

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
- 

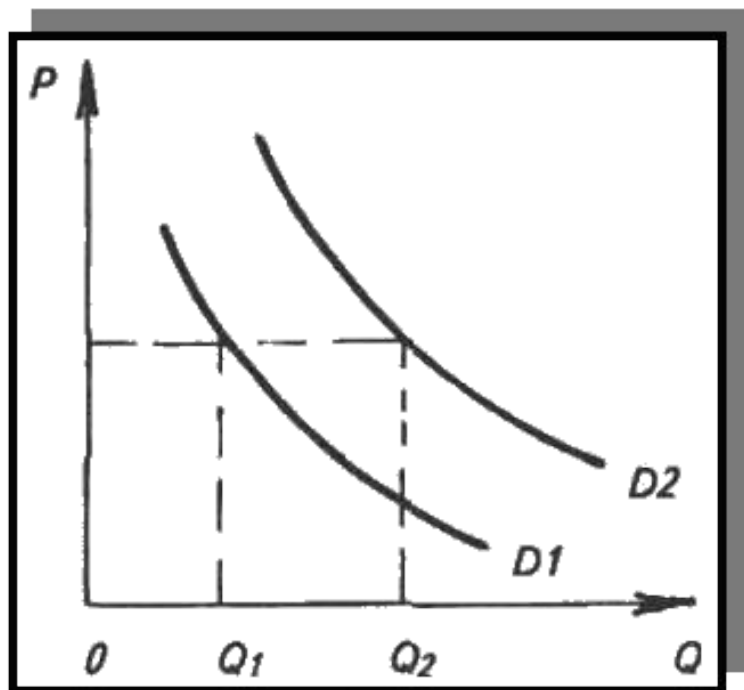


Спрос

- **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
 - Ожидания повышения цены
- 

