

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА Лекция 3

«Рынок не производит предметов, а передает информацию о них».

Ф.А. фон Хайек

Виды экономических систем

Экономическая система

Экономическая система — это совокупность взаимосвязанных экономических элементов, образующих определенную целостность, экономическую структуру общества; единство отношений, складывающихся по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ.

ЧТО? КАК? ДЛЯ КОГО ПРОИЗВОДИТЬ?

По тому, как общество отвечает на 3 основных вопроса экономики, выделяют 4 типа экономических систем.

- 1) **Традиционная.** Ответы на вопросы дают традиции и обычаи. Опирается на хозяйственный опыт.
- 2) **Командно-административная.** Ответы на вопросы даёт государство. Централизованное планирование, распределение, ценообразование.
- 3) **Рыночная.** Ответы на вопросы дают потребители и производители. Индивидуальный интерес, выгода.
- 4) **Смешанная.** Ответы на вопросы дают рынок и государство. Разнообразие форм собственности. Государство решает социальные проблемы. Правовая защита потребителей и производителей.

Экономическая система – принципы, механизмы и способы распределения ограниченных ресурсов для удовлетворения потребностей людей.

Сравнительная таблица экономических систем

Типы экономических систем	Что производить?	Как производить?	Для кого производить?	Роль государства	Собственность
Традиционная	Традиционные блага	Решает община	Решает община	Активная	Общинная
Командно-административная	Общественные блага	Решает государство	Для всех потребителей	Определяющая	Государственная
Рыночная	Потребительские товары	Решает производитель	Для конкретных потребителей	Охранная	Частная
Смешанная	Общественные и потребительские товары	Решают производитель и государство	Для всех и для конкретных потребителей	Охранная Антимонопольная Законодательная и судебная Перераспределение доходов Информационная	Многообразие равноправных форм

Традиционная экономика

Традиционная экономика основана на традициях, передающихся от поколения к поколению. Эти традиции определяют, какие товары и услуги производить, для кого и каким образом. Перечень благ, технология производства и распределение базируются на обычаях данной страны. Экономические роли членов общества определяются наследственностью и кастовой принадлежностью.

Характерные черты:

- Широкое распространение ручного труда
- Локальная замкнутость производства
- Применение примитивных технологий
- Многоукладность экономики (существование различных форм хозяйствования)
- Активная роль государства
- Значительная роль иностранного капитала
- Социальная сплоченность общества
- Преобладание традиций и обычаев

**Преимущества
традиционной
экономики**

стабильность

**предсказуемо
сть**

**добротность и
большое
количество благ**

**Недостатки
традиционной
экономики**

**беззащитность
перед внешними
воздействиями**

**неспособность к
самосовершенствов
анию, к прогрессу**

Рыночная экономика

- экономическая система, основанная на частной собственности на средства производства и на решениях, принимаемых частными лицами и фирмами самостоятельно и независимо друг от друга.

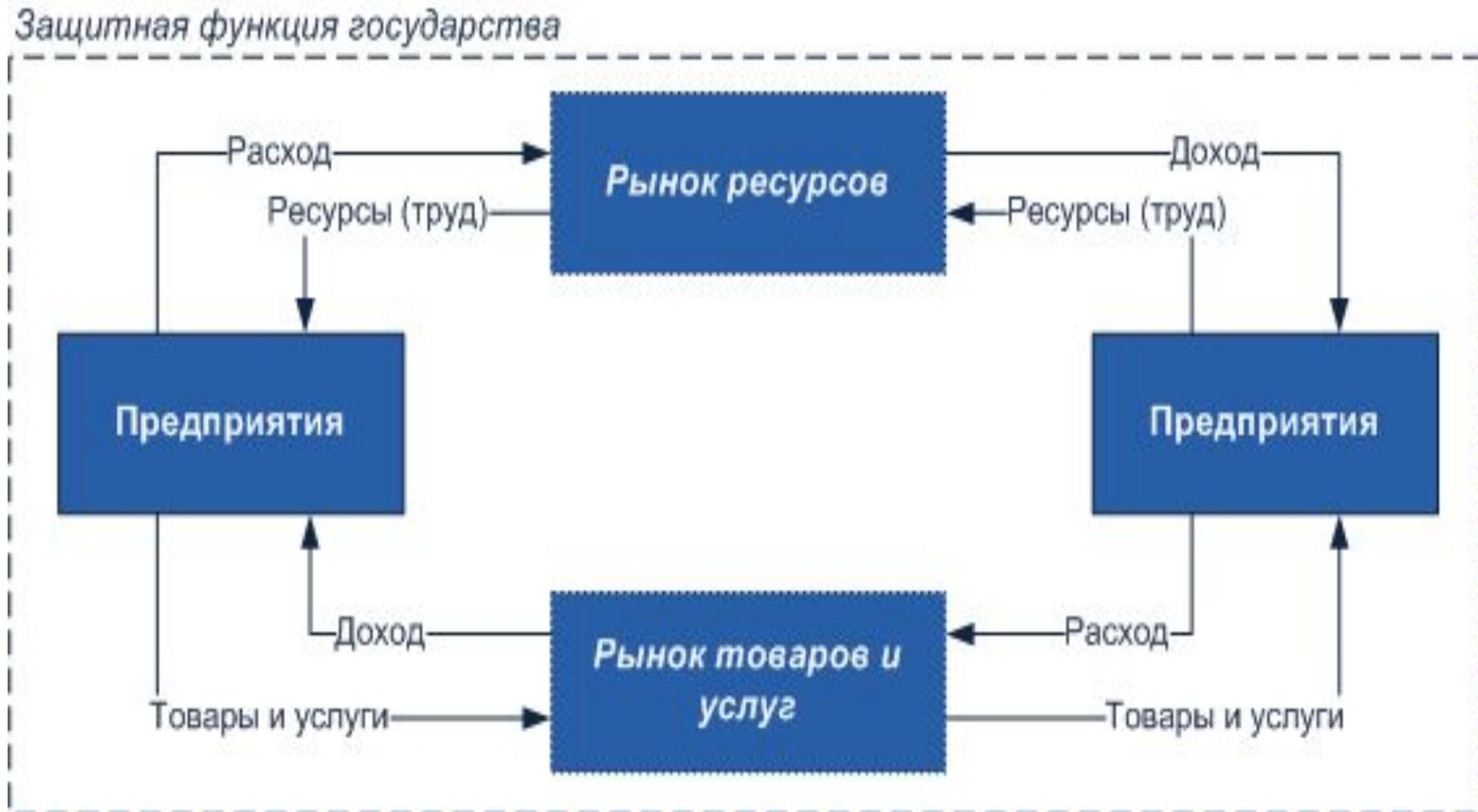
Что, как и для кого производить определяет рынок через механизм [спроса и предложения](#).

Правительство не вмешивается в экономику. Его роль сводится к защите частной собственности, установлению законов, облегчающих функционирование свободных рынков.

Характерные черты:

- **Частная собственность практически на все экономические ресурсы**
- **Экономическое планирование на уровне предприятия, фирмы**
- **Экономическая обособленность товаропроизводителей**
- **Наличие множества самостоятельно действующих покупателей и продавцов каждого товара**
- **Договорные отношения между хозяйствующими субъектами**
- **Ценообразование на основе соотношения спроса и предложения**

Общая схема рыночной экономики



Преимущества рыночной экономики

обеспечение саморегулирования структуры производства

обеспечение эффективного
распределения ресурсов между
отраслями и регионами

установление общественно
необходимых условий
производства

стимулирование роста
производительности труда и
качества продукции, развития
НТП

гибкое реагирование на
спрос

эффективное выполнение
санирующей функции

обеспечение свободы
экономической
деятельности

предпосылка развития демократии в
стране, обеспечение свободы
личности

Недостатки рыночной экономики

неспособность рыночных механизмов удовлетворять многие потенциальные общественные потребности

усиление социально-экономической дифференциации населения

рост монополистических тенденций в экономике

постоянные нарушения рыночного равновесия

не решаются экологические проблемы, не стимулируется развитие фундаментальной науки

Командная экономика

Командная экономика основана на государственной собственности на все материальные ресурсы. Отсюда все экономические решения принимаются государственными органами посредством централизованного (директивного планирования).

Каждому предприятию **производственным планом предусматривается, что и в каком объеме производить**, выделяются определенные ресурсы, тем самым государство решает вопрос как производить, указываются не только поставщики, но и покупатели, то есть решается вопрос, для кого производить.

Средства производства распределяются между отраслями на основании долговременных приоритетов, определяемых плановым органом.

Способ обмена - административный, командный

Характерные черты:

Общественная собственность практически на все экономические ресурсы

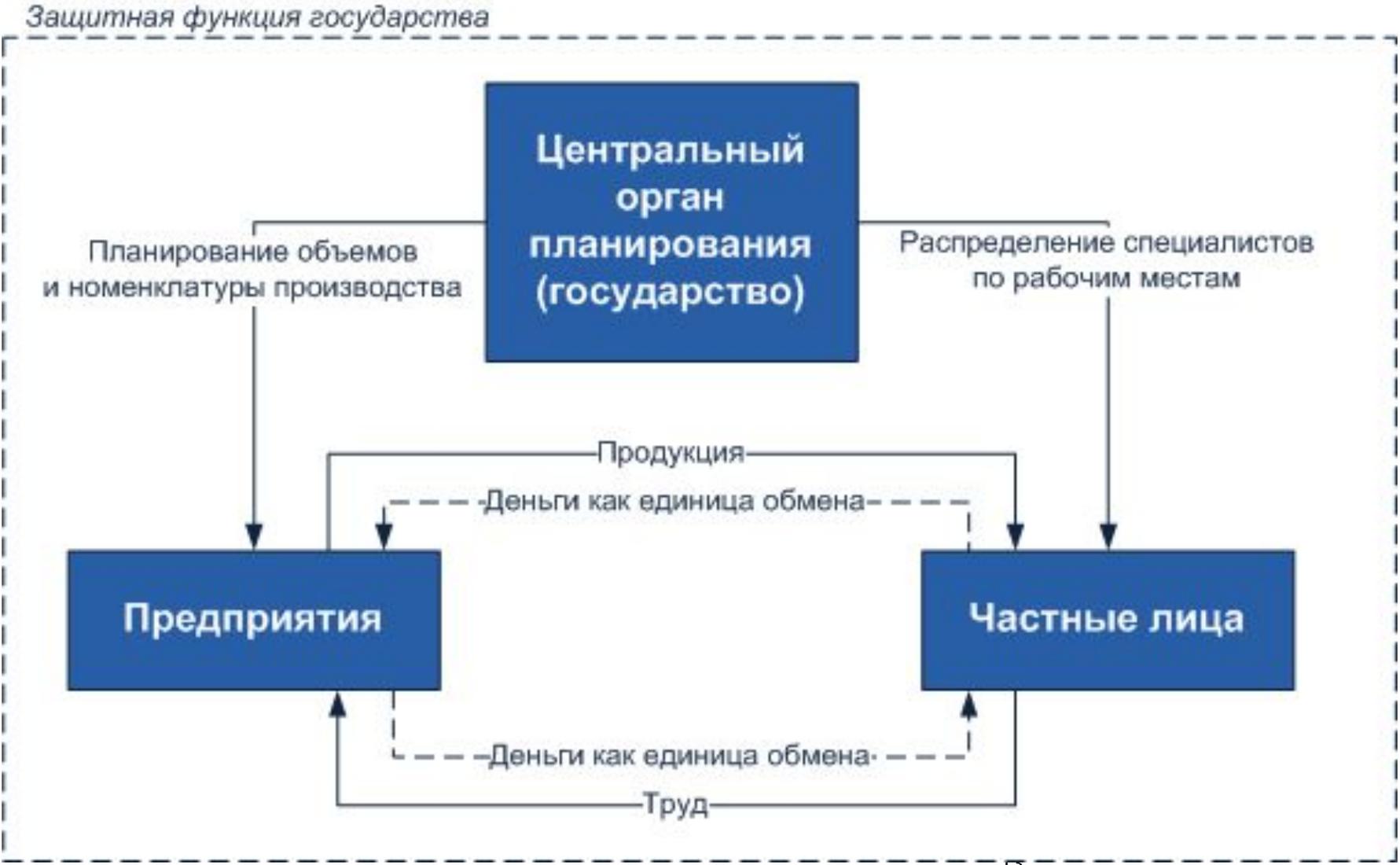
Централизованное экономическое планирование как основа хозяйственного механизма

Централизованное распределение ресурсов

Административное установление цен на товары и услуги

Монополизация и бюрократизация экономики в специфических формах

Общая схема командно-административной экономики



Преимущества командно-административной экономики

**Быстрое
сосредоточение
всех ресурсов
общества для
решения жизненно
важных задач**

**Снижение или
полное отсутствие
некоторых видов
транзакционных
издержек**

**В значительной степени
устранение циклических
колебаний, обеспечение
полной трудовой
занятости и сглаживание
неравенства в
распределении доходов**

