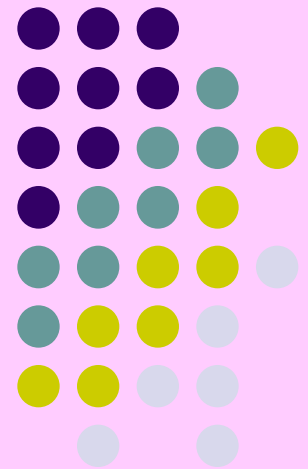


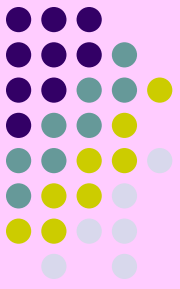
# Тема 2. Рыночная организация: содержание и

структура.

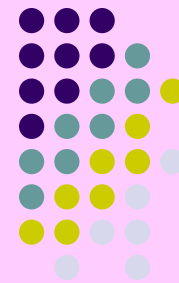
Экономическая теория  
товара и денег



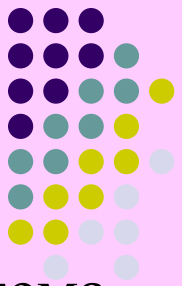
**1. Рынок: сущность,  
функции, структура и виды,  
преимущества  
и недостатки. Субъекты и  
объекты рыночного  
хозяйства.  
Инфраструктура рынка**



# Важнейшие условия возникновения рынка



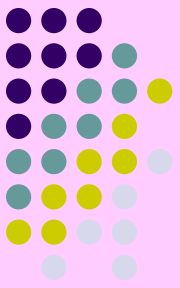
- Общественное разделение труда и специализация труда
- Частная собственность
- Экономическая обособленность или экономическая автономия
- Свободный обмен ресурсами, экономическими благами



# РЫНОК

- это общественная форма организации экономики, система отношений обмена, основанных на использовании товарно-денежных отношений и устанавливающих непосредственные связи между производителями и потребителями;
- это многосложная сфера, экономической механизм взаимодействия производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) товаров и услуг, осуществляемого через механизмы ценообразования, конкуренции, спроса и предложения;
- это тип хозяйственных связей между экономическими субъектами;
- это место, где определяется цена, являющаяся главным индикатором рыночной экономики;

# Принципиальные основы рыночной экономики



- Частная собственность на инвестиционные ресурсы
- Свобода в принятии экономических решений
- Приоритет личного интереса над общественным
- Наличие свободной конкуренции
- Опора на механизм саморегуляции
- Социальное неравенство
- Рыночная направленность деятельности государства





**Конкуренция**

**Спрос**

**Элементы  
рыночного  
механизма**

**Цена**

**Предложение**



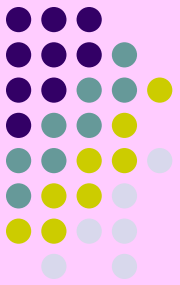
# Преимущества рынка

- Функционирование механизма конкуренции
- Высокая способность к оперативному удовлетворению разнообразных потребностей людей, ликвидации дефицитов, повышению качества товаров и услуг.
- Свобода предпринимательства, выбора и действий потребителей и производителей.
- Эффективное распределение ресурсов в соответствии с потребностями общества.
- Гибкость и высокая адаптивность к изменяющимся условиям.
- Максимальное использование достижений и стимулирование научно-технического процесса.
- Невозможность хронического дефицита.



