**Задание: ПРОЧИТАТЬ лекцию и ответить на вопросы в конце до 28.04.2020**

**«РЫНОК»**

Нормальное функционирование экономики невозможно без обмена результатами производственной деятельности. *Обмен — это процесс движения потребительских благ и производственных ресур­сов от одного участника экономической деятельности к другому.* Он соединяет производителей и потребителей, связывает членов об­щества. Через обмен формируется система экономических отно­шений.

Способы обмена могут быть различны. В древние времена пре­обладал *натуральный обмен.* Он стал необходим в условиях обще­ственного разделения труда (на земледелие, скотоводство и ре­месла) и специализации. Люди, производившие разнородную про­дукцию, были вынуждены обмениваться продуктами своего труда, чтобы более полно удовлетворить свои материальные потребно­сти. При обмене приходилось сопоставлять ценность и полезность обмениваемых предметов, чтобы интересы каждой из сторон не были ущемлены. Соизмерение ценностей вещей при натуральном обмене представляло весьма сложную проблему. Как, например, определить, сколько глиняных горшков можно получить за корову? Поэтому со временем для измерения стоимости вещей стали использовать предметы, одинаково ценимые большинством лю­дей. Так появились *деньги,* а вместе с ними и *денежный обмен.*

Сначала в качестве денег выступали различные вещи: шкурки животных, домашний скот, ракушки, зерно и др. И по сей день некоторые реликтовые племена используют в качестве денег по­добные предметы. Неудобство таких денег состояло в их недолго­вечности, потере с течением времени полезных свойств. Так, шкур­ки постепенно изнашивались, а домашний скот мог заболеть и пасть. На смену вещественным деньгам пришли *металлические.* Они были более долговечны и могли делиться на части. Сначала ме­талл использовали в слитках. Чтобы оплатить недорогую покупку, от слитка отрезали кусок, который приходилось взвешивать для определения его ценности. На Руси основной единицей пла­тежа была гривна (около 400 граммов серебра). Довольно часто она представляла собой обруч для ношения на шее. Для оплаты товаров ее могли делить напополам (рубить), отсюда пошло на­звание «рубль».

Постоянное деление металлических слитков и взвешивание отрезанных кусков также было не вполне удобным. Поэтому появились *монеты* — металлические деньги со строго фиксирован­ным весом и стоимостью. В большинстве случаев монеты имели и имеют по сей день дисковую форму. На каждой из ее сторон чека­нились какие-либо изображения. Чаще всего это были лица мо­нархов, гербы государств, а также различные надписи. Монеты были довольно распространенными деньгами в течение многих столетий, пока в XVIII в. не появились *бумажные деньги.* Они бо­лее удобны, потому что легче по весу, чем металлические, и за­нимают значительно меньше места. Бумажные деньги широко распространены и сейчас. Но несмотря на удобства они имеют и не­достатки. Металлические деньги (золото, серебро) — это *реальные деньги,* они вряд ли когда-нибудь обесценятся. Бумажные же день­ги называют *символическими.* Их реальная стоимость равна стоимо­сти израсходованной на них бумаги и типографских услуг. В то же время формальная стоимость денег определяется их *номиналом,* т.е. той суммой, которая обозначена на купюре.

Бумажные деньги при всех их достоинствах породили массу проблем. Их легко подделать. Современные типографские техно­логии позволяют копировать даже самые совершенные средства защиты. Еще одна проблема — это износ купюр. Государство вы­нуждено постоянно изымать из обращения ветхие купюры и за­менять их новыми.

 *Выпуск новых партии бумажных денег называ­ется эмиссией.* Государство жестко контролирует этот процесс, предоставляя право эмиссии одному или нескольким банкам. В со­ответствии со статьей 75 Конституции РФ денежная эмиссия осу­ществляется исключительно Центральным банком РФ.

Количество бумажных денег в стране должно соответствовать объему товарной массы и золотовалютному запасу государства. *Переполнение сферы обращения бумажными деньгами, вызывающее их обесценивание, называется инфляцией.* В результате падения покупательной способности денег растут пены на товары и услуги, снижается уровень жизни населения. Инфляция стала обычным явлением XX в. Небольшие ее темпы допустимы и учитываются при составлении государственного бюджета. По темпам развития выделяются *умеренная* инфляция (до 10% в год), *галопирующая* (до 200 %) и *гиперинфляция* (до 1000 %). Чтобы избежать высоких темпов инфляции, государство должно постоянно контролиро­вать денежное обращение.

