

**ТЕМА: РЫНОЧНЫЕ
ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ.**

1. РЫНОК В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА.

Рыночные отношения - это особая форма отношений в обществе, где рождаются спрос и предложение и происходит удовлетворение потребностей двух сторон таких отношений.

Условия возникновения рыночных отношений:

- 1) **Общественное разделение труда**, ведущее к появлению товарного производства
- 2) Множественность обособленных товаропроизводителей – собственников, обуславливающая колебания спроса, предложения, цен.
- 3) Регулярный **обмен**.



Адам Смит «Исследования о природе и причинах богатства народов» (1776г.)

Естественная ограниченность производственных возможностей человека по сравнению с его потребностями

Разделение труда в обществе

Возникновение рыночных отношений

Под невидимой рукой А. Смит понимал следующее:

Человек не осознает, что он способствует пользе общества. В своей работе он стремится только к своей выгоде, однако при этом невидимой рукой следует к замыслу, который не входил в его планы. Стремясь к личным интересам, человек лучшим способом служит общественным интересам, чем в том случае, когда пытается делать это осознанно. Я никогда не слышал, что много хорошего было сделано теми, кто делал вид, что торгует ради общественного блага.

ВОПРОС: Что понимает автор под «невидимой рукой рынка»?

Невидимая рука рынка- это метафора, которая описывает непреднамеренные социальные выгоды от личных интересов человека.

Эффект рынка – увеличить возможность всех и каждого в достижении экономических целей

2. РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА.

Рыночная экономика — это механизм взаимодействия всех товарооборотов между собой, основанный на частной собственности, товарно-денежных отношениях, свободе выбора и конкуренции.

Основные признаки рыночной экономики:

1. Господство частной собственности на средства производства.
2. Свобода предпринимательства.
3. Свободная конкуренция.
4. Свободное ценообразование.

ВОПРОС: КАКИЕ ЕЩЕ ТИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМЫ ВЫ ЗНАЕТЕ?

https://www.youtube.com/watch?v=ByJeZc1_W44

2. РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА.

Преимущества

- фактически исчезает вероятность дефицита необходимых товаров и услуг;
- все доступные ресурсы используются в рациональной и оптимальной степени конкретно под задачи производства необходимых потребителям товаров и услуг;
- такая модель постоянно развивается, и адаптируется к новым условиям и потребностям потребителей, изобретая все новые товары и услуги и совершенствуя уже существующие;
- культивируется высокая производительность труда и ценность труда как такового;
- такая модель экономики способствует максимальной степени свободы как всех производителей товаров и услуг, так и конечных потребителей, которые получают реальную возможность выбирать.

Недостатки

- велика вероятность нестабильности всей системы и наличия таких кризисных явлений, как инфляция и безработица;
- у участников рынка есть возможность создать монополию, производя новые товары или услуги, а также вступая в сговор с иными участниками рынка;
- в условиях свободного ценообразования и зависимости предложения от существующего спроса, многие недорогие, но социально важные товары и услуги, не производятся или производятся в недостаточном количестве;
- при такой модели рынка доходы населения очень сильно отличаются, создавая большую финансовую дифференциацию граждан;
- рыночная экономика не следит за сохранностью ресурсов и способствует их истощению.

