

Общая характеристика рыночной экономики

- Характерные черты рыночной экономики. Виды рынков
- Товарное производство
- Деньги: сущность, функции и виды
- Кругооборот товара и денег

Основные черты рыночной экономики

- рыночная экономика — это экономика, базирующаяся на частной собственности, которая обеспечивает экономическую свободу субъектов экономических отношений, и на рыночном механизме координации их действий.
- В рыночной экономике хозяйствующие субъекты принимают решения самостоятельно и независимо друг от друга. Рыночный механизм согласовывает, координирует эти решения, посредством рынка бесчисленные индивидуальные, свободно выбранные решения учитываются, суммируются, взаимно уравновешиваются и направляются на удовлетворение общественных потребностей

Основные черты рыночной экономики

- Наличие разнообразных и равноправных форм частной собственности, обеспечивающих экономическую самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов.
- Экономическая свобода дает производителю возможность выбора видов и форм деятельности и осуществление этой деятельности в любой допускаемой законом форме, а для потребителя — возможность в пределах своих денежных доходов для удовлетворения своих потребностей покупать те товары и услуги, которые они считают необходимыми. Свобода потребительского выбора имеет в рыночной экономике особое значение, ибо свобода предпринимательства производна, она определяется потребительским выбором.

Основные черты рыночной экономики

- Саморегулирование хозяйственной деятельности. Рыночный механизм обеспечивает самонастройку экономических процессов на рациональный, эффективный режим хозяйствования;
- Всеобщность рынка – проникновение рыночных отношений во все сферы общественного производства. Объектами купли-продажи в рыночной экономике являются земля и природные ресурсы, деньги, валюта, ценные бумаги, информация, труд и т.д.

Основные черты рыночной экономики

- Контрактные (договорные) отношения между взаимодействующими экономическими субъектами. Отношения между последними устанавливаются не государственными планами, программами, приказами, а самостоятельно и добровольно на основе договоров, контрактов, соглашений. При этом договор – это не только юридически оформленный документ, но практически любое экономическое действие (покупка товара в розничном магазине – это контракт между продавцом, который должен предоставить товар, и покупателем, который должен его оплатить)
- Экономическая ответственность. В условиях рыночной экономики всякое предприятие функционирует на началах самофинансирования, самообеспечения и, естественно, само отвечает по своим обязательствам принадлежащим ему имуществом, денежными активами.
- Конкуренция, состязательность, объективно порождаемая свободой предпринимательства, свободой выбора и личным интересом.

Рыночная инфраструктура

- Необходимым условием нормального функционирования рынков является наличие рыночной инфраструктуры – совокупности отраслей, систем, фирм, опосредующих акты купли-продажи, совершаемые на рынке.

Основные элементы инфраструктуры современного рынка:

- – биржи (товарные, фондовые, валютные и т.п.);
- - аукционы, ярмарки и другие формы организационного небиржевого посредничества;
- – кредитная система и коммерческие банки;
- – государственные и негосударственные службы занятости;
- – информационные технологии и средства деловой коммуникации;
- – рекламные агентства;
- – торговые палаты;
- – аудиторские компании и т.д.

Основные черты рыночной экономики

- Свободное ценообразование. В рыночной системе цены никем не устанавливаются, они являются результатом взаимодействия спроса и предложения. Цена в рыночной экономике — это важнейший инструмент, который обеспечивает эффективное распределение ограниченных ресурсов общества в соответствии с его потребностями.

Товарное производство – условие и предпосылка существования рынка

- В самом общем виде рынок можно определить как социально-экономический институт, позволяющий устанавливать непосредственные связи между производителями (продавцами) и потребителями (покупателями).
- Необходимая и безусловная предпосылка существования рынка – это товарный характер производства.
- Хозяйственная практика знает два основных типа производства: натуральное и товарное.

Натуральное производство

- Натуральное – производство, в котором продукты создаются для внутрихозяйственного потребления, для удовлетворения личных потребностей самого производителя. Для натурального хозяйства характерна замкнутость, ограниченность, традиционность и разобщенность производства, рутинная техника и медленное развитие производства.

