

# Экономическая теория, модуль 1

## Тема 3. Основы рыночного хозяйства

---

Жилина Лилия Николаевна, доцент кафедры МБФ

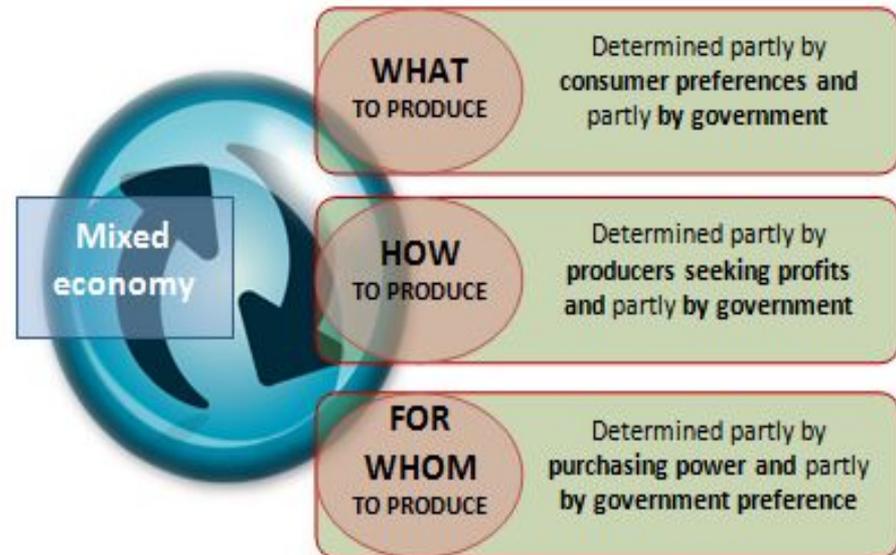
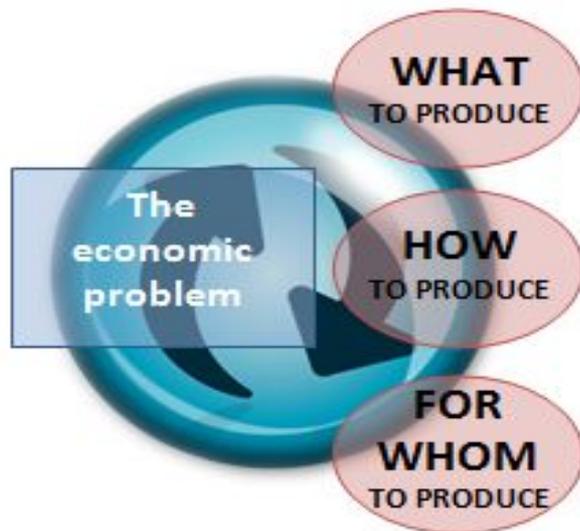
Ауд.1506, тел. 240-41-93

[liliya.zhilina@vvsu.ru](mailto:liliya.zhilina@vvsu.ru)



# Рассматриваемые вопросы

- Рынок как экономическая категория. Условия функционирования рынка.
- Функции рынка и его роль в общественном производстве. Субъекты и объекты рынка. Структура и инфраструктура рынка, основные элементы инфраструктуры.
- Товарный обмен и товарное обращение. Деньги как важнейший элемент товарно-денежных отношений. Эволюционная концепция происхождения денег. Функции денег. Закон денежного обращения.
- Особенности развития рыночных отношений в России.



# Определения понятия рынка

- Стихийный порядок.
- Институт / механизм взаимодействия покупателей и продавцов товаров и услуг.
- Взаимная передача прав собственности.
- Механизм перераспределения доходов в пользу лучше хозяйствующих субъектов.
- Способ взаимодействия производителей и потребителей на основе безличностного механизма ценовых сигналов при регулирующем воздействии институциональных норм и правил.
- Совокупность трансакций / товарно-денежных отношений.

# Условия возникновения товарного (рыночного) хозяйства

- общественное разделение труда;
- экономическое обособление производителей:
  - собственные экономические интересы;
  - *обособление* производственных факторов и фондов;
  - отношения экономических субъектов на принципах эквивалентности и возмездности;
  - готовность к обмену при помощи рынка.

