

Тема 3. Рынок и условия его формирования

- 3.1. Основные формы общественного хозяйства: натуральная и товарная.
- 3.2. Товар и его свойства в различных экономических школах.
- 3.3. Возникновение, сущность и функции денег.
- 3.4. Рынок, его структура, функции, элементы механизма функционирования.
- 3.5. Конкуренция: виды, методы, последствия.

Термины и понятия

Натуральное и товарное хозяйство. Товар. Потребительная стоимость. Стоимость. Величина стоимости товара. Полезность и ценность товара. Предельная полезность. Производительность труда. Интенсивность труда. Сложность труда. Деньги. Мера стоимости. Цена. Масштаб цен. Средство обращения. Бумажные деньги. Инфляция. Закон денежного обращения. Уравнение И. Фишера. Средство платежа. Средство накопления. Мировые деньги. Ликвидность. Денежные агрегаты. Рынок. Конкуренция. Ценовая и неценовая конкуренция. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция. Асимметрия информации.

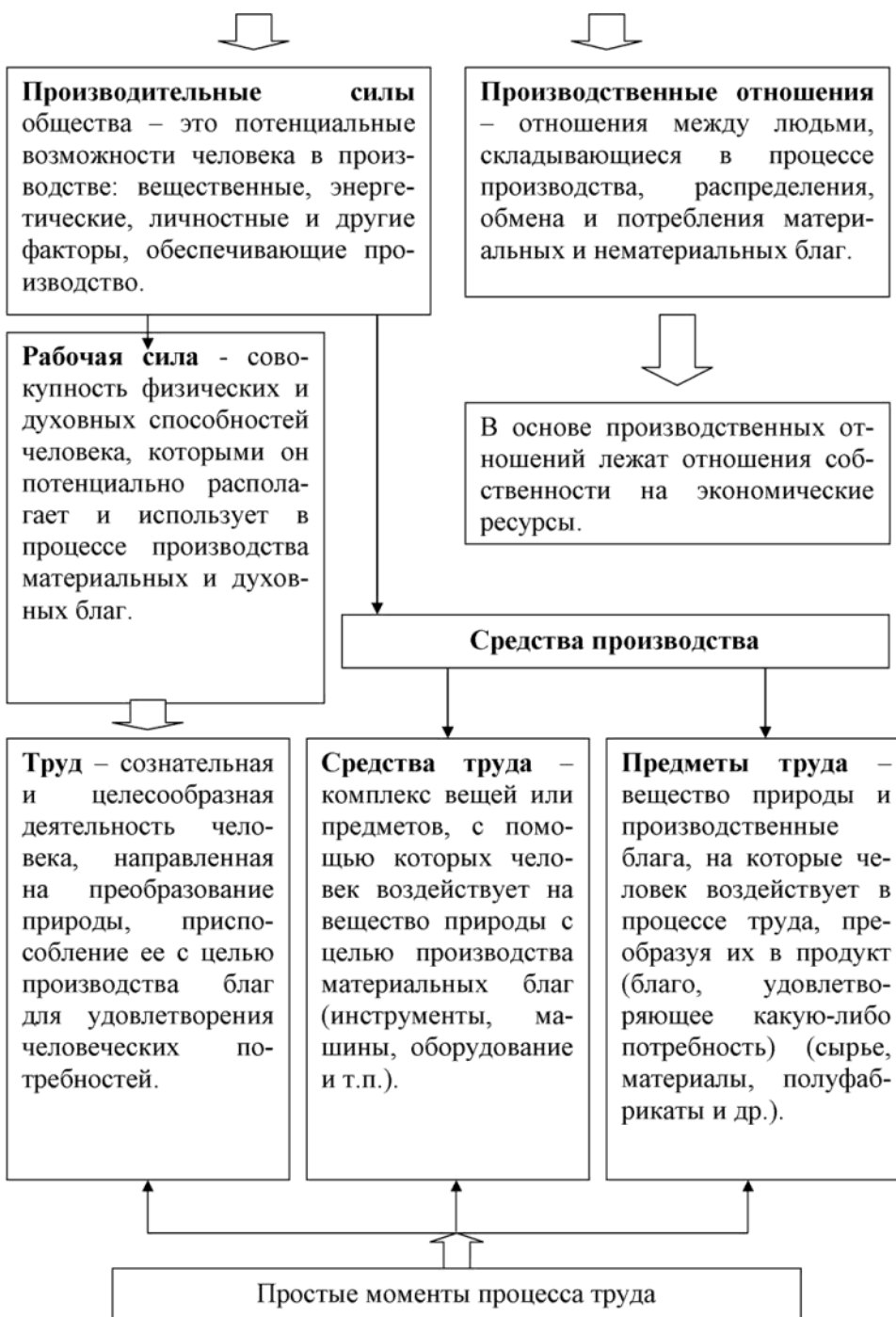
Рекомендуемая литература

[1, Гл. 2,4]; [2, Гл. 3]; [3, Гл. 5]; [5, Гл. 3]; [10, Гл. 3]; [17, Гл. 3]

3.1. Основные формы общественного хозяйства: натуральная и товарная.