Товарное производство

- Товарное – производство, в котором продукты создаются для обмена самостоятельными, друг от друга не зависящими, обособленными производителями.
- Результатом товарного производства является товар – продукт, предназначенный для продажи
- Однако товарами могут быть не только продукты производства, но и любые ограниченные блага, если они выступают объектами обмена между людьми (продукты природы, интеллектуальные способности, деньги и т.п.).
- Таким образом, товар – это экономическое благо, предназначенное для обмена путем купли-продажи.

Товар

- Товар обладает двумя свойствами:
- полезностью (потребительной стоимостью) – способностью удовлетворять какую-либо потребность людей и
- ценой, характеризующей пропорции обмена данного товара на другой товар (деньги).
- Товары удовлетворяют потребности не тех людей, которые их произвели, а потребности других людей, к которым товар поступил в результате обмена.

Общественное разделение труда

- Первым необходимым условием возникновения и существования товарного производства, а следовательно, и рынка, является общественное разделение труда – обособление различных видов производственной деятельности.
- Общество состоит из разнородных единиц, каждая из которых специализируется на производстве отдельных продуктов (благ).
- В основе специализации лежит принцип сравнительных преимуществ, согласно которому хозяйствующий субъект специализируется на производстве тех продуктов, сравнительные (относительные) издержки производства которых ниже.

Экономическая самостоятельность производителя

- Второе условие возникновения и существования товарного производства — это экономическая (хозяйственная) самостоятельность производителей, дающая им возможность принимать независимые решения по поводу того, что, как и для кого производить.
- Такую независимость дает частная собственность.
- Специализация на производстве определенного продукта и частная собственность на него делают необходимым обмен производимыми продуктами.

Обмен

- Таким образом, третьим условием существования товарного производства является обмен как форма связи между специализированными и обособленными производителями.
- Потребитель получает большинство необходимых ему товаров (и услуг) в результате обмена, купли-продажи. Если такой обмен осуществляется по взаимному желанию двух сторон, без принуждения, то между производителями и потребителями возникают отношения свободного обмена. Это и есть рынок.

Деньги

- В теории рыночной экономики под деньгами понимается все то, что принимается продавцами для оплаты товаров и услуг, или все то, что выполняет функции денег.
- Отличительной особенностью денег является их абсолютная ликвидность. Вообще ликвидность — это возможность использования актива в качестве платежного средства. Актив — это всякая собственность, имеющая стоимостную оценку: акции, облигации, недвижимость и т.п. Ликвидность связана с издержками обмена. Чем меньше издержки обмена (потери при обмене), чем полнее сохраняется номинальная стоимость актива, тем выше его ликвидность.
- Издержки обмена денег равны нулю, т.е. они непосредственно, в своей первичной, исходной форме, без всяких преобразований, сохраняя свою нарицательную стоимость, способны быть средством платежа, расчетов.
- Итак, деньги — это абсолютно ликвидное средство обмена.

Деньги

- Деньги – неотъемлемый элемент нашего повседневного бытия. Современный человек не может представить себе рыночную экономику без денежного обращения.
- Деньги – продукт исторического развития, в процессе которого прошли серьезную эволюцию:
 - товарные деньги (раковины, какао-бобы, ювелирные украшения, золото и серебро и т.д.);
 - символические деньги (бумажные деньги, разменные монеты);
 - кредитные деньги (обязательства физических лиц, юр.лиц).
- Деньги – от тюркского «тенге» - первоначально мелкая серебряная, а затем медная монета в странах Востока. Деньги – важнейшая макроэкономическая категория, позволяющая анализировать инфляционные процессы, циклическое колебание, механизм достижения равновесия в экономике, согласованность работы товарного и денежного рынков и т.д.

Деньги обладают абсолютной ЛИКВИДНОСТЬЮ.

