

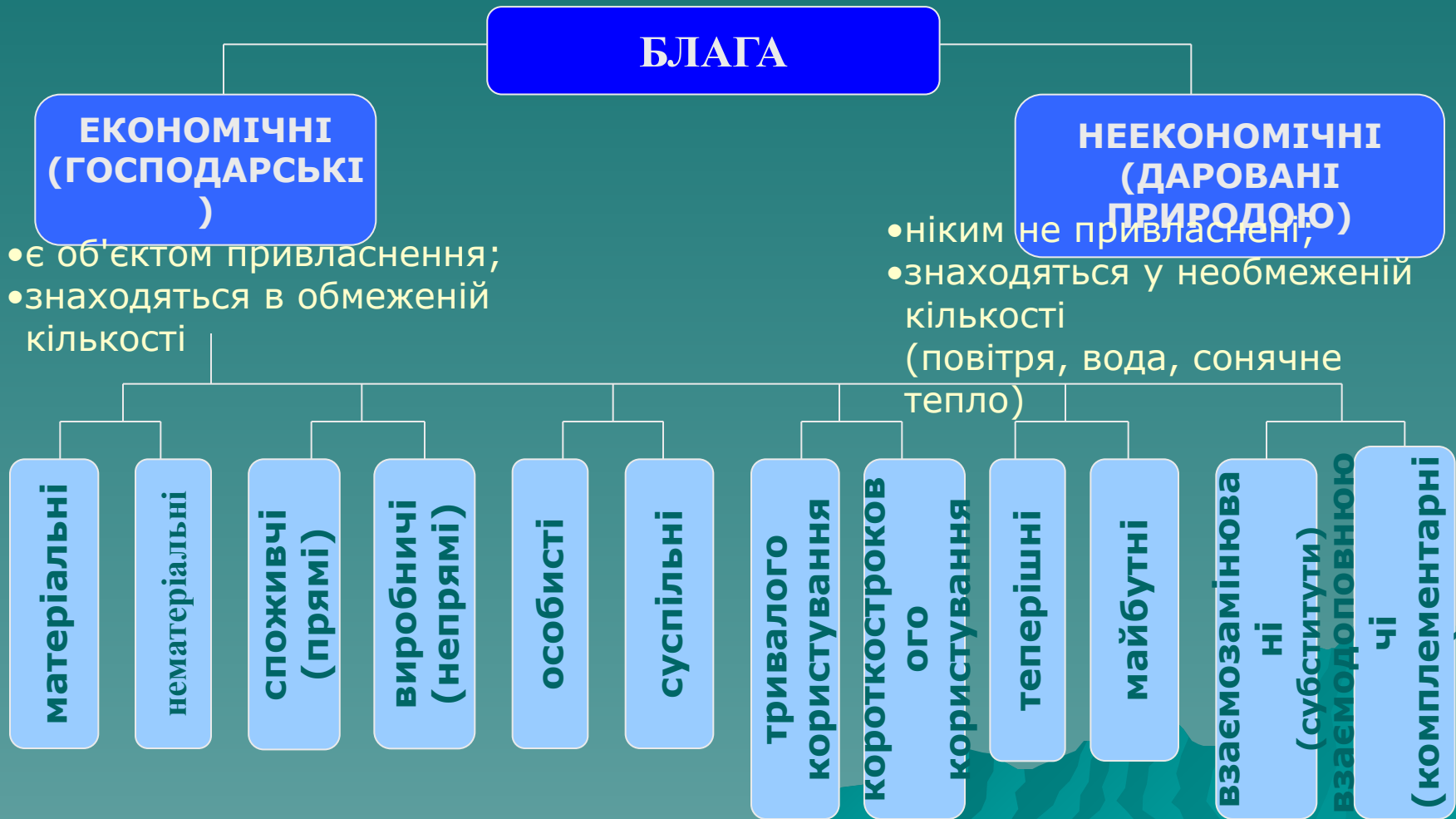
ТЕМА 5: ТОВАР І РИНОК

1. Економічні блага. Товар і його характеристика.
2. Гроші. Грошовий вимір вартості товару.
3. Сутність і функції ринку.
4. Попит, пропозиція та ринкова ціна.
5. Конкуренція, монополія, олігополія.



Економічні блага. Товар і його характеристика.

БЛАГО – всі бажані речі та явища, що задовольняють певні людські потреби і відповідають інтересам, цілям, уподобанням людей



СУСПІЛЬНІ БЛАГА –

- мають колективний характер;
- не можуть бути привласнені для індивідуального споживання;
- є неподільними;
- на них не поширюється принцип виключення.

ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СУСПІЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Натуральне

виробництво, за якого продукти праці призначаються для задоволення власних потреб виробництва, для споживання всередині господарства, що їх виробило

ознаки

- замкнутість економічної діяльності;
- слабо розвинутий суспільний поділ праці;
- прямі господарські зв'язки і натуральний обмін;
- робоча сила позбавлена мобільності, примусовий характер праці;
- малоефективне, консервативне, забезпечує повільний розвиток продуктивних сил

Товарне

форма організації виробництва, за якої продукти виробляються для обміну шляхом купівлі-продажу на ринку

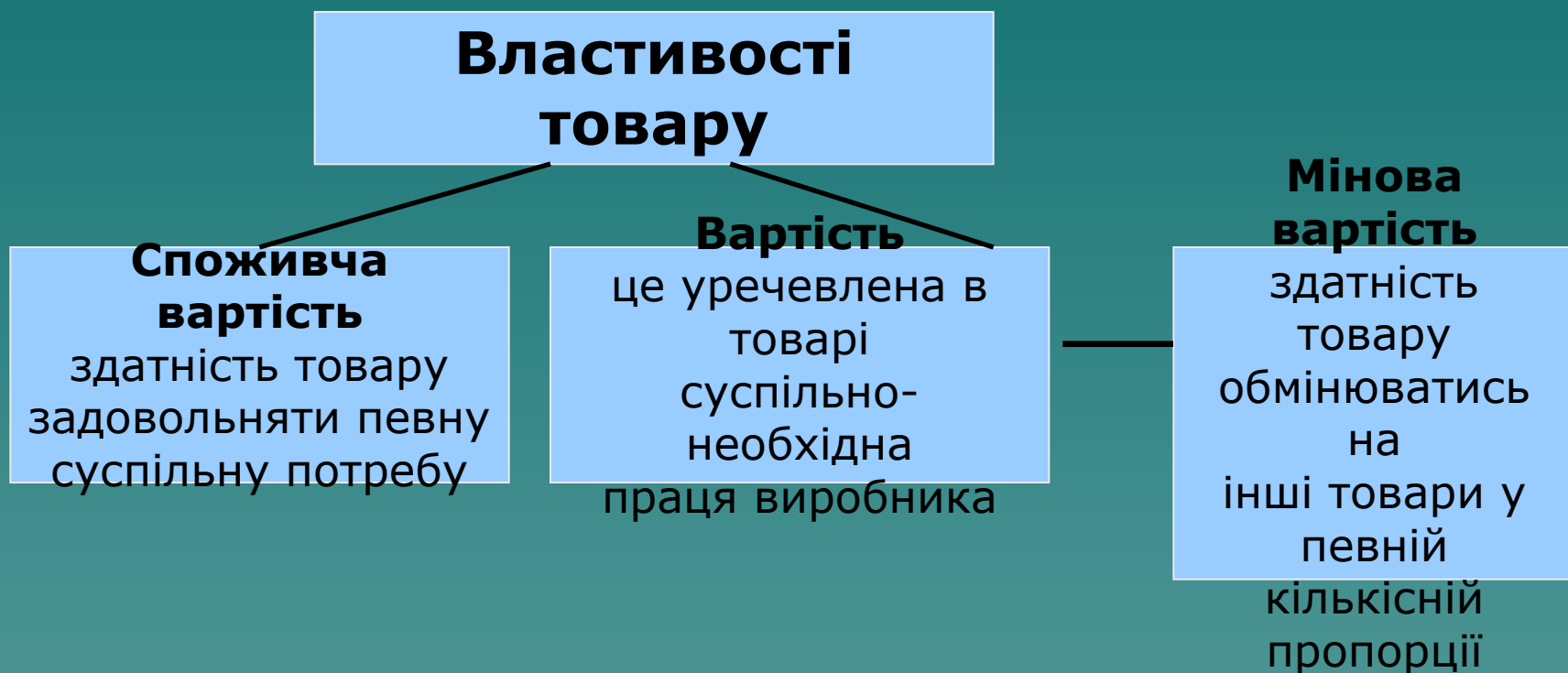
ознаки

- відкритість господарства;
- розвинутий суспільний поділ праці;
- непрямі, опосередковані (ринками) зв'язки між виробництвом і споживанням; товарно-грошовий обмін;
- позаекономічний примус до праці; робоча сила набуває мобільності;
- стимулює безперервний прогрес продуктивних сил