Сейчас наряду с бумажными все большее значение приобрета­ют *электронные деньги.* Они функционируют в виде безналичных платежей, т. е. переводов денег с одного банковского счета на дру­гой. Одну из форм электронных денег представляют кредитные карточки в виде именного денежного документа, выпущенного кредитным учреждением (банком), удостоверяющего личность владельца банковского счета и дающего ему право на приобрете­ние товаров и услуг в розничной торговле без оплаты наличны­ми деньгами. Кредитные карточки появились в 1950-х гг. и стали довольно распространенным средством платежа в настоящее вре­мя. Владельцу кредитной карточки не обязательно носить с со­бой деньги. При покупке товара нужная сумма снимается с его счета, а если понадобятся наличные деньги, то их можно полу­чить через банкомат.

Независимо от формы деньги имеют общие признаки и вы­полняют одинаковые функции. *Признаками денег* являются их *пор­тативность* (занимают мало места), *однородность* (равная стоимость однородных купюр), *стабильность* (одинаковая стоимость на протяжении длительного времени) и *узнаваемость* (сложность под­делки).

Деньги выполняют три *функции:* служат средством обращения, мерой стоимости и средством накопления. В качестве *средства об­ращения* деньги выступают платежным средством при обмене то­варов. Приобретая какую-либо вещь, покупатель платит за нее деньги; продавец, получив деньги, оплачивает ими товары и услуги и т.д. Чем быстрее обращаются деньги, тем меньше в стране денеж­ной массы и, соответственно, меньше вероятность инфляции. Выступая как *мера стоимости,* деньги играют рать счетной единицы, всеобщего эквивалента, благодаря которому можно срав­нить стоимость всех товаров и услуг. Как *средство накопления* деньги выступают в том случае, когда их не тратят, а откладывают с целью накопить необходимую сумму для покупки дорогостоящей вещи или на «черный день».

С развитием денежного обмена появляется *рынок.* Это слово имеет несколько значений. В широком смысле рынком называют место, где совершается купля-продажа товаров и услуг. В зависимости от вида товаров различают продуктовые, автомобильные, радиорынки и др., а по форме торговли — оптовые и розничные.

С точки зрения экономической науки *рынок* — *это форма хо­зяйственных связей между потребителями и производителями в сфере обмена, механизм взаимодействия покупателей и продавцов эконо­мических благ.* Рынок обслуживает производство, обмен, распре­деление и потребление. Для производства рынок поставляет необ­ходимые ресурсы и реализует его продукцию, а также определяет спрос на нее. Для обмена рынок служит главным каналом сбыта и закупок товаров и услуг. Для распределения он выступает тем ме­ханизмом, который определяет размеры доходов для владельцев ресурсов, продающихся на рынке. Через рынок потребителю по­ступает основная часть необходимых ему потребительских благ. На­конец, на рынке определяется цена, представляющая собой глав­ный индикатор рыночной экономики.

*Цена* — *это денежное выражение стоимости товаров и услуг.* Процесс установления пены на товар называется *ценообразовани­ем.* Конечно, продавец может произвольно установить цену. Но если цена будет слишком высокой, то товар не купят, а если она будет ниже себестоимости, то предприниматель разорится. На процесс ценообразования оказывают влияние множество объек­тивных факторов: соотношение спроса и предложения, редкость (дефицит) и престижность товара, возможность замены товара аналогичным, степень его необходимости.

Цены бывают нескольких видов: оптовые и розничные, внут­ренние и мировые. Но независимо от вида цены выполняют одни и те же *функции.* Цена *информирует (информирующая функция)* по­купателя о том, сколько денег хочет продавец получить за товар. Эта информация ориентирует *(ориентирующая функция)* покупа­теля в выборе товара и определяет спрос на него. Увеличение цены на товар стимулирует производителя к выпуску продукции *(сти­мулирующая функция),* а увеличение спроса на товар при сниже­нии цены побуждает производителя к снижению себестоимости *(ресурсосберегающая функция).* Наконец, изменение цен способ­ствует *перераспределению кanumaлa (распределительная функция)* из одной отрасли экономики в другую.