- Наиболее характерна черта денег — их высокая ликвидность, т.е. способность быстро и с минимальными издержками обмениваться на любые другие виды активов.
- Бумажные деньги — редкое благо.
- Современная денежная система носит фидуциарный характер (от лат. «*fiducia*» — сделка, основанная на доверии).
- Роль денег — единая мера ценности всех других товаров.

Сущность денег

Сущность денег проявляется в их функциях:

- средство обращения;
- мера стоимости;
- средство сбережения (накопления);
- средство платежа;
- мировые деньги.

Деньги как средство обращения

- Обмен товарами и услугами между людьми, предприятиями, странами осуществляется с помощью денег, т.е. деньги выступают посредниками при обмене.
- Обмен с помощью денег позволяет преодолеть те границы (индивидуальные, временные и пространственные), которые порождает бартерный обмен. При обмене с помощью денег не требуется взаимного совпадения потребностей двух обменивающихся товаровладельцев, появляется возможность "разорвать" акт купли-продажи во времени и пространстве.
- Особенностью денег как средства обращения является то, что они реально должны использоваться при обмене и постоянно перемещаются от одной сделки к другой, что порождает возможность использования при обмене товарами неполноценных денег, то есть денег, своей вещественной стоимости не имеющих.

Деньги как средство обращения

- Деньги – посредники в товарообменных сделках.
- $T - T$ - формула бартерного обмена
превращается в $\rightarrow$
- $T - D - T$ - формулу товарного обмена
- ($D - T - D'$ - деньги, описывающие в своем движении этот последний цикл – $T - D'$ - превращаются в капитал, К. Маркс).
- Первоначально в функции средства обмена выступали реальные товарные деньги (слитки золота и серебра) $\rightarrow$ позднее перешли к использованию монет $\rightarrow$ бумажные купюры различного достоинства.
- Первые бумажные деньги появились в 910 г. в Китае.
- В России бумажные деньги (назывались ассигнациями) были выпущены при Екатерине II (1762-1796).

Деньги как мера стоимости

- Функция меры стоимости позволяет измерить, сосчитать, учесть количество и даже качество различных товаров в одних и тех же денежных единицах. Возможность измерения и сопоставления товаров является первейшим условием эквивалентности, равенства обмена.
- Функцию меры стоимости деньги выполняют с помощью масштаба цен — денежной единицы, устанавливаемой в законодательном порядке каждой страной. Подобно тому, как длина измеряется в метрах, а вес — в килограммах, так для соизмерения стоимости (цен) используются определенные денежные единицы. В разных странах используется различный масштаб цен — разные денежные единицы (рубли, доллары, иены, тугрики и т.д.).

Деньги как средство накопления

- Наконец, третья функция денег — это их функция как средства сбережения, накопления. В этой функции отражена способность денег в любое время выступить как платежное средство.
- Противоречие между качественной неограниченностью денег (как средства платежа) и их количественной ограниченностью стимулирует их накопление. Выходя на некоторое время из сферы обращения, деньги накапливаются, превращаясь в средство будущих платежей.

Деньги как средство платежа

- С помощью денег осуществляется продажа в кредит, в долг.
- В этой роли деньги используются, когда наблюдается несовпадение по времени покупок и продаж, т.е. товары продаются в кредит.

Мировые деньги

- Платежные средства, используемые в международных расчетах.
- Развитие товарного производства и выход товарного обмена за пределы национальных границ являются материальной предпосылкой появления такой функции денег.

Мировые деньги

- Функции мировых денег:
- 1) всеобщее платежное средство;
- 2) всеобщее покупательное средство;
- 3) всеобщая материализация богатства.

Резервные валюты (ам.доллар, англ.фунт стерлингов, японская иена, евро, швейцарский франк).

Природа и характер денег

- В ходе развития общества менялись природа и характер денег.
- Принято выделять три основных вида денег: товарные, бумажные и современные кредитные деньги.

