

СКОРАЯ ПОМОЩЬ СТУДЕНТУ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

(для студентов неэкономических
специальностей)

ШПАРГАЛКА



А. С. Корчагина
Экономическая теория (для студентов
неэкономических специальностей). Шпаргалка

*Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=180787*

*Экономическая теория (для студентов неэкономических специальностей). Шпаргалка: Окей-книга; Москва; 2009
ISBN 5-9745-0622-7 978-5-9745-0622-2*

Аннотация

Настоящее издание поможет систематизировать полученные ранее знания, а также подготовиться к экзамену или зачету и успешно их сдать. Пособие предназначено для студентов высших и средних образовательных учреждений.

Содержание

1 ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ	4
2 ЭКОНОМИКА КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБЩЕСТВА С ПРИРОДОЙ	5
3 ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АГЕНТЫ	6
4 МОДЕЛИ ЧЕЛОВЕКА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ	7
5 БЛАГА	8
6 ПОТРЕБНОСТИ, РЕСУРСЫ	9
7 ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЫБОР	10
8 ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО	11
9 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ	12
10 ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ	13
11 МЕТОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ	14
12 РЫНОК	15
13 ЭЛЕМЕНТЫ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА. ОСНОВНЫЕ ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР	16
14 СПРОС И ЕГО ФАКТОРЫ. ВИДЫ СПРОСА	17
15 ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ	18
16 ЭФФЕКТ ДОХОДА И ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ	19
17 ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЕГО ФАКТОРЫ	20
18 ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	21
Конец ознакомительного фрагмента.	22

А. С. Корчагина

Экономическая теория (для студентов неэкономических специальностей). Шпаргалка

1 ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ

Политэкономия – одна из самых древних наук. Стремление к изучению этой науки объясняется необходимостью познания мотивов действий людей в хозяйственной деятельности, закономерностей экономического развития во все времена.

В настоящее время интерес к политэкономии все более возрастает. Причиной тому являются глобальные перемены, которые происходят в современном мире.

В современных условиях выпускники высших учебных заведений независимо от специальности каждого из них должны иметь представление о происходящих экономических процессах, правильно оценивать направления общественного развития. Это необходимо для того, чтобы иметь определенное миропонимание; грамотно оценивать происходящие реформы, преобразования; иметь свою позицию по некоторым вопросам.

Наиболее полное представление о многообразии личности человека могут дать гуманитарные науки, в том числе экономическая теория, которая выделяет в человеке то, что отвечает задаче объяснения экономического поведения людей.

Экономическая теория является методом, интеллектуальным инструментом, техникой мышления, которая помогает тому, кто владеет ею, приходиться к правильным заключениям.

На протяжении всей истории развития экономической науки мощными импульсами для развития экономической теории были экономические кризисы. Так, например, **теория Альфреда Маршалла** возникла и получила широкое распространение в результате кризиса 1872 г., последовавшим за ним глубоким экономическим спадом и затем депрессией, затянувшейся на 20 лет, кейнсианство появилось после Великой депрессии 1929–1933 гг., монетаризм – после кризиса 1960–1970-х гг. и т. д.

Несостоятельность сформировавшихся взглядов и представлений об экономических процессах, кризис современной экономической мысли являются глобальной тенденцией в современном мире.

Кризис экономической мысли в России можно назвать кризисом марксизма. Долгое время марксизм был в России господствующей идеологией и основой хозяйственной жизни общества.

Сегодня Россия переживает период реформ, осуществляя переход к рыночной экономике, получившей развитие в большинстве стран Запада, Японии, США. По мнению многих ученых—экономистов, переход к рыночной экономике не должен проводиться в точности по западному образцу. Достижения западных ученых должны быть основой для понимания общих закономерностей экономических процессов, с тем чтобы, учитывая специфику российского хозяйствования, применить эти законы экономики в практике российского хозяйствования. Все это делает необходимым изучение и использование достижения западных ученых в области экономической теории.

2 ЭКОНОМИКА КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБЩЕСТВА С ПРИРОДОЙ

Свою хозяйственную деятельность субъекты экономики осуществляют в определенной социально—экономической среде. Выделяют естественную и социальную среду. Первая определяет непосредственное взаимодействие человека, групп, общества в целом с природой в процессе хозяйственной деятельности. Вторая имеет отношение к общественной организации общества.

Естественная среда включает особенности климата, почв, численность населения, качество питания, жилища и т. д.

Свою хозяйственную деятельность человек осуществляет в условиях естественной ограниченности ресурсов (климатические условия, объем полезных ископаемых, количество осадков и т. д.). Например, большую часть земного шара занимают моря, а это ограничивает человека в таком ресурсе, как земля.

Наиболее благоприятные для хозяйственной деятельности людей территории – это регионы, на долю которых приходится среднее число осадков (от 250 до 1000 мм). К таким территориям относятся Восточный Китай, Центральная и Западная Европа, восточная половина США.

Большое значение в хозяйственной деятельности имеет **наследственность**. Например, в некоторых древних племенах младенцев со слабым телосложением убивали. Проводя социальную политику, государственные деятели должны помнить, что дети наследуют не только здоровье, но и болезни. Неполноценное питание, антисанитарные условия способствуют росту смертности и заболеваний не только настоящего, но и будущего поколений.