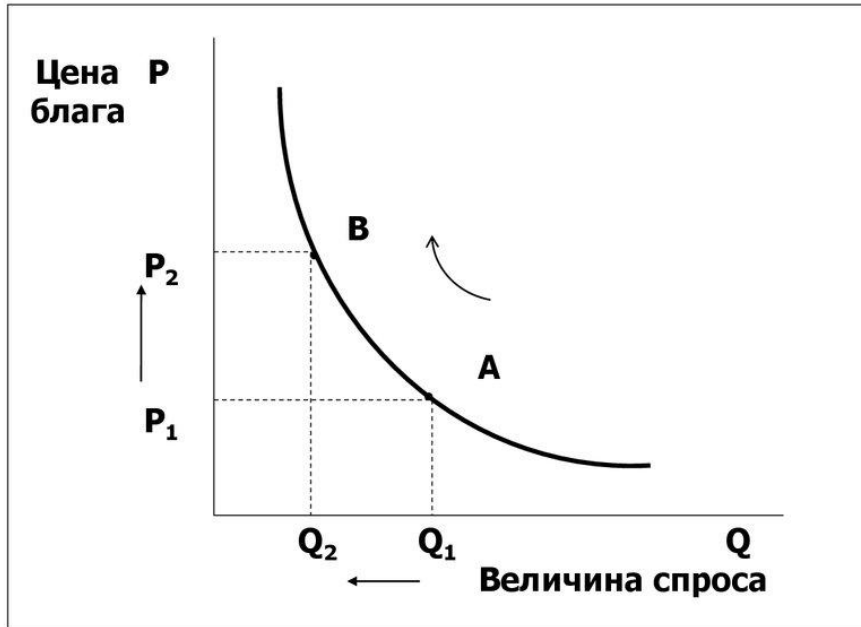
3. ЗАКОН СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

На рынке имеется закономерная взаимосвязь между ценой и спросом, а также между ценой и предложением.



СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ

Кривая спроса



Спрос — это количество товаров и услуг, которые покупатели готовы приобрести по данной цене в данное время (**D**).

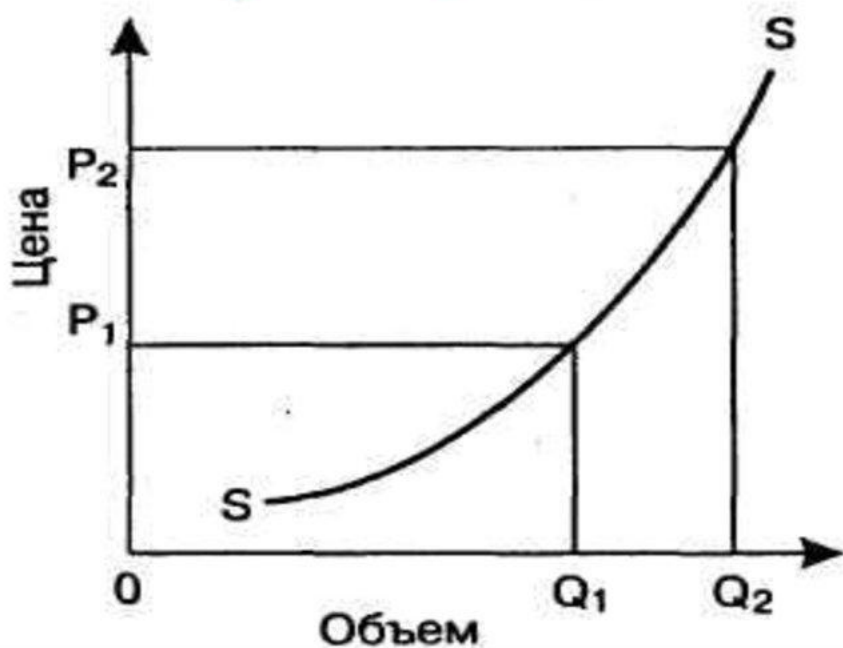
Закон спроса: при прочих равных условиях спрос на товары в количественном выражении изменяется в **обратной** зависимости от цены.

На изменение спроса влияют неценовые факторы:

число покупателей, доходы населения, изменение цен на другие товары (товары-заменители, дополняющие товары), изменение структуры населения, сезонные изменения, вкусы и мода, ожидания потребителей, поло-возрастной состав покупателей, религиозно-культурные традиции.

