ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ИЖЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕ КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ».

РЕФЕРАТ

по дисциплине «Введение в специальность»

тема: « Экономический образ мышления»

Выполнил: студент группы 1-21-37з Хворонов С. А.

Проверил: преподаватель Главатских О. Б.

Ижевск, 2008

**Содержание**

Введение. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 3  
Глава 1. Экономический образ мышления. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 4  
1.1. Экономика – зарождение. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 4  
1.2. Понятие «благо», «товар», «услуги».. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 5  
1.3. Производство и потребление. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 7  
1.4. Рынок. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 7  
1.5. Понятие спроса. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 8  
1.5.1. Влияние инфляции. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 9  
1.6. Предложение.. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 10  
1.7. Цена. . . . . . . . .. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 10  
Глава 2. Альтернативная стоимость. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 10  
2.1. Издержки производителя как стоимость альтернативы. . . . . . . . . . . 12  
2.2. Полезность как стоимость альтернативы. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .12  
2.2.1. Закон убывающей предельной полезности. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 14  
Заключение . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 16  
Литература.. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 18

**Введение.**

Экономическая теория – одна из древнейших наук, которая всегда привлекала внимание ученых и образованных людей. Это объясняется тем, что изучение экономической теории – реализация объективной необходимости познания мотивов, действий людей в хозяйственной деятельности, законов хозяйствования во все времена – от Аристотеля, Ксенофонта до сегодняшних дней. Еще в 19 в А.С. Пушкин, которому царь Николай I поручил продумать принципы воспитания молодежи, прежде всего высказался против домашнего образования, а в числе обязательных для изучения наук назвал политическую экономию. Интерес к экономике все больше возрастает в наши дни, и это объясняется теми глобальными переменами во всем мире и особенно в России. Экономические воззрения возникли в глубокой древности. Человеческий разум осознавал процессы и закономерности хозяйственной жизни, познавал их причины. От примитивных взглядов до подлинно научных теорий – таков трудный путь познания сути экономических процессов, явлений, тенденций. При этом одна теория, одна школа сменяла другую, вступали в противоборство различные концепции, внося, как правило, какие то рациональные зерна в общий кладезь экономической мудрости. Становление экономической науки как самостоятельной академической дисциплины произошло в 18 веке. Начиная с 30х годов этого века, начался длительный процесс переосмысления оснований экономической науки, Который по всей видимости, не закончится с наступлением следующего столетия.

Одним из главных принципов экономики можно назвать взаимодействие теории и практики. Теория есть результат рационального мышления, познания законов и закономерностей экономического развития. Она является необходимым условием для выработки грамотных решений, касающихся направлений использования материальных ресурсов, реализации товаров и услуг на внутренних и внешних рынках. Теория рассматривает основные черты экономических систем, дает представление об основных элементах хозяйственного механизма, характеризует важнейшие направления и школы экономических теорий. Надо отметить, что без теснейшей связи с практикой теория теряет ценность. Именно практика формирует социальный заказ на теоретические исследования, дает материал для научного анализа. Овладение экономической теорией расширяет кругозор, облегчает путь к достижению делового успеха, воспитывает экономическое мышление.

Экономический образ мышления – это подход к рассмотрению тех или иных проблем и процессов в экономике.

**Глава 1. Экономический образ мышления.**

Экономический образ мышления – что это? Что, собственно говоря, надо понимать под "экономическим образом мышления"? Прежде всего, то, что подразумевается самим термином: скорее подход, чем набор уже готовых выводов. Джон Мейнард Кейнс удачно сформулировал это в отрывке:  
"Экономическая теория не есть набор уже готовых рекомендаций, применимых непосредственно в хозяйственной политике. Она является скорее методом, чем учением, интеллектуальным инструментом, техникой мышления, помогая тому, кто владеет ею, приходить к правильным заключениям". Но что такое "техника мышления"? В самых общих чертах - это некая предпосылка о том, чем человек руководствуется в своем поведении. За удивительно редкими исключениям и экономические теории строятся, опираясь на вполне определенную предпосылку, что люди предпринимают те действия, которые, по их мнению, принесут им наибольшую чистую пользу. (Т. е. пользу за вычетом всевозможных затрат или потерь, связанных с этими действиями.). Предполагается, что каждый поступает в соответствии с этим правилом: скупец и расточитель, святой и грешник, покупатель и продавец, политический деятель и руководитель фирмы, человек осторожный, полагающийся на предварительные расчеты, и отчаянный импровизатор.