Современная наука о жизнедеятельности людей должна также учитывать связь человека с космосом. Большой вклад в это направление был внесен русским ученым **В. И. Вернадским**. Основные идеи его учения отразились в его работах о ноосфере. В ноосфере человек может коренным образом реорганизовывать свою жизнь, изменить условия жизнедеятельности. Могущество человека на Земле, по теории Вернадского, обусловлено не его физической силой, а его разумом и трудом, направляемым разумом.

Невозможно отделить человека от природы. Все живые организмы взаимосвязаны друг с другом и с природой. Также Земля и другие планеты неразрывны и находятся в постоянном взаимодействии.

Природное равенство и биологическое единство – это закон природы, в основе которого лежит принцип равенства всех людей. В хозяйственной жизни эта идея воплощается в понятии социальной справедливости.

В последнее время научно—технический прогресс сделал человечество единым целым. Средства связи позволяют человеку быть доступным в любом уголке мира. Все это усиливает значение общечеловеческих ценностей и делает глобальные проблемы общими.

3 ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АГЕНТЫ

Институты – это совокупность созданных людьми формальных и неформальных норм и правил, выступающих в виде ограничения для экономических агентов, а также соответствующих механизмов контроля по их соблюдению и защите.

Институты имеют особенность медленно меняться в соответствии с изменениями в окружающей среде. Многие институты, эффективные в прошлом, становятся нерезультативными и тем не менее остаются таковыми продолжительное время.

Институты делятся на следующие виды:

1) **формальные.** Это правила, придуманные людьми. Они создаются, чтобы служить интересам тех, кто контролирует институциональные изменения в рыночной экономике;

2) **неформальные.** Общепринятые условности и кодексы поведения (обычаи, традиции и т. д.). Роль институтов в экономической жизни состоит в уменьшении неопределенности, организации взаимоотношений между экономическими агентами, ограничении набора альтернатив в экономическом поведении человека. Существуют следующие **субъекты рыночной экономики:**

- 1) предприниматели;
- 2) конечные потребители;
- 3) владельцы ссудного капитала;
- 4) работники, предлагающие свой труд;
- 5) собственники ценных бумаг и т. д.

В закрытой экономике выделяют четыре группы экономических агентов.

1. **Домашнее хозяйство** – экономическая единица, действующая в потребительской сфере экономики. Состоит из одного или нескольких лиц, обеспечивает воспроизводство «человеческого капитала», а также самостоятельно принимает решения, является собственником и поставщиком какого-либо фактора производства и стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей.

2. **Предприятие (фирма)** – экономическая единица, целью деятельности которой является получение прибыли. Стремится к максимизации дохода, самостоятельно принимает решения, использует факторы производства для изготовления продукции с целью ее продажи. Полученный доход предприятие расходует не на личное потребление, а на расширение производства.

3. **Банк** – финансово—кредитное учреждение, регулирующее движение денежной массы, необходимой для нормального функционирования экономики.

4. **Государство (правительство)** представлено совокупностью правительственных организаций, которые осуществляют свою деятельность для достижения общественных целей. Бюджетные учреждения осуществляют функции государственного регулирования экономики.

Роль институтов заключается в создании определенных правил поведения, устойчивости повседневной жизни. Общественные институты очень часто оказывают влияние на различные организации и поведение экономических субъектов. Они удовлетворяют идеологические или духовные потребности.

4 МОДЕЛИ ЧЕЛОВЕКА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Модель человека – это унифицированное представление о человеке, осуществляющем свою деятельность в определенной системе социально—экономических координат.

Первое направление – модель «*Homo economicus*». Эту модель рассматривали английская классическая школа, маржиналисты и неоклассики. В центре внимания этой модели денежный интерес, который является главным мотивом деятельности «человека экономического».

В соответствии с этой моделью поведение индивида нацелено на то, чтобы максимизировать полезность в рамках определенных ограничений, основным из которых является его денежный доход.

Анализ экономического поведения людей в рамках модели «*Homo economicus*» предполагает использование постулата о рациональном поведении человека, т. е. стремлении индивидуума получить максимальный результат при минимальных затратах в условиях ограниченности используемых возможностей.

Второе направление – кейнсианцы, институционализм и историческая школой.

Стимулы поведения человека включают как стремление к материальным, денежным благам, так и определенные элементы психологического характера – соблюдение различных традиций, привычки, соображения престижа, желание наслаждаться жизнью и др.

Характерными особенностями модели является неполнота информации хозяйствующих субъектов, стереотипность поведения в зависимости от привычек, религиозных устремлений и т. п.

Несовершенство информации влечет за собой возрастание таких факторов, как ожидания, предчувствия и т. д.

Третье направление – принципиально новая разновидность модели «*Homo economicus*», отражающей современные реалии. Для нее характерно изменение мотивации деятельности по сравнению с моделью «рационального максимизатора»: возрастание значения не столько материальных, сколько духовных потребностей личности (удовлетворенность от самого процесса труда, его социальная значимость, сложность ит.д.).

Модель характеризуется многообразием и динамизмом потребностей, главная потребность – потребность в самореализации, установление связей с другими людьми и т. п.

Четвертое направление – «советский экономический человек». Корни модели уходят в сталинский тоталитарно—репрессивный режим. Модель «советский экономический человек» отражает основные черты экономического поведения человека в командно—административной системе хозяйства.

