

Лекция №1. Предмет и методы ЭТ. Базовые экономические категории.

1. Зарождение и этапы становления ЭТ.
2. Предмет, функции и методы ЭТ.
3. Общественное производство и потребности.
4. Факторы производства, их ограниченность и эффективность.
5. Производственные возможности экономики и их границы.
6. Типы экономических систем.

Впервые понятие «экономика» ввели Ксенофонт и Аристотель (5-4 вв. до н.э.).

Основные экономические школы:

- Меркантилизм (16-17 вв.)
- Физиократия (18 в.)
- Классическая политэкономия (18-19 вв.)
- Марксизм (2-я половина 19 в.)
- Маржинализм (2-я половина 19 в.)
- Неоклассическая школа (конец 19 в.-нач. 20 в.)
- Кейнсианство и неокейнсианство (20 в.)
- Неолиберализм (монетаризм и др.) - 2-я пол. 20 в.
- Неоклассический синтез (конец 20 в.)
- Институционализм и неoinституционализм (20 в.)

Предмет Экономической науки.

- ЭТ изучает отношения между субъектами хозяйственной деятельности (фирмы, домохозяйства, государство), эффективное использование ресурсов в условиях их ограниченности с целью удовлетворения растущих потребностей.
- **Функции ЭТ:**
 - - познавательная
 - - методологическая
 - - прогностическая
 - - **практическая**

Методы ЭТ.

Метод – это инструмент, способ изучения эк. процессов

- Метод научной абстракции
- Анализ и синтез
- Индукция и дедукция
- Системность
- Сравнение
- Моделирование
- Экспериментирование и др.
- Позитивный анализ (что есть в реальности)
- Нормативный анализ (что должно быть)

Различают:

- **микроэкономике** - изучает экономическое поведение и показатели индивидов, отдельных домохозяйств, фирм и отраслей («экономика с близкого расстояния»)

и

- **макроэкономике** – изучает функционирование всей национальной экономики, а также ее агрегатов как совокупности домохозяйств, частного и государственного сектора («экономика с дальнего расстояния»)

Производство – это изготовление и выпуск продукции. **Производственная функция** показывает зависимость количества продукта от объема и сочетания ресурсов.

- Общественное производство нацелено в 1-ю очередь на удовлетворение **потребностей**.
- **Потребность** – это необходимость в чем-либо, потребность продукта или услуги, осознанное чувство нехватки.
- Потребности делятся на:
 - - первичные и вторичные;
 - - общественные и индивидуальные;
 - - экономические (материальные) и неэкономические (нематериальные, например, духовные) и т.д.
- **Блага** – это средства, удовлетворяющие потребности.

Два основополагающих условия эк.

деятельности: общественные потребности

безграничны, а возможности их удовлетворения, т.е.

экономич. ресурсы, ограничены

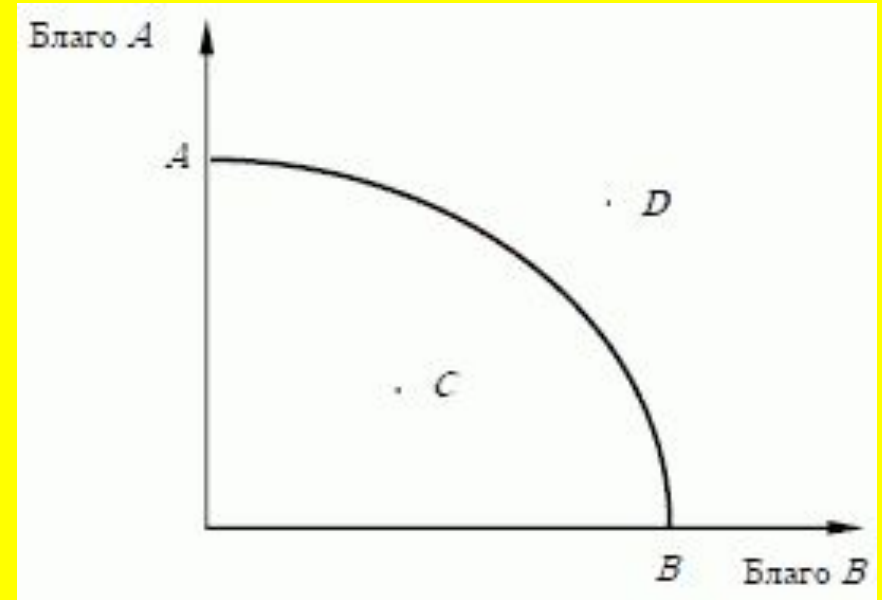
- **Факторы производства** – это ресурсы, необходимые для производства любого блага
- Труд (совокупность физических и умственных способностей)
- Капитал (производственный и финансовый)
- Земля (естественные ресурсы, используемые в производстве)
- Предпринимательская способность (умение рационально управлять другими факторами производства, рисковать, быть новатором)
- Информация, системно трансформируемая в знания, когнитивную экономику

Экономическая эффективность – это соотношение между количеством произведенного продукта и затратами на него.

- Желателен максимум результата при минимуме затрат, однако это не подходит для социально-экономической эффективности.
- Важнейший показатель – **производительность труда** (количество произведенной продукции в единицу времени).
- **Производительность общественного труда** – это совокупность всех видов общественного продукта, произведенного в стране за год, соотнесенного с числом работников в материальной сфере.

Экономический выбор – выбор наилучшего варианта среди альтернативных решений, когда достигается максимальное удовлетворение потребностей при минимальных затратах.