Экономический образ мышления – это знание и понимание рыночных отношений и течений. Это определение понятий как благо, товар и услуги, потребитель и производитель, спрос и цена связь их между собой и их влиянии друг на друга. Однако, понимание настоящего без прошлого чревато ошибками. По словам Гёте, историческую хронику пишет тот, кому важно настоящее. Для более глубокого изучения экономической теории важно знать её генезис, т.е. происхождение, возникновение, процесс образования и становления как науки.

**1.1. Экономика – зарождение.**

Истоки экономической науки следует искать в учениях мыслителей древнего мира, прежде всего стран Древнего Востока – колыбели мировой цивилизации. Древнеиндийские «Законы Ману» (4 – 3 в. до н. э.) отмечали существование общественного разделения труда, отношений господства и подчинения. В трудах Конфуция (551-479 гг. до н.э.) проводилось различие умственного и физического труда, причем первый объявлялся монополией «высших», а второй уделом «простолюдинов», основную массу которых составляли рабы. Китайский философ Сюнь Цзы (3 в.до н.э.) высказывал мысль, что все люди равны от рождения, что «накопленным богатством» должны пользоваться все, люди из простого народа должны иметь право на землю. Поэтому уже тогда раздавались призывы к освобождению рабов-земледельцев и рабов-ремесленников. Дальнейшее развитие экономическая мысль получила в Древней Греции. Взгляды древнегреческих мыслителей – Ксенофонта, Платона, Аристотеля, можно охарактеризовать как теоретические исходные пункты современной науки. Они рассматривали правила ведения домашнего хозяйства и земледелия в рабовладельческом хозяйстве. Аристотель первым выделил отдельные категории экономической теории, поставил вопросы о сравнимости всего, что «подвергается обмену», стремится найти закон образования и изменения (активная деятельность) и производство (продуктивная деятельность), высказал идеи о полезности как об основе хозяйственных благ, правильном обмене хозяйственных благ как об обмене эквивалентов.

Считается, что сам термин «экономика» появился в древней Греции. Это соединение двух слов: «ойкос» (дом, хозяйство) и «номос» (знаю, закон), что дословно означает искусство, знание, свод правил ведения домашнего хозяйства. Экономические взгляды мыслителей Древнего Рима, таких как  
Варрона, Катона Старшего, Сенеки, Лукреция, живших в 3 – 2 вв.до н.э., являлись своего рода продолжением экономической мысли Древней Греции. Они еще обосновывали необходимость рабства, но в этих высказываниях уже отражается упадок и разложение рабовладельчества. Дают рекомендации по нормированию труда и ставят проблему качества труда.

Если же попытаться дать современное определение экономики одной фразой, то экономика – это хозяйственная система, обеспечивающая удовлетворение потребностей людей и общества путем создания использования необходимых жизненных благ.

**1.2. Понятие «благо», «товар», «услуги».**

Потребности людей многообразны. Человек, имея малое всегда стремится к большему, ставит цели, поднимаясь по ступеням саморазвития. Не менее многообразны и средства их удовлетворения. В экономической теории любое такое средство называется благом.

*Благо* – это всё то, что заключает в себе определённый положительный смысл, а именно предмет, явление, продукт труда, удовлетворяющий определённую человеческую потребность и отвечающий интересам, целям, устремлениям людей. По своим натуральным характеристикам блага подразделяются на вещественные и информационные объекты, частные и коллективные действия. Благо, имеющее вещную форму, называют продуктом, а если оно становится предметом сделки на рынке – товаром. Любое действие, направленное на удовлетворение человеческих потребностей, называют услугой. И продукты, и услуги в целом обозначают термином «продукция». Так же, благами считаются ресурсы, необходимые для производства потребительских благ.

*Товар* – это продукт труда, способный удовлетворять потребности и произведенный для обмена. К. Менгер утверждал, что экономическое благо становится товаром не зависимо от его способности к передвижению, независимо от лиц, предлагающих его для продажи, от его материальности, от характера его как продукта труда, но обязательно предназначено для обмена.  
Способность товара удовлетворять ту или иную потребность человека составляет его потребительскую стоимость, а способность товара к обмену в определённых количественных пропорциях - меновую стоимость. История развития общества позволяет выделить две главные формулы общественного хозяйства: натуральную и товарную.

*Натуральная* – это такая форма хозяйствования, в которой производство материальных благ и услуг осуществляется для собственного потребления, для потребления внутри отдельной хозяйственной единицы. Эта форма отражает такой уровень развития производства, который обуславливает крайне ограниченную его цель, а именно удовлетворение незначительных по объему и однообразных по качественному составу потребностей, что в конечном счете определяет инертность общественного хозяйствования, низкие темпы его развития.