ЕВОЛЮЦІЯ ТОВАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

ПРОСТЕ	КАПІТАЛІСТИЧНЕ	СУЧАСНЕ
<p><i>Виникає</i> після першого суспільного поділу праці (скотарство відокремлюється від землеробства).</p> <p>Внаслідок другого і третього суспільного поділу праці (ремесло відокремлюється від землеробства і скотарства, торгівля виокремлюється у самостійну сферу діяльності).</p> <p><i>Грунтується</i> на:</p> <ul style="list-style-type: none">• дрібній, приватній власності;• праці власника засобів виробництва;• ручних знаряддях праці. <p><i>Регулюється</i> переважно традиціями і господарями.</p> <p>Ринок обмежується товарами: золотом, рабами, тканинами, посудом, продуктами харчування, спеціями тощо. Відсутні ринки землі, робочої сили, грошей.</p>	<p><i>Виникає</i> в ХУІ ст. під впливом досягнень науки і технології. Основним поштовхом до розвитку є:</p> <ul style="list-style-type: none">- первинна механізація праці (1770-1780);- запровадження парового двигуна, залізниці (1830-1890);- широке використання електро-технічного та важкого машинобудування (починаючи з кінця ХІХ ст. і донині). <p><i>Грунтується</i> на:</p> <ul style="list-style-type: none">• великій приватній власності;• найманій праці;• механічних знаряддях праці. <p><i>Регулюється</i> переважно ринком, а також державними інституціями.</p> <p>Ринок диференціюється на ринок засобів виробництва і ринок предметів споживання.</p> <p>Об'єктом купівлі-продажу стають: робоча сила, земля, ліс, паливно-енергетичні та сировинні ресурси, цінні папери, валюта, інформація.</p>	<p><i>Виникає</i> на рубежі 60-70-х років ХХ ст. у розвинених країнах (США, Канаді, західноєвропейських країнах, Японії) у зв'язку з переходом їх до постіндустріальної цивілізації.</p> <p>Розвивається під впливом науково-технічної революції.</p> <p>Визначальним стає нематеріальне (переважно духовне) виробництво.</p> <p><i>Грунтується</i> на:</p> <ul style="list-style-type: none">• різних формах власності (індивідуальній, колективній, державній, змішаній);• переважно інтелектуальній праці, носії якої виступають водночас її власниками. <p>Регулюється законами ринкової економіки, державою та іншими інституціями.</p>

ТОВАР – економічне благо, що здатне задовольняти певну потребу людини шляхом обміну через купівлю-продаж.



**Споживча
вартість** –
є об'єктивною,
абстрактною
якістю будь-якого
товару

Корисність –
поняття суто
суб'єктивне,
індивідуальне для
кожної
людини

Вартість –
вимірюється
витратами
праці на
виробництво
товарів та

Цінність –
визначається
корисністю
товарів та
послуг

Рідкісність –
відображає
обмеженість
ресурсів

Двоїстий характер праці, втіленої в товарі

ПРАЦЯ

КОНКРЕТНА

Характеризує певний вид діяльності працівника

Кількісним відображенням праці є кількість певної споживної вартості

Передбачає використання певних засобів і предметів праці

Створює споживну вартість

(праця кравця, хлібороба, шахтаря, лікаря та ін.)

АБСТРАКТНА

Знеособлена праця

Кількісним відображенням праці є робочий час

Зводиться до простої праці

Створює вартість товару

(праця взагалі як певна затрата фізичних та розумових сил людини, яка працює)



ТЕОРІЇ ВАРТОСТІ

ТЕОРІЯ ТРУДОВОЇ ВАРТОСТІ (А.Сміт, Д.Рікардо, К.Маркс) –

Величина вартості визначається і вимірюється суспільно-необхідним робочим часом. Це той час, який потрібен для виготовлення певного товару за наявних суспільно-нормальних умов виробництва і за середнього в даному суспільстві рівня вмілості та інтенсивності праці.

ТЕОРІЯ ГРАНИЧНОЇ КОРИСНОСТІ (МАРЖИНАЛІСТСЬКА)

(Менгер, Джевонс, Бем-Баверк, Вальрас) –

цінність блага вимірюється величиною граничної корисності останньої реальної одиниці даного блага

НЕОКЛАСИЧНА ТЕОРІЯ (А.Маршалл, П.Самуельсон) –

реальна цінність блага дорівнює фактичній ціні (ринковій), яка встановлюється на ринку відповідно до попиту і пропозиції

Гроші. Грошовий вимір вартості товару.

ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ВИНИКНЕННЯ ГРОШЕЙ

Еволюційна

наголос на еволюційній природі грошей, стихійному виділенні їх із загальної маси товарів і

їх особливому місці в економіці

Гроші – особливий товар, що виконує роль загального еквіваленту

Гроші – особливий товар, що виконує роль загального еквіваленту

Раціоналістична

гроші є результатом домовленості між людьми, які визнали необхідність спеціальних засобів для обслуговування мінового обороту

Гроші – все те, що виконує функції грошей (М.Макконелл і С.Брю)

Гроші є штучною соціальною умовністю (П.Самуельсон)

Гроші є продуктом угоди між людьми (Гелбрейт)

Гроші є економічною категорією, яка характеризує обмін

у товарній економіці

РОЗВИТОК ФОРМ ВАРТОСТІ

Проста (або випадкова)

$$X_{\text{тов. А}} = Y_{\text{тов. В}}$$

(відносна форма) (еквівалентна форма)

Розгорнута форма

$$X_{\text{тов. А}} = \left\{ \begin{array}{l} Y_{\text{тов. В}} \\ Z_{\text{тов. К}} \\ С_{\text{тов. М}} \end{array} \right.$$

Загальна форма

$$\left. \begin{array}{l} Y_{\text{тов. В}} \\ Z_{\text{тов. К}} \\ С_{\text{тов. М}} \end{array} \right\} = X_{\text{тов. А}}$$

Грошова форма

$$\left. \begin{array}{l} Y_{\text{тов. В}} \\ Z_{\text{тов. К}} \\ С_{\text{тов. М}} \end{array} \right\} = 2 \text{ гр. золота}$$

ФУНКЦІЇ ГРОШЕЙ

масштаб
цін

Міра вартості

ліквідність

**Засіб нагромадження
(утворення скарбу)**

Засіб обігу

паперові
гроші

**Засіб
платежу**

кредитні
гроші

Світові гроші

- резервні валюти;
- колективні валюти
(СДР, Євро)

МАСШТАБ ЦІН - певна кількість золота, що прийнята за одиницю виміру його маси.

ДЕВАЛЬВАЦІЯ – офіційне зменшення золотого вмісту паперової грошової одиниці (курсу національної валюти по відношенню до інших валют)

РЕВАЛЬВАЦІЯ – офіційне збільшення золотого вмісту паперової грошової одиниці (курсу національної валюти по відношенню до інших валют)

ПАПЕРОВІ ГРОШІ – грошові знаки або символи повноцінних грошей, наділені примусовим курсом.

ЛІКВІДНІСТЬ – можливість використання певного активу в ролі засобу платежу і водночас його здатність зберігати свою вартість незмінною (готівка має 100% ліквідність)

ФОРМИ ГРОШЕЙ

Повноцінні гроші

1. Продуктові гроші - худоба, хутро, сіль та ін.
2. Дорогоцінні метали (золото та срібло) епоха біметалізму - з IV-III ст. до н.е.
3. Золотий стандарт (золото) епоха монометалізму – з другої половини XIX ст.

Неповноцінні гроші

4. Паперові гроші – вперше в Китаї у XII ст., у Росії – 1769 р.
5. Кредитні гроші – значного поширення набувають з другої половини XX ст.

