт питания, предмет мебели или одежды, для удовлетворения одной и той же потребности, при этом каждый производитель обладает авторскими правами и имеет некоторую возможность влиять на цену своего товара. Каждый производитель имеет свой товарный знак, и никто не вправе пользоваться этим знаком без разрешения владельца. Нарушители этого закона обязаны возместить убытки владельцу этого знака.

**Олигопольный рынок**, где существует небольшое число крупных фирм, производящих одинаковые товары. В этих условиях фирмы могут оказывать значительное влияние на цену товара. Например, на автомобильном рынке США существует только трое производителей - «Форд», «Дженерал Моторс» и «Крайслер». Не случайно, что сегодня все эти производители оказались в тяжёлом финансовом положении, фактически на грани банкротства, т. к. делали ставку на производство больших престижных внедорожников, которые потребляют слишком много горючего. В начале 2008 г. цены на бензин выросли почти в 2 раза, что сделало облегчённые маленькие европейские, японские и корейские автомобили более конкурентоспособными на американском рынке, т. к. эти автомобили потребляют меньше горючего и стоят дешевле американских.

**Рынок монополии**, где существует только один главный производитель, где конкуренция отсутствует, производитель может назначить любую цену и покупатель будет вынужден покупать товар по этой цене, т. к. другого производителя просто не существует, поэтому для покупателя здесь складываются самые худшие условия. Производитель здесь может продавать товары по завышенным ценам и плохого качества. Такие экономические условия существовали в СССР до либерализации цен в 1992 г. В развитых странах тоже существовали подобные проблемы с монополистами в конце 19 - начале 20 в. [2](http://www.allpravo.ru/library/doc6996p0/instrum6997/print7071.html)

**Товар**- продукт труда, изготовленный для обмена путём купли-продажи на рынке.

Свойства товара:

* стоимость - сумма затрат на производство товара (абстрактный человеческий труд);
* потребительная стоимость - полезность товара.

При товарном производстве продукт частного производителя является продуктом общественного труда. Но затраты общественного труда не могут быть выражены в рабочем времени. Эти затраты выражаются через стоимость посредством обмена. Затраты труда принимают особую форму - форму стоимости. В этих условиях производители товаров вынуждены обменивать продукты своего труда в соответствии с их стоимостью. Эта объективная необходимость товарного производства выражена в законе стоимости.

**Закон стоимости**- это объективный экономический закон, согласно которому обмен товаров совершается в зависимости от количества воплощённого в них абстрактного общественно-необходимого труда. Это экономический закон товарного производства, закон эквивалентного обмена. [3](http://kopilkaurokov.ru/obschestvoznanie/uroki/rynok-i-rynochnyi-miekhanizm-spros-i-priedlozhieniie-2-4)

**Рыночный механизм**:

* механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены, конкуренции и основных экономических законов рынка;
* механизм взаимодействия продавцов и покупателей по поводу установления цен, объемов производства, его структуры и качества продукции;
* механизм распределения ресурсов и доходов на основе объективных экономических законов рынка (изменения спроса, изменения предложения, равновесной цены, конкуренции, стоимости, полезности и прибыли).

**Элементы рыночного механизма:**

* субъекты (продавцы, покупатели, посредники, государственные учреждения и т. д.);
* объекты (различные виды рынка товаров);
* экономические связи между субъектами, которые могут проявляться в кооперации или конкуренции;
* наличие информации о принимаемых решениях для установления экономических связей;
* механизм ценообразования.

Взаимодействие спроса и предложения определяет, что и в каком количестве производить и по какой цене реализовать. Цены являются важнейшим инструментом рынка, так как они обеспечивают его участников необходимой информацией, на основе которой принимается решение об увеличении или сокращении производства того или иного товара.

**Спрос**:

* желание и возможность потребителя купить определенное количество товара или услуги по определенной цене в определенный период времени;
* платежеспособная потребность в каком-либо товаре или услуге.

**Величина спроса**- это количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах.

**Виды спроса:**

* индивидуальный спрос,
* рыночный спрос,
* спрос на факторы производства (спрос производства),
* потребительский спрос.

**Факторы, влияющие на спрос:**реклама, мода и вкусы, ожидания потребителей, изменения предпочтений окружающей среды, доступность товаров, величина доходов, полезность вещи, установленные цены на взаимозаменяемые товары, количество населения.

**Предложение**- это готовность производителя продать определенное количество товара или услуги по определенной цене за определенный период времени.

**Объем (величина) предложения**- количество товара или услуги, которое готовы продать продавцы по определенной цене в течение определенного периода времени.

**Неценовые факторы предложения:**

* цены на ресурсы;
* налоги и дотации;
* цены на другие товары;
* технология производства;
* число продавцов на рынке;
* ожидания изменения цен.

На рынке формируются две цены: **цена спроса**(максимальная цена, по которой покупатель согласен купить товар) и **цена предложения**(минимальная цена, по которой производитель готов продать товар).

**Закон спроса:**чем выше цена товара, тем меньшее его количество люди готовы купить, и наоборот, чем ниже цена, тем большее количество товара люди готовы купить.

**Закон предложения:**при прочих равных условиях объем предложения товара увеличивается, если цена на товар возрастает, и наоборот.

Цена, при которой величины спроса и предложения товара совпадают, называется **равновесной**.