

РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

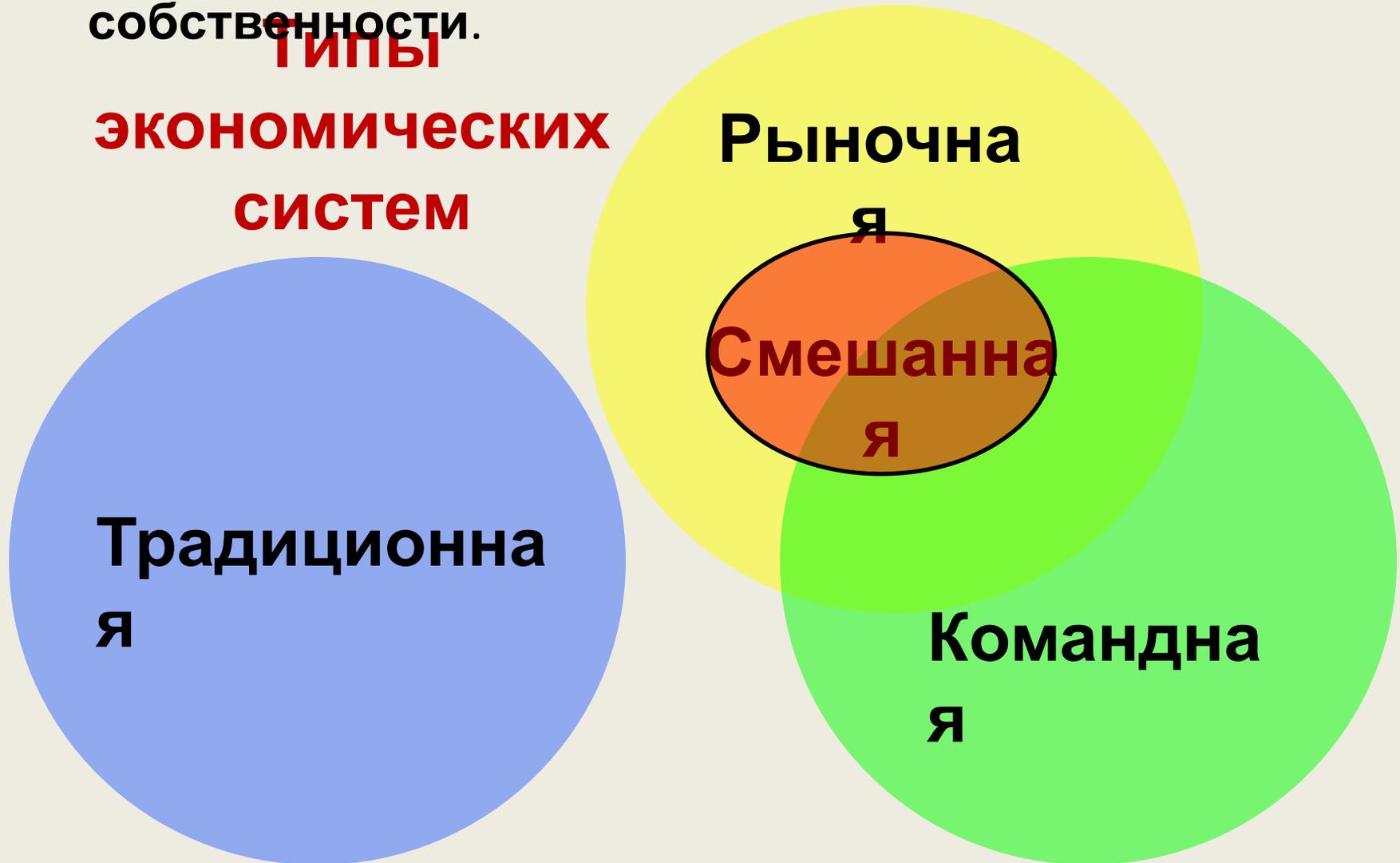
ПЛАН

- Экономические системы
- Рынок и его роль в экономической жизни
- Рыночные структуры
- Конкуренция и монополия

Экономическая система - это способ организации производства, распределения, обмена и потребления, основанный на существующих отношениях собственности.

ТИПЫ

**ЭКОНОМИЧЕСКИХ
СИСТЕМ**



**Традиционна
я**

**Рыночна
я**

**Смешанна
я**

**Командна
я**

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.

Рынок – совокупность всех отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг.