Производство – процесс взаимодействия человека с природой с целью видоизменения вещества природы и приспособления его к удовлетворению человеческих потребностей.

Способ материального производства



Система производственных отношений



Форма общественного хозяйства (производства) – это система взаимосвязей или отношений между индивидуальными производителями в экономике любого общества.

Натуральное хозяйство – организация общественного производства только для удовлетворения внутренних потребностей без посредства рынка.

Примеры: феодальное хозяйство, общины, латифундии.

Основные черты натурального хозяйства:

- труд носит универсальный характер;
- экономическая жизнь сконцентрирована в замкнутых пространствах (община, феодальное владение и т.п.);
- велика роль в экономической жизни общества обычаев, традиций, вождей, военачальников и т.д.;
- все необходимые для потребления продукты производятся в рамках собственного хозяйства;
- связь между отдельными хозяйствами носит неустойчивый, нерегулярный характер;
- слабое развитие товарно-денежных отношений - непосредственная связь между производством и потреблением;
- слабое развитие производительных сил, отсутствие стимулов для научно-технического прогресса;
- господство сельскохозяйственного производства.

Причины возникновения товарного хозяйства:

- развитие общественного разделения труда;
- экономическое обособление производителей на основе возникновения частной собственности.

Товарное хозяйство – форма организации общественного хозяйства, при которой продукты труда производятся обособленными производителями, каждый из которых специализируется на производстве какого-либо одного продукта, что вызывает необходимость обмена. Продукт труда в силу этого становится *товаром*.

Основные черты товарного хозяйства:

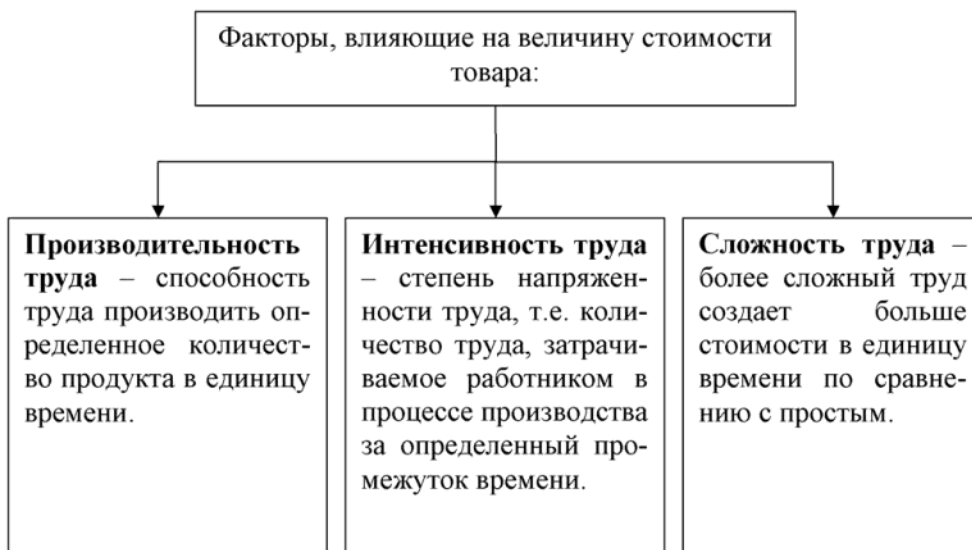
- хорошо развита система общественного разделения труда;
- развитие средств производства, научно-технический прогресс;
- производство ведется обособленными производителями;
- продукты труда производятся с целью обмена, в силу чего они становятся товарами;
- формируются единые национальные рынки;
- связь между производством и потреблением опосредована рынком;
- наличие достаточного количества производителей и потребителей для их конкуренции на рынке;
- полная самостоятельность и ответственность субъектов рынка.



3.2. Товар и его свойства в различных экономических школах







Теории стоимости

Трудовая теория стоимости (А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс).

Источником стоимости является труд. Обмен товарами происходит в соответствии с ОНЗТ. Основанием цены является труд, затраченный на производство товара. Все доходы, включаемые в цену – заработная плата, прибыль и рента - имеют своим источником труд наемных рабочих. На основе трудовой теории стоимости К. Марксом была создана теория прибавочной стоимости.

Теория факторов производства (Ж.-Б. Сэй, У.Н. Сениор).

