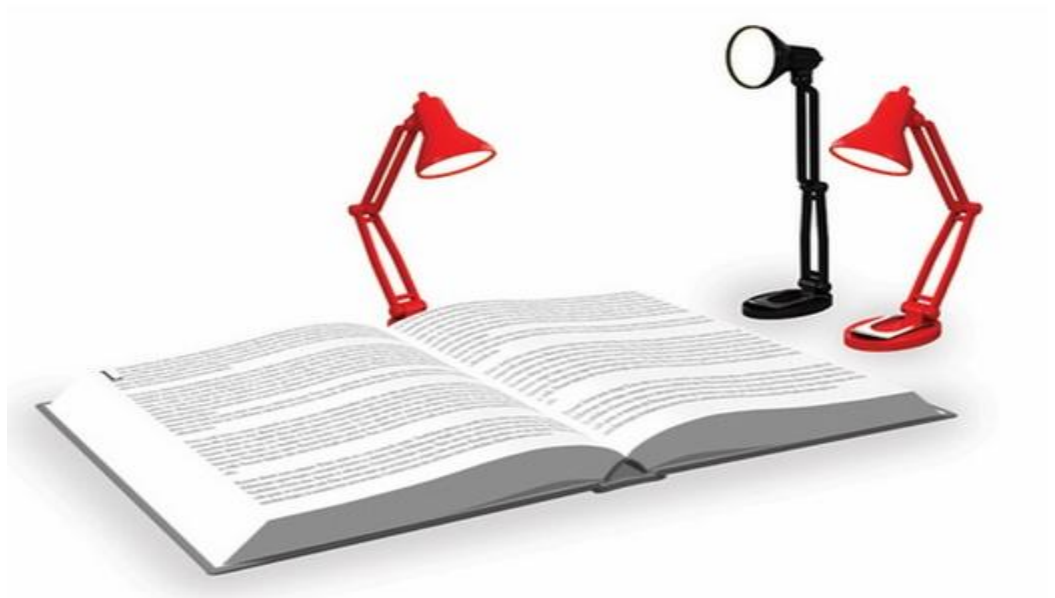


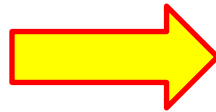


РЫНОК РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИ

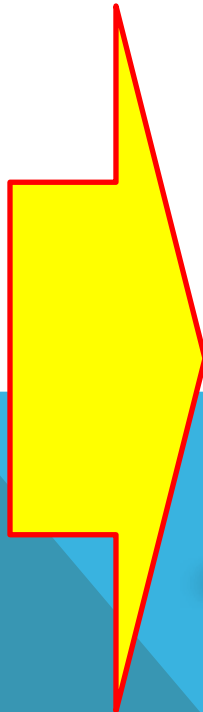


Рынок



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

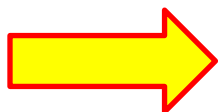
Экономическая обособленность товаропроизводителей

Самостоятельность товаропроизводителей

ПРИЗНАКИ РЫНКА

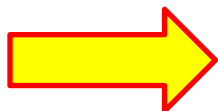


**Нерегулируемое
предложение**



**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:

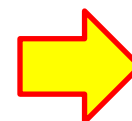
соединение
производителей
товаров с
потребителями



Ценообразование

я:

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



Информационная

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



Регулирующая:

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



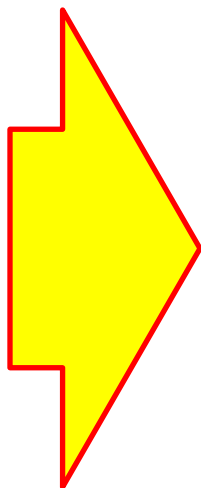
Санирующая:

банкротство
нерентабельных
предприятий

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

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

Обеспечение подвижности ресурсов

Функционирование инфраструктуры рынка, организующей движение товарных и денежных потоков

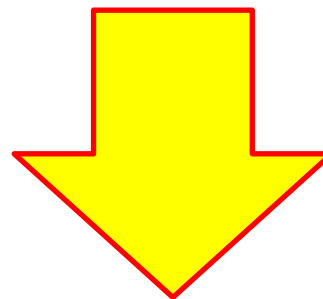
УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ



**Полная
экономическая
обособленность
товаропроизводите
ля**

**Полная зависимость
товаропроизводителя
от конъюнктуры
рынка**

**Противостояние всем
другим
товаропроизводителя
м в борьбе за
покупателя**

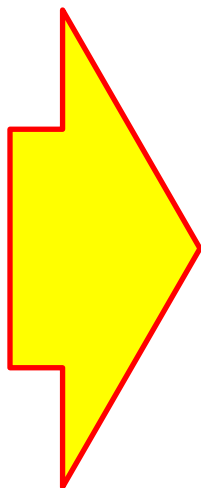


**КОНКУРЕНЦИЯ – соперничество между участниками
рыночного хозяйства за лучшие условия производства
и купли-продажи товаров**

ЧЕРТЫ КОНКУРЕНЦИИ



ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ

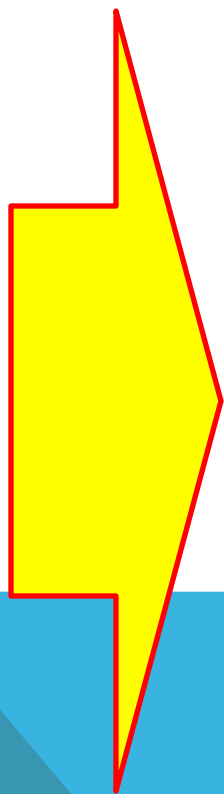


- 1.Снижение затрат**
- 2.Ограничение возможности возникновения монополий**
- 3.Создание возможности выбора для потребителя**
- 4.Формирование условий для гибкого реагирования экономики на изменение обстановки**
- 5.Стимулирование внедрения технических достижений в производство, улучшение качества продукции**

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**

ЧЕРТЫ КОНКУРЕНЦИИ



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 про – мышленность, Автопром	Электроэнергетика, ЖКХ, ж/д перевозки

ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТИПОВ КОНКУРЕНЦИИ



1.СОВЕТ ШЕНГА И 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.

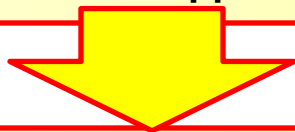
3.ОЛИГОПОЛИЯ – РЫНОК. НА КОТОРОМ ДОМИНИРУЕТ НЕСКОЛЬКО ФИРМ, КОТОРЫЕ ПРОТИВОСТОЯТ МНОЖЕСТВУ ПОКУПАТЕЛЕЙ

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

**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
потокaв по
отраслям и
регионам**

**Регулировани
е сбыта
продукции**

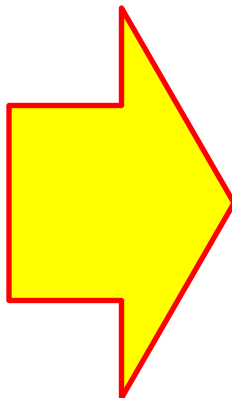
**Обслуживание
потребителей**

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

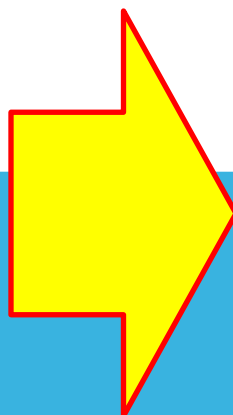


ПРЕДЛОЖЕНИЕ –

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 –

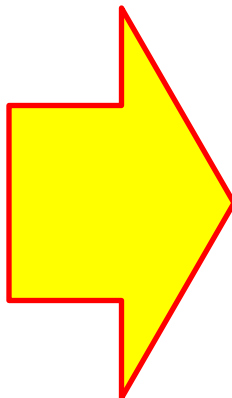
Количество товара
определенного вида,
который производители
готовы (хотят и могут)
предложить в течение
определенного периода при
определенном уровне цены
на этот товар

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ПОВЕДЕНИЕ УЧАСТНИКОВ РЫНКА



ЦЕНА СПРОСА –

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

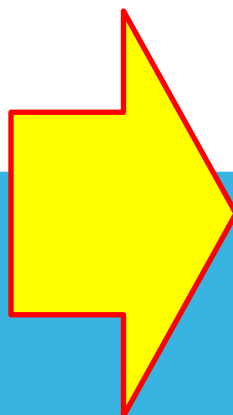


ЦЕНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ –

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