*Товарное* (рыночное) хозяйство – это общественная форма организации экономики, основанная на товарном производстве, обеспечивающая взаимодействие производства и потребителя посредством рынка. Товарная форма хозяйствования зародилась как противоположность натуральной, сначала в отношениях между общинами, а затем проникая внутрь их, постепенно превращая натуральное хозяйство в подчиненный, и отмирающий элемент экономической жизни общества. Предпосылкой возникновения рынка стало общественное разделение труда.

*Услуги* – это целесообразная деятельность человека, результат которой имеет полезный эффект, удовлетворяющие какие-либо потребности человека.  
Специфика услуг как товара выражается в следующем.

1. Потребительная стоимость услуги не имеет вещественной формы.

2. Потребительная стоимость услуги – это полезный эффект деятельности, живого труда.

3. Услугу нельзя накопить, она может быть потреблена в момент производства.

**1.3. Производство и потребление.**

Существенной чертой человеческой жизни и деятельности является зависимость от материального мира. Одни материальные блага (воздух, вода, солнечный свет) находятся в такой форме и в таком количестве, что пользование ими оказывается для человека доступным всюду, во все времена. Удовлетворения потребностей в них не требует никаких усилий и жертв. Это свободные даровые блага. Другие материальные блага имеются в ограниченном количестве. Чтобы удовлетворить имеющиеся в них потребности и иметь их в достаточном количестве, необходимы усилия для их добывания и приспособления к использованию. Эти блага называются хозяйственными. Хозяйственная деятельность человека - это сложный комплекс разнообразных явлений и процессов, в которых теоретическая экономика выделяет четыре стадии:

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

*Распределение* – это процесс определения доли, количества, пропорции, в которой каждый хозяйственный субъект принимает участие в произведенном продукте.

*Обмен* – это процесс движения материальных благ и услуг от одного субъекта к другому и форма общественной связи производителей и потребителей, опосредствующая общественный обмен веществ.

*Потребление* – это процесс использования результатов производства для удовлетворения определенных потребностей.

Все эти связи находятся во взаимодействии.

Производство вообще - есть процесс воздействия человека на предметы и силы природы с целью приспособления их к удовлетворению тех или иных потребностей.

**1.4. Рынок.**

Понятие «рынок» многогранно, поэтому достаточно трудно охарактеризовать его однозначно. По мере развития общественного производства и обращения это понятие неоднократно менялось. Сегодня можно дать несколько определений рынка.

*Рынок* – это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения, совокупность отношений товарного обмена. Рынок – это механизм взаимодействия покупателей и продавцов, иными словами, отношение спроса и предложения. Рынок – это сфера обмена внутри страны и между странами, связывающая между собой производителей и потребителей продукции.

Как возник рынок? Важнейшим историческим условием возникновения рынка являются следующие: *Первое условие* – общественно разделение труда и специализация.  
История знает ряд крупных ступеней общественного разделения труда. Первое из них – отделение скотоводства от земледелия, вторая – выделение ремесла как самостоятельной отрасли, третья – возникновение купечества. Затем стали дробится отрасли, углублялась специализация отдельных производств. Этот процесс бесконечен, он объективно связан с ростом производительности труда. Развитие труда неизбежно требует обмена товара. Древние скотоводы нуждались в продуктах земледелия, а земледельцы в мясе и т.д. Обмен все больше расширялся и развивался, что привело к появлению денег. Именно появление денег расширило стимулы к производству тех или иных товаров специально для продажи. Иными словами, появилось производство на рынок, для удовлетворения потребности других людей.

*Второе условие* – экономическая обособленность производителей, полностью независимых, автономных в принятии хозяйственных решений (что производить, кому и как продавать свою продукцию). Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности. В дальнейшем она начала опираться и на коллективную собственность (кооперативы, товарищества, акционерные общества, государственные предприятия и т.д.).

*Третье условие* – самостоятельность производителя, свобода предпринимательства. Чем меньше скован производитель, тем больше развит рынок. Свободный обмен позволяет сформироваться свободным ценам, которые укажут производителям ориентиры наиболее эффективных направлений их деятельности.

**1.5. Понятие спроса.**

При ближайшем рассмотрении "необходимости" оборачиваются простыми  
"потребностями". Это немаловажная разница, ибо если речь идет о потребностях, мы можем спросить: "Насколько они настоятельны?" Экономисты решают этот вопрос при помощи понятия спроса. Спрос - это понятие, которое связывает покупаемые количества (блага) с теми жертвами, которые приходится делать для приобретения этих количеств.