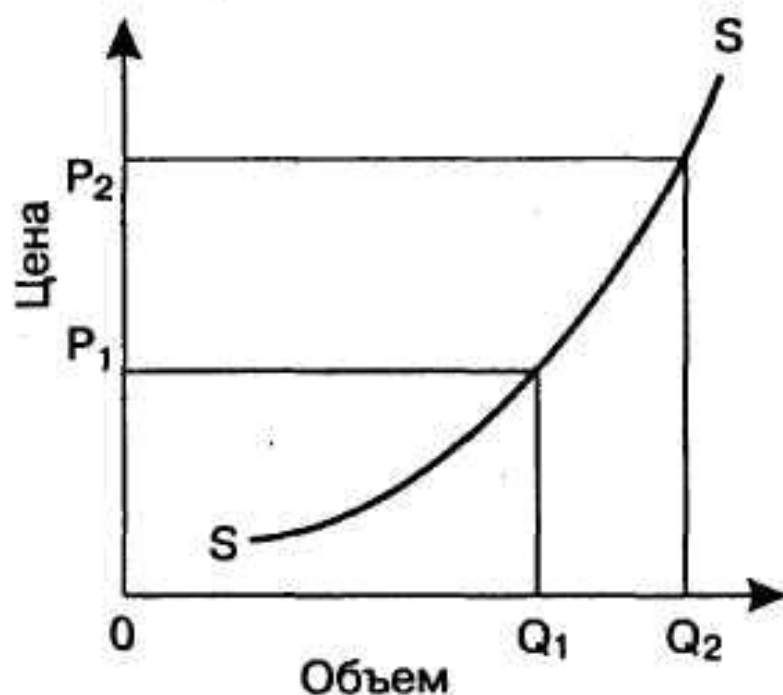


Предложение

- **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

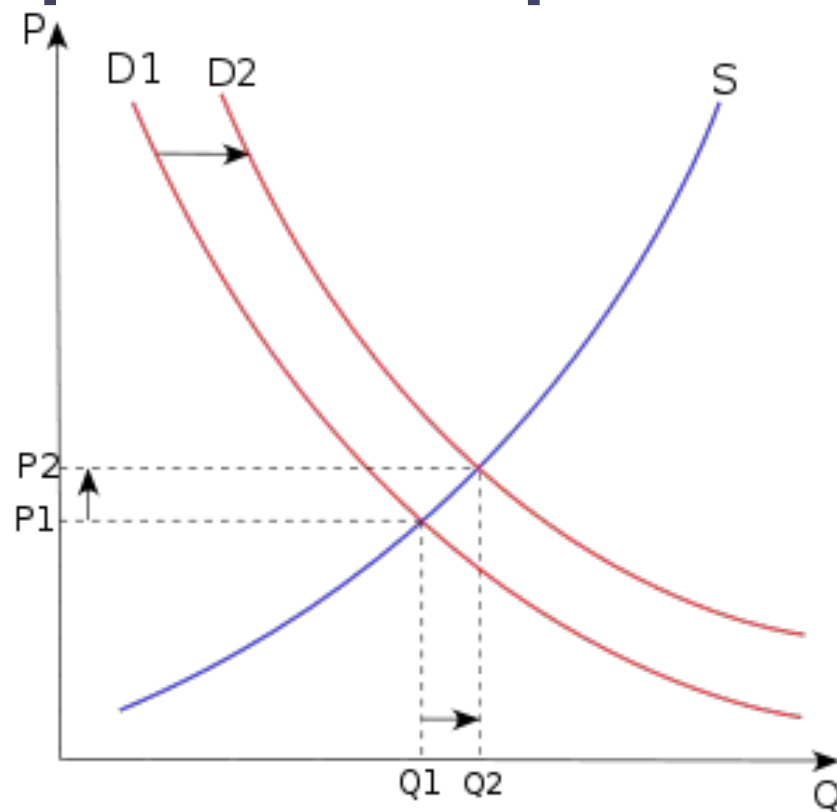


Факторы предложения

- 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)





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
 - монопсония
- 

Рынок	Характеристика
Чистой (свободной конкуренции)	• Множество мелких фирм, предлагающих однородную продукцию • Продукт однородный • Нет барьеров для входа на рынок новых фирм • Цена рыночная

Рынок	Характеристика
Чистой монополии	• Отрасть, состоящая из одной фирмы • Товара уникален • Для вступления других фирм на рынок существуют значительные барьеры • Монополист диктует цену

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



Рынок	Характеристика
Монополис- тической конкурен- ции	• Много фирм • Продукты схожие • Барьеры легко преодолимы • Цена отличается незначительно

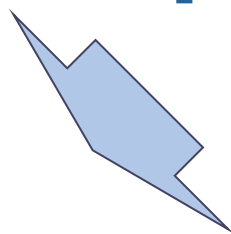


Рынок	Характеристика
Олигополия	•Существование на рынке малого количества продавцов (2-5) •Продукция чаще всего однородная •Вступление на рынок затруднено •Взаимозависимость фирм в принятии решения о ценах

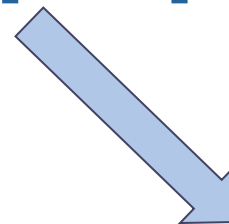
- Существование на рынке малого количества продавцов (2-5)
 - Продукция чаще всего однородная
 - Вступление на рынок затруднено
 - Взаимозависимость фирм в принятии решения о ценах
- 



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

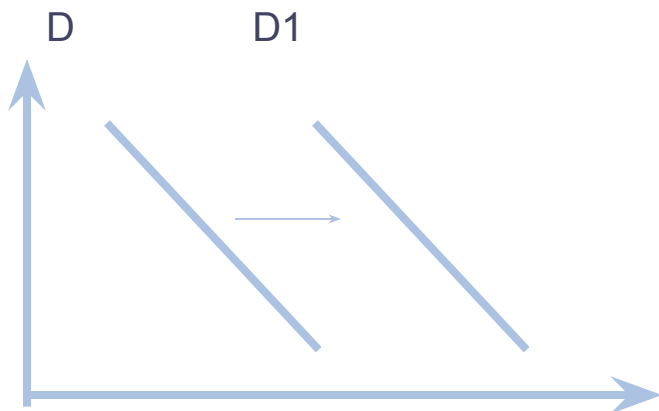
- Значительная дифференциация доходов
 - Монополизация экономики
 - Не вкладываются средства в фундаментальные научные исследования
 - Не стимулирует заботу об экологии, осуществляет нерациональное использование природных ресурсов
 - Не способствует развитию образования, культуры
 - Способствует циклическому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

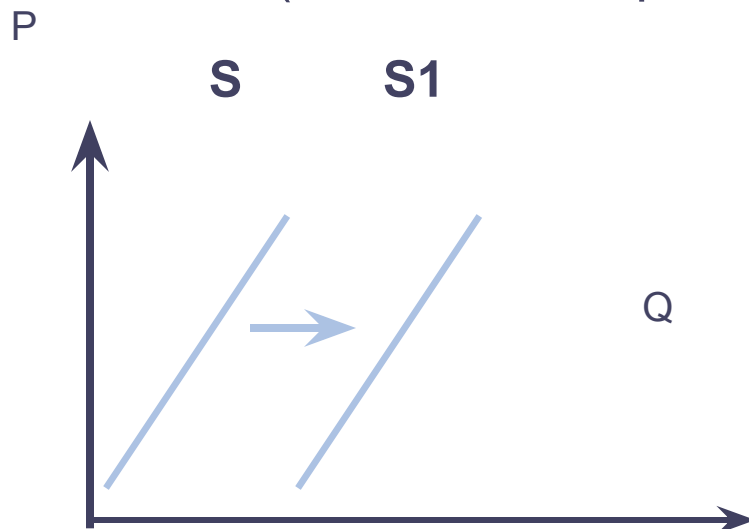
- На рисунке отражена ситуация на рынке мобильных телефонов – линия спроса D переместилась в новое положение $D1$ (P - цена товара, Q - объем спроса товара).



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