Эта модель характеризуется доминированием стремления к минимизации трудовых затрат, господством иждивенческих настроений, ожиданием скромного, но твердого, гарантированного вознаграждения не за результаты труда, а за само присутствие на рабочем месте.

5 БЛАГА

Благо – это любой предмет, явление, который удовлетворяет какую—либо человеческую потребность и отвечает целям, интересам, стремлениям людей.

Особое место среди благ, необходимых человеку, роль которых возрастает, занимают услуги.

Услуги – это рациональная деятельность человека, имеющая положительный эффект, в результате которой удовлетворяются те или иные потребности человека.

Согласно наиболее распространенной классификации выделяют следующие виды благ.

1. Материальные блага – это естественные, природные блага (полезные ископаемые, земля, вода, воздух); продукты производства (продовольственные продукты, здания, станки, автомобили и т. д.). Иногда к материальным благам относят и отношения по присвоению материальных благ (патенты, авторские права).

2. Нематериальные блага – это блага, воздействие которых направлено на развитие способностей человека, поддержание здоровья. Эти блага создаются в непродуцированной сфере – здравоохранении, кино, театре, образовании, искусстве, музеях и т. д. Выделяют следующие **виды нематериальных благ**:

1) внутренние. Это способности, которыми человек наделяется от рождения и развивает в себе по собственному желанию (голос, ораторские способности, способности к науке и т. д.);

2) внешние. Это блага, которые человек получает от внешнего мира (репутация, деловые связи и т. д.).

По критерию времени блага подразделяются на: настоящие и будущие, прямые и косвенные, долговременные и краткосрочные и т. д.

Следующая классификация делит блага на экономические и неэкономические.

Экономические блага являются результатом экономической деятельности, их количество ограничено. Этот вид блага связан с поведением хозяйствующего субъекта в условиях ограниченности ресурсов.

Неэкономические блага – блага, предоставленные природой без приложения человеком каких—либо усилий (воздух, вода, свет и т. д.). Их количество достаточно для полного и постоянного удовлетворения определенных потребностей человека.

Специфической формой экономического блага является товар.

Товар – это специфическое экономическое благо, продукт труда, предназначенный для обмена.

Основными характеристиками товара являются потребительная стоимость и меновая стоимость (ценность).

Потребительной ценностью наделяют благо его полезность, свойства, позволяющие удовлетворять какую—либо потребность человека.

Потребительной стоимостью обладает любой товар. Характер потребностей может быть при этом самым различным (как то физические, духовные потребности).

Меновая стоимость – это количественная пропорция обмена потребительных ценностей одного рода на другие потребительные ценности. Например, 1 чайник на 5 кг муки.

6 ПОТРЕБНОСТИ, РЕСУРСЫ

Потребность – это объективная нужда людей в чем—либо необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, личности, требующая удовлетворения.

Выделяют следующие **потребности**:

- 1) физиологические (в еде, питье, сексуальные и т. д.);
- 2) в социальных связях (причастности к какой—либо группе);
- 3) материальные и духовные;
- 4) рациональные и иррациональные;
- 5) абсолютные и действительные и др.

При осознании потребностей они приобретают конкретную форму – **форму интереса**.

Проявление экономических потребностей выражает экономический интерес.

Существуют общественные, коллективные и личные интересы, национальные и интернациональные, региональные и ведомственные, групповые и семейные, текущие и перспективные, рациональные и нерациональные, финансовые, трудовые и т. д.

Интересы являются основой экономических отношений.

Экономические отношения – это отношения, связанные с производством, распределением, обменом и потреблением материальных благ и услуг.

Экономические отношения создают фундамент экономической организации общества, асовместно с производительными силами определяют характерные формы и виды экономических систем.

В любой экономической системе эти отношения представлены производственными ресурсами.

Экономические ресурсы — это совокупность различных составляющих производства, которые могут быть использованы для производства материальных и духовных благ и услуг.

Различают ресурсы трудовые (население в трудоспособном возрасте), природные, материальные (средства и предметы труда), финансовые (денежные средства, вложенные в производство), информационные (данные, необходимые для функционирования автоматизированного производства и управления им с помощью компьютерной техники).

Производственные возможности экономической системы ограничены редкостью применяемых ресурсов. Причиной тому является истощение невозпроизводимых природных ресурсов.

Различают абсолютную и относительную ограниченность ресурсов.

Абсолютная ограниченность представляет собой недостаточность производственных ресурсов для удовлетворения потребностей всего общества.

Если сократить часть потребностей общества, то абсолютная ограниченность потребностей становится **относительной**, так как для удовлетворения ограниченного круга потребностей общества ресурсов достаточно.

Абсолютная ограниченность ресурсов свойственна природным и трудовым ресурсам; относительная характерна для материальных, информационных, финансовых ресурсов.

7 ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЫБОР

Экономические ресурсы – это совокупность различных составляющих производства, которые могут быть использованы для производства благ и услуг.

По причине ограниченности экономических ресурсов общество вынуждено делать выбор. В процессе выбора приходится от чего—то отказываться.

То, от чего общество отказывается, называется **вменными** (скрытыми) издержками достижения выбранных целей.

Например, денежная стоимость экономических ресурсов строительства мостов (расходы на землю, материалы и рабочую силу и т. д.), являются вменными издержками жилых домов, больниц, школ, которые могли бы быть построены за счет тех же ресурсов.

