

ЦЕЛИ

XII

ПЛАН

РЕЗУЛЬТАТЫ

III

МОТИВАЦИЯ

ОРГАНИЗАЦИЯ

IV

ЭКОНОМИЯ

ОТДЫХ

VI

V

РИНОК, ЙОГО ВЛАСТИВОСТІ.

Роль держави у формуванні
ринкових відносин.



1. Сутність ринку.

2. Основні елементи ринкового механізму.

3. Конкуренція.

4. Монополія.

ПЛАН



Ринок –система економічних відносин, що виникають на основі стійкої взаємодії товарно-грошового обміну.



УМОВИ ВИНИКНЕННЯ:

- ✓ Вільне підприємництво;
- ✓ Вільна конкуренція;
- ✓ Вільне ціноутворення.

ОБ'ЄКТИ РИНКУ



Товари,



послуги, гроші

СУБ'ЄКТИ РИНКУ

- ✓ Домогосподарства;
- ✓ Фірми, підприємства;
- ✓ Держава.

ФУНКЦІЇ РИНКУ

Ринок виконує такі функції



СПОНУКАЮЧУ



РЕГУЛЮЮЧУ



ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ МІЖ
ВИРОБНИКАМИ



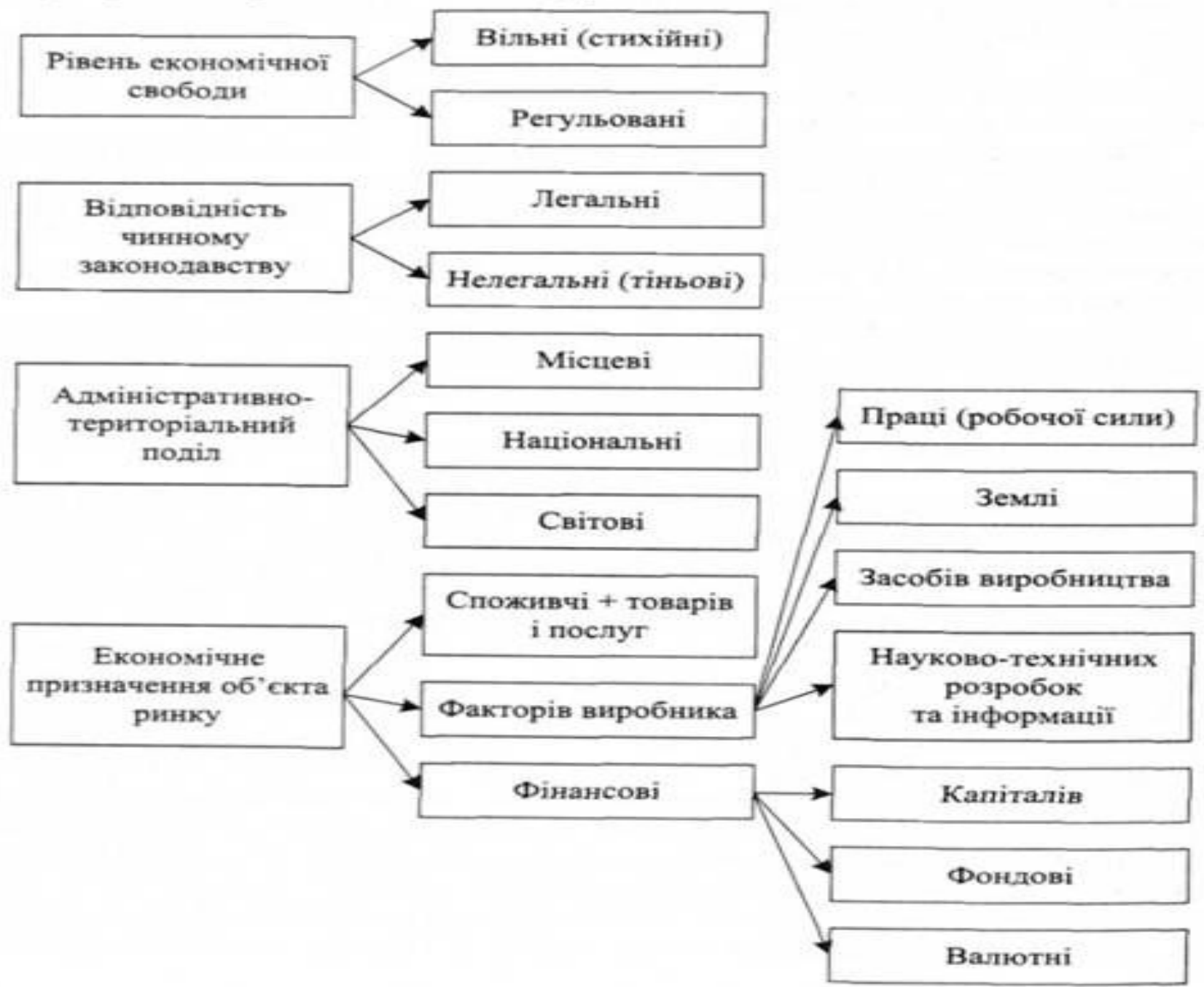
САНАЦІЇ



ІНФОРМАЦІЙНУ

Критерії класифікації

Види ринків



РИНКОВА ІНФРАСТРУКТУРА - матеріально-технічна база ринку, тобто сукупність різних установ, які забезпечують рух товарів, капіталів, робочої сили.



