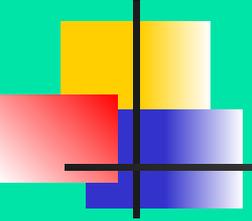


Основы рыночной экономики. Товар и рынок

Лекция 3



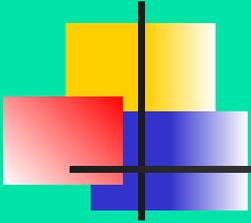
План

1. Экономическая теория товара.
2. Экономические агенты и виды благ.
3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки.
4. Классификация рынка.

1. Экономическая теория товара

- **Продукт** – товар или услуга, получаемые в обмен на что-либо.
- **Свойства продукта:**
 - потребительная стоимость,
 - меновая стоимость
- **Потребительная стоимость продукта** – полезность вещи, ее способность удовлетворять потребность человека
- **Меновая стоимость** – способность продукта обмениваться на другой продукт в определенном количественном соотношении

1. Экономическая теория товара



- **Товарное производство** – форма организации экономики,
 - 1) основанная на общественном разделении труда,
 - 2) предполагающая специализацию производителей на производстве какого-либо товара или услуги
- **Стоимость товара** включает затраты труда на его производство
- **Цена** – денежное выражение стоимости товара и услуги

1. Экономическая теория товара

- Товар – это продукт труда, производимый для обмена
- Свойства товара:
 - потребительная стоимость,
 - меновая стоимость
- *Теория К. Маркса:*
 - наличие у товара двух свойств обусловлено двойственным характером труда
 - Труд, создающий товар, имеет две стороны

1. Экономическая теория товара

- **Конкретный труд** – это полезный труд, затрачиваемый в определенной форме и качественно отличающийся от других видов труда (создает потребительную стоимость)
- **Абстрактный труд** – это труд товаропроизводителей, выступающий как затрата рабочей силы вообще, независимо от ее конкретной формы (создает меновую стоимость)

1. Экономическая теория товара

- Почему происходит обмен разнообразных товаров, кажущихся несопоставимыми?
- Что лежит в основе обмена?
- Экономические школы:
 - марксистская теория,
 - маржиналистская школа,
 - неоклассическая школа

1. Экономическая теория товара

- Марксистская теория – теория трудовой стоимости
- Общим во всех товарах является овеществленный в них труд
- Товары представляют собой различные потребительные стоимости,
- однако они могут приравниваться друг к другу в соответствии с тем количеством труда, которое затрачивается на их производство и которое образует стоимость товаров

1. Экономическая теория товара

- Маржиналистская школа – теория предельной полезности
- Стоимость товара определяется предельной полезностью товаров и их редкостью
- Степень полезности благ для различных потребителей неодинакова
- Она зависит от количества блага, которым располагает потребитель
- Полезность, прибавляемая каждой очередной порцией товара – предельная полезность

1. Экономическая теория товара

- Потребность в новых единицах данного блага с увеличением их числа убывает
- Когда получено определенное количество блага, дальнейшее его приложение будет безразлично, или даже может вызвать отвращение
- Виды ценности:
- субъективная ценность – это ценность материальных благ для данного субъекта
- объективная ценность – рыночная цена товара

1. Экономическая теория товара

- **Неоклассическая школа** – компромиссная теория цены
- *А. Маршалл*: акцент с теоретических споров вокруг стоимости на изучение проблем взаимодействия спроса и предложения, которые определяют процессы, протекающие на рынке

1. Экономическая теория товара

- Компромиссная теория цены:
- цена как результат взаимодействия двух факторов – предельной полезности и издержек производства
- Рыночная цена устанавливается покупателями и продавцами в результате спроса и предложения
- Цена, которую покупатель согласен уплатить за товар, определяется полезностью товара

2. Экономические агенты и виды благ

- Цель агента:
- максимизация результатов при данных затратах или
- минимизация затрат при данном результате
- Благо – это средство, удовлетворяющее потребность
- Виды благ:
- неэкономические (в неограниченном количестве, например, воздух),
- экономические (в ограниченном количестве, например, товары и услуги)

