

Лекция №1

Экономика: этапы развития, понятия, предмет и методы

Рыночная экономика

К.м.н., доцент Мушников Дмитрий Львович



Экономика

- это комплекс экономических знаний о формах, методах и результатах хозяйственной деятельности людей

Предметом экономической науки

является исследование экономических отношений и поведения человека в процессах производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг, а также экономических законов, управляющих развитием этих отношений

Основные этапы развития экономической теории

1. Первоначальные теории.

Ксенофонт, древнегреческий философ (430-350 г.г. до н.э.), автор «Домостроя». Автор названия науки (от греческого «ойкос» - дом, хозяйство, «номос» - закон, правило). Предметом изучения объявлено домашнее хозяйство

Аристотель, древнегреческий философ (384-322 г.г. до н.э.). Противопоставление экономики хрематистике, предметом которой было объявлено умение наживать состояние, делать деньги

2. Меркантилизм (от итал. «мерканте-торговец») (16-18 века)

Представитель: француз А. Монкретьен, автор «Трактата политической экономии».

Основные идеи:

- главное богатство общества- золото,
- источник этого богатства – торговля,
- Государство должно поощрять производство, больше экспортировать товаров

3. Школа физиократов (от греч- «власть природы»)(середина 18 века)

Представители: Ф. Кенэ, А.Тюрго.

Основные идеи:

- Источник богатства общества – сельскохозяйственное производство,
- Промышленность –»бесплодная сфера»

4. Английская классическая политэкономия. Рыночная школа (конец 18 века)

Представители: Адам Смит, шотландский ученый, автор «Исследование о природе и причинах богатства народов».

Основные идеи:

- источник богатства общества – производство,
- Условие – свободная и конкурентная рыночная экономика, без вмешательства в нее государства,
- Говорили о «невидимой руке рынка», т.е. действии рыночного механизма
- Введено понятие нормативной и позитивной эконом.теории

5. Марксистская политэкономия (19 век)

Представитель: Карл Маркс, автор
«Капитала»

Основные идеи:

- Капиталистическое производство несостоятельно, следовательно необходимо уничтожить капитализм,
- Построить социализм с общей собственностью,
- Задача политэкономии – изучение объективных общественных законов

6. Маржинализм (от лат. Марго – предел) (19 век)

Основоположники: К. Менгер, У. Джевонс
и др.

Основные идеи:

Ввели понятия предельных величин

Изучали поведения отдельных субъектов
экономики и их взаимодействие

7. Неоклассическое направление (конец 19 века)

Представители: А. Маршалл «Принципы экономической науки»,
английский ученый, К. Менгер и др.

Основные идеи:

- Создали современную теорию рынка
- Рыночная система способна к саморегулированию
- Государство должно создавать благоприятные условия для функционирования рынка
- Создали теорию предельной полезности

8. Кейнсианское направление (с 30-х годов 20 века)

Представитель: Дж. Кейнс, основатель макроэкономического направления, автор «Общей теории занятости, процента и денег»

Основные идеи:

Рынок не способен обеспечить стабильность общества, поэтому государство должно активно регулировать экономику и социальную сферу

8. Современные экономические теории

- Институционально-социальное направление
- Неокейнсианство
- Неоконсерватизм (теория монетаризма, теория рациональных ожиданий, теория предложения, теория прав собственности)
- Неолиберальное направление

**В структуре экономических знаний
выделяют четыре основных направления:**

1. Экономическая теория (базовая, фундаментальная научная дисциплина)
2. Отраслевые экономические науки (в том числе экономика здравоохранения)
3. Прикладные экономические науки (менеджмент, маркетинг, бухучет и др.)
4. специальные экономические науки (экономическая география, экономическая статистика и др.)

УРОВНИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Микроэкономика – наука о потребителях и фирмах.

Мезоэкономика – экономика отраслей (например, здравоохранение)

Макроэкономика изучает хозяйство в страны целом: безработица, денежная система и инфляция, внешняя торговля, экономический рост.

Мегаэкономика – мировая экономика

Методы экономических исследований:

1. Наблюдение и сбор фактов
2. Эксперимент
3. Моделирование
4. Метод научных абстракций
5. Анализ и синтез
6. Системный подход
7. Индукция и дедукция
8. Исторический и логический методы
9. Графический

Базовые экономические понятия

- блага
- потребности, нужды
- ресурсы

1.ПОТРЕБНОСТИ – это необходимость в чем-либо для поддержания и развития жизнедеятельности личности и общества в целом.

Виды потребностей: 1.первичные (жизненно важные: в пище, воде, жилье, медицинской помощи) и вторичные (не жизненно важные); 2.индивидуальные (у отдельного человека) и коллективные (у общества); 3.осознанные (осознаваемые человеком) и неосознанные; 4.материальные и духовные; 5.производственные и непроизводственные.

Свойства потребностей: безграничны, неутолимы, постоянно растут, изменчивость, умирают вместе с человеком. Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности называются благами.

2.БЛАГА - это все то, что служит удовлетворению человеческих потребностей.