Ринковий механізм -

це механізм взаємозв'язку і взаємодії основних елементів ринку:

- *попиту,*
- *пропозиції,*
- *ціни ,*
- *конкуренції*

та основних *економічних законів* ринку.





Попит (D) — кількість продукту, який споживачі бажають і спроможні купити за певну ціну за певний проміжок часу і в певному місці.



HAMELEONS.COM



Фактори, які впливають на попит:



величина доходу



Ціна товару



ціна подібних товарів

РЕКЛАМА



мода



Смаки і захоплення

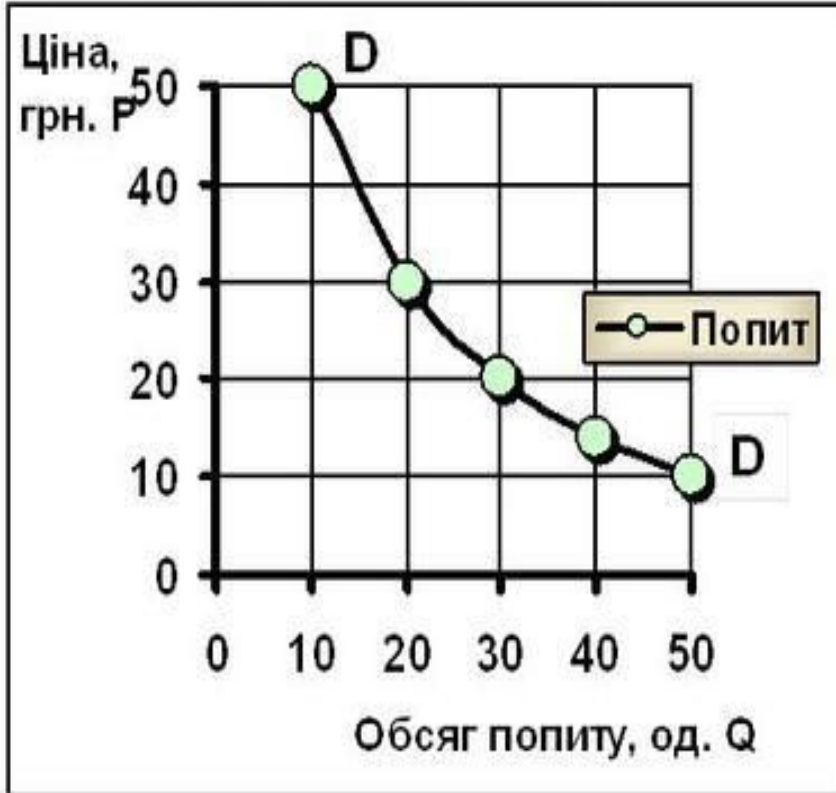


кількість споживачів

Закон попиту – величина (об'єм) попиту зменшується у міру збільшення ціни товару.

$$Q_D = f(P)$$

Графічна форма



Таблична форма

Ціна, грн. P	Обсяг попиту Q, од.
50	10
30	20
20	30
14	40
10	50

товари Гіффена
продукти для бідняків



товари Веблена
престижні, товари

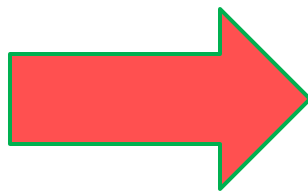


ТОВАРИ АЖИОТАЖНОГО ПОПИТУ

Ефект доходу — за нижчої ціни товару споживач може купити його, не відмовляючись від придбання інших альтернативних товарів.