**Фильтрация
ассортимента
производимых
товаров и услуг**

Недостатки командно-административной экономики

Невозможность плановых заданий объективно отражать потребности общества в тех или иных товарах

Необходимость содержания огромного бюрократического аппарата

Отсутствие стимулов повышения качества товаров

Отсутствие высоких стимулов к труду

Неспособность производить своевременную замену устаревшего оборудования

Концентрации большой власти в руках одного человека (группы лиц)

Большие размеры теневого сектора

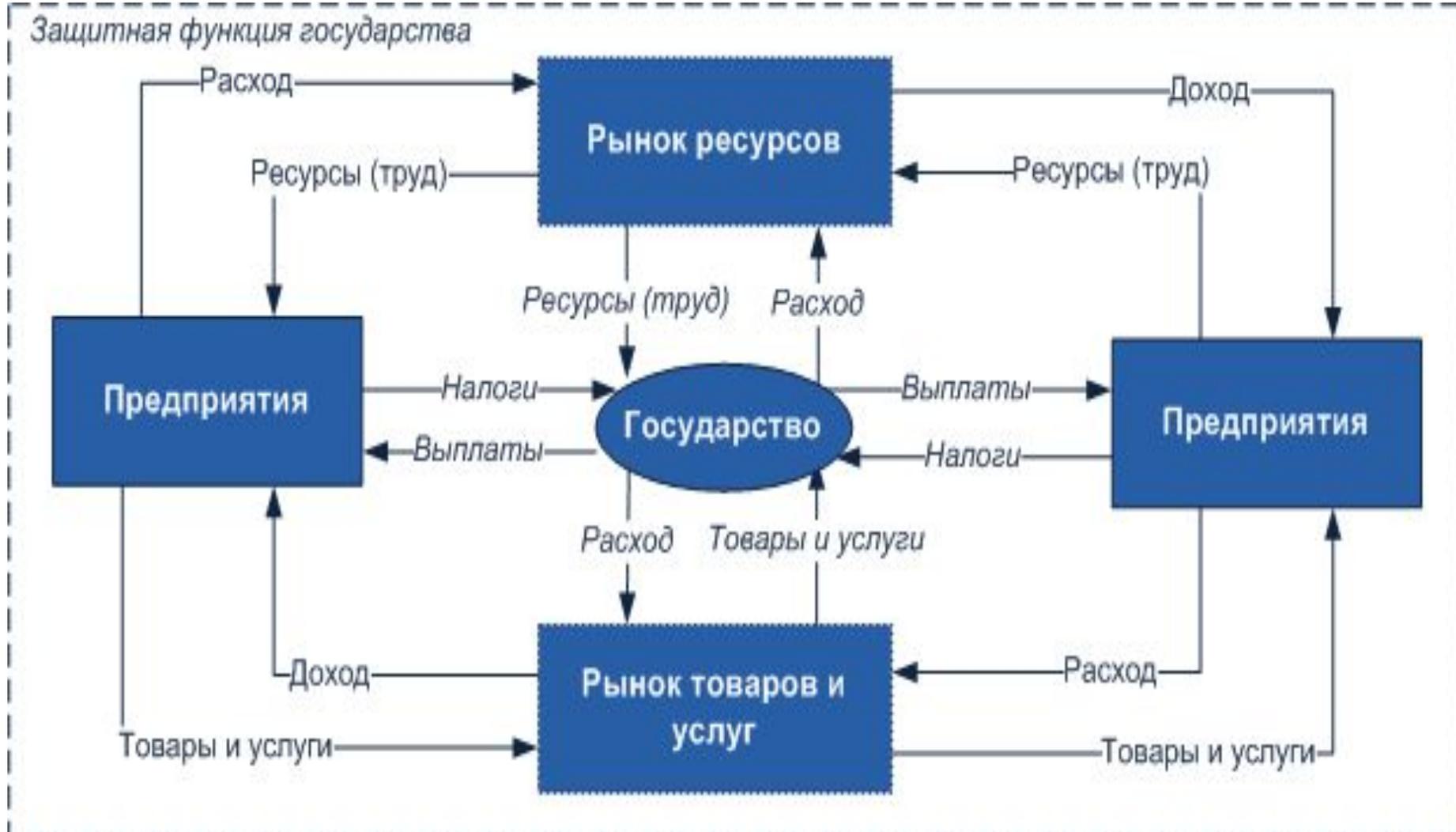
Смешанная экономическая система

-экономическая система, основанная на многообразии равноправных форм собственности на средства производства, в которой решения субъектами экономики принимаются самостоятельно, но под воздействием со стороны государства

Характерные черты:

- Законодательное обеспечение равноправия различных форм собственности
- Сочетание экономического планирования и экономического прогнозирования
- Использование государством преимущественно косвенных, экономических регуляторов
- Обеспечение со стороны государства социальной защиты граждан
- Защита конкурентных начал в экономике страны
- Ценообразование на основе соотношения спроса и предложения с активным участием в этом процессе государства

Общая схема смешанной экономики



Смешанная экономическая система

Общественные блага — это совокупность товаров и услуг, которые предоставляются населению на безвозмездной основе, за счет финансовых средств государства.

Основные свойства:

неконкурентность,
неисключаемость

Общественные блага:

- Чистые (например, национальная оборона, услуги пожарных и аварийно-спасательных служб);
- Смешанные (например, услуги автомагистралей, общественного транспорта).

РЫНОК

РЫНОК

способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов

совокупность товарно-денежных отношений, возникающих в результате купли-продажи товаров, услуг и работ

механизм, позволяющий определять соотношение спроса и предложения на различные виды товаров и услуг.

РЫНОК

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Способствует более эффективному использованию ресурсов.
- Вызывает необходимость гибко реагировать и быстро адаптироваться к изменяющимся условиям производства.
- Создает условия по оптимальному использованию НТП при создании новых товаров, внедрении новых технологий, методов организации и управления производством.
- Обеспечивает свободу выбора, действий потребителей и производителей.
- Нацеливает производителей на удовлетворение потребностей и повышение качества товаров и услуг.

НЕДОСТАТКИ

- Отрицательно сказывается на защите окружающей среды.
- Не обеспечивает развития производства товаров и услуг коллективного использования (дамбы, общественный транспорт).
- Не создает условий для развития фундаментальной науки, системы образования и т. д.
- Не гарантирует прав на труд, отдых, доход.
- Не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости.
- Не гарантирует полной занятости и стабильного уровня цен.

Классификация рынков :

По экономическому назначению объектов рыночных отношений

- Рынок товаров потребления и средств производства
- Рынок рабочей силы (биржа труда)
- Рынок капиталов (фондовая биржа)
- Рынок информации

По географическому положению

- Местный
- Национальный
- Мировой

По характеру продаж

- Оптовый
- Розничный

По характеру функционирования

- Стихийный
- Регулируемый
- Легальный и нелегальный

По степени ограничения конкуренции

- Свободная (чистая, совершенная).
- Монополистическая конкуренция.
- Олигополия.
- Монополия.

Основные субъекты рыночного хозяйства

ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО

Основная структурная единица. Потребляются конечные продукты сферы материального производства и сферы услуг.

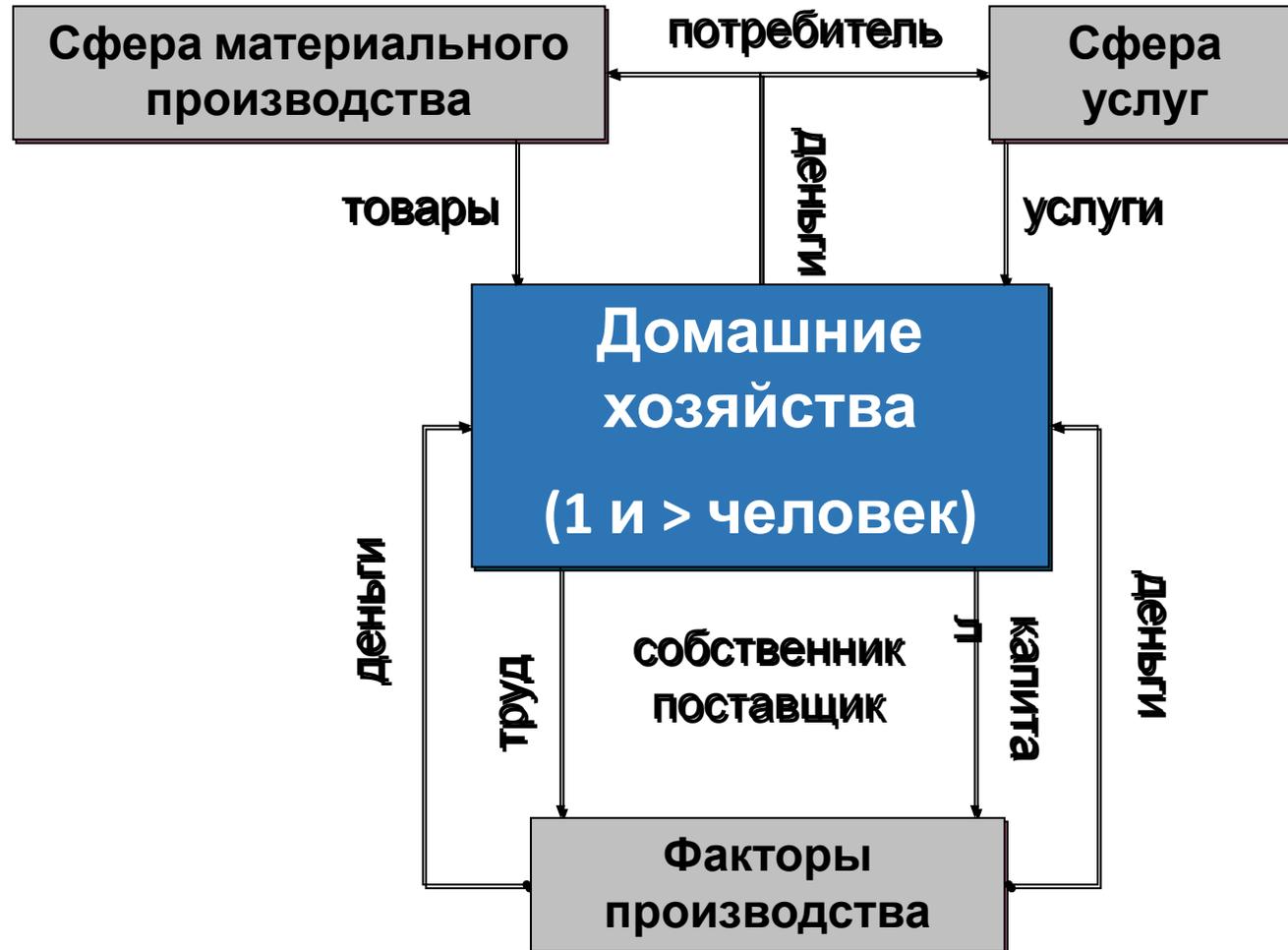
БИЗНЕС

Деловое предприятие, функционирующее с целью получения дохода (прибыли).

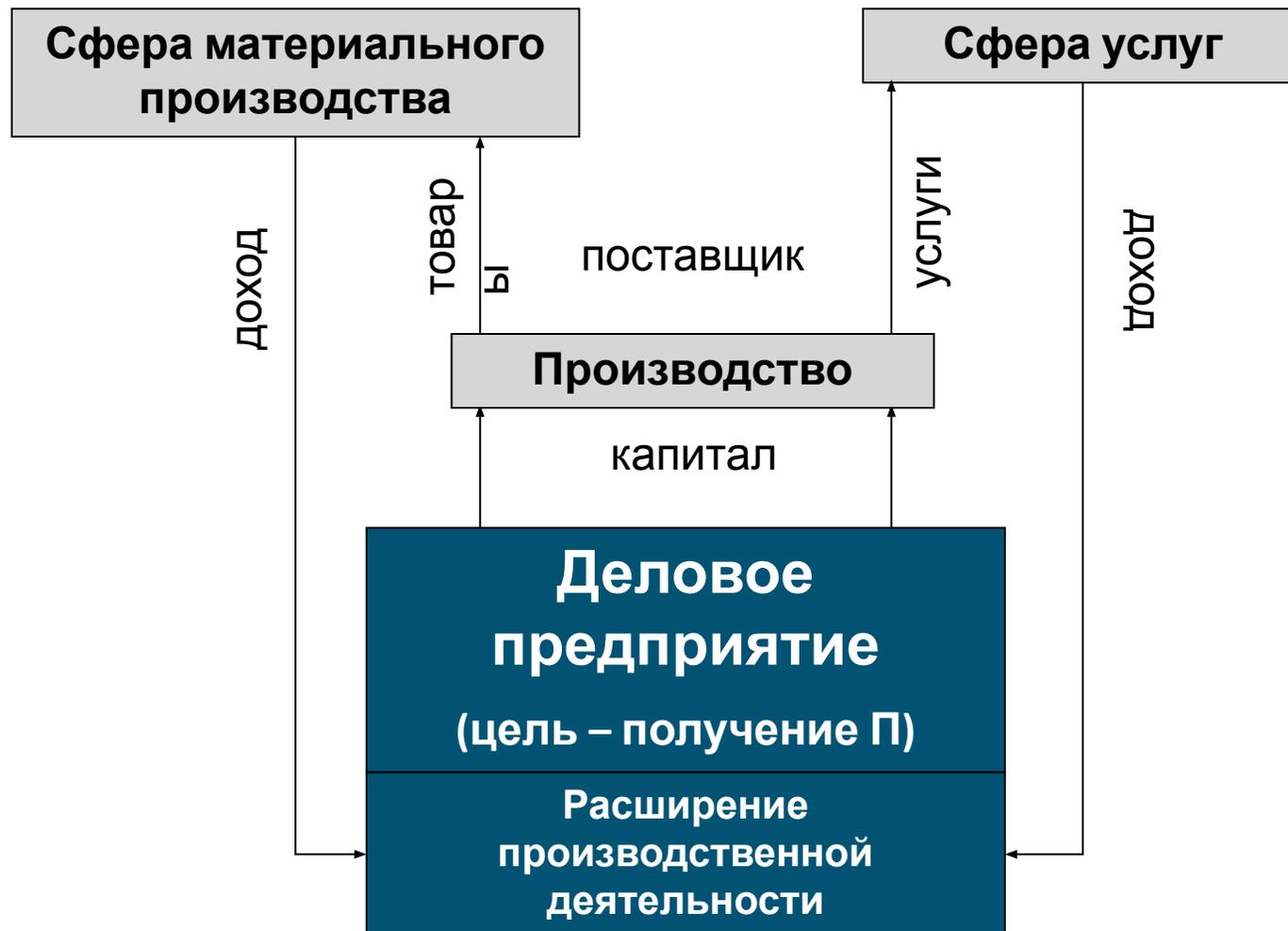
ПРАВИТЕЛЬСТВО

Представлено бюджетными организациями, которые реализуют функции государственного регулирования экономики.

