Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение

Основные понятия: *рынок, функции рынка, виды рынков, конкуренция, монополия, олигополия, цена, равновесная цена, спрос, величина спроса, цена спроса, закон спроса, предложение, величина предложения, цена предложения, закон предложения, нерегулируемое предложение, нерегулируемый спрос, нерегулируемая цена*

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 производителей.
- Самостоятельность производителя.

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

Наименование функции	Её сущность
Посредническая	Соединение производителей товаров и их потребителей
Ценообразования	Установление ***равновесной цены*** на тот или иной вид товара — *цены, при которой спрос на товар равен предложению товара*
Информационная	Предоставление информации о размерах того или иного производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары
Регулирующая	«Перетекание» капиталов из менее выгодных отраслей производства с пониженными ценами в более прибыльные отрасли с повышенными ценами
Санирующая (оздоровительная)	«Освобождение» экономики от неэффективной хозяйственной деятельности: банкротство нерентабельных предприятий и процветание общественно полезных производств

Черты рынка

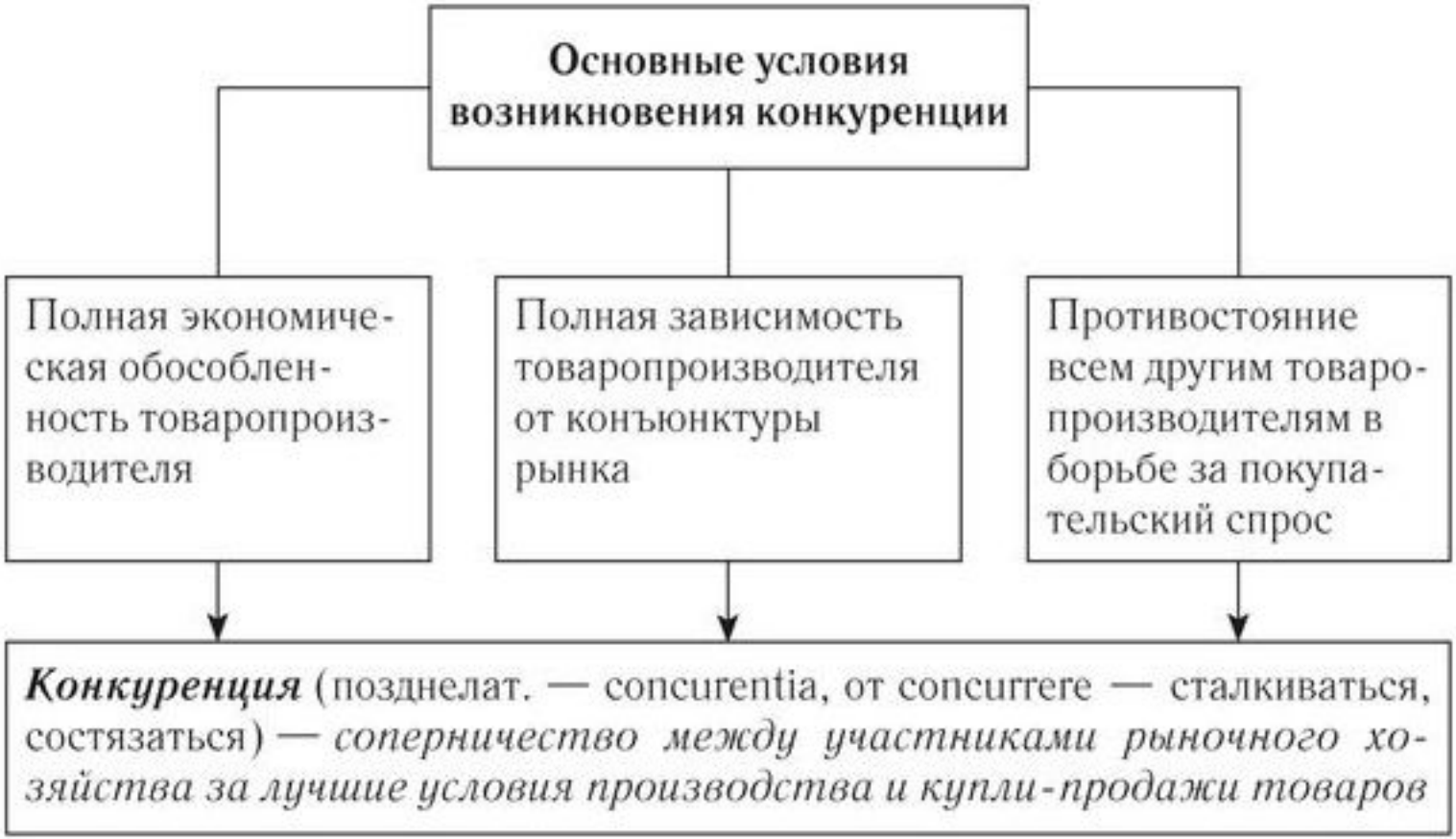
Позитивные	Негативные
• Способствует эффективному распределению ресурсов, направляя их в те отрасли, где они в данный момент более всего необходимы → объективное формирование структуры производства. • Стимулирует научно-технический прогресс → ресурсосбережение в обществе. • Направляет всю экономическую деятельность на удовлетворение потребностей человека и общества → создание материальной заинтересованности производить то, в чём есть потребность. • Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности, опираясь на принципы саморегуляции и сопоставляя экономические интересы	• Не гарантирует решение таких социально-экономических проблем, как безработица, инфляция, защита окружающей среды, обеспечение экономической безопасности, развитие фундаментальной науки. • Распределяет продукты по результатам конкуренции → социальное неравенство. • Порождает тенденцию к монополизации производства, поскольку необходимость защиты от конкурентов приводит к сговорам и слияниям; научно-технический прогресс вызывает необходимость концентрации и накопления капитала. • Не решает проблему внешних издержек (эффектов), т. е. затрат, не отражённых в ценах рынка, которые ложатся на плечи общества. • Не может решить все региональные проблемы, которые связаны, прежде всего, с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов. • Способствует циклическому развитию, в основе которого лежит необходимость обновления капитала