вексель

банкноти

чек

кредитні картки

електронні гроші

Сучасні гроші є “...абсолютно незбагненою річчю і ... поряд із сексом – об'єктом найбільш безрозсудних фантазій” (Ф.Хайек)

ГРОШОВИЙ ОБІГ – безперервний рух грошей в економіці і виконання ними функції засобі обігу і платежу

ЗАКОНИ ГРОШОВОГО ОБІГУ – особливі економічні закони, які виражають внутрішньо-необхідні, сталі і суттєві зв'язки між кількістю необхідних для обігу грошей, цінами товарів, що підлягають реалізації, і вартістю грошей

$$K = \frac{Ц}{O}$$

, де К – кількість грошей необхідних для товарного обігу в певному періоді;
Ц – сума цін товарів, що реалізують в цьому періоді;
О – середнє число оборотів грошової одиниці за даний період

$$K_n = \frac{Ц - K_p + П - ВП}{O}$$

, де К_р – сума цін товарів, проданих у кредит;
П – сума платежів за борговими зобов'язаннями;
ВП – взаємопогашені платежі

$$M * V = Q * P$$

- рівняння Фішера

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

, де М – обсяг грошової маси;
Q – фізичний обсяг виготовленої продукції за певний період;
P – середній рівень цін;
V – число оборотів грошової одиниці

СУТНІСТЬ І ФУНКЦІЇ РИНКУ

ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ “РИНОК”

- місце роздрібної торгівлі, ринкова площа (базар);
- особлива сфера суспільного виробництва;
- форма товарного і товарно-грошового обміну;
- форма функціонування економіки, при якій забезпечується взаємодія виробництва і споживання через ринок, прямий і зворотний вплив ринку на виробництво і споживання;
- тип господарських зв'язків між суб'єктами господарювання



- ✓ взаємні угоди сторін;
- ✓ еквівалентність відшкодування;
- ✓ вільний вибір партнерів;
- ✓ наявність конкуренції.

***Ринок** – це певна сукупність економічних відносин між господарськими суб'єктами з приводу купівлі-продажу товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ:

✦ класичний вільний ринок (до середини XIX ст.) –

✦ держава не втручалася в економіку, виконуючи роль “нічного вартового”;

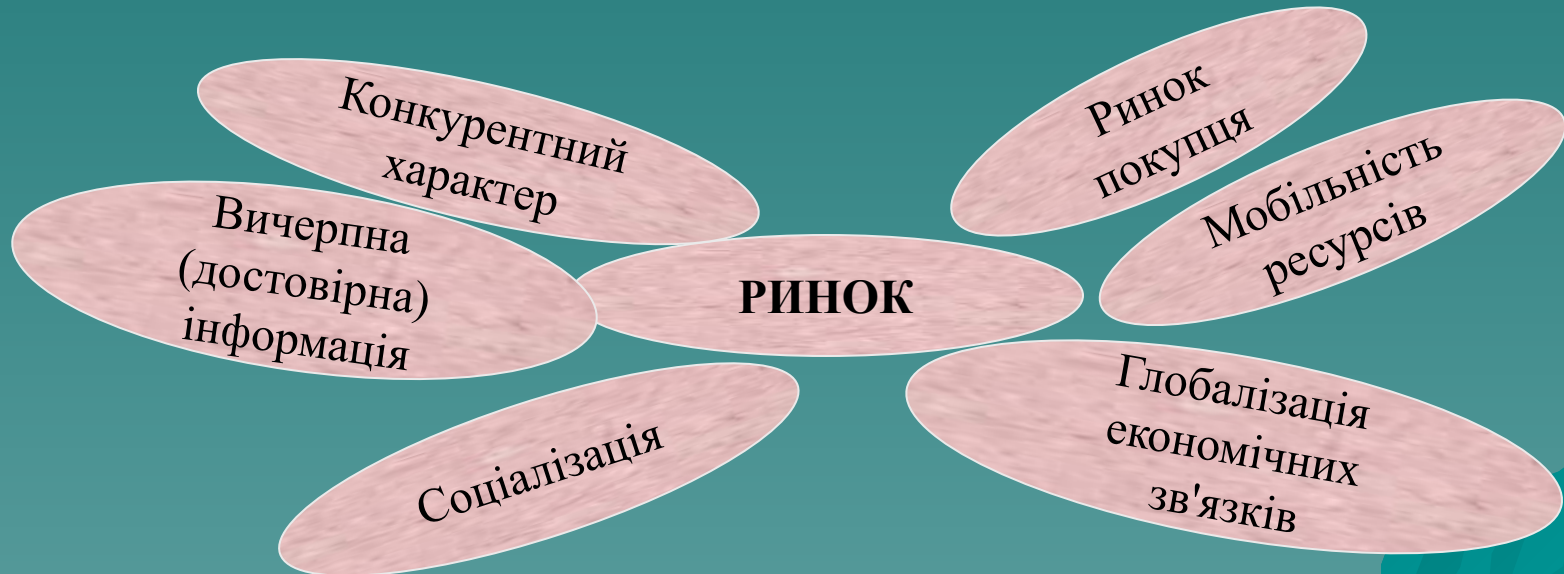
✦ регульований ринок (середина XIX – 50-і роки XX ст.) –

втручання держави в економіку з метою обмеження свавілля монополій та захисту конкурентного середовища;

✦ соціально-орієнтований ринок –

держава бере на себе виконання функції соціального захисту населення.

Риси сучасного ринку



СУБ'ЄКТИ РИНКУ



ФУНКЦІЇ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

ДОМОГОС- ПОДАРСТВА

- як власники економічних ресурсів пропонують на ринку ресурсів фактори виробництва;
- отримують доходи від проданих ресурсів;
- використовують доходи на придбання (купівлю) споживчих (неінвестиційних) товарів та послуг для задоволення особистих потреб

