

1. Рынок — совокупность всех отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг.

2. Условия возникновения рынка:

- ✓ общественное разделение труда;
- ✓ экономическая обособленность производителей;
- ✓ самостоятельность производителя.

3. Основные признаки рынка:

- ✓ нерегулируемое предложение – производитель сам решает, что, как, сколько и для кого производить;
- ✓ нерегулируемый спрос – потребитель сам определяет, что, где, как и сколько покупать;
- ✓ нерегулируемая цена – цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения.

Главные функции рынка

1. **посредническая** – соединение производителей товаров и их потребителей;
2. **ценообразования** – установление равновесной цены, при которой спрос равен предложению товара;
3. **информационная** – предоставление информации об объемах производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары;
4. **регулирующая** – «перетекание» капиталов из менее выгодных в более прибыльные отрасли;
5. **санирующая (оздоровительная)** – предотвращение неэффективной хозяйственной деятельности путем

Положительные черты

- ✓ Способствует эффективному распределению ресурсов, формируя таким образом структуру производства
- ✓ Стимулирует научно-технический прогресс
- ✓ Способствует ресурсосбережению в обществе
- ✓ Создает материальную заинтересованность производить то, в чем есть потребность
- ✓ Стихийно координирует действия людей в процессе экономической

Отрицательные черты

- Не гарантирует решение социально-экономических проблем (безработица, инфляция, защита окружающей среды, обеспечение экономической безопасности, развитие фундаментальной науки)
- **Распределяет продукты по результатам конкуренции, что приводит к социальному неравенству**
- Порождает тенденцию к монополизации производства
- Не может решить все проблемы связанные с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов

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);
- функционирование инфраструктуры рынка (обеспечение движения товарных, денежных, трудовых и информационных

Монополия (от греч. monos – один, единственный и polo – продаю) – исключительное право на осуществление какого-либо вида деятельности, предоставляемое определенному лицу, группе лиц или государству.

✓ **Естественные монополии: право на владение целыми отраслями инфраструктуры, либо на не воспроизводимые элементы производства (например, редкие полезные ископаемые).**

✓ **Объединение нескольких предприятий, создаваемых для получения сверхприбыли**

Формы монополий	Признаки
Картель	Соглашение о ценах, распределении рынков, производственных и сбытовых квотах
Синдикат	Объединение, в котором участники сохраняют производственную, но теряют торговую самостоятельность
Трест	Полное объединение предприятий с потерей и торговой, и производственной самостоятельности
Концерн	Объединение предприятий разных отраслей, торговых фирм, банков на основе общей финансовой зависимости
Конгломерат	Гигантский промышленный комплекс со значительной децентрализацией управления

- **Конкуренция** (позднелат. – concurentia, от concurrere – сталкиваться) – состязание, соревнование между производителями (продавцами) товаров за лучшие результаты, в общем случае – между любыми экономическими субъектами, борьба за рынки сбыта, товаров с целью получения более **высоких доходов.**

Чистая (свободная конкуренция)	Чистая монополия	Монополистическая конкуренция	Олигополия
<p>Существует множество мелких фирм, предлагающих на рынок однородную продукцию.</p> <p>Нет ограничений на доступ той или другой фирмы к информации о состоянии рынка, о ценах на товары (услуги), ресурсы, о затратах и т.д.</p> <p>Нет ограничений на вступление новых фирм в отрасль, вход и выход из отрасли свободен.</p> <p>Продавец не может осуществить контроль над ценами, конкурентная фирма не может установить рыночную цену.</p>	<p>Отрасль, состоящая из одной фирмы. Она является единственным продавцом данной продукции, который уникален. Монополист диктует цену. Фирма осуществляет контроль над ценой, т.к. контролирует все предложения.</p> <p>Для вступления других фирм в отрасль существуют значительные барьеры.</p>	<p>Большое количество мелких фирм предлагает разнородную продукцию.</p> <p>Ограниченный контроль над рыночными ценами. Вход и выход с рынка свободен. Каждая фирма стремится сделать свой товар уникальным. Но товары взаимозаменяемы.</p> <p>Экономическое соперничество основано не только на цене, но и на неценовой конкуренции.</p>	<p>Существование на рынке малого числа крупных фирм, которые контролируют его основную часть.</p> <p>Продукция может быть как однородной, так и разнородной.</p> <p>Вступление новых фирм в отрасль затруднено.</p> <p>Взаимозависимость фирм в принятии решения о ценах на свою продукцию.</p>

Многообразие рынка

С точки зрения действующего

законодательства: легальный (законный) и нелегальный (теневой);

По товарам и услугам:

- ✓ потребительских товаров (товарные биржи, ярмарки, аукционы и т. д.) и услуг;
- ✓ средств производства;
- ✓ рабочей силы;
- ✓ инвестиций, т.е. долгосрочных вложений;
- ✓ иностранных валют;
- ✓ ценных бумаг (фондовые биржи);
- ✓ научно-технических разработок и инноваций;
- ✓ информации.

По пространственному признаку: мировой, региональный, национальный, местный