Виды благ: 1.свободные - неэкономические (природные: солнце, воздух), экономические (ограничены, связаны с экономической деятельностью людей); 2.материальные (в форме полезного предмета - товара, вещи) нематериальные (в форме полезной деятельности - услуги); 3. потребительские (связаны с людьми) и производственные (связаны с производством); 4.предметы первой необходимости и не первой необходимости; 5.блага длительного пользования и разового пользования; 6.настоящие и будущие; 7.частные и общественные (например, общественное здравоохранение, оборона); 8.взаомозаменяемые (например, чай и кофе) и взаимодополняемые (например, машины и бензин).

Жизнедеятельность людей обеспечивается благодаря безостановочному кругообороту экономических благ, который состоит из последовательного повторения **фаз движения экономики**: производства, распределения, обмена, потребления, возникновения новых потребностей.

3.РЕСУРСЫ - это вещи, которые используются для производства благ, удовлетворяющих потребности.

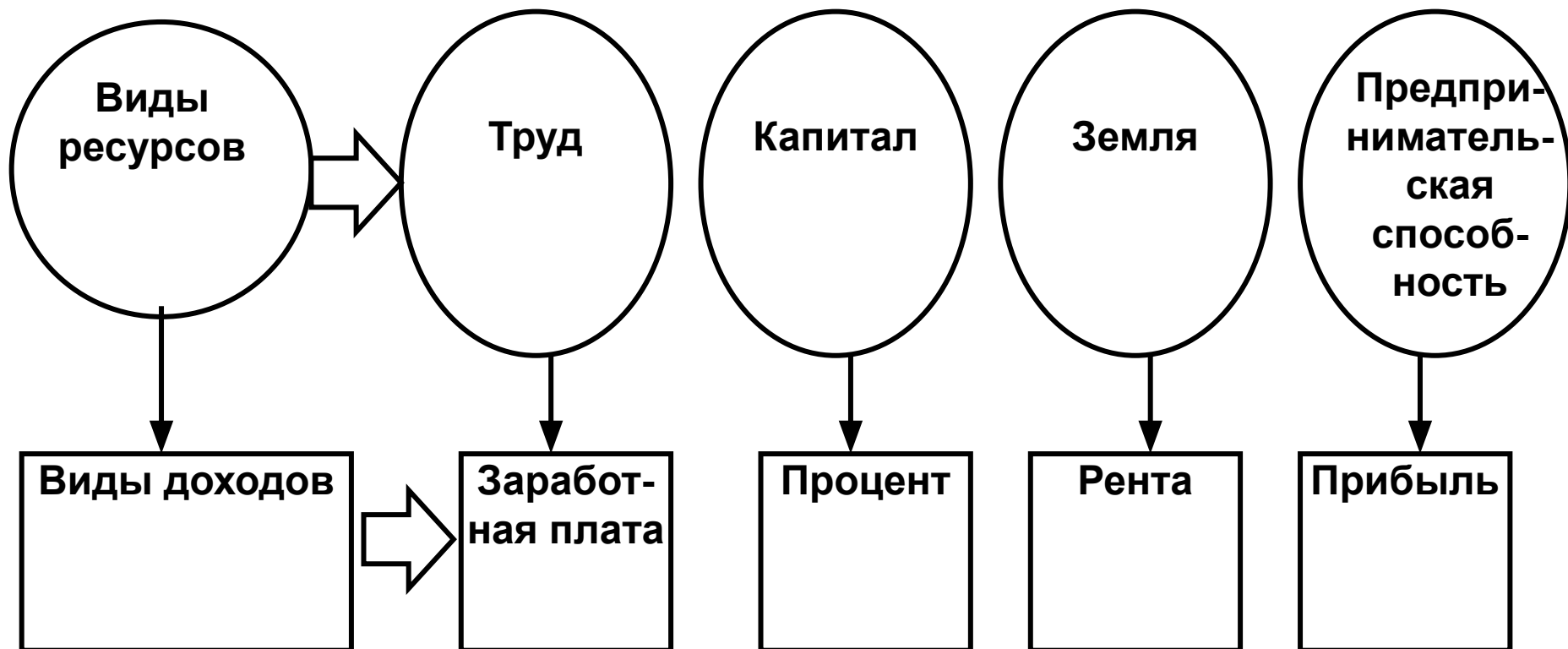
Свойства ресурсов: они ограничены, исчерпаемы, редки, невозобновимы.

Виды ресурсов: 1.природные (например: земля, вода, уголь, нефть), 2. производственные (капитальные – например: здания, машины, деньги), 3. человеческие (например: труд людей, предпринимательские способности), 4.ресурсы времени, 5. информационные ресурсы.

Ресурсы, которые участвуют в процессе производства товаров и услуг, называются **факторами производства** (производственными ресурсами), к ним относятся: труд, земля, капитал, предпринимательство.



