A person from behind, wearing a light blue and white checkered short-sleeved shirt and black trousers, is walking down a brightly lit supermarket aisle. They are holding a red plastic shopping basket in their right hand. The aisle is lined with shelves of products, and the background is blurred with motion lines, suggesting a sense of movement and activity. The overall scene represents the market and its functioning.

РЫНОК
и механизм его
функционирования

План

1. *Понятие, признаки и функции рынка. Виды рынков.*
2. *Структура и инфраструктура рынка.*
3. *Механизм функционирования рынка. Законы спроса и предложения, установление "равновесной цены".*
4. *Конкуренция.*
5. *Функции и методы государственного регулирования рыночной экономики (самостоятельно).*

Что такое «рынок»?



ForexAW.com



ForexAW.com

РЫНОК (от англ. - market) - это:

- совокупность экономических отношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции;
- механизм, сводящий вместе продавцов и покупателей, в результате осуществляется оценка продукта и признается необходимость его производства;
- установленная система отношений между поставщиком услуг/товаров (продавцом) и потребителем этих услуг/товаров (покупателем)..

Условия возникновения рынка

- общественное разделение труда
- экономическая самостоятельность товаропроизводителей
- наличие частной собственности
- свобода предпринимательства
- свободное ценообразование
- **конкуренция**
- развитая инфраструктура



Виды рынков

по товарам и
услугам

Рынок товаров и услуг
(потребительский)

Рынок капитала
(средства производства
и ссудный капитал)

Рынок рабочей силы
(рынок труда)

Рынок информации

Рынок инвестиций

Рынок иностранных
валют

Фондовый рынок
Рынок ценных
бумаг

Рынок научно-технических
разработок и инноваций

Основные виды рынков

С точки зрения соответствия существующему законодательству	По пространственному (географическому) признаку
<ul style="list-style-type: none">▪ легальный (официальный) рынок▪ теневой (нелегальный, черный и т.д.) рынок	<ul style="list-style-type: none">▪ мировой▪ региональный▪ национальный▪ местный ▪ внутренний▪ внешний

Инфраструктура рынка - совокупность отраслей, обслуживающих нормальное функционирование рынка

РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ


- товарные биржи
- предприятия оптовой и розничной торговли
- аукционы
- ярмарки
- посреднические фирмы

ДЕНЕЖНЫЙ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ, ФОНДОВЫЙ РЫНКИ

- банки
- страховые компании, фонды
- фондовые биржи

РЫНОК ТРУДА

- Биржи труда
- Центры занятости



СПРОС
И ПРЕДЛОЖЕНИЕ.
Установление
равновесной цены

Задача

Вы располагаете некоторой суммой денег и хотите купить себе DVD диск. Продавец предлагает вам этот товар по цене 50 р. за штуку, и вы решаете купить три упаковки. Это означает, что **величина вашего спроса на DVD диск равна трем единицам товара.**

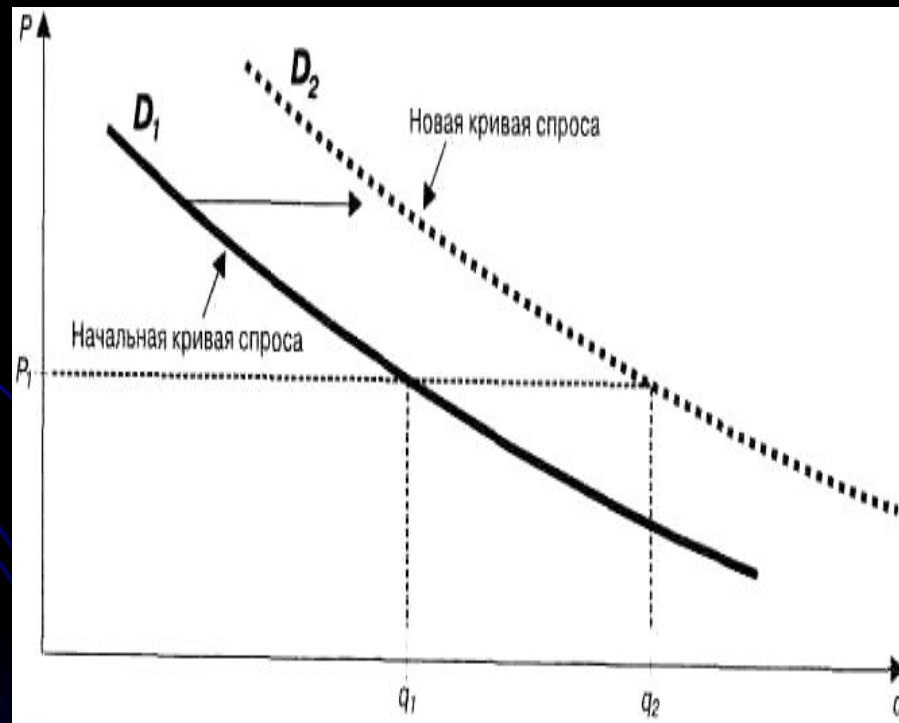
Но допустим, вы не купили товар у первого продавца, а решили подождать и посмотреть, почему продают DVD диск другие продавцы. Через некоторое время вам попадается человек, продающий тот же самый DVD диск по цене 40 р. за штуку. По такой цене вы согласны купить целых пять упаковок. Это означает, что **величина вашего спроса на DVD диск стала равна пяти единицам товара.**

