

РЫНОК РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ



План изучения темы урока

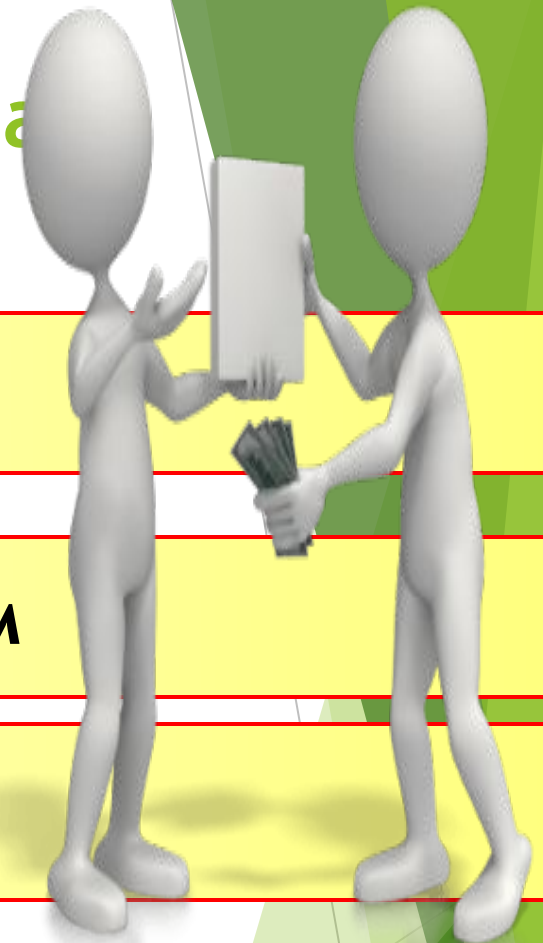
Рынок

Рыночный механизм

Спрос

Предложение

Неценовые факторы спроса



Рынок и рыночный механизм

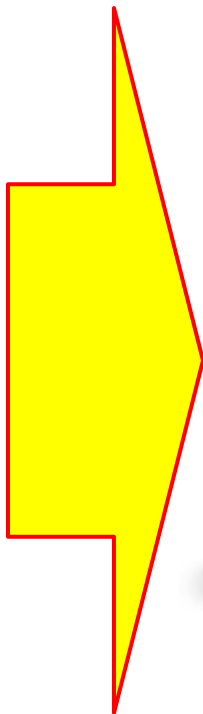


Рынок



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 товаропроизводителей

Самостоятельность товаропроизводителей

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

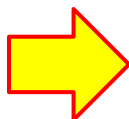


Цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения

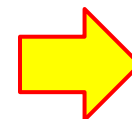
Функции рынка



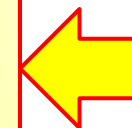
Посредническая
я:
соединение
производителей
товаров с
потребителями



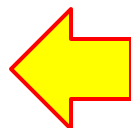
Ценообразования
:
установление
равновесной цены
(цена, при которой
спрос на товар
равен
предложению)



Информационная
: предоставление
информации о
размерах
производства и
удовлетворении
потребительского
спроса на
конкретные
товары



Санирующая:
банкротство
нерентабельных
предприятий

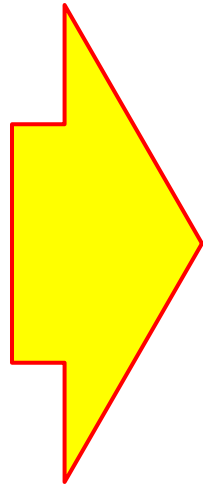


Регулирующая:
«перетекание»
капиталов из менее
выгодных отраслей
производства в
более прибыльные

Черты рынка



ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ

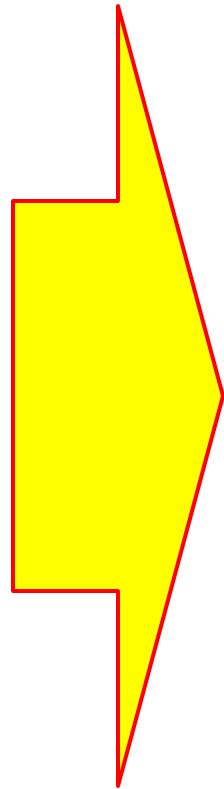


1. Способствует эффективному распределению ресурсов, направляет в те отрасли, где они в данный момент более необходимы
2. Стимулирует научно-технический прогресс, способствуя ресурсосбережению
3. Направляет всю экономическую деятельность на удовлетворение потребностей человека и общества, т.е. создает материальную заинтересованность производить то, в чем есть потребность
4. Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности

Черты рынка



ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ



1. Не гарантирует решение проблем: безработицы, инфляции, защиты окружающей среды, развитие фундаментальных наук,, обеспечение экономической безопасности
2. Рождает социальное неравенство, т.к. распределяет продукты по результатам конкуренции
3. Порождает тенденцию к монополизации производства, т.к. защита от конкурентов приводит к сговорам и слияниям
4. Не решает проблему внешних затрат, т. е. затрат, которые ложатся на плечи общества
5. Не может решить все региональные проблемы которые связаны с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов
6. Способствует циклическому развитию

Виды рынков (классификация)



Легальный, нелегальный
(действующее
законодательство)

Товаров, услуг, факторов
производства
(объекты купли-продажи)

Совершенной,
несовершенной
конкуренции (тип
конкуренции)

Мировой, национальный,
региональный, местный
(пространственный признак)

Регулируемый,
нерегулируемый
(степень
регулируемости)

Внутренний,
внешний
(географический
признак)

Оптовый,
розничный
(характер продаж)

Равновесный,
избыточный,
дефицитный
(уровень
насыщенности)

Условия, необходимые для развития рыночного хозяйства



Конкурентная среда:

- свободное ценообразование
- многообразие форм собственности
- отсутствие монополизации рынка
- действие законов, охраняющих права частной собственности

Функционирование
инфраструктуры
рынка,
организующей
движение
товарных и
денежных
потоков

Наличие резервов роста экономики (свободные капиталы, запас трудовых и природных ресурсов)

Обеспечение подвижности ресурсов

Условия возникновения конкуренции



Полная
экономическая
обособленность
товаропроизводител
я

Полная зависимость
товаропроизводителя
от конъюнктуры рынка

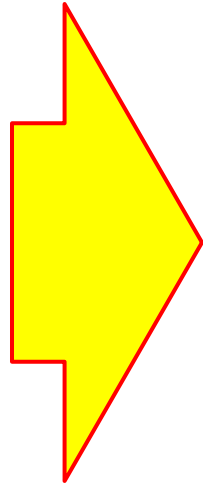
Противостояние всем
другим
товаропроизводителям
в борьбе за
покупателя

КОНКУРЕНЦИЯ - соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товаров

Черты конкуренции



ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ

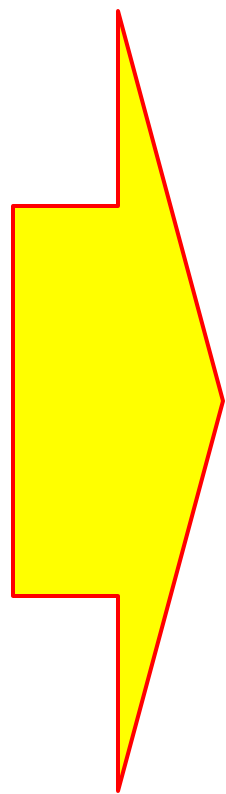


1. Снижение затрат
2. Ограничение возможности возникновения монополий
3. Создание возможности выбора для потребителя
4. Формирование условий для гибкого реагирования экономики на изменение обстановки
5. Стимулирование внедрения технических достижений в производство, улучшение качества продукции

Черты конкуренции



ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ



1. Постоянное разорение многих товаропроизводителей
2. Отвлечение больших средств на рекламу
3. Использование нечестных методов борьбы
 - подкуп работников, шантаж
 - сокрытие дефектов в товарах
 - подделка продукции конкурентов
 - промышленный шпионаж
4. Чрезмерная эксплуатация ресурсов
5. Экологические нарушения



Линия сравнения	Совершенная конкуренция	Монополистическая	Олигополия	Чистая монополия
1. Число фирм	Очень много	Много мелких	Несколько (3 - 5 фирм)	Одна
2. Тип товара	Одинаковые изделия	Разные изделия сходного назначения	Одинаковые или различные изделия	Уникальный товар, не имеет заменителей
3. Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый, в узких рамках	Ограничен взаимной зависимостью, но значителен при сговоре	Значительный (фирма сама устанавливает цену)
4. Условия вхождения в отрасль	Очень легкие, нет препятствий	Сравнительно легкие	Существенные препятствия	Нет вхождения
5. Пример отраслей	Сельское хозяйство	Розничная торговля, легкая промышл.	Тяжелая промышленность, Автопром	Электроэнергетика, ЖКХ, ж/д

Определения типов конкуренции



1. Совершенная конкуренция - рыночная система, когда многочисленные независимо действующие производители продают одинаковую продукцию и ни один из них не контролирует рыночную цену.

