

## **ТЕМА: «СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ»**

- 1. Натуральное и товарное производство**
- 2. Товар и его свойства**
- 3. Понятие рынка, основные функции и виды. Инфраструктура рынка**

**Ключевые понятия темы:** натуральное хозяйство, товарное хозяйство, товар, потребительская стоимость, меновая стоимость, рынок, субъекты и объекты рынка, функции рынка, структура рынка, инфраструктура рынка.

Существует два типа организации хозяйства, которые совершенно по-разному решают данные вопросы:

- 1) Натуральное производство;
- 2) Товарное.

Исторически первым типом экономической организации производства стало **НАТУРАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО**, при котором люди производят продукты лишь для удовлетворения своих собственных потребностей, не прибегая к обмену, к рынку.

Для натурального производства характерны следующие черты:

1. Натуральное хозяйство - **замкнутая система организационно-экономических отношений**. Общество, в котором оно господствует, состоит из массы разобщенных и экономически изолированных друг от друга хозяйственных единиц (семей, общин, поместий).

2. Для натурального производства характерен **ручной универсальный труд** (каждый человек выполняет все основные работы) с помощью простейшей техники (мотыга, лопаты, грабли и т.п.) и кустарного инструмента.

3. Системе натурального хозяйства свойственны **прямые экономические связи между производством и потреблением**. Она развивается по формуле: "производство - распределение - потребление".

Огромную роль в натуральном хозяйстве играют традиции, обычаи, привычки, воля вождя, житейский опыт. В нем отсутствует мобильность рабочей силы.

Натуральное хозяйство преобладает во многих развивающихся странах. У многих народностей Африки, индейских племен, живущих во внутренних регионах Латинской Америки, в Юго-Восточной Азии, сохраняется широкое многообразие конкретных форм натурального хозяйства (охота, рыболовство, обработка земли, кочевое скотоводство).

Более сложным по сравнению с натуральным является **ТОВАРНОЕ ХОЗЯЙСТВО**. Это хозяйство, при котором продукты производятся не для собственного потребления, а для обмена посредством купли-продажи на рынке, т.е. для удовлетворения потребностей других людей.

Товарному хозяйству присущи следующие основные черты:

1. Это хозяйство является **открытой системой** организационно-экономических отношений. Здесь работники создают полезные продукты не для собственного потребления, а для продажи их другим людям.

2. Производство товаров основано **на разделении труда**. Его развитие зависит от того, насколько углубляется специализация (обособление) работников, предприятий на выпуске отдельных видов продуктов или частей сложных изделий. Это важнейший фактор роста выпуска продукции и образования излишков как основы обмена.

3. Товарному хозяйству присущи **косвенные, опосредованные связи между производством и потреблением**. Они развиваются по формуле «производство — распределение — обмен — потребление». Изготовленная продукция сначала поступает на рынок для обмена на другие изделия (или на деньги) и лишь затем попадает в сферу потребления. Рынок подтверждает или не подтверждает необходимость изготавливать данную продукцию для продажи.

**Условием**, необходимым для возникновения товарного производства, является **общественное разделение труда**, при котором происходит специализация производителей на изготовлении конкретной продукции (например, отделение скотоводства от земледелия).

Разделение труда предполагает наличие **экономической свободы** — возможности выбирать сферу хозяйственной деятельности.

**Причиной** возникновения товарного производства служит **экономическая обособленность производителей друг от друга**.

Возникло оно в период разложения первобытной общины, когда стала появляться частная собственность и излишки продукции сверх той меры, которая необходима для поддержания жизнедеятельности производителей.

Эти предпосылки способствовали обмену результатами труда путем купли-продажи.

Основными формами обмена являются бартерный и денежный.

**Бартерный обмен** — это прямой обмен продукта на продукт без посредства денег. Бартерный обмен господствовал на ранних стадиях развития товарного производства.

**Денежный обмен** — это обмен продукта на продукт посредством денег. В настоящее время денежный обмен является господствующей формой обмена в экономике.

Товарное производство обладает высокой адаптивностью к разным экономическим системам.

**В товарном производстве основные вопросы экономики решаются самостоятельно производителями**.

В современной рыночной экономике товарное производство составляет почти 100% в общем объеме производимой продукции (как в России, так и в Пензенской области).