- *Сформулируйте закон спроса.*

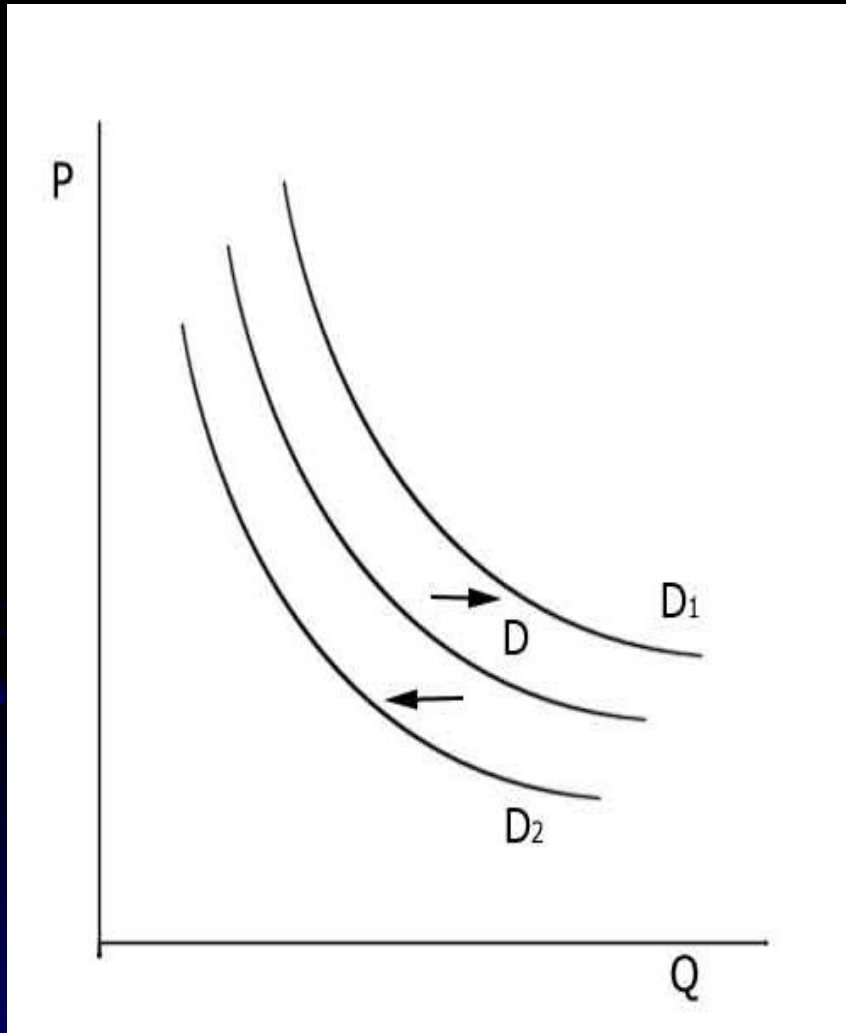
Закон спроса



- **Чем меньше цена, тем выше спрос, и наоборот (обратная зависимость между ценой и величиной спроса).**



Функция спроса (Q_d)



Функция спроса — функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него факторов.

Кривая спроса показывает какое количество экономических благ готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени.

Факторы влияющие на спрос:

1. Изменение доходов потребителей
2. Изменение вкусов и предпочтений
3. Ценовые и дефицитные ожидания
4. Реклама
5. Изменение цен на товары — субституты и комплиментарные товары
6. Изменение количества покупателей
7. Мода и сезонность и др.

Под влиянием ценовых и неценовых факторов происходит перемещение кривой D вправо (D_1) - при увеличении спроса, влево - при уменьшении (D_2).