Общество может абсолютно все ресурсы направить на строительство мостов, а может снизить объем этого строительства с тем, чтобы строить также жилые дома, больницы и школы. Объемы строительства жилых домов, больниц и других зданий не только альтернативны, но и взаимодополняемы.

Общество осуществляет технологический выбор в экономике (например, между строительством мостов и жилых домов путем перераспределения ресурсов).

Национальная экономика, полностью реализующая потенциал, не может увеличить производство какого—либо блага, не поступившись другим благом.

Основной проблемой эффективного функционирования экономической системы является проблема выбора.

Суть проблемы выбора состоит в том, что если каждый фактор, необходимый для удовлетворения многообразных потребностей человека, ограничен, то всегда существует проблема альтернативности его использования и выбора наилучшего сочетания факторов производства.

Проблема экономического выбора отражается в **трех основных вопросах экономики**.

1. Что? (Какие из возможных благ и услуг должны производиться в данной экономической системе в данный период времени?)

2. Как? (Какую комбинацию сочетания ресурсов и с использованием какой технологии необходимо использовать для производства выбранных благ и услуг?)

3. Для кого? (Кто заинтересован в покупке выбранных товаров и услуг, каково должно быть распределение валового дохода общества от их производства?)

Свойства данной хозяйственной системы не всегда равны сумме свойств ее составляющих. Система динамична и постоянно находится в развитии. Для хозяйственной системы характерны такие свойства, как стабильность и изменчивость; устойчивость и подвижность; противоречивость.

Экономическое противоречие – это одновременное проявление в одном и том же экономическом процессе взаимоисключающих тенденций и свойств, что является сущностью и источником самодвижения экономических процессов.

8 ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Процесс общественного производства включает четыре стадии: собственно производство, распределение, обмен и потребление.

Производство – это процесс создания материальных и нематериальных благ, необходимых для существования и развития человека.

В системе рыночного хозяйства непосредственной целью производства является получение прибыли.

Распределение – стадия определения доли, количества, пропорции, в которой каждый хозяйствующий субъект принимает участие в производственном процессе.

В рыночной системе хозяйства распределение ресурсов происходит под воздействием ценового механизма.

Обмен – стадия движения материальных благ и услуг от одного субъекта к другому и форма общественной связи производителей и потребителей.

Потребление – стадия использования результатов производства для удовлетворения определенных потребностей.

Потребление можно подразделить на два типа: личное потребление и производственное.

Личное потребление осуществляется вне рамок общественного производства: еда, питье, чтение всегда остаются индивидуализированным процессом.

Производственное потребление предполагает использование средств производства для создания новых потребительских благ.

Процесс воспроизводства – возобновляющийся процесс, который включает в себя распределение, обмен и потребление произведенных благ.

Производство в целом есть процесс воздействия человека на предметы и силы природы с целью приспособить их для удовлетворения тех или иных потребностей. Процесс труда составляет материальную основу процесса производства.

Основными элементами данного процесса являются рабочая сила, предметы труда и средства труда.

Труд есть целесообразное расходование человеком своей рабочей силы по преобразованию форм природы для удовлетворения присущих обществу многообразных потребностей.

Рабочая сила – это совокупность физических и духовных способностей человека, используемая в процессе изготовления продукции (материальных благ). Труд по созданию материальных благ называется производительным, т. е. создающим заново материальные блага.

Труд в нематериальном производстве (труд учителей, врачей, чиновников и др.) является непроизводительным.

Предметы труда – это материальная основа будущего готового продукта, то, на что направлен труд.

Средства труда – вещь (комплекс вещей), с помощью которых человек воздействует на предмет труда в процессе производства готового продукта.

Материальные средства труда делят на естественные (земля, песок, камень и т. п.) и технические (производимые человеком).

9 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Экономическая система – это упорядоченная система взаимоотношений между производителями и потребителями материальных и нематериальных благ и услуг. Согласно определению *П. Грегори, Р. Стюарта*, экономическая система – это совокупность механизмов и институтов для принятия и реализации решений, касающихся производства, захода и потребления в рамках определенной географической территории.

Экономическая система включает все институты, организации, законы и правила, традиции, убеждения, позиции, оценки, запреты и схемы поведения, которые прямо или косвенно воздействуют на экономическое поведение и результаты (*Ф. Прайор*).

Процесс производства предполагает владение хозяйственным субъектом необходимой информацией о том, что, как и для кого производить.

Экономическая теория рассматривает два способа получения информации о том, что, как и для кого производить: спонтанный порядок и иерархию.

В спонтанных порядках информация, необходимая производителям и потребителям, передается путем ценовых сигналов. Повышение или понижение цен на ресурсы определяют поведение производителей, которые повышают (понижают) цены на произведенные с их помощью блага, что определяет поведение потребителей этих благ.

В таких условиях только механизм колебания цен может скоординировать экономический выбор людей. Рынок – это спонтанный порядок. Система приказов и поручений сверху вниз, идущая от центра к исполнителю, называется иерархией.

Примером иерархической системы может быть командно—административная экономика. Определенную организацию фирмы (предприятия), в которой руководитель отдает приказы своим подчиненным также можно назвать иерархией.

Основа иерархии – власть, персонифицированная в лице руководителя фирмы или центрального управляющего государственного органа.

В реальном мире наблюдается сосуществование стихийных порядков и иерархий.

Неотъемлемой составляющей любой хозяйственной системы являются транзакционные издержки.

