

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ
ФГБОУ ВО «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики

Кафедра экономики и информационных технологий

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
по дисциплине «Экономика»

Выполнил: студент 2 курса
группы Б102-04 Шаталова М.В.

Шифр: А320637

Проверила: к.э.н., доцент Захарова Г.П.

Казань - 2021 г

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. Основные формы ведения общественного хозяйства..... | 3 |
| 2. Предложение товара и его кривая..... | 8 |
| 3. Доход фирмы и его виды. Влияние цены и ценовой эластичности спроса на величину дохода..... | 16 |
| 4. Социальная политика государства..... | 18 |
| Список использованных источников..... | 21 |

1. Основные формы ведения общественного хозяйства

В процессе длительной эволюции во всех странах мира утвердилось господство рыночной экономики как основной и наиболее эффективной формы ведения хозяйства. Ее основу составляет товарное производство.

Под ним понимается производство продуктов отдельными, частными, обособленными производителями, каждый из которых специализируется на выработке одного какого-либо продукта, поэтому для удовлетворения общественных потребностей необходима купля-продажа продуктов на рынке.

История развития общества от низших ступеней к высшим свидетельствует, что общественное хозяйство на разных этапах развития производительных сил и производственных отношений меняло свои экономические формы. Первичной, исходной формой было натуральное хозяйство. Исторический опыт его развития дает основания предполагать об огромном многообразии моделей натуральной формы хозяйствования: первобытная община, азиатская община, германская, славянская и др. При общности основных признаков каждая из моделей имела свои особенности, обусловленные спецификой среды обитания.

Натуральная форма хозяйства исторически основывалась на земельной собственности, являвшейся фундаментом всех социально-экономических отношений. Эта форма хозяйствования была характерна для всех докапиталистических способов производства. Она возникла как следствие неразвитости общественного разделения труда и примитивности материальных условий хозяйствования. Натуральное производство это такая форма хозяйства, при которой материальные блага и услуги создаются для собственного потребления, для потребления внутри отдельной хозяйственной единицы. Внешние связи здесь не развиты. Натуральная форма господствовала в замкнутой первобытной общине. Здесь каждая хозяйственная единица производит все виды работ, начиная от добывания разных видов сырья и кончая полной подготовкой продуктов труда к

потреблению. В основном натуральными были патриархальное крестьянское хозяйство, феодальные поместья. Ограниченные примитивные потребности совпадали со столь же примитивным производством. В рамках такого замкнутого хозяйства воспроизводилось для собственных нужд практически все: предметы пищи, одежда, рабочий и продуктивный скот, удобрения, примитивный инвентарь. Производственные отношения при такой форме хозяйствования выступали в своем непосредственном виде, как отношения между людьми (рабовладелец и раб, помещик и крестьянин), а не как отношения через продукты их труда. Натуральная форма производства жестко замыкает все экономические процессы в рамки локальных единиц, не допускает открытия каналов для связей во вне. Рабочая сила столь же жестко закрепляется за данным хозяйственным целым и лишена мобильности. Отсюда и консерватизм натурального хозяйства. Его элементы сохранились и по сей день, а в слаборазвитых странах существуют в массовых масштабах. Товарная форма хозяйства зарождалась как противоположность натуральному хозяйству, сначала в отношениях между общинами, а затем проникла и внутрь их, постепенно превращая натуральное хозяйство в подчиненный и отмирающий элемент экономической жизни общества.

Товарное производство представляет собой определенную организацию общественного производства, при которой экономические отношения между людьми проявляются через рынок, через куплю-продажу продуктов их труда.

Для развития товарного хозяйства необходимы были два условия:

1. Общественное разделение труда, при котором каждый производитель специализируется на выработке определенного вида продукции. Специализация явилась основным условием для роста производительности труда, а в последствии и для технологических революций. Это явилось предпосылкой для создания некоторых излишков продукции сверх нужного для потребления внутри общины.