Задача

Вам поступает заказ изготовить сувенирную шкатулку, за нее вы получите **150 руб.**

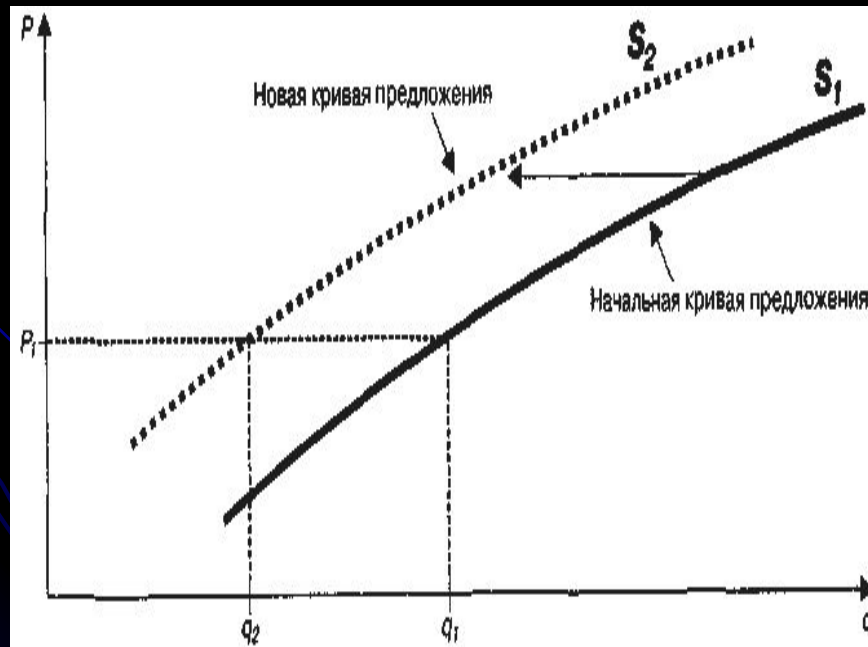
Получив шкатулку, заказчик убеждается в качестве продукции и заказывает вам еще **3 штуки**. Но вскоре вам поступает еще один заказ срочно изготовить такие же шкатулки в количестве **5 штук** по цене **200 руб. за штуку**.

1. Какой заказ вы выполните в первую очередь?
 2. Почему?
- *Сформулируйте закон предложения.*

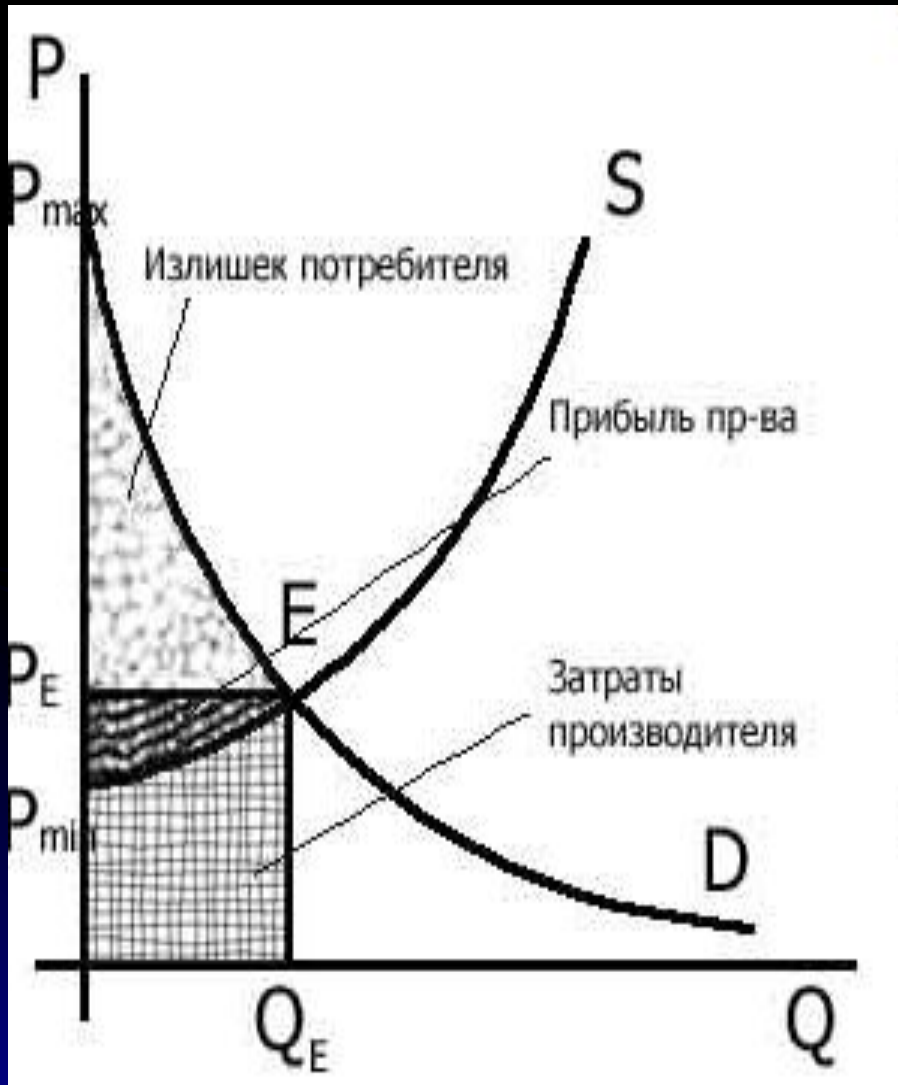
Закон предложения



Чем выше цена, тем больше величина предложения товара, и наоборот (прямая зависимость между ценой и количеством предлагаемой продукции).



