

Тема 1. ДЕНЬГИ И ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ

План:

1. Понятие и история возникновения денег.
2. Теории возникновения денег.
3. Виды денег
4. Функции денег
5. Понятие денежного обращения: его формы.

1.История возникновения денег

Примерно в XII в. до.н.э. в Китае появились металлические деньги одинаковые по весу, размеру и составу сплавов. Но появлению денег предшествовал ряд этапов развития общества:

1-й этап. **Натуральное хозяйство** т.е. когда каждая семья обеспечивала себя всем необходимым.

2-й этап. **Система товарообмена.** Человечество достаточно быстро столкнулось с рядом проблем:

Во-первых соизмеримость стоимости разнородных товаров (по количеству? по весу?)

Во-вторых сложность заключения сделок. (далеко не каждый захочет менять свой товар на то что есть у тебя)

Поэтому достаточно быстро возникла необходимость введения определённого эквивалента. Он должен был обладать определёнными качествами:

- редкость
- однородность
- делимость
- длительность хранения
- большая стоимость

- наличие достаточного количества
- наличие защиты от лёгкой подделки.

Решить все эти проблемы и позволили деньги.

Итак, **деньги** - это особый вид универсального товара, который является общим эквивалентом стоимости других товаров.

2. Теории возникновения денег

Существует две основные научные теории, объясняющие механизм возникновения денег:

1. **Рационалистическая (или договорная)** согласно которой люди на определённом этапе общественного, экономического и культурного развития для оптимизации процесса торговли договорились о введении нового инструмента - денег, то есть выбрали общую меру стоимости для всех видов товаров и услуг.
2. **Эволюционная** согласно которой товарный обмен, развиваясь стихийно, вне зависимости от желания людей сделал наиболее ценным тот вид товара, который со временем и стал наиболее желаемым для всех участников торговли и приобрёл характер эквивалента. При этом основной причиной возникновения денег считается не оптимизация торговли, а необходимость оценки труда, который затрачивался на производство товаров.

3. Виды денег

Деньги в своем развитии прошли несколько форм материальных носителей:

1. **Полноценные (действительные) деньги** - это деньги, у которых номинальная стоимость соответствует реальной стоимости металла, из которого они изготовлены, (золотые, серебряные, медные)

В течение многовековой истории использования серебряных и золотых монет было замечено, что в обращении монеты постепенно стираются. Стершиеся монеты перестают быть действительным эквивалентом реализуемых товаров. Это и привело к необходимости замены металлических денег знаками стоимости, то есть бумажными деньгами. Так возникли неполноценные деньги.

2. Неполноценные деньги (знаки стоимости) - это деньги, номинальная стоимость которых выше реальной (бумажные, монеты из дешевых металлов).

По сравнению с золотыми деньгами они имели определенные преимущества: их было легче хранить, они были более удобными в расчетах.

В 80-е годы XX столетия с развитием компьютеров и интернета появились электронные деньги.

3. Электронные деньги — это платежные средства, которые хранятся на электронном носителе, и позволяют осуществлять безналичные расчеты посредством мобильной связи и интернета,

Свойства электронных денег:

- Денежная стоимость хранится в электронном виде
- Платеж является окончательным

Преимущества электронных денег по сравнению с бумажными:

- увеличение скорости передачи платежных документов;
- упрощение обработки банковской корреспонденции;
- снижение стоимости обработки платежной документации.

Недостатки электронных денег:

1. отсутствие устоявшегося правового регулирования, многие государства ещё не определились в своём однозначном отношении к электронным деньгам;
1. необходимость в специальных инструментах хранения и обращения;
2. отсутствие узнаваемости— без специальных электронных устройств нельзя легко и быстро определить сумму и что это за предмет, и т. д.;
3. невозможность прямой передачи части денег от одного плательщика другому;

4. несовершенство средств защиты; (возможность хищения электронных денег, с электронного счета, (подделка пластиковых карточек, взлом))
5. возможное отслеживание персональных данных плательщиков и обращение электронных денег вне банковской системы;

4. Функции денег.

1. **Мера стоимости.** Деньги измеряют стоимость всех товаров путем установления цены. (Цена-стоимость выраженная в деньгах)
2. **Средство обращения.** Данная функция денег служит для оплаты приобретаемых товаров и создает условия для преодоления индивидуальных временных и пространственных границ, характерных для прямого обмена товара на товар. В этой функции деньги должны выполнять 2 обязательных условия:
 - Они должны пользоваться всеобщим признанием в качестве денег
 - Использование денег должно быть санкционировано государством
3. **Средство платежа.** Деньги используются при регистрации долгов и их уплаты. *Например, был куплен в долг товар. Сумму долга выражают в деньгах, а не в количестве купленного товара. Последующие изменения цены на товар уже не влияют на сумму долга, которую нужно оплатить деньгами.*
4. **Средство накопления.** Функцию средства накопления выполняют деньги, временно не участвующие в обороте. Деньги, накопленные, но не использованные, позволяют переносить покупательную способность из настоящего в будущее. Однако нужно учитывать, что покупательная способность денег со временем снижается.
5. **Мировые деньги.** Данная функция реализуется в процессе обслуживания экономических связей между странами. При этом деньги функционируют как всеобщее покупательное и платежное средство. Мировыми деньгами обычно считают резервные валюты (в настоящее время это доллар США, швейцарский франк, евро, английский фунт,

японская иена). Главная особенность мировых денег состоит в том что они используются без участия и согласия страны производителя

4. Понятие денежного обращения: его формы.