Виды ресурсов и доходов:



**Главная проблема экономики –
Потребности людей
безграничны, а
экономические ресурсы
ограничены**

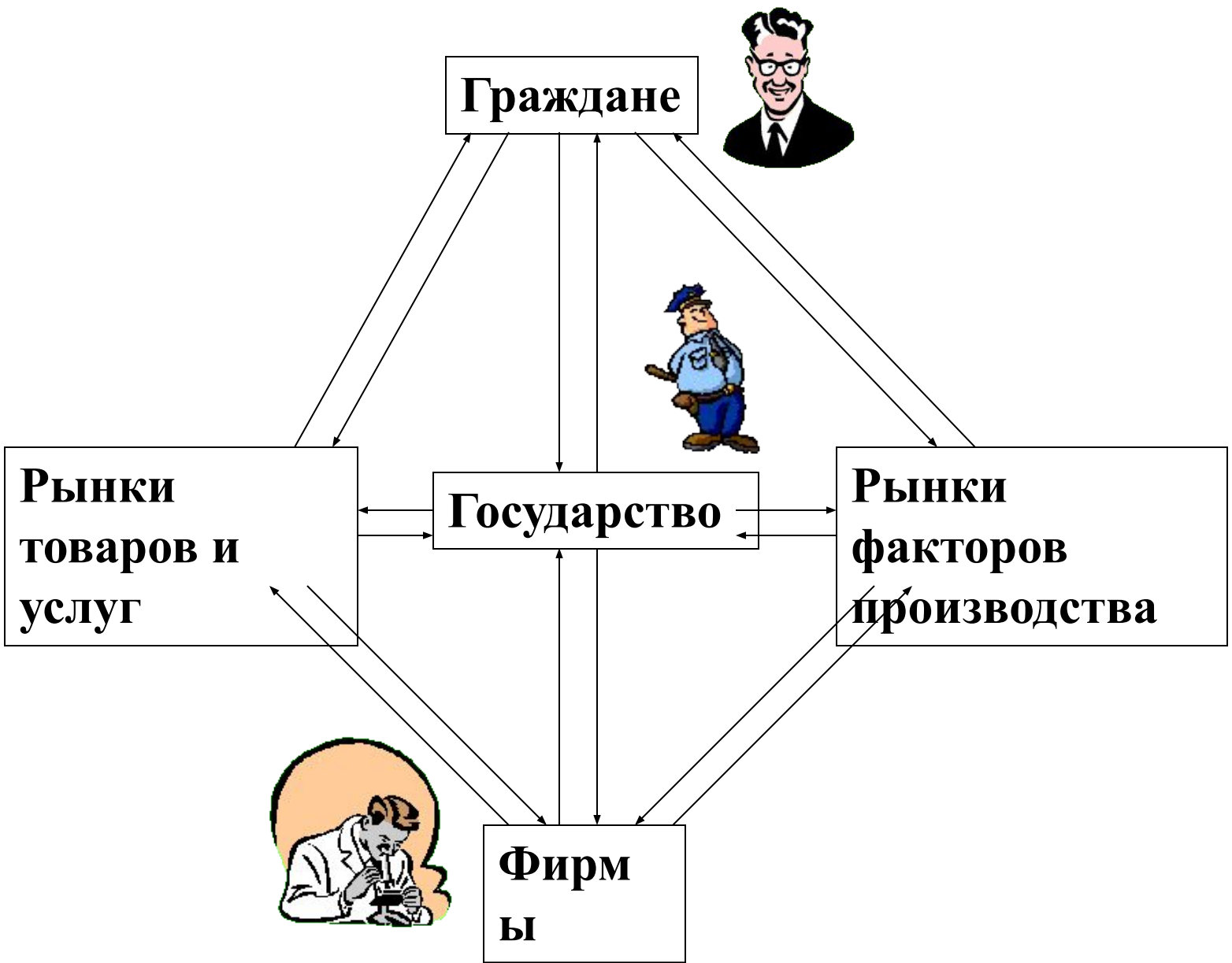
**С этим связаны многие проблемы
(кризисы, инфляция, бедность)**

Проблема выбора – три вопроса:

1. **Что, сколько
производить?**
2. **Как (с помощью
каких
технологий)
осуществлять
производство ?**
3. **Для кого
производить?**



СУБЪЕКТЫ ЭКОНОМИКИ



Экономическая система –

это способ, которым страна решает проблемы недостатка ресурсов и достигает своих экономических целей

Экономические системы

```
graph TD; A[Экономические системы] --- B[традиционная]; A --- C[рыночная]; A --- D[командная]; A --- E[смешанная]
```

традиционная

рыночная

командная

смешанная

Традиционная экономическая система -

- распределение ресурсов происходит в соответствии с обычаями (натуральное хозяйство, община);
- Собственность общинная;
- Эффективность низкая;
- большая часть товаров потребляется там же, где производится



Командная экономическая система ■



- Собственность государственная;
- наиболее важные решения, затрагивающие распределение ресурсов, принимаются правительственными органами, жесткое планирование
- эффективность низкая

Рыночная экономическая система -

- **Собственность частная.**
- **Высокая эффективность.**
- **Регулирование через рыночный механизм (соотношение спроса и предложения)**



Смешанная



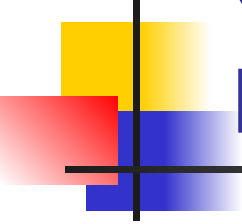
экономическая система -

объединяет элементы общественной собственности на средства производства с частной собственностью. Сочетание рыночного и государственного регулирования. Эффективность высокая.

