

РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

Урок 6-8

ПЛАН

- Экономические системы
- Рынок и его роль в экономической жизни
- Рыночные структуры
- Конкуренция и монополия
- Современный рынок
- Становление рыночной экономики в России

Экономические системы

**— способ организации
производства, распределения
и потребления, основанный
на существующих
отношениях собственности**

Типы экономических систем



Рыночная экономика

— экономическая система, в которой основная часть факторов производства находится в частной собственности и произведенные товары и услуги распределяются на основе соотношения спроса и предложения в условиях свободных цен



До террористических актов 11 сентября 2001 Центр мировой торговли в Нью-Йорке (США) был символом рыночной экономики.

Рынок и его роль в экономической жизни

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
- Нерегулируемый спрос
- Нерегулируемая цена

Функции рынка

- Посредническая
- Ценообразования
- Информационная
- Регулирующая
- Санирующая

Рыночная инфраструктура – система экономических и правовых учреждений и организаций, которая обеспечивает свободное движение Т и услуг, денежных потоков на рынке, их распределение для бесперебойного функционирования рыночного

Элементы рыночной инфраструктуры:

1. **Кредитная система**
 - a. Банки
 - b. Страховые компании
 - c. Фонды профсоюзов
2. **Государственные финансы**
3. **Ярмарки**
4. **Аукционы**
5. **Биржи**
6. **Система законодательства,**
определяющая правила «рыночной игры»

Черты рынка

ПОЗИТИВНЫЕ

- Способствует эффективному распределению ресурсов (формирует структуру производства)
- Стимулирует НТП
- Удовлетворяет потребности человека
- Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности
- Обеспечивает наибольшую

НЕГАТИВНЫЕ

- Не гарантирует решение проблем (безработица, инфляция, защита природы, развитие науки...)
- Поддерживает социальное неравенство
- Тенденция к монополизации
- Не решает региональные проблемы из-за неравенства региональных ресурсов
- Способствует циклическому развитию

Виды рынков

С точки зрения законодательства	По товарам и услугам	По пространственному признаку	По типу конкуренции
<p>Легальный (законный)</p> <p>Нелегальный (теневой)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Потребительских товаров (товарные биржи, ярмарки, аукционы) и услуг • Средств производства • Рабочей силы • Инвестиций • Иностранных валют • Ценных бумаг (фондовые биржи) • Н/т разработок 	<ul style="list-style-type: none"> • Мировой • Региональный • Национальный • Местный 	<ul style="list-style-type: none"> • Чистой (свободной) конкуренции • Несовершенной конкуренции: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Чистой монополии ✓ Монополистической конкуренции ✓ Олигополии

Рынки по типу конкуренции

Рынок чистой конкуренции:

- множество мелких фирм, предлагающих однородную продукцию (*нефть, газ, уголь*)
- свободная информация о состоянии рынка
- вход и выход из отрасли свободен
- продавец не контролирует цену, конкурентная фирма не может установить рыночную цену

Близки к совершенной конкуренции рынки мировых валют и ценных бумаг

Обычно: национальные розничные рынки бензина, овощей, юридических, бытовых и др. услуг

Чистая монополия:

- отрасль из одной фирмы
- монополист диктует цену
- *Монополии могут быть установлены законом*

Близка к монополии: система Windows фирмы Майкрософт, De Beers, «Российский алюминий», Газпром

Рынки по типу конкуренции

Монополистическая конкуренция:

- множество мелких фирм с разнородной продукцией
- ограниченный контроль над ценами
- вход и выход с рынка свободен
- товары взаимозаменяемы (*машины различных фирм*)
- ценовая и неценовая конкуренция

Олигополия:

- небольшое число крупных фирм (2-5), контролируют большую часть рынка
- продукция разно- и однородная
- вступление новых фирм в отрасль затруднено
- фирмы устанавливают цену

Типичный пример: рынок нефти, мобильная связь

Основные параметры, регулирующие поведение участников рынка:

- **Спрос**
- **Предложения**
- **Цена**

между
которыми
существует
взаимосвязь

The diagram consists of a yellow bracket on the left side that groups the three bullet points (Demand, Supply, Price). A horizontal yellow line extends from the center of the bracket to the right, where the text 'между которыми существует взаимосвязь' is written in white.