2. Экономические агенты и виды благ

- Виды экономических благ:
- материальные и нематериальные,
- одноразовые и долговременные,
- взаимозаменяемые (товары-субституты) и взаимодополняемые (комплементарные товары),
- прямые (потребительские) и косвенные (производственные)

2. Экономические агенты и виды благ

- Материальные блага:
 - естественные дары природы (земля, воздух, климат),
 - продукты производства (продукты питания, здания, машины)
- Нематериальные блага:
 - внешние (блага внешнего мира для удовлетворения потребностей – репутация, связи),
 - внутренние (блага, данные человеку природой, - голос, слух, способности)

2. Экономические агенты и виды благ

- **Экономические блага** – это средства связи между экономическими агентами
- **Экономический агент** – субъект экономических отношений, участвующий в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ
- Модель экономического оборота



3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- **Рынок** – это способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном механизме ценовых сигналов
- **Важное условие рынка** – свободный обмен ресурсами (формирование свободных цен, эффективные направления их деятельности)
- Индивидуальные решения участников рынка мотивированы собственным частным интересом и не направлены на то, чтобы успешно функционировала экономика в целом

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- Координацию всех независимо принимаемых решений осуществляет рыночный механизм, который функционирует через цены
- Механизм формирования цен – это процесс взаимодействия продавцов и покупателей, их предложения и спроса
- Количество – спрос – цена – предложение - равновесие



3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- Другой элемент рыночного механизма – **конкуренция** (соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров)
- Рынок и конкуренция взаимосвязаны
- Конкуренция заставляет создавать новые продукты и способы производства, поддерживать высокую деловую активность, постоянно искать новые возможности экономического роста

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- **Функции рынка:**
- **распределяющая** (распределение основных факторов производства - ограниченные ресурсы в отрасли повышенного спроса, и, следовательно, повышение цен, оживление производства и перелив труда и капитала);
- **стимулирующая** (стимулирование снижения издержек производства, развитие НТП, совершенствование технологий, использование достижений НТП, экономия ресурсов и, следовательно, уменьшение затрат на производство и увеличению прибыли);



3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- дифференцирующая (дифференциация доходов субъектов рынка, товаропроизводители с низкими издержками – увеличение доходов и выигрыш в конкурентной борьбе)

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- Преимущества рынка:
- 1. рыночный механизм с высокой степенью эффективности решает проблему производства необходимых потребителю товаров и услуг;
- происходит стихийное приспособление производства к объему и структуре общественных потребностей,
- рыночная экономика, как правило, не знает таких явлений, как дефицит, очереди, традиционных для командно-административной системы

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- 2. Рынок может функционировать при наличии весьма ограниченной информации (достаточно данных о цене и издержках производства);
- 3. Рынок обладает гибкостью, высокой адаптивностью к изменяющимся условиям;
- 4. Эффективное функционирование рынка подразумевает экономическую свободу, свободу предпринимательства, свободу перемещения ресурсов, свободу выбора потребителя, свободу ценообразования)

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- 5. рынок как саморегулирующаяся система обладает внутренним порядком и подчиняется определенным закономерностям: миллионы товаров и услуг производятся миллионами людей без централизованного руководства и при этом обеспечивается сбалансированность спроса и предложения;
- рыночный механизм – это наиболее эффективная форма организации общественного производства, прошел длительный эволюционный путь развития



3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- Недостатки рынка:
 - 1. нестабильность (периодически спад деловой активности, инфляция и безработица);
 - 2. процессы, ослабляющие конкуренцию (тайные сговоры производителей, давление на государственные органы, развитие крупномасштабного производства и монополизация рынка);

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- 3. проблема внешних эффектов (экстерналий) – это издержки или выгоды, выпадающие на долю лиц, не связанных непосредственно с производством или потреблением данного блага:
- отрицательные экстерналии возникают, если производство и потребление какого-либо блага приводит к некомпенсируемым издержкам у третьей стороны,
- положительные экстерналии возникают, когда производство и потребление какого-либо блага приводит к некомпенсируемым выгодам у третьей стороны,