Основные параметры, регулирующие поведение участников рынка:

- **Спрос**
- **Предложение**
- **Цена**



**между ними
существует
взаимосвязь**

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

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

Факторы влияющие на спрос:

Ценовые факторы

- изменение **цены** при неизменности других факторов

Неценовые факторы

- изменение **других** факторов при неизменности цены

Закон спроса

Величина спроса находится в обратной зависимости от цены:



выше цена



ниже спрос

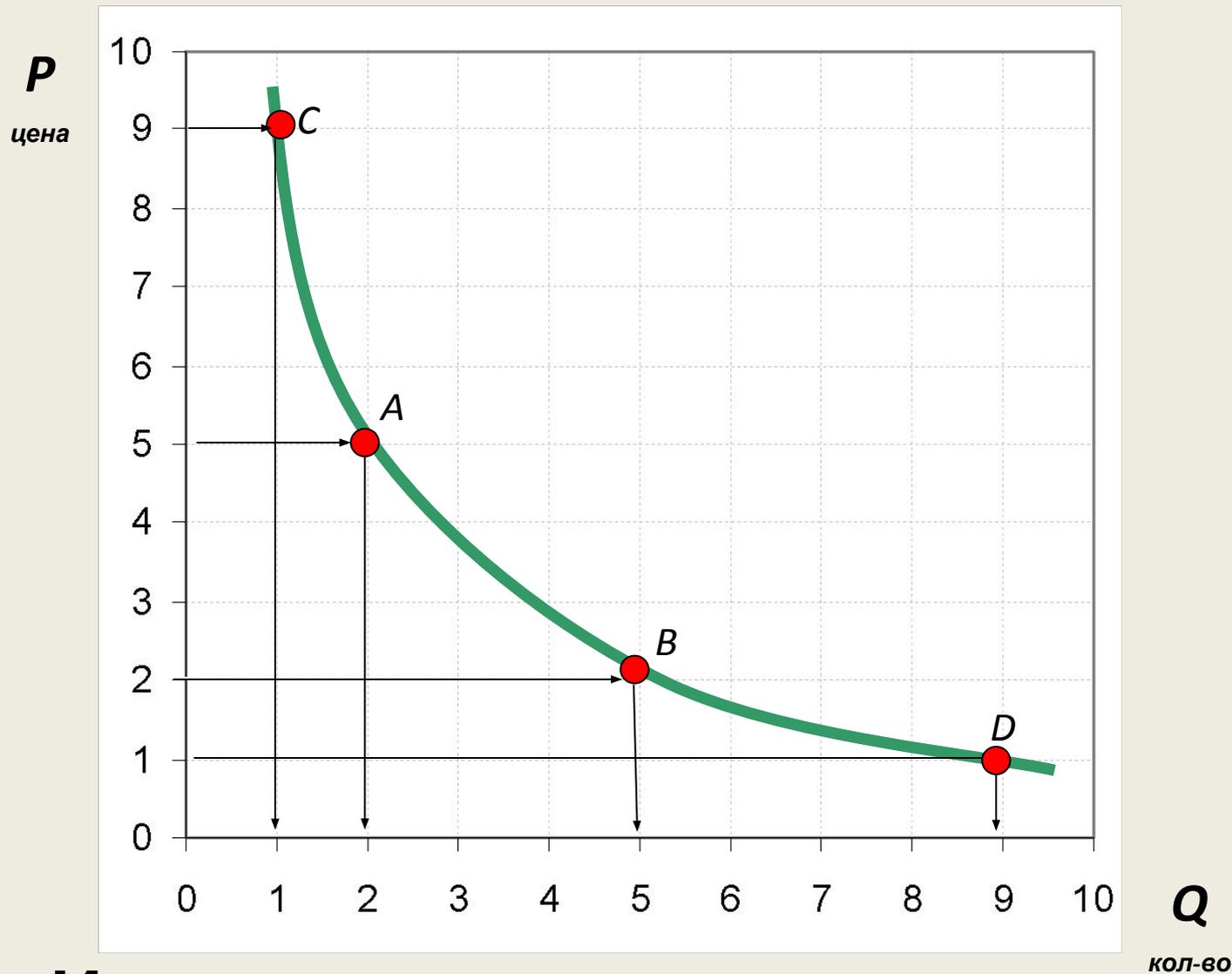


ниже цена



выше спрос

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

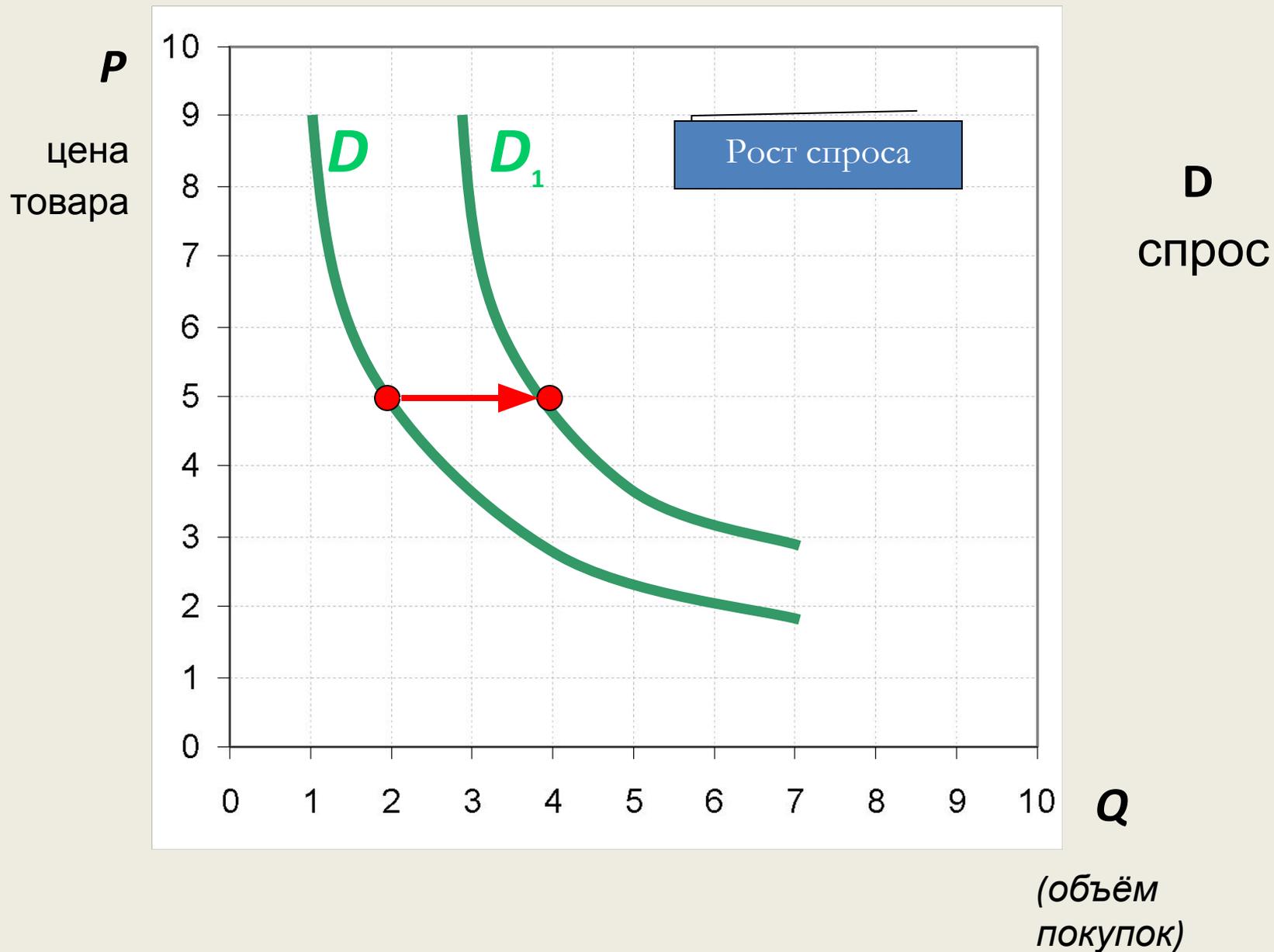


Изменение величины спроса

Неценовые факторы спроса:

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

Изменение функции спроса



Предложение - отражает **ГОТОВНОСТЬ** (желание и возможность) продавца продавать товары и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени.