Деньги находятся в постоянном движении между тремя субъектами: физическими лицами, хозяйствующими субъектами и органами государственной власти. Движение денег при выполнении ими своих функций в наличной и безналичной формах называется **денежным обращением**.

Денежное обращение страны равно сумме всех платежей, совершаемых тремя субъектами в наличной и безналичной формах за определенный период. Деньги обслуживают обмен стоимости валового внутреннего продукта и национального дохода, в том числе кругооборот капитала, обращение товаров и оказание услуг, движение доходов различных групп населения.

Спрос на деньги возникает в следующих случаях:

- при осуществлении сделок по оплате товаров и услуг. Их объем определяется номинальным валовым внутренним продуктом — чем больше денежная стоимость товаров и услуг, тем больше требуется денег для заключения сделок;
- для накопления в разных видах — вкладах в кредитных организациях, ценных бумагах, официальных государственных запасах.

Денежное обращение осуществляется в двух формах: наличной и безналичной.

Наличное денежное обращение представляет собой постоянный кругооборот наличных денег в экономике государства. Осуществляется в виде банкнот и монет из дешевых металлов и предназначено для обслуживания физических лиц.

К параметрам наличного денежного обращения относятся:

- система защиты денег от подделки

- кратность монет и банкнот
- дизайн денег

Выпуск наличных денег в обращение предполагает следующие этапы:

1. Оценка Минфином и Центробанком потребности в наличных деньгах.
2. Подготовка заказа на производство денег (определение номинала и количества производимых денег)
3. Размещение заказа на монетных дворах (Москва, Питер и Пермь)
4. Производство денег.
5. Распределение денег по территории страны (по расчетно-кассовым центрам)
6. Распределение денег по операционным кассам банков
7. Выпуск денег в обращение через кассы банков, магазины или терминалы

Безналичное денежное обращение – осуществляется путем перечисления денежных средств со счета плательщика на счет получателя платежа, либо путем проведения банковских операций.

Для каждой организации, предприятия в соответствии с законом открывается один (или несколько — в разных банках) расчетный счет, на котором отражается движение денежных средств.

Основные формы безналичных расчетов:

- **Расчеты платежными поручениями.** Форма безналичных расчетов, которая осуществляется на основании распоряжения владельца счета обслуживающему банку перевести определенную сумму на счет получателя платежа. Самая распространенная в России форма безналичных расчетов.
- **Аккредитивная форма расчетов,** сущность данной формы расчетов состоит в том, что плательщик поручает обслуживающему его банку

произвести оплату товаров или услуг за счет предварительно внесенных средств, либо под гарантию банка по месту нахождения получателя средств на условиях плательщика.

- **Чеки**, владелец счета (чекодержатель) дает письменное распоряжение банку, уплатить указанную в чеке сумму денег, получателю средств (чекодержателю). Чеки используются как физическими, так и юридическими лицами.
- **Расчеты платежными требованиями-поручениями.** Платежные требования применяются при расчетах за товары. Является расчетным документом содержащим требование кредитора к должнику по погашению установленной договором суммы.
- **Расчеты инкассо.** Банковская операция, в результате которой банк по поручению и за счет клиента на основании расчетных документов осуществляет действия с финансами плательщика.

Лекция 6. Рыночный механизм и элементы его функционирования

1. Сущность и функции рынка

Рынок - обязательный компонент товарного хозяйства. Без товарного производства нет рынка, без рынка нет товарного производства. Объективная необходимость рынка вызвана теми же причинами, что и товарное производство: развитием общественного разделения труда и экономическим обособлением субъектов рыночных отношений. Эти условия зарождались и развивались как единое целое, как единый процесс взаимодействия производства и сбыта продукции.

Рынок многолик и столь же разнообразно его определение. В учебнике политэкономии под редакцией В. Медведева и Л. Абалкина дается такое определение рынку: "Рынок - это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения, совокупность отношений товарного и денежного обращения". Здесь возникает ряд других вопросов: 1. Что это за законы товарного производства и обращения? 2. Как понимать совокупность отношений товарного и денежного обращения? Есть упрощенное толкование рынка как места продажи, где встречаются продавцы и покупатели.

Рынок - есть тип хозяйственных связей между субъектами хозяйствования, это общественная форма функционирования экономики. Рынок - это форма движения общественного продукта и услуг.

П. Самуэльсон определяет рынок как "процесс конкурентных торгов". Можно (а может быть и лучше) определять рынок как механизм, сводящий вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг. Под это определение подходят магазин, закусочная, АЗС, парикмахерская, фондовая и товарная биржи, отдел кадров любого предприятия и т.д.

Рынки принимают самые разные формы. Восточный базар и отечественная "толкучка" представляют собой шумное токовище, где каждый продавец надеется заполучить покупателя на свой товар и по возможности обмануть его. Организаторы аукционов сводят вместе покупателей и продавцов предметов искусства, антикварных ценностей, скаковых лошадей и т.д. Многие развозят или разносят свой товар по домам и квартирам в удобное для хозяев время. Представитель крупной фирмы помогает выпускникам Университета получить работу. Он связывает потенциальных покупателей с потенциальными продавцами рабочей силы. Одни рынки являются локальными, другие носят национальный, международный характер. Рынок возник еще на стадии варварства и на протяжении всей истории выполнял созидательную функцию. Он открывал простор для предпринимательской деятельности, активно воздействовал на формирование производственных и личных потребностей населения. Конкуренция между продавцами вела к тому, что нежизнеспособный предприниматель выбывал из рыночных отношений, разорялся. Преуспевающий становился еще сильнее, еще богаче. Выбрасывался из трудового процесса и опускался на "дно" неумелый, мало знающий или нерадивый работник. Механизм рынка - это механизм прогресса. Его оборотная сторона заключается в его жестокости. Последняя суть всего живущего по законам естественного отбора.

