

**28.09.14**

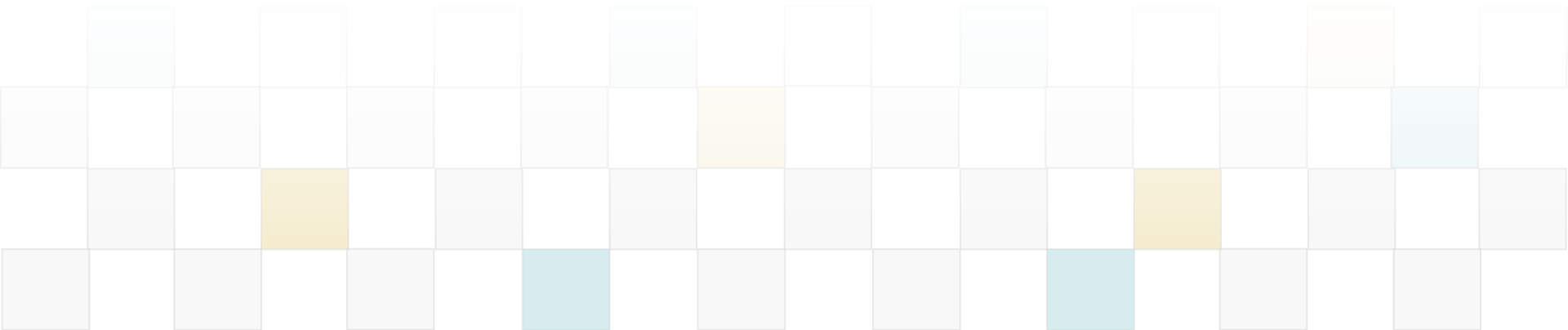
LOGO

# РЫНОК И РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

*10 класс, обществоведение*

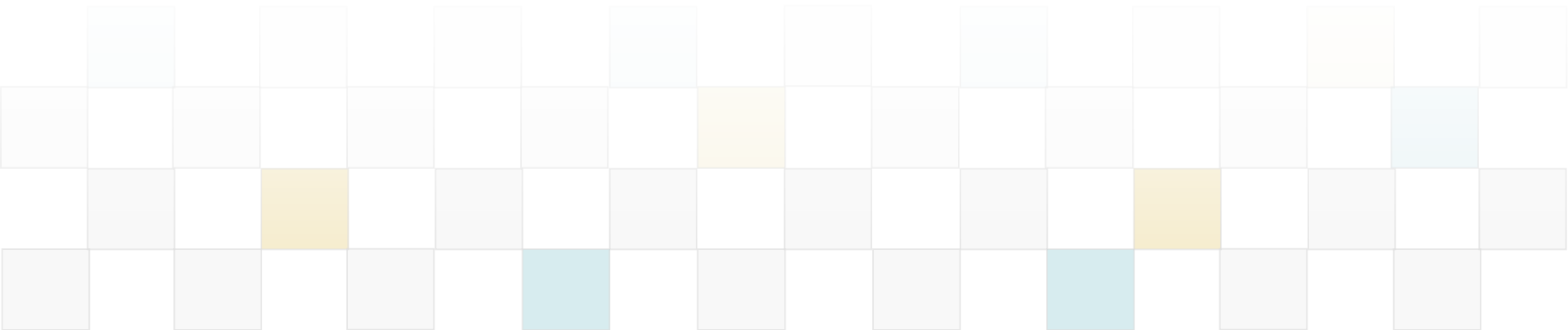


# План изучения темы

- ❖ **Рынок, его виды, основные функции;**
  - ❖ **Характерные черты рыночной экономики;**
  - ❖ **Конкуренция и её виды;**
  - ❖ **Менеджмент;**
  - ❖ **Маркетинг.**
- 



# **РЫНОК, ЕГО ВИДЫ, ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ**





▲ РЫНОК – рыночная площадь, место торговли, т.е. место встречи продавцов и покупателей.

▲ РЫНОК – форма функционирования экономики, при которой обеспечивается взаимодействие производства и потребления через обмен, куплю-продажу товаров и услуг.