*Спросом называется* количество товара или услуги, которое будет куплено по определённой цене за определённый период. Бесполезно пытаться определить спрос без цены, так как он изменяется в зависимости от неё. Действует закон спроса: при прочих равных условия спрос на товары в количественном выражении изменяется в обратной зависимости от цены.

Закон спроса не действует в трех случаях: 1. При ажиотажном спросе, вызванном ожидаемым повышением цен; 2. Для некоторых редких и дорогостоящих товаров (золото, драгоценности, антиквариат и др.), являющихся средством вложения денег. 3. При переключении спроса на более качественные и дорогостоящие товары

На изменение спроса влияют и ценовые факторы: а) изменения в денежных доходах населения. Например, рост доходов увеличивает спрос на разные виды товаров (мебель, бытовую технику, высококачественные продукты питания и др.) при всех возможных ценах на них; б) изменения в структуре населения, например, увеличение количества пенсионеров увеличивает спрос на лекарства, медицинское обслуживание; в) изменения цен на другие товары-заменители (субституты). Так рост цен на сливочное масло вызовет повышение цен на маргарин; г) экономическая политика правительства. Денежные пособия, выплачиваемые государством малоимущим слоям населения, увеличат спрос навары, потребляемые этой группой населения; д) изменение потребительских предпочтений под воздействием рекламы, моды и др. Например, увеличение спроса на спортивную обувь в 80-х гг. было связано с тем, что среди молодежи стало модно носить эту обувь каждый день.

**1.5.1. Влияние инфляции.**

Одна из основных причин, из-за которой сегодня многие люди считают, что закон спроса не работает, заключается в том, что они не учитывают влияние инфляции. Быстрая инфляция последнего десятилетия в России и других странах сделала многие повышения цен кажущимися, а не реальными. Инфляция настолько искажает наше понимание изменений относительных цен и затрат, что нам следует подумать об этом. Инфляция означает повышение средних денежных цен всех благ. Но так как мы привыкли считать ценой любого блага то количество денег, которое необходимо отдать за него, мы с легкостью приходим к выводу, что удвоение суммы денег означает в два раза большие затраты или жертвы. Однако это вовсе не так, когда удвоенное количество рублей обладает лишь половиной покупательной способности. Если увеличить вдвое денежные цены абсолютно всех благ, включая человеческий труд и все прочее, что люди продают или сдают в аренду для приобретения денег, то ни на одно благо реальная цена не изменится - конечно, за исключением денег, цена которых сократится наполовину. Поэтому удвоение цены на бензин не обязательно побудит людей сокращать потребление бензина - если в то же самое время удвоятся их доходы и цены всех прочих благ, которые они потребляют. На самом деле в результате инфляции денежные цены вовсе не изменяются в одинаковой пропорции - это одна из причин, превращающих инфляцию в проблему. Но они обнаруживают тенденцию двигаться вместе. Поэтому, если мы хотим рассмотреть последствия некоторого увеличения цены, то прежде должны отделить их от последствий общего увеличения цен. Предположим, например, что некий институт, который в 2000 г. брал со своих студентов 11000р. в год за образование, в 2008 г. стал брать 22000р. На сколько выросла плата за образование за восемь лет? Ответ заключается в том, что она вообще не выросла. Ибо за период с 2000 по 2008 г. покупательная способность денег сократилась вдвое, 22000р. за образование в 2008г. эквивалентно 11000р. в 2000 г.

**1.6. Предложение.**

Предложением называется количество товара или услуги, которое производители готовы продать по определённой цене за определённый период.  
Закон предложения гласит: предложение, при прочих равных условиях, изменяется в прямой зависимости от изменения цены. Если цена окажется низкой, то продавцы предложат мало товаров, придержат часть его на складе. Если же цена будет высокой, то они предложат рынку много товаров. Когда же цена существенно возрастет и окажется очень высокой, то производители постараются увеличить предложение товара, попытаются сбыть даже бракованные изделия. Предложение, так же как и спрос, может меняться под влиянием неценовых факторов: а) изменения издержек производства в результате технических нововведений, изменения источников ресурсов, налоговой политики, стоимости факторов производства. б) выхода на рынок новых фирм, что увеличит предложение вне зависимости от цен; в) изменение цен на другие товары, приводящего к переливу ресурсов  
(уходу фирм из отрасли), что уменьшит предложение; г) природных катастроф, политических действий, войн, разрушающих экономику, что вызовет сокращение предложения.