*Условиями существования рынка* выступают разделение труда, специализация, обмен, наличие самостоятельных субъектов эко­номической деятельности, свобода предпринимательской дея­тельности. основанная на частной собственности. Все это регулируется общеобязательными правилами поведения — обычая­ми, традициями, законами. Рынок как механизм взаимодействия покупателей и продавцов («большой» рынок) состоит из отдель­ных («малых») рынков — капитала, труда, ценных бумаг, валют­ных средств, продовольствия, жилья, страховых услуг и т.д.

*Рынок выполняет ряд функций.* Прежде всего это *информацион­ная функция.* Она проявляется в определении пен на товары и ус­луги, предложения и спроса на них. *Регулирующая функция* прояв­ляется в изменении структуры производства, регулировании пен. внедрении новых технологий и т.д. Рынок выступает посредником между производителями и потребителями *(посредническая функ­ция),* позволяя им найти наиболее выгодный вариант купли-продажи. *Стимулирующая функция* нацеливает производителя на по­вышение эффективности производства.

*Покупатели и продавцы на рынке постоянно совершают обмен денег на товар и обратно.* Товар — это продукт труда, удов­летворяющий какую-либо потребность и предназначенный не для собственного потребления производителя, а для продажи.

Важным свойством товара служит его *полезность,* т.е. способ­ность удовлетворения какой-либо потребности потребителя. По­требитель оценивает степень пользы от потребления товаров и вы­страивает для себя шкалу полезности каждого из них. Потребно­сти людей очень отличаются друг от друга. В то же время существуют объективные обстоятельства, заставляющие всех покупать тот или иной товар. В экономической науке сформулирован *закон убываю­щей предельной полезности,* в соответствии с которым по мере уве­личения потребления блага его полезность уменьшается. Напри­мер, когда человек хочет есть, первая порция еды будет для него обладать высокой степенью полезности, вторая — меньшей, тре­тья — еще более меньшей, и, наконец, когда человек насытится, оставшаяся еда будет в его глазах обладать минимальной степенью полезности. Еще одно качество товара — это его *ценность (сто­имость).* Под ценностью понимается денежная опенка потребите­лем полезности блага.

Формирование рыночных цен происходит в процессе взаимо­действия производителей (продавцов) и потребителей (покупате­лей), преследующих диаметрально противоположные цели. Этот процесс в большинстве случаев связан с *конкуренцией — соперни­чеством между участниками рынка.* Конкуренция может представ­лять собой борьбу и за экономические ресурсы, и за утверждение устойчивой ниши на рынке. Достоинство конкуренции состоит в том. что она ставит распределение ограниченных ресурсов в за­висимость от экономических аргументов конкурентов. Победить в конкурентной борьбе обычно можно предлагая блага более вы­сокого качества по меньшей цене. Поэтому *роль конкуренции* за­ключается в том, что она способствует установлению на рынке определенного порядка, гарантирующего производство достаточ­ного количества качественных и продающихся по равновесной цене благ.

Различают такие виды конкуренции, как совершенная и несо­вершенная. При *совершенной конкуренции* существует множество мелких фирм, предлагающих на рынке однородную продукцию. Самому потребителю безразлично, у какой фирмы он приобретает эту продукцию. Доля каждой фирмы в общем объеме рыночного предложения данной продукции настолько мала, что любое ее решение о повышении или понижении цены не отражается на Цене на аналогичные товары других производителей. Появление новых фирм в отрасли не встречает каких-либо препятствий или ограничений. Выход из отрасли также абсолютно свободен. Нет ограничений на доступ той или иной фирмы к информации о состоянии рынка, пенах на товары и ресурсы, затратах, качестве товаров, технике производства и т.д.

*Несовершенная конкуренция* связана с заметным ограничением свободного предпринимательства. Такая конкуренция имеет мес­то при незначительном количестве фирм в каждой сфере пред­принимательской деятельности. Какая-либо группа предпринима­телей (или даже один предприниматель) может произвольно влиять на конъюнктуру рынка. Проникновение новых предпринимателей на рынок затруднительно. Отсутствуют заменители продукции, вы­пускаемой привилегированными производителями.

Промежуточным видом конкуренции выступает *монополисти­ческая конкуренция.* Она представляет собой тип рынка, в условияхкоторого большое количество мелких фирм предлагают разнород­ную продукцию. Вход на рынок и выход с него обычно не связаны с какими-либо трудностями. Существуют различия в качестве, внешнем виде и других характеристиках товаров, производимых разными фирмами, которые делают эти товары в чем-то уникаль­ными, хотя и взаимозаменяемыми.