# Условия возникновения рыночной экономики:

1. *Общественное разделение труда*

2. *Частная собственность на средства производства.*

3. *Конкуренция*

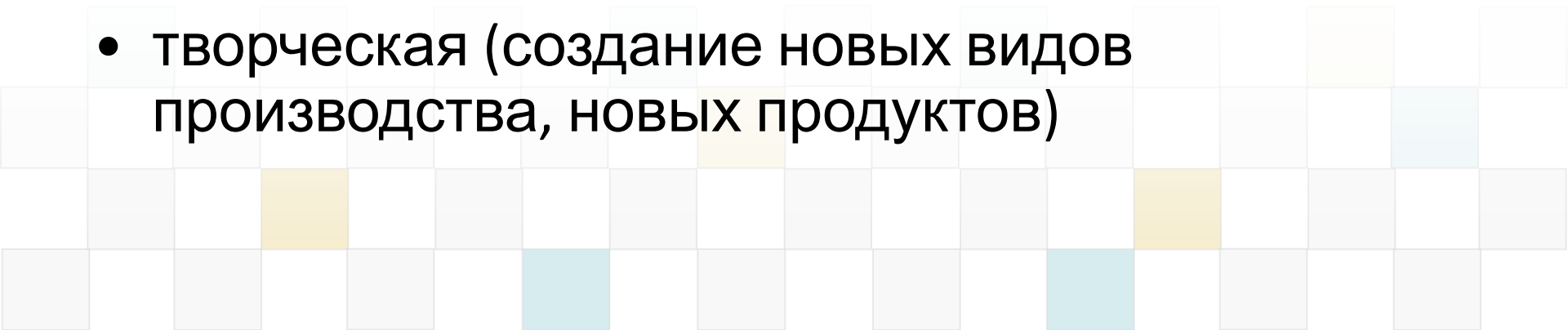
4. *Свободное ценообразование.*



# Предпринимательство

Способ хозяйственной деятельности, цель которого – получение прибыли путем удовлетворения потребностей общества

## Функции:


- регулирующая (соединение экономических ресурсов)
  - организационная (организация производства ради прибыли)
  - творческая (создание новых видов производства, новых продуктов)
- 

# Виды рынков

<b>Рынок товаров и услуг</b>	Купля-продажа продуктов конечного пользования: товарные биржи, предприятия оптовой и розничной торговли, ярмарки, аукционы...
<b>Рынки факторов производства</b>	Купля-продажа земли, полезных ископаемых, трудовых ресурсов, т.е. всех товаров, идущих на производства
<b>Рынок труда</b>	Купля-продажа услуг всех работающих, вся информация по спросу и предложению рабочей силы
<b>Рынок научно-технических разработок</b>	Патенты, лицензии, ноу-хау...



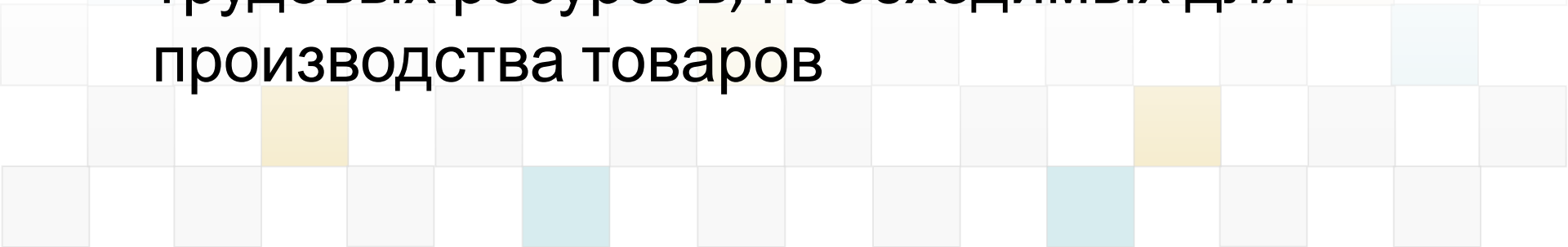
# Функции рынка

- Посредническая  
между производителями и потребителями
  - Ценообразование  
реализуется в ходе конкуренции и установления равновесной цены
  - Информационная  
сообщает о размерах производства и удовлетворении потребительского спроса
  - Регулирующая  
перетекание капитала из менее выгодных областей в более выгодные
  - Санирующая  
освобождение экономики от неэффективной хозяйственной деятельности
- 





# Признаки свободного рынка

- Нерегулируемое предложение, нерегулируемая цена и спрос
  - Неограниченное число участников, доступ на рынок для любого производителя товаров
  - Конкуренция производителей
  - Мобильность материальных, финансовых, трудовых ресурсов, необходимых для производства товаров
- 

# Преимущества рынка:

- *эффективное распределение ресурсов;*
- *гибкость, высокая адаптивность (т.е. приспособляемость) к изменяющимся условиям;*
- *свобода выбора и действий производителей и потребителей;*
- *максимальное использование достижений НТР;*
- *способность к удовлетворению разнообразных потребностей, повышению качества товаров и услуг.*