Источником стоимости является не только труд, но и другие факторы производства (капитал и земля). Труд создает ту часть стоимости, которая соответствует заработной плате, капитал создает процент, а земля – ренту. Таким образом, стоимость складывается из доходов владельцев факторов производства.

Теория предельной полезности (К. Менгер, Ф. Визер, Е. Бём-Баверк, У. Джевонс, Л. Вальрас).

Источником стоимости является полезность вещи – понятие субъективное, отражающее степень удовлетворения, которое получают люди от потребления данного блага. Полезность зависит от количества имеющихся единиц блага и степени насыщения потребности в нем. Из этого выводится ценность (стоимость) блага.

Ценность – это оценка человеком полезности вещи с точки зрения его благополучия. Величина ценности определяется предельной полезностью, т.е. полезностью последней единицы запаса данного блага.

Неоклассическая теория (А. Маршалл).

Стоимость – понятие чисто логическое, и проблема – что такое стоимость и как она определяет цену – не имеет практической значимости. В реальности цена определяется не стоимостью, а спросом и предложением товара. Поэтому необходимо исследовать, как взаимодействие спроса и предложения формирует цену. При анализе спроса необходимо использовать теорию предельной полезности, а при анализе предложения – теорию факторов производства.

3.3. Возникновение, сущность и функции денег.

Теории возникновения денег:

Рационалистическая теория происхождения денег впервые появилась в работе Аристотеля «Никомахова этика», в которой утверждалось, что все участвующее в обмене должно было каким-то образом сопоставимо по общему уговору, т.е. деньги были придуманы человечеством для упрощения процесса обмена.

Эволюционная теория: деньги появились в результате эволюционного процесса, который помимо воли людей привел к тому, что некоторые предметы выделались из общей массы товаров и заняли особое место.

Возникновение денег – результат появления и углубления общественного разделения труда, и как следствие – развития обмена.

Деньги возникли в результате **эволюции форм стоимости:**

1. Простая, или случайная форма стоимости:

Два товара могут обмениваться в определенных пропорциях, если их владельцы приходят к соглашению о равенстве их стоимостей:

$$\begin{aligned}x \text{ товара А} &= y \text{ товара В} \\x \text{ товара А} &\neq z \text{ товара С}\end{aligned}$$

2. Полная, или развернутая форма стоимости:

По мере углубления общественного разделения труда количество товаров, предлагаемых к обмену, увеличивается, процесс обмена усложняется:

$$x \text{ товара А} = \begin{cases} y \text{ товара Б} \\ z \text{ товара В} \\ \dots \\ n \text{ товаров М} \end{cases}$$

3. Всеобщая форма стоимости:

Дальнейшее углубление общественного разделения труда приводит к росту производительности труда, значительному возрастанию потоков товаров и регулярности обмена, территориальному расширению рынков. Из массы товаров выделяется наиболее распространенный на конкретном рынке товар, который становится эквивалентом стоимостей всех других товаров.

$$\left. \begin{array}{l} \text{у товара Б} \\ \text{z товара В} \\ \dots \\ \text{п товаров М} \end{array} \right\} = \text{x товара А}$$

Товар А - всеобщий эквивалент

Общественную функцию выражения стоимости других товаров может выполнять только товар, обладающий стоимостью, т.е. являющийся продуктом труда. Товар, за которым закрепляется функция всеобщего эквивалента, становится **деньгами**.

4. Денежная форма стоимости:

$$\left. \begin{array}{l} \text{у товара Б} \\ \text{z товара В} \\ \dots \\ \text{п товаров М} \end{array} \right\} = \text{Деньги}$$

В качестве денег в различных культурах выступают различные товары: домашний скот, меха, бруски соли и т.п. Однако в процессе эволюции обмена роль всеобщего эквивалента закрепляется за так называемыми **благородными металлами – золотом и серебром** – в силу их особых свойств:

1. **Однородность** – два куса золота или серебра ничем не различаются, следовательно, содержат в себе одинаковую величину стоимости;
2. **Делимость** – при делении на более мелкие кусочки благородные металлы не теряют своих потребительских свойств, в отличие от таких товаров-эквивалентов, как, например, скот. Следовательно, их можно использовать для обмена на товары, обладающие небольшой стоимостью;
3. **Портативность** – небольшое количество золота и серебра заключает в себе большую стоимость, следовательно, на него можно купить большое количество товаров;
4. **Сохраняемость** – благородные металлы не подвержены порче, истиранию, коррозии, т.е. не теряют стоимости в течение продолжительного времени;
5. **Неподдельность** – благородные металлы трудно подделать (т.е. изготовить фальшивые деньги) в силу их уникальных физических свойств: мягкости, неподверженности окислению, веса и т.п.

