

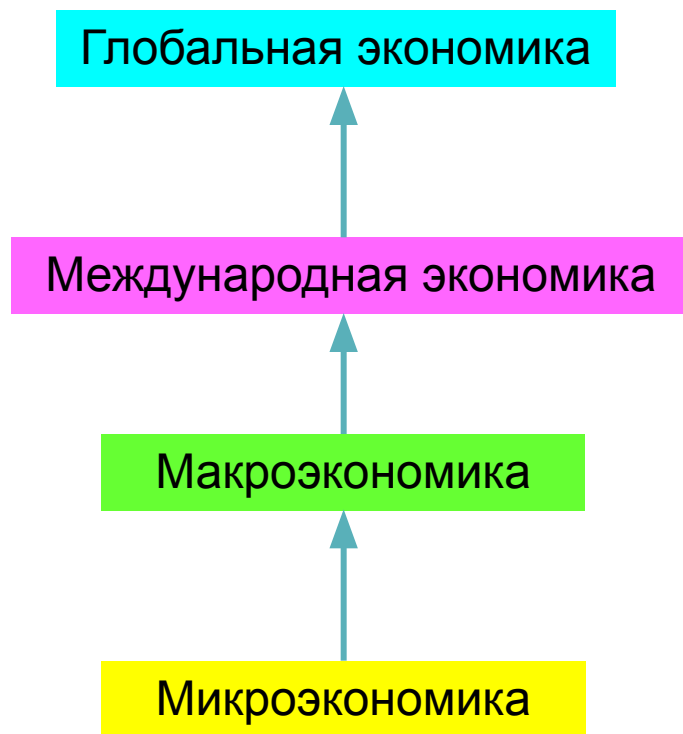
Экономика

Эконом^омика (от др. греч. οἶκος — дом, хозяйство, хозяйствование и νόμος — ном, территория управления хозяйствованием и правило, закон, буквально «правила ведения домашнего хозяйства») хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления.



Джон Стюарт Милль

Уровни экономики



Микроэкономика даёт теоретическое обоснование, как и почему принимаются экономические решения на низшем уровне. Как потребители принимают решения о покупке товара и как на их выбор влияют изменения цен и их доходов; каким образом фирмы планируют численность рабочих; как рабочие решают, где и сколько им необходимо работать.

Микроэкономика занимается исследованием следующих основных направлений:

1. Проблема потребителя — почему агенты выбирают именно такие наборы благ (как правило, для конечного потребления).
2. Проблема производителя — как и почему агенты-производители выбирают именно такие наборы факторов производства и структуры выпуска.
3. Рыночное равновесие и структура рынка.
4. Общее равновесие — как и почему формируются цены на товары и услуги, как происходит обмен при различных предположениях; когда рынок экономически эффективен.
5. Асимметрия информации — как и почему несовпадение информационных множеств экономических агентов может привести к экономической неэффективности.
6. Внешние эффекты (экстерналии) — как и почему существует возможность своим выбором косвенно повлиять на решения других.
7. Общественные блага — как и почему существование некоторых типов экономических благ может привести к экономической неэффективности.
8. Теория общественного выбора — раздел экономики, изучающий различные способы и методы, посредством которых люди используют правительственные учреждения в своих собственных интересах.

Микроэкономика

Макроэкономика

Раздел экономической теории, изучающий функционирование экономики в целом, экономическую систему как единого целого, совокупность экономических явлений. Макроэкономическими проблемами можно назвать:

1. Экономический рост, экономические циклы: Что такое экономический рост? Как определить темпы экономического роста? Какие факторы могут влиять на экономический рост? Как экономический рост влияет на развитие рассматриваемой страны?
2. Безработица: Кто такие безработные? Является ли безработица положительным или губительным фактором для экономики? Как бороться с безработицей? Как можно определить различные уровни безработицы в стране? На что влияет безработица?
3. Общий уровень цен: Что подразумевают под общим уровнем цен? Как изменения в ценовом уровне влияют на состояние экономики? Что такое инфляция? Какая инфляция полезна, а какая вредна?
4. Денежное обращение, уровень ставки процента: Какова роль денег в макроэкономике? Что влияет на общую ставку процента и на что она влияет в экономике?
5. Государственный бюджет: Как государство регулирует свои доходы и расходы? Как зависят такие критерии как благосостояние общества или развитие бизнеса в стране от изменений в государственном бюджете?
6. Торговый баланс: Как страна осуществляет международную торговлю с другими странами? Как изменения в экспорте и импорте влияют на валютный курс, развитие рассматриваемой страны, состояние мировой экономики?

Глобальная экономика - совокупность исторически сложившихся в результате общественного разделения труда отдельных отраслей хозяйства, связанных между собой системой международного разделения труда и международных экономических отношений.

Международная экономика изучает закономерности взаимодействия хозяйственных субъектов разных государств в области международного обмена товарами, услугами, трудом, капиталом и другими факторами производства.

Международная микроэкономика изучает закономерности поведения участников мирового рынка, определяемые их интересами и возможностями.