Домашние хозяйства



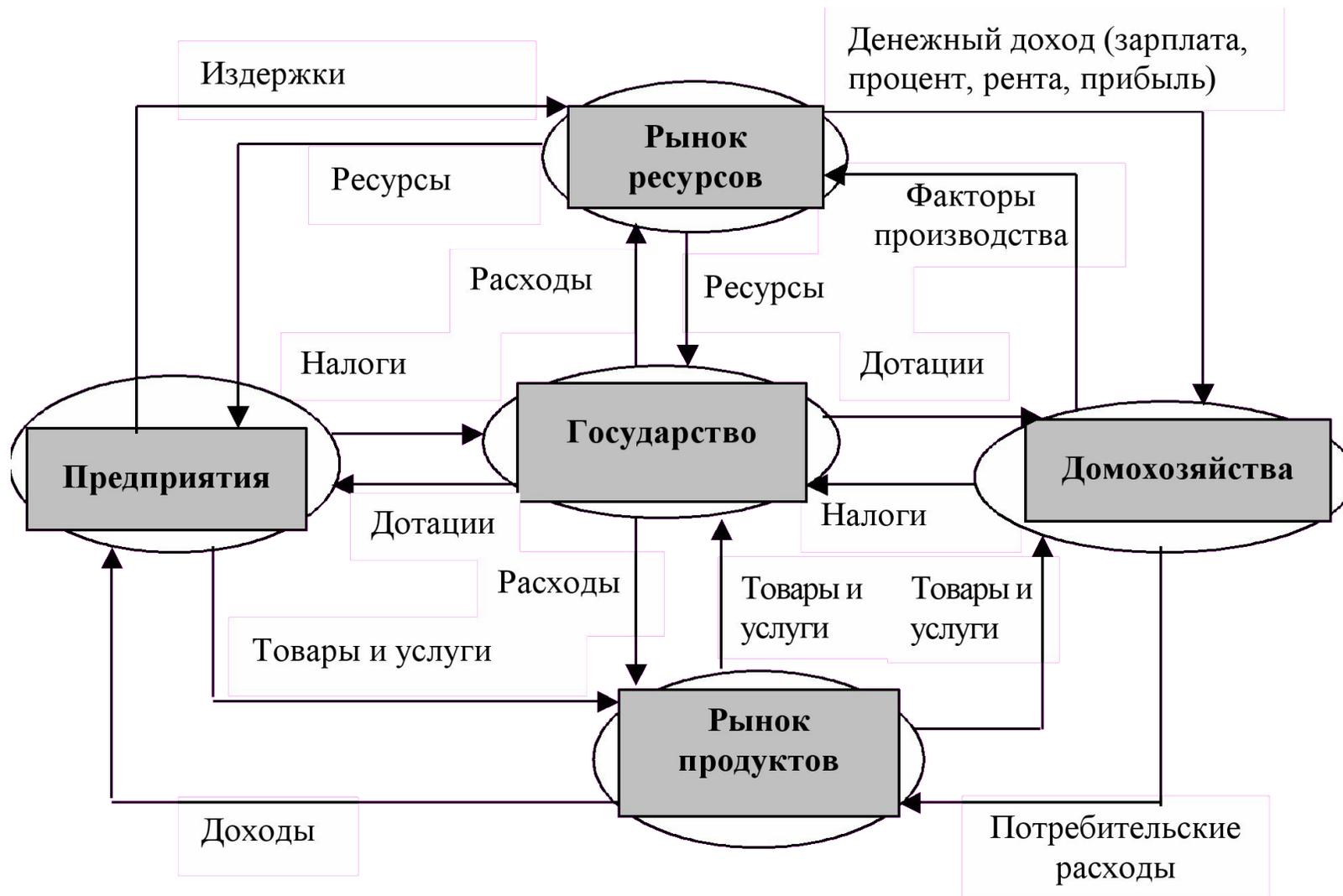
Бизнес



Правительство

- различные бюджетные организации (министерства, ведомства и пр.)
- реализуют функции государственного регулирования экономики
- не имеют своей целью получение прибыли

Модель кругооборота



Виды потоков

МАТЕРИАЛЬНЫЕ

1. Домохозяйства снабжают фирмы ресурсами.
3. Фирмы предоставляют домохозяйствам товары и услуги.
5. Государство покупает ресурсы.
7. Государство покупает товары и услуги.
9. Государство предоставляет домохозяйствам товары и услуги.
11. Государство предоставляет фирмам товары и услуги.

ФИНАНСОВЫЕ

2. Фирмы платят за ресурсы.
4. Домохозяйства платят за товары и услуги.
6. Государство платит за ресурсы.
8. Государство платит за товары и услуги.
10. Домохозяйства платят налоги.
12. Фирмы платят налоги.

Участники рынка

Предприниматели

Работники

Потребители

Владельцы ссудного капитала

Собственники ценных бумаг

и т. д.

Вопросы индивидуального выбора

Что производить?

Что покупать?

Как распределить свои сбережения во времени?

Как сделать выбор в пользу дополнительной работы или досуга?

Условия возникновения рынка

Общественное разделение труда и специализация

Различные группы производителей занимаются отдельными видами хозяйственной деятельности

Экономическая обособленность (хозяйственная автономия)

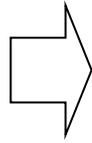
Сам производитель решает, что производить, как производить, кому и где продавать созданную продукцию

Свободный обмен ресурсами

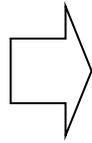
Свободный обмен позволяет сформироваться свободным ценам, которые будут подсказывать хозяйственным агентам наиболее эффективные направления их деятельности

Функции рынка

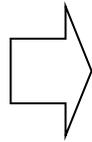
Функции рынка



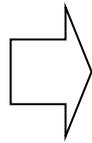
Функция саморегулирования товарного производства. При росте спроса объемы производства расширяются, при снижении – уменьшаются. регулирование происходит через куплю-продажу товаров и услуг.



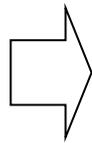
Стимулирующая функция. Побуждает производителей к созданию необходимых товаров с наименьшими затратами и получению более высокой прибыли за счет снижения издержек и внедрения нововведений.



Функция учета затрат на производство продукции. На рынке происходит сопоставление индивидуальных затрат труда со средними общественными. При сопоставлении учитывается также и качество товаров.



Регулирующая функция. Рынок устанавливает основные пропорции в хозяйстве на микро- и макроуровне за счет расширения или сужения спроса и предложения.



Функция демократизации хозяйственной жизни. С помощью рыночных рычагов происходит развитие эффективных производств и разорение неэффективных. За счет этого происходит дифференциация производителей.

Признаки рынка:

Нерегулируемый спрос

Нерегулируемое предложение

Нерегулируемая цена

Элементы рыночного механизма

Цена

Спрос

Предложение

Конкуренция

Процесс установления цен

- На товары и услуги;
- На факторы производства

ЗЕМЛЯ



ТРУД



КАПИТАЛ



ТИПЫ КОНКУРИРУЮЩИХ РЫНКОВ

Понятие конкуренции

Конкуренция (от лат. concurrere «сталкиваться», «соперничать») — соперничество в какой-либо области с целью получения выгоды.

Конкуренция — это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства.

Типы рыночных структур

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Характеризуется:

- 1) Множеством покупателей и продавцов;
- 2) Высокой мобильностью факторов производства;
- 3) Отсутствием барьеров на пути вступления на рынок или выхода из него;
- 4) Однородностью (стандартностью) продаваемой продукции;
- 5) Равным доступом всех участников рыночных отношений к информации.

НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Чистая монополия

*На рынке одна
фирма является
продавцом*

Олигополия

*В отрасли
небольшое число
фирм*

Монополистическая конкуренция

*Сравнительно большое количество фирм,
производящих разную продукцию*

Чистая (совершенная) конкуренция

Основные особенности чистой (совершенной) конкуренции:

1. Очень большое число предприятий-продавцов.

Пример: рынки сельскохозяйственных товаров, фондовая биржа, рынок иностранных валют.

2. Стандартизированная продукция.

При данной цене потребителю безразлично, у кого покупать продукт — все они аналоги. Вследствие стандартизации отсутствует основание для неценовой конкуренции. Неценовая конкуренция — это конкуренция на базе различий в качестве продукции, рекламе или стимулировании сбыта.

3. Продавец не может осуществить контроль над ценами, так как каждая фирма производит небольшую долю продукции. Конкурентная фирма не может установить рыночную цену, но может только приспособливаться к ней.

Продавец здесь — ценополучатель.

4. Свободное вступление на рынок и выход с него.

Новые фирмы могут свободно входить, а существующие фирмы — свободно покидать рынок. Не существует каких-либо препятствий — технологических, финансовых и других, которые могли бы помешать возникновению новых фирм.

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Основные особенности монополистической конкуренции:

1. Много продавцов поставляет на рынок много схожих товаров, отличающихся друг от друга отдельными характеристиками. Различия между монополистической и чистой конкуренцией весьма значительны. Для монополистической конкуренции не требуется присутствия сотен или тысяч фирм, достаточно сравнительно небольшого их числа: 25, 35, 60 или 70.
2. Каждая фирма обладает относительно небольшой долей всего рынка, поэтому она имеет очень ограниченный контроль над рыночной ценой.
3. В противоположность чистой конкуренции одним из основных признаков монополистической конкуренции является дифференциация продукции по качеству, по упаковке, размещению, набору услуг и т.п.
4. Экономическое соперничество основано не только на цене, но и на неценовой конкуренции. Многие фирмы делают акцент на торговые знаки и фабричное клеймо.
5. Легкое вступление на рынок (отсутствуют экономические барьеры).

Пример: розничная торговля, производство одежды и обуви.

ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Основные особенности олигополистической конкуренции:

1. Несколько крупных фирм контролирует рынок определенного товара и услуг.
2. Относительно малое число фирм господствует на рынке. Немногочисленность фирм объясняется применением дорогостоящих технологий, экономией издержек и барьерами к проникновению.
3. Продукция может быть стандартизированной, а может быть и дифференцированной.
4. В олигополии сильно побуждение к слиянию, поскольку объединение двух или более конкурирующих фирм может существенно увеличить их рыночную долю дать преимущества крупного покупателя и поставщика.
5. Всеобщая зависимость. Никакая фирма в олигополистической отрасли не осмелится изменить свою цену, не попытавшись рассчитать наиболее вероятные ответные действия своих конкурентов.

Пример: производство стали, автомобилей, сельскохозяйственного инвентаря, бытовых электроприборов.

МОНОПОЛИЯ

Основные особенности монополий:

Чистая монополия - это рынок, состоящий из одной фирмы, которая является единственным производителем продукта, у которого нет близких заменителей, а значит, нет острой необходимости заниматься рекламой. Чистый монополист диктует цену. При нисходящем спросе на продукт, монополист может вызвать изменение цены, манипулируя количеством предложенного продукта.

Вступление в отрасль в условиях чистой монополии заблокировано.

Примеры чистой монополии: газовые и электрические компании, а так же местные предприятия общественного пользования, компания кабельного телевидения, телефонная компания.

Разновидность монополии – **монопосония** (монополистом является не продавец, а покупатель).