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ

Кривая предложения



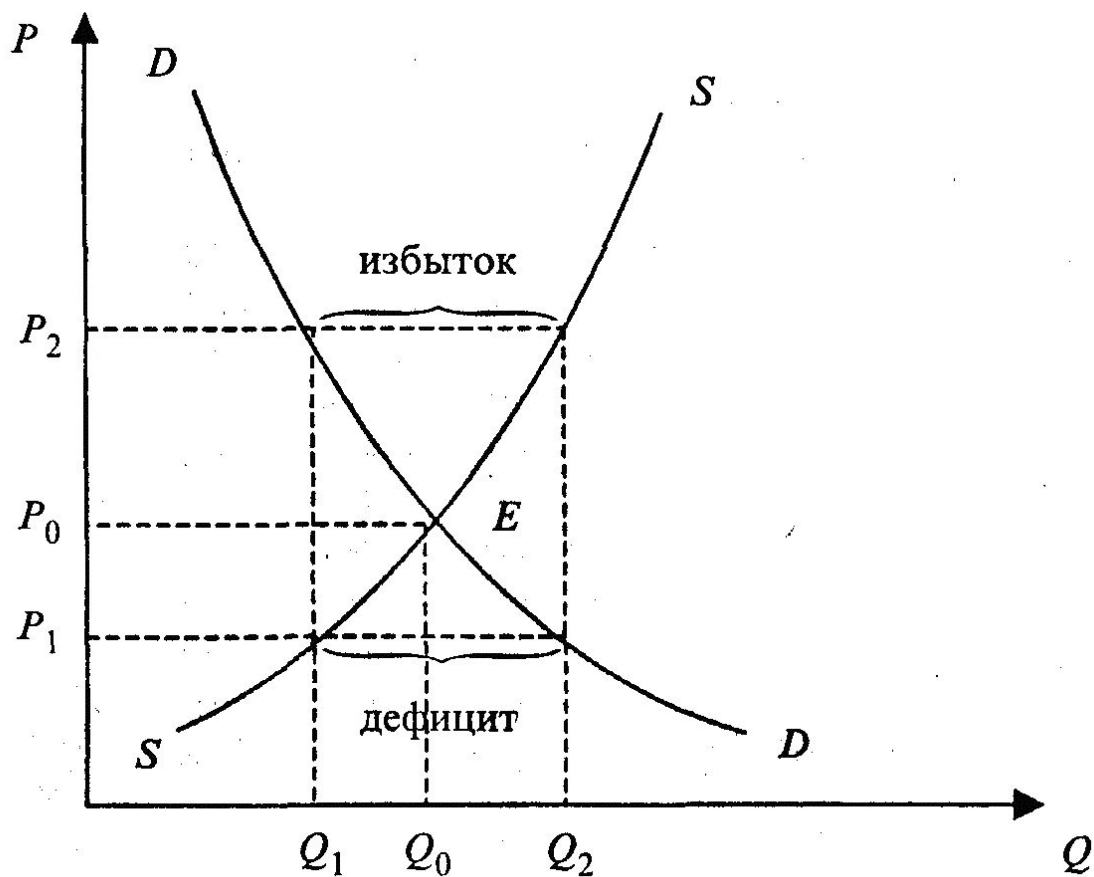
Предложение — это количество товаров и услуг, которое производители готовы продать по определенной цене, в определенном объеме, за определенный период времени (**S**).

Закон предложения: при прочих равных условиях предложение на товары и услуги в количественных выражениях изменяется в **прямой** зависимости от их цены.

На изменение предложения влияют неценовые факторы:

число продавцов, уровень налогов и дотаций, изменение цен на другие товары (товары-заменители, дополняющие товары), изменение затрат производства, перспективы развития отрасли (НТП), сезонные изменения, ожидания производителей.

МЕХАНИЗМ ЦЕН



МЕХАНИЗМ ЦЕН - это формирование и изменение рыночной цены в результате согласования интересов участников рынка, свободно принимающих экономические решения.

Равновесная цена (P_0) — это цена, объём спроса при которой равен объёму предложения, и этот объём, соответственно, является **равновесным (Q_0)**.

РЫНОЧНЫЕ СИТУАЦИИ:

- Равновесие
- Дефицит
- Избыток (затоваривание)

ЦЕНА – это количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара.

