Учебный материал Обществознание 1 курс НПО

12-15 мая

101 группа

1.  Сущность и виды конкуренции.

    2.  Совершенная и несовершенная конкуренция.

    3.  Положительные и отрицательные качества конкуренции

    4.  Экономическая роль конкуренции.

    5.  Антимонопольное законодательство.

Сущность и виды конкуренции.

Главной особенностью рыночной экономики является свобода выбора: производитель свободен в выборе производимой продукции, потребитель – в приобретении товара, работник – в выборе места работы и т. д. Но свобода выбора не обеспечивает экономического успеха автоматически. Он завоевывается в конкурентной борьбе.В рыночной экономике решение основных вопросов экономики: что производить? Как производить? Для кого производить? зависит, в основном, от действенности экономических законов - закона спроса и закона предложения, которые А.Смит назвал «невидимой рукой рынка».

***Конкуренция*** (лат. concurrere - состязаться) - соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Конкуренция наряду с ценой, спросом и предложением является важнейшим элементом рынка, его ключевой категорией.

Конкуренцию можно классифицировать по нескольким основаниям:

а) по масштабам развития;

б) по своему характеру и

в) по методам соперничества.

По масштабам развития конкуренция может быть:
 индивидуальной (один участник рынка стремится занять "свое место под солнцем" - выбрать наилучшие условия купли-продажи товаров и услуг);

  местной (ведется среди товаровладельцев какой-то территорий);

  отраслевой (в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода);

 межотраслевой (соперничество представителей разных отраслей рынка за привлечение на свою сторону покупателей в целях извлечения большего дохода);

  национальной (состязание отечественных товаровладельцев внутри данной страны);

 глобальной (борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке).

По характеру развития конкуренция подразделяется: 1) на свободную и 2) регулируемую.

**Совершенная конкуренция** (рынок свободной конкуренции) представляет собой идеальный образ конкуренции,  при которой:

• на рынке действуют независимо друг от друга многочисленные продавцы и покупатели с равными возможностями и правами;

• обмен осуществляется стандартизированными и однородными продуктами;

• покупатели и продавцы имеют полную информацию об интересующих их продуктах;

• существует возможность свободного входа и выхода с рынка, а у его участников отсутствуют стимулы для слияния.

Главная черта совершенной конкуренции: ни одна из фирм не влияет на розничную цену, так как доля каждой из них в общем выпуске продукции незначительна.

 Совершенная конкуренция превращается в несовершенную, когда на рынке появляется монополист.

**Монополия** (греч.монос – один, полео – продаю) возникает тогда, когда отдельный производитель занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара.

Возникновение монополий делает конкуренцию несовершенной, т. е. монополистической (рынок несовершенной конкуренции).

Под несовершенной конкуренцией понимается рынок, на котором не выполняется хотя бы одно из условий свободной конкуренции.

Несовершенную конкуренцию подразделяют на три типа: монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта, олигополия, чистая монополия.

В отличие от совершенного рынка, вход на который свободен, чистая монополия не допускает появления новых производителей. Это значит, что чистый монополист - продавец может изменять цену в очень широких пределах, а максимально высокая цена ограничивается только платежеспособным спросом. Конкуренция – весьма жесткое явление. Она имеет ряд отрицательных черт:

• расточительна по отношению к невоспроизводимым ресурсам (леса, дикие животные, запасы морей и океанов);

• не обеспечивает развитие производства товаров и услуг коллективного пользования (общественный транспорт, дороги и т. п.);

• не создает условий для развития фундаментальной науки, системы народного образования;

• не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости и расслоению общества на богатых и бедных.

Конкуренция имеет несколько положительных черт:

• способствует гибкой реакции и быстрой адаптации производителей к изменяющимся условиям производства;

• обеспечивает свободу выбора и действий потребителей и производителей;

• способствует внедрению новой техники и технологии, разработке более совершенных методов организации и управления производством;

• нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей, на повышение качества товаров и услуг.

Модель рынка совершенной конкуренции предполагает наиболее рациональное использование всех ресурсов общества и минимизацию общественных затрат на производство продукции.

Рынок несовершенной конкуренции, напротив, предполагает отклонение от состояния равновесия. Следовательно, общество несет определенные потери в связи с монополизацией.