Согласно определению *К. Эрроу*, транзакционные издержки – это издержки эксплуатации экономической системы.

Выделяют следующие **виды транзакционных издержек**.

1. Издержки поиска информации. Затраты на поиск контрагентов хозяйственных сделок и поиск наиболее выгодных условий купли—продажи.

2. Издержки заключения хозяйственного договора (контракта).

3. Издержки измерения. Перед совершением покупки потребитель должен убедиться в качестве товара, сравнить полезность различных товаров.

4. Издержки сертификации и защиты прав собственности. Издержки на функционирование судебной системы, органов правопорядка и т. д.

5. Издержки оппортунистического (недобросовестного) поведения. Издержки, связанные с выявлением и наказанием нарушителя договора.

10 ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Истоки экономической находим в учениях мыслителей стран Древнего Востока – древнеиндийские **Законы Ману** (IV–III вв. до н. э.). В трудах древнекитайских мыслителей, среди которых особо выделялся **Конфуций** (551–479 гг. до н. э.).

Взгляды древнегреческих мыслителей (**Ксено—фонта** (444–357 гг. до н. э.), **Платона** (427–347 гг. до н. э.), **Аристотеля** (384–322 гг. до н. э.)) – исходные пункты экономической науки.

Христианство объявило простой хозяйственный труд необходимым и святым делом. Как наука, экономическая теория возникла в XVI–XVII вв. с появлением меркантилизма. Сущность учения меркантилистов сводится к определению источника происхождения богатства. Источник богатства они выводили из сферы обращения, а само богатство отождествляли с деньгами.

Наиболее известными представителями меркантилизма были **Томас Манн** (1571–1641), **Ан—туан Монкретъен де Ваттевиль** (1575–1621) и др.

Учение **Уильяма Петти** (1623–1687) служит как бы переходным мостиком от меркантилистов к классической (подлинной) науке – политической экономии. Его основная работа – **«Трактат о налогах и сборах»** (1662 г.). Заслуга У. Петти в том, что он впервые объявил источником богатства труд и землю.

Отдельное направление в развитии политэкономии представлено физиократами. Главным представителем и основателем этого направления был **Франсуа Кенэ** (1694–1774).

Адам Смит (1723–1790) вошел в историю экономической мысли как основоположник классической политической экономии. Основной труд – **«Исследование о природе и причинах богатства народов»** (1777 г.). Основная идея в учении А. Смита – идея либерализма, минимального вмешательства государства в экономику, рыночного саморегулирования на основе свободных цен. Рыночные регуляторы он называл «невидимой рукой».

Давид Рикардо (1772–1823) продолжил разработку теории А. Смита. Главный его труд – **«Начала политической экономии и налогового обложения»** (1809–1817 гг.).

Карл Маркс (1818–1883) и **(Фридрих Энгельс** (1820–1895) создали теоретическую концепцию, получившую название марксизм. Их идеи были дополнены и несколько переработаны **В. И. Лениным** (1870–1924). **Марксизм или теория научного социализма (коммунизма)**, – направление, представленное совокупностью социалистических принципов, таких как общественная собственность на средства производства, равная плата за равный труд, всеобщая и полная занятость и т. п. **Главный труд К. Маркса – «Капитал»** (1867 г.).

В дальнейшем сформировались еще два направления: маржинализм и современная экономическая мысль.

Маржинализм (от англ. – «предельный») – это направление, которое исходило из идеи использования предельных, крайних величин.

К главным направлениям **современной экономической мысли** относятся:

- 1) неоклассическое;
- 2) кейнсианское;
- 3) институционально—социологическое.

11 МЕТОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Экономическая теория использует следующие методы: анализ, синтез, индукцию, дедукцию, аналогию, научную абстракцию.

Анализ – метод познания, предполагающий разделение целого на отдельные составные части и изучение каждой из этих частей по отдельности. Например, изучение формирования рыночного спроса с помощью исследования определяющих его факторов – цен, государственных дотаций (пособий, субсидий), предпочтений потребителей и др.

Синтез – это метод, основанный на обобщении отдельных составляющих какого-либо явления, процесса, изученных в процессе анализа, в единое целое. Например, рыночный спрос и его динамика могут быть исследованы наилучшим образом, если рассматривать спрос как единство составляющих его и определяющих его динамику составных частей – цен, доходов потребителей и др.

Индукция – метод исследования, заключающийся в следующем: для того чтобы получить общее знание о каком-либо классе предметов, необходимо исследовать отдельные предметы этого класса, найти в них общие существенные признаки, которые и послужат основой для знания об общем, присущем данному классу предметов. Индуктивный метод исследования заключается также и в следующем: исследователь переходит от знания менее общих положений к знанию более общих положений, т. е. метод, опирающийся на умозаключения от частного к общему.

Дедукция – метод, при котором умозаключение выводится чисто логическим путем из предшествующих мыслей, т. е. от общего к частному.

Аналогия – (от гр. *analogia* – «сходство, соответствие») представляет собой сходство, подобие предметов (явлений) в каких-либо свойствах, признаках, отношениях. Это такой метод познания, при котором свойства с известного явления или процесса переносятся на неизвестные. При этом используются достижения различных наук. Например, в экономике распространено сравнение денежного обращения с кровообращением в человеческом организме.

Метод научной абстракции – абстрагирование от несущественного при выделении главного в объекте исследования.