Ефект заміщення — за нижчої ціни споживач хоче придбати дешевий товар замість аналогічних, які стали відносно дорожчими.

На практиці буває, коли *при зниженні ціни* на товар *попит* на нього *зменшується*, а *при підвищенні* — *зростає*. Наприклад, при підвищенні ціни на картоплю сім'ї з невисокими доходами починають споживати її більше, повністю відмовляючись при цьому від м'яса), що означає переважання ефекту доходу над ефектом заміщення.





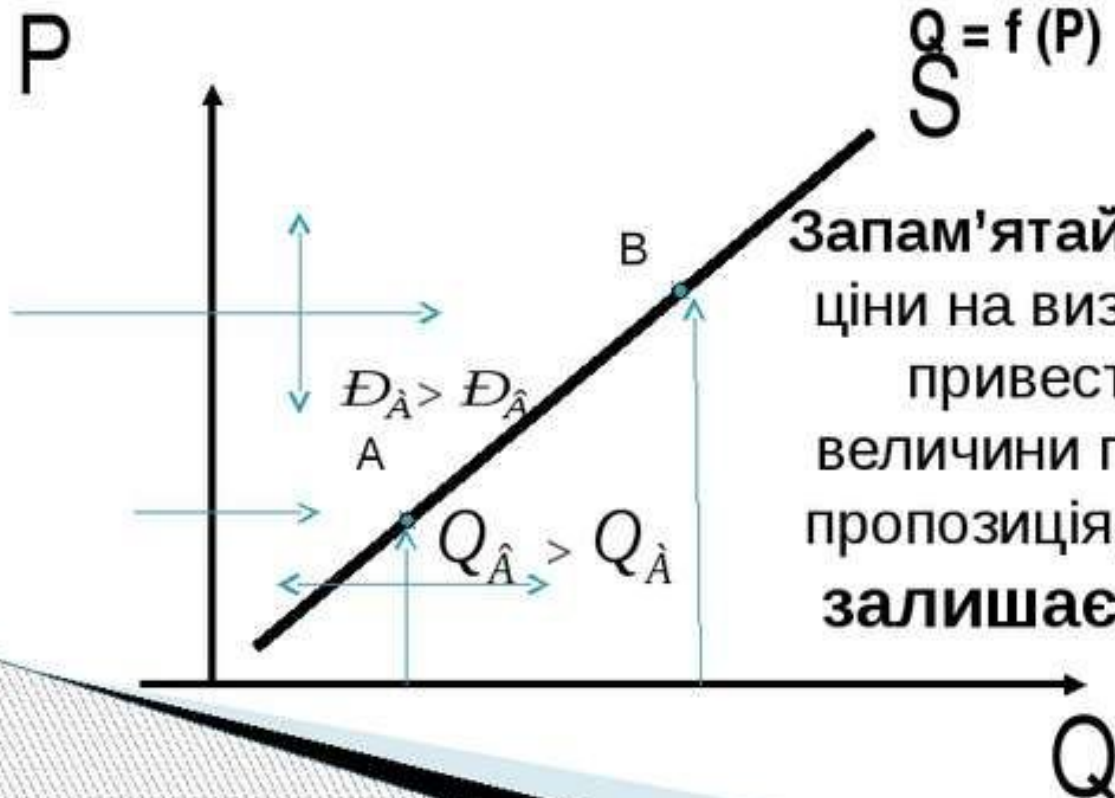
Пропозиція(S)— це обсяг товарів, який виробники можуть і бажають виробляти і продавати.



Закон пропозиції стверджує:
пропозиції товару тим більше, чим
вищою є ціна на нього.