В конечном счете, проблема монополии сводится к вопросу о власти над ценой. Эта власть может базироваться на различных предпосылках: захват значительной доли отраслевого производства, тайные или явные соглашения о разделе рынков и уровне цен, создание искусственных дефицитов и др.

Учитывая это, государство старается противостоять монополизму, поощряя конкуренцию. Важнейшим средством для этого служит антимонопольное законодательство, т. е. пакет законов, который является средством поддержания государством равновесия между конкуренцией и монополией.

Современное антимонопольное законодательство имеет два направления: контроль над ценами и контроль над слияниями компаний.

В России в 1991 г. принят Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и создан Государственный комитет по антимонопольной политике (ГКАП).

В 1990 году был создан первый федеральный антимонопольный орган – Государственный комитет РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур (ГКАП России). Годом позже был принят Закон РСФСР №948-I «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

Основные направления деятельности ФАС России на настоящий момент:

**•**Антимонопольный контроль и надзор;

**•**Контроль деятельности естественных монополий;

**•**Контроль рекламной деятельности;

**•**Контроль в сфере госзаказа и размещения заказов

отдельными видами юридических лиц (223-ФЗ);

**•**Контроль над иностранными инвестициями в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства;

**•**Контроль и надзор в сфере торговли;

**•**Контроль в сфере электроэнергетики

 Вопросы:

1 Что означает понятие «мировая экономика?

2. Государственный бюджет – это…..

3.Что такое конкуренция?

4. В условиях рыночной экономики производитель не может самостоятельно решить вопрос:

а) что производить?

б) как производить?

в) для кого производить?

г) какие платить налоги? (нужное подчеркнуть)

Учебный материал Обществознание 1 курс НПО

12-15 мая

104 группа

Тема : Менеджмент и маркетинг.

Всё большее усложнение совремённого производства потребовало развить особую отрасль знаний и умений – менеджмент (анг. management – управление).

**Менеджмент** – система теоретических и практических знаний о принципах, методах, средствах и формах управления производством в целях повышения его эффективности и увеличения прибыли, т. е. это деятельность по разработке планов, определению того, что и когда делать, как и кто будет выполнять намеченное, а также формирование рабочих процедур (механизма по управлению) и осуществление контроля.

Соответственно, **менеджер** – профессиональный управляющий.

**Виды менеджмента**:

· ***Маркетинговый*** – управление реализацией товаров, т. е. сбытом товаров.

· ***Финансовый***– управление финансами.

· ***Кадровый***.

· ***Производственный***– управление и организация производством.

· ***Транспортный*** – регулирование поставок.

· ***Административный*** – регулирование делопроизводства.

Возникновение и развитие менеджмента является результатом:

1. Создания акционерных обществ, в которых управление отделяется от собственности на капитал. Они требуют управления особой группой доверенных лиц, которые не являются собственниками, но способны обеспечить прибыль в интересах акционеров (слишком большие объёмы управления).

2. Усложнение технологий требует профессионального управления.

3. Обострение конкуренции (требует организации заинтересованного участия всех сотрудников фирмы).

Заинтересовать менеджеров в такой работе можно: высокой оплатой, возможностью покупать акции этой фирмы.

Следовательно, если раньше выживание фирмы зависело от снижения затрат, то теперь для этого необходим высококвалифицированный менеджмент.

 ***Маркетинг***( в переводе с англ.*рынок)*. это система управления производственно-бытовой деятельностью предприятия, основанная на комплексном анализе рынка.

Сущность маркетинга заключается в тщательном и всестороннем изучении рынка, спросы, интересов, вкусов и потребностей покупателей и активном воздействии на существующий спрос и формирование новых потребностей потенциальных клиентов.

 ***Функции маркетинга:***

1.Комплексное изучение рынка

2.Планирование товарного ассортимента

3выявление неудовлетворённого спроса и потенциальных потребностей

4.Планирование и осуществление сбыта

5.Разработка мероприятий по удовлетворению потребностей

***Виды маркетинговой деятельности***

1.Маркетинговые исследования

2.Разработка товаров

3.Ценообразование

4.Организация распространения товаров и услуг

5.Организация рекламы

***Задания.*** Ответить на вопросы

1.Какую роль играет цена в формировании величины спроса?

