

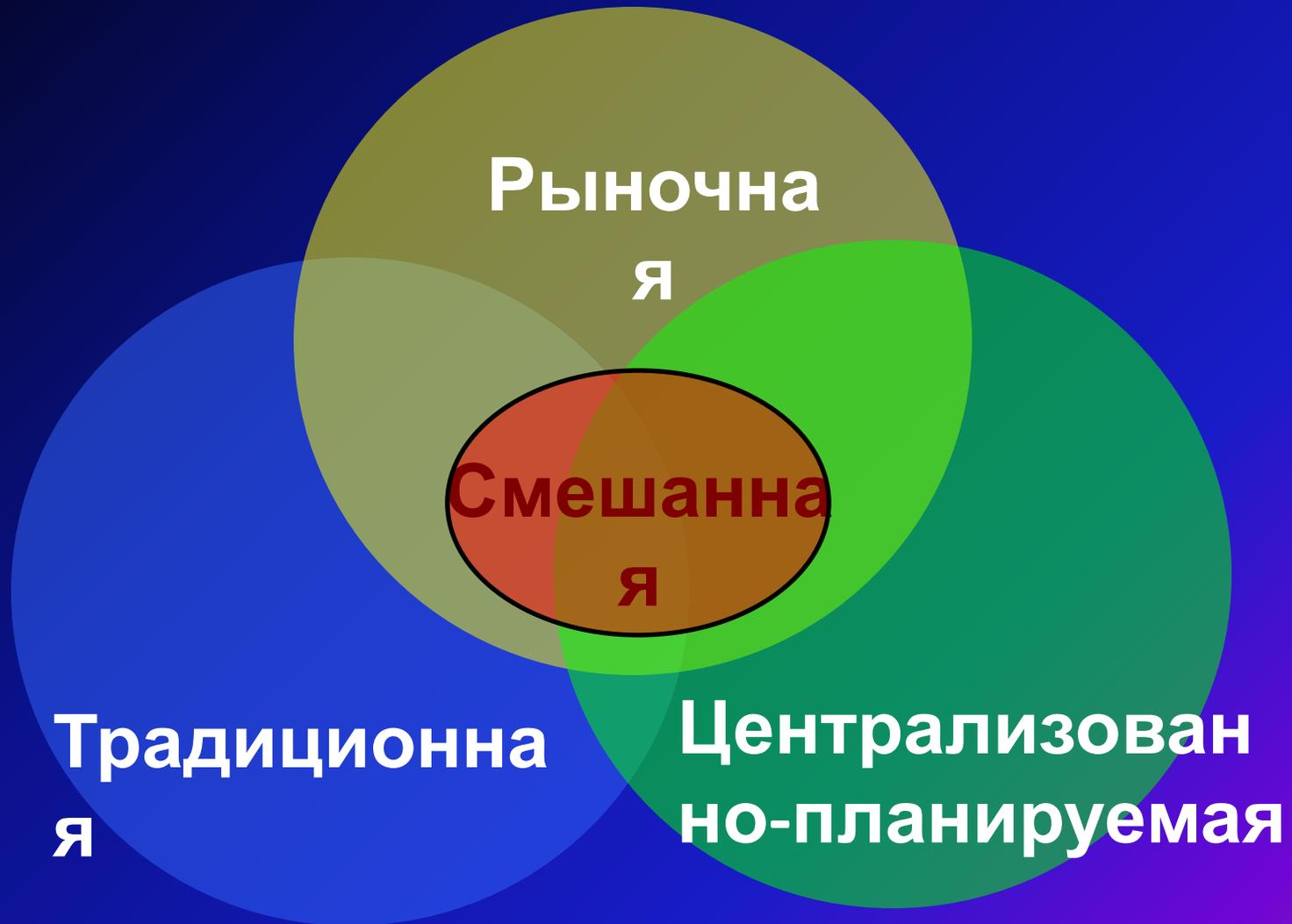
РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

Кодификатор 2.4

Экономические системы

**— способ организации
производства, распределения
и потребления, основанный
на существующих
отношениях собственности**

Типы экономических систем



Рыночная экономика

— экономическая система, в которой основная часть факторов производства находится в частной собственности и произведенные товары и услуги распределяются на основе соотношения спроса и предложения в условиях свободных цен



До террористических актов 11 сентября 2001 Центр мировой торговли в Нью-Йорке (США) был символом рыночной экономики.

