


# Экономика

Рыночные отношения




# РЫНОК

- **Совокупность всех отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг**
  - **Основные законы рынка:**
    - **закон спроса**
    - **закон предложения**
- 

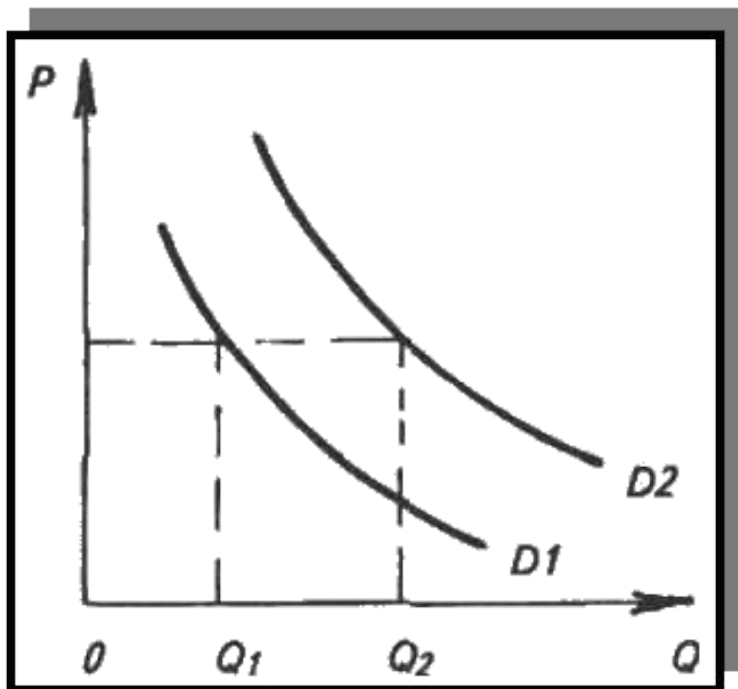


# Спрос

- **Спрос** – это платежеспособная потребность покупателей в данном товаре при данной цене.
  - **Величина спроса** – количество товаров, купленное по некоторой цене за определенной период времени
- 

# Закон спроса

- Величина спроса находится в обратной зависимости от изменения цены товара




D (demand) – спрос

P (price) – цена товара

Q (quantity) – количество




# Факторы спроса

- Цена товара
  - Цены на сопряженные товары
  - Доходы населения
  - Потребительские предпочтения
  - Число покупателей
  - Опасения повышения цены
- 

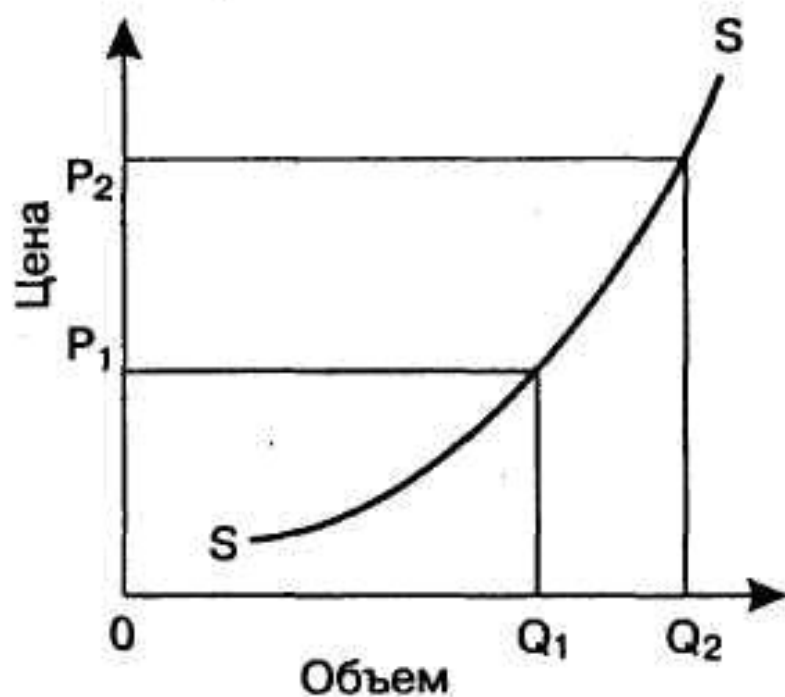


# Предложение

- **Предложение** – желание производителя произвести и продать товар по конкретной цене за определенный период времени
  - **Величина предложения** – количество товара, которое может быть продано по конкретной цене в определенный период времени
- 