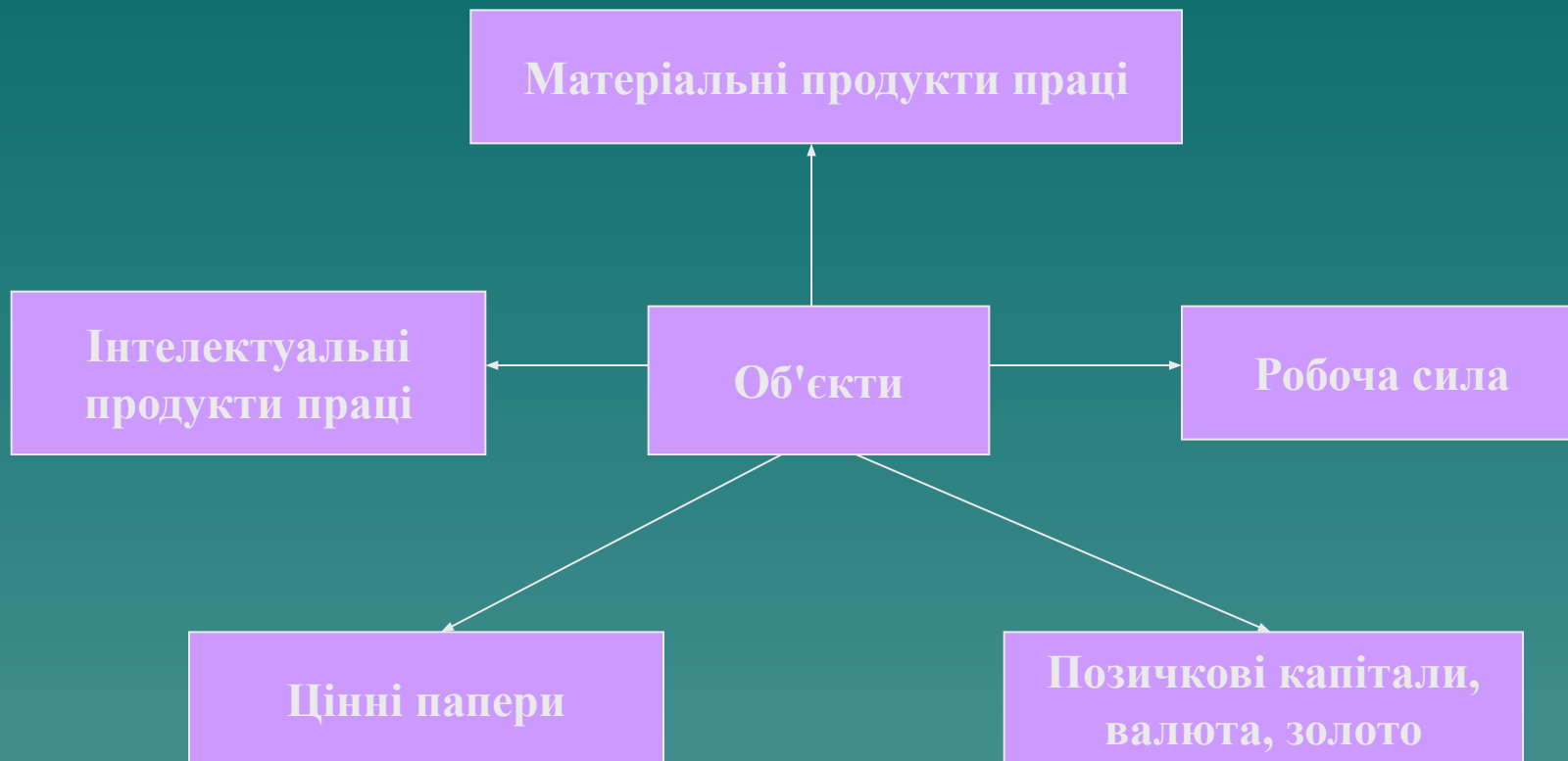
ПІДПРИЄМЦІ

- пред'являють попит на ресурси;
- пропонують товари та послуги як для підприємницького й державного (засоби виробництва виробничі послуги) секторів, так і для домогосподарств (споживчі товари та послуги);
- інвестування отриманих доходів

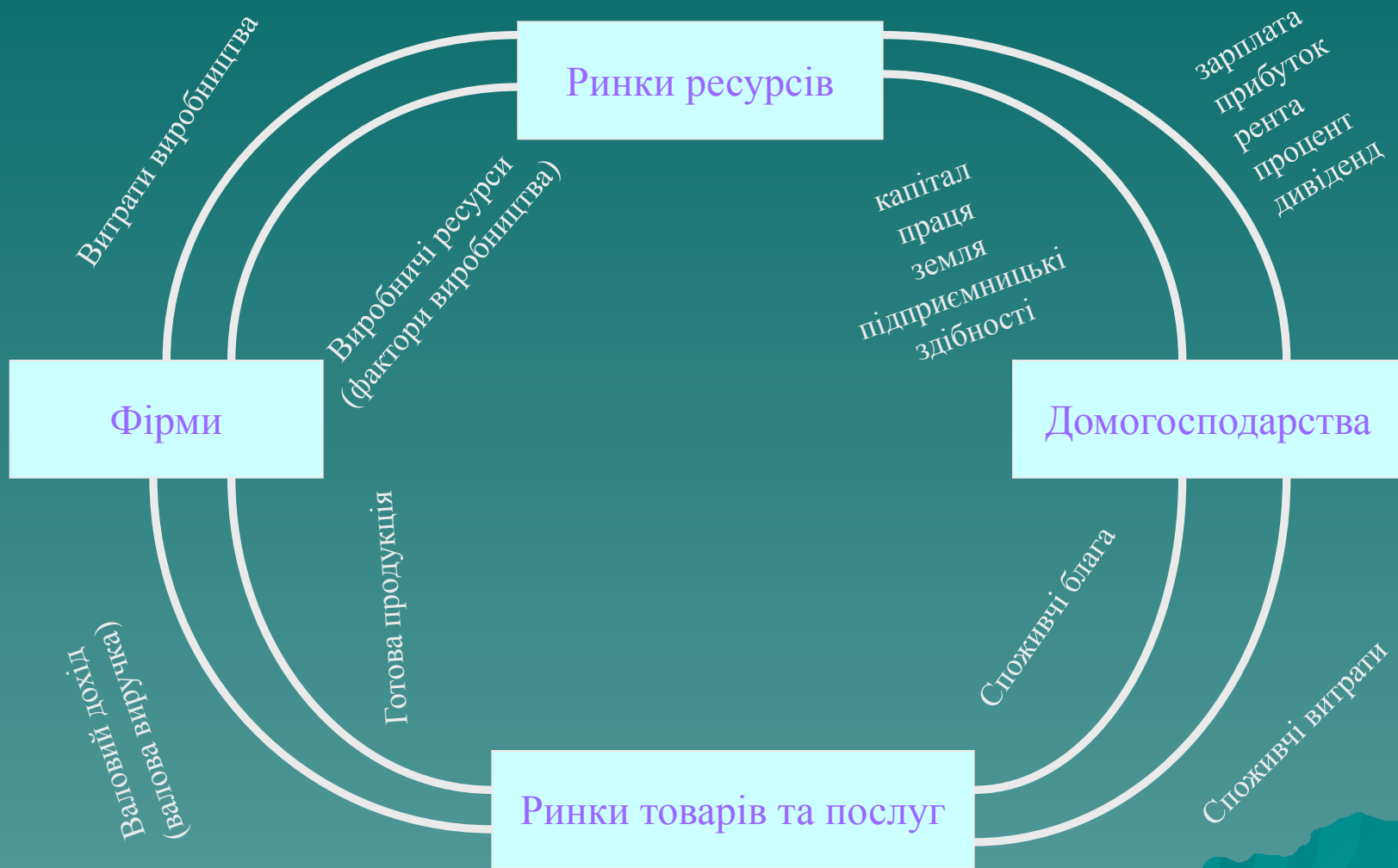
ДЕРЖАВА

- пред'являє попит на економічні ресурси для здійснення економічної діяльності в державному секторі економіки;
- пред'являє попит на засоби виробництва для виробництва суспільних та інших благ;
- пропонує гроші та пред'являє попит на гроші;
- пропонує суспільні блага без безпосередньої оплати їх, що поліпшує продуктивність підприємницького сектору і зменшує витрати на споживання домогосподарств;
- здійснює урядове регулювання ринкової економіки