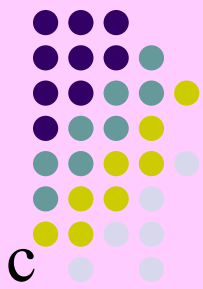


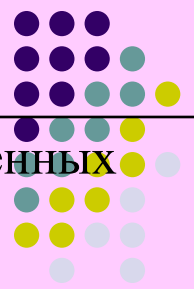
# Недостатки рынка



- Не способен противостоять монополистическим тенденциям. Порождает монополию, способствует ослаблению конкуренции
- Не способен устранить внешние эффекты, обладает низкой способностью к сохранению невозпроизводимых ресурсов, охране окружающей среды
- Ориентирован, прежде всего, на удовлетворение индивидуальных потребностей людей. Общественные потребности учитывает плохо или не учитывает вообще.
- Нестабильность, неравновесие экономического развития, с производственными и социальными потерями, снижение эффективности производства – «созидательное разрушение»; безработица, инфляция
- Расточительное, нерациональное и неэффективное производство и использование ресурсов

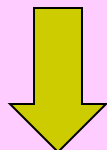
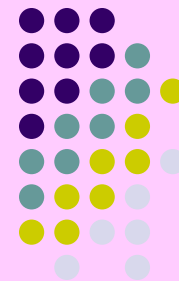
- Не способен обеспечить социальные гарантии, социальную справедливость в обществе
- Неравномерно распределяет доходы в соответствии с вложенными факторами производства
- Ведет к социальному расслоению, социальной дифференциации нации, усилению социальной напряженности
- Порождает не полную и недостаточно своевременную информацию
- Мощное информационное и психологическое воздействие на потребителя, его самостоятельности в принятии потребительских решений
- Игнорирует соблюдение правил и норм поведения в обществе, социальные и этические критерии





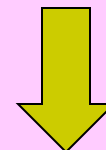
<b><u>Критерии группировки</u></b>	<b><u>Виды рынков</u></b>
<b>Экономическое назначение объектов рыночных отношений</b>	Рынки товаров и услуг, труда, капитала, земли, ценных бумаг, валюты и т.п.
<b>Товарные группы</b>	Рынки товаров производственного назначения, потребительских товаров, факторов производства
<b>Территориальный</b>	Рынки местные, региональные, национальные, внутренние, общенациональные, мировые
<b>Степень развитости и ограничения конкуренции</b>	Рынок совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигопольный рынок, смешанный
<b>Характер продаж</b>	Рынок оптовой торговли, розничной торговли, государственных закупок
<b>Соблюдения законности</b>	Рынки легальные, нелегальные, «теневые», «черные»
<b>По отраслям</b>	Рынок автомобильный, зерна, нефти и другие
<b>Степень участия государства</b>	Рынки стихийные и регулируемые
<b>По уровню насыщения</b>	Равновесный рынок, дефицитный рынок, избыточный рынок
<b>По организационной структуре</b>	Открытый, закрытый, преференциальный

# Два типа рынка



## Рынок продавца

Спрос больше предложения,  
ситуация дефицита  
Активный «деятельность»  
рынка – покупатель  
Продавец диктует  
свои условия

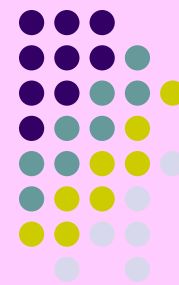


## Рынок покупателя

Предложение больше  
спроса  
Активный «деятель»  
рынка – продавец  
Продавец ищет покупателя,  
готов его обслужить

# Объекты рынка

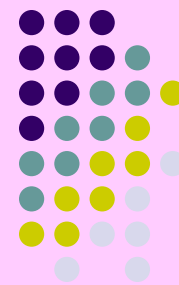
Товары и услуги, факторы производства (труд, земля, средства производства), деньги, ценные бумаги, субсидии, социальные выплаты



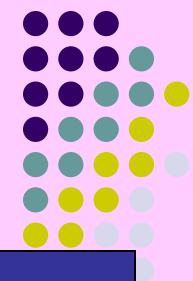
## Субъекты рынка

домашние хозяйства,  
фирмы, государство

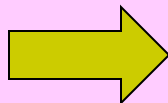
# Юридическое лицо – это организация, которая (Гражданский кодекс Российской Федерации. Ст. 48)