Функция предложения Q_s



Функция предложения — определяет предложение в зависимости от влияющих на него факторов.

Кривая предложения показывает, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени.

Факторы влияющие на предложение:

1. Цены факторов (ресурсов) производства
2. Технология производства
3. Ценовые и дефицитные ожидания производителей
4. Размер налогов и субсидий
5. Количество производителей

Если влияет ценовой фактор, изменяется величина предложения:

- цена (P) на товар растет – предложение увеличивается и кривая p . сместится вверх и вправо,
- снижение P уменьшает предложение и кривая p . смещается вниз и влево.



Равновесная

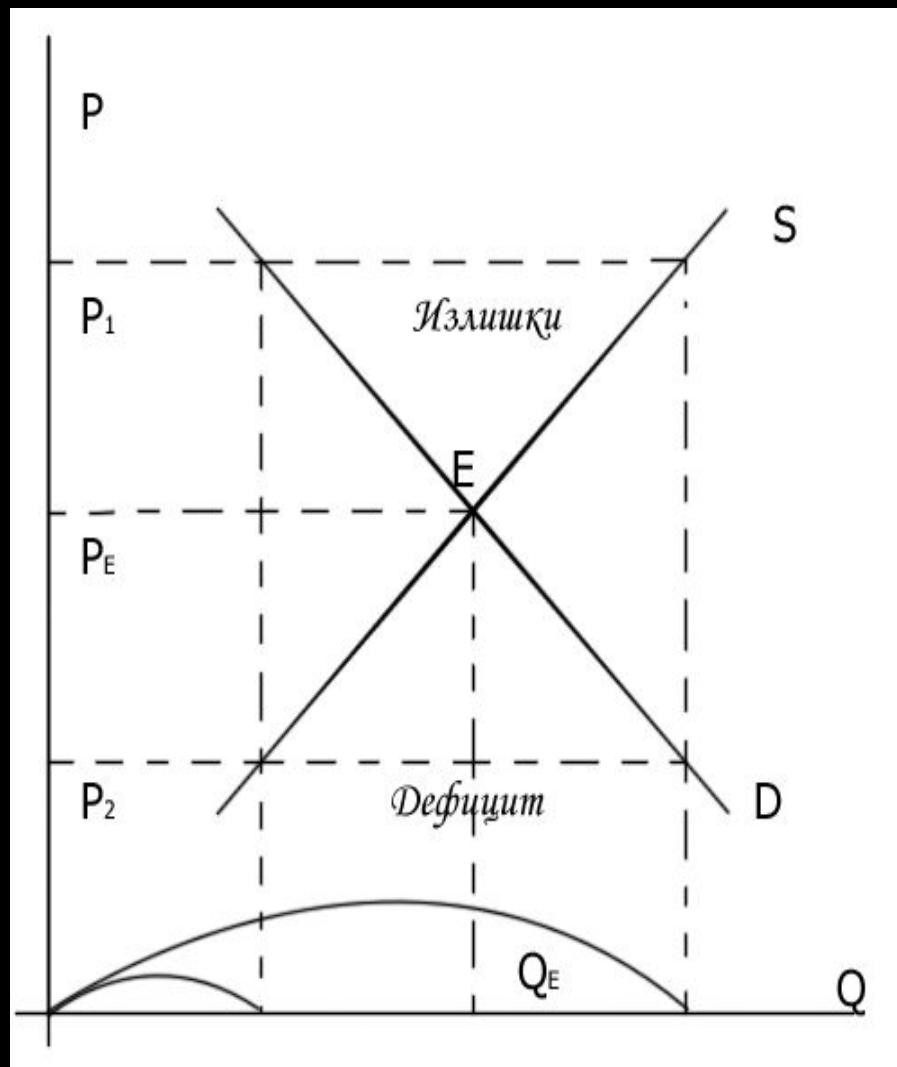
(рыночная)

цена (P_E) — это

цена,

уравновешивающая

спрос и предложение



Эластичность спроса / предложения — это численная характеристика, показывающая, на сколько процентов изменится первый показатель при изменении второго на 1%.