Функции денег

1. Мера стоимости – способность количественно выражать стоимости других товаров, служить единицей соизмерения.
2. Средство обращения. Деньги выполняют ее в наличной форме, обслуживая товарный обмен. Т-Д-Т.
3. Средство платежа. Данная функция денег проявляется тогда, когда при обмене деньги переходят к продавцу товара раньше либо позже, чем товар (например, при покупке товара в кредит или при уплате налогов на содержание автодорог в будущем году). Нет встречного движения товара и денег.
4. Средство образования сокровищ. Данную функцию могут выполнять только реальные деньги, являющиеся продуктом труда и обладающие стоимостью (золото и серебро).
5. Мировые деньги. Деньги обслуживают международную торговлю, следовательно, выступают международным эквивалентом для сопоставления стоимостей товаров, произведенных в разных странах.

Деньги – это абсолютно ликвидное средство обмена.

Количество денег, необходимое для обслуживания обращения товаров:

$$\Sigma \text{ денег} = \Sigma \text{ стоимостей товаров}$$

Цена есть денежное выражение стоимости



$$\Sigma \text{ денег} = (\Sigma \text{ цен товаров}) / n,$$

где n – число оборотов денег

Уравнение И.Фишера (уравнение количественной теории денег):

$$MV = PQ,$$

где M – объем денежной массы, V – скорость оборота денег, P – средний уровень цен, Q – количество произведенных товаров и услуг.

Отсюда $M = PQ / V$. Из данного уравнения следует, что при неизменном объеме производства увеличение денежной массы приведет к росту средних цен.

Инфляция – обесценение денег, снижение их покупательной способности.

Виды денег

Символические деньги – денежное средство (в бумажной или монетной форме), чья покупательная способность выше, чем затраты на их производство.

Наличные деньги

Монетные деньги чеканятся из металлов (золота, серебра, различных сплавов).

Бумажные деньги – заменители монетных денег, имеющих свойство изнашиваться в обращении.

Безналичные деньги

Денежные чеки – заменители наличных денег. Являются «свидетельствами» предварительного внесения наличных денег на счет в банке.

Электронные деньги существуют в виде записей на электронных носителях.

Кредитные деньги – деньги, находящиеся на банковских счетах; банк может распоряжаться ими по своему усмотрению.

«Почти деньги» - деньги, помещенные в банк на определенный срок, до которого владелец не может ими воспользоваться.

Товарные деньги – товары-посредники в обмене (наиболее ходовые товары, покупаемые населением в любое время).

Денежная масса – это совокупность наличных и безналичных покупательных и платежных средств, обслуживающих обращение товаров и услуг в экономике, которыми располагают частные лица, предприятия, организации и государство.



Для учета величины денежной массы в стране используются **денежные агрегаты**.
Денежные агрегаты различаются между собой по степени ликвидности. Наиболее ликвидным является агрегат M0, наименее ликвидным – L.

Ликвидность – это способность денег непосредственно обмениваться на товары и услуги.

Структура денежной массы (денежные агрегаты):



M0 - наличные деньги			
+ деньги на текущих счетах (счетах «до востребования») + чековые депозиты + дорожные чеки = M1			
+ небольшие срочные вклады + сберегательные вклады = M2			
+ крупные срочные вклады + наиболее ликвидные ценные бумаги (например, векселя финансово устойчивых коммерческих банков) + государственные облигации и ценные бумаги сроком до 18 месяцев = M3			
+ государственные ценные бумаги, казначейские и сберегательные облигации сроком не менее 18 месяцев = L			

3.4. Рынок, его структура, функции, элементы механизма функционирования.

Обмен является промежуточным звеном, связывающим производство и потребление. Механизмом, опосредующим обмен и делающим его возможным, является **рынок**.

Рынок – способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличном механизме ценовых сигналов.

Рынок – совокупность экономических отношений между субъектами экономической системы по поводу движения товаров и денег на основе законов товарного производства и товарно-денежного обращения.



Основные **субъекты** рынка – продавцы и покупатели.
В их роли выступают *экономические субъекты*:

Домохозяйство – основная структурная единица, функционирующая в потребительской сфере экономики. Являются собственниками и поставщиками факторов производства.

Фирма – основная структурная единица сферы производства, преобразующая ресурсы в продукт. Основной целью функционирования является получение прибыли.

Государство – совокупность организаций и институтов, реализующих функцию государственного регулирования экономики.

Рыночная инфраструктура – совокупность отраслей, систем, организаций, институтов, опосредующих акты купли-продажи на рынке.