2. Экономическое обособление производителей друг от друга как собственников, в силу чего возникла необходимость в обмене результатами труда. Общественное разделение труда скорее является условием возникновения товарного производства, а экономическое обособление товаропроизводителей - причиной. Необходимо различать два вида товарного хозяйства: простое и развитое капиталистическое. Простое товарное производство - это хозяйство ремесленников и крестьян. Оно основано на личном труде, а связь с рынком поддерживается через продажу излишков (сверх своего потребления) производимой продукции. Капиталистическое товарное производство основано на наемном труде и в полном объеме связано с рынком. Объединяет их частная собственность на материальные условия хозяйственной деятельности. В длительной экономической эволюции "сотворение" рынка произошло вследствие поиска людьми решения извечной экономической дилеммы: "редкие, ограниченные ресурсы - неограниченные потребности человека в разнообразных благах". Наверное точнее было бы сказать, что выход на рынок был предопределен самой экономической средой. Ограниченность ресурсов выступила одной из причин общественного разделения труда, специализации отраслей и видов человеческой деятельности. Сама современная экономическая система является своеобразным продуктом все возрастающих масштабов разделения труда и углубления специализации. Однако успехов в поисках решения проблемы "потребности-возможности" удалось добиться далеко не всем. Мировой опыт свидетельствует, что не всегда зарождение и функционирование товарных отношений автоматически порождало прогрессивное развитие общества. В течение тысячелетий процветала торговля во многих городах Средней Азии, Ближнего Востока, но большинство государств ныне расположенных здесь продолжают оставаться слаборазвитыми.

3. Товарное производство - исходный пункт возникновения капитализма и основная форма современной экономической жизни. В докапиталистических

способах производства товарные отношения играли подчиненную роль - способствовали установлению связей между ранее изолированными производственными ячейками (общинами, рабовладельческими латифундиями, феодальными поместьями и т.д.). Они открывали дополнительные возможности для развития производства и общества в целом. С развитием торговли были связаны достижения в мореплавании, крупнейшие географические открытия. Собственность на средства производства и труд юридически независимых, свободных работников, которые не имея в своем распоряжении средств производства, вынуждены продавать на рынке труда единственный товар - свою способность к труду. Товарное хозяйство при капитализме таким образом расширяется, становится основной формой экономической жизни. Товарные отношения здесь пронизывают все сферы и функции общественного хозяйства, а товар превращается, как писал К. Маркс, в его элементарную "клеточку". Свойственные натуральному хозяйству прямые экономические связи между производством и потреблением: «производство - распределение - потребление» сменяется при капитализме всеобщей опосредованной связью: "производство - обмен - потребление".

При развитии товарном производстве товарами становятся не только все продукты труда, но и факторы производства, в том числе и рабочая сила. Рыночные отношения приобретают всеобщий характер. Происходит овеществление всей системы экономических отношений, возникает товарный фетишизм. Мы живем в мире товаров и денег. Лишь очень незначительная часть наших потребностей удовлетворяется минуя рынок без вхождения в отношения с другими людьми. Для приобретения товаров нужны деньги. А их надо зарабатывать. Рыночная организация экономики оказалась наиболее эффективной. Она требует от общества наименьших издержек при решении кардинальных экономических проблем.

Производители и потребители товаров находят друг друга без всякого вмешательства извне, общаясь между собой на языке цен. Благодаря такому

свободному поведению обеспечивается пропорциональность в хозяйственной деятельности: все ненужное, утратившее свою полезность отбрасывается не находя спроса, а нужное, прогрессивное получает простор и развитие. В 60-70-х годах среди экономистов-теоретиков СССР проходила дискуссия о характере и формах социалистического производства, расколовшая их на два лагеря: "товарников" и "нетоварников".