- **Эластичными по цене** считаются спрос или предложение, когда изменение величины спроса (предложения) больше изменения цены ($E > 1$).
- **Неэластичными** считаются спрос или предложение, когда изменение величины спроса (предложения) меньше изменения цены ($E < 1$).

• **Товары с эластичным спросом по цене**

- предметы роскоши (драгоценности, деликатесы);
- товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета (мебель, бытовая техника);
- легкозаменяемые товары (мясо, фрукты).

• **Товары с неэластичным спросом по цене**

- предметы первой необходимости (лекарства, обувь, электричество);
- товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета (карандаши, зубные щётки);
- трудно заменяемые товары (хлеб, электрические лампочки, бензин).

Неценовые факторы, влияющие на изменение эластичности


- **Наличие заменителей (субститутов) у данного товара.** Если есть заменители, то спрос эластичный (мыло-порошок, автобусы - троллейбусы). Если нет заменителей – спрос неэластичный (электроэнергия).
- **Степень необходимости товара для потребителей.** Жизненно важные товары – спрос неэластичный (продукты питания, жильё). Предметы роскоши (украшения, автомобили) – спрос эластичный.
- **Доля расходов на товар в семейном бюджете.** Дешёвые товары (соль, спички, мыло) – спрос неэластичный. Дорогие товары (мебель, телевизор) – спрос эластичный.
- **Фактор времени.** Спрос в долгосрочном периоде эластичен, т.к. люди постепенно находят заменители подорожавшему товару. Спрос, ограниченный коротким промежутком времени, неэластичен (цветы к празднику 8-ое Марта).

- **Комплементарные товары** – это взаимодополняющие товары или это такие пары товаров, для которых рост цены одного товара приводит к падению спроса на другой товар.

- Например, бумага и ручка, ноутбук и «мышь», стол и стул, автомобиль и бензин и т.д.

- **Товары-субституты**
 - взаимозаменяемые товары.Характеризуются тем, что рост цены на один товар вызывает увеличение потребления другого.

- Например, апельсины и мандарины, кофе и чай, уголь и дрова, масло и маргарин и т.д.



РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

- **Конкуренция** (от лат. *concurrere* - сталкиваться) – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.
- *По А.Смиту, конкуренция - "невидимая рука" рынка, которая координирует деятельность его участников.*

Виды и формы конкуренции

По методам
осуществления

Ценовая

Неценовая

По отраслевой
принадлежности

Внутри-
отраслевая

Межотраслевая

По степени
свободы

Свободная
(совершенная)

Монополисти-
ческая
(несовершенная)

Тип рыночной конкуренции	Количество и размеры фирм	Характер продукции	Условия входа и выхода	Доступность информации
<i>Свободная (чистая, совершенная) конкуренция</i>	Множество мелких фирм	Однородная продукция	Никаких затруднений	Равный доступ ко всем видам информации
<i>Монополистическая (несовершенная) конкуренция</i>	Множество мелких фирм, но идет процесс укрупнения	Разнородная продукция	Никаких затруднений	Некоторые затруднения
<i>Олигополия</i>	Несколько крупных фирм	Как разнородная, так и однородная продукция	Возможны препятствия	Существенные ограничения
<i>Монополия</i>	Одна фирма	Уникальная продукция, не имеющая близких заменителей	Практически непреодолимые препятствия на входе	Недоступна

Естественные монополии- это монополии, разрешенные государством.

- К ним относятся: коммунальные службы, железные дороги, телефонные компании, поставщики газа, электричества. Конкуренция среди них может только повредить обществу.
- Они подлежат общественному регулированию. В частности, цены или тарифы на их продукцию очень часто определяются федеральными или региональными гос.службами, ведомствами.