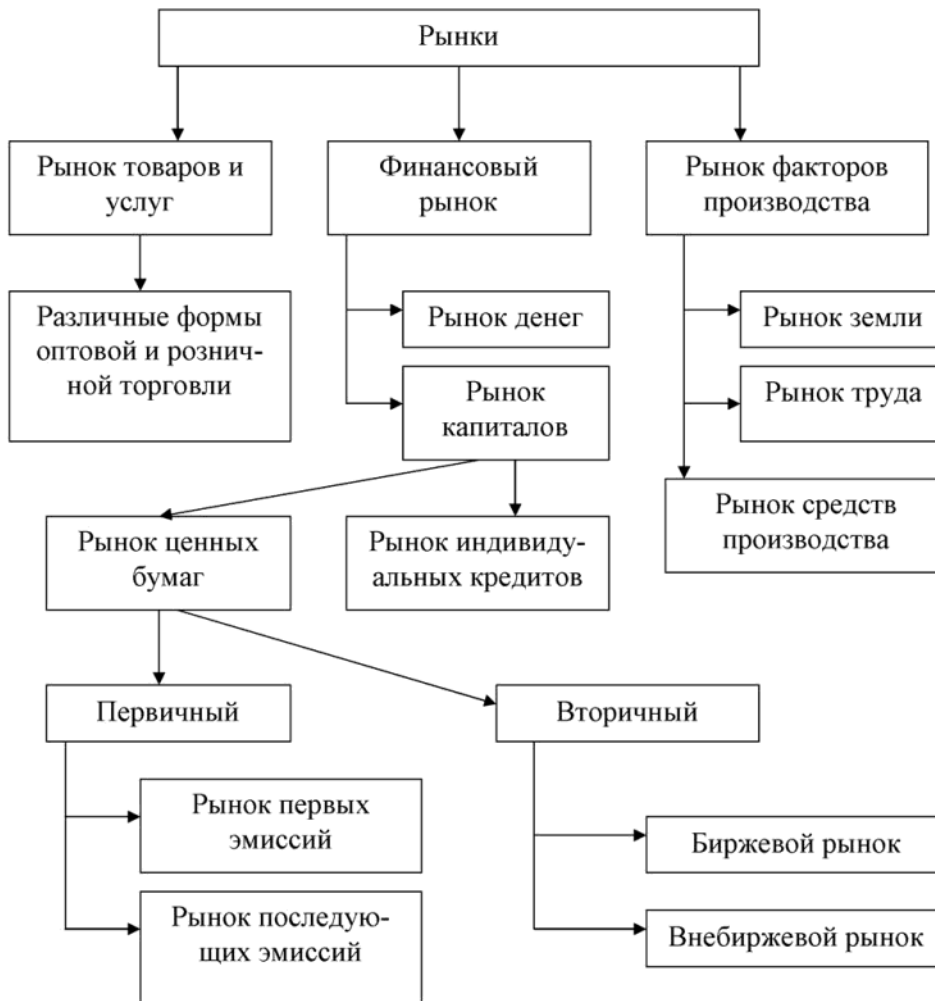
Элементы:

- биржи (товарные, фондовые, валютные);
- аукционы, ярмарки;
- банки и другие кредитные учреждения;
- информационные центры, системы, технологии;
- службы занятости, кадровые агентства;
- рекламные агентства;
- аудиторские, консалтинговые компании;
- торговые палаты и т.п.

Элементы рыночного механизма



Виды рынков



Классификация рынков



Цена – денежное выражение стоимости товара

С точки зрения продавца цена представляет собой сумму денег, которую он хотел бы получить за товар.

С точки зрения покупателя цена выражает собой сумму денег, которую он вынужден отдавать за товар, представляющий для него определенную ценность.

Цена взаимосвязана с **объективной** экономической категорией издержек производства (себестоимость).

Цена взаимосвязана с **субъективной** экономической категорией полезности, или ценности.

Подходы к ценообразованию

Производственный, или затратный метод опирается на трудовую теорию стоимости. Согласно этой теории, цена определяется совокупностью затрат на производство товара, или издержек производства.

Полезностный (ценностный) подход опирается на теорию маржинализма. Цена определяется полезностью товара для потребителя.

Цена есть затраты труда в их общественно необходимой форме: издержки производства + средняя прибыль.

Цена есть денежная оценка субъективной ценности данного блага для конкретного потребителя.

Недостатки: невозможно определить цены товаров и услуг, не имеющих трудового происхождения (например, земля), или таких созданных человеком товаров и услуг, как произведения искусства и т.п.

Недостаток: не учитывает необходимость для фирмы покрыть свои издержки на производство данного товара.

А. Маршалл в конце XIX в. объединил оба подхода в общей теории рынка.

Стоимостной подход определяет издержки производства, ниже которых цена будет невыгодна продавцу.

