

The background is a vibrant blue with dynamic, flowing lines that create a sense of movement and depth. In the lower portion, there is a faint, light-colored bar chart with several vertical bars of varying heights, suggesting economic data or trends. The overall aesthetic is modern and professional.

РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

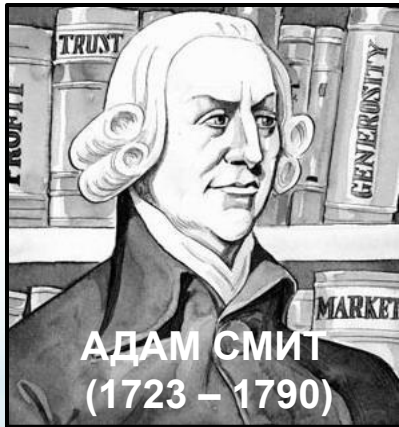
ПЛАН

1. Рынок в жизни общества;
2. Рыночная экономика;
3. Закон спроса и предложения;
4. Рыночные структуры;
5. Конкуренция и монополия;
6. Словарь.

РЫНОК В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ РЫНКА:

1. общественное разделение труда, товарное производство;
2. множественность обособленных товаропроизводителей-собственников;
3. регулярность обмена.



АДАМ СМИТ
(1723 – 1790)

АДАМ СМИТ – основоположник учения о рыночной системе хозяйствования («Исследования о природе и причины богатства народов» – 1776).

Рыночные отношения и разделение труда возникают из-за ограниченности производных возможностей человека сравнительно с его потребностями.

ЭФФЕКТ РЫНКА – увеличение возможностей всех и каждого в достижении экономических целей.

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА – система, основанная на частной собственности, свободе выбора и конкуренции, которая опирается на личные интересы, ограничивает роль правительства.

ЛИЧНЫЙ ИНТЕРЕС – главный мотив и главная движущая сила экономики.



Для потребителя, максимизация полезности.



Для производителя, максимизация прибыли.

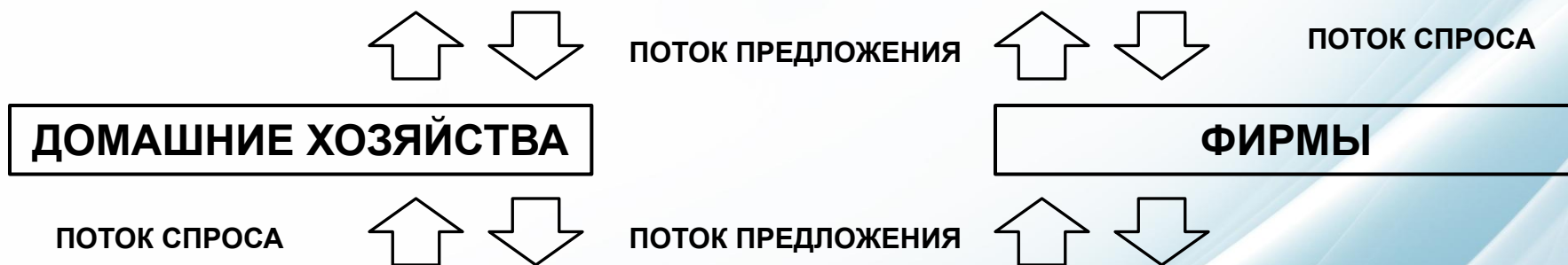


СВОБОДА ВЫБОРА – основа конкуренции.

УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ РЫНОЧНЫХ ЗАКОНОВ обуславливает общую природу рыночной экономики, проявляющуюся в общности функций и механизмов на всех этапах развития.

ЗАКОНЫ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

РЫНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ



РЫНКИ РЕСУРСОВ

СПРОС – потребность покупателя в необходимых ему товарах и услугах, за приобретение которых он готов (намерен) заплатить своими деньгами.

РЫНОЧНЫЕ ФАКТОРЫ СПРОСА:

1. доходы покупателей;
2. вкусы и предпочтения;
3. цены на запрашиваемые товары;
4. количество покупателей на рынке.



ЗАКОНЫ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ЗАКОН СПРОСА – чем выше цена товара, тем меньше спрос на него со стороны покупателей.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА – степень количественного изменения спроса в ответ на изменение цен.

КОЭФФИЦИЕНТ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА (Кс) – мера изменения спроса.

$$K_c = \frac{\text{Рост объема спроса (в \%)} }{\text{Снижение цен (\%)}}$$

ПРЕДЛОЖЕНИЕ – совокупность товаров, которые производители готовы продать по альтернативным ценам.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

1. число продавцов на рынке;
2. цены на продаваемые продукты и другие виды товаров;
3. различия в технологических методах изготовления одноименных товаров.

ЗАКОНЫ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ – чем выше цена, тем в большей мере растет предложение продуктов со стороны продавцов, и наоборот, чем выше предложение, тем ниже цена.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ – степень изменения объема предложения в ответ на увеличение цены.