Международная макроэкономика посвящена исследованию процессов согласования внутреннего равновесия с состоянием платежного баланса.

Международная и глобальная ЭКОНОМИКА

Сектора экономики

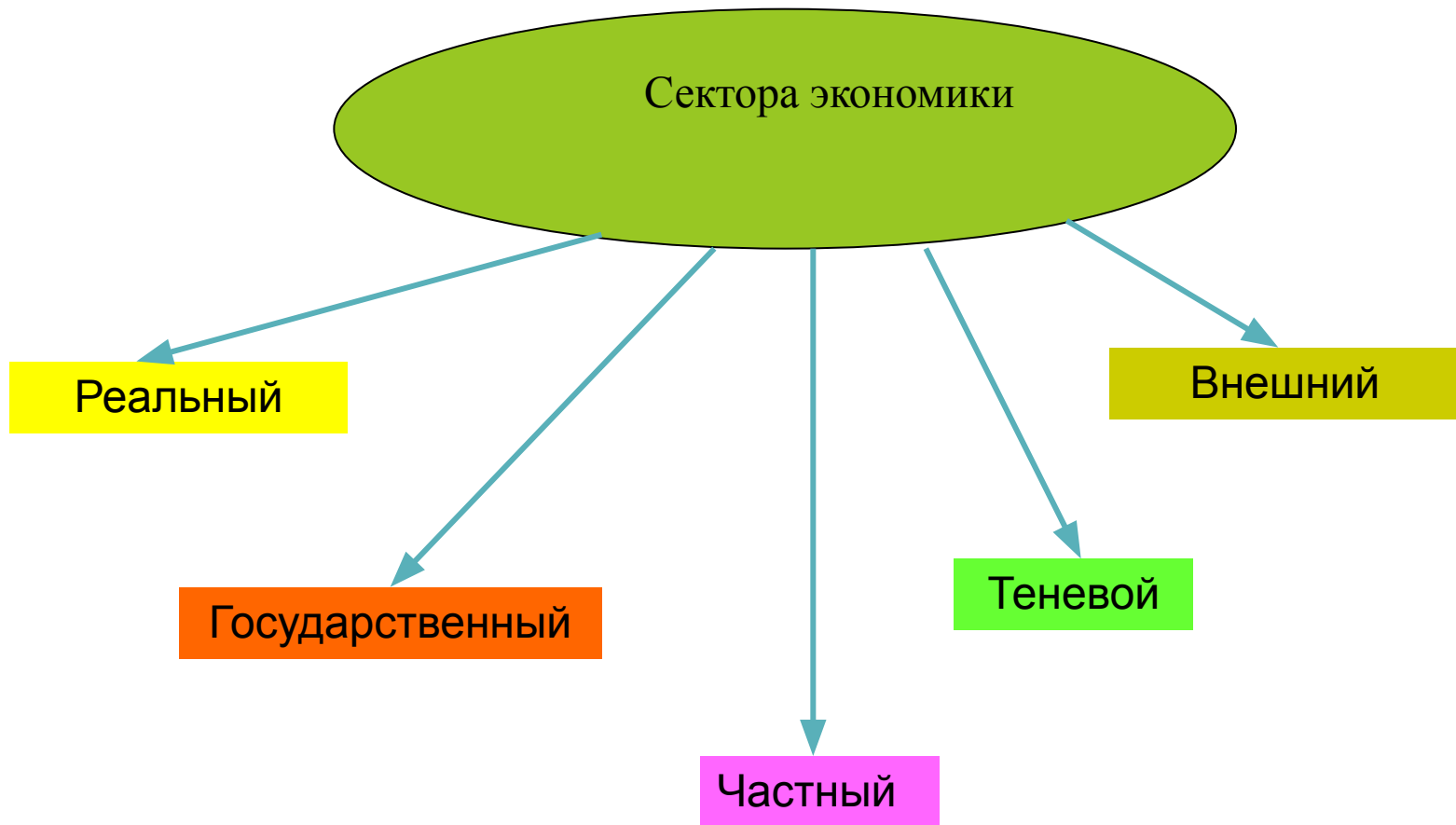
```
graph TD; A([Сектора экономики]) --> B[Первичный (добывающая промышленность и сельское хозяйство)]; A --> C[Вторичный (обрабатывающая промышленность и строительство)]; A --> D[Третичный (сфера услуг – транспорт, торговля, развлечения, связь и т.д.)]; A --> E[Четвертичный (экономика знаний – образование, информационные технологии, научные исследования, банки и финансы)];
```

Первичный (добывающая промышленность и сельское хозяйство)

Третичный (сфера услуг – транспорт, торговля, развлечения, связь и т.д.)