На экономическом рынке постоянно совершаются революции. Выросли цены на мясо и другую продукцию животноводства, - покупатель переключился на картофель и хлеб; выросли цены на картофель, - и теперь уже, не находя подходящей замены, потенциальный покупатель, гонимый нуждой, вернулся в исходное для общества положение - сам добывает себе пропитание на неудобных землях. У потенциального продавца в связи с этим изменяется структура производства. По мере того как изменяются человеческие потребности и желания, технология производства, запасы природных

богатств и другие производственные факторы, рынок регистрирует изменение цен, количества реализуемых товаров и производимых услуг.

Рынок выполняет определенные функции:

- выдает сигналы производству по выработке определенных товаров и услуг, их увеличению или сокращению;
- уравнивает спрос и предложение;
- обеспечивает сбалансированность экономики;
- на основе дифференциации товаропроизводителей ведет к утверждению нового, прогрессивного в жизни общества;
- это своеобразный двигатель научно-технического прогресса;
- объективно формирует корпус умелых предпринимателей, дисциплинирует субъектов рыночных отношений.

Свободный рынок характеризуется следующими чертами:

- неограниченным числом участников рыночных отношений и свободной конкуренцией между ними;
- свободным доступом к любым видам хозяйственной деятельности всех членов общества;
- неограниченной свободой продвижения капитала и рабочей силы;
- наличием у каждого участника полной информации о рынке;
- стихийным установлением цен в ходе свободной конкуренции;
- на свободном рынке ни один участник не в состоянии изменить рыночную ситуацию по своему усмотрению.

В известной мере можно говорить, что свободный рынок представляет саморегулирующийся механизм. Однако, любая система наряду с достоинствами имеет и свои недостатки. Применительно к свободному рынку эти недостатки заключаются в следующем:

- Рынок ведет к дифференциации доходов, а следовательно, и уровней жизни населения;
- Не создает условий для реализации права на труд;
- Не гарантирует полную занятость населения;
- Не создает стимулов для производства товаров и услуг коллективного пользования;
- Не создает мотиваций для фундаментальных научных исследований;
- Не защищает среду обитания человека от загрязнения;
- Рынок готов удовлетворить любую потребность, вплоть до патологической.

В чистом виде капитализм и свободный рынок никогда не существовали и, вероятно, никогда не будут существовать. Свобода рынка всегда была

относительной. Правительства вмешивались в рыночный механизм и стремились использовать его для достижения определенных конкретных целей. Что-то запрещалось к продаже, что-то облагалось налогом, что-то поощрялось. С развитием общества регулирующая роль государства в организации хозяйственной жизни возрастала. С переходом к машинному производству этот процесс стал протекать особенно заметно. На рубеже XIX и XX столетий стало очевидным, что крупное высококонцентрированное производство стало просто не в состоянии успешно развиваться без прямой поддержки со стороны государства.

В силу этих обстоятельств, - утверждает выдающийся американский экономист и социолог П. Гэлбрейт, сегодня не может быть свободного рынка времен А. Смита - и кто призывает к этому - человек с психическим заболеванием клинического характера.

Ниже мы вернемся к этому вопросу и рассмотрим его в специальном разделе. В этой лекции нам надо уяснить два положения: 1) действие рыночной системы на примере упрощенной модели чистого капитализма и 2) к какой рыночной системе пытаются прийти бывшие республики бывшего СССР.

2. Рыночный механизм и его элементы

Рынок можно рассматривать по географическому положению (местный, региональный, национальный, мировой), по характеру и объему продажи (розничная, оптовая торговля), по товарному ассортименту (рыбный, мясной, рынок одежды, обуви, жилья) и по ряду других признаков. Нас же, прежде всего, интересует деление рынков по видам или объектам производственных ресурсов:

1. Рынок средств производства

Торговля средствами производства - это грандиозный рынок, на котором взаимодействуют между собой непосредственные производители продукции. Все предприятия органически связаны друг с другом как поставщики и потребители машин, оборудования, сырья, топливных ресурсов. Товары производственного назначения покупаются и продаются обычно оптом, большими партиями. Оптовая торговля выступает посредником между предприятиями-производителями и предприятиями-потребителями продукции.

Характерная особенность рыночной экономики состоит в том, что каждый покупатель и продавец находят в этом безбрежном пространстве своего

партнера, продукция и цены которого его устраивают. Это торговля по прямым договорным связям. По этой схеме рынок средств производства развивался извечно и объективно вел к прогрессу в производстве.

2. Рынок рабочей силы

Рынок рабочей силы теснейшим образом связан с рынком средств производства. Они возникли и развивались одновременно, параллельно, дополняли друг друга. Рынок рабочей силы является самым сложным из всех существующих в экономике. В течение тысячелетий шла торговля рабами и крепостными, а неизменными спутниками капитализма стали биржи труда.

