학과:게임소프트웨어 학번:B577046 이름:WANG YISEN

1.

상품은 이중성, 즉 가치와 사용가치를 가지고 있으며, 사용가치는 상품의 자연적 속성으로 비교 불가성이 있다.가치는 일반 인류 노동의 응결이며, 상품의 사회적 속성으로 상품 교환의 기초를 형성한다.상품의 사용 가치와 가치 등의 범주에는 마르크스가 상품의 자연 속성과 사회 속성을 설명하기 위한 개념으로, 상품의 본질을 깊이 있게 드러내고 있다. 역사와 사회경제적 범주를 철저하게 갈라놓기 때문에, 그는 여지를 발견할 수 없고, 또한 그의 체계에서 근본적인 모순을 해결할 수 없으며, 연역법은 그 전제의 정확성을 입증하지 못하기 때문에, 필연적으로 선험론을 야기할 것이다.

2.

효용가치론은 상품의 가치를 이 상품의 효용에 귀속시킨다효용이란 물품이 사람의 욕망을 만족시킬 수 있는 능력을 가리킨다한계효용이란 매 단위의 어떤 상품을 구매할 때마다 소비자에게 미치는 총효용의 변화량이다.가치란 사람의 욕망과 물건을 만족시킬 수 있는 욕망을 나타내는 능력의 관계, 즉 물품에 대한 사람의 효용을 나타내는 '감각과 평가'입니다.그들은 효용이 가치의 원천이며, 가치 형성에 필요한 충분한 조건이 아니라 가치의 형성이며, 가치의 형성은 물품의 희소성을 전제로 해야 한다고 생각한다.희소성과 효용이 결합하는 것이 가치 형식의 충분한 필요조건이다효용론자는 물품에 대한 인간의 욕망이 끊임없이 만족하여 감소할 것이라고 생각한다.공급이 무한하다면 욕구가 제로로 떨어질 수 있으며 심지어는 음효용, 즉 포화 또는 혐오상태가 될 수 있습니다.상품의 가치도 공급 증가에 따라 감소하거나 사라지게 될 것이다

3.

가격 메커니즘은 시장 메커니즘 중의 기본 메커니즘이다.이른바 가격 메커니즘이란 경쟁 과정 중에 공급과 수요의 상호 연계, 상호 제약하는 시장 가격의 형성과 운행 메커니즘을 가리킨다가격 메커니즘은 가격 형성 메커니즘과 가격 조절 메커니즘을 포함한다.가격 메커니즘은 시장 경쟁 과정 중에 가격 변동과 공급 변동 사이에 상호 제약이 있는 관계이다.가격 메커니즘은 시장 메커니즘에서 가장 민감하고 효과적인 조절 메커니즘으로 가격의 변동이 사회 경제 활동에 매우 중요한 영향을 미친다.상품 가격의 변동은 상품의 공급과 수요 관계의 변화를 야기할 뿐만 아니라, 공급과 수요 관계의 변화는 또 반대로 가격의 변동을 일으킬 수 있다.정보 전달, 가격은 자체 변동 방향과 폭, 시장 상품 공급과 같은 경제 정보를 전달하는 것이 정책 결정의 효율성을 높이는 데 도움이 된다.자원배분, 가격고하, 수급에 영향을 주고 생산과 소비를 유도하기 때문에 자원의 합리적 배치를 조절한다.소득조절, 가격고하가 생산자, 소비자의 경제적 이익을 결정하는 것으로 소득분배의 척도이다.경쟁의 유력한 도구, 가격 메커니즘은 경쟁의 유력한 도구이다.

4.

이동영상을 보면 사회적으로 많이 이야기한다. 노동가치론과 효용가치론은 상품 사용가치에 대한 원천인식이 같다. 효용가치론은 상품의 사용가치에 대한 이해에 있어서 효용성을 강조하는 주관적인 요소로, 물건은 효과적으로 사용되고 가치가 있으며, 한편으로는 사람의 주관이 필요로 하는 동시에 이 물질의 객관적 속성에 의해서도 강조되었다.소비자가 상품을 구매하는 것은 물질과 정신의 만족을 만족시키기 위해서이고, 상품의 가치는 이 상품의 효용은 사람의 욕망을 만족시킬 수 있는 능력을 가리킨다.토지 노동 자본 등의 생산 요소는 사물의 사용가치의 원천이다.이처럼 효용가치론도 상품의 사용가치가 토지 노동 자본 등 생산요소에서 비롯되었다고 보고 있다. 효용가치론에 따르면, 상품의 근원가격은 생산비용에 의해 결정되며, 시장가격은 구체적인 공급관계에 의해 결정되며, 공급은 수요보다 커 상품가격이 떨어질 수 있으며, 공급이 적으면 상품가격이 상승할 수 있다.시장 동태 조정 하에서 공급 곡선과 수요 곡선이 서로 교차하여 상품의 균형가격을 결정한다. 노동가치론은 상품의 가격은 가치에 의해 결정되며, 가치는 사회가 필요로 하는 노동시간이 결정한다고 여긴다.가격 형성은 가치나 전환형태, 즉 생산가격을 기초로 한다.상품의 공급과 수요 상황은 가격 형성에 영향을 주는 주요 교란 요소이다.상품가격은 상품교환 과정에서 주로 공급과 수요 양쪽의 역량에 의해 결정되며, 가격은 상품가를 둘러싸고 오르락내리락하는데, 가격의 변동폭이 너무 클 경우 경쟁 메커니즘은 공급을 반대 방향으로 이동하게 된다.