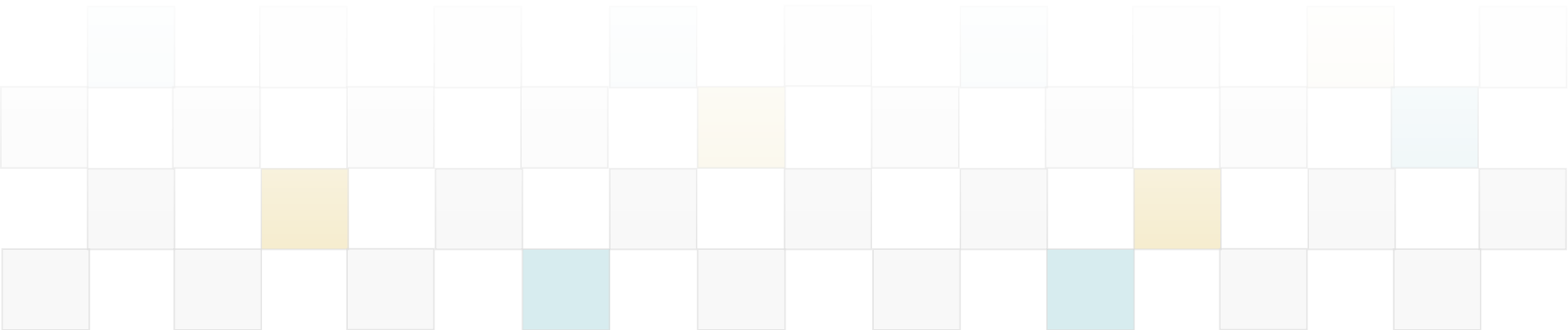
# Недостатки рынка:



- не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов;
- не создает стимулов для производства товаров и услуг коллективного пользования;
- не гарантирует полной занятости и стабильного уровня цен;
- не создает условия для развития науки, образования, учреждений культуры.
- порождает социальную несправедливость и расслоение общества на богатых и бедных.



# **ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**





# Рыночная экономика

- + Направляет ресурсы на производство необходимых товаров
- + Поощряет рациональную и эффективную деятельность
- + Быстро откликается на потребности общества
- + Использует достижения НТР
- Не способствует сохранению ресурсов
- Не стимулирует крупные проекты, которые не дают быстрой выгоды
- Не обеспечивает фундаментальные исследования в науке
- Развитие носит нестабильный характер со спадами и инфляцией
- Возможна безработица и усиление экономической дифференциации общества



# Главные элементы рыночного механизма

- **Спрос** – количество товаров определенного вида, которое покупатель готов купить по определенной цене
- **Предложение** – количество товаров, которое продавец готов предложить покупателям в конкретном месте и в конкретное время
- **Цена** – денежное выражение стоимости

вложенные в производство затраты



# Спрос. Закон спроса.

**Спрос** – сложившаяся в определенный период времени зависимость величин спроса на данном товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже.

**Закон спроса** – повышение цен ведет к уменьшению величины спроса.





# Предложение. Закон предложения.

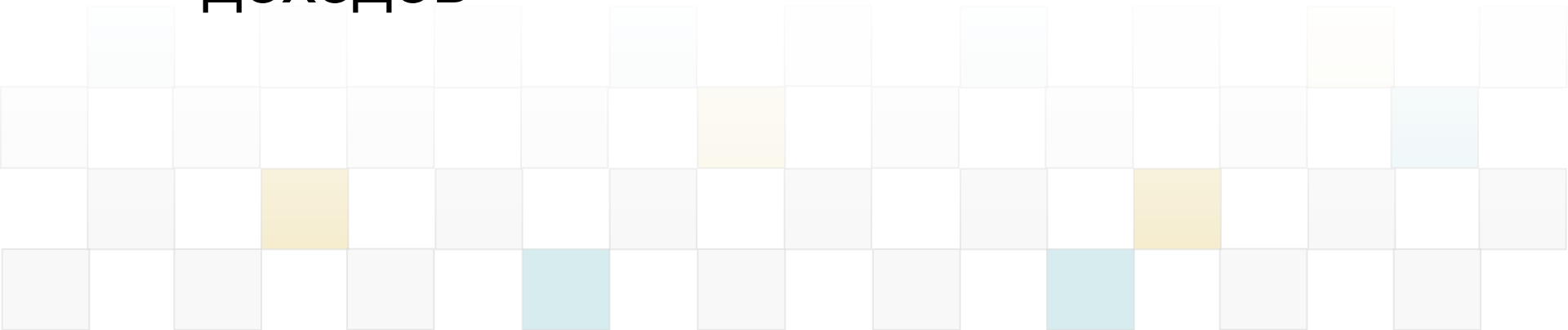
**Предложение** – сложившаяся в определенный период времени зависимость величины предложения на рынке определенного товара в течение определенного периода времени от уровней цен, по которым этот товар может быть продан.