Конкуренция- соперничество между участниками рыночного хозяйства в процессе реализации их индивидуальных экономических интересов за лучшие условия производства , купли и продажи товаров.

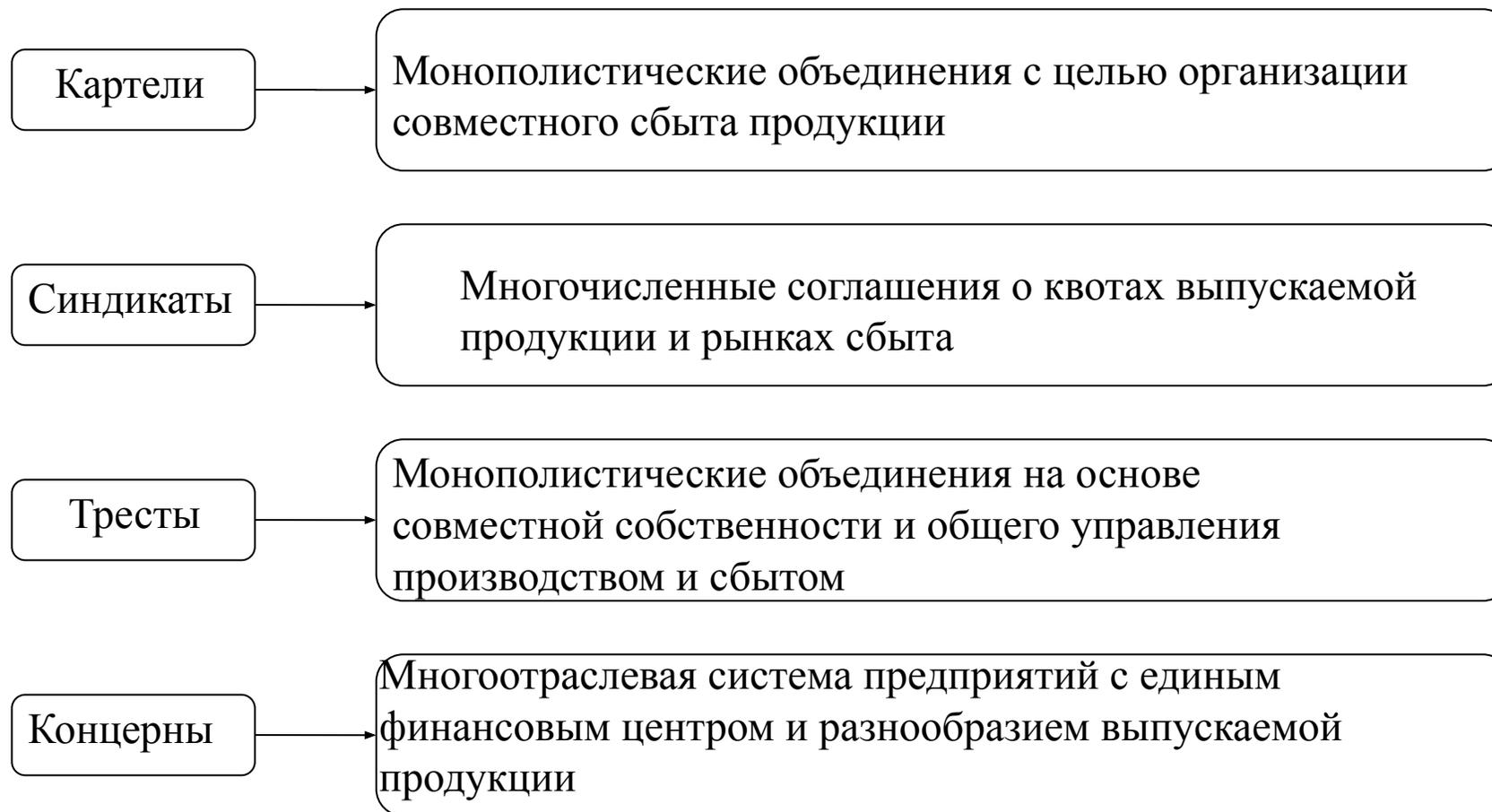
Виды конкурентных рынков

Рынок чистой конкуренции	это тип конкуренции, при котором фирмы не обладают рыночной властью и <i>конкурируют по цене</i> , а увеличение прибыли происходит путем снижения издержек производства.	Например, рынок сельхоз. продукции
Монополистическая конкуренция.	на рынке действует множество конкурирующих фирм , предлагающих различные товары для удовлетворения одной и той же потребности.	Например, рынок одежды и обуви
Олигополия	одинаковые или схожие товары производится небольшим кол-вом фирм, которые поделили рынок и конкурируют между собой.	Например, автомобильный рынок
Монополия	Монополия означает господство на рынке только одного производителя, который устанавливает труднопреодолимые барьеры для потенциальных конкурентов, в силу чего выход на рынок практически блокирован, присутствует значительный контроль над ценой.	Алмазная монополия «Де Бирс» опирается на контроль над сырьем, т. е. скупает сырье у всех добытчиков.

Характерные черты основных моделей рынка

Характерные черты	<i>Совершенная конкуренция</i>	<i>Монополистическая конкуренция</i>	<i>Олигополия</i>	<i>Чистая монополия</i>
Число фирм	Очень большое	Большое	Несколько	Одна
Тип продукта	Стандартизованный	Дифференцированный	Стандартиз. или дифференцир.	Уникальный
Контроль над ценой	Отсутствует	Имеется в узких рамках	Ограниченный	Значительный
Условия вступления в отрасль	Очень легкие	Сравнительно легкие	Трудные	Блокировано
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Реклама. Торговые марки	Очень развито	Реклама
Примеры	Сельское хозяйство	Производство обуви, одежды	Машиностроение	Предприятия общественного пользования

Основные организационные формы монополии



Антимонопольная политика государства
осуществляется через:

- Конституцию РФ, ст.34;
- ФЗ «О защите конкуренции»;
- ФЗ «О естественных монополиях»;
- Закона РФ «О защите прав потребителей».

Выводы:

Конкуренция - соперничество в какой-либо области с целью получения выгоды.

Типы рыночных структур: чистая (совершенная) конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.

При совершенной конкуренции ресурсы используются эффективно: цены минимальны, объем производства максимальный.

При несовершенной конкуренции ресурсы используются неэффективно: цены завышены, объем производства занижен.

СПРОС

Основной закон рынка – закон спроса и предложения

Спрос-желание и возможность потребителя купить конкретный товар в конкретном месте в конкретное время.

Факторы , влияющие на формирование спроса :

- 1)доходы покупателей
- 2)цены на запрашиваемые товары
- 3)цены на дополняющие и замещающие товары
Доп.товары (автомобиль-бензин)
Зам.товары –товары-аналоги (зефир,пастила)
- 4)Сезонность (спрос на одежду и обувь)

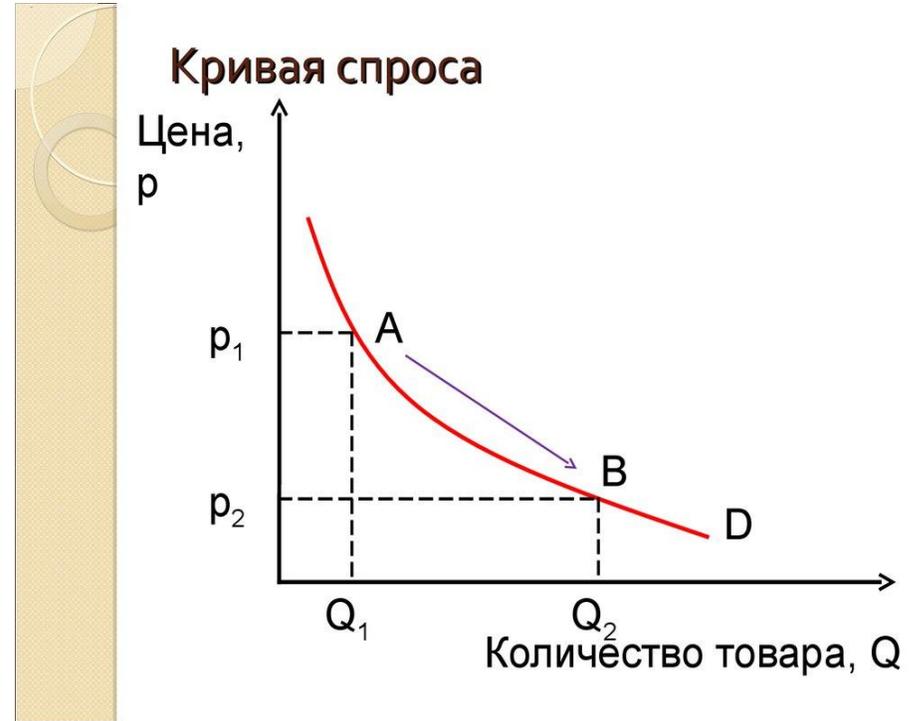
Понятие и закон спроса

Основной переменной, влияющей на спрос, является цена товара.

Цена телефона, руб.	Количество покупок, шт.
10000	1
9000	2
8000	5
7000	7
6000	10
5000	13
4000	16

Между ценой и объемом спроса обратная зависимость (**закон спроса**)

Закон спроса:
повышение цен ведет к
снижению спроса, а
снижение цен - к ее
увеличению.



Понятие и закон спроса

Закон спроса объясняется следующими утверждениями:

- цена – это барьер для покупателя;
- принцип убывающей предельной полезности;
- эффект дохода и замещения.

Исключения из закона спроса

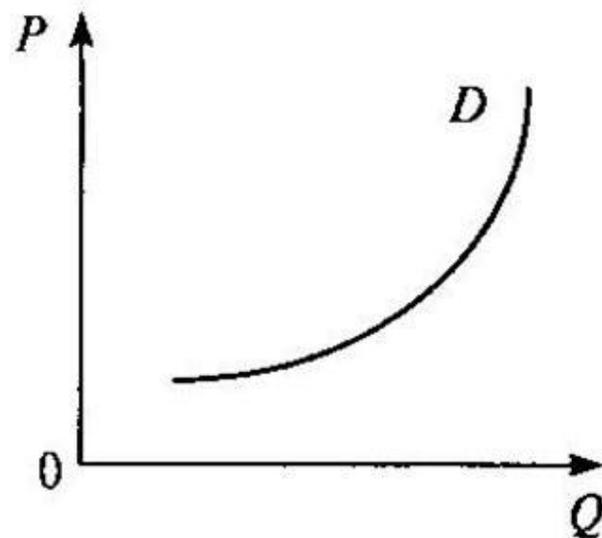
Эффект Гиффена (рост спроса при увеличении цены на товары Гиффена)

Эффект сноба («не такой как все»)

Эффект Веблена (престижные товары)

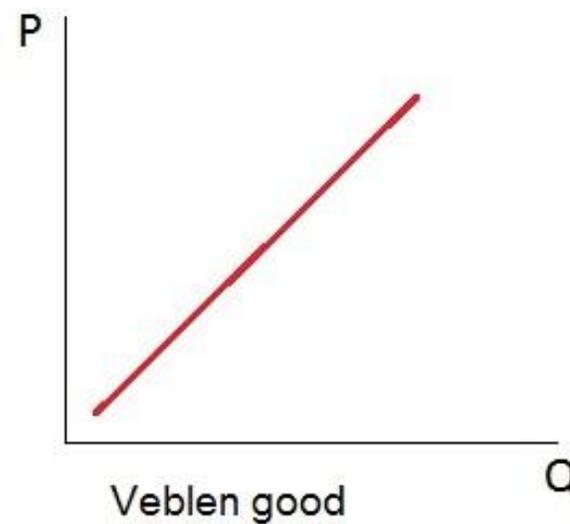
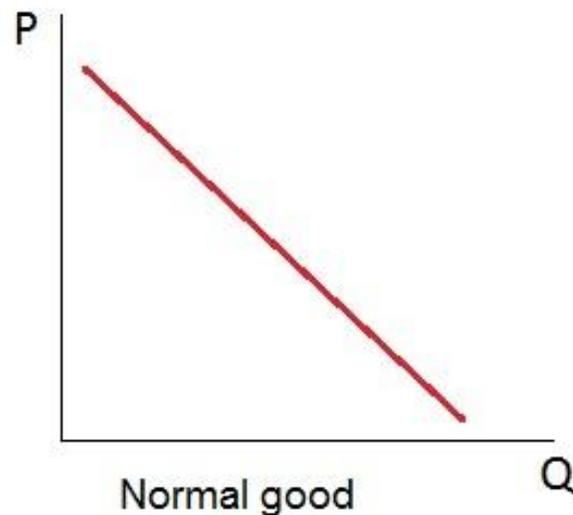
Эффект Гиффена

Рост спроса на товар происходит при повышении цены на него (бедные люди покупали больше хлеба, чем ранее при повышении цены на него).



Эффект Веблена

Эффект Веблена (престижное потребление) – товар в этом случае покупается не столько за его качество, сколько за его цену, сама цена выступает потребительским благом.



Объем спроса и спрос

Объем спроса (величина спроса) – это количество товара, которое покупают потребители по данной цене.