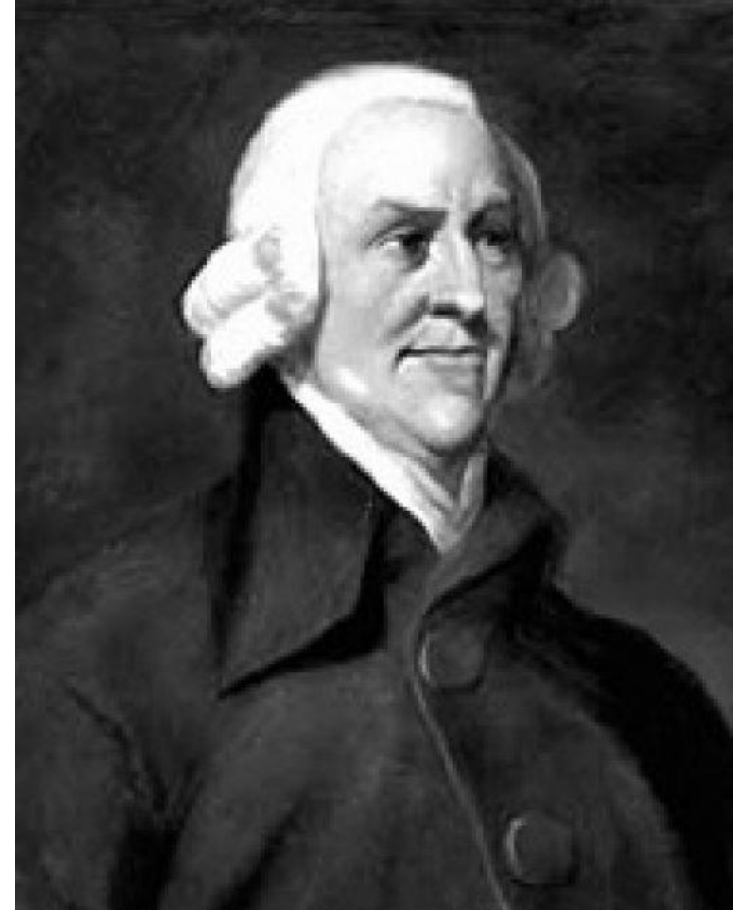
Вторичный (обрабатывающая промышленность и строительство)

Четвертичный (экономика знаний – образование, информационные технологии, научные исследования, банки и финансы)



Экономика как наука

Экономическая наука -
совокупность
общественных наук,
изучающих производство,
распределение и
потребление товаров и
услуг.



Адам Смит

Классическая экономическая теория

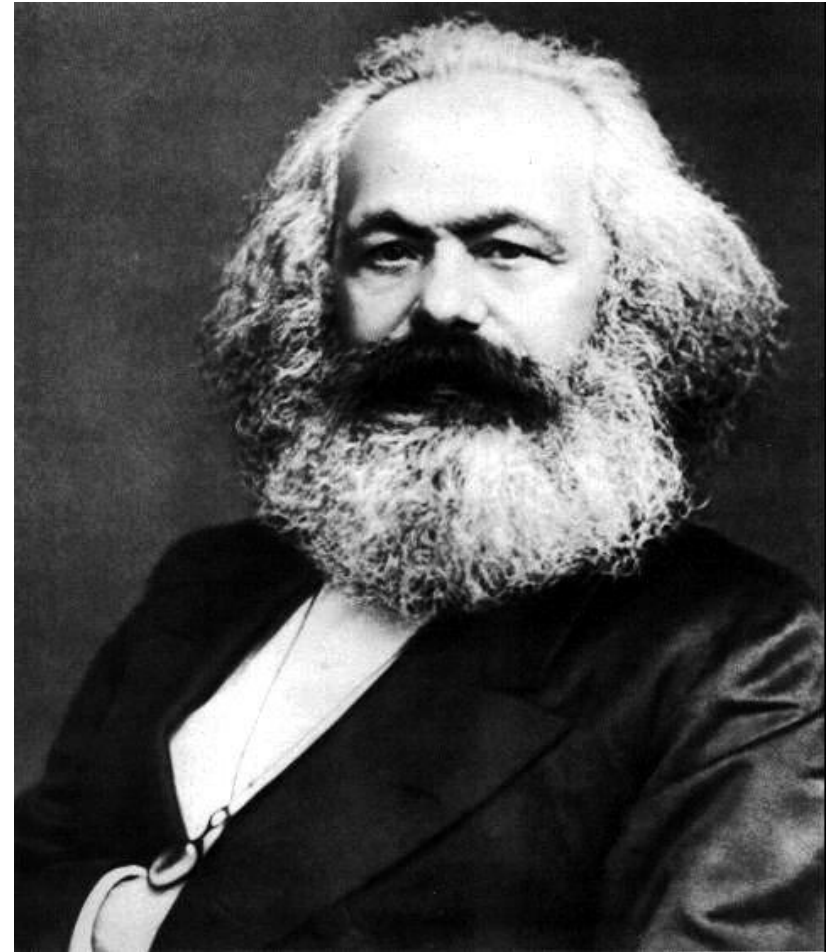
Основа теории – концепция объективных экономических законов, регулирующих поведение экономики, высшей формой которой является свободный рынок. В современном виде приобретает форму неоклассической, либеральной, либертарной (австрийской) концепции



Людвиг фон Мизес

Марксистская экономическая теория

В центр внимания ставятся отношения конфликта вокруг распределения прибавочной стоимости между капиталистами и рабочими. Концепция производительных сил и производственных отношений как структуры, определяющей форму экономического хозяйствования. В современном мире – неомарксизм, австромарксизм