- отвечает по своим обязательствам своим обособленным имуществом;
- может от своего имени приобретает, и осуществлять имущественные и личные неимущественные права;
- несёт обязанности;
- может быть истцом и ответчиком в суде;
- имеет собственный баланс или смету;
- имеет собственный расчетный счет;
- внесена в единый российский государственный реестр юридических лиц;
- имеет гражданские права, соответствующие его целям и обязанностям

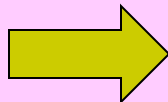


**Коммерческая  
организация**  
(Гражданский  
кодекс  
РФ. Ст. 50)

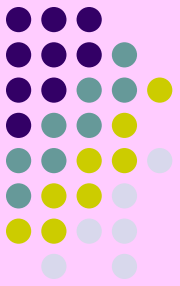


Юридическое лицо, основной целью деятельности которого выступает **получения прибыли** её распределение между учредителями (физическими и юридическими лицами)

**Некоммерческ  
ая  
организация**  
(Гражданский  
кодекс  
РФ. Ст. 50)



Юридическое лицо, для которого **получения прибыли** и её распределение между участниками **не выступает в качестве основной цели**; получаемая прибыль используется для саморазвития, достижения уставных целей организации



**Юридические лица — коммерческие организации**  
*(Гражданский кодекс Российской Федерации. Ст. 48)*

**Хозяйственные товарищества**

**Производственные и потребительские кооперативы**

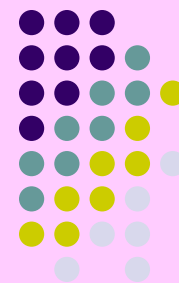
**Ассоциации и союзы**

**Государственные или муниципальные унитарные предприятия**



# Юридические лица — некоммерческие организации

*(Гражданский кодекс Российской Федерации. Ст. 50)*



**1. Потребительские кооперативы**

**2. Общественные организации (объединения)**

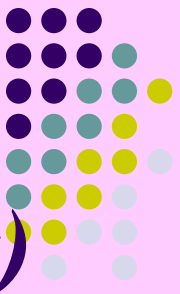
**3. Религиозные организации (объединения)**

**4. Финансируемые собственником (учредителем) учреждения**

**5. Благотворительные и иные фонды**

**6. Образовательные и иные учреждения**

**7. Ассоциации и союзы**

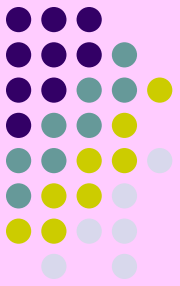


# Физические лица (граждан), которые

*(Гражданский кодекс Российской Федерации. Ст. 17)*

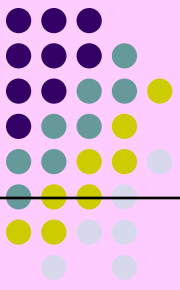
- **могут иметь имущество на праве собственности;**
- **наследовать и завещать имущество;**
- **заниматься предпринимательской и любой иной не запрещенной законом деятельностью;**
- **создавать юридические лица самостоятельно или совместно с другими гражданами и юридическими лицами;**
- **совершать любые не противоречащие закону сделки и участвовать в обязательствах;**
- **избирать место жительства;**
- **иметь права авторов произведений науки, литературы и искусства, изобретений и иных охраняемых законом результатов интеллектуальной деятельности;**

# Инфраструктура рынка -



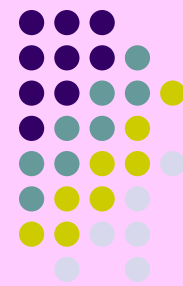
ЭТО СОВОКУПНОСТЬ  
отраслей, систем,  
фирм, опосредующих  
акты купли-продажи,  
совершаемые на рынке

# Основные элементы инфраструктуры современного рынка

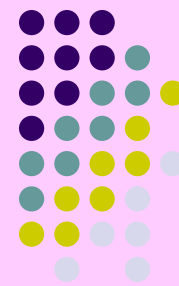


- биржи (товарные, фондовые, валютные и т.п.)
- аукционы, ярмарки и другие формы организационного не баржевого посредничества;
- страховые компании
- государственные и коммерческие банки;
- государственные и негосударственные службы занятости;
- информационные центры и центр и деловой коммуникации;
- рекламные агентства;
- торговые палаты;
- аудиторские компании;
- фонды;
- юридические компании;
- риелторские компании и др.