КОЭФФИЦИЕНТ ЭЛАСТИЧНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (K_p) – мера изменения предложения.

$$K_p = \frac{\text{Объем предложения (\%)}}{\text{Рост цен (\%)}}$$

Если предложение товаров превышает спрос покупателей, то возникает затоваривание рынка излишними продуктами, может возникнуть кризис перепроизводства.

Когда спрос превышает предложение, возникает товарный дефицит.



РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ

СТРУКТУРА РЫНКА – внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка.

КЛАССИФИКАЦИЯ СТРУКТУРЫ РЫНКА

КРИТЕРИЙ	ПРИМЕРЫ
по объектам рыночных отношений	сырье, ценные бумаги
по субъектам рынка	продавцы, покупатели
по географическому положению	местный, национальный, мировой
по характеру продаж	оптовый, розничный
по соответствию действующему законодательству	легальный, нелегальный

ВИДЫ РЫНКА:

1. **РЫНОК ТРУДА** – сфера формирования спроса и предложения на энергию рабочей силы;

РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ

2. **РЫНОК КАПИТАЛА** – рынок обращения финансовых активов (денежных средств, акций, облигаций, депозитов) и подразделяется на биржевой, внебиржевой, розничный и оптовый рынок;

3. **КРЕДИТНЫЙ РЫНОК** – финансовый рынок, на котором происходит покупка и продажа денежных средств и финансовых инструментов (акция, облигаций, производственных инструментов) между покупателями (заемщиками) и продавцами (кредиторами);

4. **ФОНДОВЫЙ РЫНОК** – место, где продаются, прежде всего, доли участия в собственности предприятия, рынок собственного капитала (его основной институт – фондовая биржа).



ФОНДОВАЯ БИРЖА – финансовый институт, обеспечивающий регулярное функционирование организованного рынка ценных бумаг.



БРОКЕРСКИЕ КОМПАНИИ – финансовые институты, осуществляющие биржевые операции.

РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО – хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций (ценных бумаг).



АКЦИЯ – свидетельство о доле участия в собственной компании, которая дает право на получение части прибыли предприятия (**дивидендов**), а также на участие в его управлении.



Акции и облигации поступают на фондовую биржу, продаются по рыночным ценам, которые составляют курс ценных бумаг.



КУРС АКЦИЙ И ЕСТЬ РЫНОЧНАЯ ЦЕНА АКЦИЙ



ОБЛИГАЦИЯ – часть капитала, которая представляет кредитный документ, не позволяющий владельцу участвовать в управлении предприятием, но приносящий твердый фиксированный процент, уплачиваемый до выплаты дивидендов.



КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

КОНКУРЕНЦИЯ – соперничество между участниками рыночного хозяйства в процессе реализации их индивидуальных экономических интересов за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

КЛАССИФИКАЦИЯ КОНКУРЕНЦИИ

КРИТЕРИЙ	ПРИМЕРЫ
в зависимости от состояния рынка:	а) свободная; б) чистая; в) совершенная; г) несовершенная.
с учетом методов состязательности:	а) ценовая; б) неценовая конкуренция.

СВОБОДНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (ЧИСТАЯ) – тип структуры рынка, при котором цена устанавливается в результате уравнивания кривых спроса и предложения (никем и ничем не ограниченный доступ на рынок и такой же выход из него всем желающим).

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Благодаря конкуренции на рынке поддерживается равновесная цена.



График 1. Согласование интересов продавцов и покупателей на рынке.

РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ:

1. прокладывает дорогу всему новому и прогрессивному;
2. благодаря соперничеству утверждаются общественно нормальные условия производства и обращения;
3. разрушаются и устраняются с рыночной арены все неэффективные и отсталые хозяйства.

МОНОПОЛИЯ – исключительное право производства, торговли и других видов деятельности, принадлежащее одному физическому лицу, определенной группе лиц, компании, организации или государству.

При монополии существует только один продавец товара на рынке, который устанавливает свою цену (завышенную).

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ



Монополия порождает конкуренцию, а конкуренция – монополию.

На нынешнем рынке практически нет в чистом виде ни свободной конкуренции, ни монополии.

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО - специальные органы, наблюдающие за ценами, объемами производства, входом фирм в отрасли и выходом из отраслей.

НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ



Монополистическая конкуренция – рынок, где есть большое число продавцов, предлагающие схожие, но не идентичные товары.



ОЛИГОПОЛИЯ – рынок, на котором господствуют несколько (обычно от трех до пяти) крупных фирм (конкуренция между немногими).

СЛОВАРЬ

РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА – это цена, объем спроса равен объему предложения, и этот объем, соответственно, является равновесным;

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА – экономическая система, основанная на рыночных регуляторах и обеспечивающая высокий уровень благосостояния работающему населению и достойное социальное обеспечение нетрудоспособным.



**Изучить презентацию и § 4,
ТЕРМИНЫ, СХЕМЫ, ТАБЛИЦЫ.**

**Письменно вопросы для самопроверки стр.43:
№1-4,7-9.**

**Работу выполнить письменно в
ворде, указав: Тему, фамилию,
имя, класс, дату выполнения
работы.**

**Отправить по адресу:
acvarius59@mail.ru**