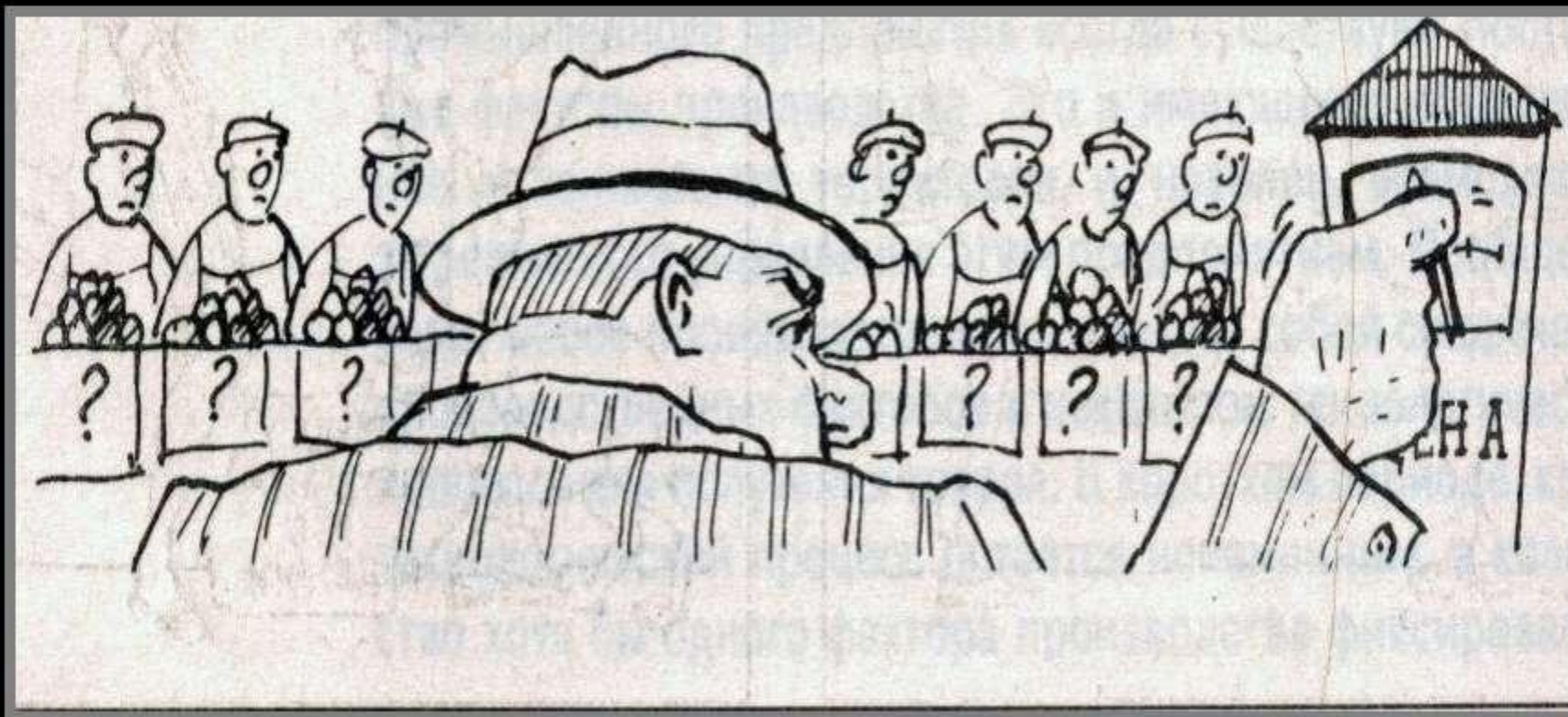


Общественные потери монополизации рынка

- монополия препятствует эффективному распределению ресурсов поскольку монополистические фирмы необязательно производят по минимальным средним издержкам ($\min LAC$), как при совершенной конкуренции;
- монополия может создать искусственный дефицит, покупатели вынуждены покупать товары, изготавливаемые крупными компаниями, по более высоким ценам.
- монополии могут тормозить развитие НТП.

Монопсония

- монополия покупателя

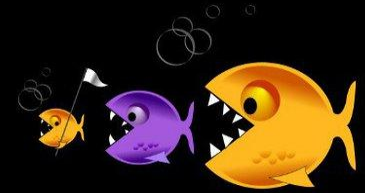


Когда подобная ситуация может возникнуть?

Характеристика видов конкуренции

конкуренция	субъекты	объекты и цель	предпосылки	результат
Внутриотраслевая	Предприятия одной отрасли	Лучшие условия производства и сбыта	Различия индивидуальной стоимости и сбыта	Рыночная цена на однородные товары, разорение неэффективных предприятий
межотраслевая	Предприятия разных отраслей	Сфера наиболее прибыльного вложения капитала	Различные нормы прибыли в разных отраслях	Средняя норма прибыли и пропорциональность экономики

Конкуренция



Ценовая

Снижение цен на товары и услуги
в сравнении с соперниками.

Неценовая

Другие (неценовые) меры
привлечения покупателей.
Какие?