**Закон предложения** – повышение цен ведет к росту величины предложения.

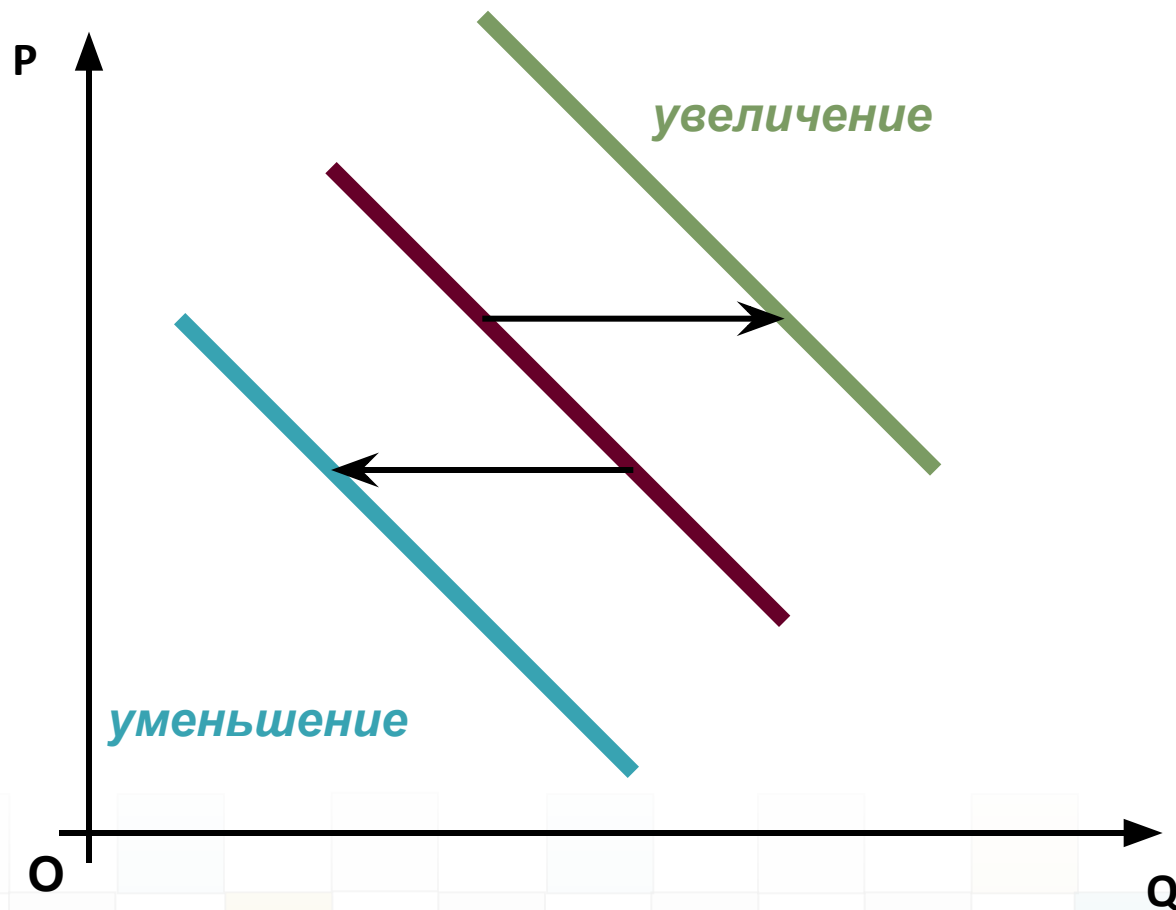




# Неценовые факторы спроса:

- вкусы и предпочтения потребителей
  - число покупателей на рынке
  - цены на взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары
  - изменения в доходе потребителей
  - ожидание будущего изменения цен и доходов
- 