2. Монополистическая конкуренция - рыночная система, когда многочисленные производители продают схожие товары, придавая им реальные или мнимые уникальные качества.

3. Олигополия - рынок. На котором доминирует несколько фирм, которые противостоят множеству покупателей

4. Чистая монополия - рынок, на котором один продавец противостоит множеству покупателей

Инфраструктура рынка



Биржа (лат.-кошелек) - организационно оформленный, регулярно функционирующий оптовый рынок однородных товаров, на котором заключаются сделки купли-продажи крупных партий товаров

Товарная:
совершаются сделки купли-продажи крупных партий товара

Фондовая:
Осуществляются сделки с ценными бумагами и иными финансовыми документами

Труда:
Государственная структура, посредническое звено между работодателями и наемными работниками

Институты, связывающие рынки в единое целое:

- Транспортная сеть
- Система коммуникаций
- Информационные сети
- Страховые компании
- Суды

Функции инфраструктуры рынка



Важнейшее качество - способность улавливать сигналы, идущие от потребителей и адекватно на них реагировать

Организация заключения контрактов на поставку продукции

Продвижение товарных потоков по отраслям и регионам

Регулирование сбыта продукции

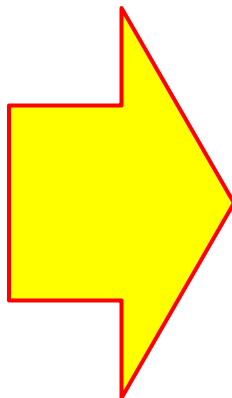
Обслуживание потребителей

Основные параметры, регулирующие поведение участников рынка



СПРОС -

Желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определенного периода и готовностью оплатить покупку

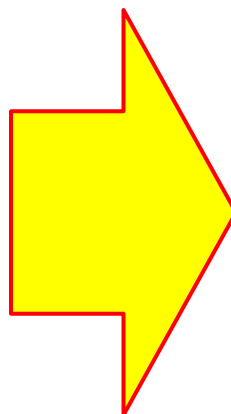


ПРЕДЛОЖЕНИЕ -

Желание производителя произвести и предложить к продаже на рынке свои товары по конкретным ценам в течение определенного периода

ВЕЛИЧИНА СПРОСА -

Количество товара определенного вида, который покупатели готовы приобрести в течении определенного периода при определенном уровне цены на этот товар



ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ -

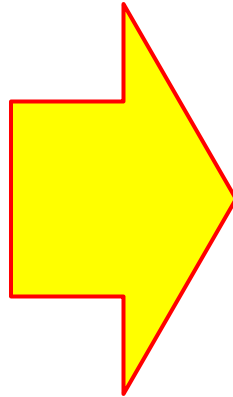
Количество товара определенного вида, который производители готовы (хотят и могут) предложить в течение определенного периода при определенном уровне цены на этот товар

Основные параметры, регулирующие поведение участников рынка



ЦЕНА СПРОСА -

Максимальная цена, по которой потребители готовы купить некоторое количество товара за определенный период времени

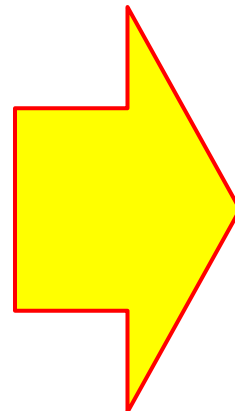


ЦЕНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ -

Минимальная цена, по которой продавцы готовы продать некоторое количество данного товара за определенный период времени

ЗАКОН СПРОСА -

Повышение цен обычно ведет к снижению величины спроса, а снижение цен - к её увеличению



ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ -

Повышение цен обычно ведёт к росту величины предложения, а снижение цен - к её уменьшению

Неценовые факторы спроса

- вкусы и предпочтения потребителей;
- число потребителей;
- денежные доходы населения;
- цены на сопряженные товары;
- потребительские ожидания;
- налоги и дотации;
- внешние условия (традиции, религиозные предпочтения);
- цены на ресурсы;
- число продавцов;
- технология производства
- цены на взаимозаменяемые товары
- ожидания изменения цен;
- природные условия