Карл Маркс

Кейнсианство

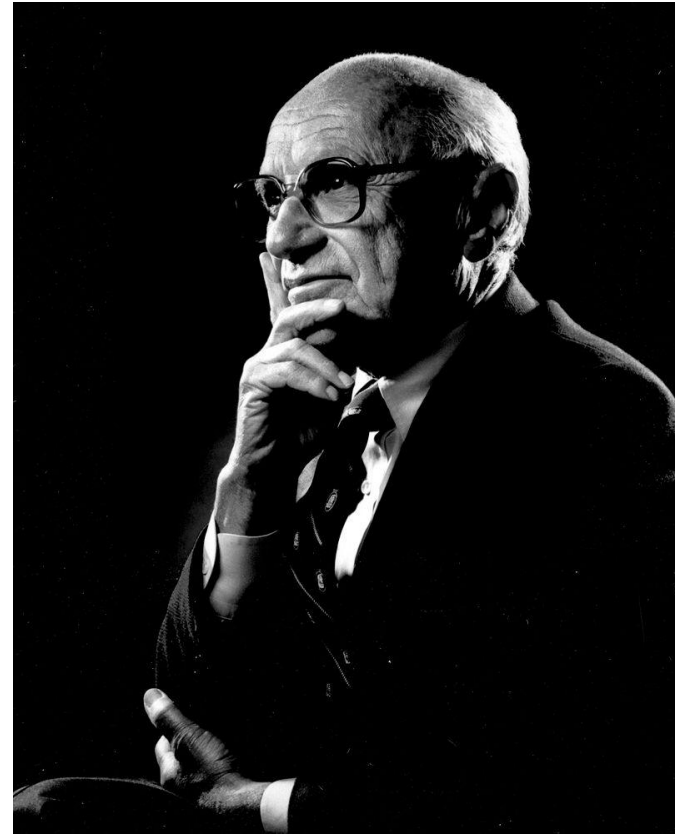
Рыночной экономике несвойственно равновесие, обеспечивающее полную занятость. Причина — склонность сберегать часть доходов, что приводит к тому, что совокупный спрос меньше совокупного предложения. Преодолеть склонность к сбережению невозможно. Поэтому государство должно регулировать экономику воздействием на совокупный спрос: увеличение денежной массы, снижение ставок процента (стимуляция инвестиционной деятельности). Недостаток спроса компенсируется за счёт общественных работ и бюджетного финансирования.



Джон Мейнард Кейнс

Монетаризм

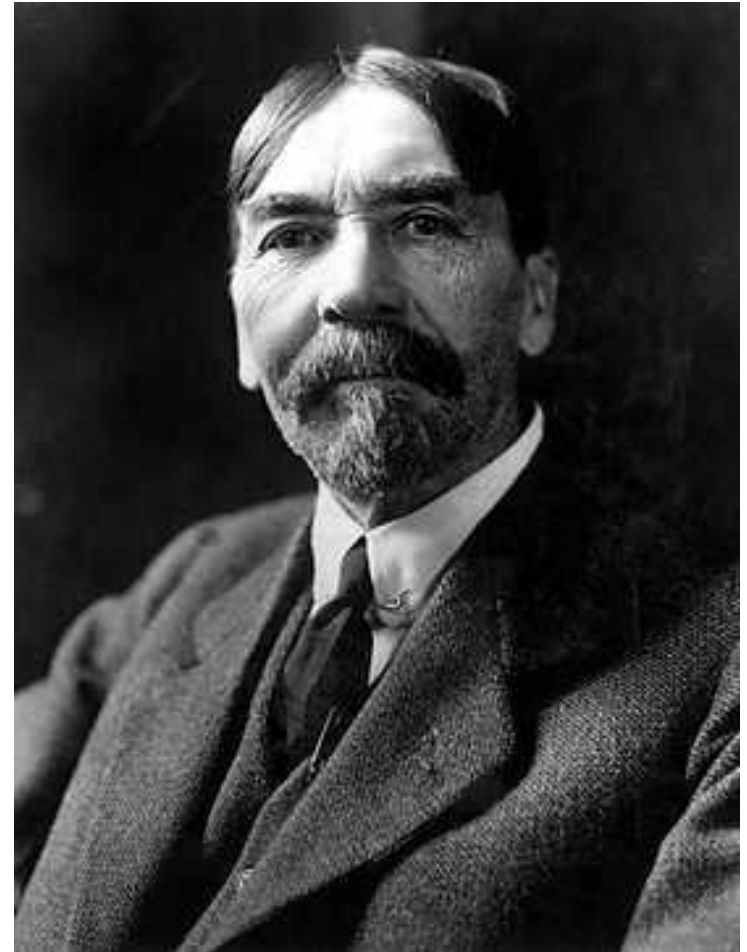
Деньги являются главной сферой, определяющей движение и развитие производства. Спрос на деньги имеет постоянную тенденцию к росту (что определяется, в частности, склонностью к сбережениям), и чтобы обеспечить соответствие между спросом на деньги и их предложением, необходимо проводить курс на постепенное увеличение (определённым темпом) денег в обращении. Государственное регулирование должно ограничиваться контролем над денежным обращением.