Рыночный спрос на труд есть сумма спроса фирм. Эластичность спроса на труд зависит от эластичности спроса на продукцию фирмы, от производительности труда и от легкости и эффективности замены живого труда машинами.

3. Рынок капитала и финансов

В движении капитальной стоимости денежная форма капитала является наиболее чувствительной ко всем сбоям в процессе реализации и расширенного воспроизводства. Потребность в заемном капитале существовала всегда. Кредит - неременное условие всякой предпринимательской деятельности. В качестве продавцов капитала (дача займы на определенный срок за определенную плату - процент) выступали и выступают ростовщики, владельцы крупных капиталов, банки. В XIX столетии получил развитие и ныне процветает рынок ценных бумаг - акций и облигаций. Торговля капиталом обеспечивает постоянное его передвижение между видами предпринимательской деятельности. Тем самым, создается, суживается или расширяется та деятельность или отрасль, где вырабатываются товары или услуги для удовлетворения производственных и личных потребностей. Рынок капиталов придает пропорциональность, сбалансированность всему хозяйству.

4. Рынок потребительских товаров

На нем взаимодействует все население с производителями и продавцами продовольствия, одежды, обуви и других предметов потребления. Без развития этого рынка теряется общественный смысл отношений обмена. От состояния потребительского рынка зависит обеспеченность населения, уровень потребления, устойчивость денежного обращения. Это сосудистая система общества, посредством которой обеспечивается доставка всего

необходимого человеку для жизнедеятельности, в соответствии с его покупательской способностью.

5. Рынок информационных материалов и информационных услуг

Для рыночного хозяйства достаточно высокая степень неопределенности. Затраты и выгоды, влияющие на решения, связанные со спросом и предложением, это всегда ожидаемые затраты и выгоды. Производители и потребители, продавцы и покупатели принимают решения, исходя из ожидаемых условий. Качество принимаемого решения тем выше, чем больше информации имеется при принятии решения.

Основной способ избежать ошибочного решения - получить больше информации прежде, чем начать действовать. На рынках, где информации недостаточно, появляются посредники, которые собирают и продают информацию, создаются фирмы, специализирующиеся на сборе информации о спросе и предложении. Информация - это дорогое благо. Вы хотите продать дом по самой высокой цене. Вам надо найти того единственного покупателя, который готов заплатить такую цену. Без посредника не обойтись ни продавцу, ни покупателю. В предполагаемой сделке они оба могут выиграть от его услуг. Посредник сведет их, предоставит в их распоряжение необходимую информацию.

Человек оказался без работы. Он может искать ее сам, а может обратиться к посреднику. Работодатели в свою очередь обращаются в агентства. Выгодно обоим сторонам.

Для успешной конкуренции на рынке любой фирме прежде всего необходим точный и тщательный анализ круга покупателей и их потребностей. Надо знать:

- кто готов купить данный товар или услугу;
- почему потребитель будет покупать именно ваш товар или услугу;
- в каком виде потребитель желает получать ваш товар;
- в какое время он намерен покупать ваш товар;
- где он хотел бы покупать ваш товар;
- какими партиями и как часто он готов покупать ваш товар и т.д.

Надо знать емкость рынка и многое другое. Способность рынка дешево производить высококачественную информацию является его важнейшим достоинством. Информация - это сведения о том, что и при каких обстоятельствах хотят делать другие. От услуг посредников в информации зависит благосостояние людей в большей мере, чем мы это полагаем.

В последние десятилетия быстро формируется рынок информации и информационных услуг. Развернулась торговля научно-техническими разработками, программно-математическим обеспечением для ЭВМ, интеллектуальной продукцией.

Любой рынок, независимо от его конкретного вида, базируется на трех основных элементах: цене, спросе и предложении, конкуренции.

Цена - это язык рынка, его сигнальная система. Система цен в рыночной экономике играет роль основной организующей силы. Цена - это ориентир для продавца (производителя) и покупателя (потребителя). Растет цена - это сигнал к расширению производства, падает - сигнал к сокращению. В цене находят отражение все три подхода к установлению стоимости товара: предельная полезность, издержки производства, спрос и предложение. Стихийное действие предпринимателей приводит к установлению более или менее оптимальных экономических пропорций. Действует регулирующая "невидимая рука", о которой писал еще Адам Смит: "Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входит в его намерения. Преследуя свои собственные интересы он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им".

В современных условиях экономика управляется не только "невидимой рукой", но и государственными рычагами, однако регулирующая роль рынка продолжает сохраняться, во многом определяя сбалансированность народного хозяйства.

Регулирующая функция рынка - самая важная. Она связана с воздействием рынка на все сферы экономики. Рынок дает ответ на вопросы: "Что производить? Как производить. Для кого производить." Рынок немислим без конкуренции.

Американские профессора экономики Кембелл Р. Макконнелл и Стенли Л. Брю утверждают, что "сущность конкуренции заключается в широком рассредоточении экономической власти внутри составляющих экономику двух главных совокупностей - предприятий и домохозяйств. Когда на конкретном рынке находится большое число покупателей и продавцов, ни один покупатель или продавец не может предъявить спрос или предложение на такое количество продукта, которого было бы достаточно, чтобы заметно

повлиять на цену" ("Экономика, принципы, проблемы и политика". Баку, 1992 г., т. 1, гл.3).