Научная абстракция применяется для построения экономических моделей.

Экономическая модель – это упрощенное представление о взаимосвязях между экономическими переменными.

Экономическая теория широко применяет метод функционального анализа, который характеризует взаимную зависимость экономических явлений.

Функциональные зависимости находят применение в графических построениях.

Исследование многих функциональных зависимостей ведется с помощью метода предельного анализа. В экономической науке предельная величина – это дополнительная величина.

В ситуациях, когда решения одного субъекта воздействует на решения других, экономическая наука использует теорию игр.

12 РЫНОК

Рынок — это способ взаимодействия производителей и потребителей, который основан на децентрализованном механизме ценовых сигналов.

Участники рынка – это предприниматели, конечные потребители, работники, продающие свой труд, собственники недвижимости и т. д.

Выделяют три группы субъектов рыночного хозяйства: домашние хозяйства, бизнес (предприниматели) и правительство.

Домашнее хозяйство – структурная единица, состоящая из одного или более человек и функционирующая в потребительской сфере. Домашние хозяйства потребляют конечные продукты (блага) сферы материального и нематериального производства.

Домашние хозяйства – собственники и поставщики факторов производства. Доходы, полученные от продажи услуг труда, капитала и других факторов производства, используют для удовлетворения личных потребностей.

Бизнес – это фирма (предприятие), осуществляющая свою деятельность с целью получения дохода (прибыли). Организация бизнеса предполагает вложение собственного или заемного капитала, доход от которого идет на расширение производственной деятельности. Бизнес является поставщиком товаров и услуг в хозяйстве страны.

Правительство – это различные бюджетные организации и учреждения, функцией которых является государственное регулирование экономики.

Существуют основные условия возникновения рынка.

1. **Общественное разделение труда и специализация.** Общественное разделение труда означает, что в любом современном сообществе ни один человек не может жить за счет полного самообеспечения. Отдельные виды хозяйственной деятельности, которыми занимаются различные группы предпринимателей, отражают суть специализации в производстве тех или иных благ и услуг.

Определяющим моментом специализации считается принцип сравнительного преимущества. Суть принципа заключается в возможности производить продукцию при относительно меньшей альтернативной стоимости в силу различий предпринимателей в навыках, способностях, обеспеченности ресурсами и др.

2. **Экономическая обособленность, или хозяйственная автономия субъектов рынка.** Благами обмениваются полностью независимые, самостоятельные производители. Хозяйственная автономия означает самостоятельность в принятии решений о том, что и как производить, кому и где продавать созданную продукцию. Наилучшим образом экономическую обособленность выражает частная собственность.

3. **Свободный обмен ресурсами.** Свободный обмен позволяет сформироваться свободным ценам, которые являются сигналами хозяйствующим субъектам, определяющими направления их деятельности.

13 ЭЛЕМЕНТЫ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА. ОСНОВНЫЕ ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

Рыночный механизм основывается на **трех основных элементах**.

1. **Цены.** На рынке изменение относительных цен является ориентиром для производителя, помогающим определить, в какую сторону (уменьшения или увеличения) изменять объем производства. Колебание цен оказывает влияние на выбор технологии производства. Цены определяют характеристику потребителей и объем продаж данного продукта на рынке.

2. **Спрос и предложение.**

Спрос (платежеспособный) – это потребность в товарах, подкрепленная платежеспособностью экономических субъектов, которые готовы их купить в определенном количестве при сложившихся ценах и денежных доходах потребителей.

Предложение – это количество товаров, находящееся в продаже при данной цене.

Изменение соотношения между спросом и предложением вызывает колебания рыночных цен вокруг цены равновесия. Равновесная цена – цена, в которой спрос равен предложению. Колебания цен определяют уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения.

3. **Конкуренция.** Цель любого предприятия – максимизация прибыли – может быть достигнута расширением производства, хозяйственной деятельности. Это является основой конкурентной борьбы за новые рынки сбыта, за наиболее выгодные условия производства, которые позволяют увеличить объемы производства, и, следовательно, получаемую прибыль. Характер конкуренции может быть различным, что существенно влияет на способ достижения рыночного равновесия.

В условиях свободной, или совершенной, конкуренции рыночный механизм действует наиболее эффективно. Основными **характеристиками** рынка свободной конкуренции являются следующие:

- 1) множество покупателей и продавцов;
- 2) высокая мобильность факторов производства;
- 3) отсутствие барьеров на пути вступления на рынок или выхода из него;
- 4) однородность (стандартность) продаваемой продукции;
- 5) равный доступ всех участников рыночных отношений к информации.

При совершенной конкуренции доля каждого участника рынка в продажах или покупках незначительна, поэтому ни один из продавцов или покупателей по отдельности не может воздействовать на рыночную цену. Совершенной конкуренции в чистом виде не существует. Выделяют следующие **виды рынка несовершенной конкуренции**:

1) **чистую монополию.** Характеризуется такой ситуацией на рынке, когда одна фирма является единственным продавцом товара или услуги, а границы фирмы и отрасли совпадают;

2) **олигополия.** Это такая ситуация, когда на рынке существует небольшое число фирм;

3) **монополистическую конкуренцию.** Это наличие на рынке сравнительно большого числа фирм, которые производят дифференцированную продукцию.