Экономические цели любого общества:

1. Экономический рост
2. Полная занятость
3. Стабильный уровень цен
4. Экономическая свобода
5. Экономическая эффективность
6. Справедливое распределение доходов
7. Экономическая обеспеченность
8. Торговый баланс

Рынок – это система экономических отношений между людьми, охватывающая процессы производства, распределения, обмена и потребления на основе рыночного механизма.



Основные черты (принципы) рыночной экономики:

- **свобода экономической деятельности;**
- **добровольный обмен (сотрудничество) между ними;**
- **свободное ценообразование;**
- **конкуренция;**
- **экономическая ответственность участников рынка;**
- **частная собственность.**

Рыночная экономика

ПРЕИМУЩЕСТВА

- более эффективное использование ресурсов.
- гибко реагирует и быстро адаптируется к изменяющимся условиям производства.
- Создает условия по внедрению новых технологий
- Обеспечивает свободу выбора, действий потребителей и производителей.
- Нацеливает производителей на удовлетворение потребностей и повышение качества товаров и услуг.

НЕДОСТАТКИ

- Отрицательно сказывается на защите окружающей среды.
- Не обеспечивает развития производства товаров и услуг коллективного использования
- Не создает условий для развития фундаментальной науки, системы образования и т. д.
- Не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости.
- Не гарантирует полной занятости и стабильного уровня цен.
- Не гарантирует прав на труд, отдых, доход.

Функция саморегулирования товарного производства
 При росте спроса объемы производства расширяются, при снижении – уменьшаются. Регулирование происходит через куплю-продажу товаров и услуг

Стимулирующая функция
 Пробуждает производителей к созданию необходимых товаров с наименьшими затратами и получения более высокой прибыли за счет снижения издержек и внедрения нововведений

Функция учета затрат на производство продукции
 На рынке происходит сопоставление индивидуальных затрат труда со средними общественными. При сопоставлении учитывается также и качество товаров

Ф
У
Н
К
Ц
И
И

Р
Ы
Н
К
А

Регулирующая функция

Рынок устанавливает основные пропорции в хозяйстве на микро- и макроуровнях за счет расширения или сужения спроса и предложения

Функция демократизации хозяйственной жизни

С помощью рыночных рычагов происходит развитие эффективных производств и разорение неэффективных. За счет этого осуществляется дифференциация товаропроизводителей

Структура рынка

По экономическому назначению рынка

- Рынки товаров и услуг
- Рынки средств производства
- Рынки труда
- Рынки научно – технических разработок
- Рынки ценных бумаг

По товарным группам

- Рынки товаров производственного назначения
- Рынки товаров народного потребления
- Рынки продовольственных товаров
- Рынки факторов производства

По пространственному признаку

- Внутрирегиональные
- Межрегиональные
- Республиканские
- Межреспубликанские
- Международные

Структура рынка

По степени ограничения конкуренции

- Монопольные
- Олигопольные
- Свободные
- Смешанные

По характеру продаж

- Рынки оптовой торговли
- Рынки розничной торговли
- Рынки госзакупок сельскохозяйственной продукции

По соблюдению законности

- Легальные, официальные рынки
- Нелегальные, “теневые”, “черные” рынки

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

- 1. СПРОС**
- 2. ПРЕДЛОЖЕНИЕ**
- 3. ЦЕНА**
- 4. КОНКУРЕНЦИЯ**

СПРОС – это то количество товаров и услуг которое покупатели готовы приобрести при данных ценах в течение определенного времени.

ЗАКОН СПРОСА: с увеличением цены спрос падает, при снижении цены – спрос растет. Между ценой и спросом существует обратная связь.

ЗАКОН НЕ ДЕЙСТВУЕТ:

- при дефиците товаров,
- в отношении редких и дорогостоящих товаров (золото, антиквариат),
- в отношении товаров, составляющих основную долю бюджета малоимущих;
- при переключении спроса с менее качественные на более качественные товары.

Обратная зависимость цены и спроса определяется действием:

- 1. Эффекта дохода.** Если цена товара падает, то при том же доходе потребитель может приобрести больше товаров, т.е. спрос возрастает.
- 2. Эффекта замещения.** Если цена одного товара растет, то при наличии заменителей он будет ими замещаться. Спрос на данный товар упадет.
- 3. Законом убывающей предельной полезности.** Каждая дополнительная единица блага приносит меньшую полезность, потребитель готов ее приобрести лишь за меньшую цену.

Графически зависимость цены и спроса описывается кривой спроса.