Спрос - отражает **ГОТОВНОСТЬ** (желание и возможность)

покупателя приобретать Т и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени.

Ценовые факторы

- изменение **цены** при неизменности других факторов -

определяют

величину спроса

Неценовые факторы

- изменение **других** факторов при неизменности цены -

определяют

функцию спроса (или спрос)

Величина спроса

(объём покупок)

отражает то

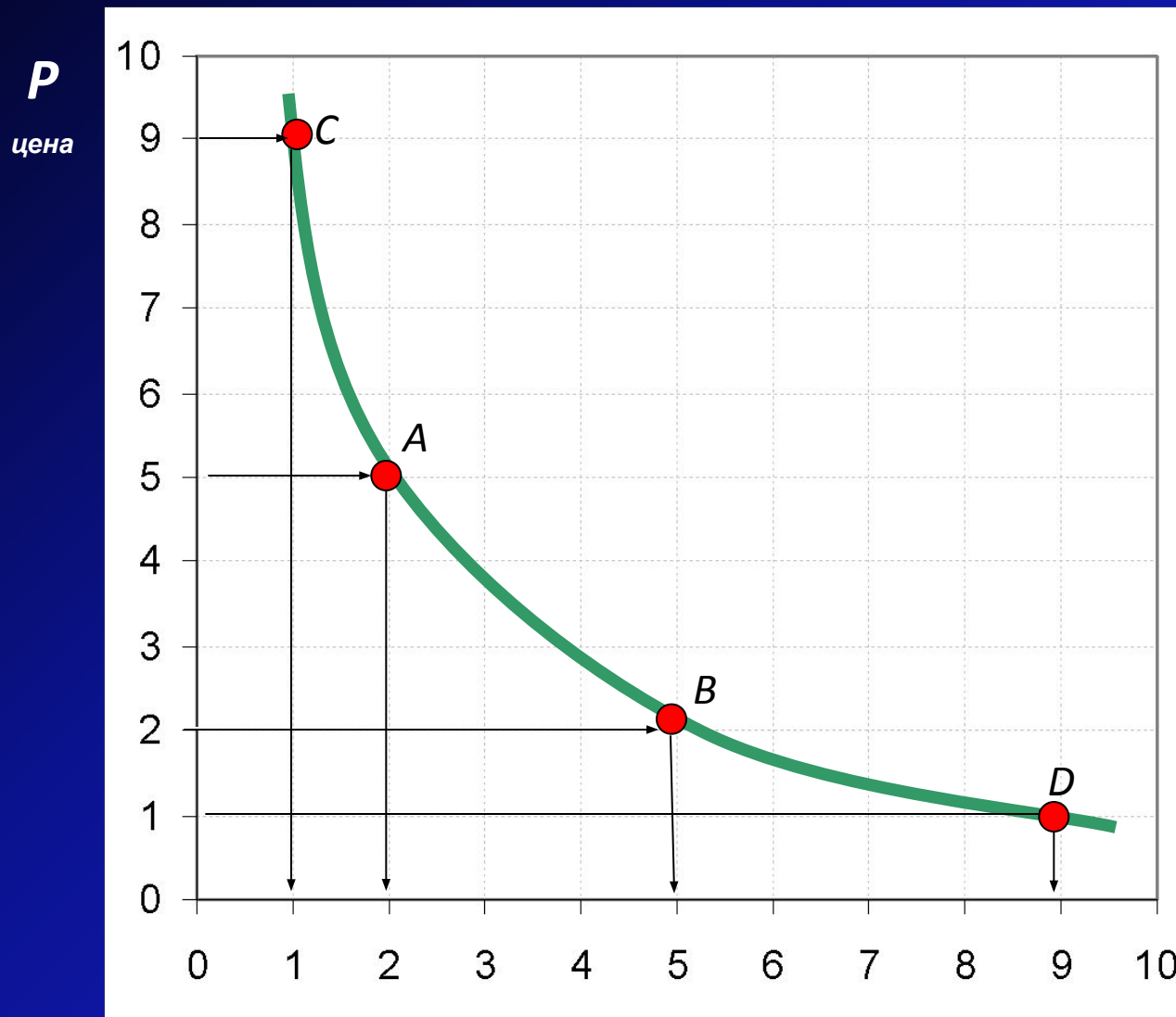
КОЛИЧЕСТВО товара, которое было бы куплено по данной цене за определенный период времени при данном характере спроса, т.е. неизменности прочих факторов, влияющих на спрос.