**1.7. Цена.**

В результате взаимодействия спроса и предложения устанавливается рыночная цена. Она фиксируется в точке, в которой пересекаются кривые спроса D (англ. Demand) и предложения S (англ. Supply). Эта точка называется точкой равновесия, а цена – равновесной. Только в этой точке цена устраивает одновременно и покупателя и продовца. Цена стремится к такому уровню, при котором спрос равен предложению. Если под влиянием неценовых факторов произойдет повышение спроса при неизменном предложении или сокращение предложения при неизменном спросе, то цена возрастет, если, наоборот, при неизменном предложении спрос сократится или при неизменном спросе предложение увеличится – цена понизится.

**Глава 2. Альтернативная стоимость.**

Альтернатива (от лат. alter - один из двух), ситуация, в которой надлежит произвести выбор одной из двух исключающих друг друга возможностей. В фокусе экономических исследований находится процесс выбора между альтернативными вариантами использования редких ресурсов. Так считалось не всегда, однако сегодня это определение предмета экономической науки стало традиционным – оно признается ведущими учеными-экономистами. Выбор всегда персонален, это определено биологически. Люди не могут  
«сливаться» в процессе выбора в некое единое существо. Никакой социальный организм не имеет центра принятия решений, находящегося «вне» индивидов.  
Логика коллективной организации может быть сведена к логике индивидуального расчета. Однако, различают три типа выбора: индивидуальный, двухсторонний и коллективный.

Индивидуальный выбор имеет место, когда человек сам принимает решения и сам их реализует, не взаимодействуя при этом с другими людьми. Наиболее распространен второй тип выбора – двухсторонний, - когда требуется согласование предпочтений двух индивидов. Воспользуемся примером  
Джеймса Бьюкенена – покупка арбуза у предорожного лотка. Прохожему нравится арбуз, добровольно предлагаемый ему продавцом, и он покупает его. Выбор сделан и тем и другим. Они вступили в сделку и осуществили её «без детального знания политических убеждений, сексуальных предпочтений или экономического положения своих реальных партнеров по обмену. В этом классическом смысле рыночный обмен полностью обезличен и кажется совершенно идеальным типом взаимодействия, воплощенным в упорядоченной анархии. В таких отношениях каждый человек принимается именно таким, какой он есть, и очень часто таким, каким он хочет выглядеть. Торговец фруктами с лотка может бить свою лошадь, отстреливать собак и есть крыс. Но ни одна из черт его характера не должна влиять на мой чисто экономический обмен с ним». Двухсторонний выбор имеет место, Когда для принятия решения и его реализации требуется согласование предпочтений двух индивидов. Коллективный выбор имеет место, когда решения принимаются и реализуются индивидами в составе группы. Индивид всегда преследует свой  
«интерес», хотя, конечно, каждый понимает его по-разному. Но нет никаких оснований полагать, что индивид, действуя в составе коллектива, руководствуется исключительно общественным долгом, ставя перед собой вневременные, вне ситуационные нравственные задачи, которые становятся для него внутренним обязательством. В свою очередь коллективный выбор делится на: «олигополистический» (в которой участники взаимозависимы, т.е.поведение одного оказывает значительное влияние на поведение остальных) и «латентный» (в которой действие одного участника не отражается на других в такой степени, чтобы у них появились какие-либо причины реагировать на это действие). Общественный выбор имеет место, когда решения принимаются и реализуются индивидами в составе латентной группы. Но чтобы принимать решения, группа должна договорится, как делать выбор и как обеспечивать его реализацию. Общественный выбор правил выбора, правил «игры» был назван конституционным, общественный выбор в процессе.

Конституционный выбор – общественный выбор правил выбора.  
Альтернативную стоимость можно определить как ценность наилучшей из истраченных возможностей в использовании данных ресурсов.

**2.1. Издержки производителя как стоимость альтернативы.**

В экономической науке нет существенных различий между теорией предложения и теорией спроса. И та и другая предполагают, что лица, принимающие решения, могут выбирать, что выбор предполагает наличие альтернатив и что выбор основывается на сопоставлении ожидаемых выгод, связанных с альтернативами. Логика экономии одинакова и у производителей, и у потребителей. Когда мы размышляем об издержках производителя - например, задаваясь вопросом, почему производство десяти скоростного велосипеда обходится дороже, чем деревянного столика для пикника, то вначале мы обычно вспоминаем, что используется для их производства. Мы думаем о сырье и материалах, о затратах рабочего времени, а также, может быть, о необходимых машинах и инструментах. Мы выражаем ценность этих ресурсов в денежных единицах и предполагаем, что издержки на производство велосипеда или стола равны сумме этих денежных оценок. Здесь нет ошибки, но вопрос, почему данные ресурсы имеют именно такую денежную оценку, остается при этом без ответа. Концепция альтернативной стоимости утверждает, что эти оценки отражают ценность данных ресурсов при их наилучшем альтернативном использовании, или, другими словами, ценность тех альтернативных возможностей, которыми приходится жертвовать, когда данные ресурсы используют для производства велосипедов или столиков для пикника.