Рынок и его роль в экономической жизни

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

Условия возникновения рынка

- Общественное разделение труда
- Экономическая обособленность производителей
- Самостоятельность производителя

Признаки рынка

- Нерегулируемое предложение
- Нерегулируемый спрос
- Нерегулируемая цена

Функции рынка

- Посредническая
- Ценообразования
- Информационная
- Регулирующая
- Санирующая

Инфраструктура рынка

- это экономические, правовые социальные сферы (институты) экономики обеспечивающие эффективное функционирование рыночной системы, свободное движение товаров и услуг.

Основные элементы инфраструктуры рынка

- Денежная система.
- Банковская система.
- Финансовая система.
- Налоговая система.
- Таможенная система.
- Финансовый рынок.
- Рынок ценных бумаг.
- Рынок капиталов.
- Биржевые рынки.
- Аудиторские компании.
- Рекламные агентства.
- Консалтинговые фирмы.

Черты рынка

ПОЗИТИВНЫЕ

- Способствует эффективному распределению ресурсов (формирует структуру производства)
- Стимулирует НТП
- Удовлетворяет потребности человека
- Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности
- Обеспечивает наибольшую

НЕГАТИВНЫЕ

- Не гарантирует решение проблем (безработица, инфляция, защита природы, развитие науки...)
- Поддерживает социальное неравенство
- Тенденция к монополизации
- Не решает региональные проблемы из-за неравенства региональных ресурсов
- Способствует циклическому развитию

Виды рынков

С точки зрения законодательства	По товарам и услугам	По пространственному признаку	По типу конкуренции
<p>Легальный (законный)</p> <p>Нелегальный (теневой)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Потребительских товаров (товарные биржи, ярмарки, аукционы) и услуг • Средств производства • Рабочей силы • Инвестиций • Иностранных валют • Ценных бумаг (фондовые биржи) • Н/т разработок 	<ul style="list-style-type: none"> • Мировой • Региональный • Национальный • Местный 	<ul style="list-style-type: none"> • Чистой (свободной) конкуренции • Несовершенной конкуренции: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Чистой монополии ✓ Монополистической конкуренции ✓ Олигополии

Конкуренция – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товара.

Позитивные (+)

- Ограничивает возможность возникновения монополий
- Создает возможность выбора для потребителя
- Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки
- Способствует внедрению новшеств, улучшению качества

Негативные (-)

- Разорение ряда товаропроизводителей
- Траты на рекламу
- Нечестные методы борьбы:
 - Подкуп
 - Шантаж
 - Шпионаж

Рынки по типу конкуренции

Рынок чистой конкуренции:

- множество мелких фирм, предлагающих однородную продукцию (*нефть, газ, уголь*)
- свободная информация о состоянии рынка
- вход и выход из отрасли свободен
- продавец не контролирует цену, конкурентная фирма не может установить рыночную цену

Близки к совершенной конкуренции рынки мировых валют и ценных бумаг

Обычно: национальные розничные рынки бензина, овощей, юридических, бытовых и др. услуг

Чистая монополия:

- отрасль из одной фирмы
- монополист диктует цену
- *Монополии могут быть установлены законом*

Близка к монополии: система Windows фирмы Майкрософт, De Beers, «Российский алюминий», Газпром

Рынки по типу конкуренции

Монополистическая конкуренция:

- множество мелких фирм с разнородной продукцией
- ограниченный контроль над ценами
- вход и выход с рынка свободен
- товары взаимозаменяемы (*машины различных фирм*)
- ценовая и неценовая конкуренция

Олигополия:

- небольшое число крупных фирм (2-5), контролируют большую часть рынка
- продукция разно- и однородная
- вступление новых фирм в отрасль затруднено
- фирмы устанавливают цену

Типичный пример: рынок нефти, мобильная связь

Основные параметры, регулирующие поведение участников рынка:

- **Спрос**
- **Предложения**
- **Цена**

между
которыми
существует
взаимосвязь

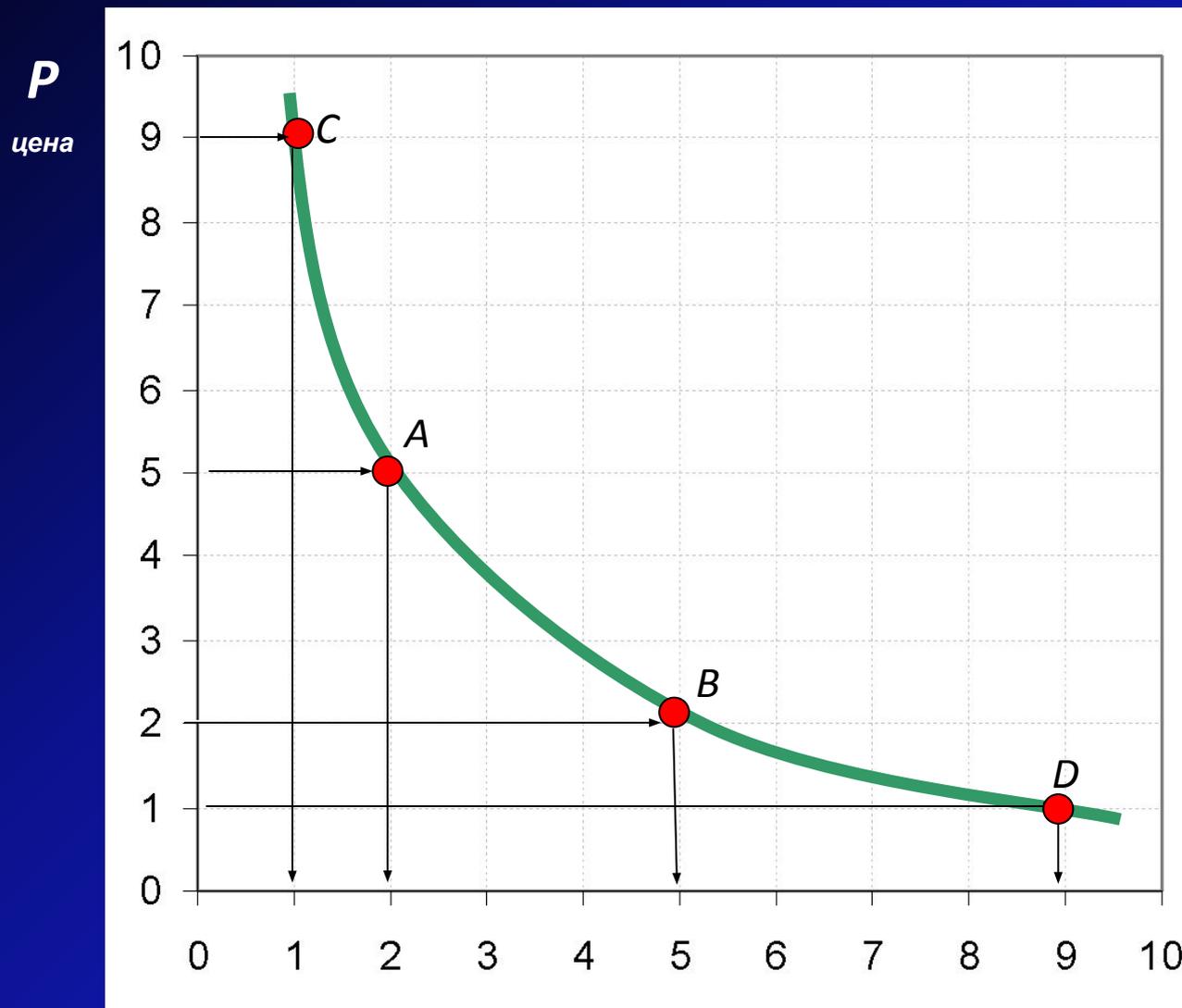
The diagram consists of a yellow bracket on the left side that groups the three bullet points. A horizontal yellow line extends from the center of the bracket to the right, where it meets the text 'между которыми существует взаимосвязь'.