При изменении цены меняется объем спроса (движение по кривой спроса).

Спрос показывает какой может быть объем спроса при любой цене.

При изменении спроса, вызванного неценовыми факторами, кривая спроса сдвигается вправо (увеличение спроса) или влево (уменьшение спроса).

Неценовые факторы спроса

Неценовые факторы спроса (детерминанты спроса):

- изменение доходов покупателей;
- изменение вкусов и предпочтений покупателей;
- ожидания изменений цен (инфляционные ожидания);
- изменение цен на товары - заменители и товары – дополнители;
- количество покупателей на рынке.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Предложение – то кол-во товара, которое продавец может покупателю предложить в конкретном месте.

Факторы, влияющие на формирование предложения :

- 1) число продавцов на рынке
- 2) различия в технологических методах изготовления одноименных товаров.(более технологичные пользуются большим предпочтением)
- 3) цены на товары и услуги

Понятие и закон предложения

Основной переменной, влияющей на предложение, является цена товара.

Цена телефона, руб.	Количество произведенных продуктов, шт.
4000	100
5000	200
6000	300
7000	400
8000	500
9000	600
10000	700

Между ценой и объемом предложения
прямая зависимость (**закон
предложения**)

Согласно закону предложения с повышением цены возрастает величина предложения и наоборот.



Понятие и закон предложения

Закон предложения объясняется следующими утверждениями:

- цена – это стимул для продавца (производителя);
- рост доходов производителей (продавцов) отдельных отраслей привлекает еще большее количество таких же продавцов (производителей);
- производство каждой дополнительной единицы товара требует дополнительных затрат, поэтому расширение производства возможно только при росте цены на товар.

Объем предложения и предложение

Объем предложения (величина предложения) – это количество товара, которое готовы продать продавцы (произвести производители) по данной цене.

При изменении цены меняется объем предложения (движение по кривой предложения).

Предложение показывает множество точек, характеризующих объем предложения, при различных ценах.

При изменении предложения, вызванного неценовыми факторами, кривая предложения сдвигается вправо (расширение предложения) или влево (сокращение предложения).

Неценовые факторы предложения

Неценовые факторы предложения
(детерминанты предложения):

- цены на ресурсы;
- налоги;
- изменение размера государственных субсидий и дотаций;
- уровень используемых технологий в производстве продукта;
- ожидания изменений цен (инфляционные ожидания);
- цены на товары - заменители и товары – дополнители;
- количество продавцов на рынке.

РАВНОВЕСИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Равновесная цена и равновесное количество

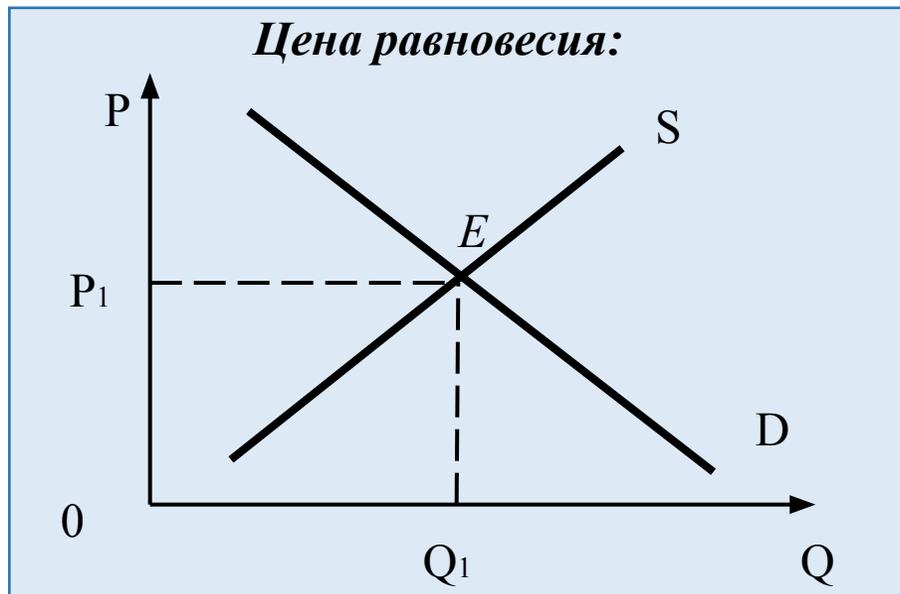
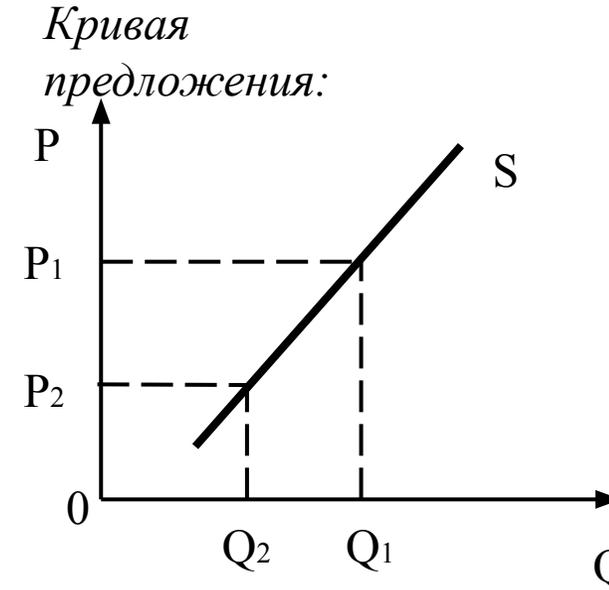
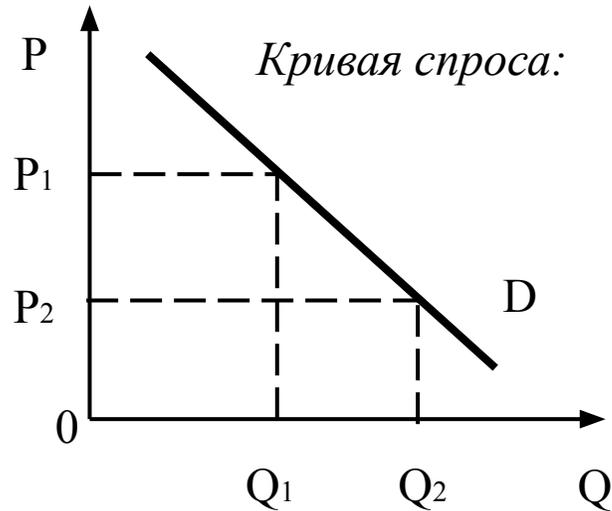
Равновесная цена ($P_{рав}$) – цена, при которой величина спроса равна величине предложения.

Равновесное количество ($Q_{рав}$) – количество товара, которое покупатели готовы купить, а продавцы – продать по равновесной цене.

Равновесная выручка (TR) – это общая стоимость проданного товара по равновесной цене.

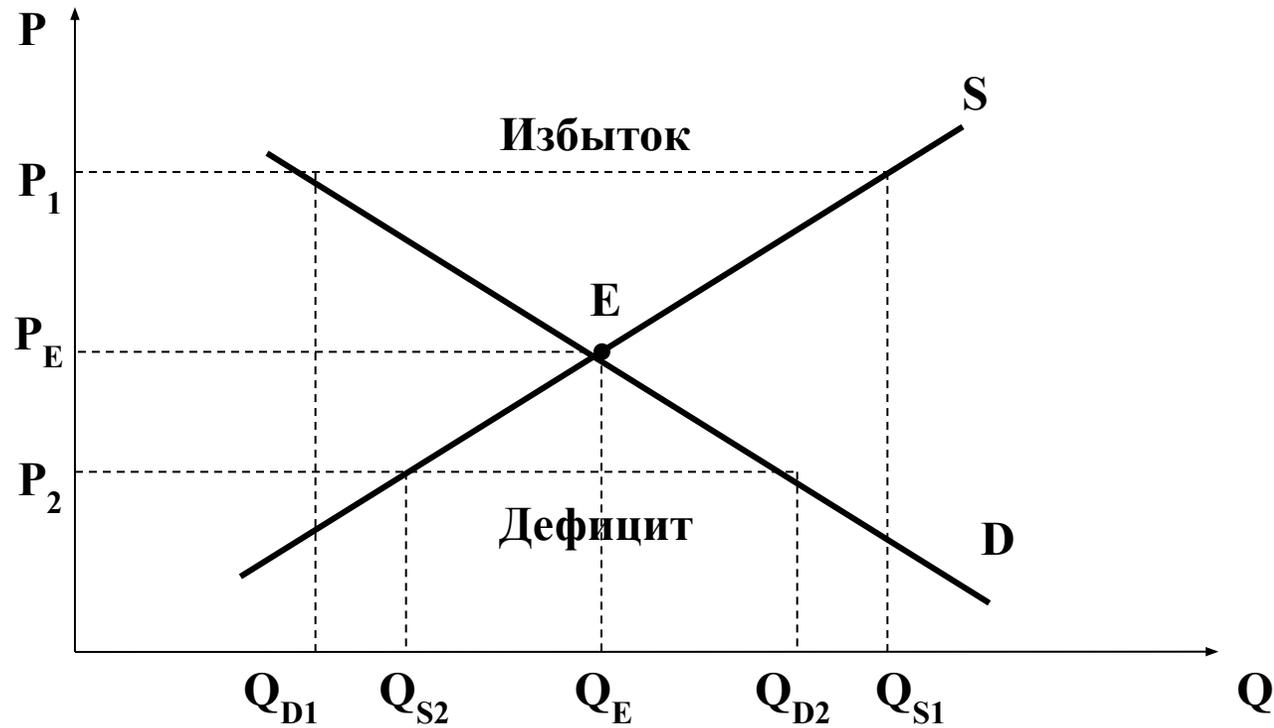
$$TR = P_{рав} * Q_{рав}$$

Точка равновесия



Точка E – точка равновесия рынка. При достижении т. E экономическое движение прекращается.

Образование избытка и дефицита товара



Нарушение рыночного равновесия

**Причинами нарушения
рыночного равновесия могут
быть:**

Изменение спроса,

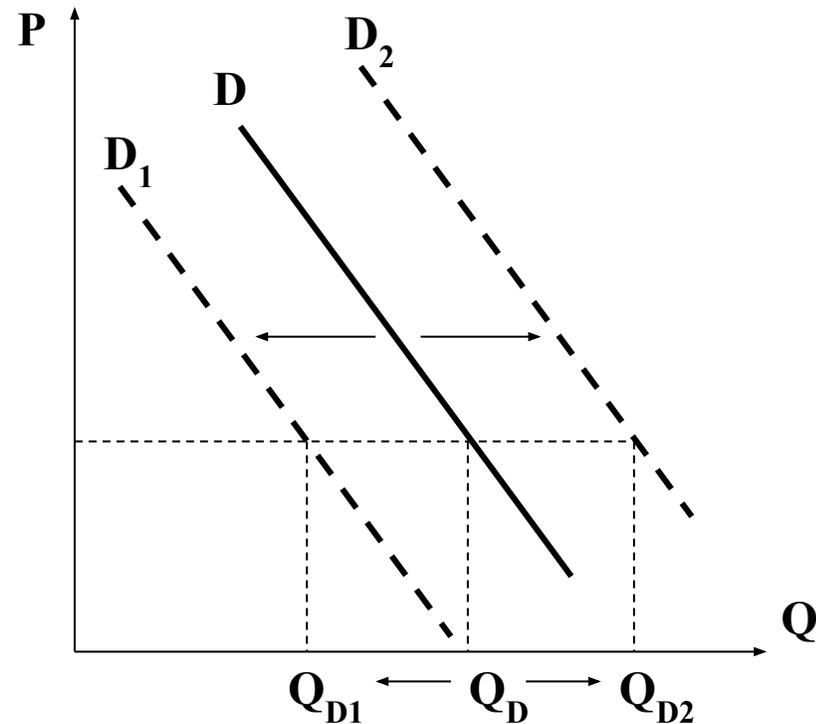
Изменение предложения,

Введение ограничения цен или
количества продаж и т.д.