**Величина спроса
зависит от цены**

Цена спроса –

максимальная цена, которую покупатель ГОТОВ заплатить за определенное количество товаров.

Q - величина спроса, D – спрос, P – цена товара



Изменение величины спроса

Q
кол-во

Закон спроса

Величина спроса находится в обратной зависимости от цены:



выше цена



ниже спрос



ниже цена



выше спрос

Спрос

С

Q - величина
спроса

D - спрос

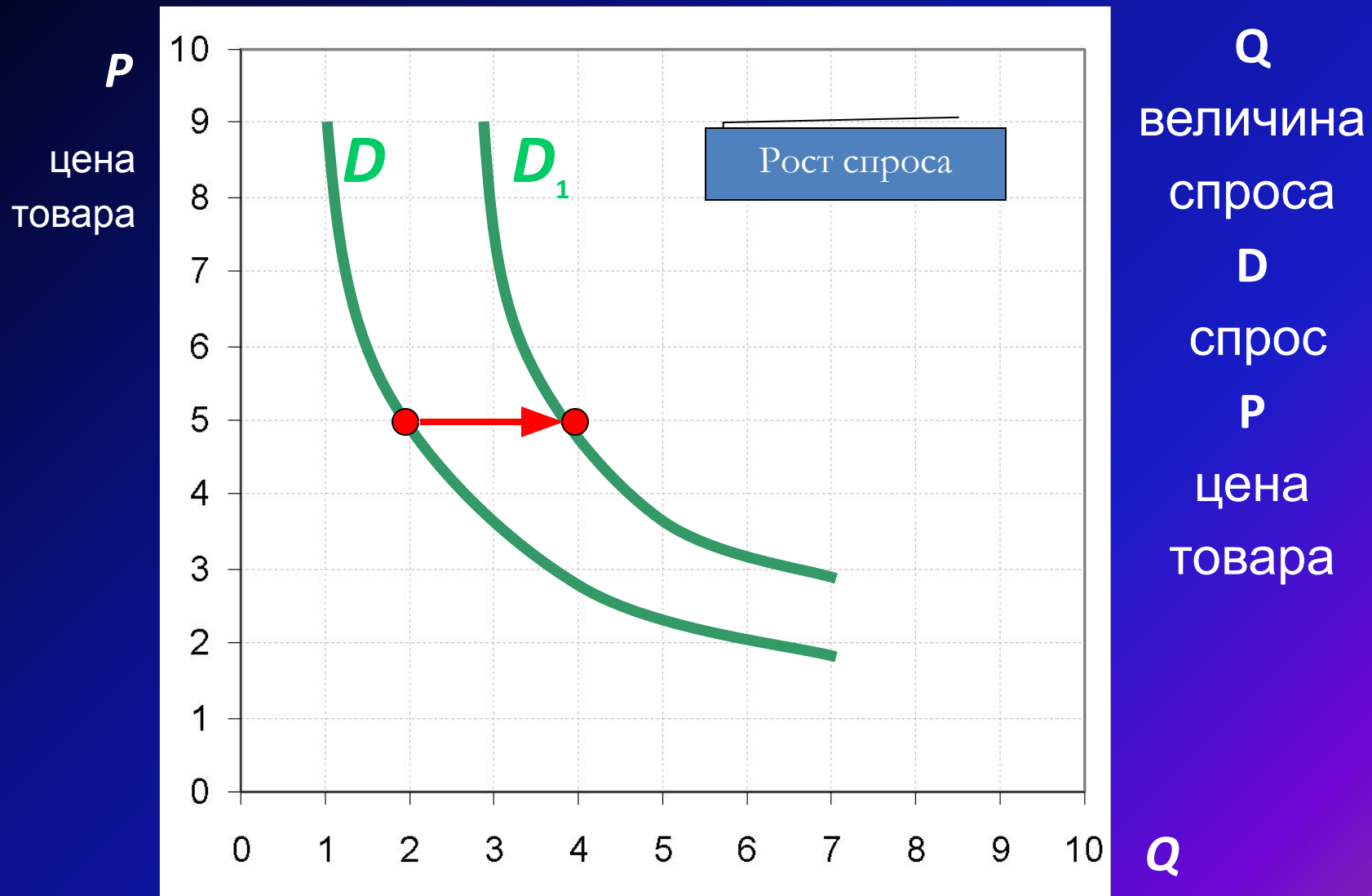
P – цена
товара

Функция спроса (или просто спрос) изменяется в результате изменения других факторов при неизменной цене товара.

Неценовые факторы спроса

- Число покупателей
- Доходы покупателей
- Цены на другие товары
(Турция/Египет, апельсин/мандарин,
принтер/картридж, бензин/автомобиль...)
- Предпочтения (детектив/классика)
- Ожидания (ожидание роста цен на мыло
в следующем году – рост спроса теперь при
той же цене)

Изменение функции спроса



(объём
покупок)

Предложение

отражает
готовность
продавца
продавать T или
услуги
по тем или иным
ценам в
определенных
количествах
за
определенный
промежуток
времени

Величина предложения –

отражает то количество
товара, которое может быть
продано по некоторой цене
за определенный период
времени при данном
характере предложения (*в
данном месте, в данное время*), т.е.
неизменности прочих
факторов, влияющих на
предложение.