Спрос - отражает **ГОТОВНОСТЬ** (желание и возможность)

покупателя приобретать Т и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени.

- Величина спроса-количество товара, которое купят при данной цене.

Q - величина спроса, D – спрос, P – цена товара



Изменение величины спроса

Q
кол-во

Закон спроса: при прочих равных условиях по низким ценам спросят товара больше, чем по высоким ценам

Величина спроса находится в обратной зависимости от цены:



Спрос

С

Q - величина
спроса

D - спрос

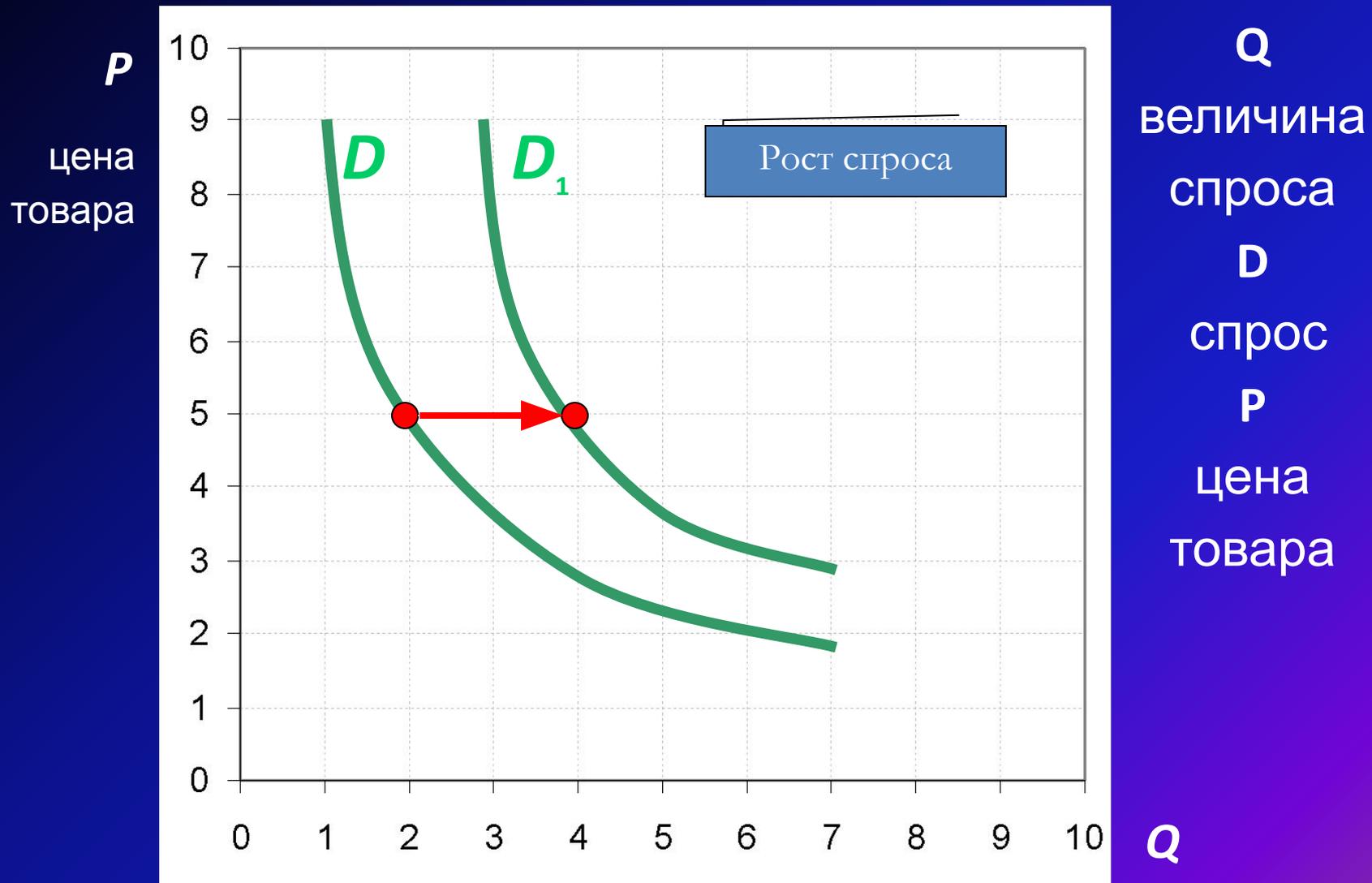
P – цена
товара

Величина спроса изменяется в результате изменения других факторов при неизменной цене товара.

Неценовые факторы спроса

- Число покупателей
- Доходы покупателей
- Цены на другие товары
(Турция/Египет, апельсин/мандарин, принтер/картридж, бензин/автомобиль...)
- Предпочтения (детектив/классика)
- Ожидания (ожидание роста цен на мыло в следующем году – рост спроса теперь при той же цене)

Изменение функции спроса



(объём
покупок)

Предложение

отражает
готовность
продавца
продавать T или
услуги
по тем или иным
ценам в
определенных
количествах
за
определенный
промежуток
времени

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.