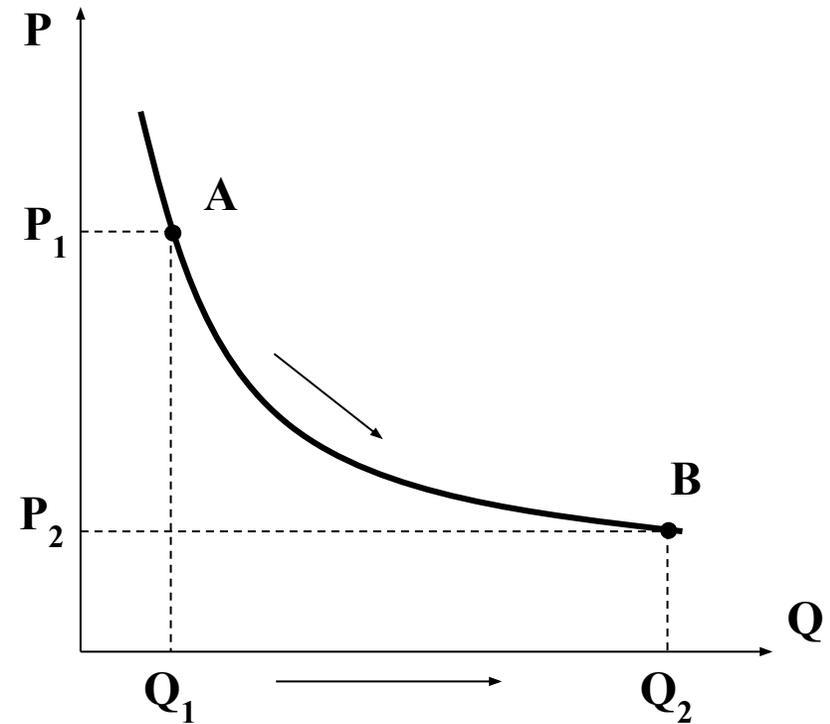
Изменение цен на рынке



Изменение спроса и величины спроса

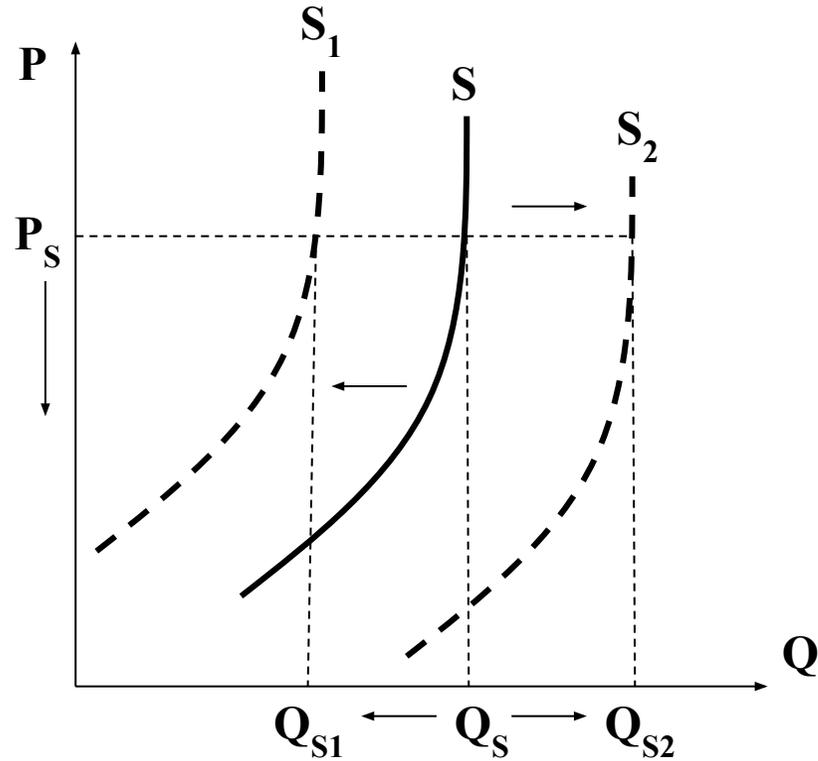


Изменение спроса
(сдвиг кривой)

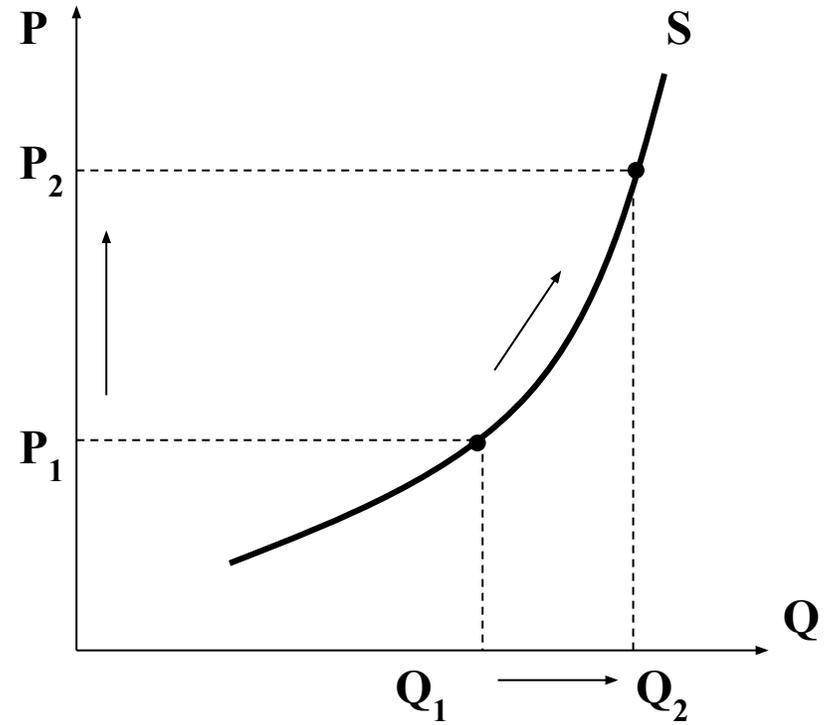


Изменение величины спроса
(движение вдоль кривой)

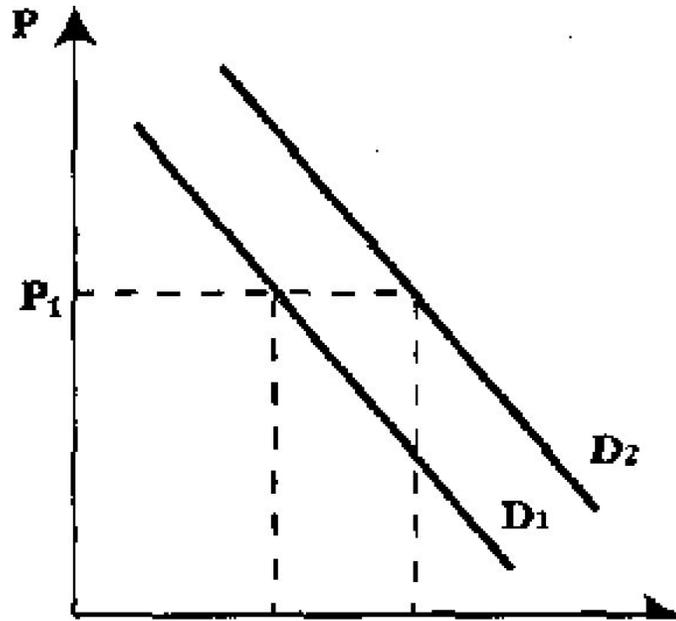
Изменение предложения и величины предложения



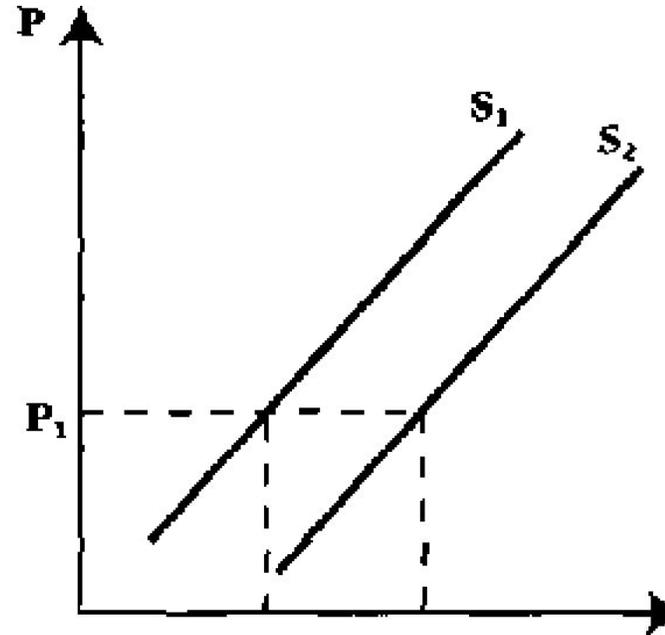
Изменение предложения
(сдвиг кривой)



Смещение кривых спроса и предложения

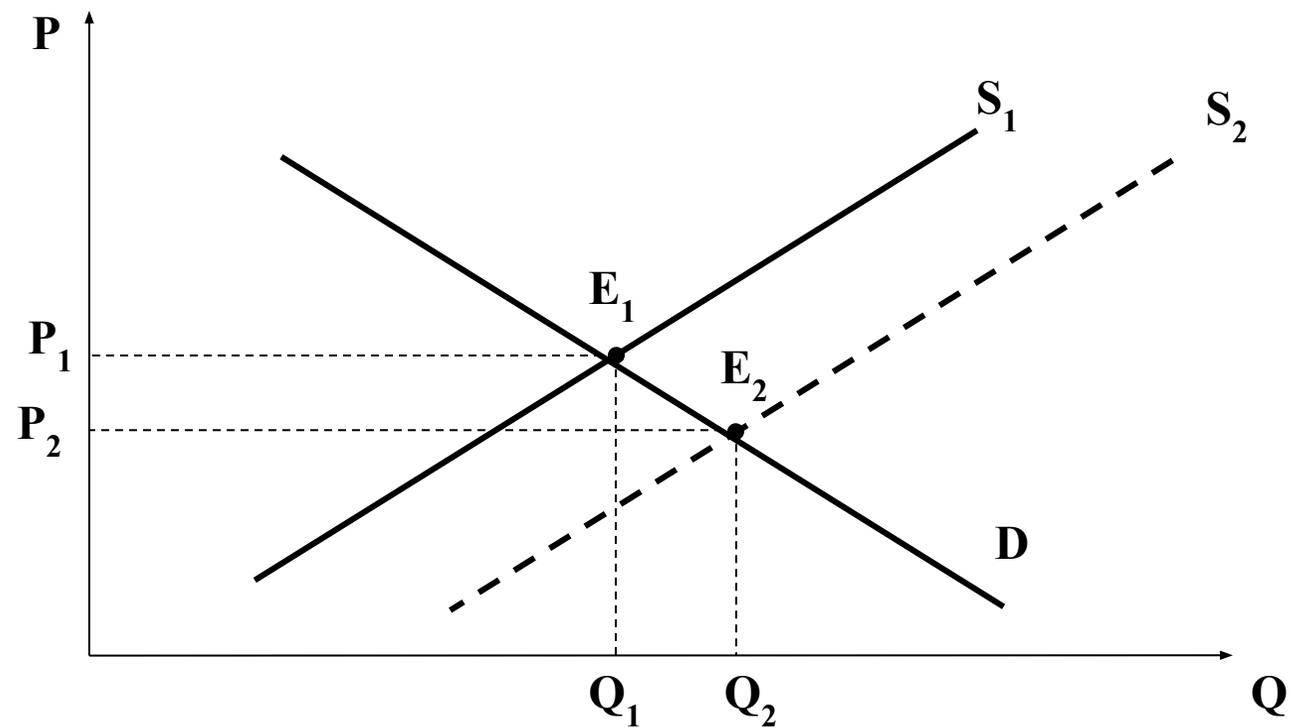


МОРОЖЕННОЕ ЛЕТОМ



ХОРОШИЙ УРОЖАЙ

Изменение рыночного равновесия



Факторы, влекущие сдвиг кривой спроса:

1. Уровень дохода покупателей.

Различают «низшие» и «нормальные» товары.

К «низшим» товарам относят те блага, которые приобретаются, как правило, людьми с низкими доходами. Это менее ценные товары, хотя качество их может быть хорошее: крупа, хлеб, макароны, товары «сэконд-хэнд», услуги по ремонту обуви и т. д.

С ростом доходов населения спрос на «низшие» товары сокращается, кривая спроса сдвигается влево.

«Нормальные» товары — товары более ценные, более полезные. Их потребление отражает высокий уровень благосостояния людей: мясо, ценные сорта Рыбы, овощи, фрукты, спортивный инвентарь, услуги бюро путешествий и т.д. Спрос на них возрастает, кривая спроса сдвигается вверх вправо.

Факторы, влекущие сдвиг кривой спроса:

2. **Вкусы и предпочтения потребителей.**

3. Спрос на товары будет изменяться, если изменяются цены на другие товары, каким-либо образом связанные с данным товаром.

Взаимозаменяемые товары — это группа товаров, удовлетворяющих аналогичные потребности.

Дополняющие товары — это товары, которые не могут потребляться один без другого.

4. Ожидание изменения доходов и цен.

5. Изменение числа покупателей.