# Основные переменные, используемые для сегментирования потребительского рынка



- **Демографические:** возраст, пол, уровень дохода, размер семьи, этап жизненного цикла семьи, род занятий (профессия), образование, религиозные убеждения, раса, национальность и др.
- **Географические:** государства, регион, город или сельская местность, район города, общины, плотность населения, численность населения, климат и др.
- **Психографические:** общественный класс, стиль (образ) жизни, тип личности (индивидуализм или групповая мотивация, увлекающаяся натура или авторитарная, или честолюбивая) и др.
- **Поведенческие:** повод для совершения покупки (обыденная покупка, особый случай); искомые выгоды (качество, сервис, экономия); статус пользователя (не пользующийся, бывший пользователь, потенциальный пользователь, пользователь-новичок, регулярный пользователь); интенсивность потребления (слабый, умеренный, активный потребитель); степень готовности покупателя к восприятию товара (неосведомленный, осведомленный, заинтересованный, намеревающийся купить); отношение к товару и др.



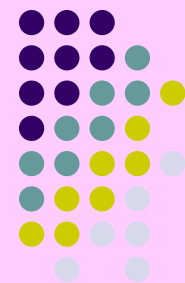
**2. Благо, товар, услуга: понятия,  
виды, характеристика.**

**Полезность, ценность (стоимость),  
цена товара, услуги.**

**Закон убывающей  
предельной потребности.**

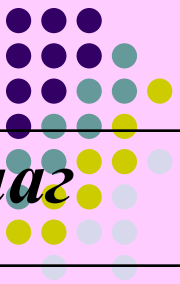
**Медицинская услуга, социальная  
услуга: понятие,  
особенности, виды**

# БЛАГО



- это все то, что включает в себе определенный положительный смысл, предмет, явление, продукт труда, удовлетворяющий определенную человеческую потребность и отвечающий интересам, целям, устремлениям людей;
- все желаемые нами вещи или вещи, удовлетворяющие человеческие потребности

# Классификация, виды благ



*Критерий: участие человека в производстве благ*

**Экономические**

Характерные черты:

- ограниченное количество
- необходимость затрат на производство
- наличие рыночной цены

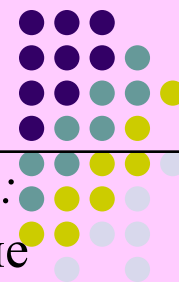
**Неэкономические**

Характерные черты:

- практически неограниченное количество
- отсутствие затрат на производство, предоставляются природой
- отсутствие рыночной цены



# Критерий: субстанция благ



**Материальные** –  
естественные дары природы (земля, воздух, климат); продукты производства (продукты питания, здания, сооружения, машины, инструменты и т.д.); отношения по присвоению материальных благ (патенты, авторские права, закладные)

вещная  
форма  
благ

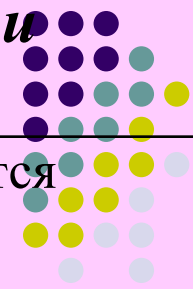
*Характерные особенности:*  
– производство и потребление происходят одновременно

**Нематериальные**  
– это блага, воздействующие на развитие способностей человека, создающиеся в непроеизводственной сфере: здравоохранение, образование, искусство, кино, театр, музеи и т.д.