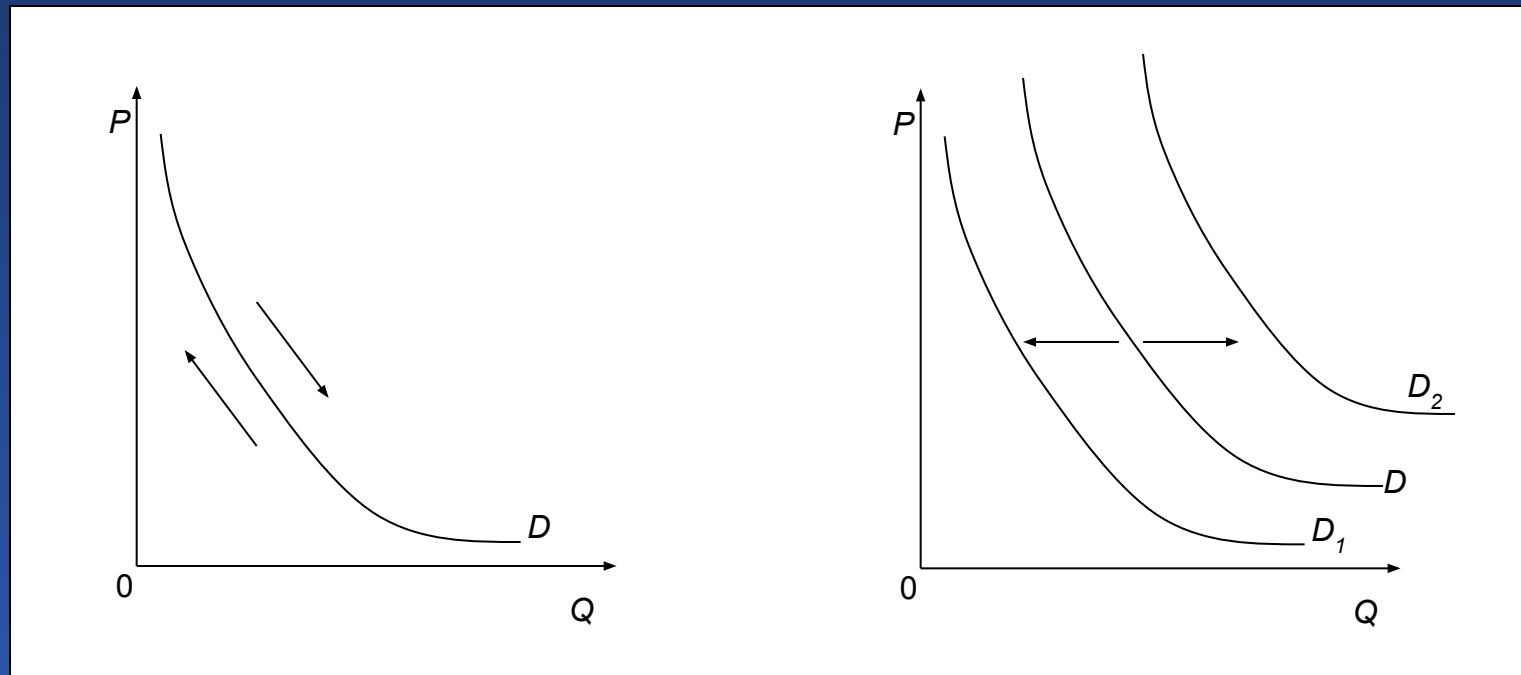
Изменение цены ведет к изменению спроса, что отражается движением вдоль кривой.

При изменении спроса под воздействием неценовых факторов происходит сдвиг кривой:

При увеличении спроса – кривая сдвигается вправо;

При уменьшении спроса – влево.

Закон спроса: с увеличением цены спрос на товар падает, и наоборот – при ее уменьшении спрос растет



Кривая спроса

При изменении цены – изменение спроса вдоль кривой

Сдвиг кривой спроса

При действии неценовых факторов :
При увеличении спроса – сдвиг кривой вправо, при уменьшении спроса - влево

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ СПРОСА

- 1.Изменение предпочтений потребителей (вкуса, моды)
- 2.Изменение дохода
- 3.Цены других товаров (взаимозаменяемых и взаимодополняемых)
- 4.Количество покупателей на рынке
- 5.Ожидания покупателей в отношении изменения цен

ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА – ЭТО СТЕПЕНЬ ИЗМЕНЕНИЯ (РЕАКЦИЯ) СПРОСА НА ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ. Измеряется коэффициентом эластичности спроса:

$E_s = \text{Изменение спроса (в\%)} / \text{Изменение цены (в \%)}$

ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА – степень изменения спроса на товар А при изменении цены товара Б.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ – степень изменения спроса на товар под влиянием изменения дохода.

