

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА



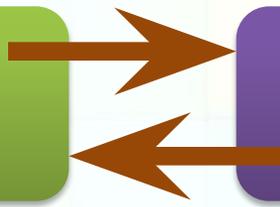
ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ

ТЕМЫ:

1. РЫНОК, КАК САМОРЕГУЛИРУЮЩАЯСЯ СИСТЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.
2. ПРИЗНАКИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ:
 - право частной собственности;
 - экономическая свобода;
 - конкуренция.
3. УЧАСТНИКИ РЫНКА – ПРОИЗВОДИТЕЛЬ И ПОТРЕБИТЕЛЬ.
4. ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ РЫНКА (посредническая; ценообразующая; информационная; регулирующая; санирующая).
5. ВИДЫ РЫНКОВ:
 - товаров и услуг;
 - капиталов;
 - труда;
 - валютный и пр.
6. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ – КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.
7. ЦЕНОВЫЕ И НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.
8. ЗАКОН РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ. РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА.

РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

РЕСУРСЫ
(ограничены)



ПОТРЕБНОСТИ ЛЮДЕЙ
(безграничны)

ГЛАВНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ:



ЧТО ПРОИЗВОДИТЬ?

(как определить приоритеты в удовлетворении потребностей, какие товары и в каком количестве производить)



КАК ПРОИЗВОДИТЬ?

(какие доступные ресурсы привлечь и наиболее эффективно использовать, как организовать производство)



ДЛЯ КОГО ПРОИЗВОДИТЬ?

(как распределить произведенные товары, кто получает)



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

й,

о

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ



В традиционной

- Вопросы, какие товары и услуги и для кого и каким образом производить, решаются на основе традиций.



В командной экономике

- Все решения по вопросам производства и распределения принимаются центральными (государственными) органами.



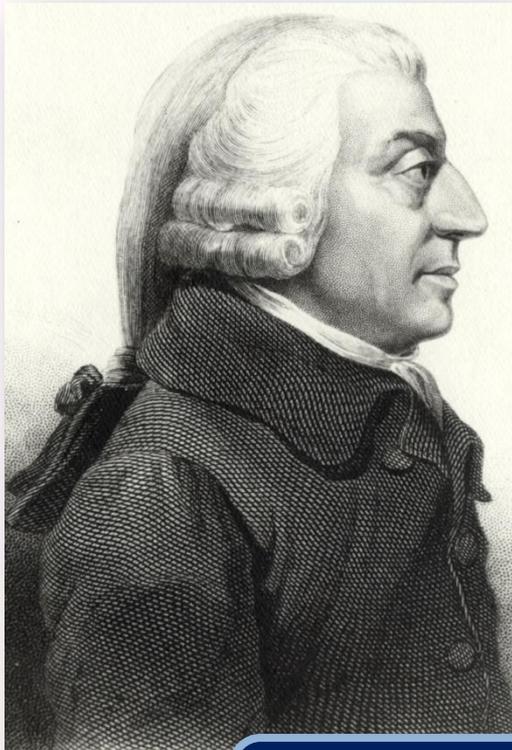
В рыночной экономике

- Что? Для кого? Как? Производить решает производитель, ориентируясь на соотношение спроса и предложения.



Во многих странах существует **смешанная экономика**

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ КАК ГОСУДАРСТВО БОГАТЕЕТ

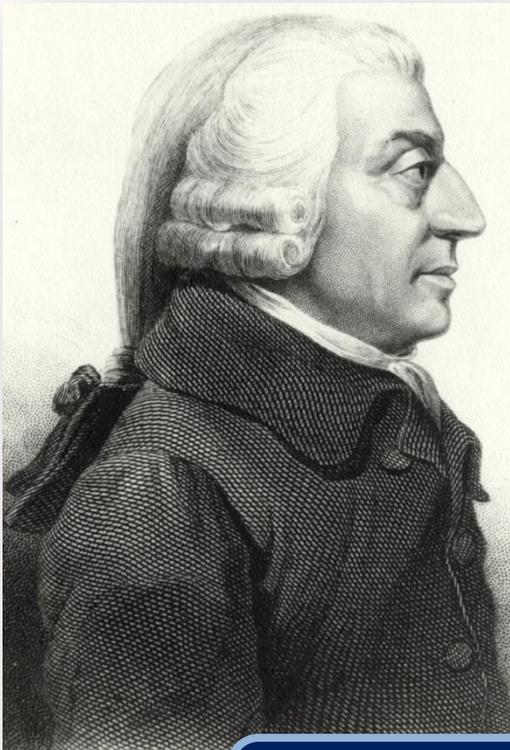


Адам Смит
(1723-1790)

*Бранил Гомера, Феокрита;
Зато читал Адама Смита
И был глубокий эконом,
То есть умел судить о том,
Как государство богатеет,
И чем живет, и почему
Не нужно золота ему,
Когда простой продукт имеет.*

А.С.Пушкин «Евгений
Онегин»

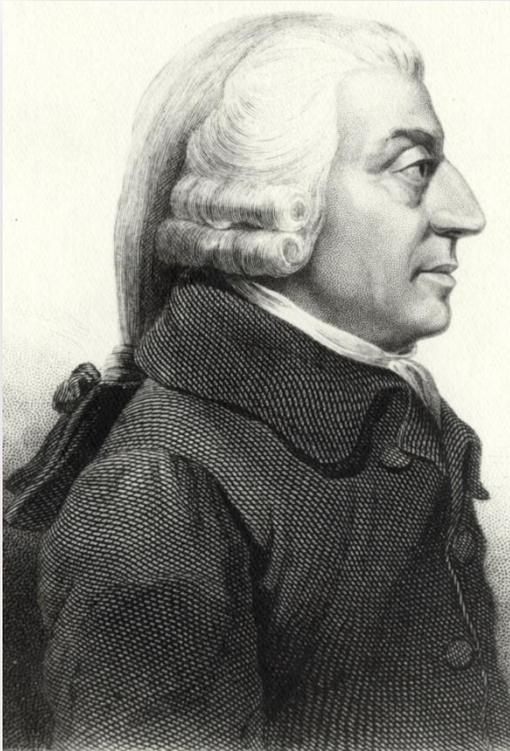
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ КАК ГОСУДАРСТВО БОГАТЕЕТ



Адам Смит
(1723-1790)

- ✓ сельское хозяйство и промышленность являются источниками богатства государства (а не только внешняя торговля);
- ✓ свобода торговли и конкуренция;
- ✓ стремление предпринимателя к личной выгоде обеспечивает богатство, благополучие и развитие как отдельного человека, так и общества в целом.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ КАК ГОСУДАРСТВО БОГАТЕЕТ



**Адам Смит
(1723-1790)**

**СФОРМУЛИРОВАЛ
ЗАКОНЫ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
СВОБОДНОГО
РЫНКА**

РЫНОК

- ✓ любая форма контактов продавцов и покупателей, на основе которых совершаются сделки купли-продажи.
- ✓ механизм, который соединяет вместе продавца и покупателя.
- ✓ совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы товара (услуги) вступают в контакт друг с другом с целью купли-продажи этого товара (услуги).



РЫНОК

- ✓ любая форма контактов продавцов и покупателей, на основе которых совершаются сделки купли-продажи.
- ✓ механизм, который соединяет вместе продавца и покупателя.
- ✓ совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы товара (услуги) вступают в контакт друг с другом с целью купли-продажи этого товара (услуги).