14 СПРОС И ЕГО ФАКТОРЫ. ВИДЫ СПРОСА

Спрос L – это количества товара Q , которое будет куплено за приемлемую цену P и определенный промежуток времени. Кривая спроса отображена на рисунке 1.

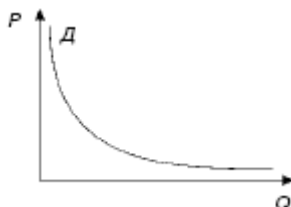


Рис. 1. Кривая спроса

Спрос на рынке выступает со стороны потребителя, вернее, покупателя и отражает потребности людей. Потребность должна быть обеспечена денежным эквивалентом, т. е. потребность должна быть платежеспособной.

Различают **платежеспособный спрос на факторы производства** (это спрос производства) и **на предметы потребления** (спрос населения).

Спрос населения во многом зависит от таких **факторов**, как:

- 1) размер денежных средств, находящихся на руках населения, в сберкассах;
- 2) различные выплаты и наследство;
- 3) размер рынка;
- 4) цена;
- 5) полезность и качество товаров;
- 6) субъективные вкусы и предпочтения.

Различают также **действительный спрос** (реально предъявляемый спрос на товары и услуги), **реализованный** (часть действительного спроса, которая реализована на рынке в купленных товарах и услугах) и **неудовлетворенный спрос** (нереализованная часть действительного спроса ввиду отсутствия нужных товаров или несоответствия их ассортимента и качества требованиям покупателей).

Неудовлетворенный спрос приобретает самые различные формы (скрытый, явный, текущий, мобильный и накопленный).

Спрос очень подвижен, изменчив, ибо на его величину и динамику влияют многочисленные факторы как экономического, так и социального, а также технологического характера. Спрос на товар, например, может увеличиваться в результате использования рекламы, изменений моды и вкусов, предпочтений, окружающей среды, доступности товаров, величины доходов, полезности вещи, цены на взаимозаменяемые товары, количества населения, ожидания будущих цен и многого другого.

В связи с такой подвижностью спроса выделяют экзогенный и эндогенный спрос.

Экзогенный спрос – спрос, изменение которого вызвано вмешательством правительства или внедрением каких—либо сил извне системы свободного рынка.

Эндогенный, или внутренний, спрос – это спрос, который образуется внутри общества благодаря факторам, существующим в этом обществе.

15 ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ

Полезность – это способность данного продукта удовлетворять потребности.

Следует различать понятия «полезность» и «польза».

Картина известного художника может быть бесполезной с практической точки зрения и в то же время приносить пользу знатоку искусства.

Полезность – это понятие субъективное, поскольку полезность какого—либо продукта будет отличаться у разных людей. Бутылка дешевого крепленого вина может иметь достаточно большую полезность для пьющего человека и отрицательную полезность для человека, ведущего трезвый образ жизни.

Предельная полезность – это добавочная полезность, т. е. удовлетворение, которое потребитель извлекает из дополнительной единицы конкретной продукции.

За относительно короткий промежуток времени, в течение которого вкусы потребителей не изменятся, предельная полезность каждой последующей единицы продукции будет падать, поскольку потребность в этом конкретном продукте будет постепенно удовлетворяться, или насыщаться.

Определенная потребность может удовлетворяться следующими друг за другом единицами товара в соответствии с законом убывающей предельной полезности.

Закон убывающей предельной производительности гласит: чем большее количество продуктов приобретают потребители, тем меньше их стремление к получению дополнительных единиц этого же продукта. Наиболее наглядно это видно на примере товаров длительного пользования. Потребность человека в автомобиле, если он или она его не имеют, может быть очень сильной; желание иметь вторую машину гораздо менее интенсивно; потребность в третьей или четвертой машине слаба. Даже самые богатые семьи редко имеют более пяти машин, несмотря на то, что их доходы позволяют купить и содержать целый автомобильный парк. Кривая безразличия (*Д*) (рис. 2) представляет объективную информацию о предпочтениях покупателей продукта *А* продукту *В*. Она отражает все возможные комбинации продуктов *А* и *В*, которые дают потребителю равный объем удовлетворения потребности.

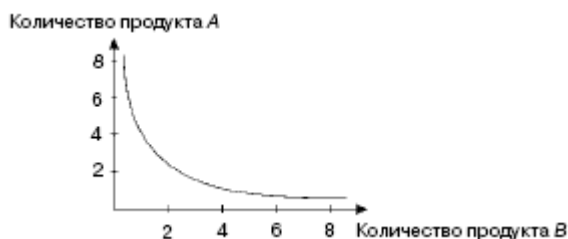


Рис. 2. Кривая безразличия

Предпочтения потребителя сводятся к тому, что они реализуют одинаковую совокупную полезность *А* и *В* при любом их сочетании, показанном на графике, потребителю будет безразлично, какую именно комбинацию продуктов он действительно приобретет.

16 ЭФФЕКТ ДОХОДА И ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ

Эффект дохода показывает изменение реального дохода потребителя и его спроса при изменении цен на товары.

Например, при снижении цены на мясо в 2 раза (с 10 до 5 руб. за 1 кг) на свой постоянный доход в 500 руб. хозяйствующий субъект сможет купить уже не 5 кг мяса, а 10 кг.

Если же он хочет сохранить свое потребление мяса на прежнем уровне, т. е. 5 кг мяса, то на высвобожденные деньги можно приобрести дополнительное количество товаров (например, хлеба, конфет, фруктов).