*Противоположность конкуренции составляет монополия.* В усло­виях монополии существует только одни продавец данной продук­ции, не имеющей близких заменителей. Ставятся жесткие барьеры для вступления в отрасль других фирм.

Если в единственном числе выступает покупатель, то такая кон­куренция называется *монопсониеи. В* некоторых отраслях встречает­ся двусторонняя монополия, когда на рынке определенной продукции выступает одни продавец и один покупатель. Например, в сфере военного производства заказчиком выступает государство, а поставщиком — какая-нибудь одна-единственная фирма.

Чистая монополия и чистая монопсония — сравнительно ред­кие явления. Гораздо чаше в рыночной экономике складывается *олигополия,* которая предполагает существование на рынке несколь­ких крупных фирм, выпускающих как однородную, так и разно­родную продукцию. Вступление новых фирм в отрасль затрудни­тельно. Особенность олигополии заключается во взаимной зави­симости фирм при принятии решений о ценах на свою продукцию.

В рамках рыночной экономики актуальным становится зашита конкурентной среды с целью достижения оптимального сочета­ния различных видов конкуренции и недопущения подавления одних субъектов экономической деятельности другими. Такую за­дачу выполняет государство, которое проводит антимонопольную политику, закрепляя правила экономической деятельности в за­конах

*Важнейшими элементами рыночного механизма выступают спрос и предложение.* Спрос *—* это намерение покупателей приоб­рести данный товар по данной цене, подкрепленное денежной воз­можностью. *В условиях рынка действует* закон спроса, *согласно которому при равных условиях спрос на товар тем выше, чем ниже цена этого товара, и наоборот, чем выше цена, тем ниже спрос на товар. Спрос во многом зависит от дохода потребителя и от цен на близкие по назначению и качеству товары.*

Закон спроса работает в условиях стабильного экономического развития. Он не действует в ситуациях ажиотажного спроса, выз­ванного ожидающимся повышением цен. Закон спроса не распро­страняется на антиквариат, предметы роскоши, т.е. на те товары, которые выступают средством накопления, а также на те случаи, когда спрос переключается на технологически новые товары.

Изменение количества товара, которое покупатели хотят и могут купить в зависимости от изменения цены, называют *изме­нением величины спроса.* Если цена на товар снижается, то вели­чина спроса на него возрастает, и наоборот. Кроме цены на спрос влияют доходы населения, изменение его структуры (по возраст­ному, профессиональному и другим признакам), изменение цен на другие аналогичные товары, а также смена моды, вкусов, привычек.

*Предложение* — *то намерение продавца предложить свой товар к продаже за определенный промежуток времени при всех возмож­ных ценах на него.* Действующий на рынке *закон предложения* со­стоит в том, что при равных условиях количество предлагаемого продавцами товара тем выше, чем выше цена этого товара, и на­оборот, чем ниже цена, тем ниже величина его предложения. Кроме цены на предложение оказывают влияние и другие факторы. На­пример, снижение издержек производства приводит к увеличе­нию предложения.

*Соотношение спроса* и *предложения* формирует *равновесную ры­ночную цену,* которая стремится установиться на таком уровне, при котором спрос равен предложению.

Рыночная экономика представляет собой наиболее распрост­раненный тип экономических систем в современном мире. Имен­но в условиях рынка возможно наиболее полно реализовать свои предпринимательские способности и удовлетворить необходимые потребности.

**Вопросы и задания**

1. Что такое обмен? Какие способы обмена существовали в истории человечества?
2. Какие формы денег были приняты в прошлом? В чем их достоинства и недостатки?
3. Что такое инфляция? Каковы ее виды? Как инфляция влияет на развитие экономики?
4. Охарактеризуйте признаки денег.
5. Какие функции выполняют деньги?
6. В каких значениях употребляется слово «рынок»? Что такое рынок с точки зрения экономической науки?
7. Что такое цена? Что влияет на процесс ценообразования?
8. Назовите функции рынка.
9. Что такое товар? Каковы его свойства?
10. Как осуществляются взаимоотношения производителей и потребителей? Какую роль при этом играет конкуренция?