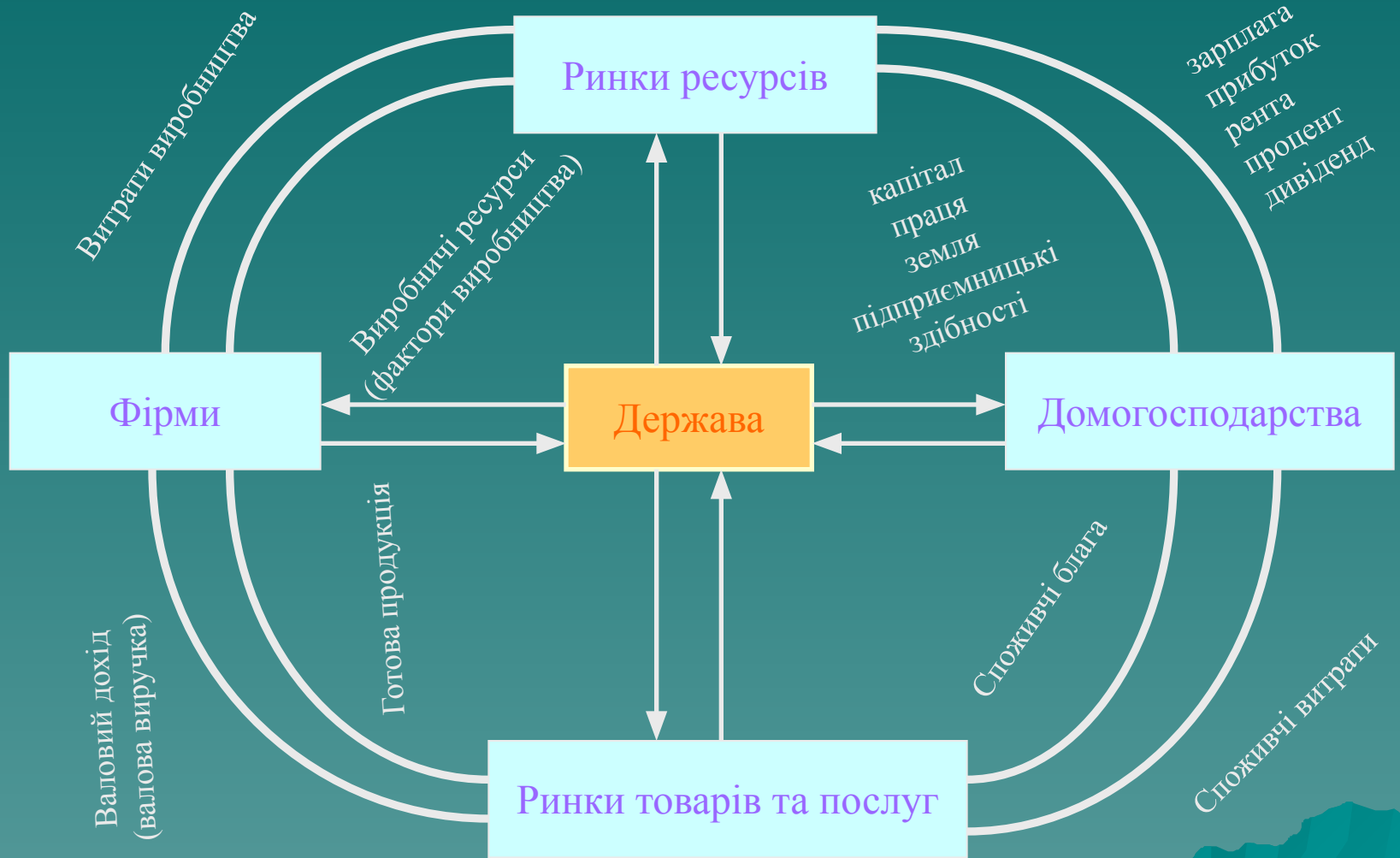
ОБ'ЄКТИ РИНКУ



МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТУ РЕСУРСІВ, ПРОДУКТІВ ТА ДОХОДІВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ



МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТУ РЕСУРСІВ, ПРОДУКТІВ ТА ДОХОДІВ В УМОВАХ ЗМІШАНОЇ ЕКОНОМІКИ



ФУНКЦІЇ РИНКУ

+

ціноутворення

стимулююча

регулююча

контрольна

розвитку

інтегративна

санації

інформаційна

-

антифункції

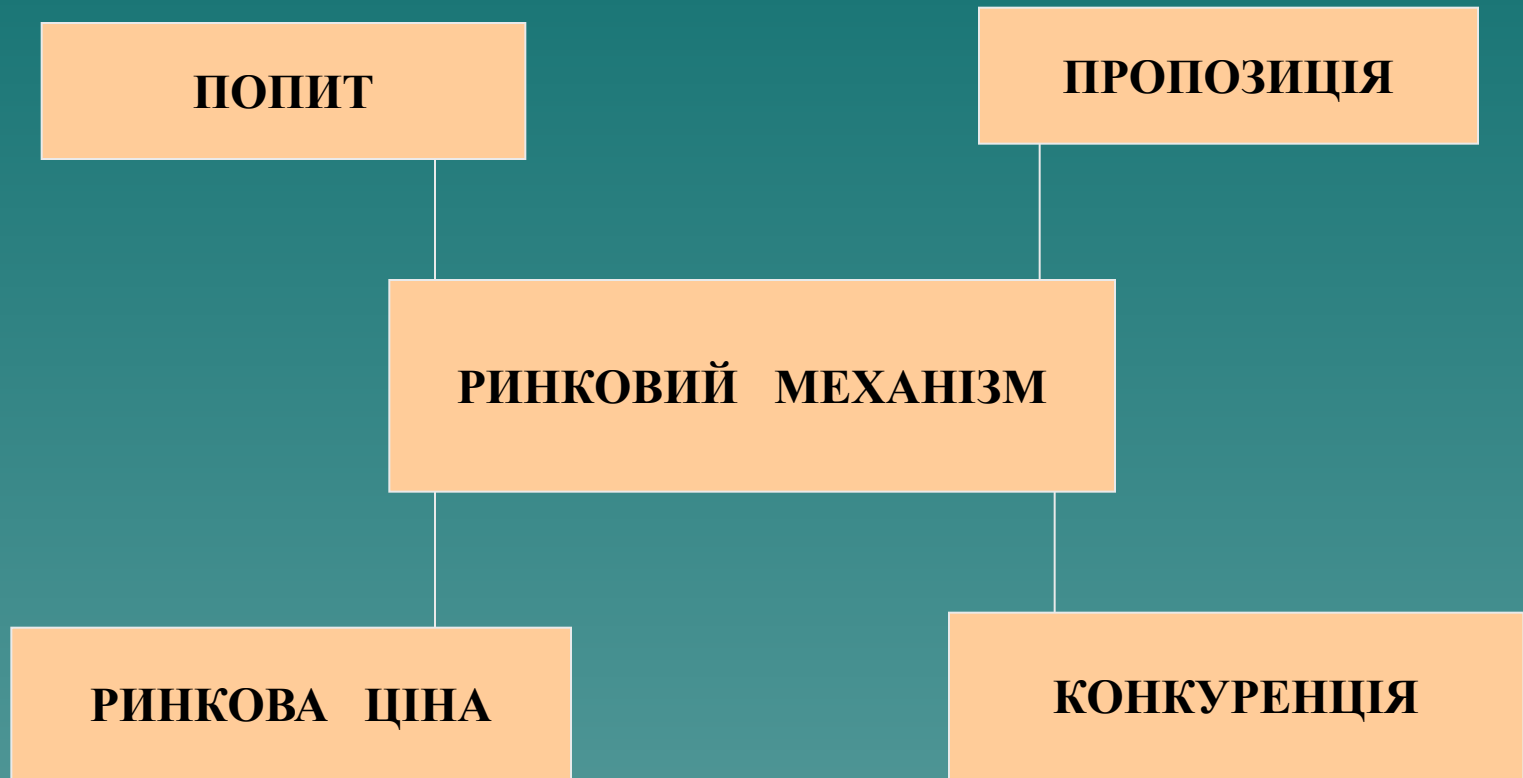
диференціація
товаровиробників

антисоціальна

антиекономічна

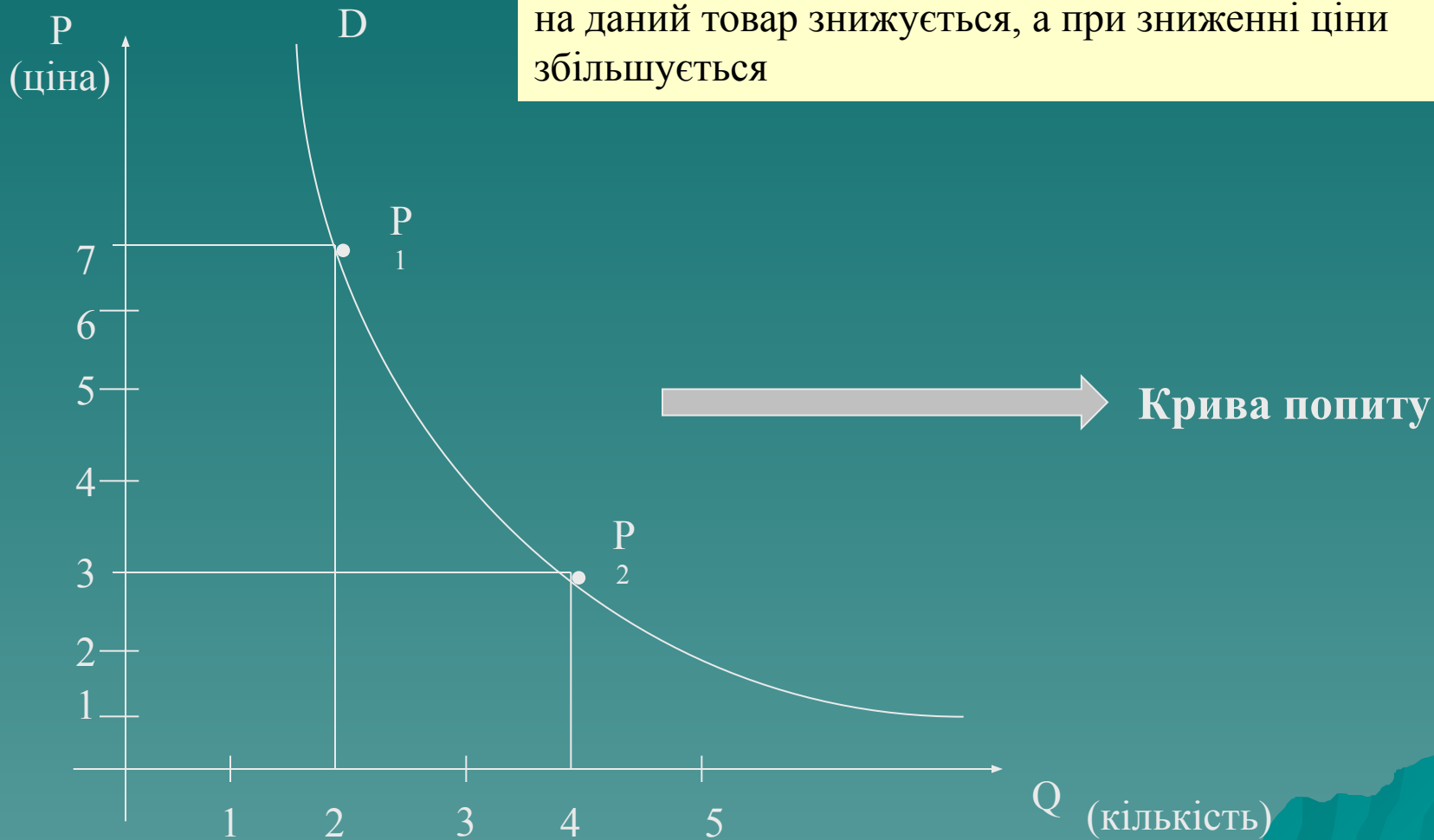
платозвужувальна

ПОПИТ, ПРОПОЗИЦІЯ ТА РИНКОВА ЦІНА



ПОПИТ – кількість продукту, яку готовий придбати споживач за даною ціною на протязі певного періоду часу. Це платоспроможна потреба.

Закон попиту – при зростанні ціни величина попиту на даний товар знижується, а при зниженні ціни збільшується

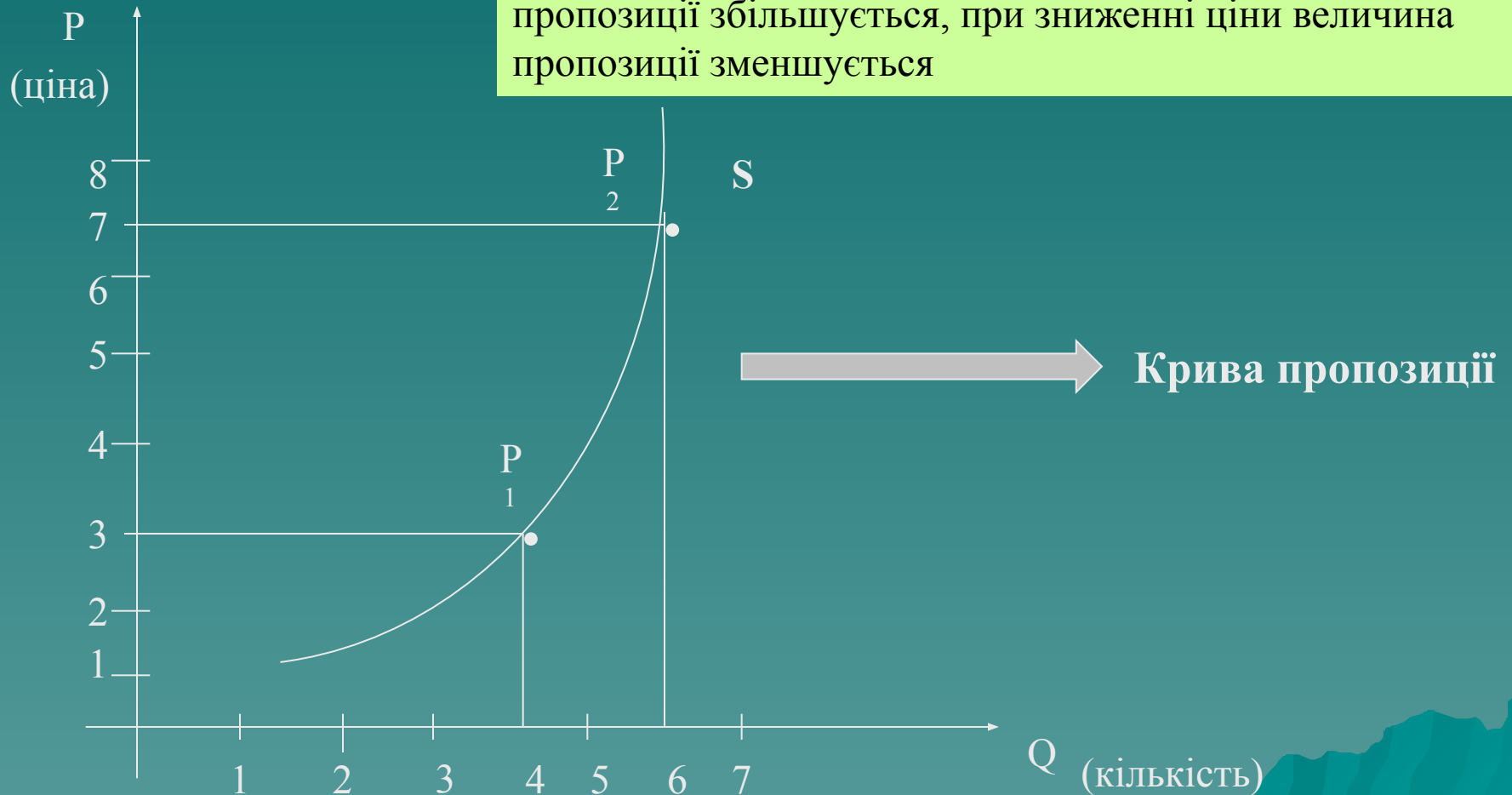


НЕЦІНОВІ ЧИННИКИ ПОПИТУ

- ◆ смаки та уподобання споживачів (мода);
- ◆ дохід споживачів — нормальні товари
— ненормальні товари;
- ◆ ціни на товари, що взаємодоповнюють та взаємозамінюють один одного;
- ◆ кількість реальних покупців, досяжність для них товарів;
- ◆ очікування (підвищення / зниження цін;
зростання / зменшення доходів)

ПРОПОЗИЦІЯ – кількість продукту, яку виробник готовий виробити і запропонувати до продажу на ринку за даною ціною на протязі певного періоду часу.

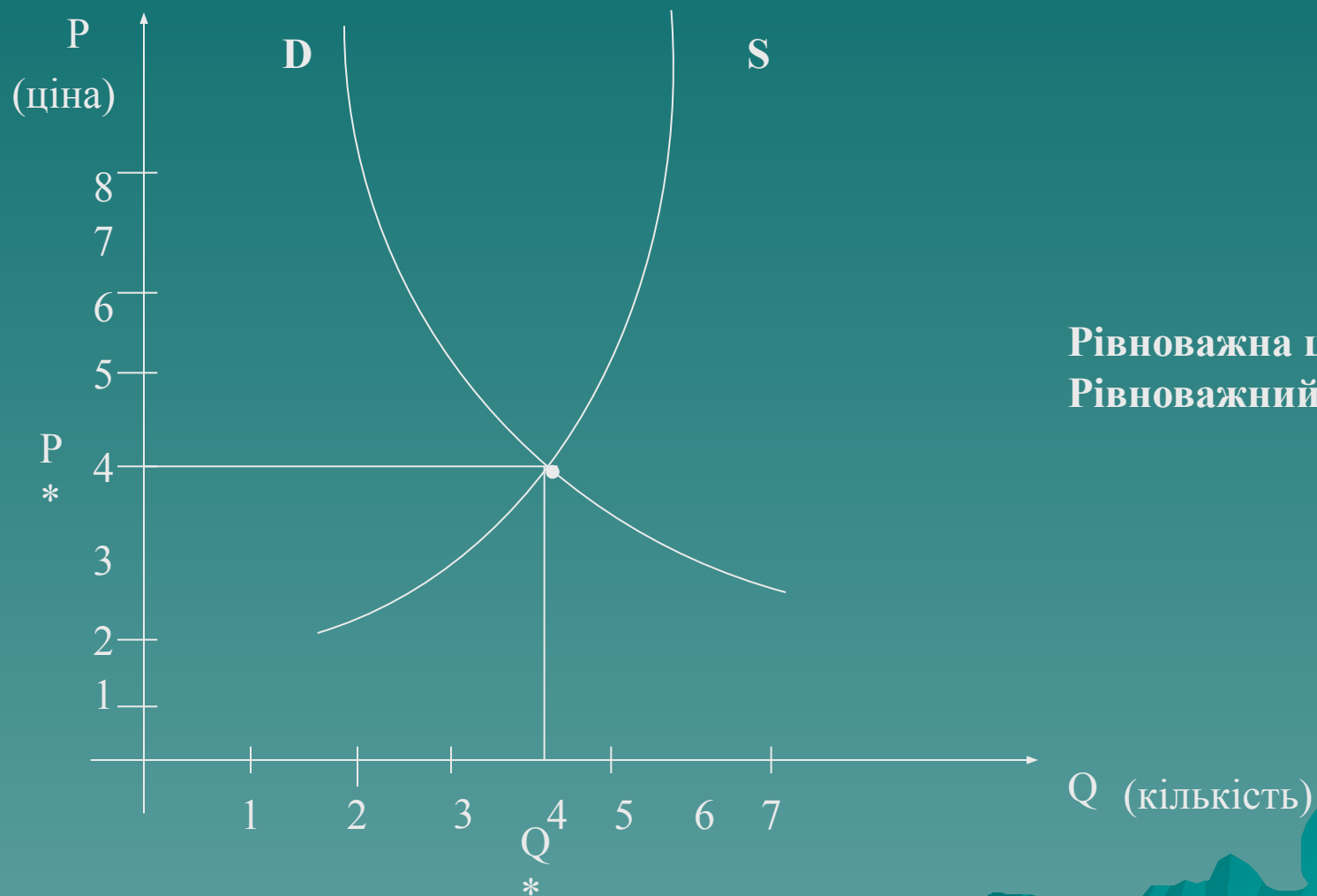
Закон пропозиції – при зростанні ціни величина пропозиції збільшується, при зниженні ціни величина пропозиції зменшується