ОСНОВЫ РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЫ:

- 1) ПРАВО ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
- 2) ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СВОБОДА
- 3) КОНКУРЕНЦИЯ

ФУНКЦИИ РЫНКА

ПОСРЕДНИЧЕСКА
Я

ЦЕНООБРАЗУЮЩ
АЯ

ИНФОРМАЦИОНН
АЯ

РЕГУЛИРУЮЩАЯ

САНИРУЮЩАЯ

ОСНОВА РЫНОЧНОГО

МЕХАНИЗМА -

СВОБОДА В ПРИНЯТИИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ

РЕШЕНИЙ



**ПРЕДПРИНИМАТЕ
ЛИ**

**СОБСТВЕННИКИ
РЕСУРСОВ**

ПОТРЕБИТЕЛИ

- ✓ **ПРИБРЕТАЮТ ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА СВОЕМУ УСМОТРЕНИЮ**
- ✓ **ПРОИЗВОДЯТ ТЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ, КОТОРЫЕ СЧИТАЮТ НУЖНЫМИ**
- ✓ **РЕШЕНИЯ ПРИНИМАЮТ ЗА**

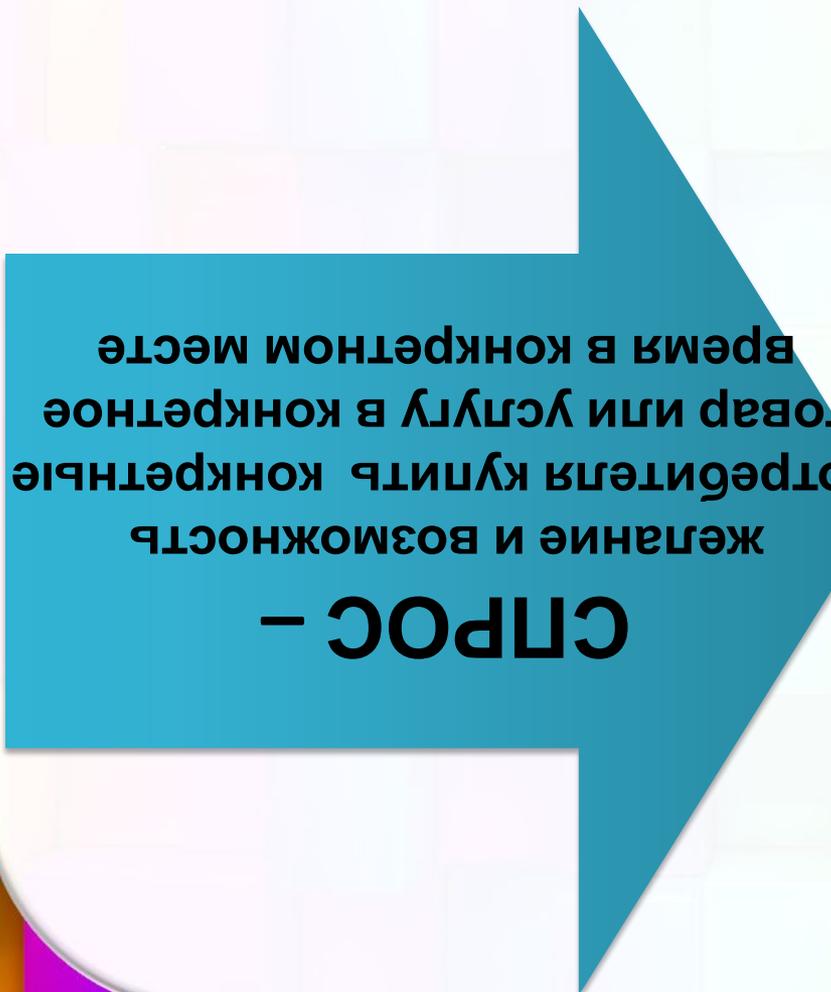
- ✓ **ИСПОЛЬЗУЮТ РЕСУРСЫ ПО СВОЕМУ УСМОТРЕНИЮ**

- ✓ **ПОКУПАЮТ ТЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ, КОТОРЫЕ ХОТЯТ И В ПРЕДЕЛАХ СВОИХ**

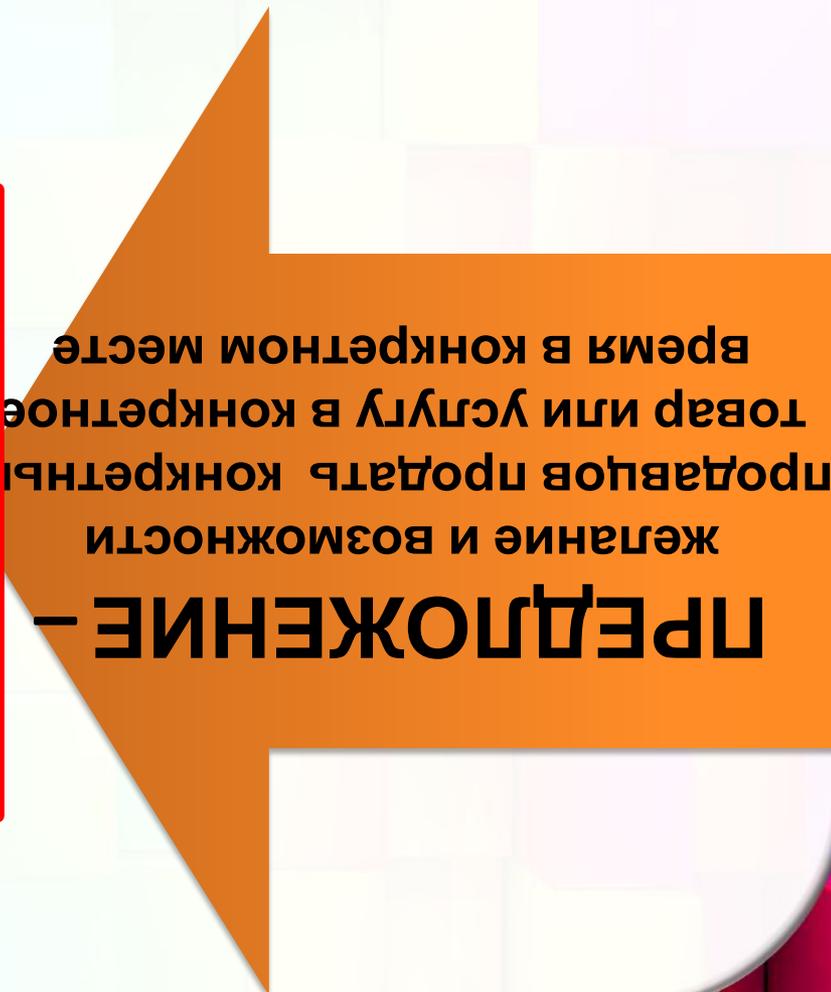


ПОТРЕБИТЕЛИ

ГЛАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА



ЦЕНА



НЕ ПУТАТЬ ЦЕНУ И СТОИМОСТЬ!