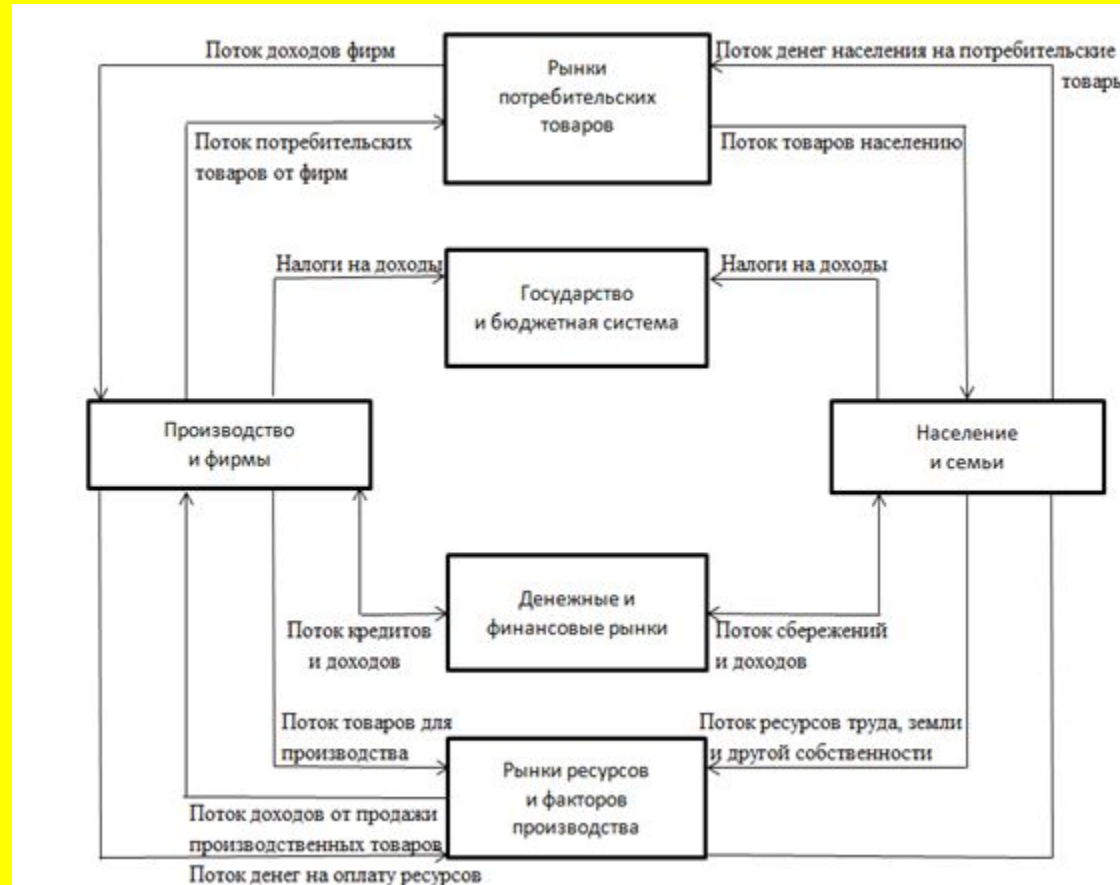
- **Кривая производственных возможностей** иллюстрирует возможные альтернативные варианты принятия решений в условиях имеющихся ограниченных ресурсов.
- Она показывает:
 - уровень эффективности производства
 - тенденцию роста альтернативных издержек производства в случае увеличения производства одного товара



Модель хозяйственного кругооборота



Модель хозяйственного кругооборота



- Все экономические системы по-разному отвечают на **три вопроса**:

Что? Как? Для кого? производить.

- При этом важнейшую роль играют преобладающие формы собственности.

Традиционная экономическая система

Рыночная экономическая система

Командно-административная экономическая система

Смешанная экономическая система

- Производство и воспроизводство. Простое и расширенное воспроизводство.
- Натуральное и товарное производство (простое и развитое).
- Продукт и товар. Потребительная и меновая стоимость товара.
- Теория трудовой стоимости и теория полезности

Лекция №2

Экономические основы рынка. Теория спроса и предложения.

- 1. Понятие рынка, его функции и виды .
- 2. Система рынков и их инфраструктура.
- 3. Особенности современного рынка.
- 4. Понятие спроса и предложения. Закон спроса и закон предложения. Неценовые факторы их изменения.
- 5. Взаимодействие спроса и предложения, их равновесие и эластичность.
- 6. Теория потребительского поведения.

Г ВІНОК – ЭТО. СПОСОБ (МЕХАНИЗМ)

взаимодействия продавцов и покупателей на основе ценовых сигналов и взаимной выгоды в условиях экономической свободы и специализации.

Предпосылки рынка – ОРТ и ограниченность

ресурсы рынка – распределительная

стимулирующая

информационная

ценообразующая

(воспроизводственная)

Виды рынков, их классификация по:

Объекту и субъекту

Географическому положению

По отраслям

Характеру и масштабам продаж

Конкуренции

Степени зрелости

Степени насыщенности и др.

Инфраструктура – это совокупность институтов (организаций, служб и т.д.), обеспечивающих и улучшающих работу рынка.

Элементы инфраструктуры

- **Логистика** (дороги, мосты, склады)
- **Кредитно-банковские структуры**
- **Рекламные агентства**
- **Биржи** (товарная, фондовая, трудовая)
- **Аукционы и ярмарки**
- **Информационные центры**
- **Налоговая система**
- **Система страхования**
- **Таможенная система и др.**

Особенности современной рыночной системы

- 1. Вмешательство государства.**
- 2. Ограниченность конкуренции.**
- 3. Влияние информации, рекламы и ТНК.**
- 4. Многообразиие форм собственности.**
- 5. Наличие системы страхования.**
- 6. Гипертрофированное развитие кредита.**