услуги

*Характерные особенности:*  
– производство и потребление происходят одновременно  
– услуги не могут быть приобретены в собственность  
– не подлежат хранению  
– непостоянство качества  
– неотделимость от источника

***Критерий: создаются самой рыночной системой или государством***

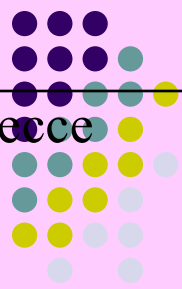


<b>Частные</b>	Создаются рыночной системой и предоставляются только тем, кто за них заплатил
<b>Общественные</b>	Предоставляются государством всем гражданам (система внутренней и внешней безопасности, правовой порядок, социальные блага)

***Критерий: характер использования***

<b>Потребительские (прямые)</b>	Блага текущего потребления
<b>Производственные (косвенные)</b>	Производственные ресурсы (оборудование, здания, земля, профессиональные навыки и квалификация)

## *Критерии: характер соотносимости друг с другом*



**Комплиментарные  
(дополняющие)  
блага**

Блага, которые могут дополнять друг друга в процессе потребления

**Субституты  
(взаимозаменяемые  
блага)**

Блага, которые являются заменяемыми (альтернативными) по отношению друг к другу

## *Критерии: длительность потребления*

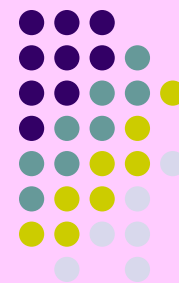
**Краткосрочного  
потребления**

Срок службы не превышает одного года

**Долгосрочного  
потребления**

Срок службы превышает один год

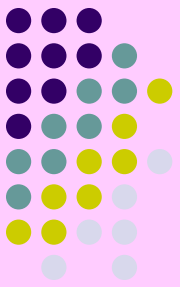
# ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ ТОВАРЫ



- товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях) *(О защите конкуренции: ФЗ №135-ФЗ от 26.07.2006 г.)*

## Товарное производство-

такой тип организации хозяйства, при котором блага, продукты создаются для продажи их на рынке



### Типы товарного производства

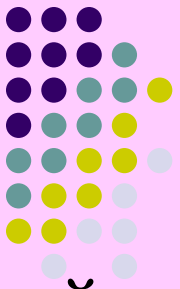
#### *Простое товарное производство*

исторический первый тип товарного производства, при котором применяется личный труд собственников факторов производства

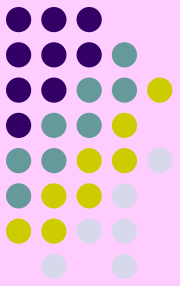
#### *Развитое товарное производство*

наивысшая, развитая форма товарного производства достигается при капитализме, при котором применяется наемный труд

# ТОВАР



- экономическое благо, результат производственной деятельности, общественная потребительная стоимость, предназначенная для обмена на другой товар, для продажи на рынке;
- объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (*О защите конкуренции: ФЗ № 135-ФЗ от 26.07.2006 г.*)

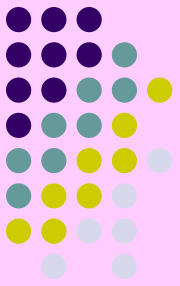


**ТОВАР –**  
экономическое благо, результат производственной деятельности, общественная потребительная стоимость, предназначенная для обмена на другой товар, продажи на рынке

**Потребительная стоимость –**  
способность удовлетворять ту или иную потребность человека

**Стоимость –**  
согласно учению классической школы это воплощенный в товаре труд. В обмене же проявляется внешняя сторона стоимости – *меновая стоимость*. Это те пропорции, в которых один товар обменивается на другой

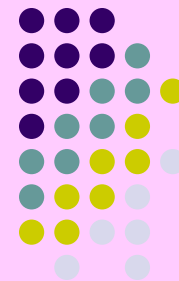
# Цена товара-



ЭТО ДЕНЕЖНОЕ  
ВЫРАЖЕНИЕ  
ЕГО СТОИМОСТИ



## УСЛУГА

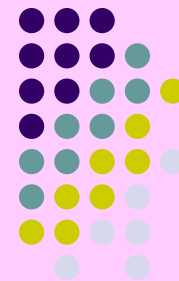


– любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, которые в основном неосвязаемы и не приводит к завладению, чем либо (*Основы маркетинга Ф. Котлер*);

– деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности (*Налоговый кодекс РФ, ст. 38*)

– результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя (*ГОСТ 30335-95: Услуги населению. Термины и определения*)

# Особенности потребительской стоимости услуги



## ***Неосвязаемость***

Услуги невозможно увидеть, попробовать на вкус, услышать до момента приобретения. Услуга не существует до ее предоставления, что делает невозможным сравнение и оценку услуг до их получения

## ***Непостоянство качества***

Качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их поставщиков, места, времени оказания

## ***Неотделимость от источника***

Обязательно присутствие клиента, пациента в момент оказания ему услуг

## ***Несохраняемость***

Услугу невозможно хранить, нельзя заготовить впрок

# Медицинская услуга

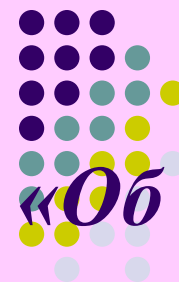
*(Федеральный закон Российской Федерации от 21 ноября 2011 г. N 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»)*



- комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг

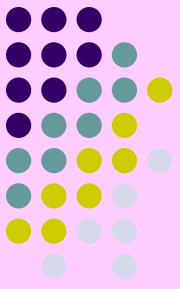
## Социальная услуга

*(ФЗ РФ от 10 декабря 1995 года № 195-ФЗ «Об основах социального обслуживания населения Российской Федерации»*



- это действия социальной службы, заключающиеся в оказании социальной помощи клиенту для преодоления им трудной жизненной ситуации