...при інших рівних умовах

Залежність між ціною і кількістю товару – пряма.



Запам'ятай: за рівних умов зміна ціни на визначений товар може привести тільки до зміни величини пропозиції при цьому пропозиція, тобто вся залежність залишається незмінною.

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРОПОЗИЦІЮ

На пропозицію впливають:

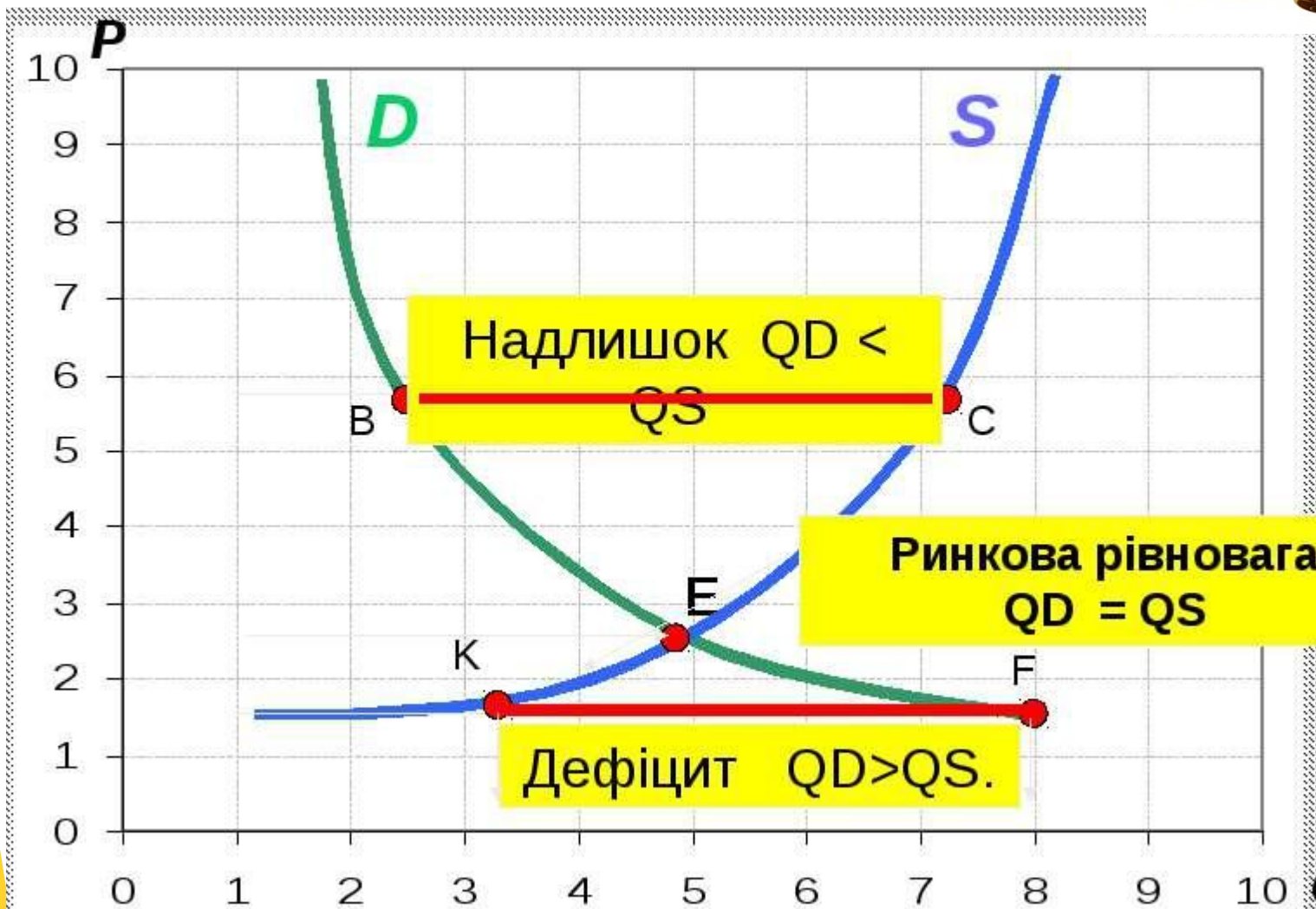
Цінові фактори

Ціни на ресурси
Технології виробництва
Податки і дотації
Товари - субститути
Кількість покупців
Очікування зміни цін

Нецінові фактори

Зміни погоди
Зміни кліматичних умов
Стихійні лиха
Технологічні аварії та катастрофи

Ринкова рівновага, це стан ринку, за якого обсяги попиту і пропозиції збігаються.



