The background of the slide is a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered in the middle of the slide.

# **EKONOMIKAS BŪTĪBA**

# DEFINĪCIJA

**EKONOMIKA IR SOCIĀLA ZINĀTNE  
PAR TO, KĀ SABIEDRĪBA AR  
IEROBEŽOTIEM RESURSIEM  
VISEFEKTĪVĀK VAR APMIERINĀT  
CILVĒKU NEIEROBEŽOTĀS  
VAJADZĪBAS.**

# ZINĀTŅU NOZARU KLASIFIKĀCIJA

## ZINĀTŅU NOZARE

### Reālās (empīriskās zinātnes)

gūst atziņas no pieredzes par realitāti

### Formālās (instrumentālās zinātnes)

sagatavo domāšanas formas un darbības likumus, kurus reālās zinātnes izmanto kā instrumentus izziņu procesu pētīšanai (loģika, matemātika, statistika...)

### Dabas zinātnes

### Sociālās zinātnes

### Vēsture

### Politoloģija

### Socioloģija

### Ekonomikas zinātnes

### Tiesību zinātnes

### Sociālā psiholoģija

### Uzņēmējdarbības ekonomika

### Ekonomikas teorija

### Finanšu zinātne

### Ekonomikas vēsture

### Mikroekonomika

### Makroekonomika

# PAMATPROBLĒMA

jeb kāpēc ekonomika ir nepieciešama

Pretruna starp neierobežotajām cilvēku vajadzībām un ierobežotajiem resursiem, lai šīs vajadzības apmierinātu.

*Resursu ierobežotības problēma.*

# **EKONOMIKAS PAMATJAUTĀJUMI**

**1. Ko ražot?**

**2. Kā ražot?**

**3. Kam ražot? (Kas saņems  
(patērēs) saražoto?)**

# VAJADZĪBAS

- VAJADZĪBAS IR CILVĒKU VĒLMJU IZPAUSME ATBILSTĪGI PERSONISKAJĀM INTERESĒM UN TĀS SABIEDRĪBAS KULTŪRAS LĪMENIM, KURĀ VIŅŠ DZĪVO.
- SAVAS VAJADZĪBAS MĒS APMIERINĀM PATĒRĒDAMI (LIETODAMI) DAŽĀDAS PRECES UN PAKALPOJUMUS.

# VAJADZĪBAS IETEKMĒ

- VECUMS;
- DZIMUMS;
- IENĀKUMU LĪMENIS;
- IZGLĪTĪBA;
- SABIEDRĪBĀ VALDOŠĀS TRADĪCIJAS;
- RELIĢIJA;
- DZĪVES VIETA;
- KLIMATS UTT..

# A.MASLOVA VAJADZĪBU PIRAMĪDA

Pašapliecināšanās  
vajadzības

Garīgās vajadzības (izglītība,  
kultūra)

Sociālās vajadzības (ģimene, draugi)

Drošības vajadzības (mājoklis, darbs)

Fizioloģiskās vajadzības (elpot, ēst, dzert, siltums)