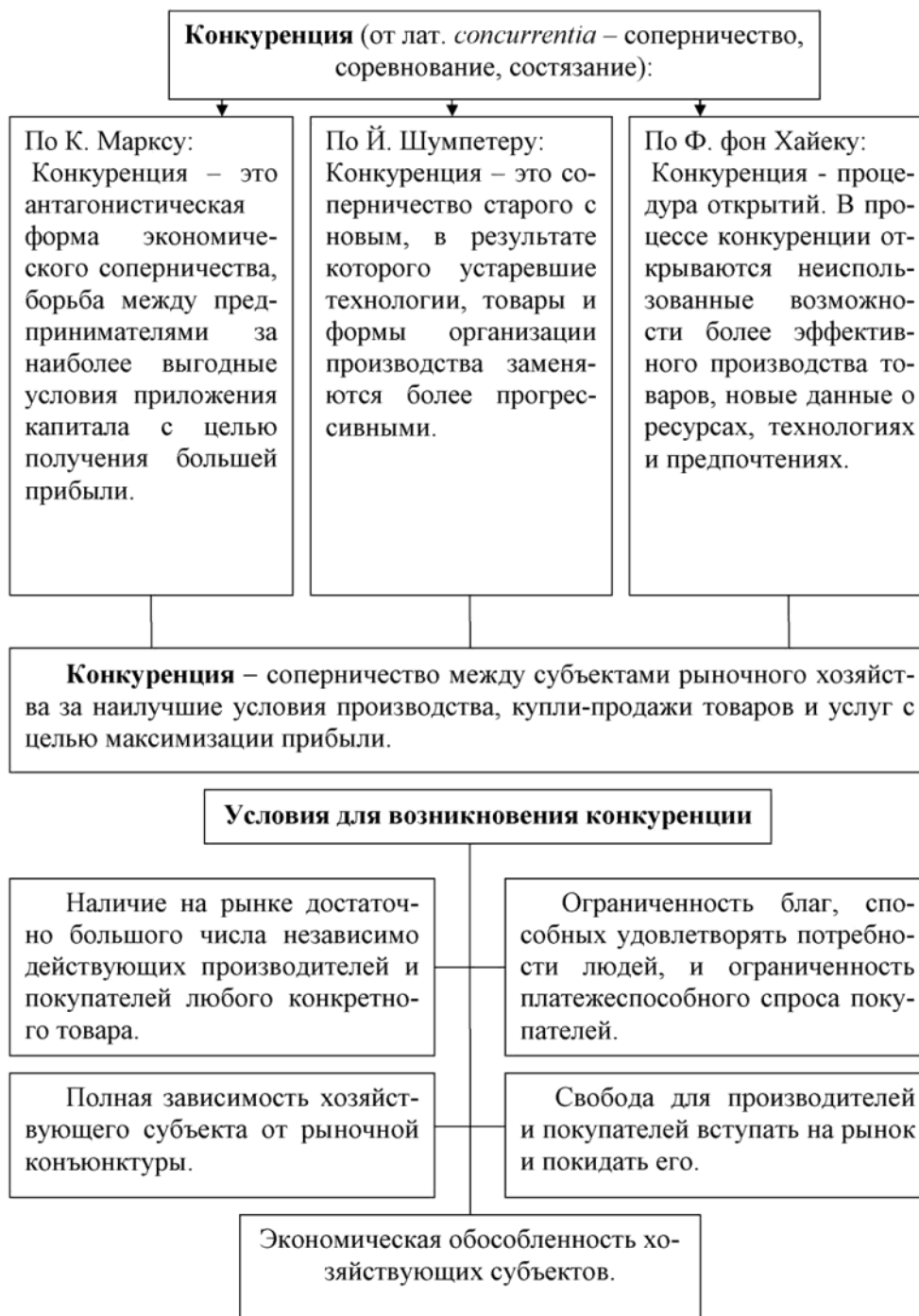
Полезностный подход определяет максимальную величину цены, а следовательно, и величину максимально возможной прибыли продавца.

Если покупатель оценивает товар ниже величины затрат на его производство, то товар не будет производиться.

Если покупатель ценит товар выше, чем составляют его издержки производства, фирма получает бухгалтерскую прибыль.



3.5. Конкуренция: виды, методы, последствия.