# Главные черты рыночной экономики

- Частная собственность.
- Свобода выбора потребителя.
- Личная выгода.
- Саморегулирование.
- Вмешательство государства по необходимости.

# Условия функционирования рынка

- экономическая свобода производителей (продукт, цены, прибыль...);
- наличие потребностей в конкретных благах;
- наличие платежеспособного спроса;
- отсутствие командной роли государства по отношению к субъектам рынка;
- наличие рыночной инфраструктуры (в том числе законов и независимого судопроизводства);
- достаточное число производителей благ, конкуренция между ними.

# Конкуренция

- борьба участников рынка за лучшие условия производства и реализации продукции;
- движущий механизм рынка;
- фактор внутреннего развития производителей.

# Виды конкуренции

- внутриотраслевая и межотраслевая;
- ценовая и неценовая;
- совершенная и несовершенная.

Ценовая конкуренция – на основе снижения затрат производства и цен; используются демпинг, ценовая дискриминация, дифференциация качества товара.

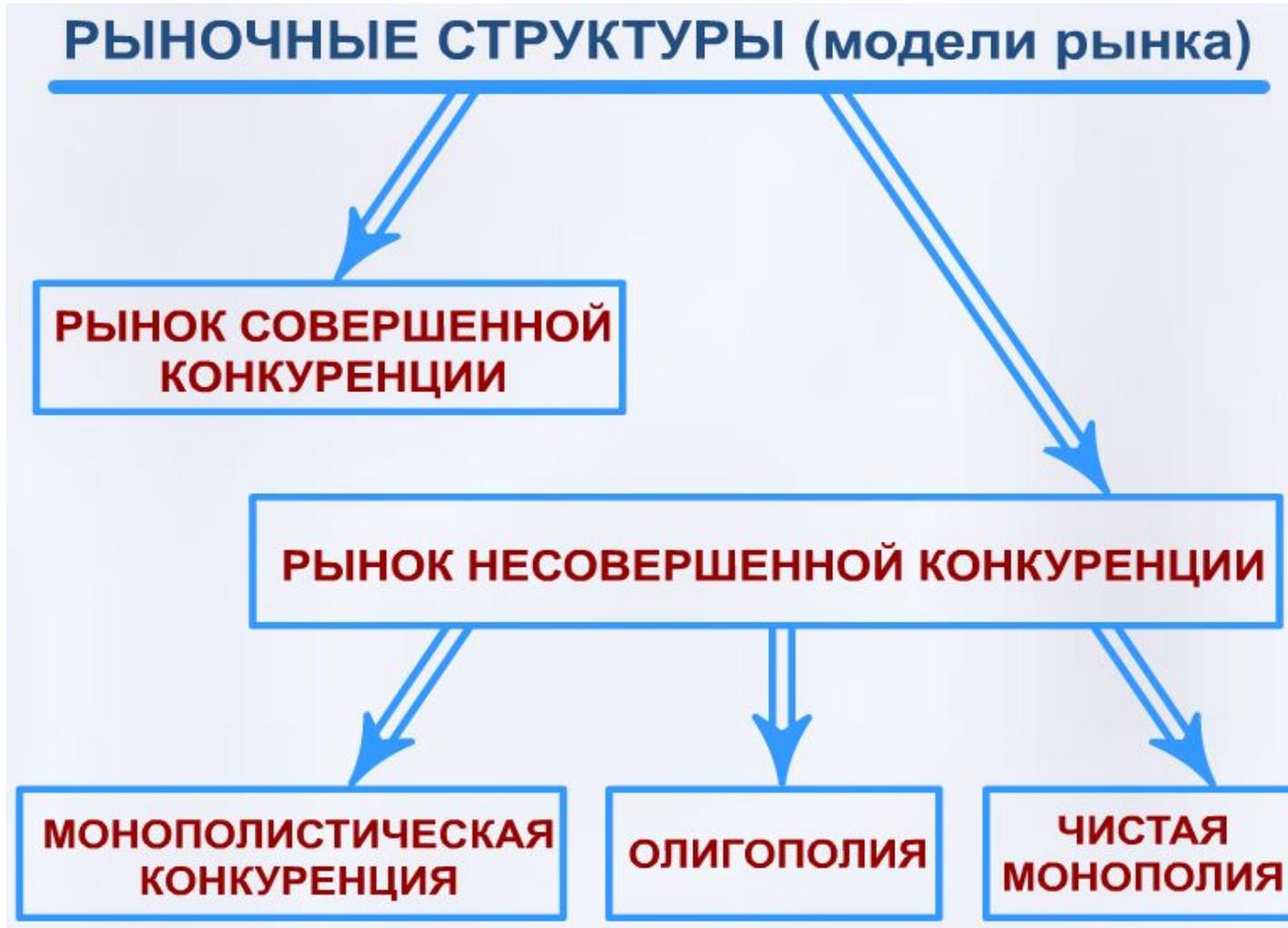
Неценовая конкуренция – на основе технического превосходства, высокого качества и надежности товаров и услуг, улучшения методов продаж и условий оплаты.