# Закон предложения

- Величина предложения возрастает с увеличением цены и падает при ее снижении




S (supply) – предложение

P (price) – цена товара

Q (quantity) – количество



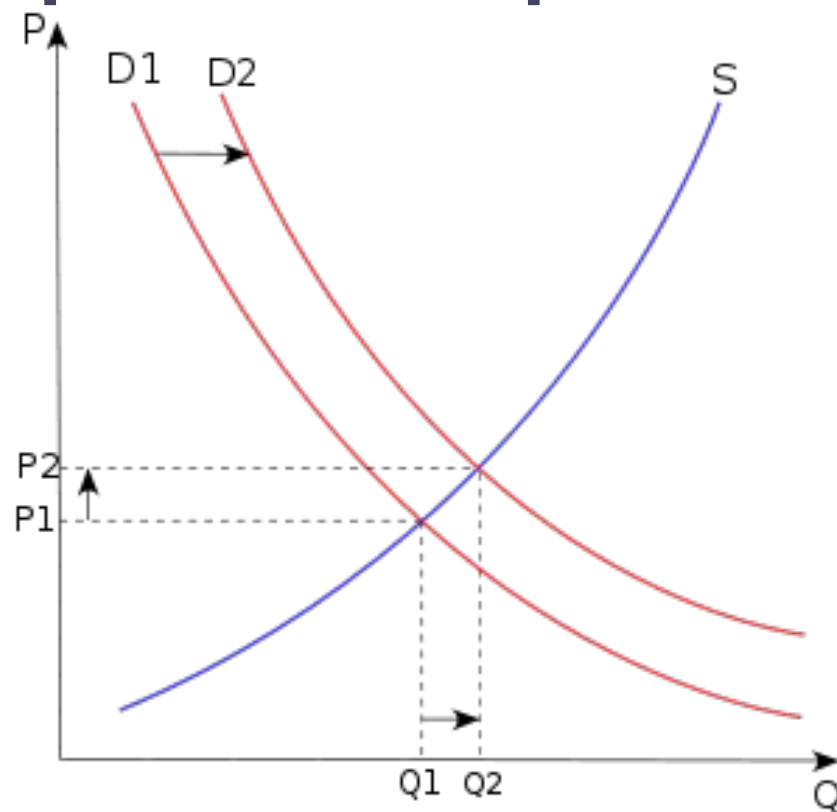
# Факторы предложения

- Цены на ресурсы
  - Налоги и дотации
  - Цены на другие товары
  - Технология производства
  - Число продавцов на рынке
  - Ожидания изменения цены
- 




# Равновесная цена

- Цена, при которой величина спроса равна его предложению






# Функции рынка

- Посредническая
  - Ценообразования
  - Информационная
  - Регулирующая
  - Санирующая
- 




# Виды рынков

- **По объектам:** товаров и услуг, рабочей силы, инвестиций, ценных бумаг, иностранных валют, информации, инноваций
  - **По пространству:** местный, национальный, региональный, мировой
  - **По отношению к закону:** легальный, нелегальный (теневой, чёрный)
  - **По типу конкуренции:** свободной (чистой) конкуренции, несовершенной конкуренции
- 




# Конкуренция

- соперничество участников рыночного хозяйства за лучшие условия купли-продажи товаров (фирмы, люди, страны)
  - Стратегии конкурентной борьбы:
    - **"силовая"** ("дешево, но прилично")
    - **"нишевая"** ("дорого, но очень качественно")
    - **"соединяющая"** ("индивидуально")
    - **"пионерная"** ("лучше и дешевле")
- 




# Функции конкуренции

- Ограничивает возможность возникновения монополий
  - Создает возможность выбора для потребителей
  - Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки
  - Способствует внедрению достижений НТП в производство, улучшению качества продукции
- 



# Типы конкуренции

- **Совершенная** (полиполия: полная экономическая свобода, множественность участников, открытая информация)
  - **Несовершенная:**
    - монополия
    - олигополия
    - монополистическая конкуренция
    - моносония
- 

<b>Рынок</b>	<b>Характеристика</b>
<b>Чистой (свободной конкуренции)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Множество мелких фирм, предлагающих однородную продукцию</li><li>• Продукт однородный</li><li>• Нет барьеров для входа на рынок новых фирм</li><li>• Цена рыночная</li></ul>

## Рынок

## Характеристика

### Чистой монополии

- Отрасль, состоящая из одной фирмы
- Товара уникален
- Для вступления других фирм на рынок существуют значительные барьеры
- Монополист диктует цену





<b>Рынок</b>	<b>Характеристика</b>
<b>Монополистической конкуренции</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Много фирм</li><li>• Продукты схожие</li><li>• Барьеры легко преодолимы</li><li>• Цена отличается незначительно</li></ul>



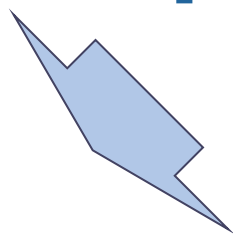
## Рынок

## Характеристика

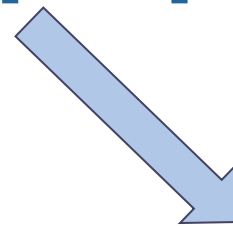
### Олигополия

- Существование на рынке малого количества продавцов (2-5)
- Продукция чаще всего однородная
- Вступление на рынок затруднено
- Взаимозависимость фирм в принятии решения о ценах

# Инфраструктура рынка



**Биржи** – регулярно функционирующий оптовый рынок, где заключаются сделки купли-продажи крупных партий товара (товарно-сырьевая, фондовая, труда, валютная и др.)