Концепция альтернативной стоимости объясняет также, каким образом производственные издержки входит труд. Наниматели должны предложить рабочим такую заработную плату, которая побудит их отказаться от всех других возможностей. Квалифицированный рабочий будет получать больше неквалифицированного лишь по той причине, что в каком-нибудь другом месте его квалификация имеет большую ценность. Но наш владелец велосипедной фабрики не будет платить им дополнительного жалованья за эту квалификацию, если только, благодаря своему необычному таланту, они не окажутся более ценными в каком-нибудь другом месте.

**2.2. Полезность как стоимость альтернативы.**

Как потребителю сориентироваться среди обилия товаров и услуг, как сделать выбор, при котором полезность была бы максимальной, а затраты минимальными? Потребители чаще всего ищут ответы на эти вопросы интуитивно, на основе опыта, методом проб и ошибок. Предприниматели расходуют на изучение спроса не мало средств, пытаясь понять особенности потребительского выбора и воздействовать на него. Индивидуальная оценка полезности является субъективной характеристикой. Отдельные индивиды оценивают полезность одной и той же вещи по-разному, в зависимости от своих вкусов и предпочтений. Более того, один и тот же потребитель оценивает полезность того же самого продукта/услуги не одинаково в зависимости от конкретной ситуации, места, времени, моды и т.п. Австрийская школа предельной полезности дала объяснение стоимости  
(ценности) и цены благ и услуг с позиции экономической психологии покупателя, потребителя полезных вещей. Люди потребляют товары и услуги потому, что они обладают свойством быть источником удовлетворения (или удовольствия). Это свойство экономисты обозначили термином «полезность». Основы теории полезности разработаны такими крупными экономистами 19 века, как Уильям Стенли Джевонс, Карл Менгер, а также его последователи Ойгенфон Бем-Баверк и Фридрих фон Визер. Теория предельной полезности заложила основы нового научного подхода к проблеме эффективности производства на основе оптимального значения. Впервые был использован принцип предельности, который стал применяться в других экономически науках. Центр тяжести в экономическом анализе был перенесен с затрат на конечные результаты. Произошла революция в теории стоимости. А также экономическая теория впервые приняла в качестве исходного момента поведение производителя и потребителя. Представители новой экономической концепции – теории предельной полезности – в качестве исходного явления при определении стоимости избрали отношение человека к вещи, субъективную оценку индивидуумом полезности различных благ. Таким образом, было создано особое направление в экономической науке, которое было названо «маржинализм» («предельность»). Основные положения данного течения настолько отличались от представлений классической школы, что маржинализм был признан переворотом в науке. Если классическая школа (Смит, Рикардо, Маркс) считала, что стоимость товара определяется количеством труда, затраченного на его производство, и, значит, является объективной величиной, то маржиналистский подход противоположен. Его ключевое положение состоит в следующем: стоимость (ценность) товара определяется не затратами на его производство, а полезным эффектом, который он способен принести потребителю. Таким образом, основные положения маржинализма состоят в следующем: - Стоимость товара не должна определяться затратами труда (или труда, земли и капитала); - Стоимость (или ценность) блага определяется величиной полезного эффекта, получаемого индивидуумом от его потребления, т.е. предельной полезностью блага; - Стоимость рассматривается как субъективная категория, отражающая субъективные оценки полезности благ конкретными потребителями; - Появился термин «предельная величина» и на основе этого различают совокупную (общую) и предельную полезность благ; - Стоимость труда и капитала. А значит, и издержки производства определяются как производные от стоимости (предельной полезности) потребительных товаров. Таким образом, теорию предельной полезности можно считать субъективно-психологической теорией. Основанием этого служат убеждения маржиналистов в том, что все категории экономической науки могут быть выведены только из отношения к вещи экономического субъекта, его предпочтений, ожиданий, познаний. Так, например, представитель австрийской школы Карл Менгер считал, что все блага сами по себе лишены объективных свойств, эти свойства им придает соответствующее отношение к ним людей. Потребитель постоянно увеличивает количество потребляемого блага, пока не почувствует себя сытым. Отсюда следует 3 важных вывода:  
 1. Каждая дополнительная единица товара приносит потребителю дополнительную полезность, которую маржиналисты назвали «предельной полезностью» данного блага. Таким образом, под предельной полезностью маржиналисты понимали величину дополнительной полезности, полученной от величины потребления, равного единице некоторого блага (при прочих равных условиях). Отсюда следует, что предельная полезность – это не наименьшая и не средняя полезность, а именно наименьшая польза, ради которой эта вещь еще может рационально потребляться.  
 2. Чем больше количество потребленного блага, тем меньше предельная (т.е. дополнительная) полезность, извлекаемая из потребления каждой последующей единицы этого блага. Иначе говоря, предельная полезность носит убывающий характер. Следовательно, то благо, которое удовлетворяет наименее настоятельную потребность, имеет и наименьшую предельную полезность. Здесь маржиналисты обращают внимание на обратную связь между предельной полезностью и ценностью блага. Она состоит в том, что благо тем более ценно, чем меньшим количеством единиц данного блага располагает человек, и наоборот. Например, стакан воды в пустыне обладает огромной ценностью, в то время как у реки тот же стакан не имеет никакой ценности, хотя имеет полезность. Следовательно, «полезность» не то же самое, что «ценность». Всякое благо полезно, но не всякое – ценно. Ценность обладают лишь те блага, редки (ограничены) по сравнению с потребностью в них. Следовательно, ценность данного блага определяется полезностью последней имеющейся единицы данного блага, удовлетворяющего наименее настоятельную потребность.  
 3. Потребляя некоторое число единиц одного товара (например, бутербродов), человек получает общую полезность этого ряда, состоящую из суммы убывающих предельных потребностей. В экономической теории принято называть условные единицы величины предельной полезности «ютилями».