- Совершенная конкуренция - влияние каждого субъекта рыночной экономики на общую ситуацию незначительно.

Несовершенная конкуренция - возможен контроль над определенной долей рынка.



# Модели рынка



# Характеристика основных моделей рынка

Признаки	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
<i>Количество фирм</i>	Множество	Много	Несколько	Одна фирма
<i>Тип продукции</i>	Однородная, стандартизированная	Мнимая или действительная дифференциация	Однородная или дифференцированная	Уникальная продукция
<i>Степень контроля над ценой</i>	Отсутствует контроль	Слабый, незначительный контроль	Частичный контроль	Высокая степень контроля
<i>Условия вступления в отрасль</i>	Ограничений нет, равный доступ к информации	Относительно легкие, удовлетворительный доступ к информации	Ограничен доступ на рынок и к информации	Доступ на рынок блокирован
<i>Неценовая конкуренция</i>	Отсутствует	Используются реклама, торговые марки и товарные знаки	Используется в значительной степени	Создание благоприятного имиджа фирмы
<i>Примеры</i>	Фермерские хозяйства	Розничная торговля, производство одежды, обуви, косметики, мебели и т.д.	Автомобилестроение, авиационная, химическая, нефтяная, электронная промышленность и т.д.	Компании коммунального хозяйства



# Функции рынка

- Информационная.
- Ценообразующая.
- Регулирующая.
- Координирующая.
- Посредническая.
- Стимулирующая.
- Санирующая.

# Рынок формирует

- конкурентную среду;
- хозяйственные пропорции;
- системность производственных сил;
- восприимчивость к техническому прогрессу;
- условия реализации экономических интересов;
- ценовую оценку результатов деятельности;

# Субъекты рынка

- домашние хозяйства;
- бизнес;
- правительство;
- заграница.

Продавцы и покупатели; потребители и производители; предприниматели и наемные работники; владельцы ссудного капитала и собственники ценных бумаг и т.п.