Широкое рассеивание экономической власти, составляющее основу конкуренции, регулирует использование этой власти и ограничивает возможность злоупотребления ею. Экономическое состояние препятствует экономическим единицам причинять друг другу разрушительный ущерб, когда они пытаются увеличить свою личную выгоду. Конкуренция устанавливает пределы для реализации покупателями и продавцами их личного интереса.

Конкуренция предполагает свободу вступления экономических единиц в любую конкретную отрасль и свободу выхода из нее. Эта свобода необходима для того, чтобы экономика могла надлежащим образом адаптироваться к изменениям вкусов потребителей, технологии или предложения ресурсов. Основное экономическое преимущество рыночной системы заключается в ее постоянном стимулировании эффективности производства.

Объектом конкуренции являются цена с ее исходным базисом - издержками производства, качество продукта и дизайн. Конкуренция одновременно имеет и положительные и отрицательные стороны:

- 1) она способствует развитию научно-технического прогресса, постоянно заставляя товаропроизводителя применять лучшие технологии, рационально использовать ресурсы. В ходе ее вымываются экономически неэффективные производства, устаревшая техника, некачественные товары;
- 2) она чутко реагирует на изменение спроса, ведет к удешевлению издержек производства, тормозит рост цен, а в ряде случаев к их снижению;
- 3) в известной мере выравнивает норму прибыли на капитал и уровень заработной платы во всех отраслях национальной экономики.

К числу негативных сторон можно отнести:

- 1) придает бизнесу определенную нестабильность, создает условия для безработицы, инфляции и банкротства;
- 2) ведет к дифференциации доходов и создает условия для их несправедливого распределения;
- 3) ее следствием может быть перепроизводство товаров и не догрузка мощностей в периоды производственных спадов.

3. Спрос и факторы, определяющие его величину

Важнейшим инструментом рыночной экономики являются спрос и предложение. "Научите попугая произносить слова "Спрос и Предложение" -

и перед вами экономист!" - такое значение придают этим категориям Кемпбел Р. Макконнелл и Стенли Брю в понимании экономических процессов.

В этой язвительной шутке большая доля правды, так как по существу, эти простейшие экономические рычаги способны дать глубокое представление не только об отдельных экономических проблемах, но также и о функционировании всей экономической системы в целом.

Каждый может убедиться в том, что количество вещей, покупаемых людьми, всегда зависит от цены: чем выше цена товара, тем меньше его покупают, и чем ниже его рыночная цена, тем будет куплено, при прочих равных условиях, больше единиц этого товара. Между ценой товара и тем его количеством, на которое предъявляется спрос, всегда существует определенное соотношение. Эта взаимосвязь называется кривой спроса. Количество и цена находятся в обратной зависимости: когда цена падает, количество возрастает, когда цена возрастает до небес, покупать копченную колбасу и сыры в состоянии лишь богатые люди (дорогую сельскохозяйственную технику лишь очень богатые колхозы).

Действует закон постепенного убывания спроса. Покупатель приобретает то количество данного товара, которое ему нужно. За пределами этого количества "ценность" этого товара для него уменьшается. Полезность, которую приносит каждая последующая единица данного товара, оказывается меньше полезности предыдущей единицы. Ее называют предельной полезностью. Первые два яблока человек может съесть с аппетитом, третье - с меньшим желанием, а четвертое может вызвать у него неприятные ощущения. С увеличением количества яблок предельная полезность убывает, т.е. каждое дополнительное яблоко все меньше приносит дополнительное удовлетворение. Предположение об убывающей предельной полезности позволяет нам объяснить поведение потребителя, максимизирующего общую полезность и определить тем самым характер зависимости спроса от цены. Потребитель стремится получить максимальное субъективное удовлетворение, или полезность, используя свой ограниченный доход. Если цена какого-либо товара повышается, он старается заменить его другими товарами. Приличная кожаная куртка стоит около 200 долларов. Многие молодые люди хотели бы иметь такой вид одежды, но ограничиваются покупкой более простой и дешевой куртки. Приобретение кожаной связано с ограничением удовлетворения других более насущных потребностей, т.е. с определенными жертвами.

В экономической теории Спросом называется связь между двумя конкретными переменными: ценой и количеством. Спрос определяется комбинацией биологических и психологических факторов, общественных отношений и набором экономических переменных (уровень дохода, наличие заменителей).

К числу факторов, смещающих кривую спроса, относятся: изменение вкусов покупателей, их числа, изменение доходов и цен на сопряженные товары. Например, забота о здоровье привела во многих странах к повышению спроса на кроссовки и велосипеды. Изменение доходов в европейских странах привело к повышению спроса на более ценные и в то же время менее калорийные продукты и снизило спрос на такие товары низшей категории, как картофель, капуста, репа. Перестали пользоваться спросом ношенная одежда, восстановленные шины. В нашей стране резкое повышение цен на авиапассажирские перевозки в начале 1993 года вызвало напряжение в работе пассажирского железнодорожного транспорта, а повышение цен на проезд автобусом пригородного сообщения переместило пассажиров на пригородные электропоезда.

Величина Спроса определяется затратами. Но понятие спроса ни в коей мере не предполагает, что деньги - это единственное, что имеет значение для людей.