Виды рынков

Основания для классификации	Виды рынков
Действующее законодательство	• *Легальный (законный).* • *Нелегальный (теневой).*
Товары и услуги	• *Потребительских товаров* (товарные биржи, ярмарки, аукционы и т. д.) *и услуг.* • *Средств производства.* • *Рабочей силы.* • *Инвестиций* (от лат. investire — облачать), *т. е. долгосрочных вложений.* • *Иностранных валют.* • *Ценных бумаг* (фондовые биржи). • *Научно-технических разработок и инноваций.* • *Информации*
Пространственный признак	• *Мировой.* • *Региональный.* • *Национальный.* • *Местный*
Тип конкуренции	• *Чистой (свободной) конкуренции.* • *Несовершенной конкуренции: чистой монополии; монополистической конкуренции; олигополии*

Условия нормального функционирования рынка
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 (совокупности институтов, служб, предприятий, обслуживающих рынок), организующей движение товарных и денежных потоков и обеспечивающей участников рынка необходимой информацией

Ещё одним элементом рыночного саморегулирования является *конкуренция*.



Черты конкуренции

Позитивные	Негативные
• Способствует снижению затрат. • Ограничивает возможность возникновения монополий , которые, контролируя основную часть производства или сбыта определённого товара, могут взвинчивать цены, снижать качество и т. д. • Создаёт возможность выбора для потребителя. • Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки. • Способствует внедрению технических достижений в производство, улучшению качества продукции	• Постоянное разорение многих товаропроизводителей. • Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу. • Использование нечестных методов борьбы: — подкуп работников; — шантаж; — промышленный шпионаж и др. • Чрезмерная эксплуатация ресурсов. • Экологические нарушения

Характерные черты типов конкуренции

Линии сравнения	Совершенная (чистая) конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая	Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю)	Чистая монополия
Число фирм	Очень много	Много мелких	Несколько (3—5)	Одна
Тип товаров	Одинаковые изделия	Разные изделия сходного назначения	Одинаковые или различные изделия	Уникальный товар, не имеющий заменителей
Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый, но в узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью, значителен при сговоре	Значительный, фирма сама устанавливает рыночную цену
Условия вхождения в отрасль	Очень лёгкие, нет препятствий	Сравнительно лёгкие	Существенные препятствия	Нет вхождения
Пример отраслей	Сельское хозяйство, бытовые услуги	Розничная торговля, производство одежды, обуви, аптеки, рестораны	Производство стали, автомобилей, сельхозмашин, инвентаря и др., авиаперевозки	Местные предприятия коммунального хозяйства, электроэнергетика, железнодорожные перевозки

Основные параметры, регулирующие поведение участников рынка: *спрос*, *предложение* и *цена*, между которыми существует взаимная связь.

Спрос — *это желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определённого периода времени, подкреплённое готовностью оплатить покупку*	***Предложение —*** *это желание производителя произвести и предложить к продаже на рынке свои товары по конкретным ценам из ряда возможных цен в течение определённого периода времени*
Величина спроса — *это объём (количество) товара определённого вида (в натуральном измерении), который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести в течение определённого периода при определённом уровне цены на этот товар*	***Величина предложения —*** *это объём (количество) товара определённого вида (в натуральном измерении), который производители готовы (хотят и могут) предложить в течение определённого периода при определённом уровне цены на этот товар*

Изменение спроса отражается изменением положения кривой спроса *(D)*, то есть её перемещением на плоскости (см. график 1). Каждая данная кривая спроса строится для неизменных факторов спроса → изменение спроса происходит под воздействием изменения одного или нескольких факторов спроса.

Изменение величины спроса есть движение вдоль кривой спроса *(D)* при неизменности факторов спроса (см. график 2). Взаимосвязь между изменением спроса и величины спроса проявляется в следующем: когда спрос увеличивается, повышаются объёмы спроса при всех ценах, и наоборот.