# Объекты рынка

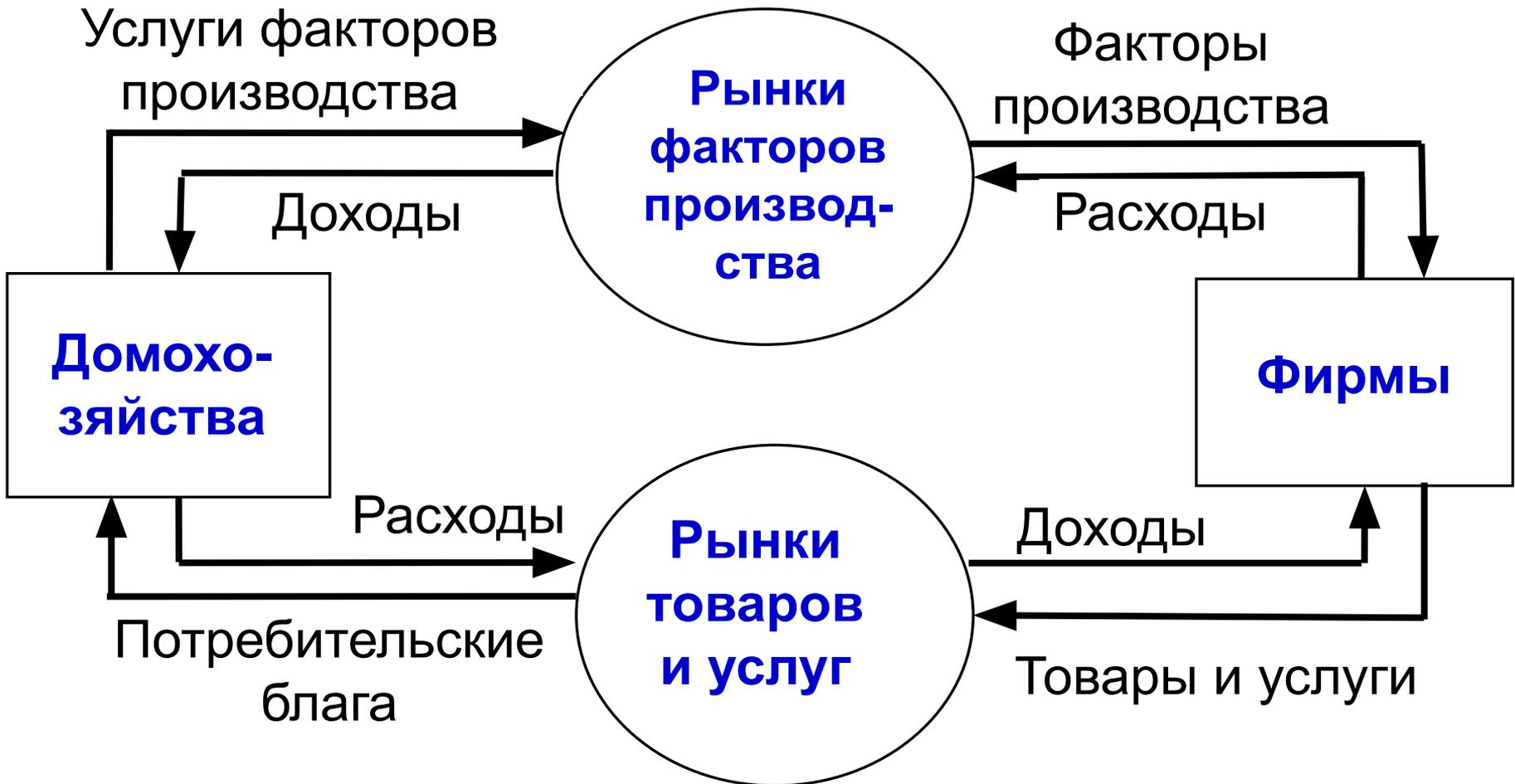
то, вокруг чего складываются отношения купли  
продажи

- средства производства;
- продукты труда;
- научные идеи;
- рабочая сила;
- информация;
- ценные бумаги;
- валюта.....

# Рабочая сила как объект рынка

- совокупность физических и интеллектуальных способностей человека к труду;
- в условиях рыночной экономики – товар;
- создает стоимость большую, чем он сам стоит (чем оценивает его работодатель);
- стоимость рабочей силы зависит от спроса (региона, отрасли), степени развитости социального партнерства, трудового законодательства;
- от рабочей силы зависит эффективность использования основных и оборотных фондов.

# Рыночный кругооборот



Упрощенная модель не учитывает накопление экономических благ и денег, экспорт и импорт товаров, услуг, капитала.

# Рыночная структура (два подхода)

1. Набор факторов, определяющих характер взаимодействия фирм: количество фирм в отрасли, число покупателей на рынке, тип продукции, соотношение ценовой и неценовой конкуренции, рыночная власть отдельного покупателя или продавца.
2. Совокупность отдельных рынков в пределах национальной экономики, мирового хозяйства и его отдельных регионов.

