



Виды рынков



РЫНОК

Совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы товара (услуги) вступают в контакт друг с другом с целью покупки или продажи товара (услуги)

Условия возникновения рынка:

- 1) общественное разделение труда;
- 2) экономическая обособленность производителей;
- 3) самостоятельность производителя.

Основные признаки рынка:

- 1) нерегулируемое предложение – производитель сам решает, что, как, сколько и для кого производить;
- 2) нерегулируемый спрос – потребитель сам определяет, что, где, как и сколько покупать;
- 3) нерегулируемая цена – цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения.

Главные функции рынка

- 1) **посредническая** – соединение производителей товаров и их потребителей;
- 2) **ценообразования** – установление равновесной цены, при которой спрос равен предложению товара;
- 3) **информационная** – предоставление информации об объемах производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары;
- 4) **регулирующая** – «перетекание» капиталов из менее выгодных в более прибыльные отрасли;
- 5) **санирующая (оздоровительная)** – предотвращение неэффективной хозяйственной деятельности путем банкротств нерентабельных предприятий и процветания эффективных производств.

Положительные и отрицательные стороны рынка

Положительные

- 1) Способствует эффективному распределению ресурсов, формируя таким образом структуру производства
- 2) Стимулирует научно-технический прогресс
- 3) Способствует ресурсосбережению в обществе
- 4) Создает материальную заинтересованность производить то, в чем есть потребность
- 5) Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности, опираясь на принципы саморегуляции и сопоставляя экономические интересы

Отрицательные

- 1) Не гарантирует решение социально-экономических проблем (безработица, инфляция, защита окружающей среды, обеспечение экономической безопасности, развитие фундаментальной науки)
- 2) Распределяет продукты по результатам конкуренции, что приводит к социальному неравенству
- 3) Порождает тенденцию к монополизации производства
- 4) Не решает проблему внешних издержек (не отраженных в ценах рынка), которые ложатся на плечи общества
- 5) Не может решить все проблемы связанные с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов
- 6) Способствует циклическому развитию с периодическими спадами и кризисами

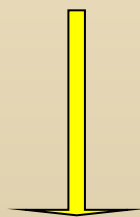
СПРОС



ПРЕДЛОЖЕНИЕ



ЦЕНА ТОВАРА



**РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ
РЕГУЛИРОВАНИЯ
ПРОИЗВОДСТВА**

Спрос — это желание и возможность купить данный товар (услугу) по данной цене в данное

