

РЫНОК

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

План

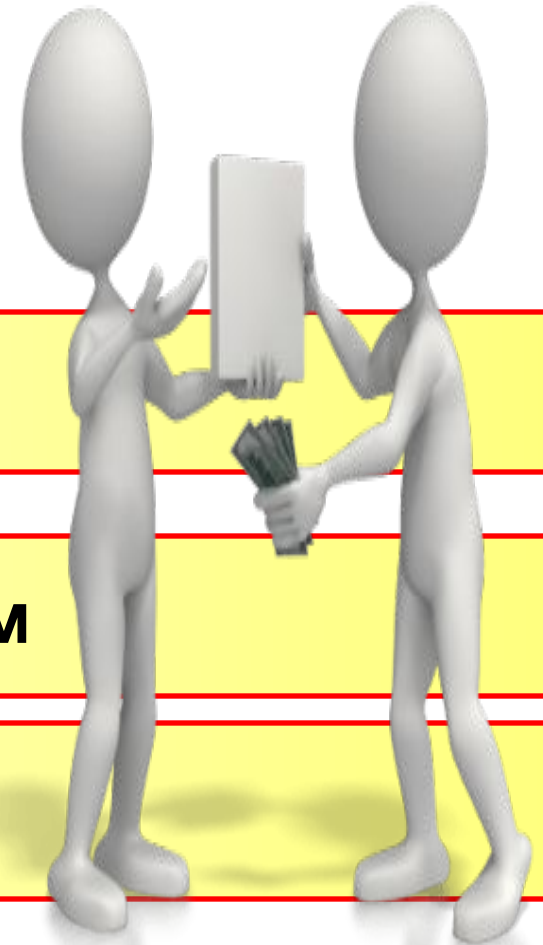
Рынок

Рыночный механизм

Спрос

Предложение

Неценовые факторы спроса



Рынок и рыночный механиз



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**

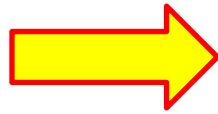
**Экономическая обособленность
товаропроизводителей**

**Самостоятельность
товаропроизводителей**

Признаки рынка

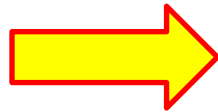


Нерегулируемое предложение



Производитель сам решает, что, как, сколько и для кого производить

Нерегулируемый спрос



Потребитель сам определяет, что, где, как и сколько покупать

Нерегулируемая цена



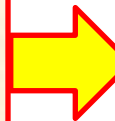
Цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения

Функции рынка

Посредническая:
соединение
производителей
товаров с
потребителями



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



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



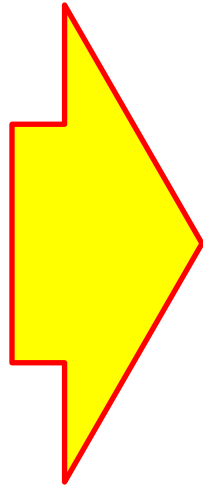
Санирующая:
банкротство
нерентабельных
предприятий



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

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**

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 человечески ресурсов.**

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



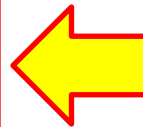
Конкурентная среда:

- 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

Определения типов конкуренции

1. Совершенная 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

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	Бренды одежды, легкая промышл.	Тяжелая про – мышленность, Автопром	Электроэнергетика, ЖКХ, ж/д перевозки

Тип монопол. объединен ия	Структура
Картель	Несколько компаний, работающих в одной сфере экономики, договариваются о единой сбытовой политике: ценах, объемах производства, типе продукции. При этом они сохраняют автономность и независимость
Синдикат	Более высокая форма объединения. Фирмы сохраняют производственную независимость, но теряют коммерческую. Сбыт продукции осуществляют синдикатские конторы
Трест	Участники теряют коммерческую и производственную автономность. Происходит слияние капиталов и выпуск ценных бумаг. Чистая прибыль распределяется между участниками в зависимости от вложенной доли
Концерн	Объединяются фирмы из разных отраслей, связанные технологической цепочкой по производству конечного продукта. Управляет ими единое руководство
Конгломерат	Это союз разных предприятий вне зависимости от вида их деятельности под единым финансовым контролем

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

Груда:
Государственная структура, посредническое звено между работодателями и наемными работниками

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

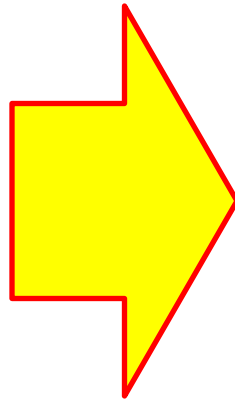
Продвижение товарных потоков по отраслям и регионам

Регулирование 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

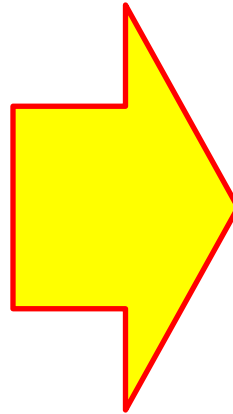


ПРЕДЛОЖЕНИЕ –
Желание производителя
произвести и
предложить к продаже
на рынке свои товары
по конкретным ценам в
течение определенного
периода

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**

ПОСТОЯННЫЕ И ПЕРЕМЕННЫЕ

ИЗДЕРЖКИ

Постоянные издержки

Не зависят от объема
выпускаемой
продукции

Расходы на

- Содержание здания
- Коммунальные платежи
 - Арендная плата
- Затраты на рекламу
- Зарботная плата аппарата управления,
 - Амортизация,
- затраты на страхование
- проценты по кредиту

Переменные издержки

Находятся в прямой
зависимости от количества
выпускаемой продукции

Расходы на

- сырье и материалы,
топливо и энергию для
технологических целей,
- заработную плату
рабочих,
 - упаковку,
транспортировку
продукции.