Первые считали, что социалистическое производство продолжает развиваться в товарной форме. Здесь сохраняются основы его функционирования (общественное разделение труда и экономическое обособление производителей: две формы собственности на средства производства и продукты труда), а обмен деятельностью и его результатами между предприятиями и всеми другими субъектами происходит посредством купли и продажи. При всем этом обосновывались особенности социалистического товарного производства и его "коренные" отличия от капиталистического. Группа "нетоварников" базировала свои суждения на основных положениях марксистской экономической теории: товарное производство явилось исходным пунктом возникновения капитализма, оно способно возрождать капитализм... ежеминутно, ежечасно в массовом масштабе. Товар является экономической клеточкой буржуазного общества, поэтому построение социализма связано с уничтожением товарной формы производства и его заменой планомерно организуемым производством в масштабе всего общества. По мнению приверженцев этого направления, товарная форма производства не вечна, она возникла на определенном историческом этапе развития общества, достигает своего расцвета и становится всеобщей формой хозяйства при капитализме, а при социализме постепенно заменяется простым продуктообменом между производителями и потребителями.

2. Предложение товара и его кривая

Предложение — это совокупность товаров с определенными ценами, которые находятся на рынке (или в пути) и которые могут или намерены продать производители-продавцы. Оно характеризует экономическую ситуацию на рынке со стороны продавцов. В каждый данный момент положение производителей, предлагающих свой товар на рынке, неодинаково.

Некоторые произвели много товаров, а другие — мало. Одни из них затратили на их производство меньше средств производства и труда. У других эти затраты на единицу продукции оказались более высокими. Но, оказавшись на рынке, все они, каковы бы ни были их производственные издержки, стремятся получить самую высокую цену. При этом, чем выше цена товара, тем активнее продавцы будут пытаться продать большее количество товара, т.е. увеличивать предложение (при наличии конкурентов). Объем предложения каждого производителя, как правило, меняется в зависимости от цены. Если цена окажется низкой, то продавцы предложат мало товаров, придержав их на складе. Если же цена будет высокой, то они предложат рынку много товаров. Когда же цена существенно возрастет и окажется очень высокой, производители постараются увеличить предложение товара. На рынке складывается определенное соотношение между рыночными ценами и количеством товаров, которое производители желают предложить покупателям.

Эту зависимость можно отразить графически, применив систему координат. Пусть ось абсцисс Q служит для обозначения количества товара, доставленного на рынок, а ось ординат обозначает движение цены P . График предложения определяет форму кривой предложения S (от «supply» — предложение).

Если кривая спроса устанавливает отношение между ценами и тем количеством товаров, которое потребители желают купить, кривая предложения S характеризует отношение между рыночными ценами и тем

количеством продукции, которое производители готовы произвести и продать. При этом в отличие от кривой спроса кривая предложения обычно поднимается вправо вверх. При возрастании цены действует тенденция к увеличению предложения.

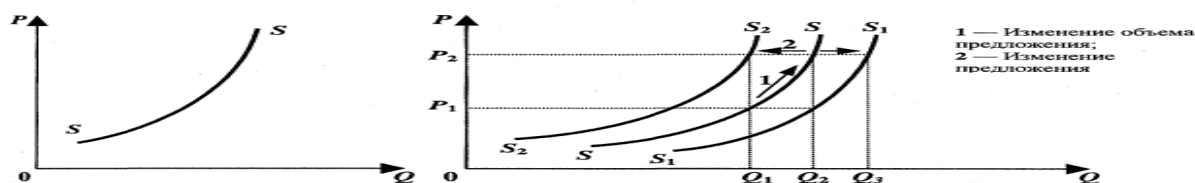


График предложения определяет форму кривой предложения S (Рис.1)