ВИДЫ ЦЕНОВОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА

Вид эластичности	Изменение цены и спроса	Коэффициент
Совершенно неэластичный	Цена растет (падает) – спрос постоянен	=0
Неэластичный	Цена изменяется больше, чем изменяется спрос	<1
Единичная эластичность	Цена и спрос изменяется одинаково	=1
Эластичный спрос	Цена изменяется меньше, чем спрос	>1
Совершенно эластичный	Спрос изменяется, цена постоянна	=∞

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦЕНОВУЮ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

1. Количество заменителей данного товара: чем больше хороших заменителей, тем выше эластичность;
2. Удельный вес данного товара в доходе потребителей (чем выше доля, тем выше эластичность)
3. Значимость товара (спрос на товары первой необходимости более эластичен, чем на предметы роскоши)
4. время, имеющееся в распоряжении покупателя (чем больше у покупателя времени, тем выше эластичность спроса)

ПРЕДЛОЖЕНИЕ – это то количество товаров и услуг которое производители готовы предложить при данных ценах в течение определенного времени.

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ: с увеличением цены предложение растет, при снижении цены – предложение уменьшается.

Между ценой и предложением существует прямая связь.

Графически зависимость цены и предложения описывается кривой предложения.

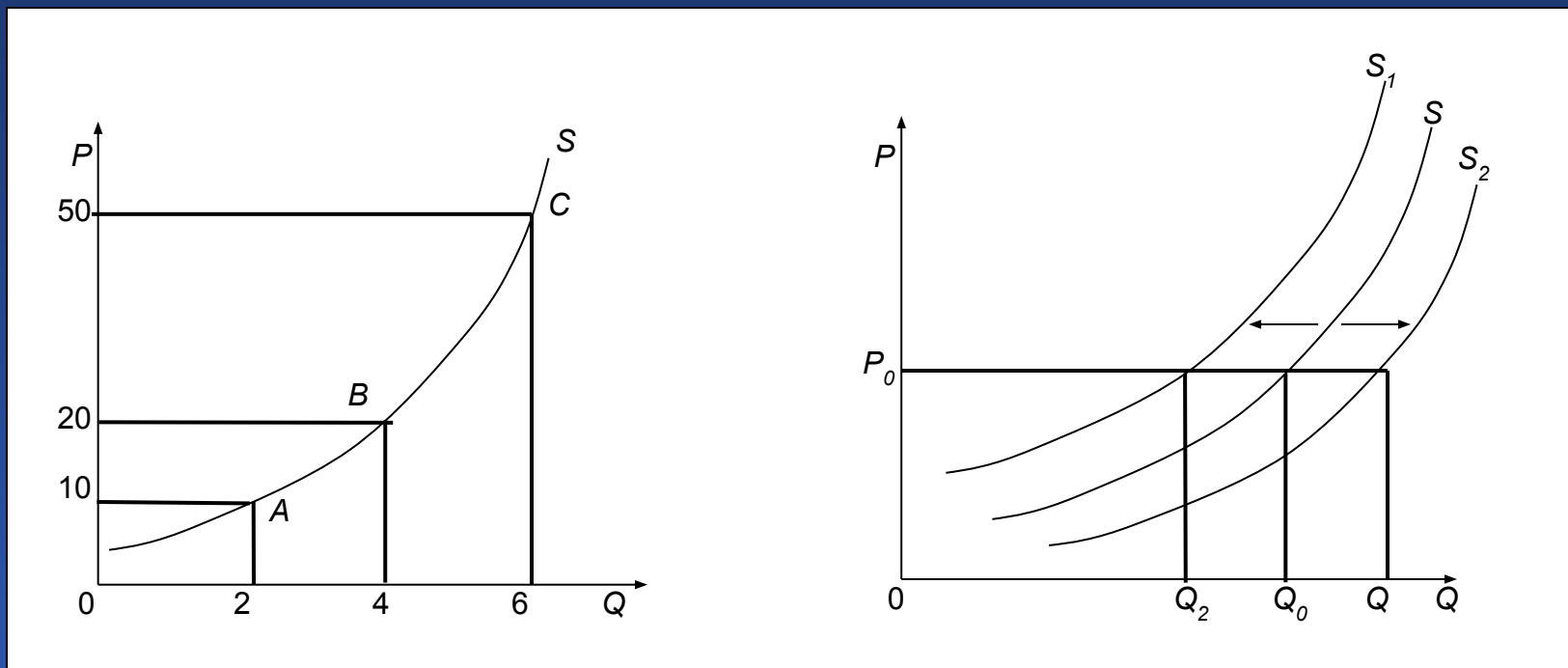
Изменение цены ведет к изменению предложения, что отражается движением вдоль кривой.

При изменении предложения под воздействием неценовых факторов происходит сдвиг кривой:

При увеличении предложения – кривая сдвигается вправо вниз;

При уменьшении предложения – влево вверх.

Закон предложения и детерминанты предложения



Зависимость величины
предложения от цены

Сдвиг кривых
предложения

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Величина издержек (затрат) на производство (зависит от технологии, стоимости ресурсов)
2. Налоги и субсидии
3. Количество продавцов на рынке
4. Цены других товаров
5. Ожидания в отношении изменения цен

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ – ЭТО СТЕПЕНЬ ИЗМЕНЕНИЯ (РЕАКЦИЯ) ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ.