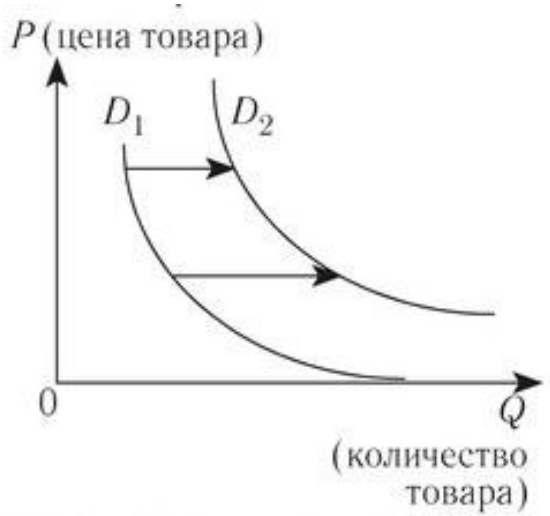


График 1. Изменение спроса

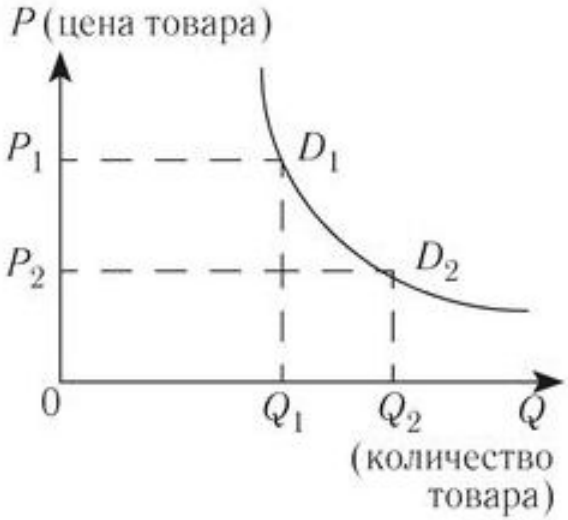


График 2. Изменение величины спроса

Изменение предложения отражается изменением положения кривой предложения *(S)*, то есть её перемещением на плоскости (см. график 3). Каждая данная кривая предложения строится для неизменных факторов предложения → изменение предложения происходит под воздействием изменения одного или нескольких факторов предложения.

Изменение величины предложения есть движение вдоль кривой предложения *(S)* при неизменности факторов предложения (см. график 4). Взаимосвязь между изменением предложения и величины предложения проявляется в следующем: когда предложение увеличивается, повышаются объёмы предложения при всех ценах, и наоборот.

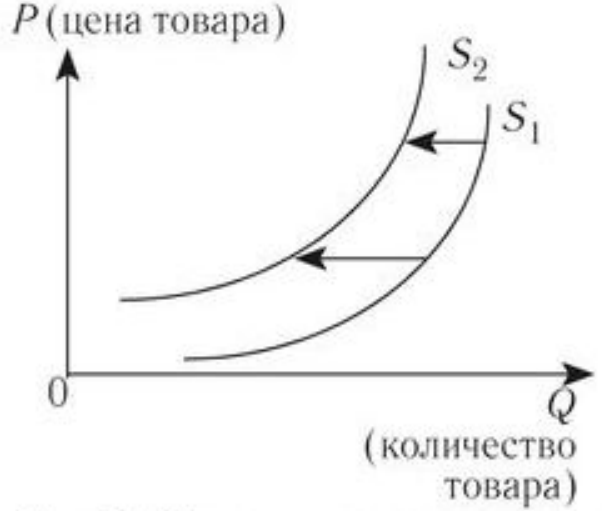


График 3. Изменение предложения

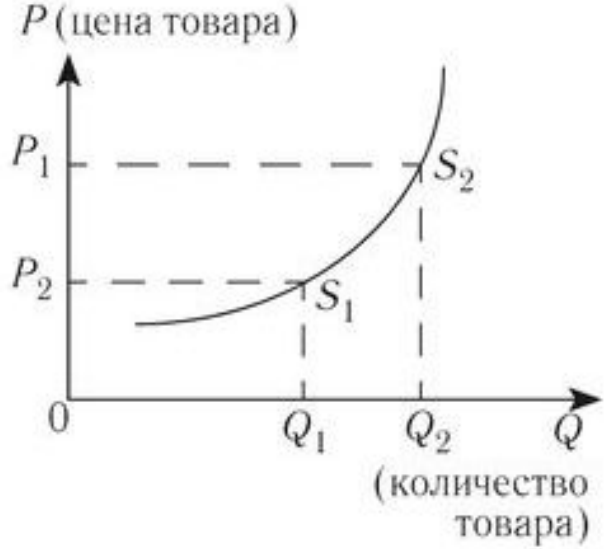


График 4. Изменение величины предложения

Цена спроса — *максимальная цена, по которой потребители готовы купить некоторое количество товара за определённый период времени*	***Цена предложения —*** *минимальная цена, по которой продавцы готовы продать некоторое количество данного товара за определённый период времени*
Закон спроса*: повышение цен обычно ведёт 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*

ПОКУПАЙТЕ У НАС,
ПОТОМУ ЧТО
В ДРУГОМ МЕСТЕ ВАС
ОБМАНУТ ЕЩЕ БОЛЬШЕ!