# Классификация рынков

## *По типу рыночной структуры*

- совершенная конкуренция
- монополистическая конкуренция
- олигополия
- чистая монополия

## *По объекту рыночных отношений*

- товарный
- финансовый
- труда

## *По территориальному признаку*

- местный (локальный)
- региональный в стране
- национальный
- региональный между странами
- мировой

## *По степени насыщенности*

- равновесный
- дефицитный
- избыточный

## *По механизму функционирования*

- равновесный (спроса = предложению)
- дефицитный (спрос > предложения)
- избыточный (предложение > спроса)

# Инфраструктура рынка

- «Инфраструктура» - "infra" - ниже, под; "structura" - строение, расположение.
- Бывает: производственная, социальная.
- Например, совокупность отраслей, обслуживающих функционирование материального производства.
- **Рыночная инфраструктура**: совокупность организационно-правовых и экономических отношений.

# Элементы рыночной инфраструктуры

- биржи (товарные, сырьевые, фондовые, валютные, труда);
- аукционы, ярмарки, выставочные комплексы;
- кредитная система и коммерческие банки;
- эмиссионная система и эмиссионные банки;
- система регулирования занятости населения;
- информационные технологии, средства деловой коммуникации;
- налоговая система;
- система страхования хозяйственных рисков;
- рекламные агентства, средства массовой информации;

# Элементы рыночной инфраструктуры (продолжение)

- торговые палаты, общественные, добровольные и государственные ассоциации деловых кругов;
- таможенная система;
- профсоюзы работающих по найму;
- система профессионального образования;
- аудиторские компании;
- консалтинговые компании;
- общественные и государственные фонды стимулирования деловой активности;
- специальные зоны свободного предпринимательства.

# РЫНОЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Основные части

## МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

ИНФРАСТРУК-  
ТУРА РЫНКА  
ТРУДА

ИНФРАСТРУК-  
ТУРА РЫНКА  
КАПИТАЛА

ИНФРАСТРУК-  
ТУРА РЫНКА  
ЗЕМЛИ

ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА  
ТОВАРОВ И УСЛУГ

# Преимущества рыночного механизма

- Эффективное распределение ресурсов.
- Свобода выбора потребителей и производителей.
- Адаптивность к меняющимся условиям.
- Эффективное внедрение результатов НТП.
- Заинтересованность в расширении ассортимента продукции.
- Стремление к расширению доли на рынке и диверсификации рыночных сегментов.
- Наличие действенных стимулов к повышению качества продукции.

# Недостатки рыночного механизма



Ограниченность стимулов производства общественных благ, соблюдения общественных интересов, охраны окружающей среды, сохранения невозпроизводимых ресурсов.

# Внешние эффекты и провалы рынка

- **Внешние эффекты (экстерналии)** – воздействие рыночной трансакции на третьих лиц, не опосредованное рынком (Артур Пигу, «Теория благосостояния», 1920).
- Например, экономическая деятельность предпринимателя влияет на уровень производства других предпринимателей.
- При наличии внешних эффектов рыночное равновесие перестаёт быть эффективным: появляется «мертвый груз» (Deadweight Loss), нарушается эффективность по Парето, возникает **фиаско (провалы) рынка**.

# Виды экстерналий

- По результатам воздействия на субъект: отрицательные, положительные.
- По направлениям действия: производственные, потребительские, смешанные.
- По характеру воздействия на субъект: технологические, денежные.
- По степени воздействия на субъект: предельные, интрамаржинальные (мало влияющие).
- По влиянию на благосостояние других лиц: Парето-непротиворечивые, Парето-противоречивые.
- По способу трансформации внешних эффектов: устраняются при государственном регулировании, путем переговоров.

# Формы рыночных отношений помимо товарообмена

- арендные отношения;
- взаимоотношения совместных предприятий с зарубежными фирмами;
- наем рабочей силы через биржу труда;
- кредитные отношения;
- процесс функционирования рыночной инфраструктуры управления, включающей в себя товарные, фондовые, валютные биржи и другие подразделения.

# Товарообмен и товарное обращение

- **Натуральное хозяйство** – продукты труда производятся для удовлетворения собственных потребностей производителя.

**В основе товарообмена — товары.**

**Форма: Т (товар) — Т (товар).**

- **Товарное производство (рыночное хозяйство)** – продукты производятся обособленными специализирующимися товаропроизводителями. Отношения обмена продуктами (купля-продажа на рынке) опосредуются денежным эквивалентом

**Товарное обращение**

**Форма: Т (товар) — Д (деньги) — Т(товар).**



# Сущность денег

- Историческая категория товарного производства, в которой проявляются экономические отношения между людьми.
- При помощи денег осуществляются взаимосвязи между участниками рыночного хозяйства.
- Деньги – всеобщий эквивалент товаров, форма меновой стоимости. Определяют меновые пропорции.