В настоящее время выделяют два типа товарного производства: **простое и крупное (развитое)**.

## **2 вопрос. Товар и его свойства**

Известно, что КЛЮЧЕВОЙ категорией товарного производства является **товар**.

В экономической литературе существуют разные подходы понимания его сущности. Мы рассмотрим два из них.

1. **В марксистской теории** (с позиции производителя) товар – это полезный человеку продукт труда, предназначенный для продажи. Из этого определения следует, что:

- товаром является только то, что удовлетворяет какую-либо потребность человека;

- товаром является то, что аprobировано трудом (например, ягоды или грибы в лесу не являются товаром, но могут стать ими после того, как затрачен труд на их сбор);

- является то, что предназначено для продажи.

2. **В Австрийской экономической школе** (с позиции потребителя, представителем которой является К. Менгер) товар определяется как специфическое экономическое благо, произведенное для обмена.

К экономическим благам К. Менгер относит те, которые являются объектом или результатом экономической деятельности и которые можно получить в количестве, ограниченном по сравнению с потребностями.

Общим между этими определениями является то, что в них товар рассматривается как результат труда.

Отличие состоит в том, что второе определение учитывает соотношение между потребностью в благе и доступностью этого блага, а первое — не учитывает.

Таким образом, **товар – это продукт труда, способный удовлетворять какую-либо потребность человека и созданный для обмена**.

### **ТОВАР ОБЛАДАЕТ ДВУМЯ СВОЙСТВАМИ:**

1. *Способностью удовлетворять какую-либо человеческую потребность;*

2. *Способностью обмениваться на другие товары.*

1. Способность товара удовлетворять ту или иную потребность человека называется **потребительской стоимостью**. Например, потребительская стоимость хлеба – в способности удовлетворять потребности человека в пище, утолять голод; костюмы, платья – в одежде; потребительская стоимость книги – в способности удовлетворять интеллектуальные потребности и т.д.

Каждый товар обладает потребительской стоимостью. Она удовлетворяет потребности не только самого создателя, но и других людей, т.е. является общественной потребительской стоимостью.

2. **Меновая стоимость** – второе неотъемлемое свойство товара. Способность товара обмениваться на другие товары в определенной количественной пропорции **есть меновая стоимость.**

Например, на рынке можно приравнять друг другу (цифры условные): 2 грамма золота, 1 стол, 25 кг мяса и прочее. Такие обменные операции можно представить в алгебраическом виде:

$$xA = yB = zC = \dots,$$

где А, В, С – полезные вещи;

х, у, z – количественные пропорции обмена.

Или например, десять булок хлеба можно обменять на 1 кг мяса. То есть, меновая стоимость 1 кг мяса равна десяти булкам хлеба и наоборот.

В меновой стоимости проявляется стоимость. Что такое стоимость?

В самом общем виде, общественный труд, воплощенный в товарах и обнаруживающийся при их обмене, является СТОИМОСТЬЮ товаров.

В экономической литературе сложилось несколько альтернативных подходов при определении стоимости товара.

По мнению сторонников **ТРУДОВОЙ ТЕОРИИ СТОИМОСТИ**, обмениваемые товары имеют общую основу в лице трудовых затрат, которые и определяют стоимость.

По мнению сторонников **ТЕОРИИ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ**, в основе обмена лежит полезность.

**Полезность** — это удовлетворение или удовольствие, которое индивид получает от потребления товара или услуги.

Обратимся к этим концепциям.

1. **ТРУДОВАЯ ТЕОРИЯ СТОИМОСТИ** сформировалась в течение XVIII и XIX вв. Представителями данной теории являются классики политической экономии (В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, Ф. Энгельс).

*Содержание трудовой теории стоимости можно кратко изложить в следующих основных положениях.*

1. Товары в определенных количествах могут приравниваться друг к другу, так как имеют общую основу – *труд*. При этом труд измеряется с помощью рабочего времени.

2. Разнородные продукты рыночного обмена имеют одинаковое внутреннее содержание - *стоимость*. Поэтому на рынке они приравниваются друг к другу в определенной меновой пропорции.

3. Стоимость товаров создается общественным трудом производителей. Этот труд является общественным, т.к. изготовитель продукта создает его для других. Стало быть, стоимость - воплощенный в товаре общественный труд.