Милтон Фридман

Институционализм

Понятие институционализма включает в себя два аспекта: «институты» — нормы, обычаи поведения в обществе, и «институции» — закрепление норм и обычаев в виде законов, организаций, учреждений. Смысл институционального подхода состоит в том, чтобы не ограничиваться анализом экономических категорий и процессов в чистом виде, а включить в анализ институты, учитывать внеэкономические факторы. Отрицание «рационального экономического человека».



Торстейн Веблен

Функции экономической науки

Познавательная

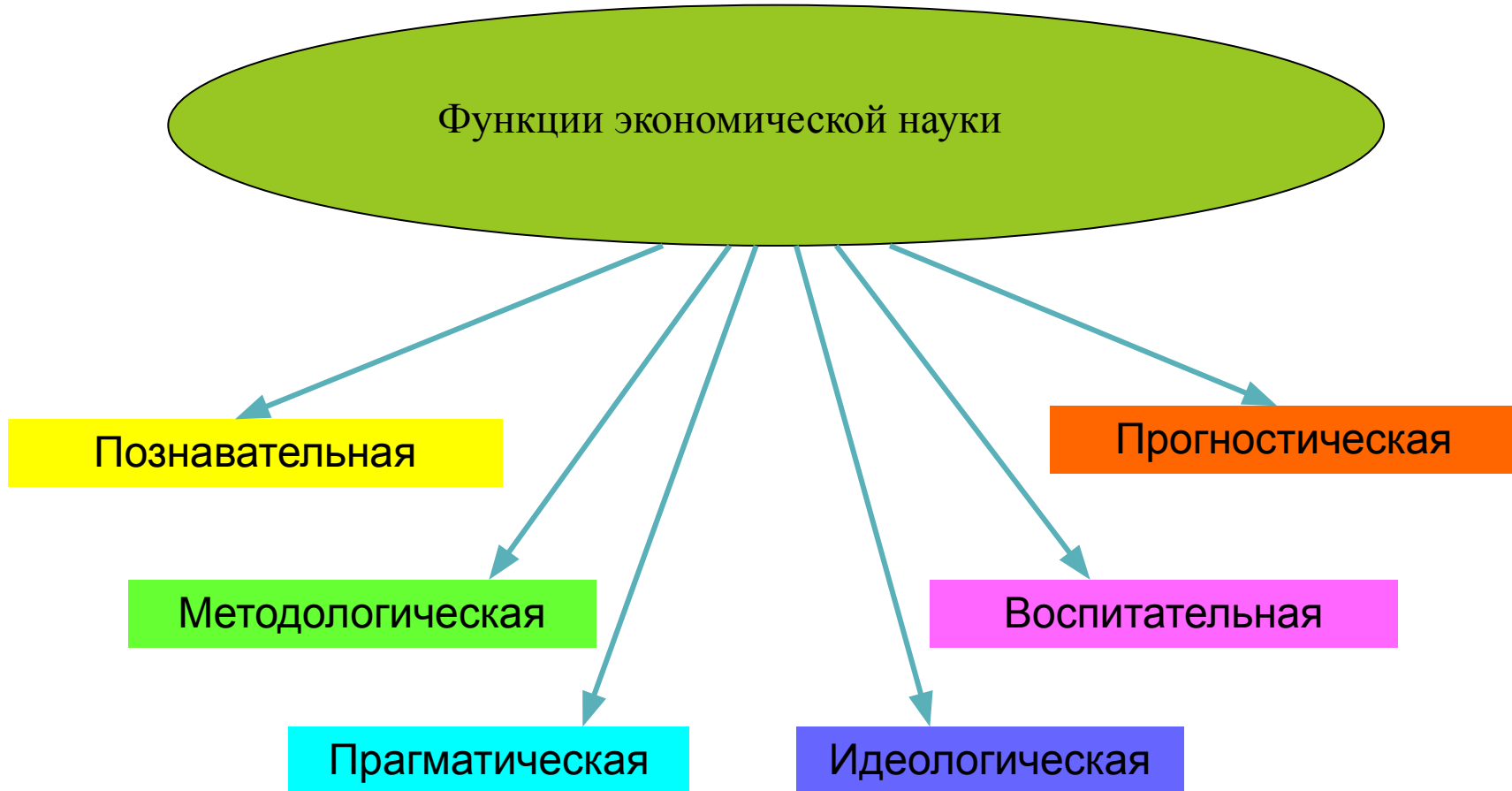
Прогностическая

Методологическая

Воспитательная

Прагматическая

Идеологическая



Основные элементы экономической теории

Цели

Цель есть нечто такое, чего люди желают достичь. Цель производителя - получение наибольшей возможной прибыли. Потребитель может стремиться к получению наибольшего возможного материального удовлетворения на данный доход.