СТОИМОСТЬ -

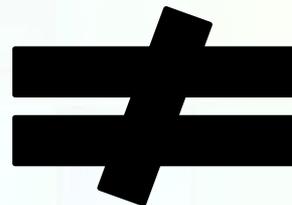
выраженные
в деньгах *затраты*
на производство
и реализацию товара

ЦЕНА -

количество денег,
в обмен на которые
продавец готов
передать (продать),
а покупатель
согласен получить
(купить) единицу
товара

СТОИМОСТЬ

ь



ЦЕНА

Спрос - отражает **ГОТОВНОСТЬ** (желание и возможность) покупателя приобретать товары и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени.

Величина спроса и предложения изменяется, если изменяется цена товара, спрос и предложение изменяются, если влияют неценовые факторы.

Величина спроса (объём покупок) отражает то **КОЛИЧЕСТВО** товара, которое было бы куплено по данной цене за определенный период времени при данном характере спроса, т.е. неизменности прочих факторов, влияющих на спрос

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СПРОС:

- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА ТОВАР;
- ✓ ИЗМЕНЕНИЯ В ДОХОДАХ ГРАЖДАН;
- ✓ РЕКЛАМА, МОДА (увеличение спроса на сотовые телефоны было связано с тем, что среди молодежи стало модно иметь «мобильник»);
- ✓ ИЗМЕНЕНИЯ В СТРУКТУРЕ НАСЕЛЕНИЯ (рост числа пенсионеров увеличивает спрос на лекарства);
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ДРУГИЕ ТОВАРЫ (рост цен на сливочное масло вызовет повышение спроса на маргарин);
- ✓ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ПРАВИТЕЛЬСТВА (денежные пособия, выплачиваемые государством малоимущим слоям населения, увеличивает спрос на товары, потребляемые этой группой населения).

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ
СПРОСА

СПРОС

индивидуальны
й



Спрос одного лица
или по отдельным
товарам

совокупны
й



Спрос на всех
рынках данного
товара или на все
производимые и
продаваемые

товары



товара

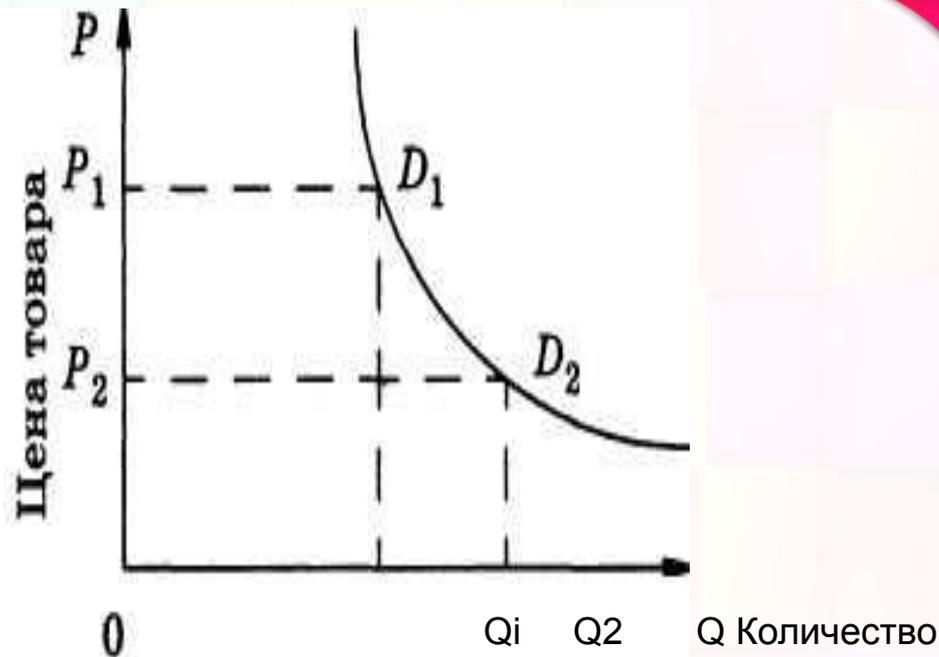


Рис. 1. Изменение спроса
 Изменение спроса отражается изменением положения кривой спроса D , ее сдвигами. Каждая данная кривая спроса строится для неизменных неценовых факторов

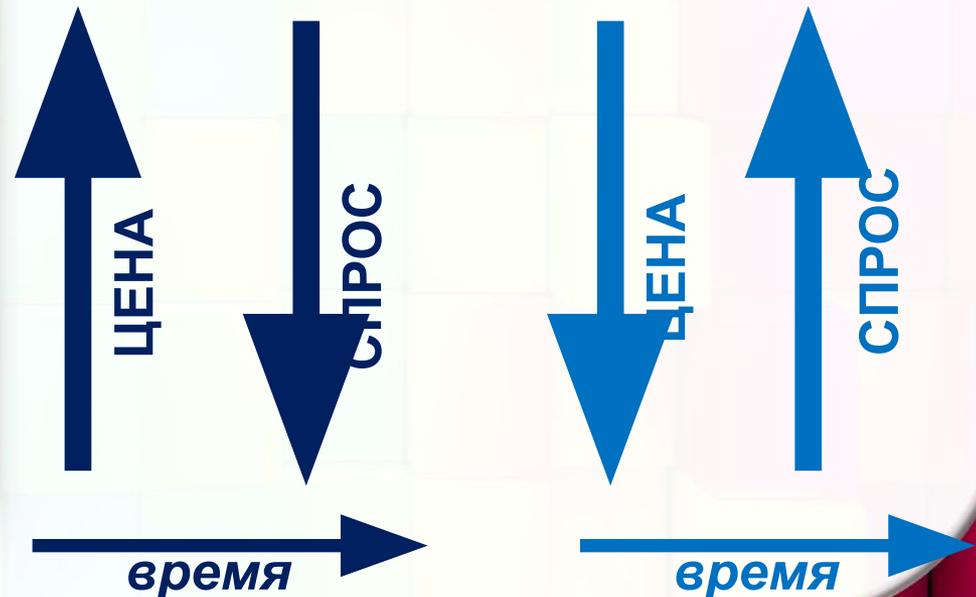
Рис. 2. Изменение величины спроса
 Изменение величины спроса есть движение вдоль кривой спроса D при неизменности факторов спроса

ЗАКОН СПРОСА

- ✓ ПРИ ПРОЧИХ РАВНЫХ УСЛОВИЯХ ПО НИЗКИМ ЦЕНАМ ПРОСЯТ ТОВАРА БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПО ВЫСОКИМ.
- ✓ ВЕЛИЧИНА СПРОСА НАХОДИТСЯ В ОБРАТНОЙ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ ЕДИНИЦЫ ТОВАРА.
- ✓ ЧЕМ НИЖЕ ЦЕНА ТОВАРА, ТЕМ ВЫШЕ НА НЕГО СПРОС.