Особенности становления рыночной экономики в России

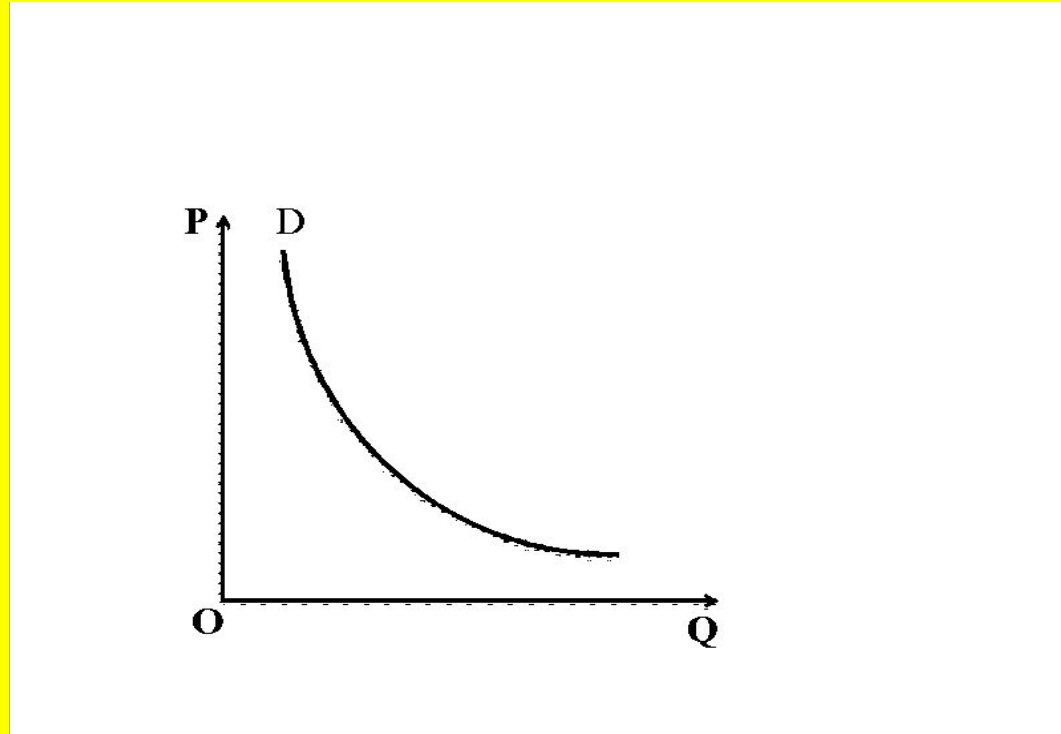
- - **приватизация** и разгосударствление экономики для обеспечения независимости и экономической ответственности производителей;
- - **демонополизация** экономики;
- - **реформирование ценообразования**, предполагающее **либерализацию цен** и доминирование рыночных цен в большинстве секторов экономики;
- - **радикальная перестройка финансовой, кредитной и денежной систем**;
- - осуществление **активных структурных и инвестиционных преобразований** в экономике;

Т.4. Теория спроса и предложения

- **Спрос** – это форма выражения потребности, подкрепленная покупательной способностью (денежными доходами). Поэтому спрос часто называют *платежеспособным спросом*.
- **Спрос** – это желание и возможность потребителей купить товар по определенной цене, в определенном месте и в определенное время. **Объем спроса** – это количество товара или услуги, которое потребители готовы купить по определенной цене и в определенное время.

На изменение спроса влияют **ценовые** и **неценовые** факторы.

- Существует зависимость между количеством покупаемого товара и ценой на него. И покупатель, и продавец заинтересован в том, чтобы было куплено больше товара. При прочих равных условиях по низкой цене будет куплено больше товара, чем по высокой, и наоборот. **Закон спроса** показывает функциональную зависимость спроса от цены на товар: $D = f(P)$, где D - спрос на товар; P – цена на товар. Она обратно пропорциональна.
- Действие закона спроса можно проиллюстрировать на следующем графике (см. рис.1):



- P — Цена
- Q — Объем спроса
- D — Кривая спроса

Рис. 1. График кривой спроса

На спрос, кроме цены, влияют и неценовые факторы. Они приводят к изменениям в спросе – он увеличивается или уменьшается, а график кривой спроса сдвигается параллельно вправо или влево (см. рис.2)

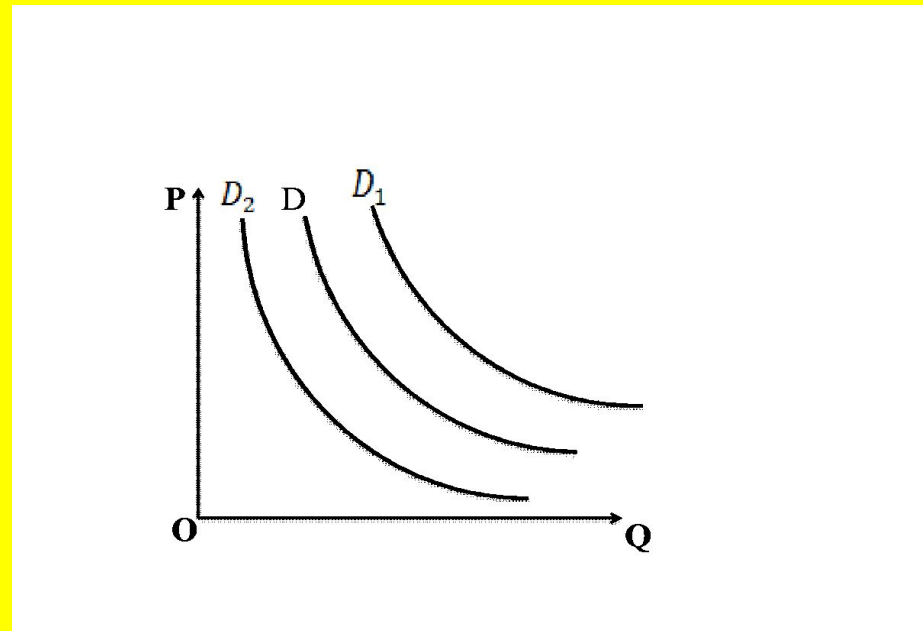


Рис.2. Смещение кривой спроса вследствие действия неценовых факторов

К числу неценовых факторов спроса

МОЖНО ОТНЕСТИ:

- изменение денежных доходов потребителей;
- изменение численности населения, его возраста и пола;
- предпочтения и вкусы потребителей;
- цены на товары-заменители;
- размеры рынка данного товара;
- реклама или антиреклама;
- мода, сезонность;
- качество, экологические характеристики товара;
- потребительские ожидания.

Предложение

- ***Предложение*** – это готовность производителя продать определенное количество товара по определенной цене, в определенном месте и в определенное время.
- ***Объем предложения*** – это количество товара или услуги, которое производители готовы продать по определенной цене и в определенное время.

На изменение предложения также влияют **ценовые и неценовые** факторы.