НЕЦІНОВІ ЧИННИКИ ПРОПОЗИЦІЇ

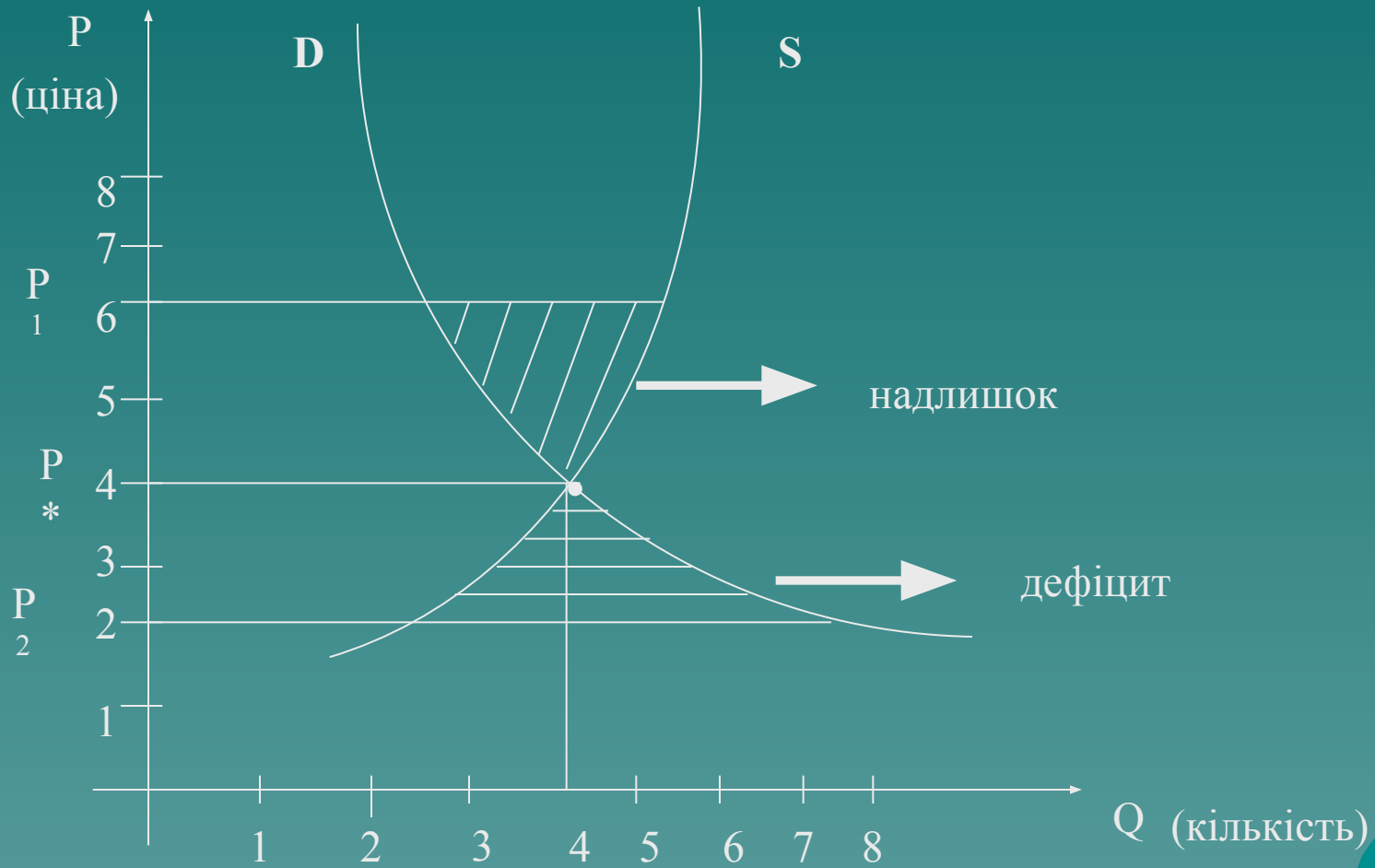
- ✓ рівень технології;
- ✓ ціни на ресурси;
- ✓ кількість продавців;
- ✓ податки та дотації;
- ✓ очікування.

РИНКОВА ЦІНА – ціна, що врівноважує попит і пропозицію, узгоджує інтереси виробників (продавців) і споживачів (покупців) щодо купівлі-продажу товарів.



Рівноважна ціна – 4
Рівноважний обсяг – 4

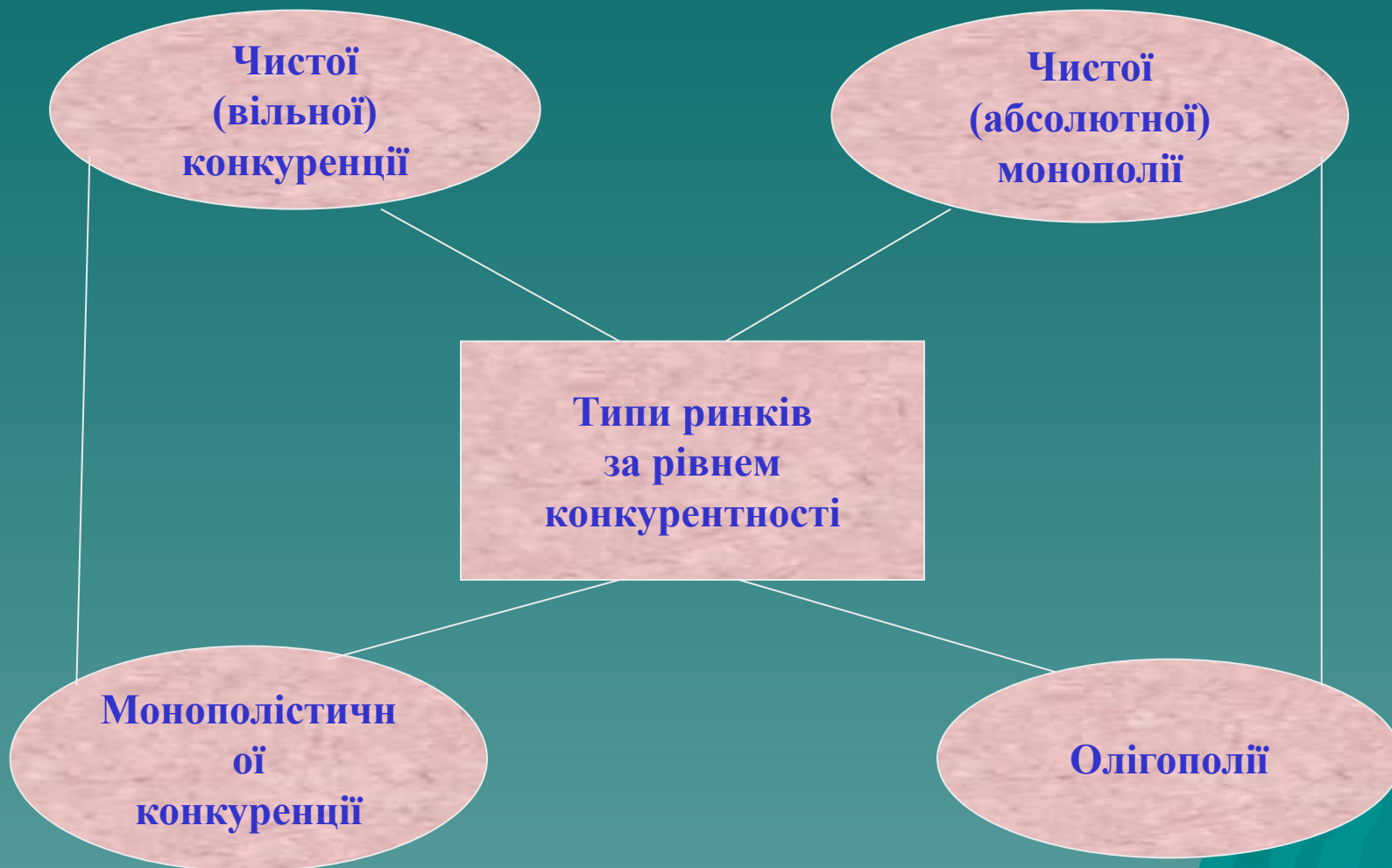
- I - $D = S$ (рівновага)
- II - $D > S$ (дефіцит)
- III - $D < S$ (надлишок)