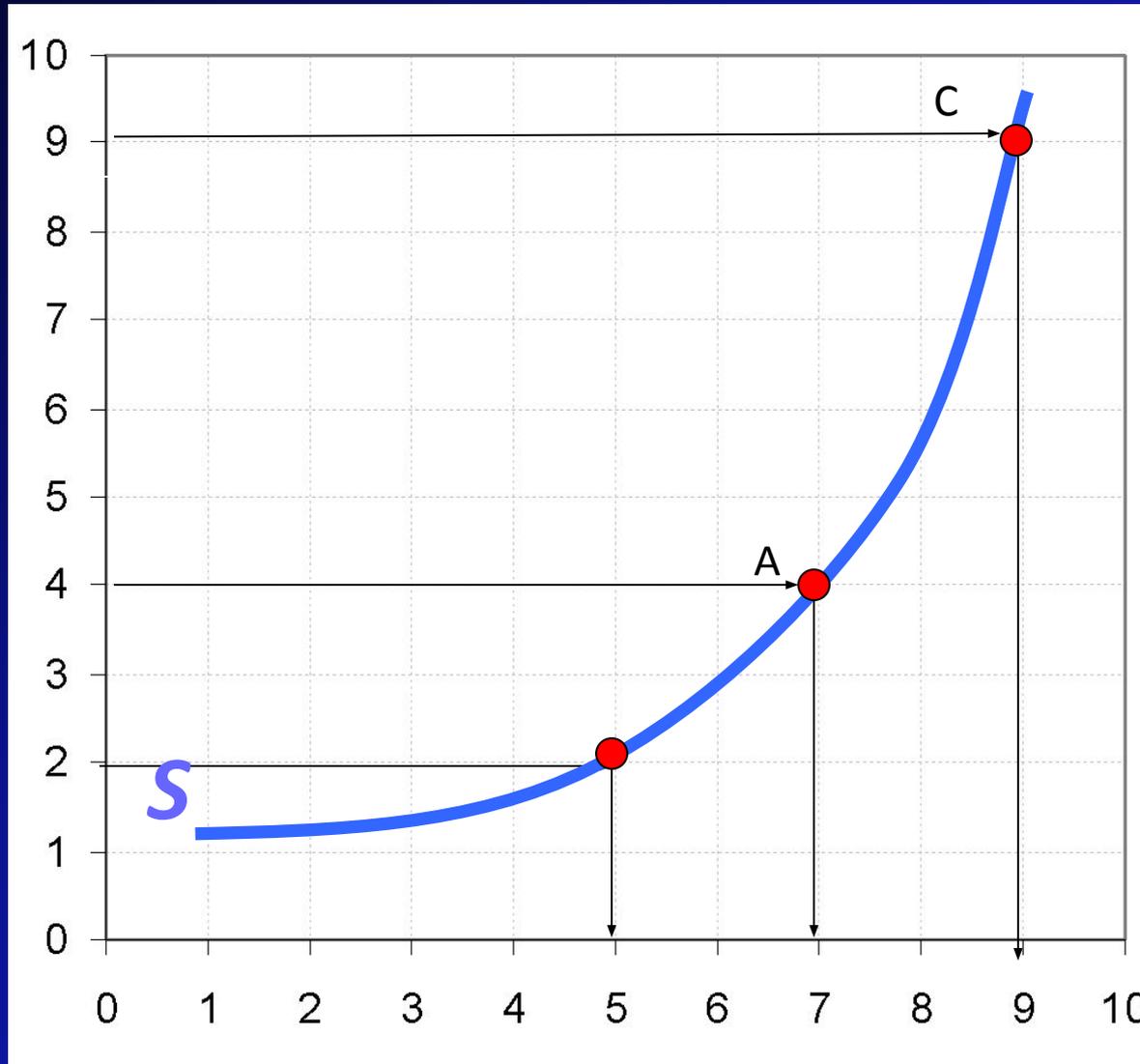
Q – величина предложения

P – цена товара

S – предложение

Q – величина предложения **P** – цена товара **S** – предложение

P
Цена
товара



Q
Объём
товаров

Предложение: изменение цены

Закон предложения

— величина предложения
находится в прямой зависимости
от цены:

выше цена — выше предложение

ниже цена — ниже предложение

Соотношение м/у понятиями

«величина предложения»

Владелец магазина:
«сколько товаров
изготовители будут
готовы мне
предложить на продажу
за месяц при цене,
равной 100 руб.?»