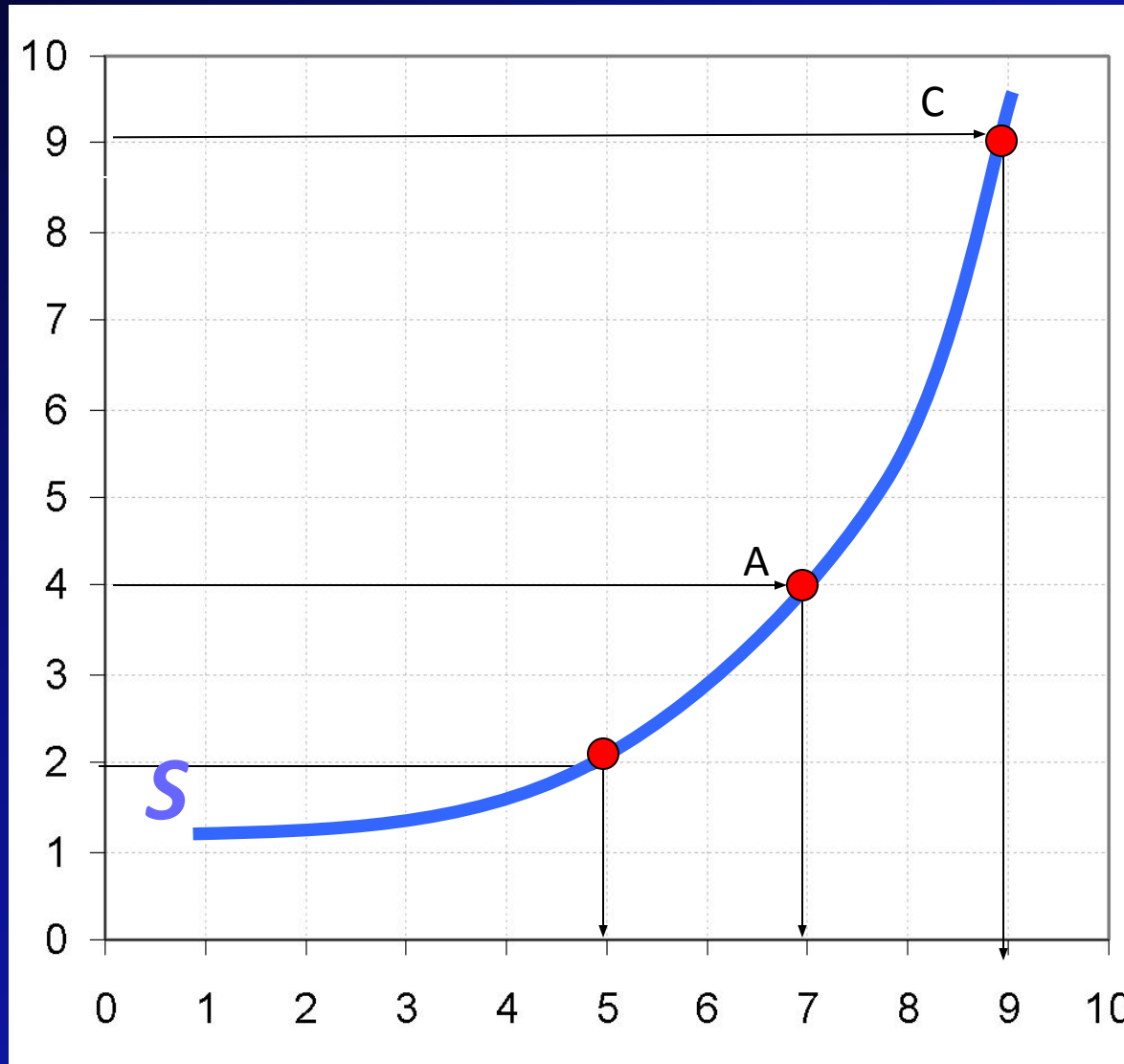
Q – величина предложения

P – цена товара

S – предложение

Q – величина предложения **P** – цена товара **S** – предложение

P
Цена
товара



Q
Объём
товаров

Предложение: изменение цены

Закон предложения

— величина предложения
находится в прямой зависимости
от цены:

выше цена — выше предложение

ниже цена — ниже предложение

Соотношение м/у понятиями

«величина предложения»

Владелец магазина:
«сколько товаров
изготовители будут
готовы мне
предложить на продажу
за месяц при цене,
равной 100 руб.?»