В здоровой экономике молоко продается в бутылках и пакетах (предлагается выбор). В пакетах дешевле, так как за бутылку надо платить залоговую сумму. Что предпочтет домохозяйка? Тут надо взвесить все затраты: расстояние до дома, до приемного пункта тары, наличие очереди, мытье посуды, для дома покупка или для дачи, близость мусоропровода и т.д. Весь этот набор затрат при совершении самой обыденной покупки молниеносно просчитывается в нашем сознании, и только тогда принимается решение. Деньги же - это общий знаменатель, и поэтому они удобны как средство для изменения поведения людей. Более высокая цена побуждает людей к нахождению новых решений. Высокая цена на товар А может вести к снижению спроса на товар Б, рост цены на бензин снижает спрос на автомобили. И, наоборот, падение цены на бензин увеличивает спрос на автомобили.

На величину спроса оказывают влияние изменения в ожиданиях будущих цен. Эти ожидания играют важную роль в определении положения линии спроса. Если ожидается увеличение цены на соль и спички, то при прочих равных условиях линия спроса сместится вправо. Если ожидается

уменьшение цены, линия спроса сместится влево. А поскольку в "перестроечное время" бывшие советские граждане полностью лишились ожидания уменьшения цен, то величина спроса растет вместе с ростом объема покупок. Из ожидания более высокой цены растут покупки "про запас".

Мы подошли к понятию интенсивности реакции покупателя на изменение цен. Если небольшое изменение цены сильно изменяет объем покупок, то говорят, что спрос эластичен. Но если даже большое изменение цены лишь немного изменяет объем покупок, то спрос неэластичен. Ценовая эластичность спроса определяется как частное от деления процентного изменения величины спроса на процентное изменение цены. Если коэффициент эластичности больше единицы, то спрос эластичен. Если предприниматель уверен, что снижение цены не увеличит объема продаж, то он не будет снижать цену. Но он не будет и повышать цену, если это не приведет к росту продаж. Пример с солью является подтверждением не эластичности спроса. У нее мало заменителей, объем потребления постоянен, удельный вес расходов на ее покупку в бюджете семьи малый. А в принципе объем покупок и цена всегда будут двигаться в противоположных направлениях. Люди желают большего или меньшего определенного блага, если оно им обходится дешевле или дороже.

4. Предложение товара и его кривая

Предложение можно определить как шкалу, показывающую разные количества продукта, которые производитель желает и способен произвести и предложить к продаже на рынке по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определенного времени. Проще говоря, под предложением товара экономисты понимают чье-либо желание продать товар, а под объемом предложения - то максимальное количество товара, которое отдельный продавец желал бы продать в единицу времени при данных условиях.

Продавцы всегда находятся в противоречивости. С одной стороны, стремятся продать товар по более высокой цене, с другой - увеличить объем продаж. С повышением цен соответственно возрастает и величина предложения; со снижением цен сокращается также и предложение. Эта специфическая связь называется законом предложения. С точки зрения потребителя, высокая цена выступает как сдерживающий фактор: чем ниже ценовой барьер, тем больше потребитель будет покупать. Для поставщика цена представляет собой

выручку за каждую единицу продукта, а поэтому она служит стимулом к тому, чтобы производить и предлагать свой продукт к продаже на рынке.

Можно пойти чуть дальше и сделать предположение о том, что производитель, принимая решение об объеме производства для предложения на рынке будет всякий раз выбирать такой объем производства, который обеспечивает ему наибольшую прибыль. Выпуск дополнительной единицы продукции при данном значении цены товара вызывает увеличение общей выручки на некоторую величину, которая называется предельной величиной, и одновременно увеличение общих издержек на величину, которую называют предельными издержками.

Если выпуск дополнительной единицы продукции прибавляет к общей выручке величину большую, чем величина, добавляющаяся за счет выпуска этой единицы продукции к общим издержкам (то есть предельная выручка больше предельных издержек), то прибыль производителя увеличивается. В противном случае, когда предельная выручка меньше предельных издержек, прибыль уменьшается. Наибольшую прибыль производителю обеспечит такой объем выпуска, при котором предельные издержки будут равны предельной выручке, то есть цене товара.

Для ясности обратимся к простому примеру. Многие фермеры комплектуют стадо коров с таким расчетом, чтобы надой молока от каждой буренки в год был максимально приближен к 6 тыс.кг. Меньшая величина говорит о недостаточной продуктивности животного, что ведет к росту затрат на каждый литр молока. За пределами 6 тыс. возрастает себестоимость каждого последующего литра в результате меньшей прибавки молока на единицу корма и затрат в целом. Это явление экономисты называют предельной производительностью факторов производства. Убывание предельной производительности означает не что иное, как возрастание предельных издержек. Закон убывающей производительности гласит: если один из факторов производства является переменным, а другие - постоянными, то начиная с некоторого момента предельная производительность каждой следующей единицы переменного фактора уменьшается. Закон убывающей производительности объясняет поведение производителя, максимизирующего прибыль и определяющий характер зависимости предложения от цены.

Кривая предложения любого товара основывается на издержках производства. Они зависят от цены на ресурсы, технологии производства, величины налогов, цен на другие товары, числа продавцов на рынке.

Изменение любого из компонентов издержек приведет к смещению предложения продукта либо вправо, либо влево.

Цены на ресурсы. Повышение цен на ресурсы увеличит издержки производства и сократит предложение. В нашей экономике непрерывное повышение цен на энергоносители затронуло все отрасли хозяйства и сделало производство многих видов продукции невыгодным. Высокие цены на готовую продукцию резко уменьшили спрос на нее, в результате чего производство продолжает сокращаться. Снижение ресурсных цен снижает издержки производства и увеличивает предложение.