**Институты**, связывающие рынки в единое целое (транспортная сеть, коммуникации, информационные сети, страховые компании)



## «+» рынок

- Способствует эффективному распределению ресурсов
- Стимулирует НТП
- Гибкость и адаптивность производства к изменяющимся условиям
- Свобода выбора потребителей и производителей
- Повышение качества товаров и услуг
- Бездефицитность, удовлетворение разнообразных потребностей

## «-» рынок

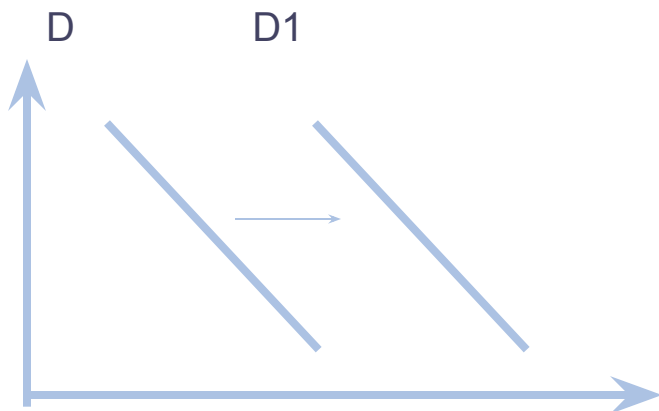
- Значительная дифференциация доходов
  - Монополизация экономики
  - Не вкладываются средства в фундаментальные научные исследования
  - Не стимулирует заботу об экологии, осуществляет нерациональное использование природных ресурсов
  - Не способствует развитию образования, культуры
  - Способствует циклическому развитию экономики
- 

- На рисунке отражена ситуация на рынке зерна: линия предложения **S** переместилась в новое положение **S1** (**P** – цена товара, **Q** – количество товара)



- Это перемещение может быть связано в первую очередь с:
- 1) предоставлением производителям зерна налоговых льгот
  - 2) снижением цен на топливо и удобрения
  - 3) ростом числа хлебопекарных и кондитерских предприятий
  - 4) ожиданиями низкого урожая зерна

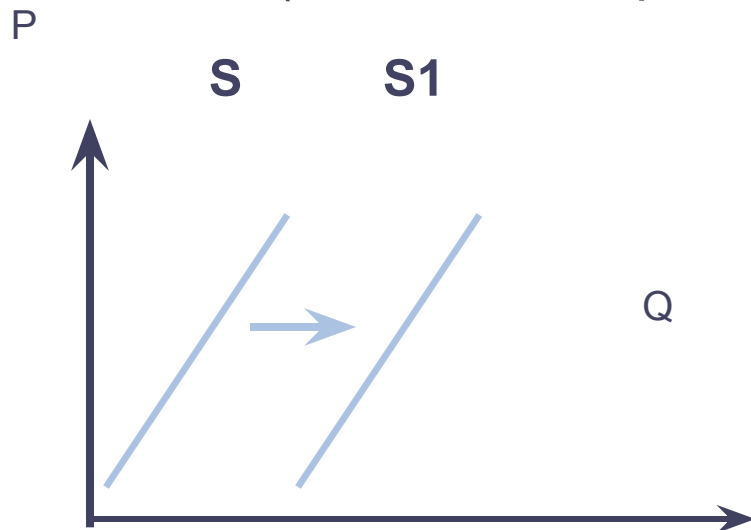
- На рисунке отражена ситуация на рынке мобильных телефонов – линия спроса  $D$  переместилась в новое положение  $D1$  ( $P$  - цена товара,  $Q$  - объем спроса товара).



Это перемещение может быть связано в первую очередь с

- 1) уменьшением количества салонов продажи мобильных телефонов
- 2) закрытием ряда заводов-производителей средств связи
- 3) увеличением налогов на продавцов мобильных телефонов
- 4) увеличением доходов потребителей

- На рисунке отражена ситуация на рынке производителей автомобилей - линия предложения  $SS$  переместилась в новое положение ( $P$  - цена товара,  $Q$  - объем предложения товара)



- 1) увеличением доходов потребителей
- 2) сокращением количества потребителей
- 3) снижением цен на комплектующие детали автомобилей
- 4) закрытием ряда автомобильных заводов