Объективно существующая взаимосвязь между предложением и ценой находит выражение в законе предложения, суть которого состоит в том, что объем предложения товара увеличивается при росте цены и уменьшается при ее снижении. Аналогично спросу необходимо различать изменение предложения и объема предложения. Объем предложения меняется тогда, когда изменяется только цена товара. Напротив, изменение предложения происходит, когда изменяются факторы, которые раньше принимались за постоянные. Графически изменения объема предложения выражаются в движении по кривой предложения. Так, с изменением цены с P_0 до P^1 это движение происходит по кривой SS, что показывает увеличение объема предложения с Q^1 до Q^2 . Причем такое движение происходит только в том случае, когда все факторы, кроме цены, постоянны. Однако на предложение оказывают влияние помимо цены и другие факторы. В результате их воздействия происходит сдвиг самой кривой предложения. Это означает не изменение объема производства, а изменение самого предложения, его характера. Предположим, что используется новая технология, позволяющая при тех же затратах выпустить больше продукции. Тогда кривая предложения сдвигается вправо в положение S_1S_1 . Сдвиг будет означать, что при каждой цене производитель предложит большее количество товара. Так, при цене $P_1 - Q_2 > Q_1$, а при цене $P_2 - Q_3 > Q_2$

Теория цены товара. Равновесные цены. Проблемы цены и механизма ее формирования являются одними из самых сложных и фундаментальных в курсе экономической теории. Система цен в рыночной экономике играет роль основной организующей силы. Цены товаров служат ориентирами, руководствуясь которыми, предприниматели и потребители делают свой выбор, обеспечивающий личный интерес. В цене товара фокусируются материальные интересы продавцов и покупателей, отдельного работника, предпринимателя, коллективов работников, групп предпринимателей, отраслей, общества, государства, производственные и воспроизводственные, региональные и федеральные, национальные и интернациональные интересы.

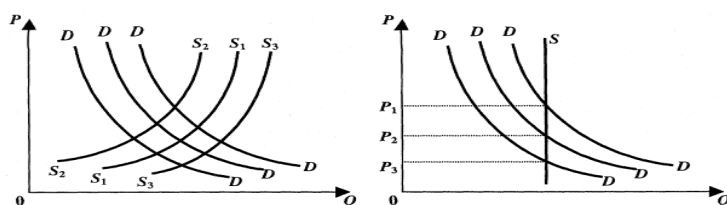
В современной мировой экономической теории наибольшее распространение получила концепция цены А.Маршалла. Д.Робинсон назвала теорию А.Маршалла, изложенную в «Принципах экономике», экономической библией, а М.Фридмен полагает, что в этой книге теория цен уже почти полностью оформилась в своем современном виде. В своей концепции цены А.Маршалл опирается на теории А.Смита, Д.Рикардо, Ж.Б.Сэя, Е.Бем-Баверка, Д.Лодердейла. В своей теории он пытается объединить три концепции: предельной полезности, издержек производства, спроса и предложения — в одну теорию цены. Он отрицал существование стоимости (хотя и многократно употреблял термины «стоимость» и «рыночная стоимость»), считал, что существует только меновая стоимость, т.е. цена. В главе V «Принципов...» он выразил свое отношение к этой проблеме так: лучшим экономистом может оказаться тот человек, который доверяется своему здравому смыслу и практической смекалке, чем тот, кто претендует на исследование теории стоимости да еще отваживается считать такое исследование легким. А.Маршалл изучил дискуссию экономистов по этой проблеме и утверждал, что «мы могли бы с равным основанием спорить о том, регулируется ли стоимость полезностью или издержками производства, как и о том, разрезает ли кусок бумаги верхнее или нижнее лезвие ножниц». Тем самым он подчеркивает, что ни один из этих факторов не является