Измеряется коэффициентом эластичности предложения:

$E_s = \text{Изменение предложения (в\%)} / \text{Изменение цены (в \%)}$

ВИДЫ ЭЛАСТИЧНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Вид эластичности	Изменение цены и предложения	Коэффициент
Совершенно неэластичный	Цена растет (падает) – предложение постоянно	$=0$
Неэластичный	Цена изменяется больше, чем изменяется предложение	<0
Единичная эластичность	Цена и предложение изменяется одинаково	$=1$
Эластичный спрос	Цена изменяется меньше, чем предложение	>0
Совершенно эластичный	Предложение изменяется, цена постоянна	$=\infty$

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦЕНОВУЮ ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. способность производителя к быстрой перестройке производства;
2. возможность хранения продукции;
3. время, имеющееся в распоряжении производителя.

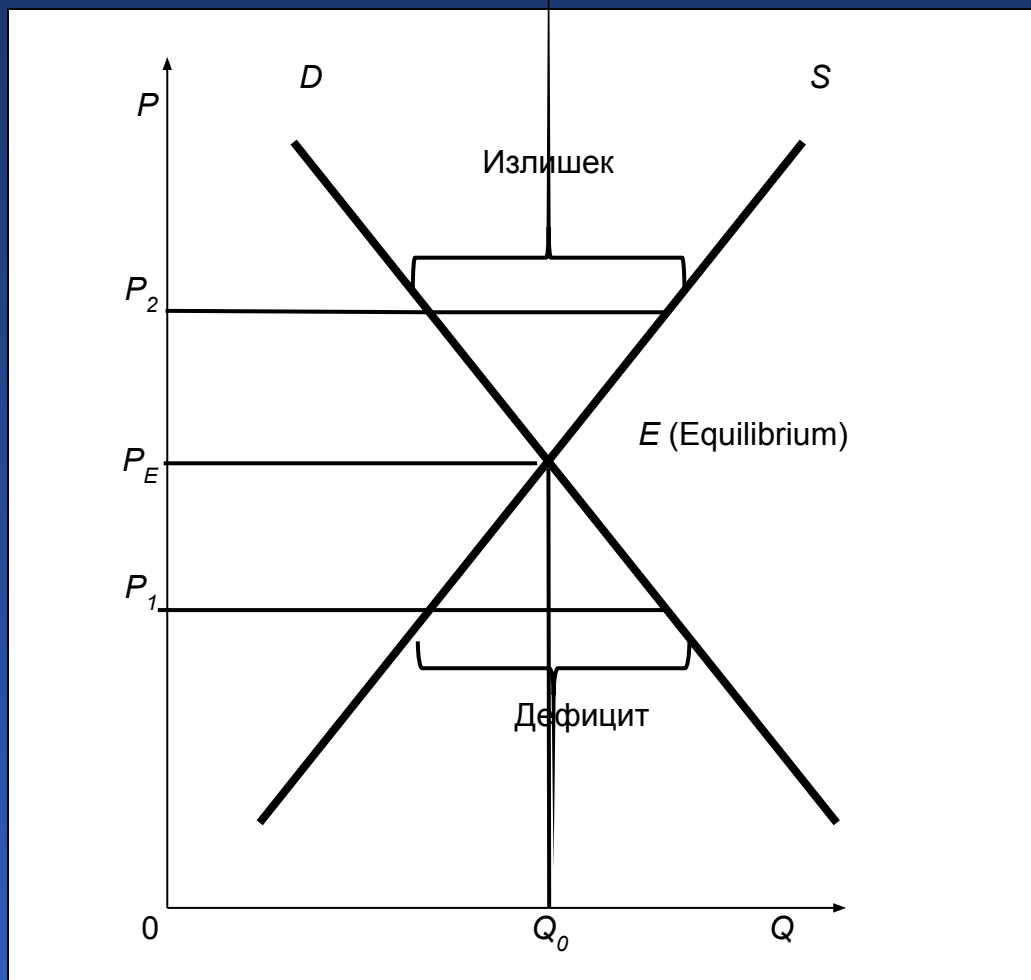
Рыночное равновесие – это состояние рынка, при котором спрос на товар соответствует его предложению и ни один хозяйствующий субъект не заинтересован в изменении этого состояния.

Равновесная цена – цена, при которой спрос равен предложению. При цене выше равновесной предложение больше спроса – возникает **излишек** (конкуренция между продавцами). При цене ниже равновесной спрос больше предложения – возникает **дефицит** (конкуренция между покупателями)

Равновесный объем – объем спроса и предложения при равновесной цене.

Равновесие восстанавливается автоматически, т.е. происходит саморегулирование рынка.

Рыночное равновесие и отклонение от него



Цена равновесия и отклонения от нее



КОНКУРЕНЦИЯ

Термин «конкуренция» имеет несколько значений:

↙

Изначально «конкуренция» рассматривалась как соперничество, борьба за достижение лучших результатов на каком-либо поприще.