# Основные виды социальных услуг (ГОСТ Р 52495-2005 Социальное обслуживание населения. Термины и определения)

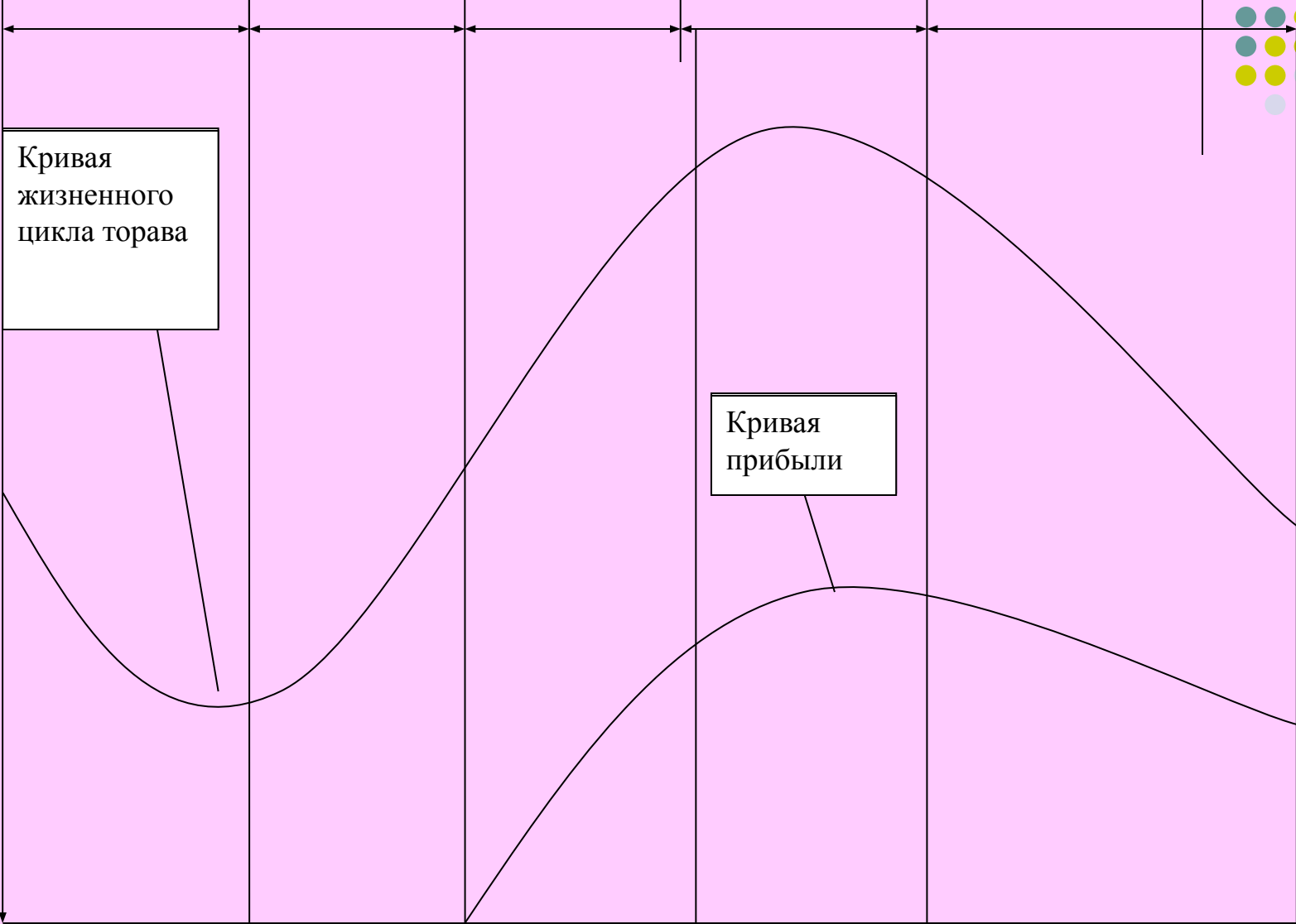


- **Социально-экономическая услуга**
- **Социально-медицинская услуга**
- **Социально-психологическая услуга**
- **Социально-бытовая услуга**
- **Социально-правовая услуга**

Разработка      Ввод      Рост      Зрелость      Старение      Старение

П  
Р  
И  
Б  
Ы  
Л  
Ь

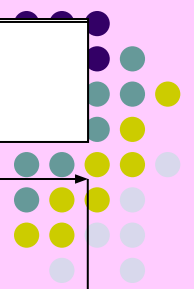
У  
Б  
Ы  
Т  
О  
К

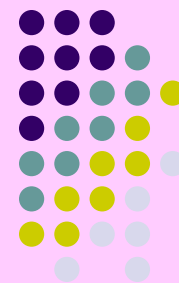


Кривая  
жизненного  
цикла торава

Кривая  
прибыли

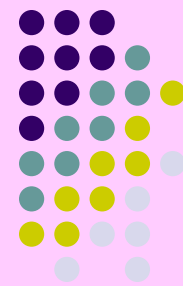
время





**3. Сущность,  
характеристика и  
функции денег.  
Денежная система, ее  
элементы. Денежная  
масса, денежные  
агрегаты**

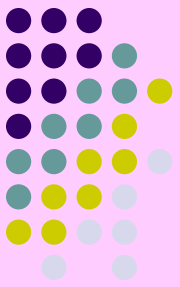
# ДЕНЬГИ



- *особый товар, играющий роль всеобщего эквивалента*
- *актив, который повсеместно принимается как средство обмена*
- *это то, что деньги делают – функции денег*
- *специальные знаки стоимости (бумажные денежные знаки, металлические монеты, записи на счетах), используемые в экономике для выполнения определенных функций*