Ответ – информация о
величине
предложения

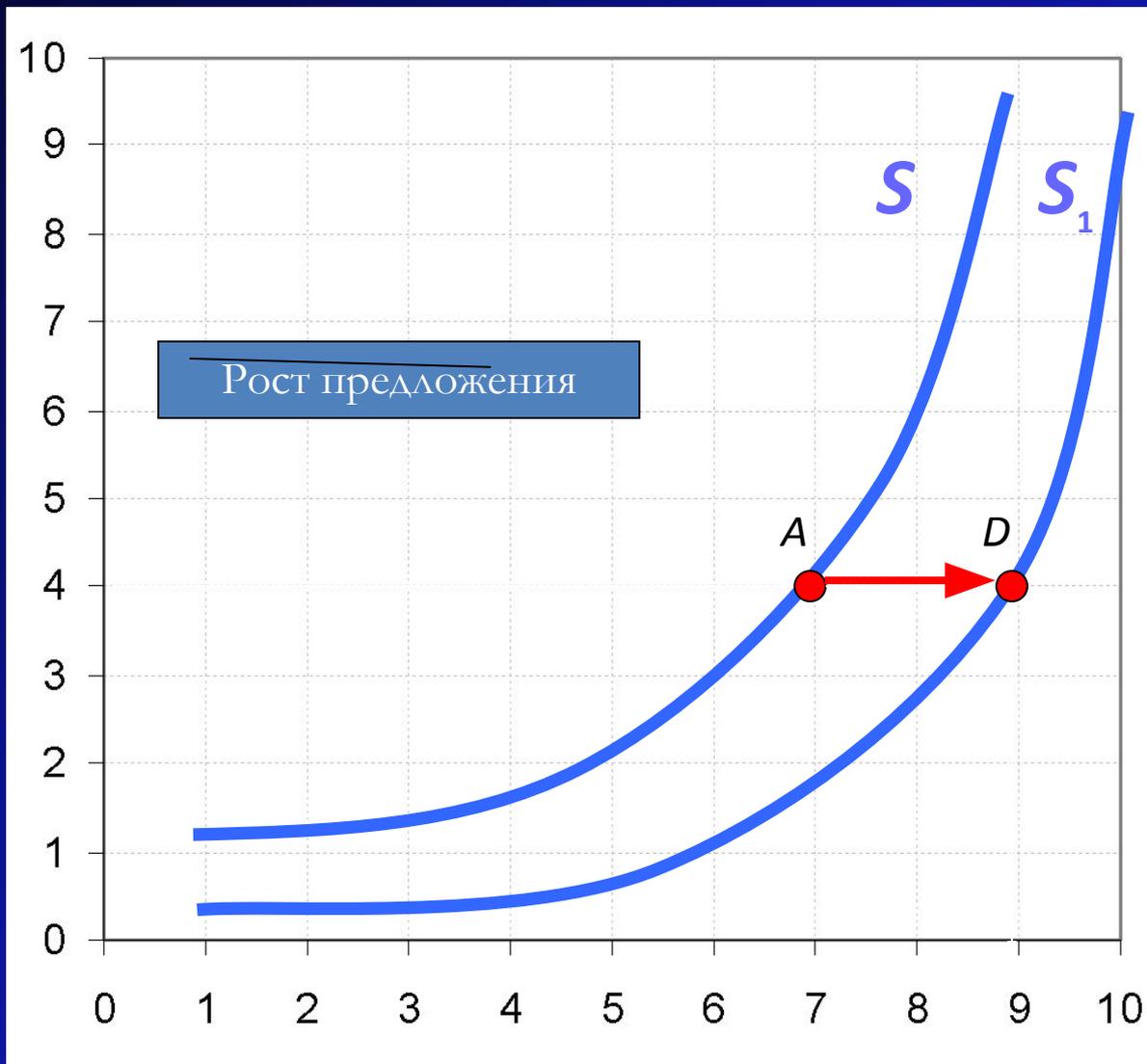
«предложение»

Владелец магазина:
«сколько товаров
изготовители будут
готовы мне
предложить за месяц
при различных уровнях
цен на данный товар?»

Ответ – характеристика
предложения на данном
рынке

Изменение функции предложения

P
Цена
товара



Q
Объём
товара

Предложение

Неценовые факторы

предложения:

- Рост объемов производства
- Улучшение условий производства
(технологии, налоги)
- Цены на другие товары
- Предпочтения
- Ожидания (ожидается холодная зима)

Взаимосвязь между

изменением

предложения и

величины

предложения

проявляется в

следующем: когда

предложение

увеличивается,

повышаются объемы

предложения при

всех ценах, и

наоборот.