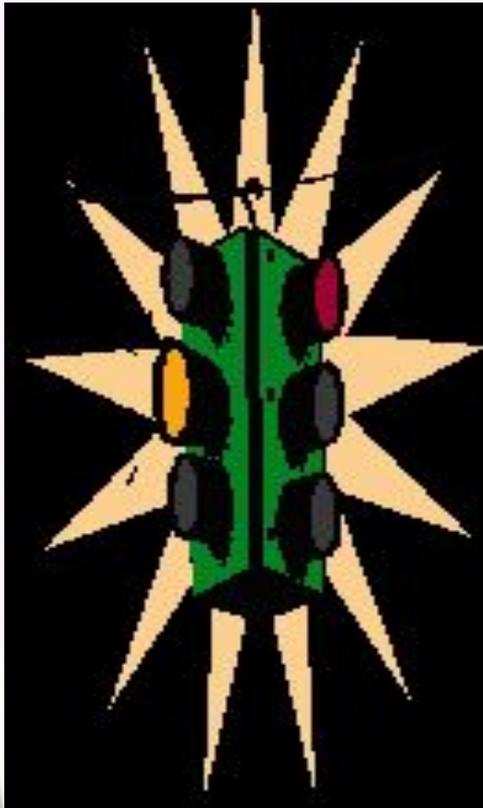


ЗАКОН СПРОСА



Закон спроса не действует:

- при ажиотажном спросе, вызванном ожидаемым повышением цен для некоторых редких и дорогостоящих товаров (золото, драгоценности, антиквариат и др.), являющихся средством тезаврации денег при переключении спроса на более качественные и дорогостоящие товары (например, переключение спроса с маргарина на масло: снижение цен на маргарин не ведет к увеличению спроса на него)



Определите, в каких случаях происходит изменение спроса, а в каких – изменение величины спроса.

А) цены на бананы выросли в 2 раза, и теперь их можно купить

(величина

без очереди

спроса)

Б) бум рождаемости привел к увеличению импорта

детского

(спро

питания в страну

с)

В) в ожидании нового витка роста цен население стало

делать

(величина

запасы круп и макаронных изделий,

спроса)

Г) повышение цен на пошив верхней одежды

сократило

(величина

количество клиентов ателье

спроса)

Д) после неоднократного выступления диетологов о вреде

животных жиров возникли проблемы с реализацией

мороженого

(спро

пломбира

с)

(величина

Е) доходы выросли, и люди стали больше покупать

спроса)

фруктового сока

Ж) подорожание магнитофонов создало проблемы с

реализацией

(спро

кассет

с)

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

ЭЛАСТИЧНОСТЬ (*elasticity*) — процентное изменение величины спроса при изменении цены на 1%.

Высокая эластичность спроса означает, что **покупатели** чрезвычайно **чувствительны** к любому **изменению цены**, и наоборот, когда на рынке продается **товар неэластичного спроса**, то **покупатели** **отличаются** крайне **низкой чувствительностью** к **колебаниям цены** и всегда готовы покупать этот товар даже при значительном росте цены на него.



ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

ЭЛАСТИЧНОСТЬ (*elasticity*) — процентное изменение величины спроса при изменении цены на 1%.

$$E > 1$$

• СПРОС
ЭЛАСТИЧЕН

При снижении цены
возрастает количество
продаж и
увеличивается общая
выручка.

$$E = 1$$

• ЕДИНИЧНАЯ
ЭЛАСТИЧНОСТЬ

Сниженная цена
компенсируется ростом
продаж, общая выручка
остается неизменной.

$$E < 1$$

• СПРОС
НЕЭЛАСТИЧЕН

Снижение цены
незначительно изменяет
объем продаж, общая
выручка *снижается.*

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

Эластичность спроса зависит от следующих факторов: *наличия товаров-заменителей; объема предложения товара; необходимости покупки; времени покупки.*

Знание эластичности спроса по цене имеет важное значение для

предпринимателя, ведь если спрос на товар эластичен, производителю выгодно понижение цены, так как в этом случае его выручка будет возрастать, и наоборот.



Рост объёма спроса (в процентах)

$K_c =$

Снижение цен (в процентах)

Предложен

ие

отражает ГОТОВНОСТЬ

продавца продавать товары или услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени

Величина спроса и предложения изменяется, если изменяется цена товара, спрос и предложение изменяются, если влияют неценовые факторы.

Величина предложения отражает **ТО количество товара, которое может быть продано по некоторой цене за определенный период времени при данном характере предложения** *(в данном месте, в данное время)*, **т.е. неизменности прочих факторов, влияющих на предложение.**

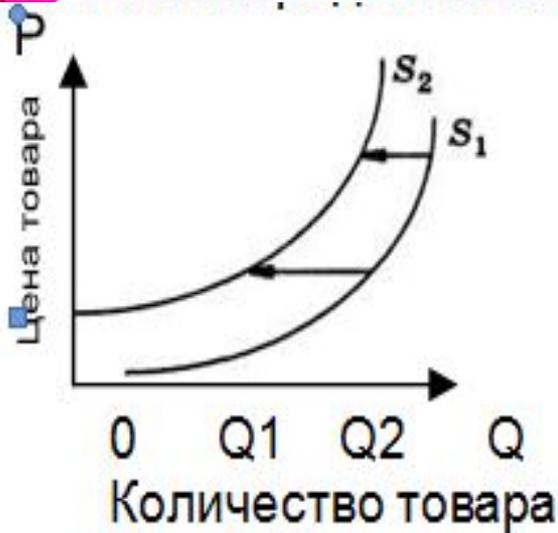


Рис. 3. Изменение предложения

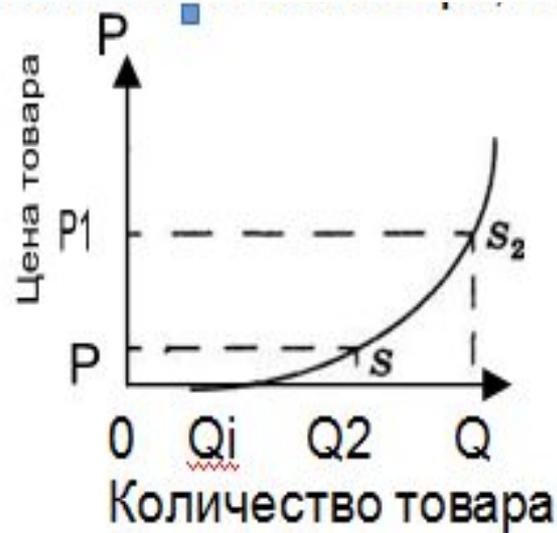


Рис. 4. Изменение величины предложения

Изменение предложения отражается изменением положения кривой предложения S , т. е. ее перемещением на плоскости. Каждая данная кривая предложения S строится для неизменных факторов предложения

Изменение величины предложения есть движение вдоль одной и той же кривой предложения S при неизменности факторов спроса

Определите, в каких случаях происходит изменение предложения, а в каких – изменение величины предложения

Д) повышение цен на удобрения привело к сокращению объема предложения (предложение)

Б) введение кардифа ванильное мороженное вызвало увеличение предложения (предложение)

В) рост цен на импортные мебельные гарнитуры привел к (величина предложения)

Г) использование конвейера при сборке часов увеличило их предложение (предложение)

Д) снижение цен на шерстяные носки привело к уменьшению (величина предложения)

количества надомниц, занимающихся их вязанием (величина предложения)
Е) рост числа фермеров, переселенцев из ближнего (предложение)

зарубежья, привел к ликвидации дефицита куриного мяса на (предложение)

Ж) введение налога на «челноков» сократило выбор рынков для импорта (предложение)

импортных трикотажных изделий)

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- ✓ ПРИ ПРОЧИХ РАВНЫХ УСЛОВИЯХ ПО ВЫСОКИМ ЦЕНАМ ПРОДАВЦЫ ПРЕДЛОЖАТ БОЛЬШЕ ТОВАРА, ЧЕМ ПО НИЗКИМ ЦЕНАМ.
- ✓ ЧЕМ ВЫШЕ ЦЕНА ТОВАРА, ТЕМ БОЛЬШЕ ЭТИХ ТОВАРОВ ПРЕДЛАГАЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ И, ЧЕМ НИЖЕ ЦЕНА, ТЕМ МЕНЬШЕ ТОВАРОВ БУДЕТ ПРЕДЛОЖЕНО К ПРОДАЖЕ.
- ✓ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ВОЗРАСТАЕТ С УВЕЛИЧЕНИЕМ ЦЕНЫ И ПАДАЕТ ПРИ ЕЕ СНИЖЕНИИ.



ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА ТОВАР;
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА (в результате технических нововведений, изменения налоговой политики, стоимости сырья);
- ✓ ВЫХОД НА РЫНОК НОВЫХ ФИРМ (что увеличивает предложение);
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ДРУГИЕ ТОВАРЫ (уход фирм из отраслей уменьшит предложение);
- ✓ ФОРС-МАЖОРНЫЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА (природные катастрофы, революции, войны вызовут сокращение предложения).

НЕЦЕНОВЫЕ
ФАКТОРЫ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Закон предложения утверждает, что более высокая цена товара ведет к увеличению объема его предложения.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ — показатель степени чувствительности предложения к изменению цены

Предложение называется *неэластичным*, если при изменении цены объем предложения изменяется незначительно.

Предложение на товар называют *эластичным*, если изменение цены приводит к меньшему изменению объема предложения.



Объем предложения (в процентах)

$K_{\Pi} = \frac{\text{Объем предложения (в процентах)}}{\text{Рост цен (в процентах)}}$

Рост цен (в процентах)

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНЫ РЫНКА



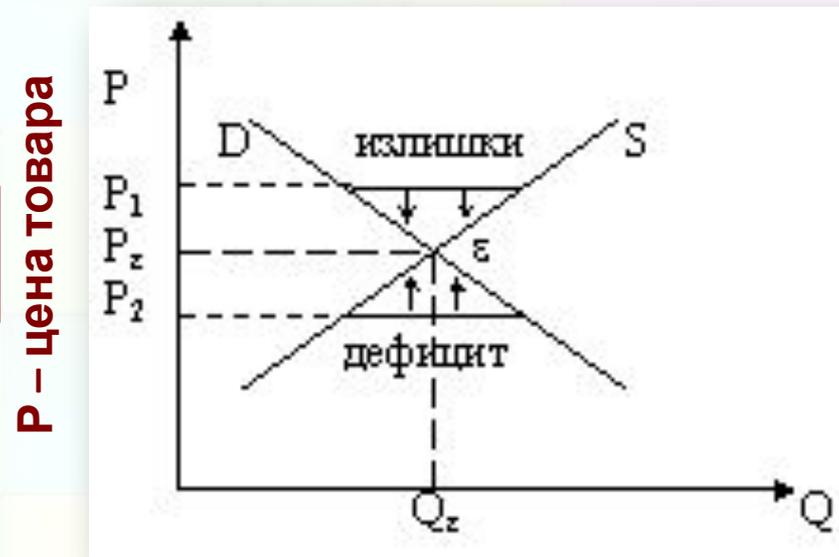
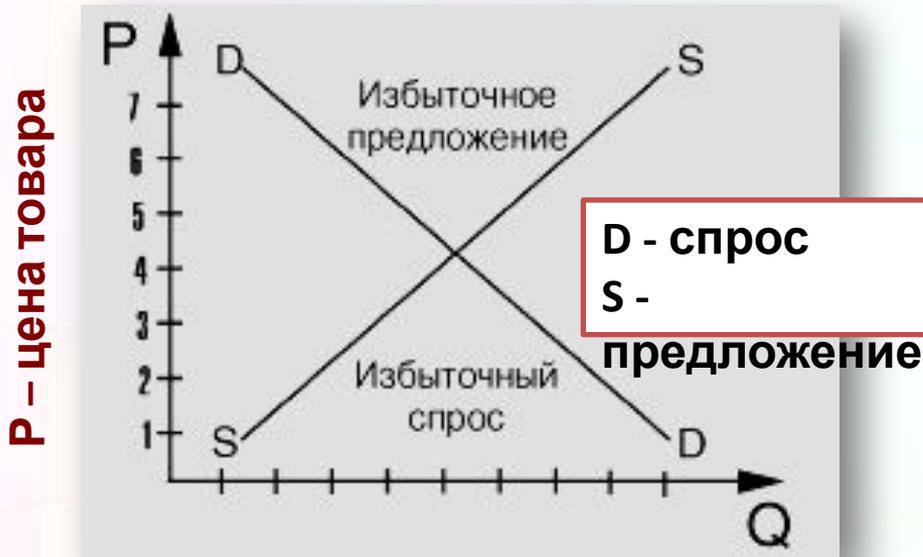
Закон спроса – величина спроса находится в обратной зависимости от изменения цены единицы товара.



Закон предложения – предложение возрастает с увеличением цены и падает при её снижении.

РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА

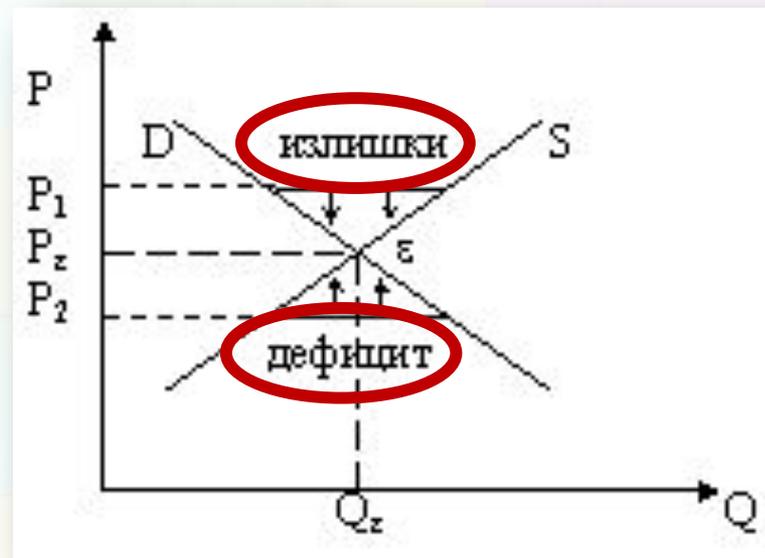
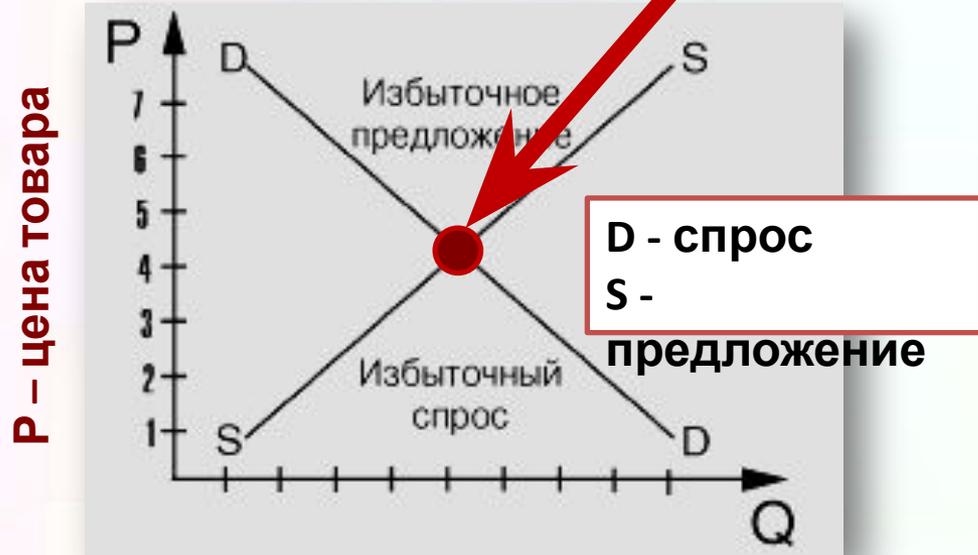
- цена по которой заключается реальная сделка.