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- эти эффекты не находят на рынке адекватной денежной оценки, т.к. они направлены на третьих лиц и никак не отражаются на цене данного товара;
- в случае внешних эффектов рыночный механизм не обеспечивает эффективного распределения ресурсов

3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- 4. ряд товаров не может быть произведен посредством рыночной системы (общественные блага),
- общественное благо – это благо, обладающее двумя свойствами – неисключаемости потребления и неделимости),
- трудно отделить тех, кто платит за благо, от тех, кто за него не платит – отсутствуют стимулы для частного бизнеса производить данные блага,

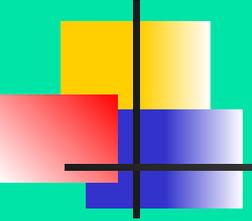


3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- Обычные товары подчиняются принципу исключения – они поступают в пользование тому, кто заплатил за них определенную цену
- Общественным благом могут пользоваться люди, которые не участвовали в его оплате

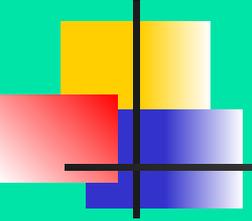
3. Сущность рынка: понятие, функции, преимущества и недостатки

- 5. рынок не решает социальные проблемы (нет гарантий права на труд и доход, значительное имущественное расслоение, нет поддержки социально не защищенных слоев населения – активная социальная политика государства),
- 6. рынок не обеспечивает фундаментальных научных исследований (частному производителю невыгодно производить то, что не приносит быстрой отдачи)



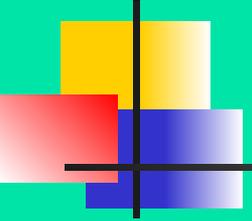
4. Классификация рынка

- По экономическому назначению объектов рыночных отношений:
 - рынок потребительских товаров и услуг,
 - рынок товаров производственного назначения,
 - рынок сырья,
 - рынок труда и т.д.
- По географическому положению:
 - местный рынок,
 - национальный рынок,
 - мировой рынок



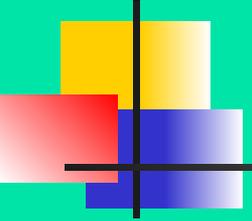
4. Классификация рынка

- По степени монополизации рынка:
 - монополистический рынок,
 - олигополистический рынок,
 - монополистический рынок,
 - свободный рынок,
 - смешанный рынок
- По отраслевой принадлежности: автомобильный, компьютерный, нефтяной и т.д.
- По характеру продаж:
 - оптовый рынок,
 - розничный рынок



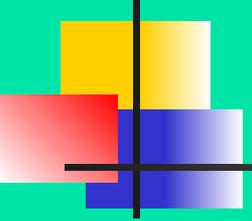
4. Классификация рынка

- Объекты рынка:
- товары,
- услуги,
- факторы производства,
- ценные бумаги и т.д.



4. Классификация рынка

- Субъекты рыночного хозяйства:
- домашние хозяйства – основная структурная единица, функционирующая в потребительской сфере экономики и состоящая из одного или нескольких лиц, цель – удовлетворение личных потребностей;
- фирма – экономическая единица, функционирующая с целью получения прибыли;
- правительство – правительственные учреждения, имеющие юридическую и политическую власть для осуществления контроля над хозяйственными субъектами для достижения общественных целей



4. Классификация рынка

- Цель индивидов – максимальное удовлетворение потребностей при данных издержках,
- Цель государства – наивысший рост общественного благосостояния при определенном бюджете
- **Инфраструктура рынка** - совокупность отраслей экономики, создающих условия её функционирования
- Различают производственную (транспорт, связь, энергоснабжение и т.п.) и социальную инфраструктуру (сервис, образование, здравоохранение и т. д.)