

ПОПУЛЯРНАЯ ЭКОНОМИКА

Основные понятия для чайников



Дмитрий Красноводский

12+

Дмитрий Красноводский

**Популярная экономика.
Основные понятия для чайников**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Красноводский Д. С.

Популярная экономика. Основные понятия для чайников /
Д. С. Красноводский — «ЛитРес: Самиздат», 2020

Данная книга предназначена как для студентов, которые только начинают изучать предмет "экономика", так и любого человека, в том числе и в целях саморазвития. Здесь можно найти самую необходимую информацию по экономической теории, использовать полученные знания в своей повседневной жизни.

Содержание

Основные понятия	6
Маркетинг	7
Фонды	9
Финансовая система	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

***Экономика** – это наука для ведения хозяйственной деятельности. Знание основ экономической теории поможет разобраться в устройстве финансовой системы страны, дает ответы на многие события, происходящие в мире. Эта книга усилит финансовую грамотность человека, тем более студента. Разобраться в вопросах экономики довольно просто, достаточно ознакомиться с основными понятиями и определениями, которые вы сможете изучить, прочитав этот материал.*

Основные понятия

Итак, изучения основ экономики начнем с такого термина как *сделка*.

Сделка – это вид деятельности, при которой покупатель за деньги, кредит или ценные бумаги отдает продавцу за определенный нужный ему ресурс.

Экономика состоит из всех сделок, совершенных на рынках.

Рынки – это система при которой происходит обмен между покупателем и продавцом.

Рынки делятся на два вида:

Монополия – когда один продавец на несколько покупателей;

Монопсония – несколько продавцов и один крупный покупатель.

Как правило, на рынках совершается обмен между покупателем и продавцом или товаром и услугой.

Обмен бывает:

Торговым – когда за деньги покупают услуги или товар;

Бартер – когда товар (услугу) меняют на другой товар (услугу).

Формы организации рынка могут быть разные, например: *магазин, аукцион, базар*.

Обмен на рынке создает конкуренцию или по-другому соперничество предприятий между собой, у кого цены дешевле, у кого качество услуг лучше.

Маркетинг

Для успешного развития рынка создается так называемый маркетинг.

Маркетинг – это процесс, который направлен на изучение всех основных рыночных показателей, с целью выявления наиболее успешного взаимодействия между потребностью и товарообменом.



Маркетинг может быть прямой – когда продавец напрямую договаривается с покупателем.

В результате взаимодействия в виде определенного рода информации продавца на покупателя происходит реклама. Грамотно разрекламированный товар способен оказывать серьезное влияние на процесс покупки.

Целый комплекс информации о компании или продукте, которая делает товар популярным, легко узнаваемым и продаваемым по символике называется бренд.

В результате рыночной конкуренции может создаваться так называемый **демпинг** или искусственное занижение цены на товар, с целью его продвижения и быстрой реализации, а также подавления конкуренции на рынке. В экономике демпинг рассматривается в целом как негативное явление, так как может привести к монопольному рынку, что для большинства стран и развития здоровой конкурентоспособности явление нежелательное.



Под влиянием рекламы может возникать спрос – потребность которого компенсируется за счет денежной покупки.

Закон спроса гласит: чем ниже цена, тем выше спрос, т.е. при уменьшении цены будет возрасти спрос на данный товар или услугу, в результате чего потребитель может больше купить или выгоднее получить услугу.

На спрос влияет множество факторов основными из которых являются: количество потребителей и их доходы, желания потребителей, вкусы людей и наличие на рынке более дешёвых аналогов.

Спрос может быть **эластичным** (низкая цена увеличивает выручку), **нулевым** (ничего не происходит) и **неэластичным** (низкая цена уменьшает выручку)

Помимо спроса существует еще и предложение, т.е. количество товаров, которое на сегодняшний день существует на рынке.

В случае, когда предложение равно спросу наступает равновесие товара, т.е. объем продаваемого товара (услуги) равен объему возникшего спроса.

Обычно равновесие позиционируется в виде графика и если согласно графику, цена отклоняется в верх т.е. растет и возникает излишек товара, а если вниз, то наблюдается дефицит.

Для того, чтобы возник спрос (предложение) нужно, чтобы их кто-то создал. Как правило, этим занимаются предприятия, которые создают производство. Все факторы производства имеют стоимостное выражение.

Фонды

Существуют следующие типы фондов:

Основные фонды к ним относятся крупное недвижимое имущество, многократно используются в производственном цикле. Вся стоимость переносится по частям на изготавливаемую продукцию.

Оборотные фонды, к которым относятся рабочие, материалы и сырье.

Амортизация – в случае физического или морального износа стоимость основных фондов переносится на производимый товар или услугу.

В ходе работы деятельности предприятия могут возникать издержки (затраты) связанные с тем, что необходимо делать те или иные расходы уже в процессе производства.

Издержки могут быть как постоянными (плата за аренду, коммунальные услуги, зарплата управляющего персоналом) и переменные издержки – как правило зависят от объема выпускаемой продукции или услуг (зарплата трудового коллектива, закупка материалов и т.д.).

Главное на что работает предприятие любого уровня – это прибыль превышение доходов над произведенными затратами.

Доход во многом определяется как произведение цены на объем выпускаемого товара. Чем больше выпустили и продали товара, тем выше доход предприятия.

Прибыль находится как – общая сумма полученного в результате реализации товара, минус валовые издержки.

В результате соотношения прибыли к доходам выраженное в процентах можно найти рентабельность, которая дает понять на сколько же предприятие является эффективным.

Финансовая система

Реалии современной экономики такова, что весь процесс купли-продажи между клиентом и продавцом осуществляется за деньги.

Если говорить о понятии можно сказать, что деньги – это мера стоимости любого товара или услуги. Деньги могут выпускать в бумажном виде, баллонном виде, в виде серебряных и золотых монет и существуют еще кредитные деньги, которые делятся на:

Вексель – ценные бумаги характеризующие долговые обязательства заемщика;

Депозит текущий или срочный повышенный вклад;

Чек – вид приказа для оплаты товара или услуги;

Электронные деньги – наиболее распространённые на сегодняшний день, т.е. деньги которыми расплачиваются по средствам электронно-вычислительных машин.

В ходе покупки устанавливается продавцом цена, которая выражает коэффициент обмена между товаром и деньгами. Другими словами, цена – это количество денег, необходимые для совершения сделки, в результате сделки происходит ценообразование.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.