Якщо ціна встановлюється на рівні, який перевищує ціну рівноваги, пропозиція перевищує попит, і виникає надлишок продукту. Коли ж ціна нижча, ніж ціна рівноваги, попит перевищує пропозицію, і виникає дефіцит товару. Вища ціна спонукатиме виробників збільшувати обсяги виробництва. Більша ж пропозиція створить проблему, як реалізувати свій товар. Продавці, конкуруючи між собою, почнуть знижувати ціну. Дефіцит також створить проблему, як придбати товар. Споживачі, конкуруючи між собою, почнуть пропонувати вищу ціну.

Механізм ринкової конкурентної ціни є тим реальним інструментом, що, незважаючи на можливі відхилення, повертає ціну до такого рівня, який врівноважує попит і пропозицію, а отже, узгоджує інтереси виробників і споживачів.

Ціна ринкової рівноваги не лише збалансовує попит і пропозицію, а й інформує про шляхи раціонального розподілу ресурсів, є засобом саморегулювання відносин покупців і продавців

Економічні закони попиту і пропозиції відображають інтереси протилежних суб'єктів ринку - виробників (продавців) і споживачів (покупців). Узгодження цих економічних інтересів досягається при перетині кривих попиту і пропозиції.



Точка перетину відображає збіг господарських рішень, які приймають виробники (продавці) і споживачі (покупці) в той чи інший момент. Ця точка характеризує стан товарного ринку, за якого вся кількість певного товару при певній ринковій ціні може бути реалізована і має назву точка рівноваги ринку, що визначає рівноважну ціну.

У результаті взаємодії попиту, пропозиції та конкуренції встановлюється **ринкова ціна**, яка урівноважує обсяг пропозиції і обсяг попиту.



У моєму прикладі вона відповідає точці перетину кривих попиту AD і пропозиції BC (точка P), яку називають *рівноважною ціною*, - це ціна 25 грн за одиницю товару. Тільки за такої ціни реальний обсяг попиту і обсяг пропозиції будуть однакові - 40 одиниць товару за місяць. Тобто, ця ціна визначає стан товарного ринку, коли для реалізації пропонується саме така кількість товару, яку споживач готовий купити. При ціні 50 грн за одиницю товару виникає надлишок пропозиції над попитом у кількості 50 одиниць. За ціни 10 грн за одиницю товару попит перевищує пропозицію в кількості 65 одиниць, і виникає дефіцит цього товару на ринку. При ціні ринкової рівноваги - 25 грн за одиницю товару кількість товару, яку споживач хоче купити, дорівнює тій кількості товару, яку виробники хочуть постачати на ринок (продати). І лише за такої рівноважної ціни не буде тенденції до зміни ціни на цей товар (зростання або зниження).

Отже, *рівноважна ціна*, або *ціна ринкової рівноваги*, встановлюється в результаті взаємодії попиту і пропозиції, конкуренції та інших чинників. Проте ця рівновага на товарному ринку є частковою рівновагою. В умовах конкуренції під впливом законів ринкового ціноутворення *рівноважна ціна* може змінюватися, а отже, може змінюватися *ринкова рівновага*. Головними чинниками тут є співвідношення обсягу попиту і обсягу пропозиції. Рівновага на товарному ринку є свідченням досягнення *максимальної ефективності розвитку ринкової економіки*.



Глибоке вивчення суті ринкового механізму потребує розуміння такого поняття, як *еластичність попиту і пропозиції*.

(Про еластичність див. джерело. [Базилевич с 222-228](#)).

Конкуренція – економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків.