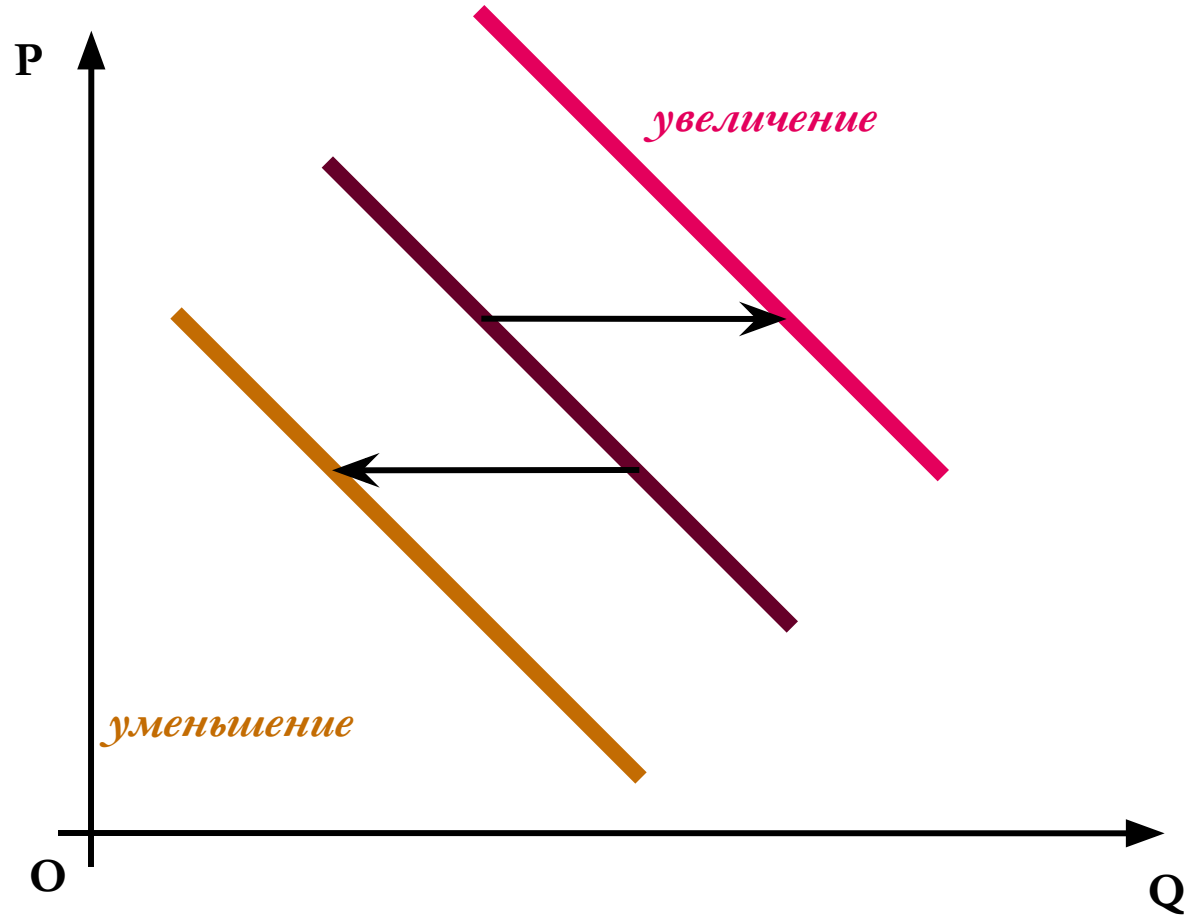
индивидуальный ^{время} **совокупный**

Спрос = (?) потребность

ЗАКОН СПРОСА

ВЕЛИЧИНА СПРОСА НАХОДИТСЯ В ОБРАТНОЙ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ НА ТОВАР

Изменение спроса



Влияние неценовых факторов

Факторы спроса

**: ценовые и
неценовые.**

К ним относятся:

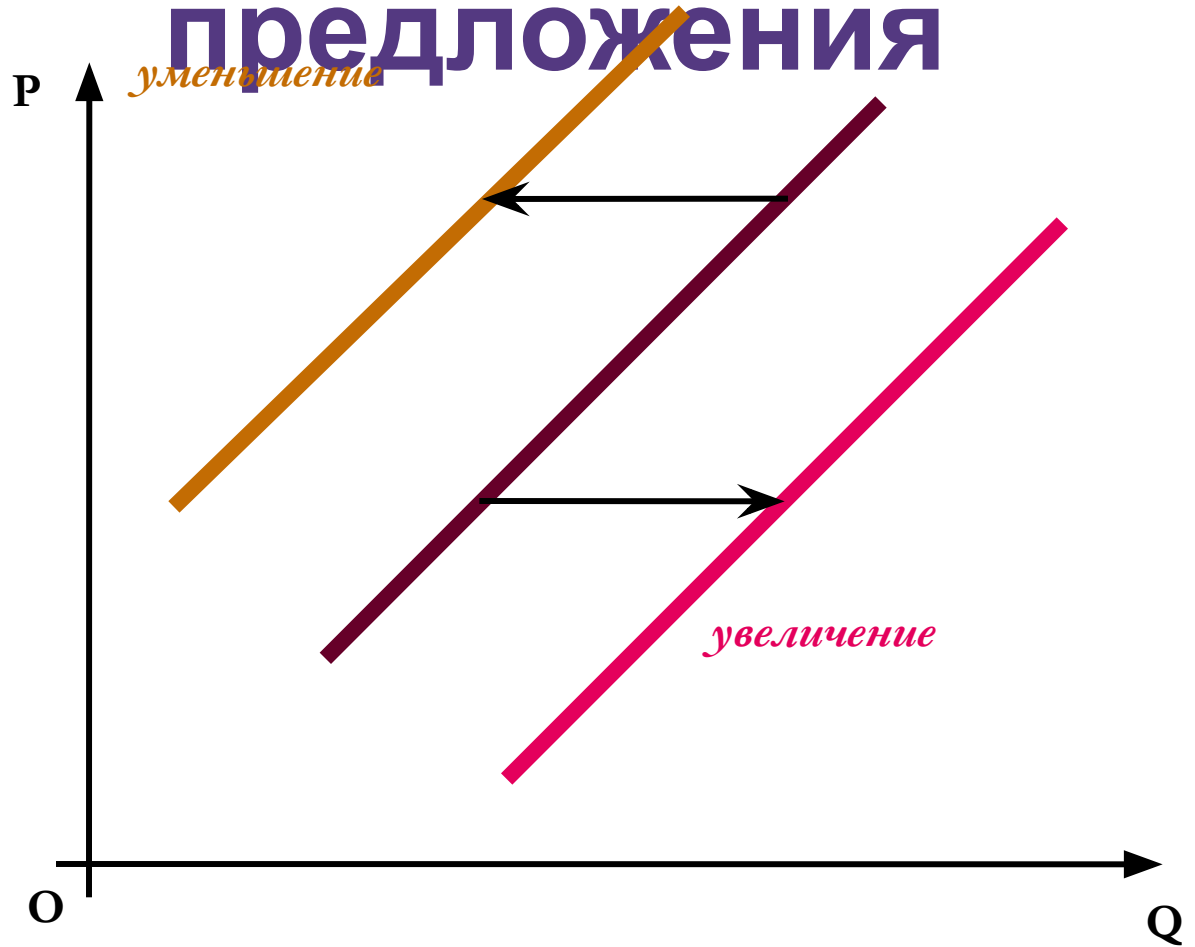
- 1) вкусы потребителей,
- 2) число потребителей на рынке,
- 3) доходы потребителей,
- 4) потребительские ожидания изменения цен и доходов,
- 5) цены на взаимосвязанные товары (автомобиль-бензин),
- 6) цены на взаимозаменяемые товары (кофе-чай),
- 7) культурные традиции, обычаи.

**Желание и возможность
произвести и продать данный
товар (услугу) по данной цене в
данное время**

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ

**ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ
НАХОДИТСЯ В ПРЯМОЙ ЗАВИСИМОСТИ
ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ НА ТОВАР
(предложение возрастает с
увеличением цены и падает при ее
снижении)**

Изменение предложения



Влияние неценовых факторов

Факторы предложения

: ценовые и неценовые.

К ним относятся:

- 1) цены на ресурсы,
- 2) технология производства,
- 3) налоги,
- 4) дотации,
- 5) цены на другие товары,
- 6) ожидания изменения цен,
- 7) число продавцов на рынке.

СТРУКТУРА РЫНКА

По объектам	Рынок товаров, услуг, труда, капитала
По субъектам	Рынок покупателей Рынок продавцов
По географическому положению	Местный, региональный, Национальный, мировой
По степени ограниченности конкуренции	Свободный монополистический
По соответствию законодательства	Легальный рынок Незаконный («черный»)



ТОВАРНАЯ БИРЖА

Рынок товаров, продаваемых
большими партиями

ВАЛЮТНАЯ БИРЖА

Рынок купли-продажи
иностранной валюты



БИРЖА ТРУДА

Рынок купли-продажи
рабочей силы

(регистрация и трудоустройство
безработных)