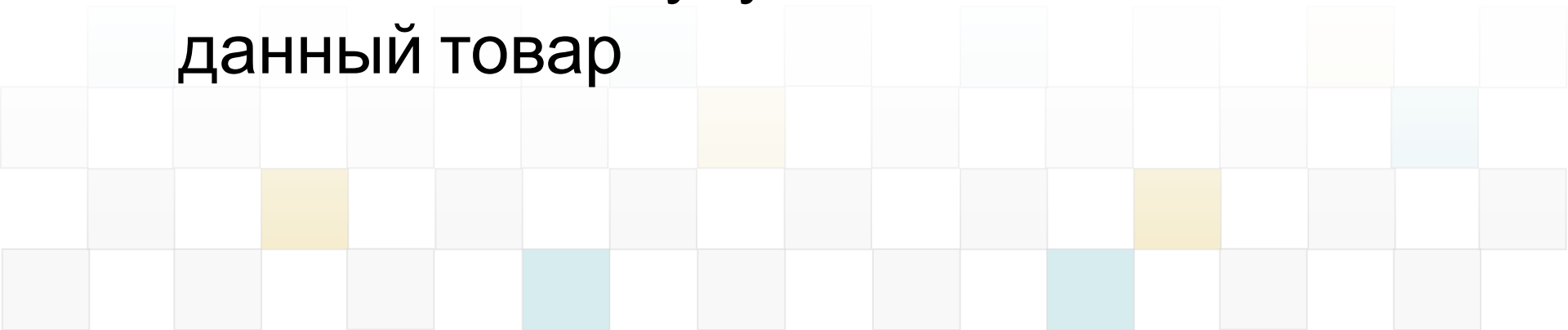
# Изменение спроса



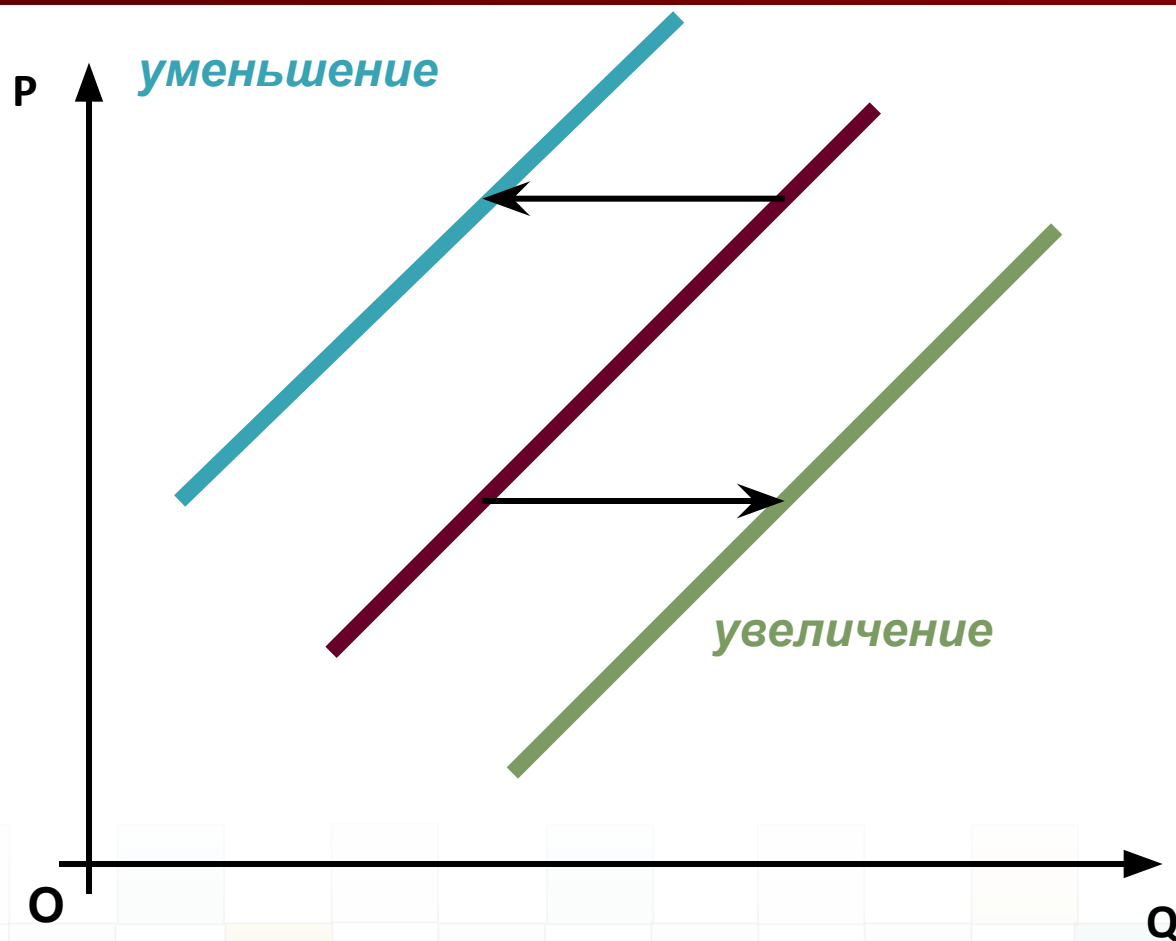
**Влияние неценовых факторов**



# Неценовые факторы предложения:

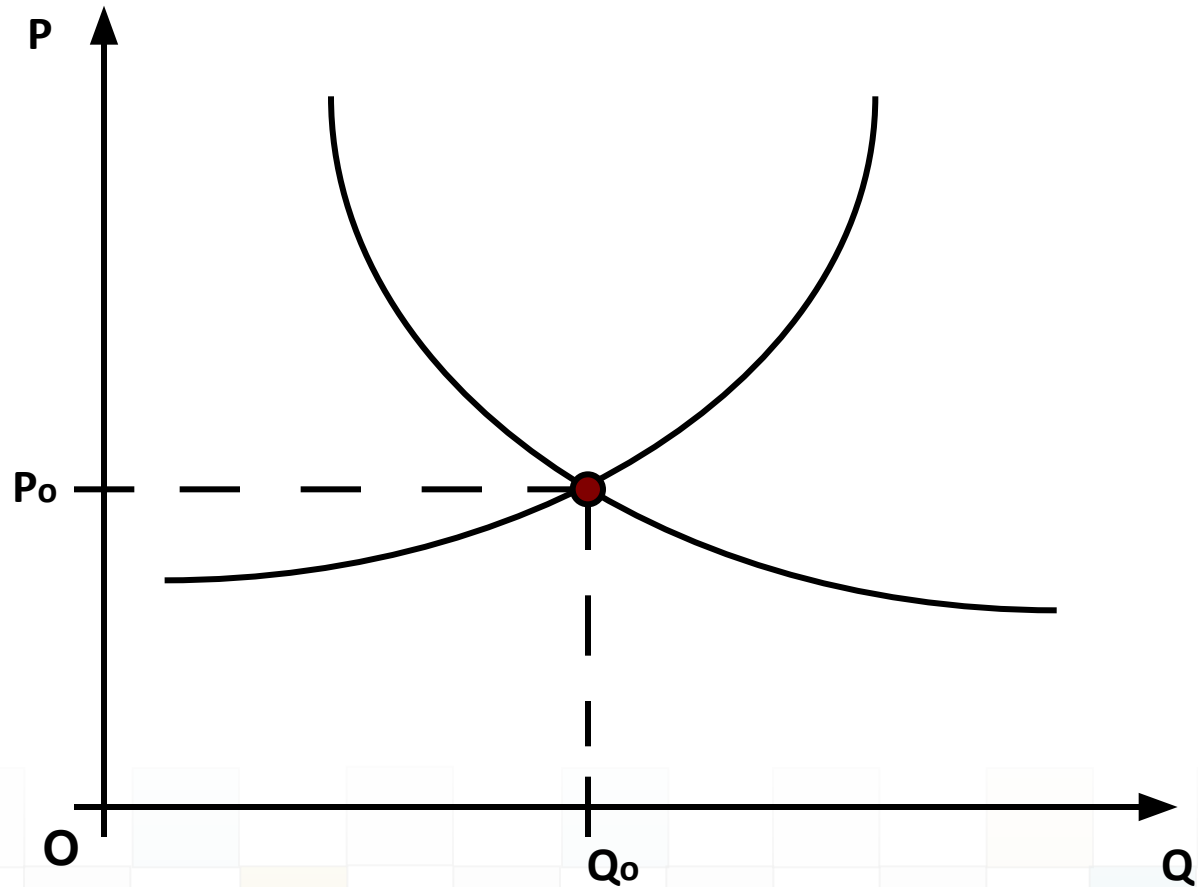
- цены на производственные ресурсы
  - технология
  - налоги и субсидии государства
  - число продавцов на рынке
  - цены альтернативных товаров
  - ожидаемые в будущем изменения цен на данный товар