Ответ – информация о
величине
предложения

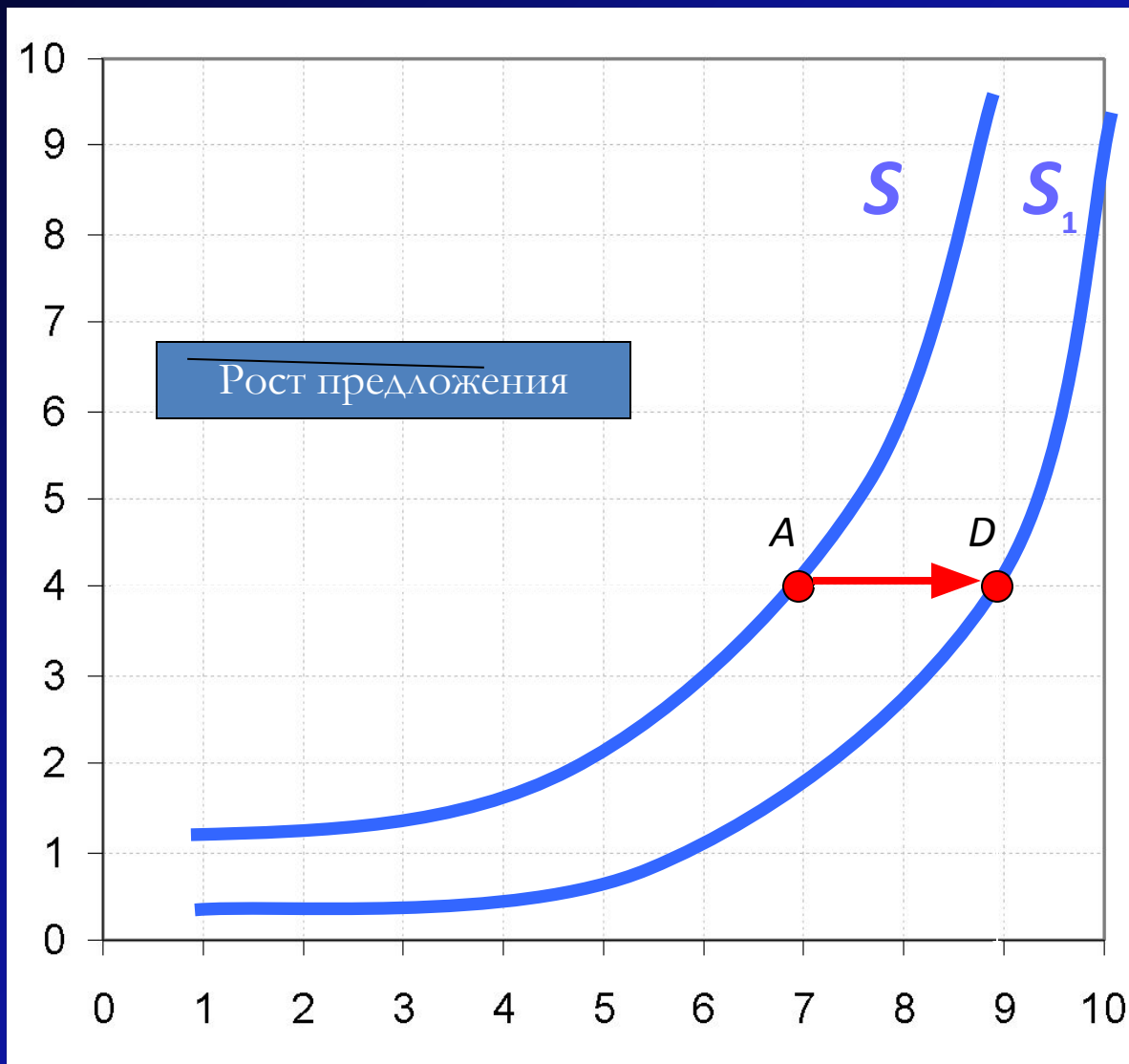
«предложение»

Владелец магазина:
«сколько товаров
изготовители будут
готовы мне
предложить за месяц
при различных уровнях
цен на данный товар?»

Ответ – характеристика
предложения на данном
рынке

Изменение функции предложения

P
Цена
товара



Q
Объём
товара

Предложение

Неценовые факторы

предложения:

- Рост объемов производства
- Улучшение условий производства
(технологии, налоги)
- Цены на другие товары
- Предпочтения
- Ожидания (ожидается холодная зима)

Взаимосвязь между

изменением

предложения и

величины

предложения

проявляется в

следующем: когда

предложение

увеличивается,

повышаются объемы

предложения при

всех ценах, и

наоборот.