Факторы влияющие на предложение:

Ценовые факторы

- изменение **цены** при неизменности других факторов

Неценовые факторы

- изменение **других** факторов при неизменности цены

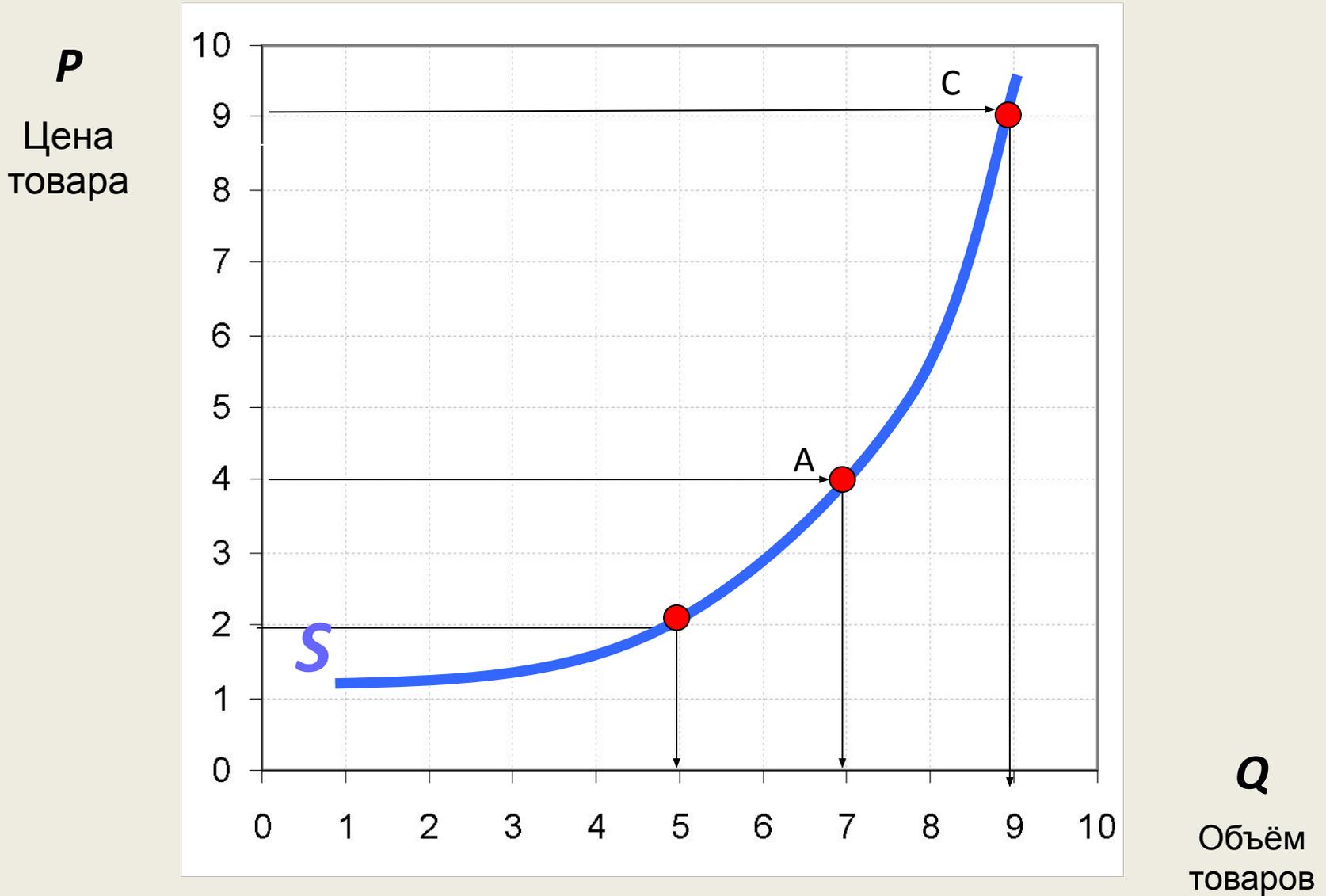
Закон предложения