Товарные деньги

- Товарные деньги. В качестве денег использовался определенный товар, который получил общее признание как средство обмена. У разных народов в разные эпохи это были: скот, меха, ракушки, соль и т. п. Затем на несколько тысячелетий функции денег монополизировали благородные металлы — золото и серебро. Выполнению золотом и серебром функций денег способствовали такие их физические свойства, как однородность, делимость, сохраняемость, редкость, портативность.

Бумажные деньги

- Бумажные деньги – это надлежащим образом оформленные листки бумаги, выполняющие функции денег. Бумажные деньги – казначейские билеты – выпускались государством для покрытия государственных расходов; своей вещественной стоимости они практически не имели и наделялись государством принудительной силой хождения, т.е. были обязательны для приема во всех платежах и расчетах.
- Бумажным деньгам была свойственна неустойчивость, склонность к обесценению, так как они не связаны с потребностями товарооборота, а выпускались для финансирования государственных расходов.

Кредитные деньги

- Кредитные деньги — это деньги, возникшие на основе развития кредитных отношений и отражающие взаимоотношения кредитора и заемщика. Они выпускаются в связи с кредитными операциями и обусловлены потребностями реального товарооборота, т.е. обеспечением кредитных денег служит реальный объем производства.
- Кредитные деньги в современном мире могут иметь вид наличных и безналичных денег.

Банкноты

- Наличные кредитные деньги представлены банкнотами — неразменными на золото долговыми обязательствами государственных центральных банков. Банкноты не имеют принудительной силы хождения, они выпускаются в порядке кредитования товарооборота страны Центральным государственным банком и имеют товарное покрытие.