# Две основные концепции происхождения денег

## **Эволюционная концепция (К. Маркс):**

- Деньги - объективный результат развития процесса товарного обмена, который независимо от желания людей, постепенно привел к стихийному выделению из общей массы товаров специфического товара, который начал выполнять денежные функции.

## **Рационалистическая концепция, субъективистско-психологическая (Аристотель):**

- Деньги стали деньгами не по своей внутренней природе, а в силу закона, поэтому люди могут изменить этот закон и сделать деньги бесполезными.

# ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ДЕНЕГ



**МЕРА  
СТОИМОСТИ**



**СРЕДСТВО  
ОБРАЩЕНИЯ (ОБМЕНА)**



**СРЕДСТВО ПЛАТЕЖА**



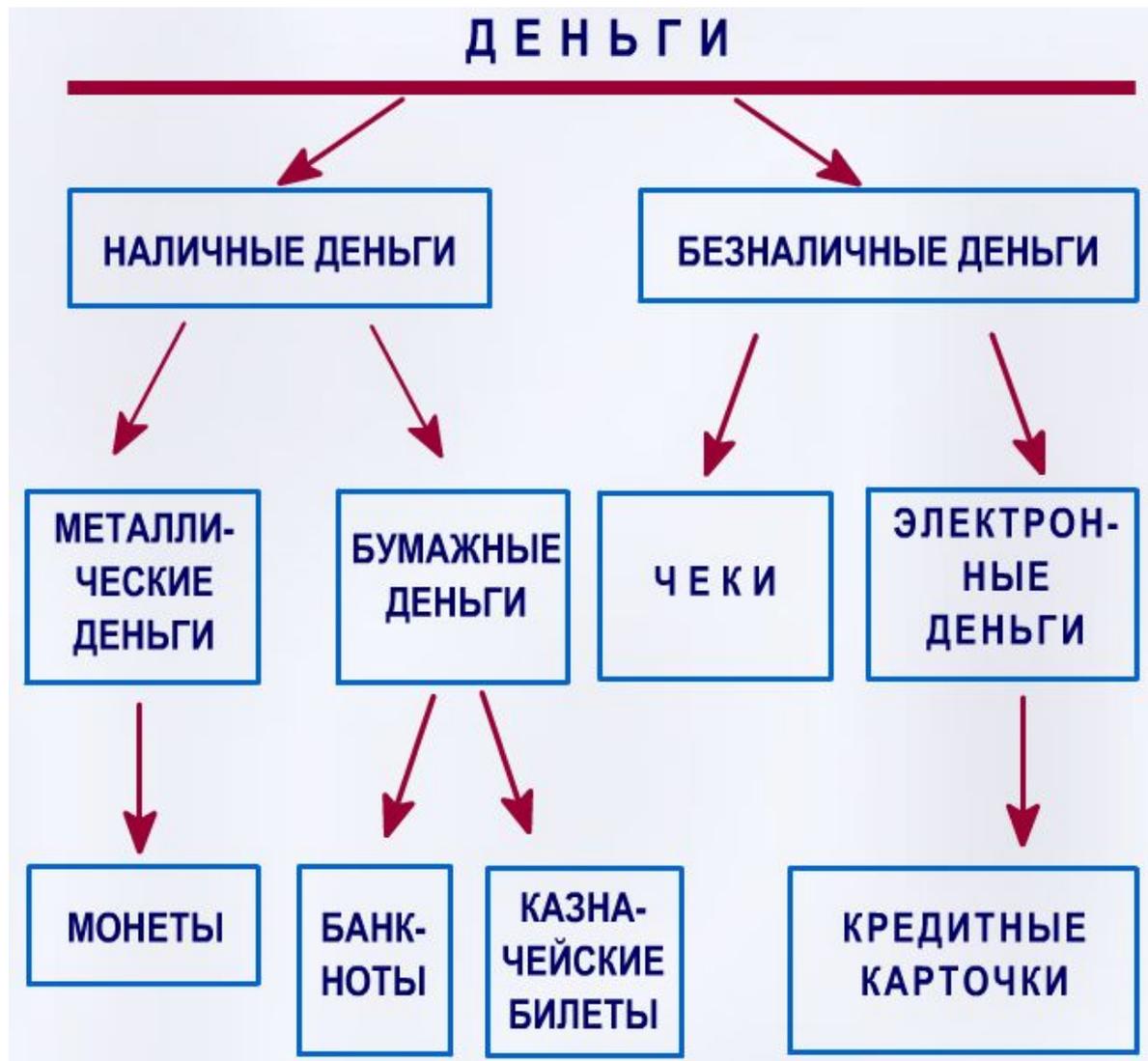
**СРЕДСТВО НАКОПЛЕНИЯ  
И СБЕРЕЖЕНИЯ**



**МИРОВЫЕ ДЕНЬГИ**



# Основные виды денег



# Уравнение обмена Ирвинга Фишера

«Покупательная сила денег», 1911

- Чтобы обслужить обращение товаров, необходима определенная сумма денег.

$$M = \frac{P \times Q}{V}$$

$M$  – масса денег для нормального денежного обращения;

$P$  – средний уровень цен товаров и услуг;

$Q$  – общий объем товаров и услуг за год;

$V$  – скорость обращения денег (число раз, которое каждая денежная единица участвовала в сделках в течение года).



# Формула количества денег в обращении



# Структура основных денежных агрегатов



# Примеры тестовых вопросов

**К условиям возникновения рынка не относится ...**

- разделение труда
- обособленность хозяйствующих субъектов
- функционирование института государства
- свобода осуществления предпринимательской деятельности

**К функциям рынка относится функция ...**

- налоговая
- ценообразующая
- предоставления общественных благ
- распределительная

**К недостаткам рынка относят ...**

- независимость производителей и потребителей в принятии решений
- отсутствие ориентации на производство социально-необходимых товаров
- адаптацию к изменяющимся условиям производства
- способность удовлетворять разнообразные потребности