↓

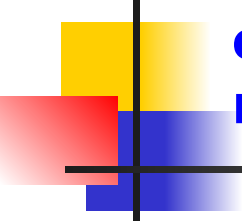
Отсюда подход к *конкуренции* как состязательной борьбе, соперничеству между экономическими агентами за наиболее выгодные условия купли-продажи товаров.

↘

Другое значение термина «конкуренция» появилось в экономической науке позднее и означает особый способ организации рынка.

↓

Когда говорят «свободная (совершенная) конкуренция», «несовершенная конкуренция», имеют в виду именно особенности организации рынка, или тип рыночной структуры.




Классификация рыночных структур по уровню конкуренции в отрасли (на рынке), характеризующейся степенью влияния отдельного продавца на рыночную цену.

**Чистая
монополия**

Олигополия

**Монополистическая
конкуренция**

**Совершенная
конкуренция**

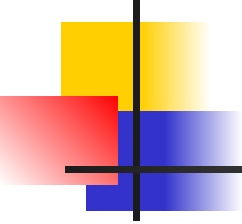


**Степень
конкуренции**



Совершенная конкуренция:

- это ситуация на рынке, при которой множество продавцов и покупателей торгуют однородными (абсолютно идентичными, недифференцированными) товарами, при этом доля каждого из них в общем объеме продаж или покупок чрезвычайно мала и никто из них не может влиять на цену товара. Нет препятствий для входа и выхода фирм из отрасли.



**Конкуренция является
несовершенной, если продавцы и
(или) покупатели способны
оказать существенное влияние
на цену товара.**



Монополия:

- **подразумевает присутствие на рынке одного продавца. Товару, который продает монополист, обычно нет близких заменителей, а вступлению новых субъектов на рынок препятствуют значительные барьеры. При такой структуре рынка один субъект имеет большую рыночную власть и определяет желательные для себя сочетания цены и объема продаж.**



Монополистическая конкуренция:

- **устанавливается на рынке, где функционирует множество продавцов, продающих дифференцированную продукцию. В результате продавцы получают определенный объем рыночной власти, но гораздо меньший, чем монополисты.**



Олигополия:

- **характерна для рынка, на котором действуют несколько крупных продавцов, производящих однородный либо дифференцированный товар. Рыночные субъекты являются взаимозависимыми и в своей деятельности учитывают возможные действия других субъектов. У каждого субъекта есть определенная власть над рынком, однако степень конкуренции между фирмами во многом зависит от стратегии поведения фирм на рынке.**



Рыночная инфраструктура – это

совокупность институтов, обеспечивающих работу рынка; организаций, с помощью которых работают рынки ресурсов и товаров, циркулируют потоки товаров, ресурсов и доходов между фирмами и домашними хозяйствами.



Институты рынка:

Биржа – это организованная форма рынка для осуществления сделок по купле-продаже товаров, ресурсов, формирования рыночных цен на основе взаимодействия спроса и предложения.

Самые распространенные – это биржи труда, товарные и фондовые, а также валютные биржи.



Институты рынка:

Брокерская фирма (брокер) – это коммерческая организация, осуществляющая сделки по купле-продаже товаров, ресурсов, ценных бумаг и т.д. от имени своих клиентов.



Институты рынка:

Торговый дом – это фирма, осуществляющая внешнеторговые операции (импорт и продажу внутри страны зарубежных товаров, экспорт и продажу за рубежом товаров национального производства).



Институты рынка:

Страховая компания – финансово-кредитная организация, осуществляющая страховую деятельность на рынке (деятельность по страхованию, нейтрализации рисков).



Институты рынка:

Ярмарка – это рынок товаров,
периодически организуемый в
установленных местах.



Институты рынка:

Аукцион – это форма продажи товаров, организуемая в определенном месте и времени на основе конкуренции покупателей.



Институты рынка:

Торгово-промышленная палата –
коммерческая организация,
целью которой является
содействие развитию торговых
связей рыночных субъектов
страны с зарубежными
партнерами.



Институты рынка:

Аудиторская фирма – независимая организация, которая по желанию клиента анализирует и контролирует финансовую и учетную деятельность предприятий.



«Фиаско» (неудачи) рынка:

- **ситуация, при которой общественное благосостояние не может быть максимизировано исключительно рыночными механизмами и требует вмешательства государства.**

ФИАСКО РЫНКА

The diagram features a central title 'ФИАСКО РЫНКА' in blue. Above it are five circles: a solid purple one on the far left, an outlined purple one, a solid purple one, an outlined purple one, and a solid purple one on the far right. Arrows point from the second and third circles to 'Внешние эффекты' and 'Общественные блага' respectively. An arrow points from the fourth circle to 'Монополизм'. An arrow points from the fifth circle to 'Асимметричность рыночной информации'. A long arrow points from the title down to 'Социальная эффективность'.

**Внешние
эффекты**

**Общественные
блага**

Монополизм

**Асимметричность
рыночной
информации**

**Социальная
эффективность**