Смысл эффекта дохода заключается в том, что понижение цены товара сделало хозяйствующего субъекта реально богаче и позволило расширить объем спроса.

Даже после того как рост спроса данного потребителя приостановился, при дальнейшем понижении цены количество покупок на рынке будет увеличиваться в связи с тем, что люди с низким уровнем дохода начнут удовлетворять свои потребности.

Эффект замещения демонстрирует взаимосвязь между относительными ценами товаров и объемом спроса потребителя. Снижение цен на мясо при неизменном уровне цен на другие товары, означает его относительное удешевление по сравнению, например, с колбасой, сосисками и др. Потребитель начнет замещать относительно более дорогие сосиски покупкой более дешевого мяса и купит его не 5, а 7 или 10 кг.

Эффект дохода и эффект замещения действуют параллельно, и в различных ситуациях может преобладать более сильное влияние одного из них. В ситуациях с покупкой нормальных товаров (т. е. товаров, спрос на которые увеличивается по мере роста дохода потребителя) эффект дохода и эффект замещения действуют в одинаковом направлении, вызывая больший объем спроса при снижении цен на товары.

Но существуют так называемые низшие (низкокачественные) товары, потребительские качества которых невысоки (например, низкокачественные сигареты и т. п.). В случае изменения цен на такие товары эффект дохода и эффект замещения действуют в обратных направлениях.

С одной стороны, снижение цен, например, на низкокачественные сигареты, будет вести к росту спроса на них (эффект замещения).

С другой стороны, вследствие действия эффекта дохода потребитель хоть и ненамного, но стал богаче. И богатый человек сокращает или исключает из своего потребления низкокачественные товары.

Если низшие товары занимают незначительное место в общем объеме потребительских расходов, то эффект замещения перевесит эффект дохода, и потребитель будет покупать большее количество таких сигарет.

В экономической теории описываются такие ситуации, когда снижение цены приводит к уменьшению спроса, а увеличение цены – к повышению спроса на товар.

17 ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЕГО ФАКТОРЫ

Предложение S — это товары, которые находятся на рынке или могут быть туда доставлены по определенной цене P . Следует различать натурально—вещественную (по ассортименту) истоимостную (выраженную в деньгах, ценах сумму товаров) формы товарного предложения. Кривая предложения отражена на рисунке 3.

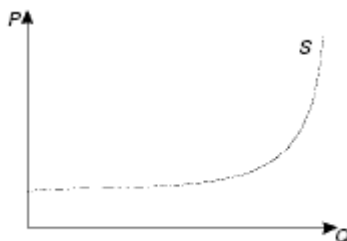


Рис. 3. Кривая предложения

Объем предложения Q — это количество товара, которое продавцы готовы предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.

Объем и структура предложения определяют экономическую ситуацию со стороны производителей и обуславливаются размерами и возможностями производства, а также теми товарами, которые направляются на рынок, ибо часть производимой продукции потребляется в производстве. К товарному предложению относятся все товары, находящиеся на рынке, включая товары в пути. Оно формируется за счет объема и структуры товарной продукции производства, товарных запасов и импорта. На него оказывают влияние возмещение естественной убыли в торговле, расходы на уценку и снижение цен.

Объем предложения у каждого производителя, как правило, меняется в зависимости от цены. Если цена окажется низкой, то продавцы предложат мало товара, придержат часть его на складе. Если цена будет высокой, то они предложат рынку много товаров. Когда же цена существенно возрастет и окажется очень высокой, производители постараются максимально увеличить предложение товаров. Важнейшим фактором, воздействующим на предложение, является величина издержек производства. На объем предложения оказывают влияние и такие факторы, как цены взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров, уровень технологии, деятельность государства и т. д.

Цены ресурсов непосредственно воздействуют на издержки производства и через них — на объем предложения. Но величина затрат на ресурсы в экономическом смысле не тождественна сумме денежных издержек производства. Ресурсы, как правило, имеют несколько возможных сфер применения, поэтому необходимо учесть все альтернативные способы применения ресурсов.

Технический прогресс приводит к снижению затрат на производство и дальнейшему увеличению объема предложения. Государство устанавливает правила поведения экономических агентов, взимает налоги с производителей. Налоговая политика разрабатывается не только с учетом интересов формирования государственного бюджета, но и с целью оказать то или иное влияние на производство товаров. Государство занимается регулированием цен и стандартизацией товаров. Иногда оно прямо вмешивается в процессы производства и обмена.

18 ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Степень увеличения объема спроса на рынке вследствие снижения цены или сокращения объема спроса при повышении цены характеризует степень эластичности спроса по цене.

Коэффициент эластичности спроса по цене (E_d^p) равен отношению изменения спроса к вызвавшему его изменению цены:

$$E_d^p = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P}$$

Коэффициент эластичности показывает количество процентов, на которое меняется объем спроса в результате изменения цены на данный товар на 1 %.

В случае если снижение цены компенсируется соответствующим ростом спроса (в результате общая выручка неизменна) говорят о единичной эластичности спроса ($E_d = 1$). Если снижение цены вызывало меньший рост спроса, то в данном случае спрос неэластичен ($E_d < 1$). Большой рост спроса в ответ на снижение цены характеризует эластичный спрос ($E_d > 1$).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.