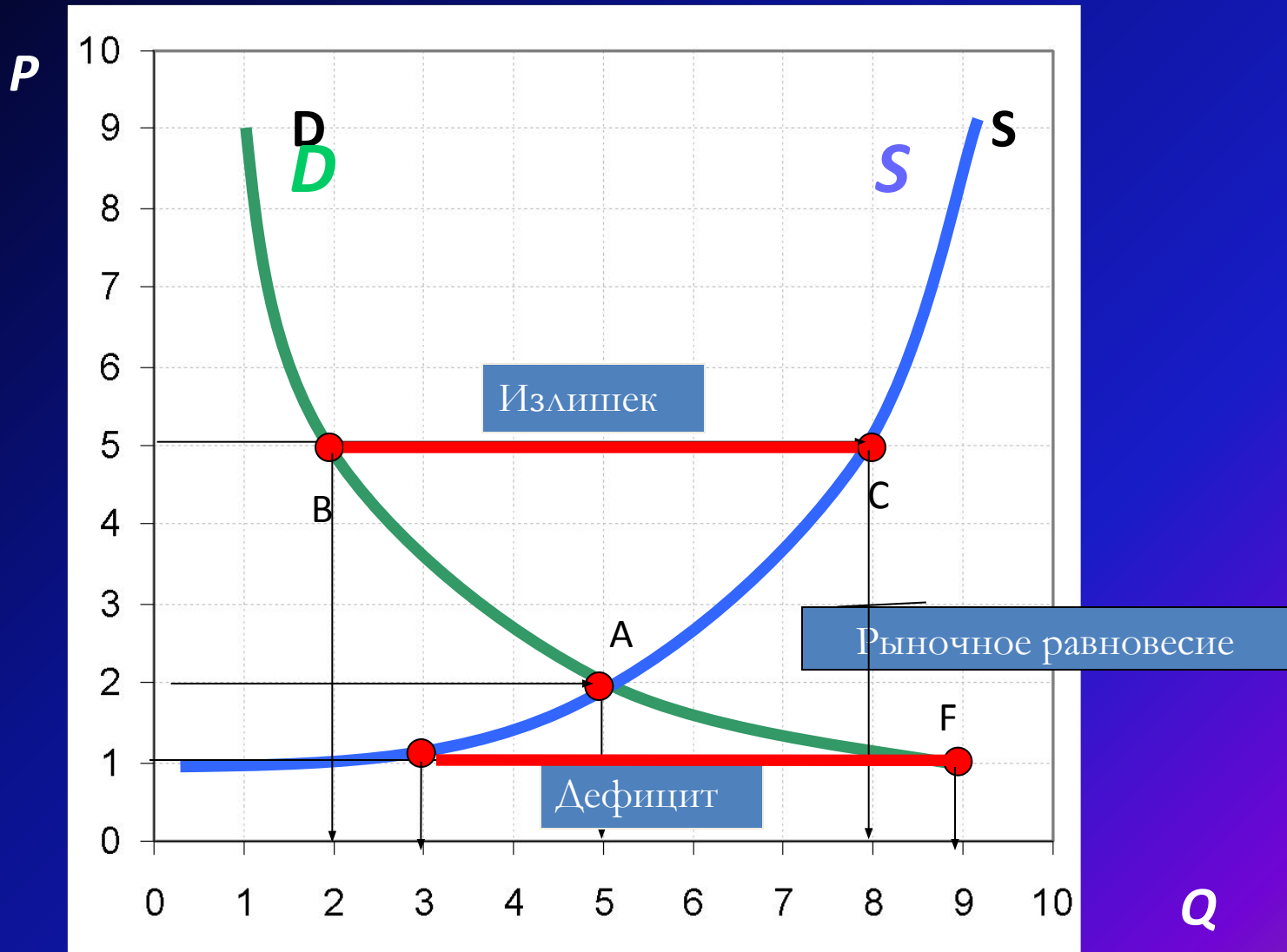
Рыночное равновесие

- **Рыночное равновесие** – равенство спроса и предложения на рынке определенного товара

Рыночное равновесие характеризуют два показателя:

- **Равновесное количество** – равенство величины спроса величине предложения (5 ед.)
- **Равновесная цена** – цена, при которой величина спроса равна величине предложения (2 тыс.р.)

Рыночное равновесие



«крест маршала»

Рыночный механизм

Рыночный механизм

– автоматическое достижение баланса спроса и предложения, равновесных цены и количества товара.

- **Эластичность предложения по цене** – масштаб изменения величины предложения (в %) при изменении цены на 1%.
- **Эластичность спроса по цене** – масштаб изменения величины спроса (в %) при изменении цены на 1%.

Цена

Рыночный механизм, автоматически обеспечивающий баланс спроса и предложения, показывает производителю ответы на основные вопросы экономики:

что?

как?

для кого?

сколько?

когда?

производить

Цена – пропорция обмена товара на деньги, если цена выражена в деньгах, или альтернативная стоимость, если цена выражена в другом товаре.