определяющим и что общим правилом является следующее положение: чем короче рассматриваемый период, тем больше надлежит учитывать в анализе влияние спроса на стоимость, а чем этот период продолжительнее, тем большее значение приобретает влияние издержек производства на стоимость. В длинные периоды эти факторы взаимно погашают влияние друг друга и, таким образом, постоянно действующие причины в конечном счете полностью определяют стоимость. По сути он говорит, что стоимость есть отношение издержек производства к полезности. Цена какой-либо вещи, утверждает А.Маршалл, представляет ее меновую стоимость относительно всех вещей вообще, или представляет ее покупательную стоимость. Цена определяется как определенное количество денежных единиц, получаемое за товар. На рынке особое значение имеет равновесная цена, которая является результатом взаимодействия цены спроса и цены предложения. Цена спроса на каждое количество товара — это цена, по которой определенное количество товара способно привлечь покупателей в течение определенного периода времени. Цена спроса на каждый товар уменьшается по мере увеличения его предложения. Цена предложения — это цена, по которой товар поступает в продажу на конкретный рынок. По мере сокращения или возрастания ежегодного количества товара цена предложения может либо повышаться, либо снижаться, она может даже попеременно повышаться и падать. Цена предложения данного количества товара зависит от затрат усилий рабочих. Производство товара требует приложения различных видов труда и применения капитала во многих его формах. Затраты всех различных видов труда, прямо или косвенно занятого в его производстве, вместе с ожиданием, необходимым для накопления применяемого в его производстве капитала, иными словами, все эти усилия и жертвы в совокупности А.Маршалл называет реальными издержками производства товара. Суммы денег, которые приходится платить за эти усилия и жертвы, называются денежными издержками производства либо для краткости — издержками

производства. Можно подразделить элементы, требующиеся для изготовления товара, на любые группы и назвать их факторами производства.

В таком случае издержки производства определенного количества данного товара будут равны ценам предложения соответствующих количеств факторов его производства. А сумма этих цен предложения составит цену предложения указанного количества товара. Исходная позиция А.Маршалла такова: на рынке представлены нормальный спрос и нормальное предложение. Силы спроса и предложения действуют свободно, не существует прочного объединения торговцев, широко разворачивается свободная конкуренция. На рынке в одно и то же время существует лишь одна цена. Общая конъюнктура рынка остается неизменной на протяжении всего принятого периода, за это время не меняются мода или вкусы, никакой новый заменитель не влияет на спрос, никакое новое изобретение не воздействует на предложение. Смысл такого подхода заключается в том, чтобы в спокойном, нормальном, обычном, постоянно повторяющемся явлении выявить существенные черты анализируемого предмета. Нормальная цена определяется состоянием устойчивого равновесия нормального спроса и нормального предложения. Нормальная цена предложения как для долгих, так и для коротких периодов определяется делением совокупных затрат производства на количество товара, т.е. это средние затраты. Совокупные затраты на производство могут быть получены либо путем умножения предельных затрат на число единиц товара, либо путем сложения всех фактических затрат производства его отдельных частей и добавления всех рент, полученных за счет дифференциальных преимуществ производства. Нижней границей цены товара являются предельные издержки производства. Цена должна быть достаточной, чтобы возместить предельные издержки (издержки производства тех товаров, которые находятся на грани целесообразности производства). Принимая во внимание усиление взаимосвязей в макроэкономике, т.е. дополняя анализ цены новыми условиями, можно утверждать, что цена в конечном счете

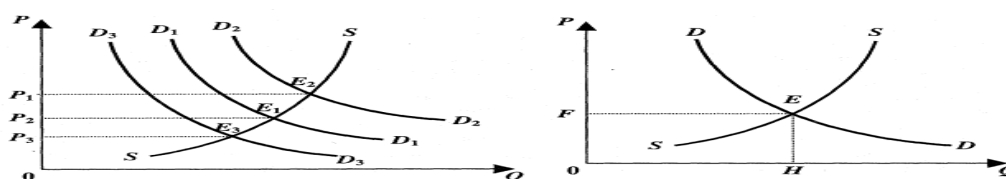
зависит не от предельных, а от совокупных затрат труда и капитала, и, следовательно, цены определяются общим уровнем спроса и предложения. Рассмотрим механизм формирования равновесной цены в концепции А.Маршалла. В качестве иллюстрации возьмем зерновой рынок и предположим, что все зерно на этом рынке одинакового качества. Производители и покупатели готовы продать или купить определенное количество зерна по определенной цене. В результате конкуренции продавцов и покупателей на рынке устанавливается такая цена зерна, при которой количество зерна, которое покупатели готовы купить по этой цене, точно равняется количеству зерна, которое продавцы согласны продать по этой цене. Этот процесс представлен на графике. Графики в теории А.Маршалла являются «картинками», которые помогают понять взаимосвязь экономических процессов, но они не являются аргументом для доказательства тезиса. Когда цена спроса равна цене предложения, объем производства не обнаруживает тенденции ни к увеличению, ни к сокращению; налицо равновесие. Когда спрос и предложение пребывают в равновесии, количество товара, производимого в единицу времени OQ , можно назвать равновесным количеством, а цену OP , по которой он продается, равновесной. Характерной чертой устойчивых равновесии, по мнению А.Маршалла, является то, что цена спроса превышает цену предложения на величину, несколько меньшую, чем величина равновесного количества, и наоборот. С изменением цен происходит изменение спроса и предложения.