- При прочих равных условиях по высокой цене будет предложено больше товара, чем по низкой, и наоборот. **Закон предложения** показывает прямо пропорциональную функциональную зависимость предложения от цены на товар: $S = f(P)$, где S - предложение товара; P – цена на товар.
- Действие закона предложения можно проиллюстрировать на следующем графике (см. рис.3).

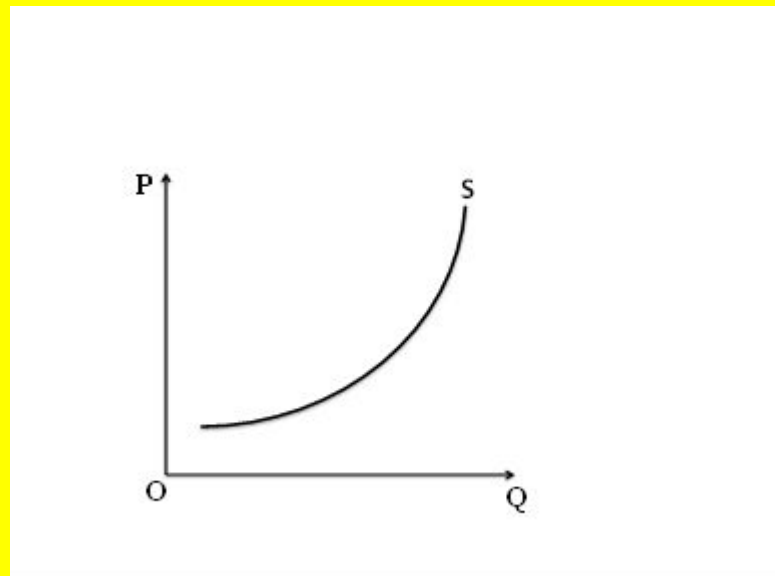
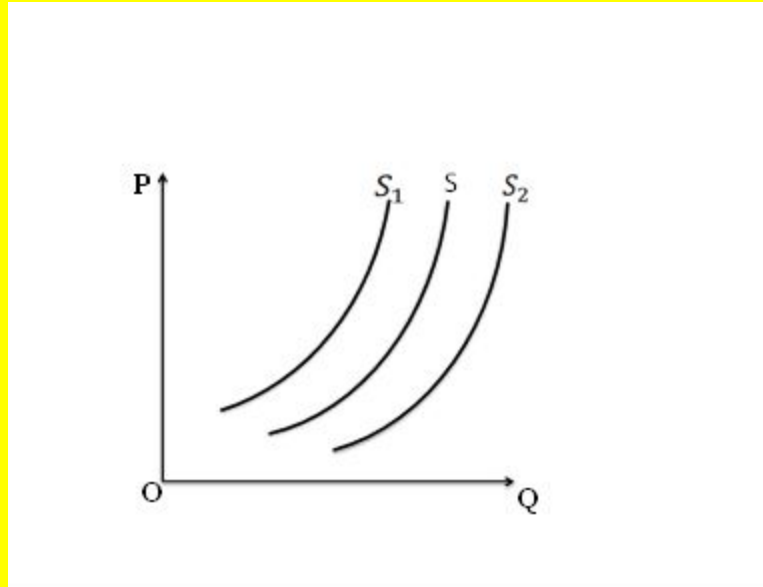


Рис.3. График кривой предложения

Так же как и кривая спроса, кривая предложения может сдвигаться вправо или влево в зависимости от действия **неценовых факторов** (см. рис.4).



- Q — кол-во продукции, которое готов предложить производитель
- S — предложение

Рис.4. Изменение предложения вследствие действия неценовых факторов

К числу неценовых факторов изменения предложения относятся:

- - изменение цен на ресурсы, в т.ч. взаимозаменяемые;
- - количество продавцов (покупателей);
- - изменение цен на сопряженные товары;
- - технический прогресс;
- - мода, сезонные изменения;
- - налоги и субсидии государства;
- - ожидания производителей;
- - экологические изменения.

Взаимодействие спроса и предложения, их равновесие. Равновесная цена

- Спрос и предложение не существуют изолированно, они **отражают глубинную взаимосвязь производства и потребления.**
- Взаимодействие спроса и потребления, их координация осуществляется на основе **ценового механизма и конкуренции.** Если спрос и предложение изменяются свободно, цена сама отвечает на вопросы Что, Кто, Как и для Кого производить.
- Желаемым соотношением спроса и предложения является их **равновесие**, т.е. сбалансированность величины спроса и предложения.

На графике (см. рис.5) **равновесие достигается в точке пересечения кривых спроса и предложения.** По ней мы можем определить равновесную цену и равновесный объем производства.