**К объектам рынка относят ...**

- домашние хозяйства
- капитал
- продавцов
- покупателей

# Примеры тестовых вопросов

## К субъектам рынка можно отнести ...

- недвижимое имущество индивидуального предпринимателя Дмитриева
- индивидуального предпринимателя Дмитриева
- деньги на банковском счету индивидуального предпринимателя Дмитриева
- сотовые телефоны, продаваемые индивидуальным предпринимателем Дмитриевым

## К признакам совершенной конкуренции относят ...

- ценовую дискриминацию покупателей
- отсутствие контроля над рыночной ценой товара
- полный контроль над рыночной ценой товара
- дифференциацию товара

## Несовершенная конкуренция характеризуется ...

- отсутствием контроля над рыночными ценами
- неограниченным числом участников хозяйственных отношений
- наличием асимметрии информации
- полной мобильностью факторов производства

## К естественной монополии можно отнести рынок \_\_\_\_\_ услуг.

- страховых
- жилищно-коммунальных
- строительных
- медицинских

# Примеры тестовых вопросов

**К рынку факторов производства относится рынок ...**

- рабочей силы
- товаров и услуг
- одежды
- сельскохозяйственной продукции

**Примером неценовой конкуренции может служить ...**

- продажа стиральной машины с оказанием бесплатных услуг по доставке и установке
- продажа черного хлеба в ларьке по цене ниже, чем в ближайшем магазине
- установление разной стоимости билетов в музей для школьников, студентов, работающих граждан и иностранцев
- продажа зерна на внутреннем сельскохозяйственном рынке по цене выше, чем на внешнем рынке

**Неценовая конкуренция не предполагает ...**

- снижение уровня цен на товар
- дифференциацию товара
- улучшение качества товара
- дифференциацию методов сбыта товара

**Недобросовестная конкуренция не предполагает ...**

- соблюдения правовых норм во взаимоотношениях с партнерами
- осуществления демпинга
- незаконного использования товарной марки
- распространения ложной информации о товаре конкурента