Точки пересечения функций спроса и предложения отражают разные уровни равновесных цен и равновесные количества товаров во времени (рис.2)

Формирование рыночной цены А.Маршалл рассматривал в трех периодах времени, где параметры предложения имеют различную динамику. Соответственно этому различают мгновенное, кратковременное и длительное равновесие. В трех различных типах равновесия товаропроизводители могут либо не принимать никакие меры, либо приспособить переменные факторы производства к изменившимся условиям, либо приспособить к изменившейся цене все факторы производства. Для коротких периодов парк средств производства практически постоянен, но его использование колеблется в зависимости от спроса. Предложение товаров растет без увеличения оборудования. Длинный период должен представлять достаточно времени, чтобы можно было приспособить к спросу не только факторы производства данного товара, но и факторы производства указанных факторов и т.д. В этих условиях производители заменяют и приобретают дополнительное оборудование, а количество самих производителей может изменяться за счет свободного входа и выхода их из отрасли.

В условиях мгновенного равновесия предложение товаров фиксировано. При данном фиксированном предложении товаров цена полностью зависит от спроса. Увеличение спроса приводит к росту цены, и наоборот, его снижение ведет к падению цены.



В условиях краткосрочного равновесия вдруг может измениться спрос, кривая спроса возрастает до D (рис.3)

Объем выпуска может увеличиться за счет более интенсивного использования оборудования. В течение короткого периода другие фирмы не могут войти в эту отрасль. С другой стороны, спрос может и снизиться, что приведет к сокращению объема выпуска товаров и предложения. В коротком периоде фирма может понести убытки, но она может продолжать работать.

Различия между предложением в долго- и краткосрочном периодах состоят в том, что в долгосрочном периоде каждая фирма может расширить свое производство, и новые фирмы могут войти в эту отрасль.

Такие процессы происходят в условиях роста цен, если цены обеспечивают сверхнормальную прибыль. Сверхнормальная прибыль несовместима с равновесием в открытой индустрии. Как только общее предложение возрастет, цены упадут. Новые фирмы будут продолжать входить в эту отрасль до тех пор, пока цена не вернется в свое нормальное состояние, и фирма не будет иметь нормальную прибыль. Этот процесс формирования цены в длинном периоде представлен на рисунке 1. Цена может колебаться в пределах короткого периода, но в долгосрочном периоде она постоянна.

Очевидно, что нормальная цена формируется в условиях воспроизводства, причем вариация цен приближается к минимальной равновесной цене P .

На формирование равновесной цены в рыночной экономике оказывают влияние процессы монополизации производства и прогрессивного налогообложения производителей. Высокая степень концентрации производства приводит к появлению монополий. Монополии при определенных условиях сокращают предложение товаров и поднимают их цену. Высокий уровень налогов позволяет государственным органам изымать у производителей значительную долю прибыли, что в конечном итоге приводит к сокращению инвестиций, производства и предложения товаров.

3. Доход фирмы и его виды. Влияние цены и ценовой эластичности спроса на величину дохода

Первым направлением применения теории спроса является ее использование для разработки стратегии предприятия-производителя на рынке готовой продукции.