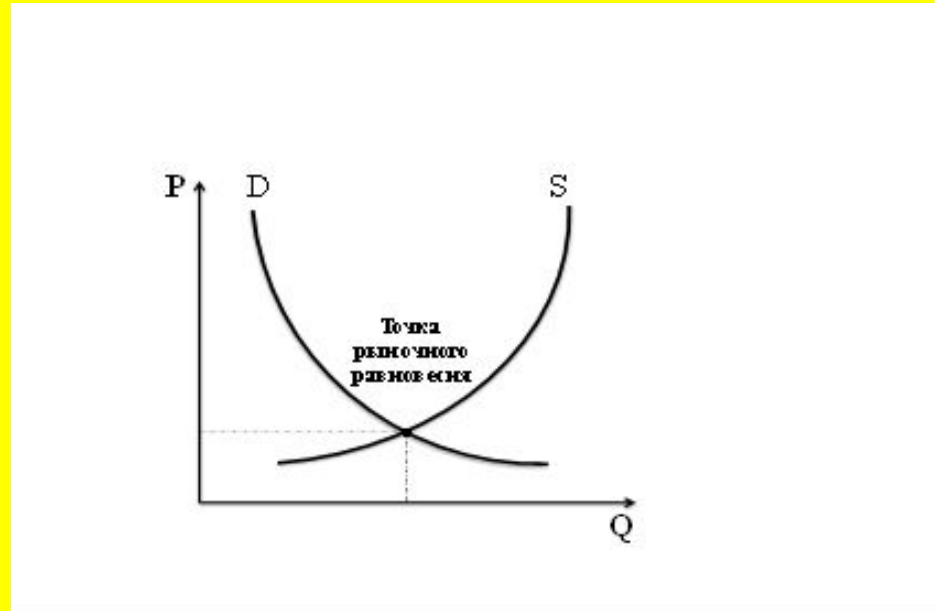


Рис.5. Равновесие спроса и предложения

Отклонение от равновесия

- **Выше точки равновесия** будет высокая цена предложения (а значит конкуренция продавцов), избыток товара, проблемы с реализацией, т.к. по более высокой цене покупатели приобретают меньше товара. Продавцы будут вынуждены снижать цену, приближая ее к равновесной.
- **Ниже точки равновесия** будет дефицит, неудовлетворенный спрос, т.к. по низкой цене товар будут покупать активно (конкуренция покупателей), а производителей она не заинтересует. Цена будет стремиться к росту, т.е. к точке равновесия.

Эластичность спроса и предложения

- **Изменение цены или дохода по-разному влияет на изменение спроса и предложения.**
- **Степень реакции одной величины на изменение другой показывает *коэффициент эластичности*.**
- **Коэффициент ценовой эластичности спроса (E_p) показывает процентное изменение объема спроса на товар при изменении его цены на 1%.**

Эластичность спроса по цене различна для разных товаров. Обычно выделяют *три* основных вида:

- - **эластичный** спрос ($E_p > 1$), когда даже небольшие изменения в цене приводят к значительным изменениям в спросе, существенно возрастает объем продаж и общая выручка ($P \times Q$) увеличивается;
- - **единичная** эластичность спроса ($E_p = 1$), когда снижение цены на 1% приводит к увеличению спроса на 1% и общая выручка остается неизменной;
- - **неэластичный** спрос ($E_p < 1$), когда снижение цены на 1% незначительно меняет спрос (объем продаж).

На эластичность спроса по цене влияют многие факторы:

- - наличие заменителей (чем больше таковых, тем менее товар необходим покупателю, выше его ценовая эластичность);
- - доля расходов на данный товар в бюджете потребителя (чем больше удельный вес, тем выше ценовая эластичность);
- - разнообразие возможностей использования товара (чем больше разнообразие, тем выше ценовая эластичность товара);
- - степень насыщенности удовлетворения потребности в данном товаре (чем насыщеннее потребность, тем ниже эластичность спроса и наоборот);
- - фактор времени (чем длительнее период времени на покупку товара, тем выше эластичность);
- - размер дохода и запаса (чем больше запас, тем эластичнее спрос)

Предложение товара так же, как и спрос, зависит от цены на товар.

- Степень изменения объема предложения в зависимости от изменения цены показывает **коэффициент эластичности предложения**.
Если при увеличении цены на 1% предложение товара увеличивается значительно (более чем на 1%), то предложение такого товара можно назвать **эластичным**.
- Предложение товара **неэластично**, если при увеличении цены на 1% оно возрастает незначительно (менее чем на 1%).
- **Единичная** эластичность предложения имеет место, если с ростом цены на товар на 1% объем предложения также увеличивается на 1%.

На эластичность предложения оказывают влияние **различные факторы:**

- научно-технический прогресс;
- изменение количественного и качественного состава используемых экономических ресурсов;
- их мобильность для организации дополнительного выпуска товаров или его сокращения.
- Но главным фактором здесь является **временной**. Обычно эластичность предложения **выше** в долгосрочном и среднесрочном периоде, чем в краткосрочном.

На эластичность спроса влияют не только цена на данный товар, но и **доходы** покупателей.

- Коэффициент эластичности спроса по **доходу** показывает процентное изменение объема спроса в зависимости от изменения дохода потребителей на 1%:
- В зависимости от реакции потребителя на изменение дохода выделяют **«нормальные»** товары и **«низкокачественные»** товары.
- **На эластичность спроса по доходу влияют следующие факторы:**
 - - значимость товара для бюджета семьи;
 - - является ли товар предметом первой необходимости или предметом роскоши;
 - - степень консерватизма во вкусах;

Также существует **перекрестная эластичность** спроса и предложения

- Она показывает степень реакции спроса (предложения) на товар X в зависимости от изменения цены на товар Y (схожий по потребительским свойствам).
- Если перекрестная эластичность имеет положительное значение, товары называются **взаимозаменяемыми**,
- если отрицательное - **взаимодополняемыми**.