Ограничения

Ввиду феномена редкости ресурсов, возможности людей не беспредельны. Люди всегда сталкиваются с ограничениями: вещи, которые им нужны, сопряжены с альтернативной стоимостью, а многие из них могут быть просто невозможны.

Выбор

Заключительным компонентом экономической теории является утверждение о наиболее вероятном выборе, который будет сделан исходя из определённых целей и ограничений, налагаемых на возможности.

Альтернативная стоимость

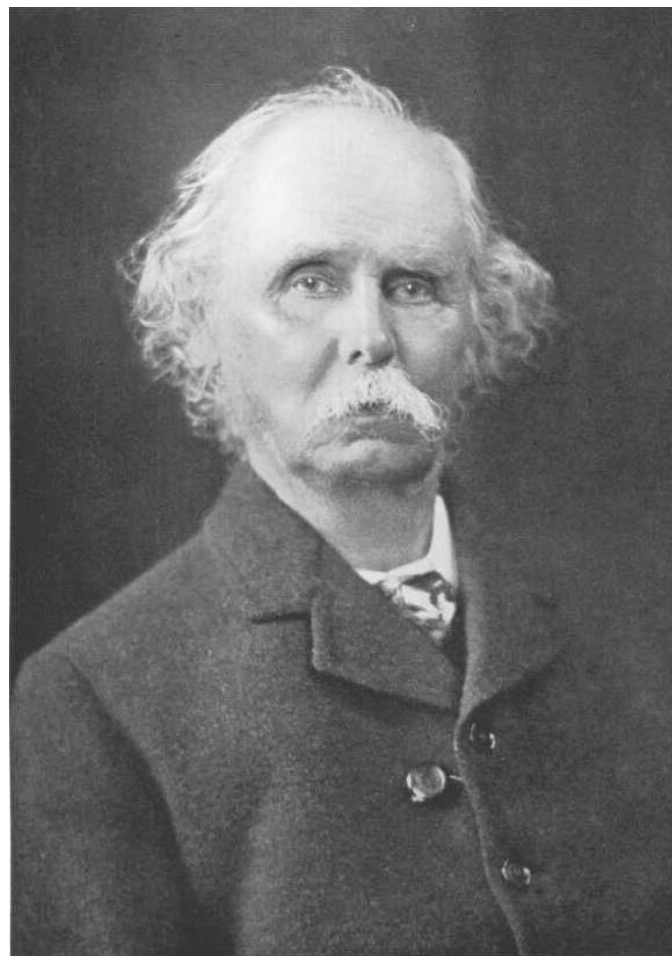
Альтернативная стоимость - экономический термин, обозначающий упущенную выгоду (в частном случае — прибыль, доход) в результате выбора одного из альтернативных вариантов использования ресурсов и, тем самым, отказа от других возможностей. Величина упущенной выгоды определяется полезностью наиболее ценной из отброшенных альтернатив.



Фридрих фон Визер

Закон спроса и предложения

При прочих равных условиях, чем цена на товар ниже, тем больше величина спроса (готовность покупать) и тем меньше величина предложения (готовность продавать). Обычно цена устанавливается в точке равновесия между предложением и спросом.



Альфред Маршалл

Эластичность спроса — это реакция рынка на отсутствие товара, возможность его замены, цену конкурентов, понижение цен, нежелание покупателей менять свои потребительские привычки и искать более дешёвые товары, повышение качества товаров, естественный рост инфляции на другие факторы.

Закон спроса

Величина (объём) спроса уменьшается по мере увеличения цены товара. Не ценовые факторы, влияющие на спрос: уровень доходов в обществе; размеры рынка; мода, сезонность; наличие товаров-субститутов (заменителей); инфляционные ожидания.

Закон предложения

При прочих неизменных факторах величина (объём) предложения увеличивается по мере увеличения цены на товар.

Факторы, влияющие на предложение: наличие товаров-заменителей; наличие товаров-комплиментов (дополняющих); уровень технологий; объём и доступность ресурсов; налоги и дотации; природные условия; ожидания (инфляционные, социально-политические); размеры рынка

Эластичность предложения зависит от таких факторов, как особенность производственного процесса, время изготовления продукта и особенность его к длительному хранению.

Особенности производственного процесса позволяют производителю расширить производство товара при повышении цены, а при понижении его цены переходит на выпуск другой продукции. Предложение такого товара является эластичным.