Функции цены в условиях рыночной экономики:

- **Информационная** – показывает наиболее выгодные области деятельности
- **Распределяющая** – если доходы неизменны, то цены определяют, сколько каждого товара потребитель может позволить себе приобрести
- **Стимулирующая** – изменение цен побуждает совершенствовать производство и наиболее эффективно использовать ограниченные ресурсы

Рыночные структуры

СТРУКТУРА РЫНКА — основные характерные черты рынка, в число которых входят:

- количество и размеры представленных на рынке субъектов
- степень, в которой товары разных субъектов схожи между собой
- легкость входа и выхода с конкретного рынка
- доступность рыночной информации

Структура рынка:

1. по объектам рынка

- рынок товаров и услуг
- рынок капиталов
- рынок труда
- финансовый рынок
- рынок информации

2. по географ. положению

- местный
- региональный
- национальный
- мировой

3. по механизму функционирования

- рынок свободной конкуренции
- монополизированный рынок
- регулируемый рынок

4. по степени насыщенности

- равновесный рынок
- дефицитный рынок
- избыточный рынок

5. в соответствии с действующим законодательством

- легальный рынок
- нелегальный рынок

Структура рынка

По объектам рынка

Рынок товаров и услуг

Рынок капиталов

Рынок труда

Финансовый рынок

Рынок информации

По географическому положению

местный

региональный

национальный

мировой

По механизму функционирования

Рынок свободной конкуренции

Монополизированный рынок

Регулируемый рынок

По степени насыщенности

Равновесный рынок

Дефицитный рынок

Избыточный рынок

В соответствии с действующим законодательством

Легальный рынок

Нелегальный рынок

Конкуренция – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товара.

Позитивные (+)

- Ограничивает возможность возникновения монополий
- Создает возможность выбора для потребителя
- Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки
- Способствует внедрению новшеств, улучшению качества

Негативные (-)

- Разорение ряда товаропроизводителей
- Траты на рекламу
- Нечестные методы борьбы:
 - Подкуп
 - Шантаж
 - Шпионаж

Конкуренция

Существует два вида (типа)

конкуренции:

- Совершенная конкуренция (свободная, чистая)

цена – результат

уравновешивания кривых спроса и предложения

- Несовершенная конкуренция (монополистическая)

Большое число продавцов

предлагают схожую, но не

идентичные товары

- монополистическая конкуренция;
- олигополия;
- чистая монополия.

Формы

конкуренции:

- внутриотраслевая
- межотраслевая

Монополи

Я

Монополия -
исключительное право на
производство и сбыт

Виды монополий:

- **чистая монополия**
- **абсолютная монополия в масштабе национального хозяйства**
- **монопсония**
(абсолютная или чистая) –
на рынке существует
только один покупатель
ресурсов или Т, вынуждая
производителя снижать
цены, уменьшая объем
закупок

Формы монополии:

естественные – право на владение
целыми отраслями
инфраструктуры (ж/д), либо на
невоспроизводимые элементы
производства (*редкие полезные
ископаемые*)

искусственные – объединение
нескольких предприятий,
создаваемых для получения
сверхприбыли

- картель
- синдикат
- трест
- концерн
- консорциум
- конгломерат

Фондовый рынок (рынок капитала)

— рынок, на котором осуществляется купля и продажа ценных бумаг и других финансовых инструментов.



Фондовый рынок

Задача фондового рынка –
превращение свободных сбережений в
инвестиции путем продажи ценных
бумаг.

Ценная бумага - документ, который
закрепляет имущественные и
неимущественные права владельца.

Цена ценной бумаги называется курсом.

Виды ценных бумаг

- **Акция**— удостоверение собственности
 - обыкновенные, которые дают владельцу право голоса на собрании акционеров и право на получение дивидендов в зависимости от прибыли общества
 - привилегированные, которые не дают права голоса на собрании акционеров, но гарантируют владельцу приоритет в получении дивидендов — части прибыли
- **Облигация**— удостоверение долга
- **Опцион**— удостоверение права владельца ценной бумаги на покупку или продажу другой ценной бумаги в предусмотренный в ней срок по зафиксированной цене
- **Чек** — указание чекодателя банку выплатить чекодержателю указанную в чеке сумму
- **Вексель** — долговое обязательство
- **Дериваты** — производные ценные бумаги