Для определения объема производства необходимо оценить ситуацию на рынке, т. е. провести анализ спроса, анализ предложения и оценить уровень конкурентоспособности продукции, производимой данным предприятием. Размер реального спроса зависит от реальной покупательной способности (спрос всегда есть платежеспособный спрос), а также цены на товар. Произвести анализ спроса теоретически очень сложно, так как любое изучение статистики, привлечение социологических исследований и печатных материалов дает весьма приблизительный результат.

Личные контакты с возможными покупателями дают возможность определить их предпочтение, вкусы и требования, но это требует больших затрат времени и денег. В данном случае эффективно применить пробные продажи, но это не всегда реально осуществить. Нужно учитывать, что спрос на традиционные товары (например, хлеб) практически постоянен, а при выпуске принципиально новых товаров спрос только зарождается и может опережать предложение, то есть объем производства данного товара. Но наступает момент, когда спрос на товар насыщается, потребности покупателей удовлетворяются, объем производства начинает превышать спрос.

Прогнозирование спроса для различных товаров различно по сложности. Например, для автомобильных коробок передач или химического сырья размеры спроса достаточно очевидны. А спрос на товары, имеющие многофункциональное назначение, не так очевиден. Еще сложнее прогнозировать спрос на потребительские товары, где наряду с факторами, которые могут быть весьма точно определены на будущее, например, изменение душевого дохода, действуют факторы, не поддающиеся строгому анализу и измерению, например, вкусы и предпочтения потребителей, мода

демонстрационный эффект и т.д. Ни статистический учет, ни экономико-математическое моделирование рыночной ситуации не в состоянии достоверно определить тенденции изменения спроса на конкретный товар.

Прогнозирование можно осуществлять различными способами: можно переносить выявленные тенденции прошлого на будущее. Можно учесть возможность изменения тенденций в связи с изменением какого-либо фактора, в частности, дохода на душу населения. Краткосрочные прогнозы спроса делать труднее, чем долгосрочные. Спрос с трудом поддается прогнозу, и еще труднее целенаправленному воздействию. При определении объемов производства нельзя не учитывать производство этого же товара другими производителями — конкурентами. При решении этого вопроса важно определить меру насыщенности рынка, а также насыщенность хозяйственной сферы предпринимательской инициативой и деятельностью. Если эти показатели невысоки, то можно надеяться на успешный поиск производственной ниши. Методы определения этих мер различны: изучение справочных рекламных изданий, статистики, конкретный анализ. Определив ожидаемый уровень спроса, необходимое и возможное предложение со стороны фирмы можно определить возможный объем производства.

Определение цены продукции нужно производить с учетом ряда факторов:

- цена должна покрывать затраты на производство единицы продукции и приносить предприятию прибыль;
- цена должна ориентироваться на цены конкурентов, то есть не превышать их при соответствии функциональных характеристик и качества товара, и при возможности быть ниже цен конкурентов, чтобы стимулировать спрос на продукцию данной фирмы;
- цена должна соответствовать цене спроса, то есть максимальной цене, которую покупатели должны заплатить за данную продукцию.

Спрос на ресурсы является зависимым от спроса на готовую продукцию, поэтому в первую очередь определяются виды продукции, производст-

во которых будет пользоваться наибольшим спросом и принесет наибольшую прибыль. Получение наибольшей прибыли означает, что продукция будет производиться с меньшими издержками. Известно, что значительную часть издержек составляют затраты на материальные ресурсы, то есть ресурсы необходимые на производство данной продукции. Поэтому из определенных видов продукции необходимо выбрать те виды продукции, производство которых будет приносить наибольшую удельную прибыль, то есть прибыль на единицу продукции. Для этого предлагается решить задачу о планировании производства. Исходными данными для решения задачи являются: виды продукции, которое может выпускать данное производство, виды ресурсов, которыми располагает предприятие и их запасы, удельный расход каждого вида ресурса на производство каждого вида продукции, цена от реализации единицы продукции, а также стоимость единицы каждого вида ресурса.