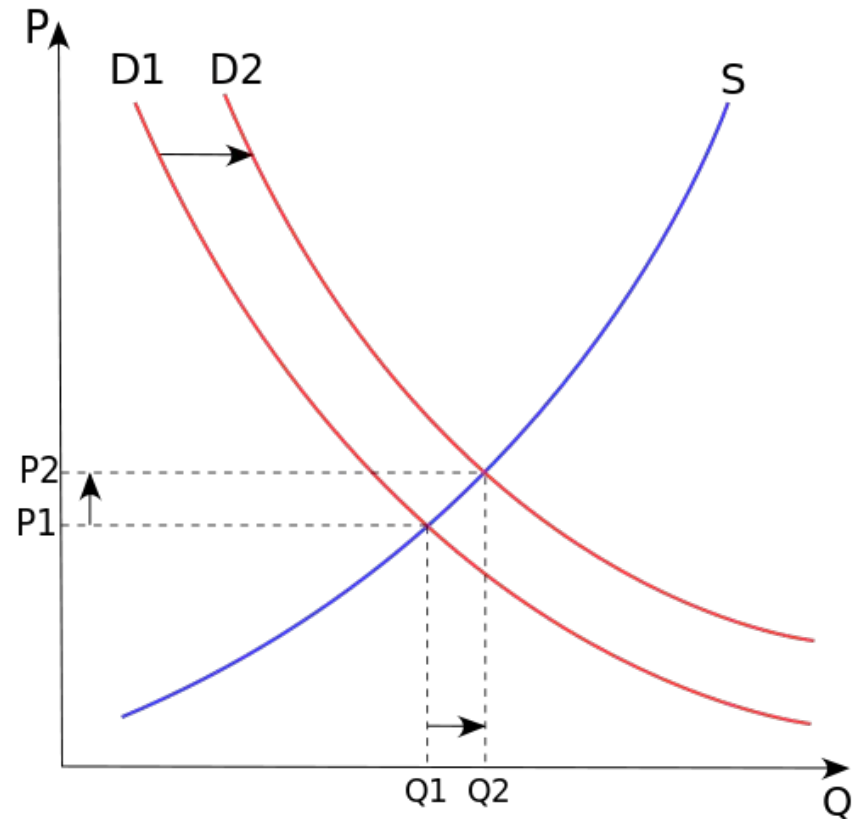
Эластичность предложения зависит и от часового фактора, когда производитель не в состоянии быстро реагировать на изменения цены, поскольку для дополнительного производства товара требуется значительное время.

Равновесная цена

Равновесная цена, это:

1. цена, при которой спрос и предложение равны;
2. цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка товаров и услуг;
3. цена, которая не обнаруживает тенденцию к росту или снижению.

Ни продавцы, ни покупатели не имеют побуждающих мотивов к изменению ситуации на рынке в случае установления равновесия, то есть имеет место баланс.



Поиск «точки равновесия»: изменение цены (P) и количества товара (Q) как следствие изменения спроса (D) и предложения (S)

СТОИМОСТЬ

- 1) меновая стоимость - способность товаров обмениваться на другие
- 2) потребительная стоимость - полезность, способность продукта удовлетворять какую-либо потребность



Давид Рикардо

Теории стоимости

Трудовая теория

товары обмениваются между собой в таких количествах, чтобы обеспечить равенство общественно-необходимых затрат труда, то есть количества рабочего времени, необходимого для их производства. Эти пропорции обмена обуславливают стоимость товаров, которая проявляется в цене через сопоставление с товаром-эквивалентом.

Теория предельной полезности

ценность товаров определяется их предельной полезностью на базе субъективных оценок способности товара к удовлетворению потребностей. Предельная полезность какого-либо блага обозначает ту пользу, которую приносит последняя единица этого блага, потреблённая из совокупности множества аналогичных товаров.

Теория издержек

Стоимость происходит из издержек производства. Но все они вынуждены оперировать ценами, выраженными в количестве денег. Так же к издержкам относится «цена труда». Трудностью для таких теорий является объяснение природы стоимости самих денег и формирование стоимости труда.

Цена

Денежное выражение стоимости;

Денежное выражение ценности товара (услуги) при экономическом обмене;

Денежное выражение системы ценообразующих факторов;