6. Увеличение налогов населения

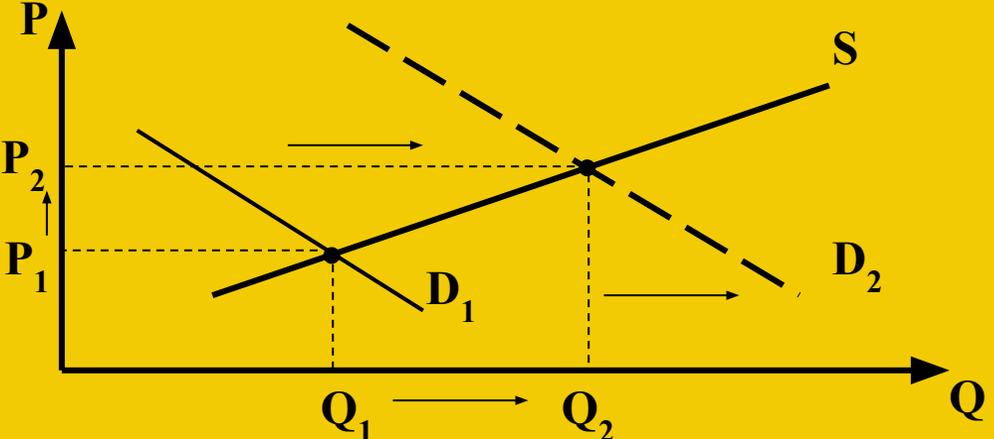
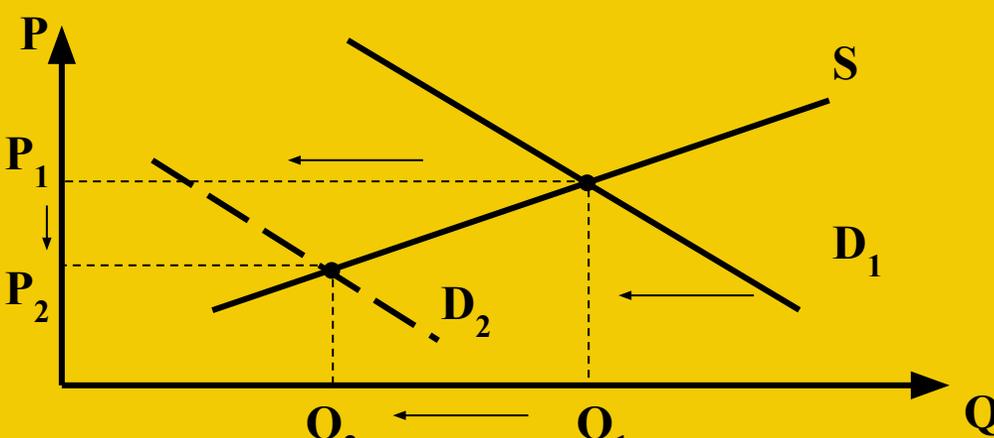
7. Трансфертные платежи

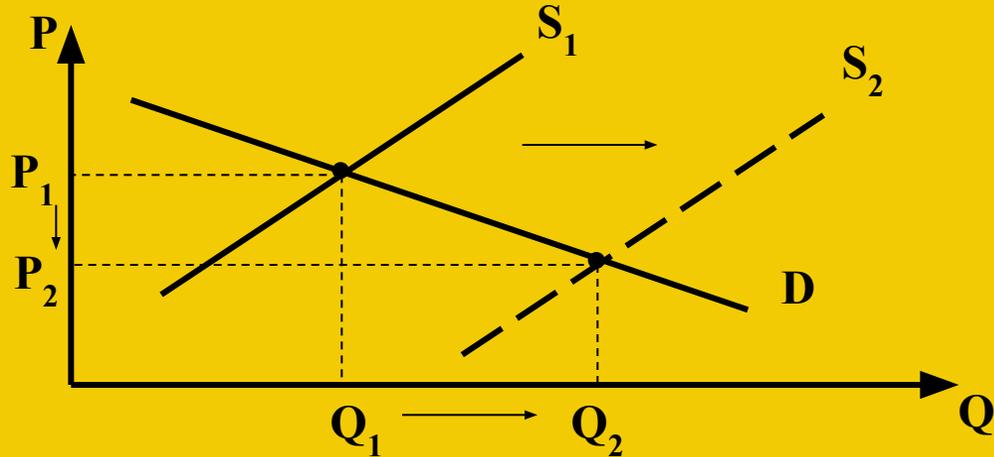
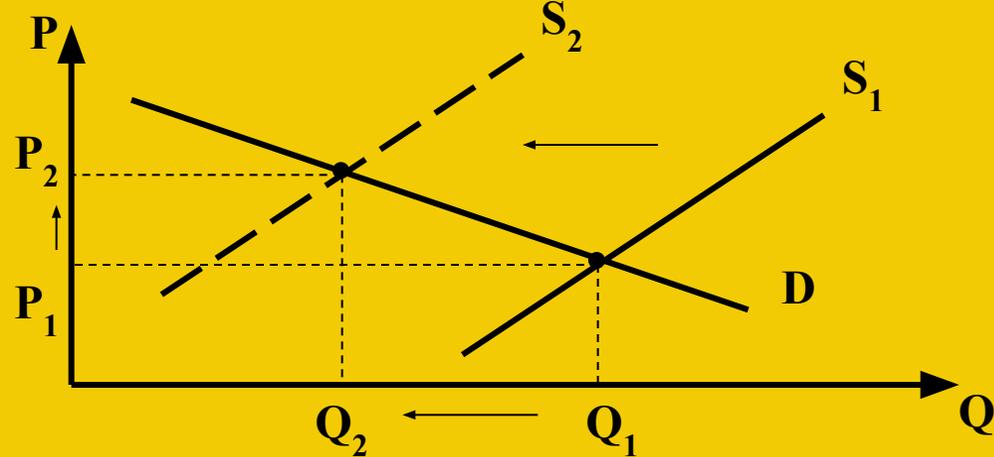
8. Мода

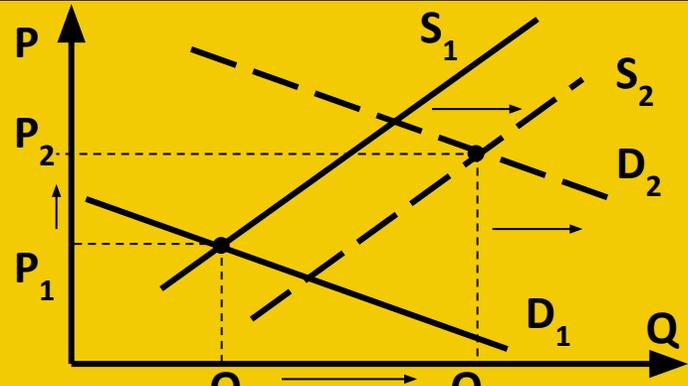
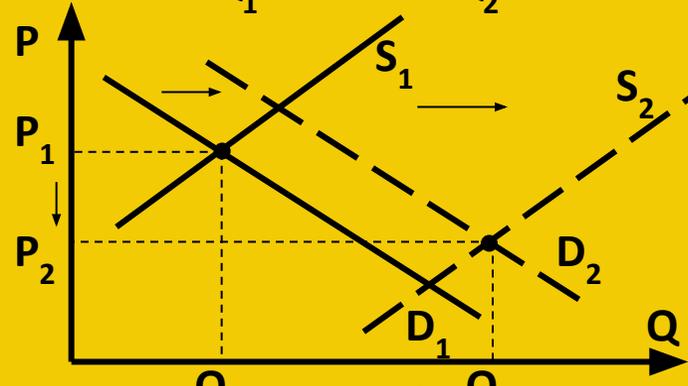
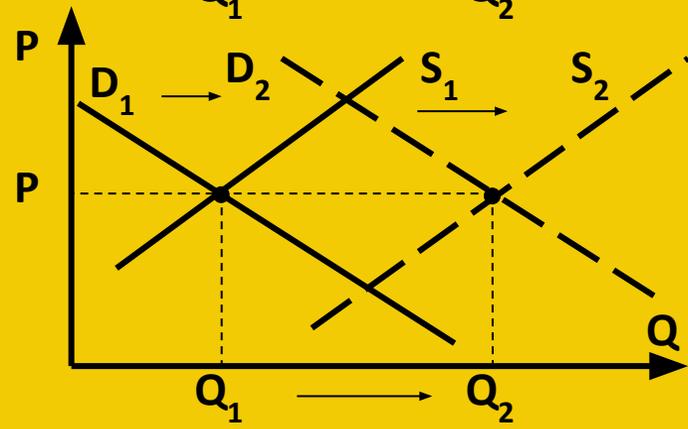
9. Наступление определенного сезона

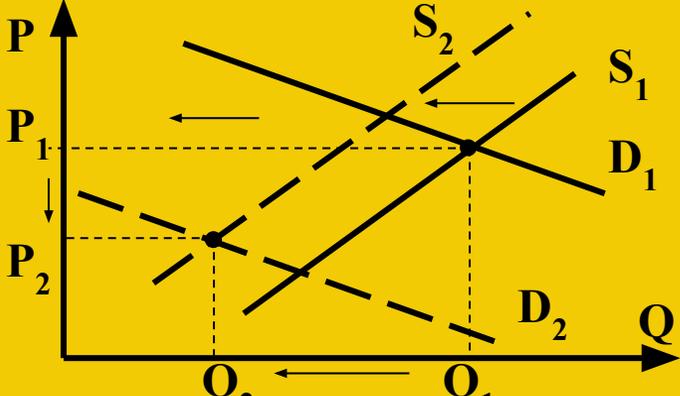
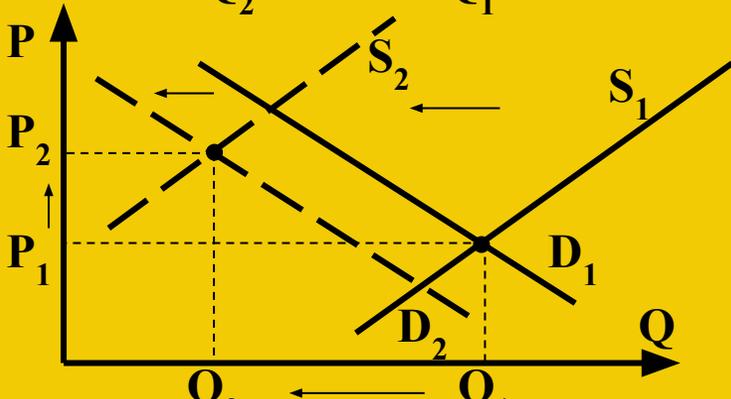
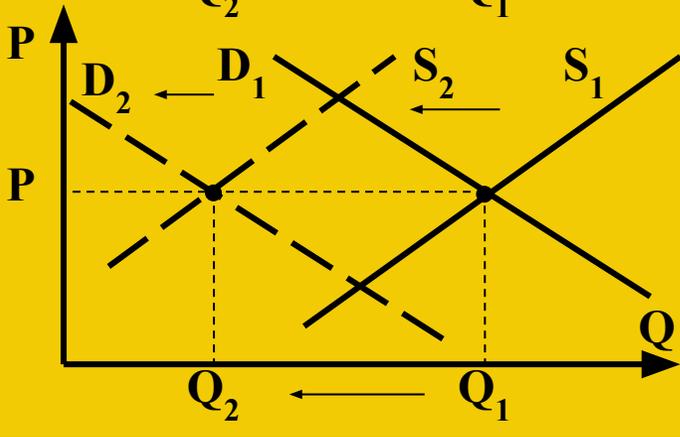
10. Рост числа населения

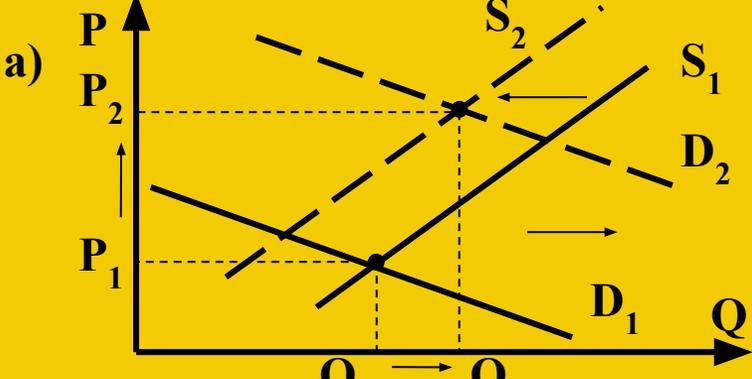
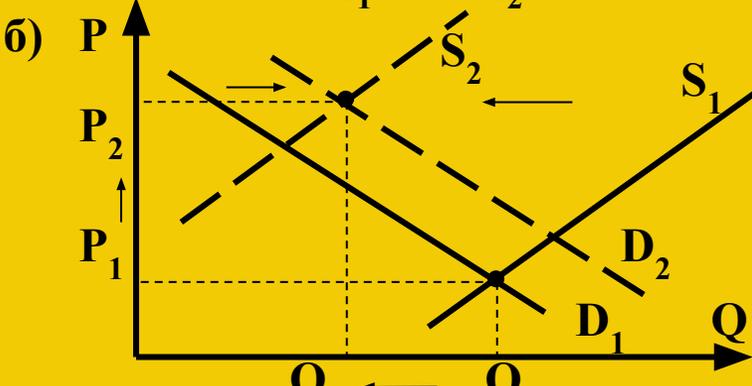
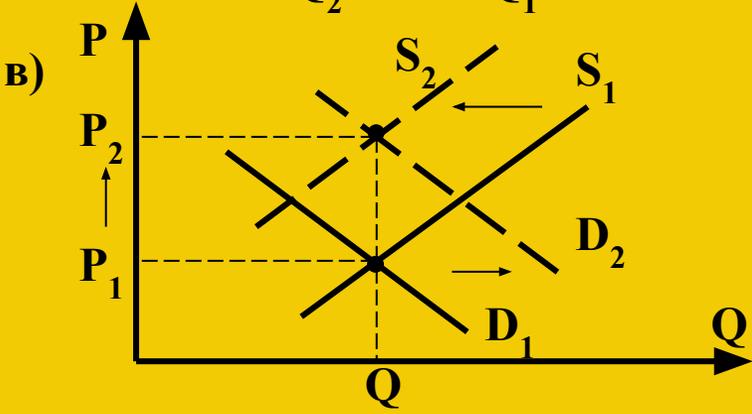
Взаимодействие спроса и предложения

