

## САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА № 4 (2 часа)

Учебная дисциплина «Обществознание»

гр. 5.1.

(04 – 08 мая 2020 г.)

1. Прочитать текст по теме: **Рынок**
2. Ответить на вопросы по тексту лекции (письменно в тетради, страницы нумеруем).
3. Выполнить задание.

### 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.

Обмен 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 натуральным 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 гривна представляла собой обруч для ношения на шее. Для оплаты товаров ее могли делить напополам (рубить), отсюда пошло название «рубель».

Постоянное деление металлических слитков и взвешивание отрезанных кусков также были не вполне удобными. 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. Металлические деньги (золото, серебро) – это **реальные деньги**, они вряд ли когда-нибудь обесценятся. Бумажные же деньги являются **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 имеют свои недостатки. 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 партий бумажных денег называется **эмиссия**. Государство жестко контролирует этот процесс, предоставляя право эмиссии одному или

нескольким банкам. Согласно статье 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, носит название **инфляция**. В результате падения покупательной способности денег растут цены 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.

В наши дни 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 необязательно 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 роль 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.

Существует определение рынка и в экономической науке.

**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 предоставляет необходимые ресурсы и реализует выпускаемую продукцию, а также определяет спрос на нее. В области обмена рынок служит главным каналом сбыта и закупок товаров и услуг. В области распределения он выступает тем механизмом, который определяет размеры доходов для владельцев ресурсов, продающихся на рынке. Через рынок потребителю поступает основная часть потребительских благ. Наконец, на рынке определяется цена, представляющая собой главный индикатор рыночной экономики.

**Цена** – это денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Процесс установления цены 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 они выполняют одни и те же функции. Прежде всего цена информирует покупателя о том, сколько денег хочет продавец получить за товар (*информирующая функция*). Эта информация ориентирует покупателя в выборе товара и определяет спрос на него (*ориентирующая функция*). 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 капитала из одной отрасли экономики в другую (*распределительная функция*).

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 др.

Рынок выполняет ряд функций. Прежде всего это *информационная функция*. Она проявляется в определении цен на товары и услуги, предложения и спроса на них. *Регулирующая функция* проявляется в изменении структуры производства, регулировании цен, 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.

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 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 будет приобретать эту продукцию. Доля каждой фирмы в общем объеме рыночного предложения продукции данного вида настолько мала, что любое решение о повышении или понижении цены, принятое одной фирмой, не отражается на ценах 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, ценах 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 условиях которого большое количество мелких фирм предлагают разнородную продукцию. Вхождение на рынок и выход из 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 один продавец продукции, не имеющей близких аналогов. Ставятся жесткие барьеры для вступления в отрасль других фирм.

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

Чистая монополия и чистая монопосония – сравнительно редкие явления. Гораздо чаще в рыночной экономике складывается *олигополия*, которая предполагает существование 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 актуальной становится защита 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 случаи, когда спрос переключается на технологически новые товары.

Изменение количества товара, который 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 аналогичные товары, а также смена моды, вкусов, привычек.

**Предложение** – это 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:**

1. Что такое обмен? Какие способы обмена существовали в истории человечества?
2. Какие формы денег были приняты в прошлом? В чём их достоинства и недостатки?
3. Что такое инфляция? Каковы её 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?
11. В чём различие совершенной и несовершенной конкуренции? Что выступает противоположностью конкуренции?
12. В чём состоит соотношение цены, спроса и предложения? Сформулируйте законы спроса и предложения.

### **Задание:**

Покажите действие законов спроса и предложения на конкретных примерах.

**Преподаватель: Харченко Е.Н.**

### **Контактные данные:**

**e-mail:** [ivolga-692060@mail.ru](mailto:ivolga-692060@mail.ru)

**WhatsApp:** 8 924 437 75 30