- 

# Изменение предложения



**Влияние неценовых факторов**

# Равновесие на рынке.



$P_0$  – равновесная  
цена

$Q_0$  – равновесное  
количество



# Цена



## Цена спроса:

максимальная цена, по которой покупатель может купить товар

## Цена предложения:

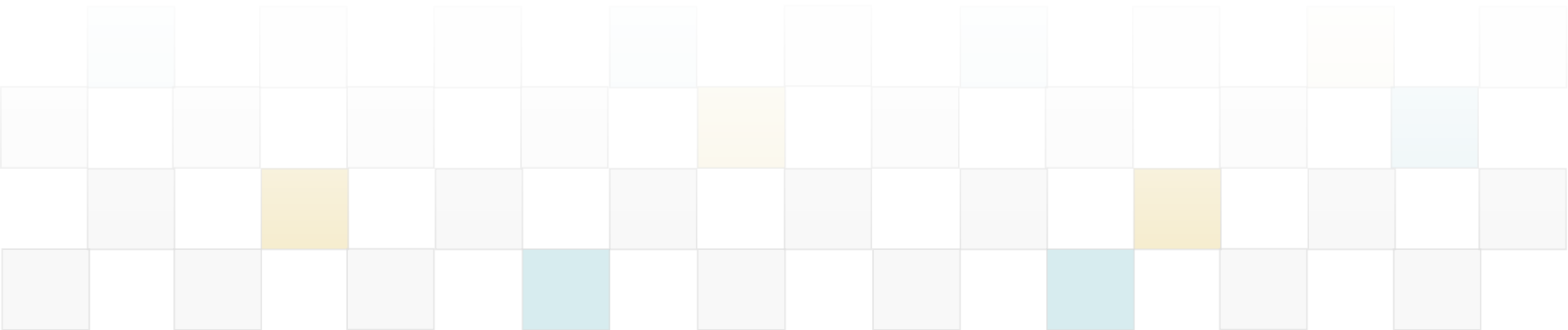
минимальная цена, по которой продавец может продать товар