2. Для какой цели на предприятии вводится должность менеджера?

3.Назовите виды деятельности маркетинга.

Учебный материал Обществознание 1 курс НПО

12-15 мая

105 группа :

Тема: Защита прав потребителя. Потребитель на рынке

1. *Уровень жизни, прожиточный минимум.*
2. *Рынок труда. Занятость и безработица.*

*1.***Уровень жизни, прожиточный минимум**

Под **уровнем жизни** понимают степень удовлетворенности основных потребностей населения. Потребности в этом случае следует понимать широко, относя к ним как материальные, так и духовные потребности, а также обеспеченность хорошим жильем, возможность получать образование и пользоваться достижениями культуры, качественные условия труда и т.д. Однако основным показателем является средний уровень дохода на душу населения.

*Уровень жизни в стране в целом определяется при помощи расчета валового национального продукта, взятого на душу населения.*

**Валовой внутренний продукт (ВВП)** является основным показателем экономического роста, представляет собой *совокупную стоимость конечного продукта*, который был произведен в стране в течение года с использованием факторов производства, *принадлежащих как данной стране, так и другим странам*.

**Валовой национальный продукт (ВНП)** – это совокупная стоимость конечного продукта, произведенного в течение года, как на территории данной страны, так и за ее пределами с использованием факторов производства, *принадлежащих данной стране*.

**Прожиточный минимум** представляет собойсумму, которая необходима для удовлетворения самых важных потребностей, без которого невозможно поддержание жизни и нормального здоровья. Существует два подхода к определению прожиточного минимума.

Физиологический прожиточный минимумрассчитывается с учетом лишь наиболее важных потребностей, как правило, физиологических, без удовлетворения которых невозможна нормальная жизнедеятельность. Физиологический минимум включает лишь расходы на питание и основные услуги и не предполагает (или практически не предполагает) трат на приобретение одежды, обуви, и других товаров, не говоря уже о культурных потребностях. Социальный прожиточный минимум – это более широкое понятие, которое включает удовлетворение не только физиологических, но и основных социальных и духовных нужд. Он гораздо ближе стоит к социальным представлениям о достойном уровне жизни.

Прожиточный минимум рассчитывается на основе минимального набора самых необходимых товаров и расходов на обязательные платежи; при расчете обычно исходят из самых низких цен на эти товары, другими словами, черта бедности. Размер прожиточного минимума колеблется от региона к региону, что связано с различиями в уровне цен. Чем выше средний уровень жизни в стране, тем более высоким оказывается прожиточный минимум.

К сожалению, прожиточный минимум далеко не всегда является пределом, ниже которого не опускаются доходы населения. Например, в России число людей, живущих за чертой бедности, то есть имеющих доход ниже прожиточного минимума с начала 1990-х гг. колеблется между 20 % и 35 %.

Используемый прожиточный минимум не способствует полному восстановлению физических и нервных затрат у многих категорий работающих граждан, особенно на тяжелых и напряженных работах. Этот минимум должен остаться как норматив для социальной поддержке наиболее нуждающихся россиян и для минимальной зарплаты.

А ориентиром для тарифной части оплаты труда должен стать восстановительный потребительский бюджет (ВПБ). В рублевом выражении он в два с лишним раза больше прожиточного минимума. Чтобы ВПБ стал реальным ориентиром, необходимо принятие соответствующего закона.

В последнее время в России все чаще можно услышать о необходимости содействия формированию так называемого среднего класса. К среднему классу относят семьи, которые имеют собственную квартиру или дом, а также второй дом, то есть дачу, автомобиль, могут путешествовать, приобретать ценные вещи и откладывать деньги.

Другими словами, потребительский бюджет семьи, принадлежащей к среднему классу, позволяет им иметь все эти блага. Численность среднего класса также является показателем того, насколько выше уровень жизни в стране. Например, в экономически развитых странах средний класс составляет от 50 до 70 %, тогда как по разным оценкам в России численность среднего класса колеблется между 7 и 15 %.

Задание. Изучить Закон «О защите прав потребителя.

Ответить на вопросы

1.Что такое заработная плата?

2. Что такое прожиточный минимум?

3.Каковы факторы формирования зарплаты?