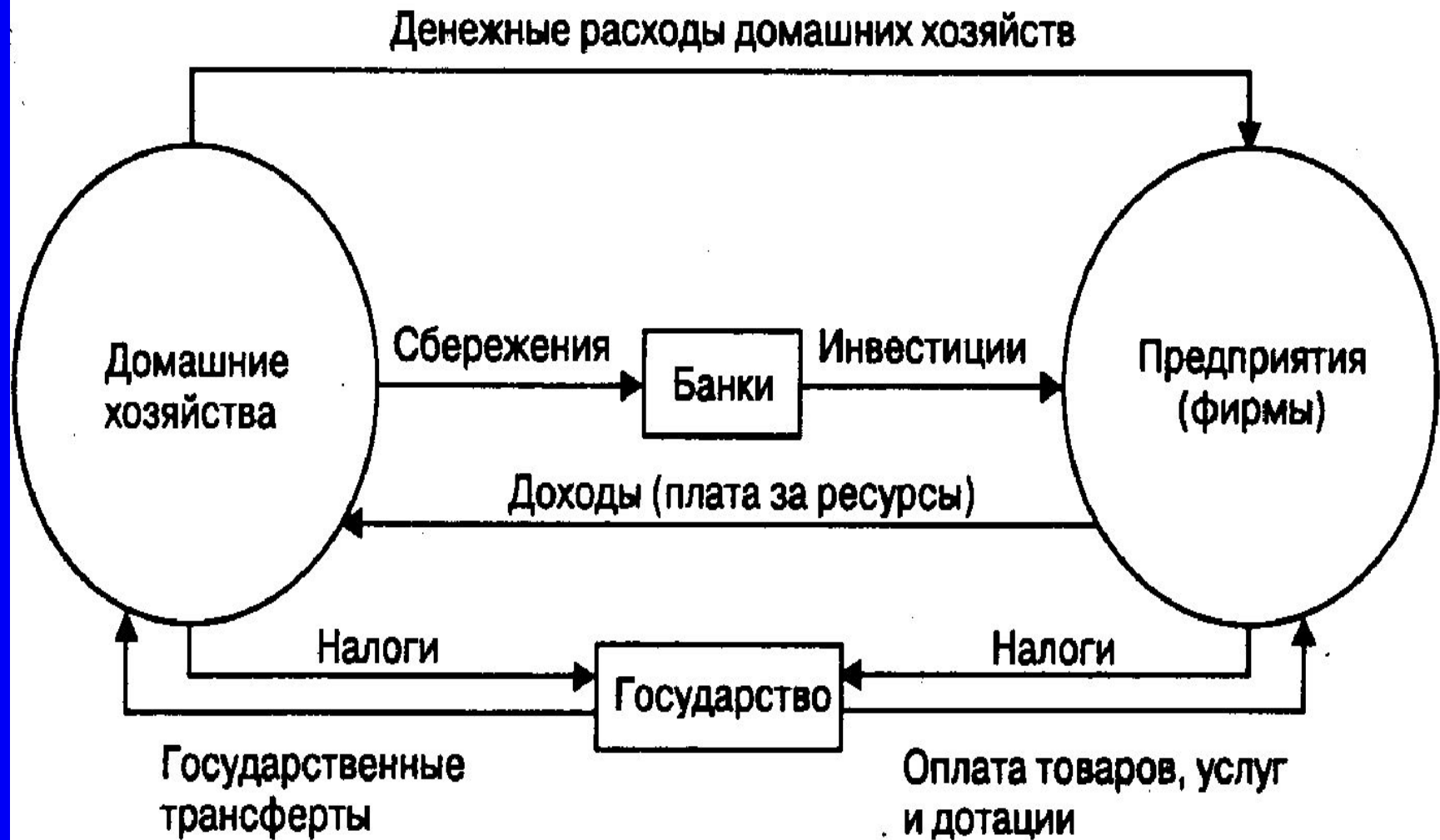
Безналичные кредитные деньги

- Безналичные кредитные деньги – это банковские депозиты (вклады)
- Деньги, которые существуют только в виде записей в бухгалтерских книгах банков (расчетные, текущие, сберегательные и т. п. счета физических и юридических лиц).
- Деньги, хранящиеся в банках, фактически предоставляются их собственниками в кредит банкам и потому являются долговыми обязательствами коммерческих банков.
- Компьютеризация банковского дела привела к возникновению электронных денег и кредитных карточек.

К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю

- Деньги заколдовывают людей. Из-за них они мучаются, для них они трудятся. Они придумывают наиболее искусные способы потратить их.
- Деньги – единственный товар, который нельзя использовать иначе, кроме как освободиться от них. Они не накормят вас, не оденут, не дадут приюта и не развлекут до тех пор, пока вы не истратите или не инвестируете их.
- Люди почти все сделают для денег, и деньги почти все сделают для людей. Деньги – это пленительная, повторяющаяся, меняющая маску загадка".

Кругооборот товара и денег



Кругооборот товара и денег

- На схеме кругооборота функционируют четыре участника экономических операций: домашние хозяйства, предприятия, государство, банки. Выпуск продукции разделен в соответствии с ее использованием на три части: потребление C (англ. consumption), государственные расходы G (англ. government), инвестиции I (англ. investment).

Конкуренция и монополия

- Одним из существенных признаков рынка является конкуренция – форма взаимного соперничества субъектов рыночного хозяйства и механизм регулирования общественного производства. Конкуренция между покупателями, между покупателями и продавцами, в результате которой формируется рыночная цена, конкуренция между продавцами – неотъемлемая черта рынка. На практике конкуренция между продавцами, предполагающая равные условия хозяйствования для всех, часто соседствует со своим антиподом – монополией, означающей господство на рынке отдельного продавца.

Конкуренция

- Самостоятельность, независимость, экономическая свобода субъектов рынка, предполагающая, в частности, свободу производителя в выборе вида, объема, цены выпускаемой продукции – основа конкуренции. Если каждый вправе свободно производить и продавать свой продукт, то на рынке оказывается множество производителей (продавцов) и между ними объективно возникает состязание, соревнование – конкуренция.

Конкуренция

- **Конкуре́нция** (лат. *concurrentia*, от лат. *concurro* — сбегаюсь, сталкиваюсь) — борьба, соперничество в какой-либо области.
- **Совершенная, свободная или чистая конкуренция** — экономическая модель, идеализированное состояние рынка — экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса — экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения. Другими словами это такой тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий.