4. Труд, образующий стоимость, различается по его сложности или качеству. Можно выделить простой, который не требует какой-либо подготовки) и сложный (квалифицированный) труд. На последний предварительно затрачиваются время, усилия человека, чтобы приобрести нужные знания и трудовые навыки. Потому в рыночном обмене товаров один час сложного труда может быть приравнен к нескольким часам простого труда.

5. На изготовление одного и того же вида продукта работники обычно затрачивают неодинаковое по величине индивидуальное рабочее время. Ибо они имеют различные условия производства (средства и предметы труда), отличаются по уровню квалификации, по степени интенсивности (напряженности) трудовых усилий. Поэтому товары одного и того же вида и качества (например, картофель), обычно имеют разную по величине индивидуальную стоимость.

Таким образом, **трудовая теория стоимости** раскрыла экономические связи, которые можно схематически отразить в формуле: “**товаропроизводитель - общественный труд - товар - общественная стоимость - рыночная цена**”. Заметно, что здесь представлен взгляд на товарно-рыночные отношения лишь с одной стороны - с позиции товаропроизводителя и продавца продукта.

*А теперь взглянем на те же отношения с прямо противоположной стороны.*

2. **ТЕОРИЯ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ** (появилась во второй половине XIX века) наиболее ярко выражена в трудах представителей австрийской школы: К. Менгера, Е. Бем-Баверка, Л. Вальраса, У. Джевонса и др.

*Основные положения данной теории следующие.*

1. В основе обмена лежит полезность товара, а не труд. Полезность – главная категория маржинального направления экономической науки.

2. Если согласно трудовой теории стоимости, стоимость создается в производстве; то согласно теории предельной полезности, стоимость – прежде всего категория обмена.

3. Поскольку товар относится к экономическим благам, то на практике цена на него зависит от сравнительной редкости блага: чем относительно меньше данного блага (товара) по сравнению с потребностью в нем, тем выше цена на данный товар (золото и алюминий или например, вода имеется в изобилии, и, следовательно, цена на нее низка. Наоборот, бриллианты встречаются редко, требуют больших затрат на добычу, гранение, шлифовку. Их запас ограничен, цена высока).

4. В процессе личного потребления действует **закон убывающей полезности**, который означает, что каждое последующее благо, удовлетворяющее данную потребность, обладает меньшей полезностью, чем предыдущее.

5. Ценность благ определяет предельная полезность, то есть субъективная полезность «предельного экземпляра», удовлетворяющего наименее настоятельную потребность в продукте данного рода.

Как видно, **основные положения теории предельной полезности** отражают экономические связи, которые можно представить в формуле: “**потребитель - потребность - полезность блага - его ценность - цена**”. Так, по-видимому, можно оценивать товар и рыночные отношения со стороны покупателя, потребителя.

### **З вопрос. Понятие рынка, основные функции и виды.**

#### **Инфраструктура рынка**

Рынок есть результат исторического процесса развития товарного производства, обусловленный общественным разделением труда и обособлением субъектов хозяйствования.

**Рынок — это система организационно-экономических отношений, осуществляющаяся через куплю- продажу во всех звеньях воспроизводства: в сфере производства, распределения, обмена и потребления.**

**Субъектами рынка** выступают: юридические лица (фирмы, предприятия, учреждения); физические лица; государство.

**Объектами рынка** являются товары и деньги. В качестве товаров выступает не только произведенная продукция, но и факторы производства (земля, труд, капитал), услуги. В качестве денег — все финансовые средства, важнейшими из которых являются сами деньги.

**Сущность рынка реализуется через его функции.** Среди которых выделяют следующие:

1. **Информационная функция** рынка очень важна, т.к. рынок представляет собой богатый источник информации, знаний, сведений, необходимых хозяйствующим субъектам. Рынок через механизм цен информирует производителя, что производить, по каким ценам, сколько продавать, об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок, информирует о процентных ставках за кредит и др.

2. **Регулирующая (самая важная).** Рынок подает производству и обществу сигналы: что производить, как производить, для кого и в каком объеме. Через спрос и предложение, колебания цен, конкуренцию рынок обеспечивает рациональное распределение ресурсов по отраслям и регионам, способствует установлению равновесия в экономике.