Функции конкуренции

- ➔ **Регулирующая:** установление равновесных цен на рынке посредством взаимодействия спроса и предложения на товар в зависимости от затрат на его производство.
- ➔ **Аллокационная:** посредством конкурентного механизма достигается наиболее равномерное и эффективное размещение ресурсов.
- ➔ **Инновационная:** проявляется в стимулировании НТП. Внедрение в производство достижений науки и техники позволяет опередить конкурентов.
- ➔ **Адаптационная:** реализуется в росте приспособляемости субъектов рынка к постоянно меняющейся рыночной конъюнктуре.
- ➔ **Распределительная:** реализуется в среде потребителей и проявляется в их борьбе за получение наибольшей суммы совокупных материальных благ и услуг на наиболее выгодных условиях.
- ➔ **Контролирующая:** проявляется в ограничении монополистического господства отдельных крупных фирм на рынке.

Модели конкурентного поведения

- ➔ **Креативная** – борьба за лидирующие позиции путем создания каких-либо новых компонентов рынка, обеспечивающих фирме конкурентное преимущество.
- ➔ **Приспособленческая** – заключается в слежении участников рынка за инновациями и упреждении конкурентов в их внедрении путем копирования идей соперников и реализации их в более короткие сроки.
- ➔ **Обеспечивающая** – выражается в стремлении предпринимателя сохранить на длительную перспективу достигнутые высокие позиции на рынке, например, за счет создания модификаций популярного продукта, дополнительного сервиса и т.п.

Виды конкуренции

В зависимости от субъектов конкурентной борьбы:

- между покупателями;
- между продавцами;
- между продавцами и покупателями.

В зависимости от методов конкурентной борьбы:

- ценовая конкуренция;
- неценовая конкуренция.

По типу конкурентного поведения:

- добросовестная конкуренция;
- недобросовестная конкуренция.

По масштабам конкурентной борьбы:

- внутриотраслевая конкуренция;
- межотраслевая конкуренция.

По степени ограничения конкуренции:

- совершенная конкуренция;
- монополистическая конкуренция;
- олигополия;
- чистая монополия.

Модели конкурентной борьбы

Ценовая конкуренция – достижение и удержание рыночной позиции за счет манипуляции ценами. Борьба разворачивается в области снижения издержек производства: фирмы, чьи издержки ниже установившейся на рынке цены, имеют возможность снижать цену без ущерба для качества и ассортимента продукции и привлекать больше покупателей. Ценовая конкуренция проявляется в снижении цен, проведении распродаж, использовании системы скидок, бесплатных дополнительных услуг и т.п.

⇒ **Неценовая конкуренция** – ориентация фирмы на потребительские ожидания. Выражается в изменении свойств продукции, создании субститутов, постоянном обновлении продукции, пользующейся спросом, создании модификаций, совершенствовании послепродажного обслуживания и т.п. Потребность в постоянном обновлении продукции является мощным стимулом к развитию НТП.

⇒ Методы:

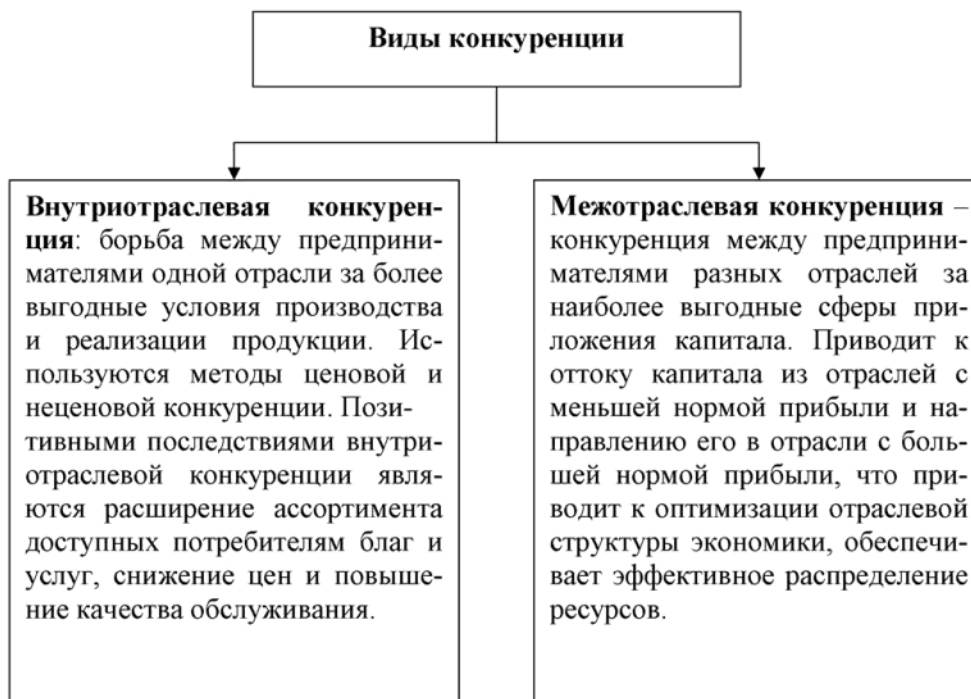
- качество;
- сервис;
- реклама;
- дифференциация продукта;
- торговая марка и т.п.