Рыночное равновесие возникает, когда спрос равен предложению. Рыночный механизм автоматически устраняет избыток и дефицит товаров и устанавливает равновесную цену.

РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА

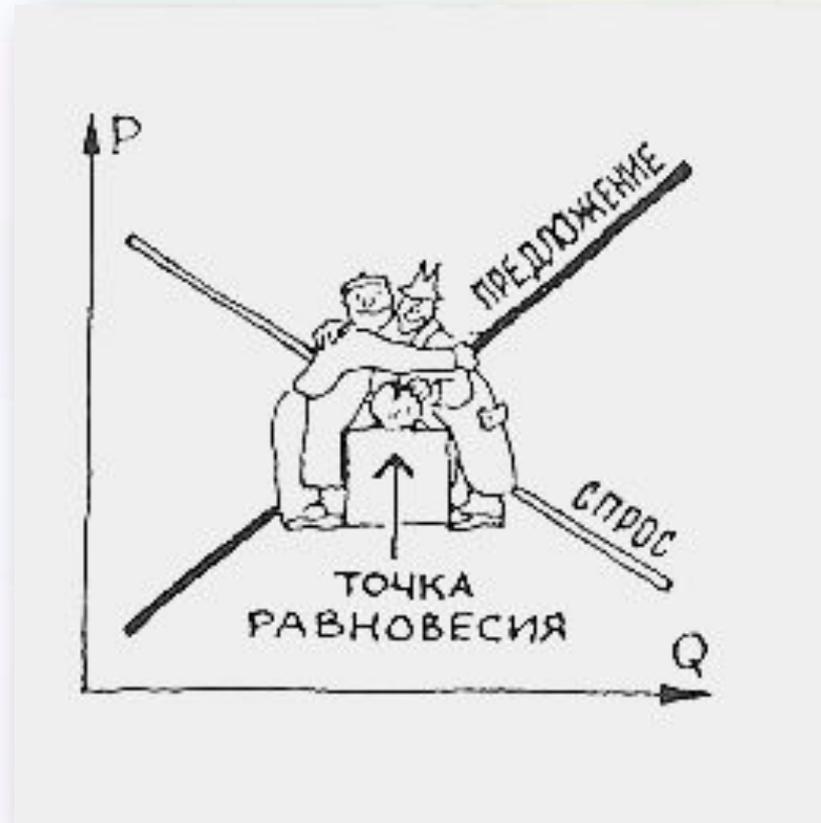
- цена по которой заключается реальная сделка.



Рыночное равновесие возникает, когда спрос равен предложению. Рыночный механизм автоматически устраняет избыток и дефицит товаров и устанавливает равновесную цену.

РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА

- цена по которой заключается реальная сделка.

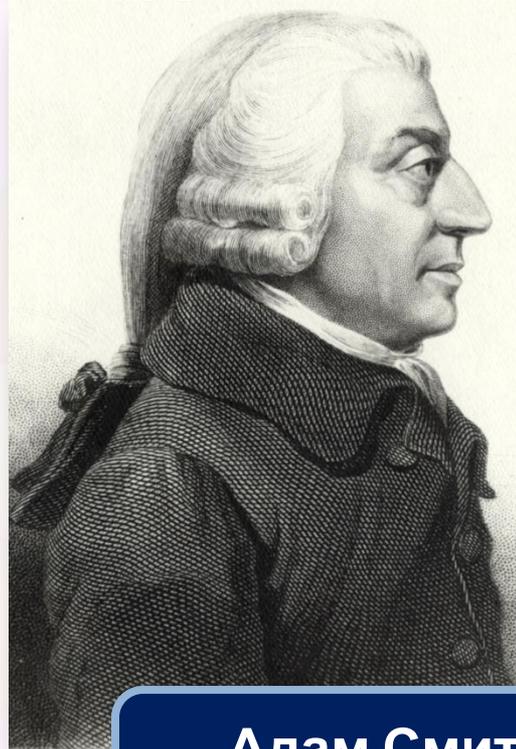


ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП РЫНКА

- сделка должна быть выгодной и продавцу и покупателю

НЕВИДИМАЯ РУКА РЫНКА

В ЗДОРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ РЫНОК САМОРЕГУЛИРУЕТСЯ, СОХРАНЯЕТСЯ РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ – ПРИМЕРНОЕ РАВЕНСТВО СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТОВАР.

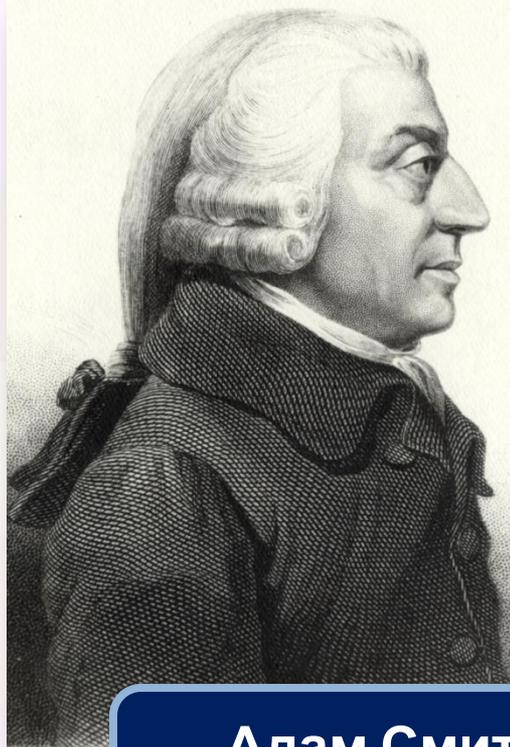


Адам Смит
(1723-1790)

«НЕВИДИМАЯ РУКА РЫНКА»
(англ. *invisible hand of the market*) — популярная метафора, впервые использованная Адамом Смитом в работе **«Исследование о природе и причинах богатства народов»** для описания механизма влияния индивидуальных интересов на фактически рыночный механизм, который координирует решения покупателей и продавцов.

НЕВИДИМАЯ РУКА РЫНКА

В ЗДОРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ РЫНОК САМОРЕГУЛИРУЕТСЯ, СОХРАНЯЕТСЯ РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ – ПРИМЕРНОЕ РАВЕНСТВО СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТОВАР.