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

1. В спортивных магазинах города представлена продукция шести-семи крупных компаний, которые соперничают друг с другом в борьбе за покупателя. Они проводят шумные рекламные кампании, предоставляют скидки на приобретение отдельных видов и моделей товара, устраивают спортивные праздники. Какое явление проявляется в данной ситуации?

- 1) инфляция,
- 2) товарный дефицит,
- 3) рыночное равновесие,
- 4) конкуренция.

2. Конкуренция производителей на рынке приводит к

- 1) относительному равновесию спроса и предложения,
- 2) постоянному снижению объемов производства,
- 3) увеличению расходов на природоохранную деятельность,
- 4) снижению налогов.

3. Что является результатом монополизации экономики?

- 1) растет численность безработных,
- 2) увеличиваются затраты производства,
- 3) фирмы искусственно повышают цены на продукцию,
- 4) повышается качество товаров и услуг населению.

4. Рынок услуг сотовой связи и Интернета в стране С. поделен между пятью крупными компаниями-операторами, другие производители услуг отсутствуют. Какой тип конкуренции сложился на рынке услуг связи в стране С.?

- 1) совершенная конкуренция,
- 2) олигополия,
- 3) монополистическая конкуренция,
- 4) монополия.

5. Согласно закону спроса при прочих равных условиях

- 1) по низкой цене удастся продать товаров больше, чем по высокой,
- 2) при высокой цене удастся продать столько же товаров, сколько и при низкой,
- 3) количество проданных товаров зависит не столько от цены, сколько от их качества,
- 4) при низкой цене удастся продать товаров меньше, чем при высокой.

6. Рынок спортивной одежды области Z поделён между четырьмя крупными компаниями-операторами, другие производители не представлены. Выберите в приведённом ниже списке характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) рынок услуг
- 2) совершенная конкуренция
- 3) региональный рынок
- 4) рынок товаров
- 5) олигополия
- 6) рыночный дефицит

7. Какое слово пропущено в таблице?

ФУНКЦИИ РЫНКА	ХАРАКТЕРИСТИКА
Информационная	Рынок предоставляет информацию о ценах, дефицитах и избытке товара
Регулирующая	С помощью рыночного механизма экономика перераспределяет свои ресурсы в пользу того или иного товара
...	Рынок связывает воедино производителей и потребителей

8. Установите соответствие

ХАРАКТЕРИСТИКА

А) деятельность любой из фирм вызывает обязательную ответную реакцию со стороны конкурентов

Б) вход на рынок для новых фирм затруднён, но возможен

В) полная информированность любой фирмы о всех параметрах рынка — о ценах, издержках, спросе, объёмах производства

Г) кривая спроса для фирмы всегда совпадает с кривой спроса для отрасли

Д) отсутствие барьеров для осуществления бизнеса

ВИД КОНКУРЕНЦИИ

1) олигополия

2) монополия

3) чистая конкуренция

9. Установите соответствие между факторами спроса и предложения и их примерами: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

ПРИМЕР

- А) уровень доходов населения
- Б) цены на сырье
- В) технология производства
- Г) потребительские предпочтения
- Д) число продавцов на рынке

ФАКТОР

- 1) фактор спроса
- 2) фактор предложения

10. Механизм цен в рыночной экономике

Изучение взаимодействия спроса и предложения, конкуренции как основных инструментов ценообразования позволяет вести результативный поиск элементов эффективного механизма рыночной саморегуляции... В условиях рыночной экономики цена выполняет ряд важных функций.

Цены передают информацию. Система цен автоматически распространяет информацию для всех участников рынка об устойчивом росте или снижении спроса на тот или иной вид товара. Это побуждает их наращивать или, наоборот, сокращать объём производства до тех пор, пока вновь рост или падение цен не пошлют сигналы о дефиците или перепроизводстве товарной продукции...

Вместе с тем ценовая система усложнена благодаря искажениям ценовой информации, что объясняется рядом причин. Прежде всего, стоит отметить вмешательство государства в экономические процессы. Негативную роль играет деятельность монополий, стремящихся к извлечению максимально высокой прибыли, в том числе путём взвинчивания цен. Искажающим фактором является также инфляция, особенно если она имеет высокий уровень и неустойчивый характер.

Цены выполняют важную стимулирующую функцию. Каждое предприятие стремится снизить издержки производства, справедливо усматривая в этом один из проверенных временем рычагов роста прибыли.

В этих целях используются достижения научно-технического прогресса, инновационные и конкурентоспособные технологии, ноу-хау, всевозможные виды менеджмента и др. Себестоимость продукции, трудоёмкость её выпуска являются основой формирования рыночных цен. Каждое предприятие располагает на этом пути своими возможностями и резервами, используя их для достижения поставленной цели. Тем самым цена стимулирует внедрение достижений научно-технического прогресса, способствует снижению издержек производства и повышению качества продукции.

Цены участвуют в регулировании производства товаров и услуг, а также влияют на распределение доходов, на изменение структуры их использования. Эта функция вне государственного воздействия носит стихийный характер. Рост цен, например, способствует увеличению производства товаров, но до известных пределов, так как высокие цены ограничивают спрос.

1. Какие два основных инструмента рыночного ценообразования названы в тексте? В чём состоит значение информации, распространяемой системой цен?

2. Какие три причины, по мнению автора, обуславливают искажение ценовой информации? Опираясь на обществоведческие знания, объясните смысл понятия «цена».

3. Какие три функции цен в условиях рынка рассмотрены в тексте? Назовите их и проиллюстрируйте каждую конкретным примером.