3. **Посредническая функция** заключается в том, что рынок сводит продавцов и покупателей, экономически обособленных и независимых товаропроизводителей и потребителей с целью заключения сделок, осуществления деловых контрактов и обмена результатами своей деятельности, согласования экономических интересов хозяйствующих субъектов, работников и работодателей.

4. **Ценообразующая функция** связана с тем, что на рынок поступают товары, услуги одного назначения (масло, мука, яблоки и т.д.). Издержки на производство товара у каждого товаропроизводителя индивидуальные, но рынок признает только общественно-необходимые затраты труда, потому что только их оплачивает покупатель. Только на рынке формируется общественная стоимость товара. Именно здесь устанавливается связь между стоимостью и ценой. Цена складывается на рынке.

5. **Стимулирующая функция** состоит в побуждении производителей к улучшению потребительских свойств товаров, к снижению издержек

производства и увеличению прибыли, к освоению достижений науки и техники, повышение качества продукции, расширение ассортимента товаров и услуг.

6. **Контролирующая функция** обусловлена тем, что рынок является средством общественного признания или непризнания затраченного труда. Если товар продан, значит, труд признан обществом. Рынок показывает, в какой мере количество и качество товаров и услуг соответствуют платежеспособным потребностям людей, т.е. спросу.

7. **Интеграционная функция** состоит в том, что рынок интегрирует (соединяет) сферу производства и сферу потребления в общий процесс активного обмена продуктами и услугами.

8. **Санирующая функция** рынка сводится к очищению экономики от устаревших, нерентабельных, неконкурентоспособных предприятий. Наоборот, рынок дает «зеленый свет» современным эффективным, предприимчивым, здоровым предприятиям.

9. **Социальная функция** рынка заключается в его ориентации на удовлетворение потребностей покупателей, в получении устойчивого дохода производителей и достижении на этой основе стабильности в обществе.

Рынок обладает как положительными, так и отрицательными чертами.

Рынок имеет определенную структуру. Это **внутреннее строение его отдельных элементов.**

В настоящее время рынок классифицируют по разным критериям, среди которых выделяют следующие.

1. **По экономическому назначению** выделяют:

- рынок товаров и услуг (товары потребительского назначения; рынки услуг: бытовые, транспортные, платные медицинские и образовательные услуги, финансовые, страховые, социальные, культурные, коммунальные; рынки жилья и зданий непроизводственного назначения).

- рынок средств производства (представлен различными видами топлива, сырья, электроэнергии, машин, оборудования, транспортных средств и т.д.).

- рынок труда, который представляет собой куплю-продажу рабочей силы – квалифицированных и неквалифицированных рабочих, научных работников, менеджеров и т.д.

- финансовый рынок (инвестиционные рынки; кредитные рынки; рынки ценных бумаг; валютно-денежные рынки).

2. **По пространственному признаку:**

- местный (локальный);
- региональный;
- национальный;
- мировой.

3. **С позиций ценообразования и характера конкуренции** различаются следующие рынки:

- рынок совершенной конкуренции (много продавцов и много покупателей);
- рынок монопольной конкуренции (один продавец);
- рынок олигополии (мало продавцов и много покупателей);
- рынок олигопсонии (много продавцов и мало покупателей);

- рынок двусторонней олигополии (мало продавцов и мало покупателей);
- рынок дуополии (два продавца и два покупателя);
- рынок монопсонии (много продавцов и один покупатель);
- рынок монополистической конкуренции (много продавцов и много покупателей).

4. **По отраслям** различают рынки:

- автомобильный;
- зерновой;
  - молочной продукции;
  - компьютерной техники;
  - нефти и т.д.

5. **По субъектам, вступающим в обмен:**

- рынок потребителей;
- производителей;

Первый тип: если предложение превышает спрос, то на рынке дефицита нет, производитель беспокоится о качестве производимой продукции и такой рынок называется рынком потребителя, поскольку на нем правит бал именно потребитель. Он выбирает, капризничает — повышенное предложение позволяет ему это делать.

Второй тип: если спрос превышает предложение, то на рынке — дефицит и правит бал производитель. Он не беспокоится о качестве выпускаемой продукции. А зачем беспокоиться? Все равно купят. Этот рынок называется рынком производителя.

- промежуточных продавцов;
- государственных учреждений.