ФУНКЦИИ ЦЕНЫ:

Учетная (учетно-измерительная)	Распределительная	Стимулирующая	Регулирующая	Координирующая
Цена является мерой затрат труда, показывает, во что обходится обществу производство товаров. Цена служит ориентиром для принятия хозяйственных решений.	Проведение государством социально-экономической политики с целью удовлетворения потребностей всех участников хозяйственной деятельности.	Поощрение или сдерживание воздействия цены на производство и потребление отдельных товаров. Можно стимулировать НТП, улучшение качества товаров, экономию потребляемых ресурсов и т.д.	Определение сбалансированности спроса и предложения товаров. Цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом.	Цены увязывает действие всех рынков: рынков потребительских товаров, рынков средств производства (машин, оборудования, сырья и пр.), рынка труда, т. е. рынков всего, что обеспечивает производство конечной продукции

КОНКУРЕНЦИЯ - это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства

ФУНКЦИИ КОНКУРЕНЦИИ:

Способ эффективного распределения ограниченных ресурсов общества.	Выполняет стимулирующую функцию	Распределяет доход в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов производства
Если предложение больше спроса, то неизбежно возникает борьба между продавцами, они вынуждены снижать цену, что, как правило, ведет к сокращению объемов производства данного товара и к уменьшению ресурсов, вкладываемых в данное производство.	Стремление максимизировать прибыль в условиях конкуренции заставляет предпринимателей улучшать качество продукции или/и снижать издержки производства.	Эффективное использование ресурсов обеспечивает получение прибыли. Если предприниматель использует ресурсы неэффективно, то он несет убытки и вытесняется с рынка

ТИПЫ КОНКУРЕНТНЫХ РЫНКОВ:

Чистая (совершенная) конкуренция	Несовершенная конкуренция			
	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монопсония	Монополия
<p>Множество производителей однотипных товаров. Никто не может захватить такую долю, чтобы навязывать остальным участникам свою волю</p>	<p>Действует множество конкурирующих фирм, предлагающих различные товары для удовлетворения одной и той же потребности и неспособных преградить выход на рынок новых конкурентов. Права защищены патентами, правом на товарный знак и прочее. Каждая фирма влияет на цену.</p>	<p>Одинаковые или схожие товары производятся небольшим числом фирм (3-5), которые поделили рынок и конкурируют между собой, существенно влияя на цену, по которой продают товары</p>	<p>Представлено множество производителей, но покупатель только один. Нередко им является государство.</p>	<p>Рынок контролирует один производитель, который устанавливает цену. Цена выше, чем она сложилась бы на конкурентном рынке, а товаров производится меньше, чем производила бы отрасль в условиях конкуренции. Монополия устанавливается фирмой, производящей уникальный товар.</p>
<p>ПРИМЕР: рынок сельскохозяйственной продукции</p>	<p>ПРИМЕР: рынок одежды и обуви, косметических товаров</p>	<p>ПРИМЕР: автомобильный рынок, рынок услуг, рынок мобильной связи и т.д.</p>	<p>ПРИМЕР: рынок вооружения, необработанных алмазов и редких металлов</p>	<p>ПРИМЕР: производство товаров народных промыслов</p>

ТИПЫ МОНОПОЛИЙ:

Естественная монополия

Отрасль, в которой производство товаров (услуг) сосредоточено в одной фирме в силу объективных (природных или технических) причин, и это выгодно обществу

Природная монополия: устанавливается фирмой, открывшей месторождение уникальных полезных ископаемых.

Техническая монополия: оказание услуг водоснабжения, канализации, электросети, стационарной телефонии и т.п. (нерационально проводить в одно и то же здание несколько сетей канализации или электричества)

Искусственная монополия

Союз фирм, заключающийся с целью подавления конкурентов и получения сверхприбыли.

Виды искусственных монополий:

- КАРТЕЛЬ
- СИНДИКАТ
- ТРЕСТ
- КОНЦЕРН и другие

Домашнее задание:

- Параграф 4
- Пункт «Рыночные структуры» – изучите самостоятельно (вопрос 5, стр. 43)
- Устно ответьте на вопросы 1-8 (стр. 43)
- Подготовьте устный ответ-рассказ на вопрос 9 (стр. 43)