Методы конкурентной борьбы

Экономические

Ценовые

Повышение
цен

Понижение
цен

Неценовые

Реклама

Контракты

Неэкономические

Угрозы

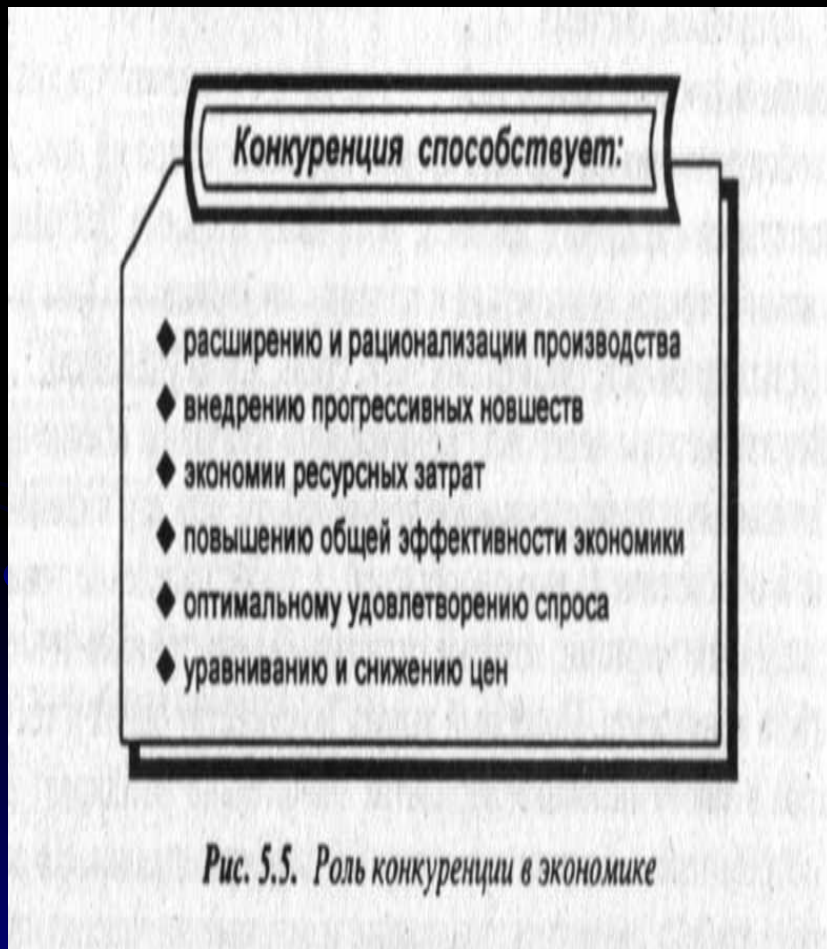
Шантаж, пр.



**КУПИВШЕМУ 3
ДИСКА ПО ЦЕНЕ 4-Х,
1 ДИСК В ПОДАРОК!**

Роль конкуренции

Положительная



Отрицательная

- 1) Придает бизнесу определенную нестабильность, создает условия для безработицы, инфляции и банкротства;
- 2) Ведет к дифференциации выгод и создает условия для их несправедливого распределения;
- 3) Ее следствием может быть перепроизводство товаров и не догрузка мощностей в периоды производственных спадов.

“Экономическая конкуренция - это не война, а соперничество в интересах друг друга”.

Эвин Кэннан

“Конкуренция обеспечивает наилучшее качество продуктов и развивает наилучшие качества людей”.

Дэвид Сарнофф

“Конкуренция — жизнь торговли и смерть торговцев”.

Элберт Хаббард

Подготовка к семинару

- ❑ **Знать** новые понятия и термины, формулировки законов спроса и предложения.
- ❑ **Знать** определение ценовой и неценовой эластичности и уметь ее рассчитать.
- ❑ **Знать** функции и методы государственного регулирования рыночной экономики.
- ❑ **Уметь** графически построить функцию спроса и предложения, рассчитать равновесный объем спроса, предложения и равновесную цену.



Тема доклада к семинару

- *Функции и методы государственного регулирования рыночной экономики*



Рекомендуемая литература:

- Валовой, Д.В. Рыночная экономика. Возникновение, эволюция и сущность. – М.: Инфра-М, 2004
- Курс экономической теории / под ред. проф. Чепурина М.Н., проф. Киселёвой Е. А. – Киров, "АСА" 2003
- Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики /Р.М. Нуреев// – М.: Изд-во НОРМА, 2004
- Макконнелл К., Брю С. Экономикс.— М.: Республика, 1992
- Портер Майкл Конкуренция / Michael E. Porter on *Competition*. — М.: «Вильямс», 2006. — С. 608