Технология. Совершенствование технологии означает, что открытие и внедрение новых знаний позволяет производить продукцию с меньшей затратой ресурсов. При данных ценах на них снижаются издержки производства и увеличивается предложение. В настоящее время при передаче электрической энергии по проводам потери составляют около 30 процентов. Недавние мощные прорывы в области сверхпроводимости открывают перспективы для передачи ее почти или вовсе без потерь. Переход к ресурсосберегающим технологиям стал центральной проблемой фирм, отраслей, государств.

Цены на другие товары. Изменение цен на другие товары также способны сместить кривую предложения продукта. Объем предложения данного товара зависит от цен всех других товаров. Товары могут находиться между собой в отношении взаимодополняемости и взаимозаменяемости как в производстве, так и в потреблении. Снижение цены на один товар может побудить производителя производить и предлагать к продаже больше другого товара по каждой из возможных цен.

Налоги. Предприятия рассматривают налоги как издержки производства. Поэтому увеличение налогов на продажи или на собственность увеличивает издержки производства и сокращает предложение. Государство, осуществляя законодательную деятельность, устанавливает тем самым правила поведения экономических агентов. Налоговая политика должна разрабатываться не только исходя из интересов формирования государственного бюджета, но и с целью оказания того или иного влияния на производство товаров.

Число продавцов. При данном объеме производства каждого предприятия чем больше число поставщиков, тем больше рыночное предложение. По мере вступления в отрасль большего количества фирм кривая предложения станет смещаться вправо.

Ожидания. Ожидания изменений цен продукта в будущем также могут повлиять на желание производителя поставлять продукт на рынок в настоящее время: попридержать его или выбросить как можно больше. Это известно каждому нашему человеку.

5. Предложение и спрос: рыночное равновесие

Для того, чтобы установить, как определяется конкурентная рыночная цена, нужно объединить анализ спроса с анализом предложения, выйти на взаимодействие решений домохозяйств о покупке продукта и решений производителей о его продаже. До сих пор мы рассматривали цены как возможные. Мы говорили: если цена такая-то, то и сумма будет иной. Условно предполагалось, что взаимодействие идет между единичным покупателем и единичным продавцом. Частный собственник предъявляет спрос или предлагает свой товар на продажу в зависимости от структуры цен, структуры имеющихся у него запасов и характера предпочтений. Реализация желаний может натолкнуться на препятствие: то нужного товара нет, то он есть, но в недостаточном количестве, то цена оказывается неподходящей.

На рынке продавцов и покупателей много. Каждый из них имеет определенную кривую спроса или предложения. При совершенной конкуренции ни один из продавцов или покупателей не способен оказать существенного влияния на цену товара. Численность и состав групп продавцов и покупателей изменяется при изменении цены. При высокой относительной цене данного блага на рынке появится множество продавцов; напротив, при падении относительной цены многие решат отказаться от продажи данного блага и, возможно, станут покупателями. Рыночное равновесие устанавливается тогда, когда количества, представленные к продаже, совпадают со спросом при данной цене. Равновесной ценой и называется цена, при которой уравниваются спрос и предложение. При любой цене, превышающей равновесную цену, величина предложения окажется больше величины спроса. Этот избыток вызовет конкурентное сбивание цены продавцами, стремящихся избавиться от своего излишка. Снижение цены сократит предложение и одновременно побудит покупателей покупать данный продукт в большем количестве. Любая цена ниже равновесной влечет за собой возникновение нехватки продукта.

Способность конкурентных сил предложения и спроса устанавливать цену на уровне, на котором решения о продаже и купле синхронизируются, называется уравнивающей функцией цен. Равновесная цена не оставляет обременительный излишек у продавцов и не создает ощутимых

нехваток для потенциальных покупателей. Взаимодействие спроса и предложения представляет собой процесс взаимного приспособления. При изменении цен люди меняют свое поведение.

При достаточно большом числе участников обмена рынок представляет собой не редкость стабильную систему, способную противостоять сильным потрясениям. Важнейшим условием существования такого набора цен, который приводит к установлению состояния равновесия на всех рынках, является выпуклость множества производственных возможностей и множества потребительских предпочтений.

Если в отрасли имеется только один производитель товара или услуг, он может полностью контролировать объем предложения и очень влиять на цены. Сила монополиста тем больше, чем выше входные барьеры в отрасль и чем меньше товарозаменителей у данного товара. В реальной экономике развитых стран нет чистой монополии, как и нет совершенной конкуренции. Наиболее наглядно монополизм проявился в экономике СССР, когда объемы производства и цены диктовались отраслью и находились под контролем государства. При полной негибкости цен колебания спроса и предложения вызывали здесь появление дефицита или затоваривания. У советских людей сложилась психология очередника. То, что за товаром необходимо стоять в очереди, означает, что для потребителя затраты на приобретение товара складываются из денежной цены, которая установлена продавцом, и потерь, связанных со стоянием в очереди. В целях ограничения всевластия монополий в ряде стран еще на рубеже XIX и XX столетий были приняты антитрестовские законы.

Лекция 17 Конкуренция

17.1 Рыночная конкуренция: сущность, виды

17.2 Монополизация рынка

17.3 Антимонопольная политика государства

Конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Дискриминационные условия - условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами.