Адам Смит
(1723-1790)



КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

**ПО
ЭКОНОМИЧЕСКОМУ
НАЗНАЧЕНИЮ
(ОБЪЕКТАМ)**

- ✓ **ТОВАРОВ И УСЛУГ**
- ✓ **ТРУДА**
- ✓ **КАПИТАЛА**
- ✓ **ЦЕННЫХ**

**ПО
СТЕПЕНИ
ОГРАНИЧЕННОСТИ
КОНКУРЕНЦИИ**

- ✓ **СВОБОДНЫЙ**
- ✓ **МОНОПОЛИСТИЧЕСКИЙ**

**ПО
ГЕОГРАФИЧЕСКОМУ
ПОЛОЖЕНИЮ**

- ✓ **МЕСТНЫЙ**
- ✓ **РЕГИОНАЛЬНЫЙ**
- ✓ **НАЦИОНАЛЬНЫЙ**

ОВОИ

**ПО
ОТРАСЛЯМ**

- ✓ **АВТОМОБИЛЕЙ**
- ✓ **ЗЕРНА**
- ✓ **РЫБЫ**
- ✓ **НЕФТИ**

**ПО
СООТВЕТСТВИЮ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ**

- ✓ **ЛЕГАЛЬНЫЙ**
- ✓ **НЕЛЕГАЛЬНЫЙ (ЧЕРНЫЙ)**

КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

ПО
ЭКОНОМИЧЕСКОМУ
НАЗНАЧЕНИЮ
(ОБЪЕКТАМ)

ПО
ГЕОГРАФИЧЕСКОМУ
ПОЛОЖЕНИЮ

ПО
ОТРАСЛЯМ

РЫНКИ НАХОДЯТСЯ
В ПОСТОЯННОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ,
ОБРАЗУЯ ЕДИНУЮ СЛОЖНУЮ
СИСТЕМУ

ПО
СТЕПЕНИ
ОГРАНИЧЕННОСТИ
КОНКУРЕНЦИИ

ОВОИ

ПО
СООТВЕТСТВИЮ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ

РЫНОЧНАЯ СТРУКТУРА И ИНФРАСТРУКТУРА

СТРУКТУРА РЫНКА – основные
характерные черты рынка, в число
которых входят:



Хотите узнать больше о том, как
получить больше клиентов и
повысить эффективность своего
бизнеса? Тогда вам стоит
ознакомиться с нашей программой

РЫНОЧНАЯ СТРУКТУРА И ИНФРАСТРУКТУРА

Фондовый рынок рынок, на котором осуществляется купля и продажа ценных бумаг и других финансовых

инструментов.
Задача фондового рынка –

превращение свободных сбережений в инвестиции путем продажи ценных бумаг.



РЫНОЧНАЯ СТРУКТУРА И ИНФРАСТРУКТУРА

Функции фондового рынка

Все операции на рынке осуществляют брокеры (маклеры) методом открытого торга.

во-первых

- **ИНВЕСТИЦИОННАЯ**
* инвестиция – долгосрочное вложение капитала в отрасли хозяйства.

во-вторых

- **создаёт условия для передела собственности**

в-третьих

- **осуществляется покрытие дефицита текущего бюджета**

Ценная бумага - документ, который закрепляет имущественные и неимущественные права в ладе



* Цена ценной бумаги называется курсом.

Виды ценных бумаг

- **Акция**— удостоверение собственности
 - *обыкновенные, которые дают владельцу право голоса на собрании акционеров и право на получение дивидендов в зависимости от прибыли общества*
 - *привилегированные, которые не дают права голоса на собрании акционеров, но гарантируют владельцу приоритет в получении дивидендов*
- **Облигация**— удостоверение долга
- **Опцион**— удостоверение права владельца ценной бумаги на покупку или продажу другой ценной бумаги в предусмотренный в ней срок по зафиксированной цене
- **Чек** — указание чекодателя банку выплатить чекодержателю указанную в чеке сумму
- **Вексель** — долговое обязательство
- **Дериваты** — производные ценные бумаги

*дивиденды — часть

прибыли

Сильные стороны рыночного регулирования

- ✓ Рациональное распределение ресурсов между различными сферами деятельности
- ✓ Гибкость и высокая адаптивность производства и потребления к изменяющимся условиям на основе информации о динамике спроса и предложения
- ✓ Свобода выбора и действий производителей и потребителей
- ✓ Повышение качества товаров и услуг
- ✓ Стимулирование внедрения достижений научно-технического прогресса
- ✓ Бездефицитность рынка, удовлетворение разнообразных потребностей

Слабые стороны (“изъяны”) рыночного регулирования

- ✓ Действие рыночного механизма порождает чрезмерную дифференциацию доходов, бедность отдельных групп населения, безработицу, монополизацию экономики
- ✓ Стимулируя использование достижений науки и техники, рынок не побуждает к вложениям средств в фундаментальные научные исследования, без которых НТП не возможен
- ✓ Деятельность участников рынка нередко ведет к загрязнению окружающей среды, к хищническому использованию невозобновляемых природных ресурсов, а рыночный механизм не стимулирует заботу об экологии
- ✓ Рыночный механизм не способствует таким необходимым для общества видам деятельности, как оборона, сфера управления, образование и другие услуги коллективного пользования

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МОЖЕТ КОМПЕНСИРОВАТЬ ИЗЪЕМЫ РЫНОЧНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Прямое (административное):

- выдача лицензий на какую-либо деятельность
- контроль над ценами и качеством продукции,
- контроль над доходами
- налоговые льготы
- государственные кредиты и т.п

Косвенное:

- регулирование объемов денег в обращении,
- политика в области налогообложения, таможенных пошлин и т. п.

КОНКУРЕНЦИЯ

(позднелат. — concurentia — сталкиваться, состязаться)

— соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-прода



ЧЕРТЫ КОНКУРЕНЦИИ

| ЧЕРТЫ | +/- |
|--|-----|
| Ограничивает возможность возникновения монополий, которые контролируя основную часть производства или сбыта определенного товара, могут взвинчивать цены, снижать качество и т. д. | |
| Отвлекает большие средства на рекламу | |
| Использование нечестных методов борьбы: — подкуп работников; — шантаж; — промышленный шпионаж и др. | |
| Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки | |
| Постоянное разорение многих товаропроизводителей | |
| Способствует внедрению технических достижений в производство, улучшению качества продукции | |
| Создает возможность выбора для потребителя | |

ЧЕРТЫ КОНКУРЕНЦИИ

| ЧЕРТЫ | +/- |
|--|-----|
| Ограничивает возможность возникновения монополий, которые контролируя основную часть производства или сбыта определенного товара, могут взвинчивать цены, снижать качество и т. д. | + |
| Отвлекает большие средства на рекламу | - |
| Использование нечестных методов борьбы: — подкуп работников; — шантаж; — промышленный шпионаж и др. | - |
| Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки | + |
| Постоянное разорение многих товаропроизводителей | - |
| Способствует внедрению технических достижений в производство, улучшению качества продукции | + |
| Создает возможность выбора для потребителя | + |

МОНОПОЛИЯ

- исключительное право на производство, покупку, продажу, принадлежащее одному лицу, определённой группе лиц или государству.