Признаки совершенной конкуренции:

- бесконечное множество равноценных продавцов и покупателей
- однородность и делимость продаваемой продукции
- отсутствие барьеров для входа или выхода с рынка
- высокая мобильность факторов производства
- равный и полный доступ всех участников к информации

Недобросовестная конкуренция

- В случае, когда хотя бы один признак отсутствует, конкуренция называется несовершенной. В случае, когда эти признаки искусственно удаляются с целью занятия монопольного положения на рынке, ситуацию именуют недобросовестная конкуренция.
- В некоторых странах одним из широко используемых видов недобросовестной конкуренции является дача взяток. В некоторых странах одним из широко используемых видов недобросовестной конкуренции является дача взяток в явном и неявном виде различным представителям государства в обмен на различного рода преференции.

Модели рынка несовершенной конкуренции

Существует три основные структуры (модели) рынка несовершенной конкуренции:

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

Монополия

- Полной противоположностью конкуренции, ее антиподом является монополия (от итал. "моно" – один, "полео" – продаю).

Понятие "монополия" имеет двоякий смысл:

- – во-первых, под монополией понимается предприятие, которое занимает ведущее положение в определенной отрасли ("Кока-кола", "Ксерокс", "Форд" и др.);
- – во-вторых, под монополией понимается положение фирмы на рынке, позволяющее ей контролировать последний.

Монополия

- Монопольное положение на рынке может занимать не только крупное, но и небольшое предприятие, если только оно поставляет на рынок основную массу продукции данного вида; с другой стороны, крупное предприятие может и не быть монополистом на рынке, если его доля в общем объеме предложения невелика.
- Монополия является следствием самой конкуренции, которая объективно ведет к вытеснению из производства мелких или малоэффективных предприятий и концентрации производства на крупных. Сокращение числа продавцов позволяет им занять монопольное положение на рынке.

Виды монополий

- Естественная монополия — вид монополии, занимающий привилегированное положение на рынке в силу технологических особенностей производства (в связи с эксклюзивным обладанием необходимыми для производства ресурсами, крайне высокой стоимостью или исключительностью материально-технической базы). Чаще всего, естественные монополии — это фирмы, управляющие трудоёмкими инфраструктурами, повторное создание которых другими фирмами экономически неоправданно или технически невозможно (напр. системы водоснабжения, системы электроснабжения, железные дороги).
- Государственная монополия — монополия, созданная в соответствии с законодательством, определяющим товарные границы монопольного рынка, субъекта монополии (монополиста), формы контроля и регулирования его деятельности, а также компетенцию контролирующего органа.
- Чистая монополия — ситуация, когда на рынке присутствует только один поставщик данного вида товаров и услуг.

Чистая монополия

- Чистая монополия – это рынок, на котором функционирует один продавец. В условиях чистой монополии отрасль состоит из одной фирмы, т.е. понятие фирма и отрасль совпадают. Вхождение в отрасль для других фирм блокировано.
Препятствием для вхождения в отрасль могут быть:
 - – низкие издержки производства крупной фирмы, монополизировавшей рынок (эффект масштаба);
 - – наличие государственных патентов и лицензий;
 - – исключительные права на важнейшие источники сырья;
 - – предоставление правительством одной фирме статуса единственного продавца (транспортные услуги, связь, газоснабжение).
- Условием существования чистой монополии является уникальность предлагаемой продукции, отсутствие близких заменителей.
- Чистая монополия в масштабах национального хозяйства – явление редкое, однако она достаточно широко представлена на местных рынках. Практически в любом городе один продавец продает электроэнергию, обеспечивает водоснабжение, оказывает телеграфные услуги, обеспечивает транспортные перевозки и т.д. В связи с тем, что чистая монополия не просто ограничивает, а фактически ликвидирует конкуренцию,
- государство в отношении чистых монополий проводит антимонопольную политику.