**2.2.1. Закон убывающей предельной полезности.**

Пусть потребитель приобретает товар А. Если потребление остальных товаров не меняется, то по мере насыщения потребности в товаре А удовлетворение от потребления последующей единицы этого товара падает, т.е. предельная полезность каждой последующей единицы товара снижается. Данная устойчивая и постоянно повторяющаяся взаимосвязь и взаимо зависимость экономических явлений получила название закона убывающей предельной полезности. Первоначально данный закон был сформулирован как закон насыщения потребностей Г.Госсеном. Для большинства товаров этот закон действует со второй или третьей единицы товара, т.е. по мере приобретения очередных единиц данных товаров их предельная полезность начинает снижаться. В отдельных случаях на начальных этапах потребления какого-то товара предельная полезность может возрастать. Например, в жаркий день удовлетворение, получаемое от второго стакана воды, как исключение, может превосходить удовлетворение от первого.

Максимизация общей полезности. Денежный доход индивида ограничен. Поэтому потребитель будет соизмерять полезность покупаемой продукции и свой бюджет. Задача потребителя в этом случае – найти такую комбинацию продуктов, которая в рамках бюджета обеспечивала бы для него максимальную полезность. Поэтому следует рассматривать не полезность от потребления отдельного товара, а полезность от всего набора потребляемых товаров. Правило максимизации полезности заключается в таком распределении денежного дохода потребителя, при котором последняя денежная единица, затраченная на приобретение каждого вида продуктов, приносила бы одинаковую предельную полезность. Максимизация полезности происходит путем выбора такого набора благ, удовлетворяющего бюджетному ограничению, при котором отношение предельной полезности к цене одинаково для всех благ. Если взвешенные предельные полезности не равны, следовательно, потребитель должен изменить количество данных благ в своем потреблении. Выбор потребителя связан не только с предпочтениями, но с уровнем дохода потребителя, ценами товаров. Бюджет показывает набор товаров, который потребитель способен приобрести при данном доходе и данных ценах. Если потребитель замещает один товар другим, то он руководствуется предельной нормой замещения, от какого количества товара отказался бы потребитель, чтобы получить дополнительную единицу товара. Если замещение осуществляется с учетом изменения цен товаров, то для покупателя возникает эффект замещения. *Эффект замещения* – это та часть прироста величины спроса на подешевевший товар, которая образовалась вследствие замены более дорогостоящих благ менее дорогостоящими. Если цена на набор товаров снизится, потребитель приобретает тот же товар, но у него остается некоторая сумма денег. Это равносильно реальному увеличению доходов, как если бы он стал получать эту сумму дополнительно. Так возникает эффект дохода. Эффект дохода состоит в адаптации объема спроса к соответствующему изменению реального дохода. Данную дополнительную сумму потребитель, скорее всего, потратит на покупку большего количества нормальных товаров.