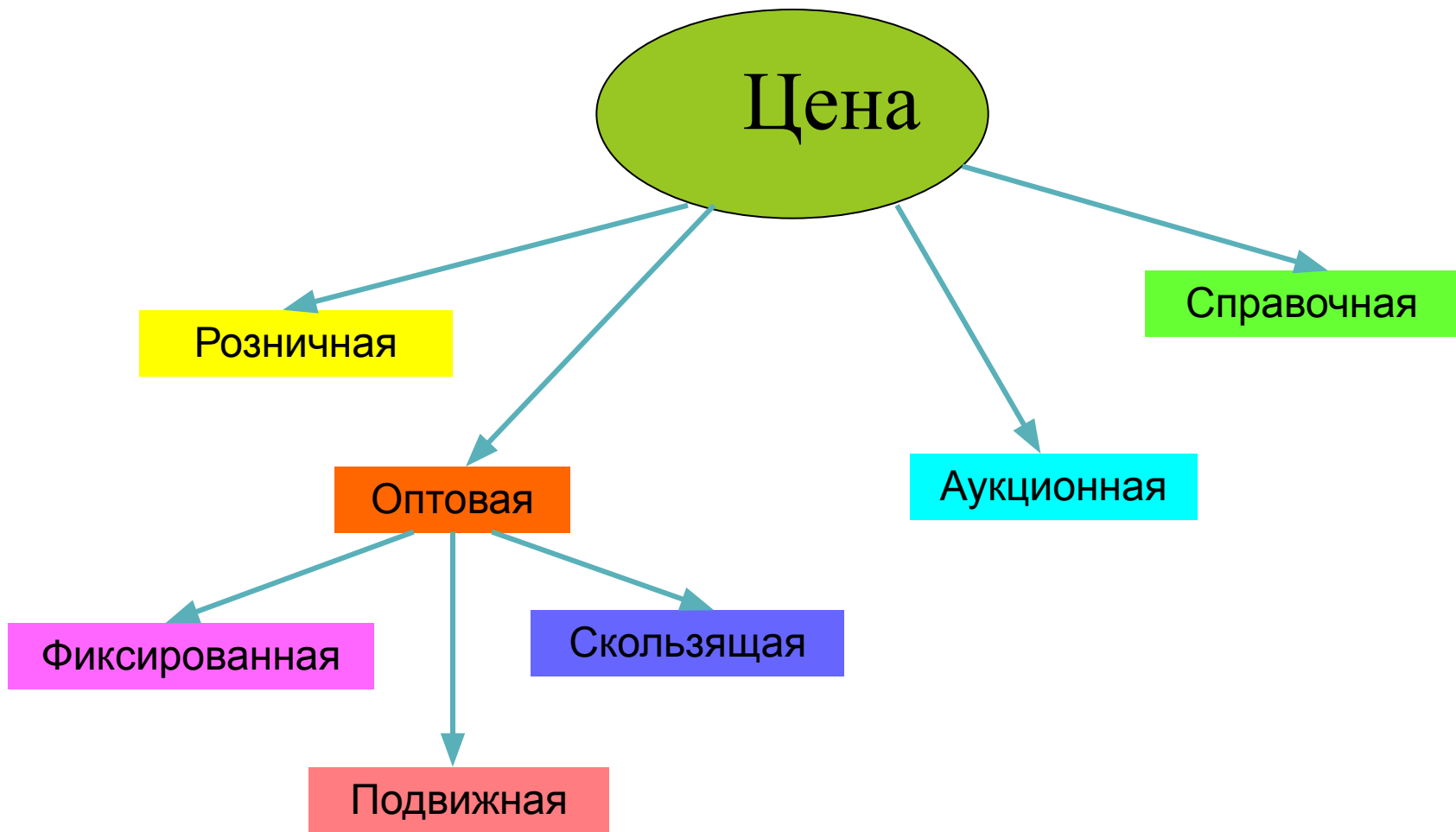
Количество денег (товаров, услуг), за которое продавец готов продать, а покупатель готов купить 1 единицу товара (услуги);

Один из элементов рынка (наряду со спросом, предложением и конкуренцией);

Инструмент рыночной конкуренции;

Характеристика товара на рынке;

Цена вещи или услуги складывается из зарплат какой-то цепочки работников. В цене нет никаких иных слагаемых, кроме зарплаты



Факторы ценообразования

Внутренние

1. цель, преследуемая производителем,
2. стратегия реализации определённой группы товаров (методы продвижения продукции),
3. финансовые возможности предприятия,
4. возможность и способность своевременной и точной оценки издержек производства,
5. организация ценообразования, возможности оперативного и эластичного ценового регулирования,
6. сопутствующие услуги, предоставляемые производителем конечному потребителю

Внешние

- макроэкономические — фаза экономического цикла, общее состояние совокупного платежеспособного спроса, величина инфляции;
- микроэкономические — величина издержек производства и обращения, условия налогообложения;
- уровень спроса и предложения товара на рынке;
- потребительские качества товара;
- зависимость спроса от специфических условий — сезонности спроса, наличия точек ремонта и обслуживания, величины эксплуатационных расходов потребителя;
- политические, государственное регулирование обращения отдельных видов товара и ценообразования на них.

Стратегии ценообразования

```
graph TD; A([Стратегии ценообразования]) --> B[Стратегия проникновения]; A --> C[Стратегия снятия сливок]; A --> D[Нейтральная стратегия]; A --> E[Стратегия дифференцированных цен]; A --> F[Инвестиционная стратегия]; A --> G[Стратегия лидера рынка]; A --> H[Стратегия престижного товара];
```

Стратегия проникновения

Стратегия снятия сливок

Нейтральная стратегия

Стратегия дифференцированных цен

Инвестиционная стратегия

Стратегия лидера рынка

Стратегия престижного товара

Методы ценообразования

Издержки

Определение себестоимости товара с начислением установленной нормы прибыли. Применяется, в основном, в случаях, когда продукция предназначена на экспорт; когда основным потребителем продукции является государство; либо когда продукция реализуется путём участия в тендерах.

Спрос

Опирается на знание потребности и прогнозные оценки восприятия товара потребителем. На первый план выходят рекламные кампании, маркетинговые стратегии продвижения товара, формирование его имиджа. Высокая эластичность цен

Конкуренты

Цены

устанавливаются на основе данных о сложившихся ценах на рынке. При этом принимается во внимание условия конкуренции, соотношение качества конкурирующего товара и его стоимости.

Экономические потребности

```
graph TD; A[Экономические потребности] --> B[Базовые (первичные)]; A --> C[Вторичные];
```

Базовые (первичные)

Вторичные