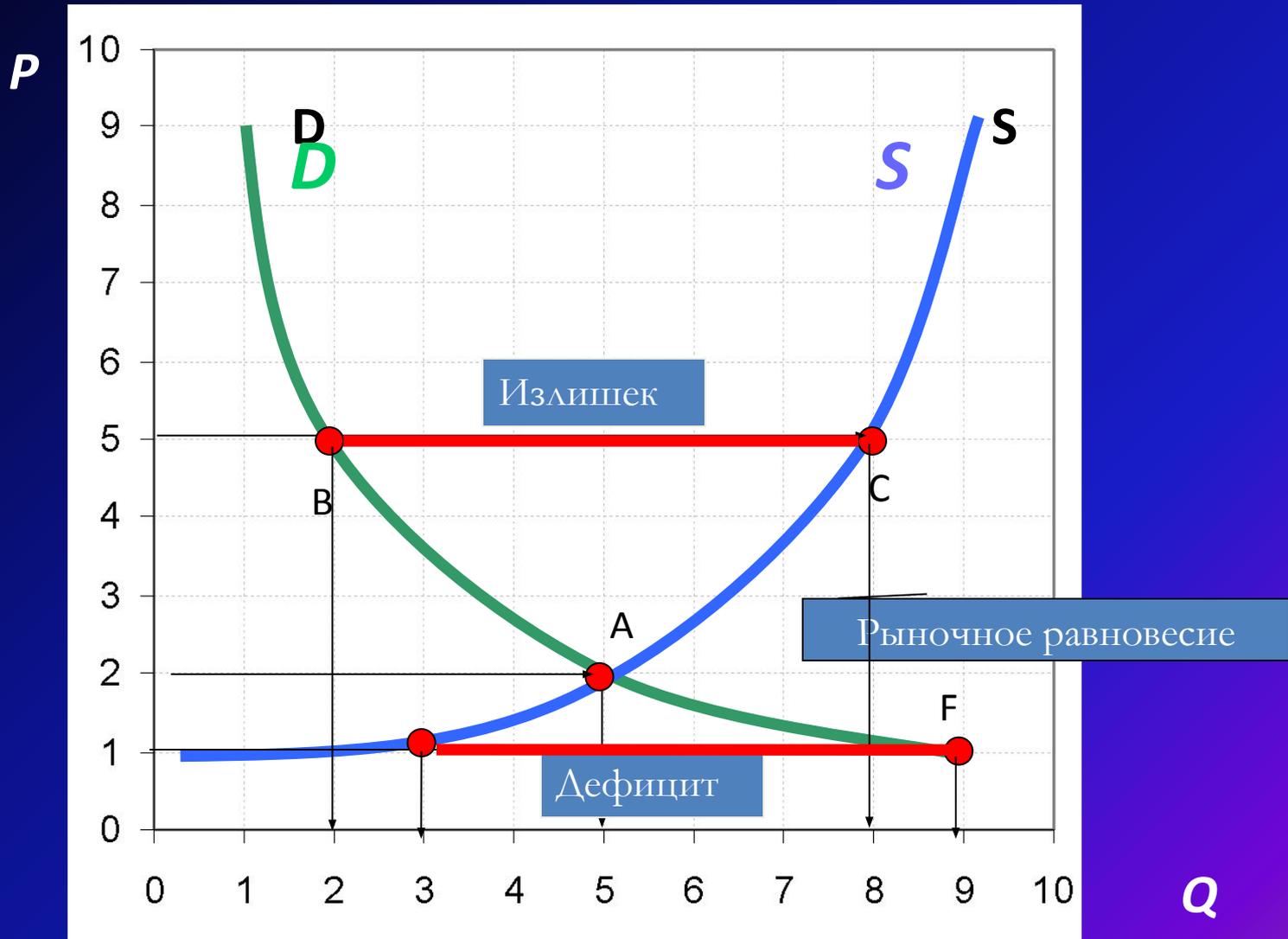
Рыночное равновесие

- **Рыночное равновесие** – равенство спроса и предложения на рынке определенного товара

Рыночное равновесие характеризуют два показателя:

- **Равновесное количество** – равенство величины спроса величине предложения (5 ед.)
- **Равновесная цена** – цена, при которой величина спроса равна величине предложения (2 тыс.р.)

Рыночное равновесие



«крест маршала»