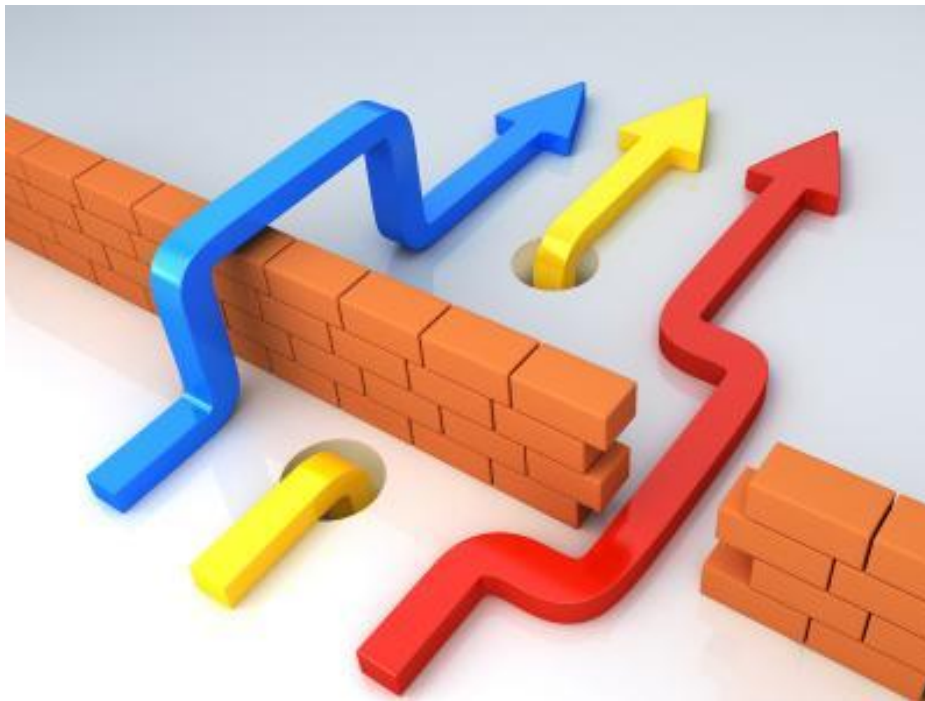
Вона є тією
ринковою силою, що
забезпечує
взаємодію попиту і
пропозиції, яка
урівноважує ринкові
ціни.



За типом ринкової структури

Досконала (чиста) конкуренція

Недосконала конкуренція



Досконала конкуренція

- 1) багато дрібних підприємств, що пропонують на ринку однорідну продукцію.
- 2) частка кожного підприємства в загальному обсязі ринкової пропозиції настільки незначна, що будь-яке його рішення про підвищення або зниження ціни не позначиться на ціні ринкової рівноваги. Діють вільні ціни.
- 3) для входу нових підприємств до галузі та виходу будь-якого підприємства з неї немає жодних перешкод.

Недосконала конкуренція

Це конкуренція, яка тією чи іншою мірою пов'язана з певним обмеженням вільного підприємництва. Для недосконалої конкуренції характерна незначна кількість фірм у кожній сфері підприємницької діяльності, можливість якоїсь групи підприємств впливати на кон'юнктуру ринку. При недосконалій конкуренції існують жорсткі бар'єри для проникнення на конкретні ринки нових підприємців, немає близьких замінників продукту, що виробляється привілейованим виробником

За методами ведення конкурентної боротьби розрізняють цінову, нецінову, добросовісну (чесну), недобросовісну (нечесну) конкуренцію.



Цінова конкуренція здійснюється маневруванням цінами з метою більш вигідного використання ринкової кон'юнктури. (збивання ціни)



ПЕРЕВАГИ НЕЦІНОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Нецінова конкуренція ґрунтується на технічних перевагах, вищій якості та більшій надійності товару, ефективніших методах збуту, використанні різних форм маркетингової комунікації, поліпшенні умов оплати.

НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ

Недобросовісна конкуренція включає технічне шпигунство, переманювання фахівців-професіоналів, підкуп працівників підприємства-конкурента, неправдиву рекламу (чорні технології).



ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ

Зробити за планом теми (1 слайд) конспект в зошиті за допомогою презентації та посилань на джерела.

Питання з конкуренції, монополії (Мартін с.140-145).

Виконати завдання на стор.146 (Мартін).

Дякую за увагу!!!