Олигополия

- Олигополия (от греческого олиго — немногие и полео — продаю) — это рынок, на котором доминирует несколько крупных фирм. (Так, например, в США имеется 9 фирм-продавцов жевательной резинки, на долю которых приходится 95% годовых продаж.) Четкого количественного критерия олигополии в виде числа фирм нет, но обычно оно колеблется от трех до десяти. Олигополия, состоящая из 3—4 фирм, называется "жесткой"; состоящая из 4—9 фирм, на долю которых приходится 70—80% рынка, называется "аморфной". Олигополия может существовать на рынке стандартизированной продукции (нефть, цемент) или на рынке дифференцированной продукции (автомобили, бытовая техника).
- Различают олигополию сбалансированную (несколько фирм одинакового размера) и асимметричную (один продавец-лидер и ряд небольших продавцов).

Олигополия

- Фирмы, функционирующие на олигополистическом рынке, получают высокие прибыли потому что, как и в случае чистой монополии, вхождение в отрасль для фирм-аутсайдеров затруднено.
- Характерной особенностью олигополистического рынка является взаимозависимость фирм — любой из олигополистов находится под существенным воздействием поведения остальных фирм и вынужден учитывать эту зависимость. Результаты функционирования фирмы-олигополиста зависят не только от ее собственной политики, но и от решений ее конкурентов. Если одна фирма ("Кока-кола") снизит цену на свою продукцию, то другая фирма, функционирующая в этой отрасли ("Пепси-кола"), будет вынуждена также снизить цену своей продукции.
- Ценовая конкуренция среди олигополистов носит разорительный характер, поэтому фирмы стремятся к соглашению о ценах, смещая конкуренцию в направлении качества, рекламы, индивидуализации продукции.

Монополистическая конкуренция

- На рынке такого типа имеется множество продавцов, продающих однотипную, но дифференцированную продукцию (например, джинсы, зубная паста), в отношении которой продавец ведет себя как монополист.
- Продавцы самостоятельно определяют цену на свои товары, объемы продаж. Но поскольку продавцов аналогичной продукции много и объем продаж отдельной фирмой относительно невелик, постольку контроль фирмы над ценами ограничен.
- Основные методы конкуренции – товарные знаки, реклама, выделяющие различия товаров.
- Вход на рынок монополистической конкуренции относительно свободен.

Монополистическая конкуренция

- **Монополистическая конкуренция** — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции. Это распространённый тип рынка, наиболее близкий к совершенной конкуренции.
- Монополистическая конкуренция является не только наиболее распространённой, но и наиболее трудно изучаемой формой отраслевых структур. Для подобной отрасли не может быть построено точной абстрактной модели, как это можно сделать в случаях чистой монополии и чистой конкуренции. Многое здесь зависит от конкретных деталей, характеризующих продукцию и стратегию развития производителя, предсказать которые практически невозможно, а также от природы стратегического выбора, имеющейся у фирм данной категории.
- Примерами монополистических конкурентов служат небольшие сети магазинов, ресторанов, рынок сетевой связи и тому подобные отрасли.

Рынок с монополистической конкуренцией

Рынок с монополистической конкуренцией характеризуется следующими особенностями:

- Наличие множества продавцов и покупателей (рынок состоит из большого числа независимых фирм и покупателей), но не большего, чем при совершенной конкуренции.
- Невысокие барьеры для вступления в отрасль. Это не означает, что открыть монополистическую конкурентную фирму легко. Такие сложности, как проблемы с оформлением регистраций, патентов и лицензий имеют место быть.
- Чтобы выжить на рынке в долгосрочном периоде, монополистически конкурентной фирме необходимо производить разнородную, дифференцированную продукцию, отличающуюся от той, предлагаемой фирмами-конкурентами. Причем продукты могут отличаться один от другого по одному или ряду свойств (например по химическому составу);
- Совершенная информированность продавцов и покупателей об условиях рынка;
- Преимущественно неценовая конкуренция, крайне незначительно может влиять на общий уровень цен. Рекламирование продукции важно для развития.