ФУНКЦІЇ РИНКОВОЇ ЦІНИ

- облікова (формування цін);
- стимулювання (стимулюючий або стримуючий вплив на виробництво і споживання товарів);
- розподілу (приймає участь в розподілі і перерозподілі національного доходу між галузями економіки, державними та іншими її секторами, різними формами власності, регіонами, соціальними групами);
- регулювання (з допомогою механізму цін відбувається перелив капіталів в сектори економіки і види виробництв з більш високою нормою прибутку);
- збалансування попиту і пропозиції.

Конкуренція, монополія, олігополія




КОНКУРЕНЦІЯ – форма економічного суперництва і боротьби між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва і збуту продукції

“ + ”

- ❖ важлива рушійна сила розвитку економічної системи;
- ❖ сприяє НТП;
- ❖ змушує знижувати витрати виробництва;
- ❖ змушує покращувати якість продукції, її асортимент;
- ❖ змушує знижувати та вирівнювати ціни;
- ❖ стимулює перелив капіталів між галузями, сферами виробництва

“ _ ”

- ❖ посилює процес концентрації і централізації виникнення монополій;
- ❖ призводить до криз  перевиробництва;
- ❖ використання нечесних методів конкуренції

ФОРМИ КОНКУРЕНЦІЇ

внутрішньогалузева

міжгалузева

вільна
(досконала)

недосконала

цінова

нецінова

добросовісна
(чесна)

недобросовісна
(нечесна)

Ринкові структури

Модель ринку Ознака	Чиста конкуренція	Чиста (абсолютна) монополія	Олігополія	Монополістична конкуренція
Число фірм та їх розміри	безліч, переважно дрібні	одна, крупна	декілька, як правило, великі	багато, переважно невеликі
Умови входу в галузь та виходу з неї	досить легкі, ніяких перешкод	заблоковано	наявність суттєвих перешкод	відносно легкі, існують окремі перешкоди
Тип продукту	однорідний, стандартизований	унікальний, не існує замінників	диференційованих або однорідний	диференційований
Контроль над ціною	відсутній	значний або повний	значний	має місце контроль у вузьких межах
Форми конкуренції	цінова	головним чином реклама	нецінова (у частині диференціації продукту)	реклама, торгові знаки, торгові марки

РИСИ МОДЕЛІ ЧИСТОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

- необмежене число товаровиробників;
- стандартна, однорідна продукція;
- вільне входження в галузь (ринок) нових капіталів і такий же вихід з галузі (ринку);
- жодна з фірм не має можливості впливати на ціну, яка є заданою

Монополія (грец. «монос» - один, «полео» - продаю) – виключне право виробництва, промислу, торгівлі та інших видів діяльності, що належить одній особі, певному колу осіб чи державі.

РИСИ МОДЕЛІ ЧИСТОЇ МОНОПОЛІЇ

- підприємство-монополіст уособлює собою цілу галузь;
- продукт монополії є унікальним (не існує адекватних або близьких замінників);
- підприємство-монополіст здійснює значний контроль над ціною;
- наявність економічних, технічних, юридичних та інших бар'єрів, що перешкоджають (блокують) входження інших товаровиробників у галузь або ринок.

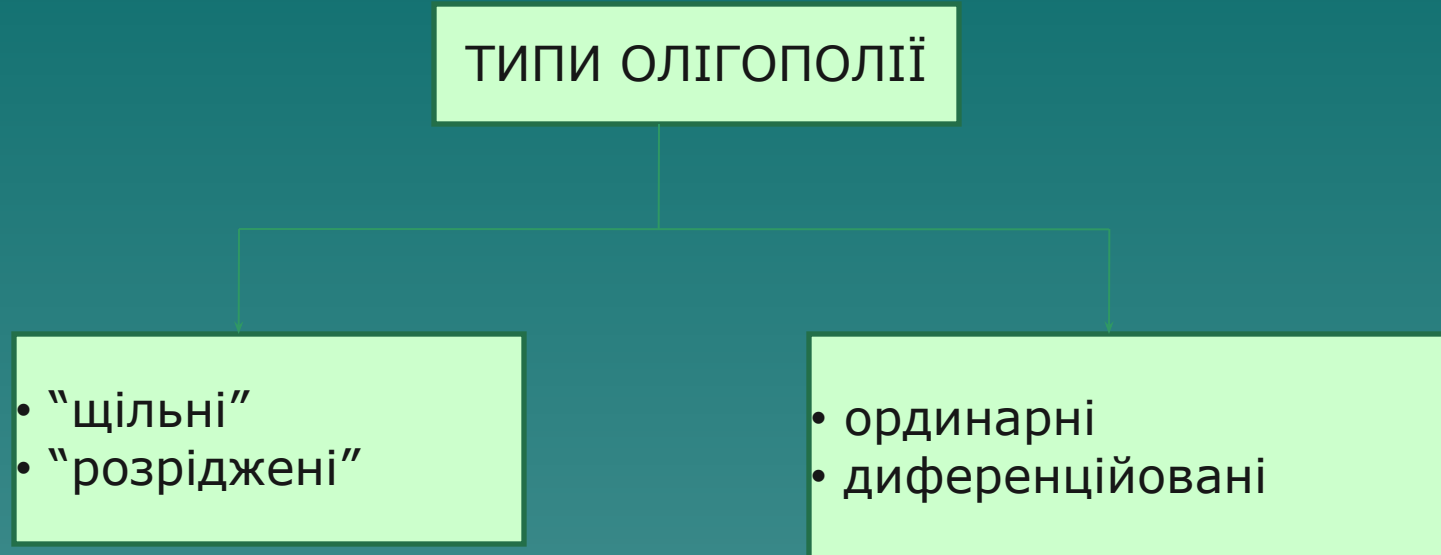
ФОРМИ МОНОПОЛІЇ

```
graph TD; A[ФОРМИ МОНОПОЛІЇ] --> B[• закрыта  
• відкрита  
• природна]; A --> C[• картель  
• синдикат  
• трест  
• концерн  
• конгломерат];
```

- закрыта
- відкрита
- природна

- картель
- синдикат
- трест
- концерн
- конгломерат

Олігополія – ринкова структура, що характеризується наявністю на ринку (в галузі) декількох продавців (виробників)



ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОЛІГОПОЛІСТИЧНОМУ РИНКУ

- ❑ ЦІНОВА КОНКУРЕНЦІЯ;
- ❑ ТАЄМНА ЗМОВА В ЦІНІ;
- ❑ ЛІДЕРСТВО У ЦІНАХ;
- ❑ ЦІНОВА НАДБАВКА

Монополістична конкуренція – ринка структура, що включає в себе елементи моделі досконалої конкуренції і чистої монополії