### Рыночная цена:

- цена, при которой объем спроса равен объему предложения
  - не должна опускаться ниже цены предложения
  - не должна подниматься выше цены спроса



# КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЁ ВИДЫ





# Сущность и роль конкуренции в экономике

**В научном языке существует два различных понимания термина «конкуренция»:**

1. Конкуренция как характеристика рыночной структуры (конкурентный рынок, совершенная, монополистическая конкуренция).
2. Конкуренция как способ взаимодействия фирм на рынке (конкурентная борьба, ценовая и неценовая конкуренция)





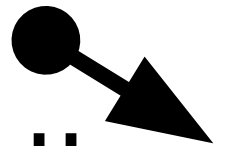
# Конкуренция

борьба производителей за потребителя



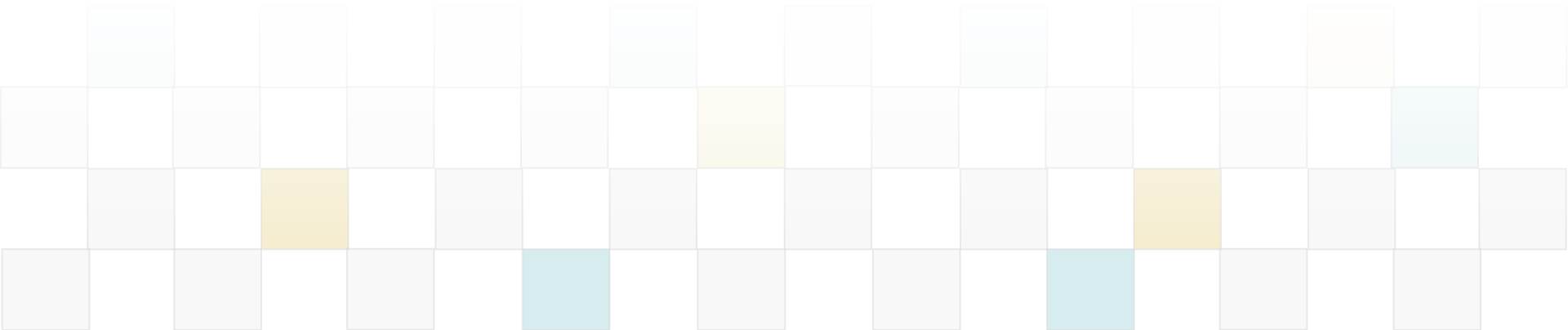
## Ценовая конкуренция

снижение цены за аналогичную продукцию по сравнению с другими конкурентами



## Неценовая конкуренция

борьба за высокое качество, широкая реклама и т.д.





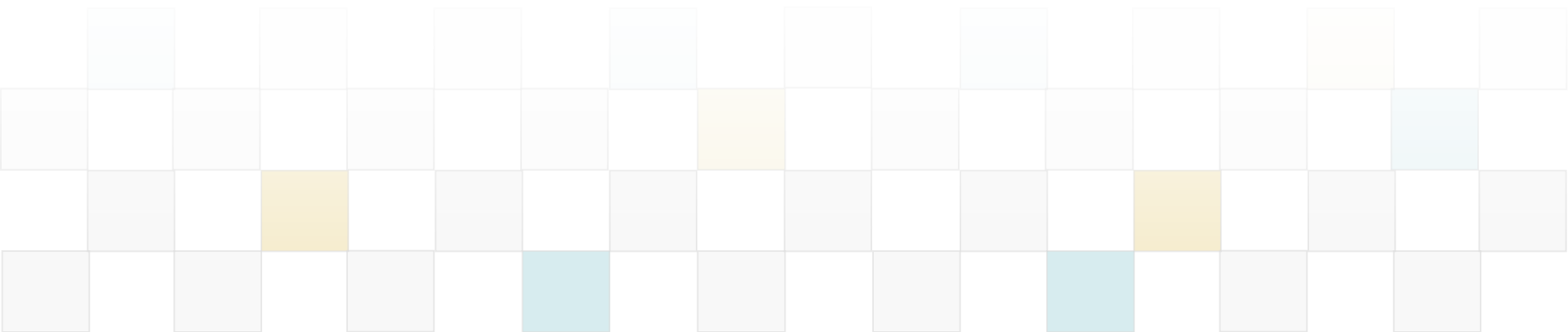
рынок, на котором только один продавец,  
где покупатель вынужден платить

# Монополия назначенную цену

<b>Олигополия</b>	Рынок, на котором преобладают несколько крупных фирм
<b>Картель</b>	Предприятия одной отрасли заключают соглашение о ценах, рынках сбыта и т.д.
<b>Синдикат</b>	Предприятия одной отрасли сохраняют собственность на средства производства, но теряют коммерческую самостоятельность
<b>Концерн</b>	Форма корпорации, имеющая многоотраслевой характер



# МЕНЕДЖМЕНТ



# Принципы менеджмента



РАЦИОНАЛЬНОЕ  
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Мелкая фирма – владелец  
Крупная фирма - менеджер

-специалист по управлению производством и  
обращением товаров, наемный управляющий

Топ-менеджмент – ген.директор,  
президент и т.д.