**— величина предложения
находится в прямой зависимости
от цены:**

выше цена — выше предложение

ниже цена — ниже предложение

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



Предложение: изменение цены

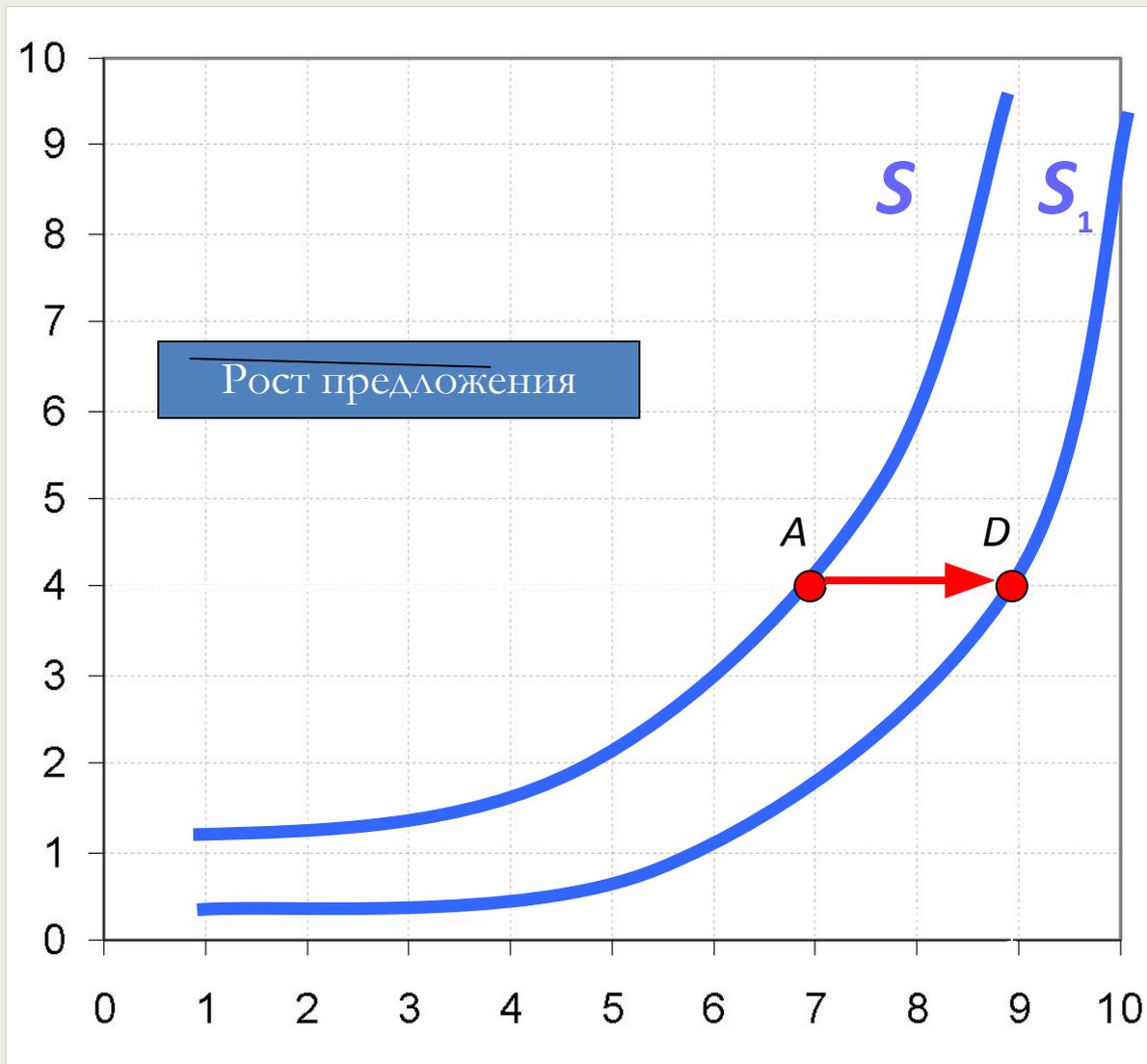
Неценовые факторы

предложения:

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

Изменение функции предложения

P
Цена
товара



Q
Объём
товара

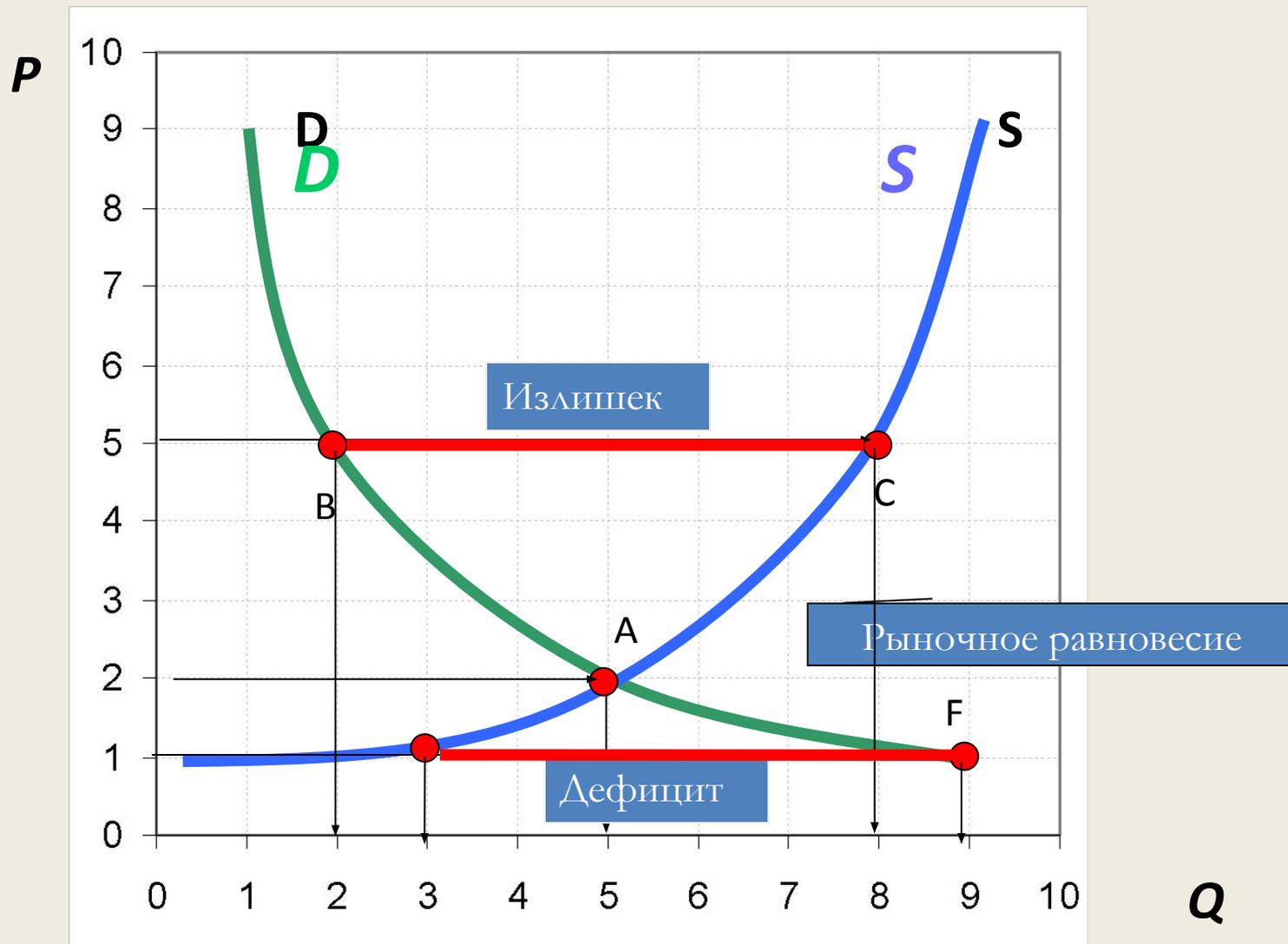
Рыночное равновесие

- **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»

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

Монополизи-
рованный
рынок

Регулируемый
рынок

По степени
насыщенности

Равновесный
рынок

Дефицитный
рынок

Избыточный
рынок

В соответствии с
действующим
законодательством

Легальный
рынок

Незаконный
рынок

Фондовый рынок *(рынок капитала)*

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



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

Ценная бумага – специальным образом оформленный финансовый документ, в котором зафиксировано право её владельца или предъявителя.

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



— части



- **Облигация** — удостоверение долга.

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
(чистая конкуренция)***
- ***Несовершенная
конкуренция
(монопольная)***
 - чистая монополия;
 - монопольная конкуренция;
 - Олигополия.

Рынки по типу конкуренции

Чистая конкуренция:

- 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, 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

Монополи

я

Монопсония – на рынке существует только один покупатель ресурсов или товаров, вынуждая производителя снижать цены, уменьшая объем закупок.

Формы монополии:

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

искусственные – союз фирм, заключающийся с целью подавления конкурентов и получения сверхприбыли.

Механизм образования **искусственных монополий**:

- 1) Объединяются несколько фирм в одну сверхфирму;
- 2) Эта сверхфирма устанавливает цены на свою продукцию ниже себестоимости;
- 3) Конкуренты не выдерживают этих цен и терпят банкротство;
- 4) Эта объединенная фирма становится **монополией** и устанавливает монопольно