⇒ **Ценовая дискриминация** – продажа одного и того же товара по различным ценам на разных рынках, разным категориям покупателей и т.п.

Типы конкурентного поведения

→ **Добросовестная конкуренция** ведет к выигрышу потребителя; выражается в повышении качества продукции и снижении издержек производства. Потребитель получает более качественные и разнообразные товары по более низким ценам, более высокий уровень сервиса и т.п.

→ **Недобросовестная конкуренция** – использование методов конкурентной борьбы, противоречащих честным обычаям ведения дел (например, дискредитация фирмы, товарного знака, продукции конкурента, самовольное использование чужого товарного знака, оказание различного рода неэкономического воздействия на конкурента (шантаж, угрозы и т.п.), промышленный шпионаж, нарушение стандартов и санитарных требований, введение в заблуждение потребителей относительно свойств товара и т.п.). Такая конкуренция является противозаконной.



Вопросы и задания.

1. Какова роль производства в экономическом развитии общества?
2. Назовите черты натурального хозяйства. Игрет ли в нём роль фактор предпринимательства?
3. Охарактеризуйте понятие «разделение труда».
4. Назовите этапы развития разделения труда.
5. Обозначьте условия, в которых происходит обособление производителя как собственника. Проанализируйте их.
6. В чем состоят принципиальные отличия натурального хозяйства от товарного хозяйства?
7. Существует ли взаимосвязь между развитием товарного хозяйства и повышением благосостояния общества?
8. Возможно ли сосуществование натурального и товарного хозяйства? Почему?

9. Назовите исторические события, в которых наиболее ярким образом проявилось развитие товарного хозяйства.
10. Каковы взгляды на товар и его свойства с позиций представителей теории предельной полезности?
11. Что такое полезность и ценность товара?
12. Какие существуют концепции возникновения денег? Какая из них является наиболее вероятной?
13. В каких ситуациях проявляется функция денег как средство обращения?
14. Когда деньги выполняют функцию средства платежа?
15. Почему в качестве денег выделились благородные металлы?
16. Можно ли сказать, что истинная стоимость современных денег определяется их обеспечением?
17. Назовите условия развития рыночного механизма.
18. Что такое рынок? Каковы его функции?
19. Каковы преимущества и недостатки рынка?
20. Каковы элементы механизма функционирования рынка?
21. Что такое асимметрия информации? Каким образом она препятствует эффективному функционированию рынков? Каковы пути ее уменьшения?

В рабочую тетрадь.

1. В товарном хозяйстве производится Q единиц блага, из которых X идёт на собственное потребление, а Y продаётся или обменивается. Эффективность товарооборота представляет собой функцию $E = f(Y)$. Выяснить, во сколько раз товарное хозяйство эффективнее натурального.

I вариант: $Q = 50; X = 30; E = 2Y + 3$

II вариант: $Q = 45; X = 10; E = 3Y - 25$

III вариант: $Q = 30; X = 10; E = Y/2 + 5$

IV вариант: $Q = 90; X = 63; E = 6Y - 90$

V вариант: $Q = 5; X = 3; E = 2Y - 1$

VI вариант: $X = 125; Y = 165; E = 3Y - 19$

VII вариант: $Q = 90; X = 70; E = 0,6Y - 1$

VIII вариант: $X = 87; Y = 63; E = 1,5Y - 31,5$

IX вариант: $Q = 88; X = 52; E = 6Y + 4$

X вариант: $Q = 15; X = 5; E = 5Y - 10$

2. Используя данные из предыдущей задачи о количестве товаров, предназначенных для продажи или обмена, найти по формуле Фишера скорость денежного обращения. Зависимость между ценой и объёмом производства определяется функцией $P = f(Q)$.

I вариант: $M = 20; P = Q/2 + 3$

II вариант: $M = 25; P = 2Q - 10$

III вариант: $M = 100; P = Q/3 + 2$

IV вариант: $M = 45; P = 2Q - 67,5$

V вариант: $M = 10; P = 3Q + 5$

VI вариант: $M = 198; P = Q/5 + 2$

VII вариант: $M = 30; P = 3Q + 30$

VIII вариант: $M = 128; P = Q - 22$

IX вариант: $M = 160; P = 5Q + 10$

X вариант: $M = 40; P = 4Q + 20$

3. Во время второй мировой войны у Германии и Великобритании существовали планы применения «бумажного оружия». Обе страны напечатали денежные знаки другой страны и собирались выбросить их в большом количестве с самолетов над территорией противника. Ответьте письменно, почему это могло оказаться эффективным оружием?