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

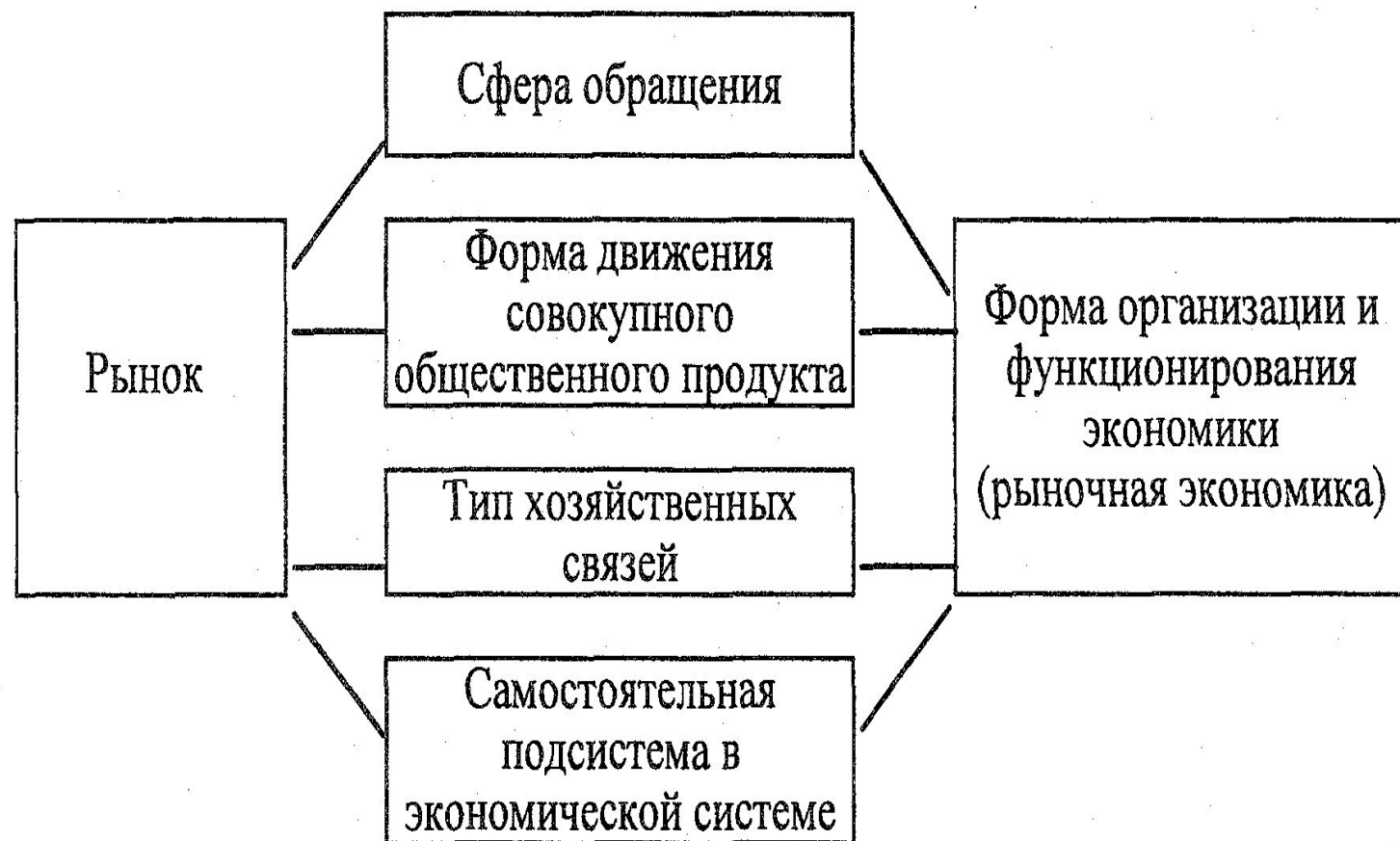


ForexAW.com



ForexAW.com

Сущность рынка: черты, функции и роль в общественном производстве



Совершенная конкуренция

- рынок, где множество фирм продают совершенно одинаковые товары, и ни одна компания не обладает достаточно большой долей рынка, способной влиять на рыночную цену.

Шесть основных черт СК:

1. Множество фирм и их незначительные размеры в отрасли.
2. Множество покупателей.
3. Однотипная (стандартизированная) продукция.
4. Легкие условия для входа в отрасль и выхода из нее других фирм.
5. Отсутствие ценовой конкуренции между продавцами.
6. Полная информированность всех участников рынка относительно изменения цен и свойств товаров.

Несовершенная конкуренция — состояние рынка, на котором много покупателей и мало продавцов и наоборот; действия по подавлению конкуренции со стороны других фирм.

Используемые средства

- демпинговые цены
- создание входных барьеров на рынок
- ценовая дискриминация (продажа одного и того же продукта по разным ценам)
- использование или разглашение конфиденциальной научно-технической, производственной и торговой информации
- распространение ложных сведений в рекламной или иной информации
- замалчивание важной для приобретателя информации

Потери от несовершенной конкуренции

- неоправданный рост цен
- увеличение затрат производства и обращения
- замедление научно-технического прогресса
- снижение конкурентоспособности на мировых рынках
- падение эффективности экономики