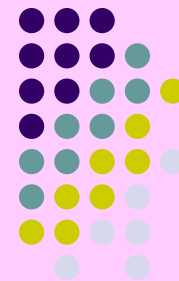


# Характеристика (свойства) денег



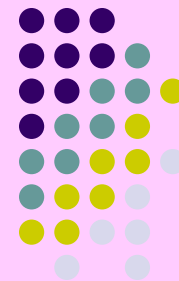
- **Делимость**
- **Портативность**
- **Стабильность (вещества денег)**
- **Износостойкость**
- **Однородность**
- **Узнаваемость и трудность подделки**
- **Низкая себестоимость изготовления**
- **Возможность быть выпущенными в количествах, необходимых для обращения**
- **Стоимость денежного товара должна отличаться стабильностью**

# ФУНКЦИИ ДЕНЕГ

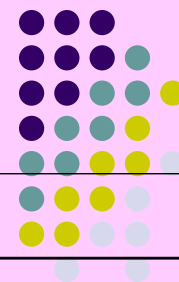


- Мера стоимости
- Средство обращения
- Средство накопления
- Средство платежа
- Мировые деньги

# Закон денежного обращения



покупательная способность денег  
находиться в обратной зависимости от  
их количества: чем больше денег в  
обращении, тем меньше их стоимость



## Количество денег в обращении (теория К. Маркса)

$$КД = \frac{ЦТ - К + П - ВП}{О}$$

КД – количество денег, необходимых для обращения;

ЦТ – сумма цен / товаров;

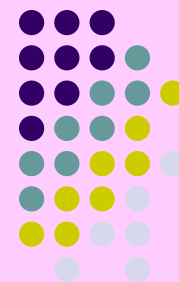
К – товары, проданные в кредит;

П – сумма платежей по которым срок платежа наступил;

ВП – взаимно погашаемые платежи.

О – число оборотов одноименных денежных единиц

$$КД = \frac{\text{сумма цен товаров}}{\text{число оборотов денежной массы в год}}$$



## Количественная теория денег И. Фишера

И. Фишер пытался математически обосновать количественную теорию денег с помощью уравнения обмена:

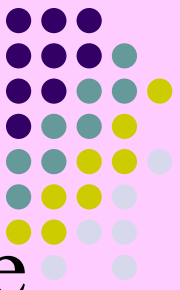
$$MV = PQ,$$

где  $M$  – количество обращающихся денег,

$V$  – скорость обращения денег,

$P$  – средний уровень товарных цен,

$Q$  – количество товаров



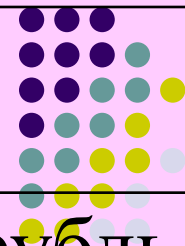
## **Денежная масса-**

полный объем, выпущенных в обращение денег, включая наличные деньги, чеки, денежные средства предприятий и населения, хранимые на счетах в банках, подлежащие безусловной оплате денежные обязательства

## **Денежная система-**

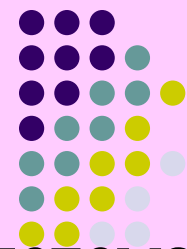
исторически сложившаяся в каждой стране форма организации денежного обращения

# Компоненты денежной системы



1. Национальная денежная единица (доллар, рубль и т. д.) в которых выражаются цены товаров и услуг.
2. Система кредитных и бумажных денег, разменных монет которые являются законными платежными средствами в наличном обороте.
3. Система эмиссии денег, т.е. выпуск денег в обращение.
4. Государственные органы, ведающие вопросами регулирования денежного обращения.

# Денежный мультипликатор



- это часть избыточного резерва, которую система коммерческих банков может использовать для увеличения массы денег в обращении и суммы бессрочных вкладов путем предоставления новых займов (или скупки ценных бумаг). Он равен единице, деленной на обязательную норму резерва
- Денежный мультипликатор показывает, во сколько раз изменится объем денежной массы в случае изменения денежной базы (Денег Центрального банка)
- Денежный мультипликатор используется для прогнозирования предложения денег и регулирования денежной массы. Главную роль в этом процессе играет Центральный банк