В результате решения задачи мы получим те виды продукции, которые необходимо производить и в каком количестве, а также суммарную прибыль от реализации всей выпускаемой продукции.

4. Социальная политика государства

Социальная политика государства - политика, направленная на изменение уровня и качества жизни населения, на смягчение противоречий между участниками рыночной экономики и предотвращение социальных конфликтов на экономической почве.

С точки зрения функционирования экономической системы она играет двоякую роль. Во-первых, по мере экономического роста, накопления национального богатства создание благоприятных условий для граждан становится главной целью экономической деятельности, в этом смысле в социальной политике концентрируются цели экономического роста. Но она же является и фактором экономического роста: если экономический рост не сопровождается ростом благосостояния, то люди утрачивают стимулы к эффективной экономической деятельности. Одновременно, чем выше достигнутая ступень экономического развития, тем выше требования к

людям, обеспечивающим экономический рост, их знаниям, культуре, физическому и нравственному развитию, что требует дальнейшего развития социальной сферы.

В социальной сфере господствующее положение занимает государственный сектор, масштабы которого определяют и масштабы социальной политики. Расширенная социальная политика означает общедоступность социальных программ, универсальность социальных выплат, всеобъемлющий характер перераспределительной деятельности государства. Ограничительная социальная политика означает сведение ее к минимуму, к функции дополнять традиционные институты социальной сферы. Показателем результативности социальной политики является уровень и качество жизни населения

Важной задачей социальной политики является адресная (т.е. предназначенная для конкретных групп населения) социальная поддержка со стороны государства слабо защищенных слоев населения. Эта задача предполагает поддержание оптимальных соотношений между доходами активной (занятой) части населения и нетрудоспособных граждан через механизм налогов и социальных трансфертов. Возможности решения тех или иных задач социальной политики определяются ресурсами, которые государство может направить на их реализацию. В свою очередь ресурсная база зависит от общего уровня экономического развития страны. Конкретные цели социальной политики тесно связаны и с экономическим развитием страны. В самом общем плане основные направления социальной политики - регулирование доходов, занятости, социальная защита граждан, жилищная политика. Государство повышает доходы малоимущим слоям населения, выплачивает пенсии, выдает беднякам продовольственные талоны, выплачивает пособия безработным и многодетным семьям; создает систему обучения и переквалификации безработных; регулирует оплату труда; предоставляет бесплатные услуги образования и здравоохранения, более-менее сносное жилье, регулирует вопросы миграции рабочей силы,

занимается решением молодежных проблем и развитием культуры. В результате ослабляется социальная напряженность и экономическое неравенств

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

- Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. М.: Фолиант. 2017. 432 с.
- Бойко Мария Азы экономики. Учебник. М.: Книга по Требованию. 2018. 472 с.
- Борисов Е. Ф., Петров А. А., Березкина Т. Е. Экономика. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. 2020. 272 с.
- Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика. Учебник и практикум. М.: Юрайт. 2020. 298 с.
- Горелов Н. А., Кораблева О. Н. Развитие информационного общества: цифровая экономика. Учебное пособие для вузов. М.: Юрайт. 2019. 242 с.
- Гринберг Р. С., Рубинштейн А. Я., Нуреев Р. М. Экономика общественного сектора (новая теория). Учебник. М.: Инфра-М, РИОР. 2018. 440 с.
- Дерен В. И., Дерен А. В. Экономика и международный бизнес. Учебник и практикум для магистратуры. М.: Юрайт. 2019. 298 с.
- Елисеев В. С., Веленто И. И. Теория экономического права. Теория отраслей права, обеспечивающих экономические отношения. Учебное пособие. М.: Проспект. 2020. 416 с.
- Ивашковский С. Н. Экономика для менеджеров. Микро- и макроуровень. Учебное пособие. М.: Дело. 2019. 408 с.