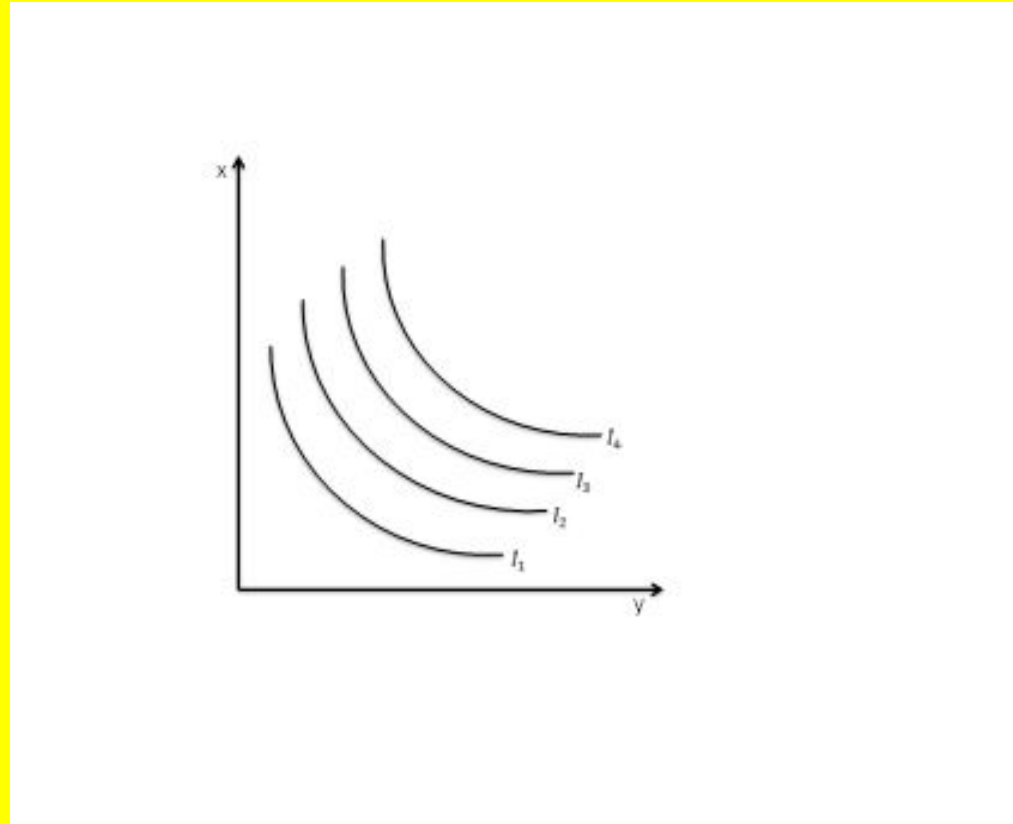
Теория потребительского поведения

- Поведение потребителя зависит от **степени удовлетворения его потребности** в товаре и **полезности**, которую приносит тот или иной товар.
- Различают **общую** и **предельную** полезность блага.
- **Общая полезность** (TU) – это удовлетворение, которое получают от потребления определенного набора единиц товара или услуги
- **Предельная полезность** (MU) – равна приращению общей полезности в результате приобретения дополнительной единицы блага

Объективно точно измерить полезность различных товаров невозможно. Это привело к появлению ординалистской (или порядковой) теории полезности.

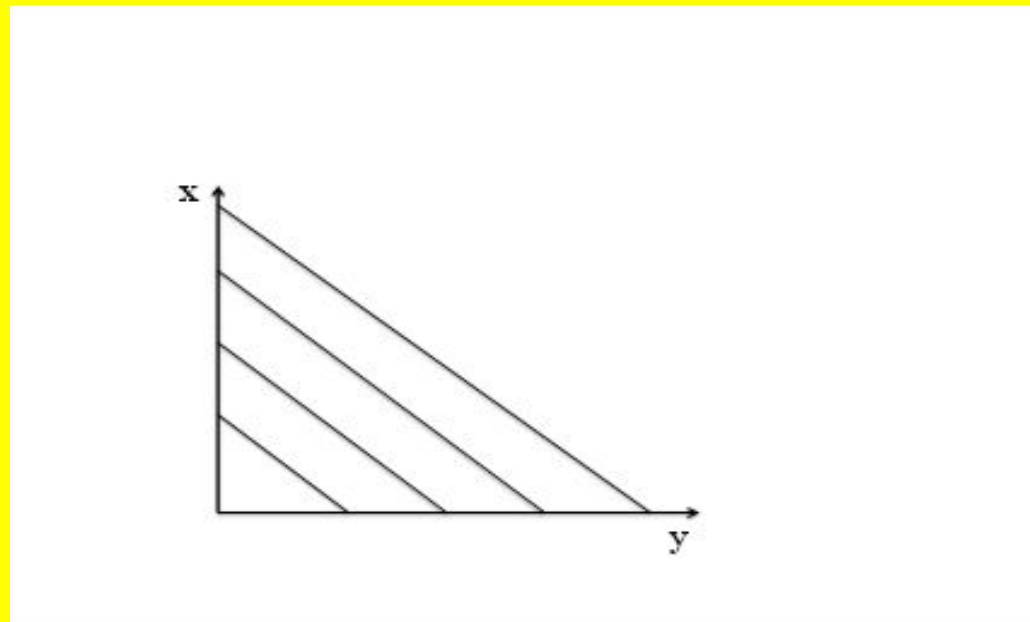
- Потребителю достаточно ранжировать, сопоставлять наборы благ по степени их предпочтительности и учитывать свои бюджетные возможности.**
- Для изучения потребительского поведения используются понятия и графики кривых безразличия и бюджетных ограничений (линии бюджета).**

Кривая безразличия – это совокупность точек, каждая из которых показывает альтернативную комбинацию двух товаров, дающих одинаковую полезность потребителю. Множество кривых безразличия образуют карту кривых безразличия, которые стремятся к бесконечности вследствие действия закона возвышения потребностей (см. рис.6).

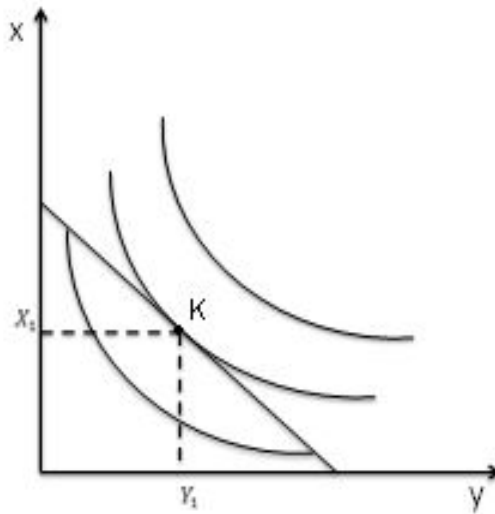


Линия бюджетного ограничения показывает возможности приобретения потребительских наборов на имеющуюся сумму денег у потребителя с учетом цен на них.

- **Увеличение** денежного дохода или снижение цен на оба продукта, которое будет означать увеличение реального дохода, приводит к смещению бюджетной линии вправо и вверх. И, соответственно, **снижение** потребительского дохода и рост цен смещают ее влево и вниз (см. рис.7).



Если совместить график кривых безразличия и линии бюджета, то **потребительское равновесие (или оптимум потребителя)** будет находиться в **точке касания бюджетной линии и одной из кривых безразличия**



- На поведение потребителей в современных условиях существенное влияние оказывает **государство**.
- Оно регулирует уровень **инфляции**,
- **компенсирует** населению с фиксированными доходами **потери от роста цен**,
- **субсидирует доходы** наименее обеспеченных слоев населения.