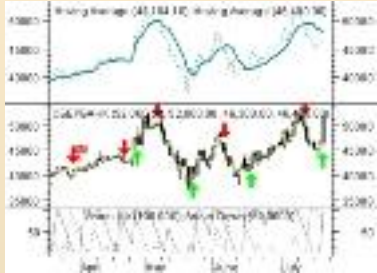


ФОНДОВЫЙ РЫНОК - Рынок ценных бумаг

ЦЕННАЯ БУМАГА

АКЦИЯ

ОБЛИГАЦИЯ



ФУНКЦИИ ФОНДОВОГО РЫНКА

1. ИНВЕСТИЦИОННАЯ

2. СОЗДАЕТ УСЛОВИЯ ДЛЯ ПЕРЕДЕЛА СОБСТВЕННОСТИ

3. ПОКРЫТИЕ ДЕФИЦИТА ТЕКУЩЕГО БЮДЖЕТА



АКЦИЯ

Закрепляет право владельца (акционера)

1. на получение части прибыли АО в виде дивидендов
2. На участие в управлении АО
3. На часть имущества при ликвидации АО

ОБЛИГАЦИЯ

Закрепляет право владельца

1. на получение в предусмотренный срок номинальной стоимости или имущественного эквивалента
 2. На получение фиксированного % от номинальной стоимости
- Подлежит выкупу (погашению) в течение определенного, заранее обусловленного срока



КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

КОНКУРЕНЦИЯ
соперничество

Способствует

1. Рациональному использованию ограниченных ресурсов
2. Снижению издержек
3. Повышению эффективности производства
4. Повышению качества товаров

МОНОПОЛИЯ
(картель, трест)

Экономический диктат

Путем установления монопольно высоких цен для получения монопольно высокой прибыли

Виды рынков по типу конкуренции

1) *Рынок свободной или совершенной конкуренции*

2) *Рынок несовершенной конкуренции*

а) ОЛИГОПОЛИЯ

б) МОНОПОЛИЯ

в) МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ
конкуренция

г) МОНОПСОНИЯ — рынок, где один
покупатель

Характерные черты типов конкуренции

Линии сравнения	Совершенная (чистая) конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая	Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю)	Чистая монополия
1. Число фирм	Очень много	Много мелких	Несколько (3–5 фирм)	Одна
2. Тип товаров	Одинаковые изделия	Разные изделия сходного назначения	Одинаковые или различные изделия	Уникальный товар, не имеющий заменителей
3. Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый, но в узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью, значителен при сговоре	Значительный, фирма сама устанавливает рыночную цену

Характерные черты типов конкуренции

Линии сравнения	Совершенная (чистая) конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая	Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю)	Чистая монополия
1. Число фирм	Очень много	Много мелких	Несколько (3–5 фирм)	Одна
2. Тип товаров	Одинаковые изделия	Разные изделия сходного назначения	Одинаковые или различные изделия	Уникальный товар, не имеющий заменителей
3. Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый, но в узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью, значителен при сговоре	Значительный, фирма сама устанавливает рыночную цену

Линии сравнения	Совершенная (чистая) конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая	Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю)	Чистая монополия
4. Условия вхождения в отрасль	Очень лёгкие, нет препятствий	Сравнительно лёгкие	Существенные препятствия	Нет вхождения
5. Пример отраслей	Сельское хозяйство, бытовые услуги	Розничная торговля, производство одежды, обуви, мебели, аптеки, рестораны	Производство стали, автомобилей, сельхозмашин, инвентаря, авиаперевозки и др.	Электроэнергетика, железнодорожные перевозки, местные предприятия коммунального хозяйства

6. Определение

Рыночная система, когда многочисленные, независимо действующие производители продают одинаковую продукцию, причём ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену

Рыночная система, когда многочисленные производители продают схожие товары, стремясь придать им реальные или мнимые уникальные качества

Рынок, на котором доминирует несколько фирм, т. е. несколько продавцов противостоят множеству покупателей

Рынок, на котором один продавец противостоит множеству покупателей

**СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК –
ОДНОВРЕМЕННО ДЕЙСТВУЮТ
РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ И
ГОСУДАРСТВЕННОЕ
РЕГУЛИРОВАНИЕ**

**(управлять экономикой в
отсутствие того или другого –
все равно, что пытаться
аплодировать одной рукой)**