Sekundārās

Primārās

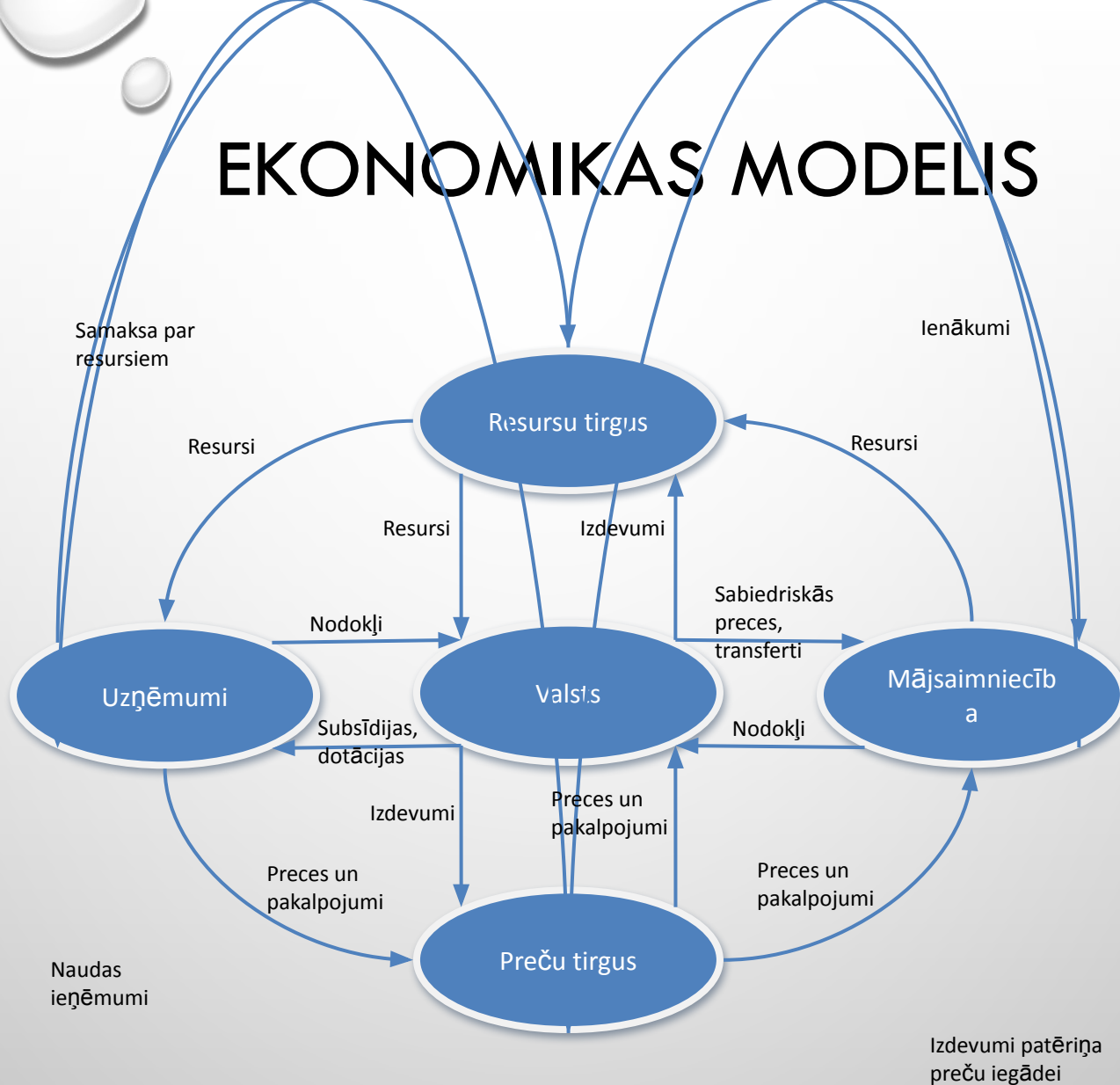




# EKONOMIKAS DALĪBNIEKI

- **MĀJSAIMNIECĪBAS;**
- **UZŅĒMUMI;**
- **VALSTS.**

# EKONOMIKAS MODELIS



# MIKROEKONOMIKA

PĒTA:

- ATSEVIŠĶA PATĒRĒTĀJA RĪCĪBU;
- ATSEVIŠĶA UZŅĒMUMA DARBĪBU;
- VIENAS PRECES CENU UN TĀS PIEPRASĪTO DAUDZUMU;
- TIRGU UN TIRGUS STRUKTŪRU.

***MĒRĶIS – NOTEIKT TIRGUS DALĪBNIEKU RACIONĀLU RĪCĪBU IEROBEŽOTU RESURSU APSTĀKĻOS.***

# MAKROEKONOMIKA

PĒTA:

- EKONOMIKU KOPUMĀ;
- KOPĒJO PIEPRASĪJUMU UN PIEDĀVĀJUMU;
- CENU LĪMENI – INFLĀCIJU;
- IEKŠZEMES KOPPRODUKTU (IKP);
- NODARBINĀTĪBU UN BEZDARBU;
- EKONOMISKĀS AKTIVITĀTES CIKLUS.

***MĒRĶIS – NODROŠINĀT EKONOMISKO IZAUGSMI,  
PILNĪGU NODARBINĀTĪBU, EFEKTIVITĀTI UN  
SOCIĀLO AIZSARDZĪBU.***

# IZVĒLĒS SITUĀCIJA

Ekonomiska situācija, kad no vairākiem iespējamajiem variantiem var izvēlēties vienu vai dažus.

Izvēle ir atkarīga no vajadzību svarīguma dotajā brīdī, kā arī no pieejamajiem resursiem un zaudējumiem, kas rodas izdarot šo izvēli.

*Piemēram: iet uz koncertu(Ls5,00) vai nopirkt mūzikas disku(Ls5,50).*

# IZVĒLES IZMAKSAS

Alternatīvās izmaksas – viss, no kā jāatsakās, lai iegūtu kādu labumu, jeb tie labumi (preces un pakalpojumi), ko neieguva izdarot konkrēto izvēli.

*Piemēram: ja izvēlas iešanu uz koncertu, tad alternatīvās izmaksas ir nenopirktais mūzikas disks.*

# IZVĒLES IZMAKSAS

Izvēles cena – alternatīvās izmaksas vērtība naudā.

*Piemēram: Mūsu gadījumā tas ir Ls5,50*

# PRECES UN PAKALPOJUMI

- PRECES- LIETAS, KURAS PATĒRĒJOT CILVĒKI APMIERINA SAVAS VAJADZĪBAS.
- PAKALPOJUMI – DARBĪBU, PASĀKUMU KOPUMS, KO VEIC NOTEIKTU ARODU SPECIĀLISTI VAI UZŅĒMUMI, LAI APMIERINĀTU KLIENTU VAJADZĪBAS.