Т.5. Производство и равновесие производителя. Основные формы предпринимательства

- 1. Производство и производственная функция.
- 2. Общий, средний и предельный продукт. Убывающая производительность факторов производства.
- 3. Изокванта и изокоста. Равновесие производителя.
- 4. Характеристика предпринимательской деятельности, ее сферы и критерии классификации.
- 5. Организационно-правовые формы

В достижении **равновесного состояния** заинтересованы не только потребители, но и **производители**, старающиеся **оптимизировать выпуск продукции на основе комбинации факторов производства с минимальными затратами**

С точки зрения микроэкономики под **производством** понимается соединение, организация факторов производства (таких как труд, капитал, земля или натуральные материалы) для **max выпуска** продукции.

- **Производственная функция** показывает альтернативные возможности, при которых различное сочетание факторов производства обеспечивает равный выпуск объема продукции, т.е. факторы производства могут быть взаимозаменяемыми и необходимо найти их **оптимальное сочетание**.
- **Двухфакторная** производственная функция в коротком периоде выглядит следующим образом:
- **$Q=f(L, K)$** , где Q – максимальное количество производимой продукции;

Основными категориями теории производства являются понятия общего, среднего и предельного продукта.

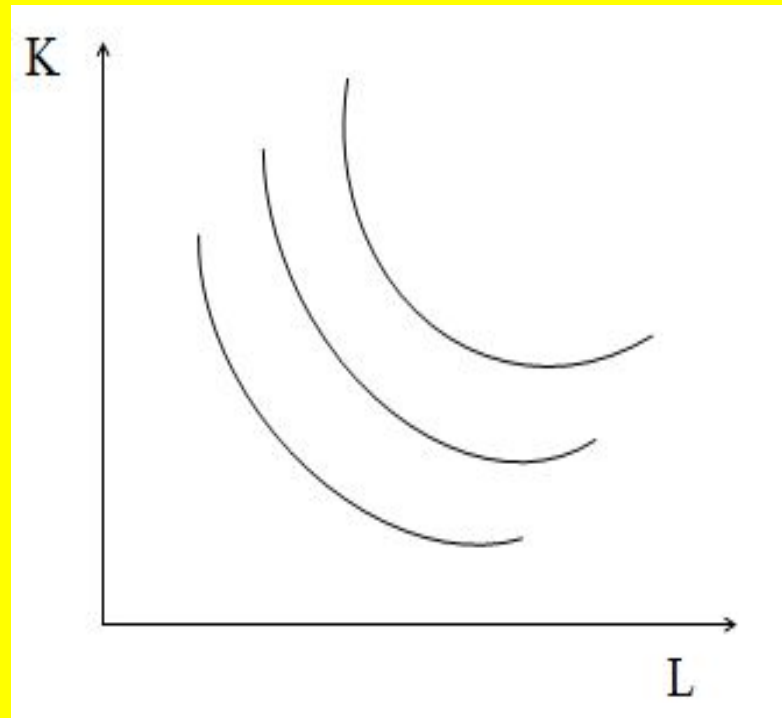
- **Общий** продукт (TP) – это количество блага, произведенное с использованием некоторого количества переменного ресурса.
- **Средний** продукт (AP) – это количество продукции в расчете на одну единицу используемого ресурса.
- **Предельный** продукт (MP) – это прирост общего продукта, произведенный в результате увеличения количества (приращения) используемого переменного фактора на 1 единицу.

По мере увеличения использования переменного ресурса и неизменности других факторов и технологий **предельный продукт** этого ресурса с некоторого времени **начинает уменьшаться, снижается относительный, а затем и абсолютный объем выпуска. Отдача убывает.**

- **После достижения технологически оптимальной комбинации факторов производства общий продукт получает наибольший прирост, предельная производительность снижается, а средняя производительность продолжает расти.**

Различные сочетания факторов производства, например, труда и капитала, для производства данного количества продукции показывает **изокванта**, или **линия равного выпуска продукта**.

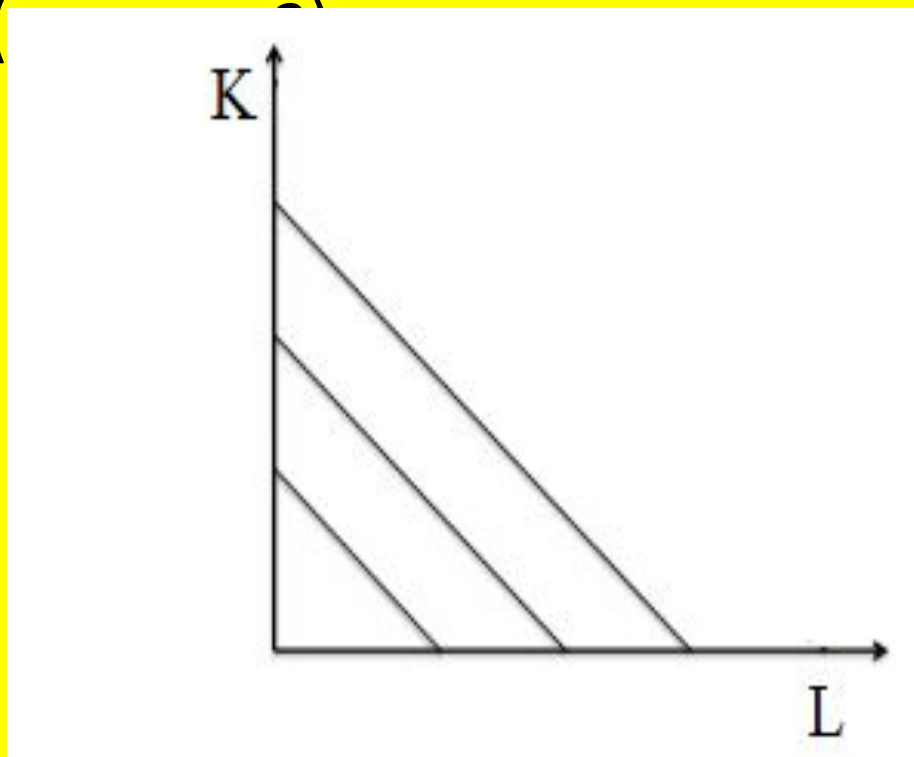
- В длительном периоде производственная функция графически изображается в виде **семейства изоквант**. Чем правее находится изокванта, тем больше выпуск продукта (см. рис.1)



• .