МОНОПОЛИЯ

- исключительное право на производство, покупку, продажу, принадлежащее одному лицу, определённой группе лиц или государству.

Модель монополии:

- *единственный продавец;*
- *отсутствие близких продуктов-заменителей;*
- *диктуемая цена.*

Чем опасна МОНОПОЛИЯ?

Подавляет конкурентный потенциал рыночной экономики, ведёт к росту цен и диспропорциям.

Конкуренция

Свободная (чистая) конкуренция – такой тип структуры рынка, при котором цена устанавливается в результате уравнивания кривых спроса и предложения.

ВИДЫ РЫНКОВ

| рынок | его характеристики |
|----------------------------------|---|
| • Чистой (свободной) конкуренции | <ul style="list-style-type: none">• Существует множество мелких фирм, предлагающих рынку однородную продукцию.• Нет ограничений на доступ той или другой фирмы к информации о состоянии рынка, о ценах на товары и т.п.• Нет ограничения на вступление новых фирм в отрасль, вход и выход из отрасли свободен.• Продавец не может осуществить контроль над ценами, конкурентная фирма не может установить рыночную цену. |

Конкуренция и

МОНОПОЛИЯ

Монополистическая конкуренция – такой тип структуры рынка, где есть большое число продавцов, предлагающих схожие, но не идентичные товары.

ВИДЫ РЫНКОВ

| рынок | его характеристики |
|-------------------|--|
| •Чистой монополии | <ul style="list-style-type: none">•Отрасль, состоящая из одной фирмы.•Эта фирма является единственным продавцом данной продукции, который уникален.•Монополист диктует цену.•Фирма осуществляет контроль над ценой, т.к. аккумулирует все предложения.•Для вступления других фирм в отрасль существуют значительные барьеры. |

Конкуренция и

МОНОПОЛИЯ

Монополистическая конкуренция — такой тип структуры рынка, где есть большое число продавцов, предлагающих схожие, но не идентичные товары.

ВИДЫ РЫНКОВ

| рынок | его характеристики |
|--------------------------------|--|
| •Монополистической конкуренции | <ul style="list-style-type: none">•Большое кол-во мелких фирм предлагает разнородную продукцию.•Ограниченный контроль над рыночными ценами.•Вход и выход с рынка свободен.•Каждая фирма стремится сделать свой товар уникальным. Но товары взаимозаменяемы.•Экономическое соперничество основано не только на цене, но и на ценовой конкуренции. |

Конкуренция и

МОНОПОЛИЯ

Олигополия — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество фирм.

ВИДЫ РЫНКОВ

| рынок | его характеристики |
|-------------|---|
| •Олигополия | <ul style="list-style-type: none">•Существование на рынке малого числа крупных фирм (от 2 до 5), которые контролируют его основную часть.•Продукция может быть как однородной, так и разнородной.•Вступление новых фирм в отрасль затруднено.•Взаимозависимость фирм в принятии решения о ценах на свою продукцию. |

Конкуренция и

МОНОПОЛИЯ

Монопсония – тип рынка, когда имеется только один покупатель и множество продавцов.

ВИДЫ РЫНКОВ

| рынок | его характеристики |
|-------------|--|
| •Монопсония | <ul style="list-style-type: none">•определяющее влияние на формирование цены оказывают покупатели.•монопсония государственная — рыночная ситуация, при которой государство является единственным покупателем какой-либо продукции (например, вооружения); зачастую используется как средство для поддержки некоторых отраслей (прежде всего сельского хозяйства), продукцию которых государство покупает по твердым ценам.•Применительно к биржам монопсония может быть также ложной, например, когда при высокой цене большинство покупателей не включается в торги |



Причины возникновения МОНОПОЛИИ

Возникновение монополии определяется целью рыночной стратегии любого предприятия/фирмы – получение наивысшей прибыли. Для достижения этой цели фирма стремится исключить все факторы, понижающие цену. Чем больше производителей, тем ближе продажная цена к себестоимости. Поэтому фирма стремится

моно
прода



Взаимодействие рынка и

государства

ЯВЛЯЕТСЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МЕХАНИЗМА ВОЗНИКНОВЕНИЯ МОНОПОЛИИ

| ПОПУСТИТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВА | ПООЩРЕНИЕ ГОСУДАРСТВА | ПРЕВОСХОДСТВО ОТ ГОСУДАРСТВА | УСТАНОВЛЕНИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ |
|---|--|---|---|
| Государственная политика не противостоит возникновению монополий | Государство поощряет возникновение монополий путем установления тарифов, патентов, при реализации политики протекционизма | Государственная политика допускает превосходство монополиста в технологиях, в т.ч. управленческих, что ведет к разорению остальных продавцов | Установление государственных монополий (на пользование или добычу сырья, выпуск денег и т. п.) |

Плюсы и минусы монополии

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ МОНОПОЛИИ:

- ◆ Выгодность применения услуг монополиста в некоторых областях экономики
- ◆ Большое количество средств для НТП.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ МОНОПОЛИИ:

- Нерациональное использование ресурсов.
- Возможное неравенство доходов.
- Торможение НТП.

УСЛОВИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ **РЫНОЧНОГО** ХОЗЯЙСТВА

- **Конкурентная среда:** свободное ценообразование; многообразие форм собственности; отсутствие монополизации рынка; действие законов, охраняющих права частной собственности.
- **Наличие резервов роста экономики** (свободные капиталы, запас трудовых и природных ресурсов).
- **Обеспечение подвижности ресурсов.**
- **Функционирование инфраструктуры рынка,** организующей движение товарных и денежных потоков и обеспечивающей участников рынка необходимой информацией.

ЦИТАТНИК

ЗАГАДКА:

Не едят, не пьют, а постоянно растут?

Ответ: **ЦЕНЫ.**

Ценности абстрактны, цены конкретны.

Габриэль Лауб (1928-1998),

польский писатель и журналист.

Даже самый щедрый человек старается заплатить подешевле за то, что покупает ежедневно.

Джордж Бёрнард Шоу (1856-1950), ирландский драматург, писатель.

Цена - стоимость плюс разумное вознаграждение за угрызения совести при назначении цены.

Амброз Гвиннет Бирс (1842-1913) американский писатель, журналист.

Если вы видите цену, то она автоматически оказывает на вас влияние.

Уоррен Баффетт (род. в 1930 г.), самый успешный инвестор в мире с состоянием на 01.03.2015 года в размере 72,7 млрд. долларов. Известен под прозвищем Оракул из Омахи (Oracle of Omaha).



ГЛОССАРИЙ

- **РЫНОК** (*market*) – сфера свободного и устойчивого обмена равноценными товарами, услугами и факторами их производства.
- **СПРОС** (*demand, D*) – количество товара, которое покупатели готовы приобрести на рынке по определенной цене.
- **ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА** (*elasticity*) – процентное изменение величины спроса при изменении цены на 1%.
- **ПРЕДЛОЖЕНИЕ** (*supply, S*) – количество товара, которое продавцы готовы продать на рынке по определенной цене.
- **РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА** (*equilibrium price*) - цена, при которой величина спроса равна величине предложения.
- **НЕВИДИМАЯ РУКА РЫНКА** (*invisible hand of the market*) - метафора, означающая свободное действие объективных законов рыночной экономики и механизм, с помощью которого рыночная система всегда сама приходит в равновесие.