В заключение можно сказать, что суть теории предельной полезности заключается в следующем. Человек живет в мире экономических благ, цена на которые устанавливается на рынке не в зависимости от затрат труда на их производство, а в зависимости от субъективных определений потребителями ценности этих благ. Цена у представителей австрийской школы не имеет никакой объективной основы, а трудовая теория стоимости полностью отрицается. Несмотря на то, что теория предельной полезности неоднократно подвергалась критике, она явилась весьма плодотворной. Теория предельной полезности послужила отправной точкой для разработки категорий «предельных величин» (предельные издержки, предельный продукт, предельный доход ит.д.). При этом учитываются не только затраты, но и полезные результаты производства и обращения. Учет предельных величин нацеливает на минимизацию затрат и получение максимальных полезностей в экономике.

**Заключение:**

В ходе написания данного реферата мы выяснили, что экономический образ мышления - это систематизация хорошо известных всем явлений с помощью таких понятий, как спрос, предложение, альтернативная стоимость, предельный эффект и сравнительная выгода. Экономист знает реальный мир не лучше, а в большинстве случаев хуже менеджеров, инженеров, механиков, словом, людей дела. Но экономисты знают, как разные вещи связаны между собой. Экономическая наука позволяет нам лучше понимать то, что мы видим, более последовательно и логично размышлять о широком круге сложных общественных взаимосвязей. Экономический взгляд на вещи мало помогает нам понять взаимоотношения людей в семье или в другой малой группе, все члены которой хорошо знают друг друга и сотрудничают на личной основе. Экономисты же объясняют, как сотрудничают люди, вовсе не знающие друг друга, но, тем не менее, работающие согласно и чрезвычайно эффективно. Эффективное распределение ресурсов увеличивает возможность развития цивилизации, но еще не гарантирует прогресса цивилизации. Хорошо координированное и бесперебойно функционирующее общество дает людям больше возможностей для выбора, но не гарантирует, что их выбор будет правильным. Экономический образ мышления, особенно в условиях демократии, - важная предпосылка успешного развития. Но не более того. Так же, мы выяснили, что выбор одной из двух исключающих друг друга возможностей и есть альтернатива. А альтернативную стоимость можно определить как ценность наилучшей из истраченных возможностей в использовании данных ресурсов. Кривые предложения, равно как и кривые спроса, отражают то, как люди оценивают ценность альтернативных возможностей. И количество блага, которое предлагается на продажу, и количество, на которое предъявляется спрос, зависят от выбора, который делают люди после того, как они соотнесут доступные им возможности. Такое понятие как полезность играет важную роль при приобретении и выборе определенного количества товара. Человек живет в мире экономических благ, цена на которые устанавливается на рынке не в зависимости от затрат труда на их производство, а в зависимости от субъективных определений потребителями ценности и полезности этих благ. Основные положения теории предельной полезности отражают экономические связи. Предложение зависит от затрат. Но издержки поставщика - это ценность альтернативных возможностей, которые не реализуются из-за самой поставки. В экономической теории эта концепция издержек формулируется таким образом, что все издержки, связанные с решениями, являются альтернативным истоимостями - т. е. ценностью тех альтернативных возможностей, от которых пришлось отказаться, выбирая тот, а не иной образ действий. Пока ресурсы, используемые для производства благ, можно приобрести только через конкуренцию, предлагая за них более высокую цену, производственные издержки будут отражать ценность альтернативного использования ресурсов для владельцев этих ресурсов. Отсюда следует, что производители будут стремиться избавиться от конкуренции друг с другом за используемые ими ресурсы, если только найдут для этого эффективный способ. Цены повышаются до уровня стоимости альтернативы, только если владельцы ресурсов настаивают на их оплате по цене наилучшего альтернативного использования. Тем самым предотвращается небрежное использование ресурсов, и они направляются на те цели, которым люди дают наивысшую денежную оценку. Спрос участвует в установлении издержек. Издержки вносят свой вклад в уровень цен. Цены одних благ затрагивают спрос на другие блага, потребление которых они дополняют или могут заменить. В рамках концепции альтернативной стоимости все зависит от всего.

**Литература.**

1. Экономическая теория: Учебник / Под общ.ред. акад. В.И. Видяпина,

А.И.Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – 2001г

2. Экономика: Учебник / Под ред.доц. А.С. Булатова – 1997г

3. Экономика: Учебник / Под ред. А.И. Архипова, А.Н. Нестеренко,

А.К.Большакова – 1998г

4. Интернет издание «Экономический образ мышления». Пол Хейне.