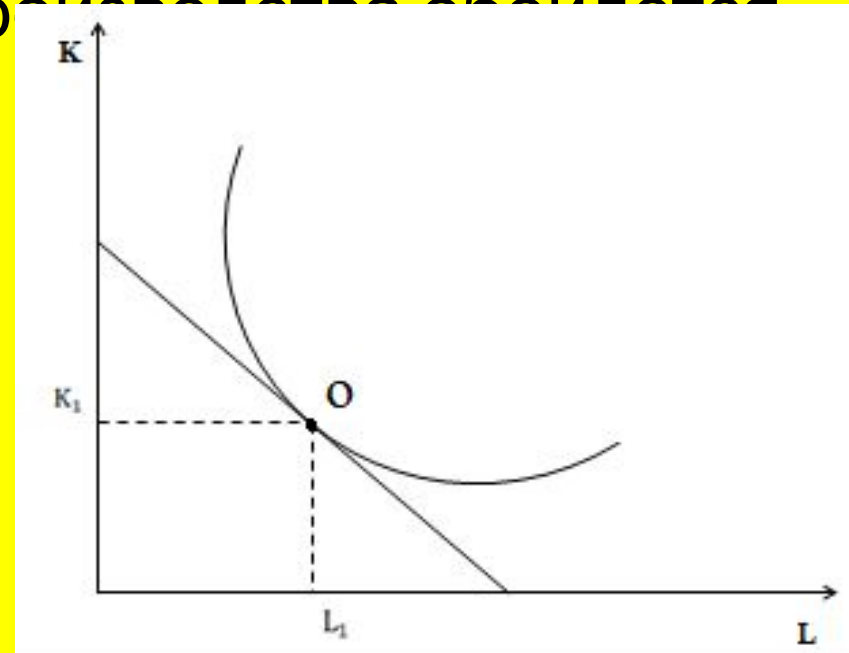
Аналогично, вместо линий бюджета (в теории потребительского поведения) в теории производства на фирме используется понятие **изокосты**, или **линии равных затрат**.

- Она показывает комбинации ресурсов, которые можно приобрести на одну и ту же сумму денежных затрат. Наклон изокосты показывает относительные цены на факторы производства (



Для нахождения состояния **равновесия** производителя необходимо совместить карту изоквант с картой изокост.

- **Равновесие или оптимум** фирмы достигается в **точке касания** изокванты с **изокостой**. Здесь достигается **максимальный объем выпуска** при имеющихся **ограниченных средствах** на их покупку. Использование других комбинаций факторов производства обойдется дороже (см. рис.3).



Изменение количества используемых факторов производства приводит к различным результатам объема выпуска (отдачи от масштаба производства). Возможны варианты возрастающей, постоянной и убывающей отдачи от масштаба производства.

- Покупая факторы производства, предприниматель стремится к максимизации прибыли. Для этого он минимизирует издержки, оптимизирует объем выпуска продукции и определенное сочетание факторов производства. Поэтому предприниматель должен учитывать следующее правило: доход от предельного продукта, получаемого от дополнительного использования какого-либо фактора производства, должен равняться рыночной цене этого фактора:
- $MRP(l)/P(l)=MRP(k)/P(k)=1$,
- где MRP – предельный продукт труда и капитала; P – цена труда и капитала.

Очень важно использовать в предпринимательской практике и принимать во внимание в производственной функции **технический прогресс**.

- **Технический прогресс** означает появление **новых, технически более совершенных и эффективных факторов и видов производства**.
- Он стимулирует увеличение объема производства; прежний объем выпуска может обеспечиваться применением меньшего количества более качественных факторов производства.
- Существуют **различные типы технического прогресса**:
трудоосберегающий, капиталосберегающий,
природосберегающий

Предпринимательская деятельность

- Это самостоятельная деятельность по отбору, организации и координации факторов производства для создания товаров и услуг (экономических благ) с целью получения выгоды (прибыли, процента, ренты, дивиденда).

Предпринимательская деятельность также связана с оказанием обществу **определенных услуг в различных непроизводственных сферах** и не всегда нацелена на получение прибыли. Предпринимательство является и **своеобразным методом ведения хозяйства.**

- **Главными чертами предпринимательства являются новаторство, инициативность и рискованность.**

Предпринимательство можно классифицировать по различным критериям:

- по форме собственности,
- по функциональному назначению,
- по видам,
- по масштабам,
- по территориальному признаку,
- по отраслевой направленности.
- Также разделяют экономические и организационно-правовые формы предпринимательства

- **Субъектами** предпринимательства могут быть **отдельные лица** (может использоваться личный и наемный труд), **группа лиц** (партнерства, акционерные общества, кооперативы и др.), **государство**.
- **Объектом** предпринимательства является эффективная комбинация факторов производства с целью получения выгоды.
- Предпринимательская деятельность не может осуществляться эффективно без **должного правового оформления**.

-

В России Гражданским Кодексом установлены **следующие организационно-правовые формы** предпринимательской деятельности:

- индивидуальное предпринимательство;
- товарищество (партнерство);
- хозяйственное общество;
- корпорация;
- производственные кооперативы;
- государственные предприятия.

Развитие российского предпринимательства сталкивается с рядом **проблем**:

- - коррупция и криминализация экономики и политики;
- - несовершенное законодательство, особенно в части спецификации прав собственности (с учетом несправедливой, криминальной и неподготовленной приватизации);
- - слабая конкурентная среда в некоторых отраслях вследствие высокой степени монополизации экономики еще с советских времен и неудовлетворительной антимонопольной деятельности государства;
- - недостаточная государственная поддержка предпринимательства в производственной сфере;
- - низкая конкурентоспособность отечественной продукции, производимой на устаревшем оборудовании;
- трудности финансирования мелкого и среднего бизнеса из-за высокой ставки процента по кредитам и др.