6. **По характеру продаж:**

- оптовый (представлен оптовой базой, биржей, ярмаркой);
- розничный (представлен сетью магазинов, продовольственных и вещевых рынков, торговых палаток);
  - рынки государственных закупок продукции, когда покупателем выступает государство, а продавцами — фирмы, АО и т.д.

7. **По месту создания продукта:**

- внутренний;
- внешний.

8. **По степени насыщенности:**

- дефицитный (спрос больше предложения);
- избыточный (спрос меньше предложения);
- равновесный (спрос равен предложению).

9. **По соответствию законодательству:**

- легальный (официальный). Большинство рынков являются легальными, то есть законными. Они имеют разрешение государства на участие в сфере обмена, то есть лицензии на право торговли, платят положенные пошлины и налоги в местный или федеральный бюджет.

- нелегальный (теневой, криминальный, «черный»). Является наиболее опасным для общества; здесь осуществляется подпольная торговля товарами,

запрещенными законом к производству. Например, рынок наркотиков. К черному рынку относят и противозаконные действия, такие как рэкет, коррупцию, заказные убийства.

#### **10. По степени развитости экономической свободы:**

- свободный (нерегулируемый), где отсутствует государственное вмешательство в рыночный процесс. Такой рынок называют стихийным (неуправляемым). Например по ряду причин, в 2010 г. был закрыт Черкизовский рынок.

- регулируемый, где государство устанавливает общие правила поведения участников рынка.

#### **11. По характеру связи между рынками:**

- связанные вертикально;
- и рынки, связанные горизонтально.

Рынки связаны вертикально, когда по пути к конечному потребителю товары проходят через последовательность рынка. К примеру, сельскохозяйственное предприятие продает сахарную свеклу перерабатывающему комбинату, который продает сахар оптовой компании, которая в свою очередь продает его в розничную сеть или предприятиям пищевой промышленности, скажем кондитерской фабрике для производства конфет.

Рынки связаны горизонтально, когда один продукт заменяет или дополняет другой. Примерами таких рынков могут быть рынки говядины и свинины, рынки бензина и дизельного топлива.

#### **12. По форме оплаты товара различают рынки:**

- продажи за наличные деньги (в магазинах, на продовольственных и вещевых рынках, оплата товара производится за наличные деньги).
- продажи по безналичному расчету, в качестве платежных средств могут использоваться денежные чеки, пластиковые карточки.

#### **13. По форме продажи товаров:**

Существуют рынки:

- Продажи товаров в кредит, или рассрочку, их оплата производится по частям оговоренные обязательством сроки.  
- До сих пор сохранилась форма продажи товара в обмен на другие блага. Она называется «бартер». Предоставление товаров на прокат за определенную плату можно назвать продажей на определенный срок.
- Широкое распространение получила форма продажи товаров под залог личного имущества покупателя. Например, в ломбарде покупатель закладывает продавцу свои вещи, а затем их выкупает.
- Существует и комиссионная форма торговли товарами, убывшими в употреблении.

Современный рынок невозможен без **развитой инфраструктуры**, т.е. вспомогательных отраслей и организаций. Термин «инфраструктура» впервые был использован в начале XX века и в переводе с латинского «инфра» означает «ниже, под», а структура – строение, расположение. Этот термин в настоящее время трактуется широко.

**Инфраструктура рынка** – это совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм, обеспечивающих успешное функционирование рыночных отношений.

Принято различать инфраструктуру следующих рынков:

**1. Инфраструктура товарного рынка** представлена товарными биржами, предприятиями оптовой и розничной торговли, аукционами, ярмарками, посредническими фирмами не биржевого характера.

**2. Инфраструктура финансового рынка** включает в себя фондовые и валютные биржи, банки, страховые компании, консалтинговые фирмы, эмиссионная система и эмиссионные банки, кредитная система, рекламные агентства, аудиторские компании и фонды.

**3. Инфраструктура рынка труда** включает в себя биржи труда, службу занятости и переподготовки кадров, регулирование миграции рабочей силы и т.д.

**4. Инфраструктура информационного рынка** - совокупность организаций, предполагающих информационные продукты и услуги.

**5. Инфраструктура рынка инноваций.**

*Функции инфраструктуры рынка заключаются в следующем:*

1. Помогать участникам рыночных отношений реализовать свои интересы;
2. Организационно оформлять рыночные отношения;
3. Упрощать формы юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики и т.д.