Основной нормативно-правовой акт, регулирующий данную сферу экономической деятельности на территории России: **135-ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.06 г.**

Виды конкуренции:

1) по степени соответствия законодательству:

Добросовестная конкуренция - любые разрешенные законодательством действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности.

Недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

2) по способу формирования и реализации конкурентного преимущества:

Ценовая конкуренция – хозяйствующий субъект в рамках экономического соперничества использует стратегии низких или высоких цен, формирует систему скидок, использует дискриминационный подход к ценообразованию (устанавливаются различные цены для различных социальных групп).

Неценовая конкуренция - хозяйствующий субъект в рамках экономического соперничества улучшает качество товара, продолжительность сервисного

обслуживания, дизайн упаковки, повышает степень экологической чистоты материала изготовления товара, создает более разнообразный набор товаров, дополняющих основной товар в потреблении.

Монополистическая деятельность - злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия (бездействие), признанные монополистической деятельностью.

Компания признается монополистом по 135-ФЗ, если она владеет не менее 35 % рынка.

Компания признается доминирующей на рынке по 135-ФЗ, если она владеет не менее 60 % рынка.

Систематическое осуществление монополистической деятельности - осуществление хозяйствующим субъектом монополистической деятельности, выявленное более двух раз в течение трех лет

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий

Работа ФАС России в сфере контроля над деятельностью естественных монополий направлена на обеспечение равного доступа к товарам и услугам, которые они производят, а также на развитие конкуренции в тех сегментах, где она возможна. Антимонопольная служба стремится к повышению прозрачности работы естественных монополий, росту эффективности их инвестиционных программ, одновременно создавая условия для роста объемов товаров и услуг, производимых независимыми поставщиками в потенциально конкурентных видах деятельности. Свою работу ФАС России тесно координирует с Федеральной службой по тарифам (ФСТ).

Представитель антимонопольной службы входит в состав Правления ФСТ.

Монополизация экономики имеет ряд негативных последствий: возникает дефицит (недопроизводство) благ, завышение цен, средние издержки не достигают минимума, появляется «мертвый убыток». С помощью исключительно рыночных методов невозможно решить проблему монополизации.

Признаки ограничения конкуренции – сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке, рост или снижение цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке, отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке, определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии с обязательными для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующими субъектами, не входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке, а также иные обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке.

Монопольно высокой ценой товара является цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если:

- 1) эта цена превышает цену, которую в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по количеству продаваемого за определенный период товара, составу покупателей или продавцов товара (определяемому исходя из целей приобретения или продажи товара) и условиям доступа (сопоставимый товарный рынок), устанавливают хозяйствующие субъекты, не входящие с покупателями или продавцами товара в одну группу лиц и не занимающие доминирующего положения на сопоставимом товарном рынке;
- 2) эта цена превышает сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли.

Не признается монопольно высокой ценой товара, установленная субъектом естественной монополии в пределах тарифа на такой товар, определенного органом регулирования естественной монополии.

Монопольно низкой ценой товара является цена товара, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если:

- 1) эта цена ниже цены, которую в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке устанавливают хозяйствующие субъекты, не входящие с покупателями или продавцами товара в одну группу лиц и не занимающие доминирующего положения на таком сопоставимом товарном рынке;
- 2) эта цена ниже суммы необходимых для производства и реализации такого товара расходов.

Не признается монопольно низкой цена товара, если ее установление продавцом не повлекло за собой ограничение конкуренции в связи с сокращением числа не входящих с покупателями или продавцами товара в одну группу лиц хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке. Не признается монопольно низкой цена товара, установленная субъектом естественной монополии в пределах тарифа на такой товар, определенного органом регулирования естественной монополии.

– 3 –

Антимонопольная политика государства

Отражается в следующих направлениях деятельности ФАС:

- 1) обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами;
- 2) выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения;
- 3) предупреждает монополистическую деятельность, недобросовестную конкуренцию, другие нарушения антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами;

4) осуществляет государственный контроль за экономической концентрацией в сфере использования земли, недр, водных и других природных ресурсов, в том числе при проведении торгов.

Запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе следующие действия (бездействие):

- 1) установление, поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара;
- 2) изъятие товара из обращения, если результатом такого изъятия явилось повышение цены товара;
- 3) навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (экономически или технологически не обоснованные и (или) прямо не предусмотренные законодательством или судебными актами требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товара, в котором контрагент не заинтересован);
- 4) экономически или технологически не обоснованные сокращение или прекращение производства товара, если на этот товар имеется спрос или размещены заказы на его поставки при наличии возможности его рентабельного производства, а также если такое сокращение или такое прекращение производства товара прямо не предусмотрено законами;
- 5) экономически или технологически не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара;
- 6) экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом;
- 7) установление финансовой организацией необоснованно высокой или необоснованно низкой цены финансовой услуги;
- 8) создание дискриминационных условий;

9) создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

10) нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования.

При проведении торгов запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, в том числе:

1) координация организаторами торгов или заказчиками деятельности его участников;

2) создание участнику торгов или нескольким участникам торгов преимущественных условий участия в торгах, в том числе путем доступа к информации, если иное не установлено федеральным законом;

3) нарушение порядка определения победителя или победителей торгов;

4) участие организаторов торгов или заказчиков и (или) работников организаторов торгов или работников заказчиков в торгах.