Среднее звено – зам. директора  
(контроль своего участка работы)

Низшее звено – начальник участка  
(отвечает за работу подразделения)



# Принципы менеджмента

МЕНЕДЖМЕНТ

Деятельность по организации и координации  
работы предприятия



Функции



-организация,

-

планирование,

е,

-руководство,

-контроль

-Определение структуры фирмы,

-Распределение работников.

1.

ОРГАНИЗАЦИЯ



# Принципы менеджмента

## 2. ПЛАНИРОВАНИЕ



- Постановка целей (краткосрочные долгосрочные),
- Определение путей достижения.

## 3. РУКОВОДСТВО



- Создание условий, заинтересованности и желания для совместной работы,
- Мотивация работников.

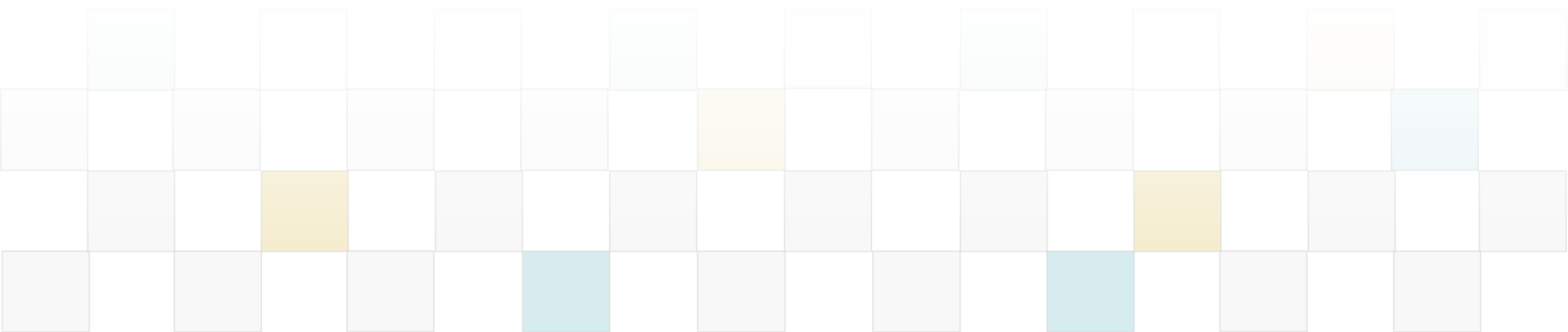
## 4. КОНТРОЛЬ



- Проверка деятельности по достижению цели,
- Корректировка отклонений.



# МАРКЕТИНГ





# Основы маркетинга

## МАРКЕТИ

-деятельность, направленная на  
формирование  
и удовлетворение потребностей человека  
посредством обмена.

ЦЕЛЬ: приспособление производства к  
требованиям

рынка

ПРИНЦИП

Ы

-изучение рынка,

-проникновение на рынок,

-разработка стратегии сбыта





# Основы маркетинга

## 1. ИЗУЧЕНИЕ РЫНКА



- нужен ли товар потребителю,
- есть ли товар на рынке,
- цена на рынке,
- конкуренты и их сила

МЕТОД: СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

-географическая (климат, ресурсы, плотность населения и т.д.)

-демографическая (пол, возраст, семейное положение),

-психографическая (стиль жизни, реакция на товар),

-поведенческая (мотивация покупок и поведения потребителя)



# Основы маркетинга

I.  
СУПЕРНОВАТО  
РЫ  
II.  
НОВАТОРЫ  
III.  
ОБЫКНОВЕННЫ  
Е  
IV.  
КОНСЕРВАТОР  
Ы  
V.  
СУПЕРКОНСЕРВ  
А-  
ТОРЫ

КАТЕГОРИИ  
ПОКУПАТЕЛЕЙ  
-высокий доход, активное  
приобретение новых товаров  
-состоятельные люди,  
-меньше склонны к риску  
-основательные люди,  
-стараясь не рисковать.  
-подражают обыкновенным,  
-против I и II группы  
-против любых изменений,  
-сохраняют привычки моло-  
дости



# Основы маркетинга

## 2. ПРОНИКНОВЕНИЕ НА РЫНОК



### Принцип «четыре пи»

- продукт (product)
- цена (price),
- распространение (place),
- стимулирование сбыта (promotion)

## 3. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ



### СБЫТА

- метод «снятия сливок»  
(высокая цена на новый технологичный товар,
- метод «цена проникновения»  
(низ-

кая цена, затем повышение).