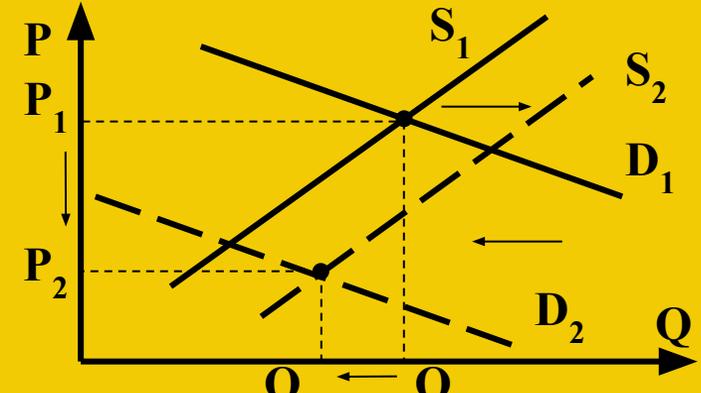
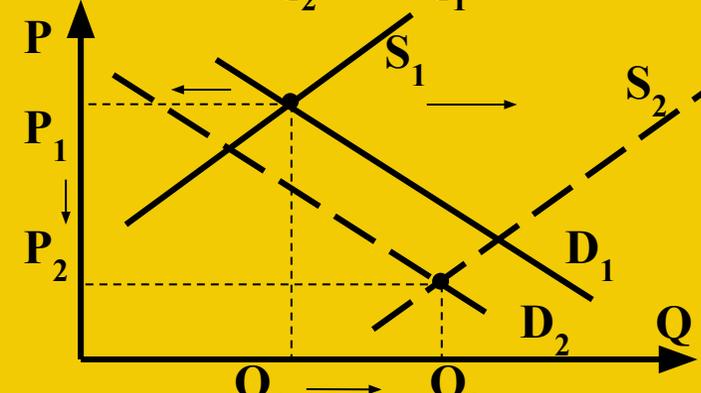
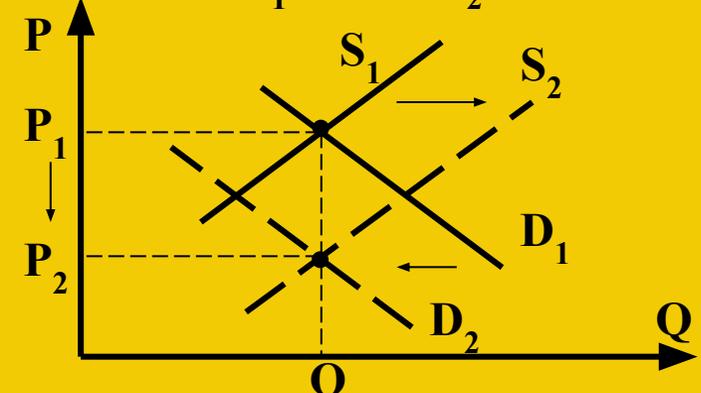
Событие	Графики	P и Q
1		3
1) $D \uparrow$ $S =$	 <p>The graph shows a coordinate system with Price (P) on the vertical axis and Quantity (Q) on the horizontal axis. An upward-sloping solid line represents the supply curve (S). Two downward-sloping lines represent demand curves: a solid line (D₁) and a dashed line (D₂) shifted to the right. Arrows indicate the shift from D₁ to D₂. The initial equilibrium is at the intersection of S and D₁, with price P₁ and quantity Q₁. The new equilibrium is at the intersection of S and D₂, with price P₂ and quantity Q₂. Dashed lines connect these points to the axes. Arrows on the axes show that both price and quantity increase.</p>	$P \uparrow$ $Q \uparrow$
2) $D \downarrow$ $S =$	 <p>The graph shows a coordinate system with Price (P) on the vertical axis and Quantity (Q) on the horizontal axis. An upward-sloping solid line represents the supply curve (S). Two downward-sloping lines represent demand curves: a solid line (D₁) and a dashed line (D₂) shifted to the left. Arrows indicate the shift from D₁ to D₂. The initial equilibrium is at the intersection of S and D₁, with price P₁ and quantity Q₁. The new equilibrium is at the intersection of S and D₂, with price P₂ and quantity Q₂. Dashed lines connect these points to the axes. Arrows on the axes show that both price and quantity decrease.</p>	$P \downarrow$ $Q \downarrow$

1	2	3
<p>3) $D =$ $S \uparrow$</p>	 <p>The graph shows a downward-sloping demand curve D and two upward-sloping supply curves, S_1 (solid) and S_2 (dashed). S_2 is to the right of S_1, as indicated by a rightward-pointing arrow. The initial equilibrium is at the intersection of S_1 and D, with price P_1 and quantity Q_1. The new equilibrium is at the intersection of S_2 and D, with price P_2 and quantity Q_2. Dashed lines connect these points to the axes. A downward arrow on the vertical axis shows the price change from P_1 to P_2, and a rightward arrow on the horizontal axis shows the quantity change from Q_1 to Q_2.</p>	<p>$P \downarrow$ $Q \uparrow$</p>
<p>4) $D =$ $S \downarrow$</p>	 <p>The graph shows a downward-sloping demand curve D and two upward-sloping supply curves, S_1 (solid) and S_2 (dashed). S_2 is to the left of S_1, as indicated by a leftward-pointing arrow. The initial equilibrium is at the intersection of S_1 and D, with price P_1 and quantity Q_1. The new equilibrium is at the intersection of S_2 and D, with price P_2 and quantity Q_2. Dashed lines connect these points to the axes. An upward arrow on the vertical axis shows the price change from P_1 to P_2, and a leftward arrow on the horizontal axis shows the quantity change from Q_1 to Q_2.</p>	<p>$P \uparrow$ $Q \downarrow$</p>

1	2	3
<p>5) $D \uparrow$ $S \uparrow$</p>	<p>a)</p>  <p>Graph (a) shows a supply and demand model. The vertical axis is Price (P) and the horizontal axis is Quantity (Q). The initial equilibrium is at the intersection of supply curve S_1 and demand curve D_1, with price P_1 and quantity Q_1. A shift in supply from S_1 to S_2 (rightward) and a shift in demand from D_1 to D_2 (rightward) leads to a new equilibrium at the intersection of S_2 and D_2, with a higher price P_2 and a higher quantity Q_2.</p>	<p>a) $P \uparrow$ $Q \uparrow$</p>
	<p>б)</p>  <p>Graph (б) shows a supply and demand model. The vertical axis is Price (P) and the horizontal axis is Quantity (Q). The initial equilibrium is at the intersection of supply curve S_1 and demand curve D_1, with price P_1 and quantity Q_1. A shift in supply from S_1 to S_2 (rightward) and a shift in demand from D_1 to D_2 (rightward) leads to a new equilibrium at the intersection of S_2 and D_2, with a lower price P_2 and a higher quantity Q_2.</p>	<p>б) $P \downarrow$ $Q \uparrow$</p>
	<p>в)</p>  <p>Graph (в) shows a supply and demand model. The vertical axis is Price (P) and the horizontal axis is Quantity (Q). The initial equilibrium is at the intersection of supply curve S_1 and demand curve D_1, with price P and quantity Q_1. A shift in supply from S_1 to S_2 (rightward) and a shift in demand from D_1 to D_2 (rightward) leads to a new equilibrium at the intersection of S_2 and D_2, with the same price P and a higher quantity Q_2.</p>	<p>в) $P =$ $Q \uparrow$</p>

1	2	3
<p data-bbox="461 696 588 805">6) $D \downarrow$ $S \downarrow$</p>	<p data-bbox="805 182 843 218">a)</p>  <p data-bbox="876 129 1556 525">Graph (a) shows a decrease in demand (D1 to D2, dashed line) and a decrease in supply (S1 to S2, dashed line). The equilibrium price falls from P1 to P2, and the equilibrium quantity falls from Q1 to Q2.</p>	<p data-bbox="1989 144 2109 251">a) $P \downarrow$ $Q \downarrow$</p>
	<p data-bbox="805 554 843 589">б)</p>  <p data-bbox="876 529 1607 928">Graph (б) shows a decrease in demand (D1 to D2, dashed line) and a decrease in supply (S1 to S2, dashed line). The equilibrium price rises from P1 to P2, and the equilibrium quantity falls from Q1 to Q2.</p>	<p data-bbox="1989 544 2109 651">б) $P \uparrow$ $Q \downarrow$</p>
	<p data-bbox="805 996 843 1032">B)</p>  <p data-bbox="876 932 1556 1369">Graph (B) shows a decrease in demand (D1 to D2, dashed line) and a decrease in supply (S1 to S2, dashed line). The equilibrium price remains constant at P, and the equilibrium quantity falls from Q1 to Q2.</p>	<p data-bbox="1989 1011 2109 1118">B) $P =$ $Q \downarrow$</p>

1	2	3
<p>7) $D \uparrow$ $S \downarrow$</p>	<p>a)</p>  <p>Graph (a) shows a supply curve S_1 shifting up to S_2 and a demand curve D_1 shifting right to D_2. The equilibrium price increases from P_1 to P_2 and the equilibrium quantity increases from Q_1 to Q_2.</p>	<p>a) $P \uparrow$ $Q \uparrow$</p>
	<p>б)</p>  <p>Graph (б) shows a supply curve S_1 shifting up to S_2 and a demand curve D_1 shifting right to D_2. The equilibrium price increases from P_1 to P_2 and the equilibrium quantity decreases from Q_1 to Q_2.</p>	<p>б) $P \uparrow$ $Q \downarrow$</p>
	<p>B)</p>  <p>Graph (B) shows a supply curve S_1 shifting up to S_2 and a demand curve D_1 shifting right to D_2. The equilibrium price increases from P_1 to P_2 and the equilibrium quantity remains constant at Q.</p>	<p>B) $P \uparrow$ $Q =$</p>

1	2	3
<p>8) $D \downarrow$ $S \uparrow$</p>	<p>a)</p>  <p>Graph (a) shows a supply curve S_1 shifting right to S_2 and a demand curve D_1 shifting left to D_2. The initial equilibrium is at (Q_1, P_1) and the new equilibrium is at (Q_2, P_2). Both price and quantity decrease.</p>	<p>a) $P \downarrow$ $Q \downarrow$</p>
	<p>б)</p>  <p>Graph (б) shows a supply curve S_1 shifting right to S_2 and a demand curve D_1 shifting left to D_2. The initial equilibrium is at (Q_1, P_1) and the new equilibrium is at (Q_2, P_2). Price decreases and quantity increases.</p>	<p>б) $P \downarrow$ $Q \uparrow$</p>
	<p>B)</p>  <p>Graph (B) shows a supply curve S_1 shifting right to S_2 and a demand curve D_1 shifting left to D_2. The initial equilibrium is at (Q, P_1) and the new equilibrium is at (Q, P_2). Price decreases and quantity remains constant.</p>	<p>B) $P \downarrow$ $Q =$</p>

Эффект дохода и эффект
замещения

Эффект дохода и эффект замещения

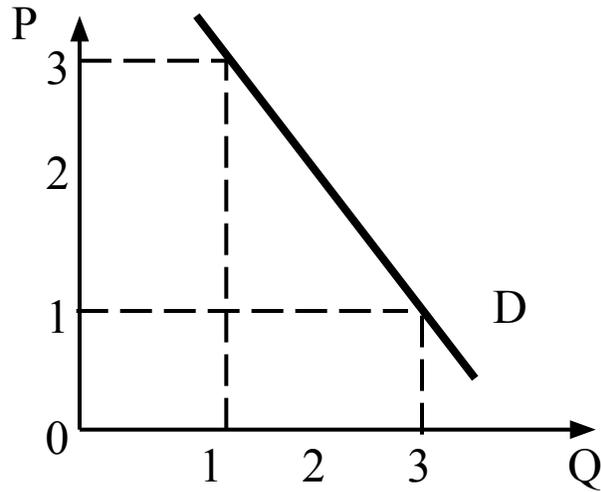
- Эффект дохода – изменение реального дохода потребителя и его спроса при изменении цен на товары.
- Эффект замещения - взаимосвязь между относительными ценами товаров и объемом спроса потребителя

Эластичность спроса и предложения

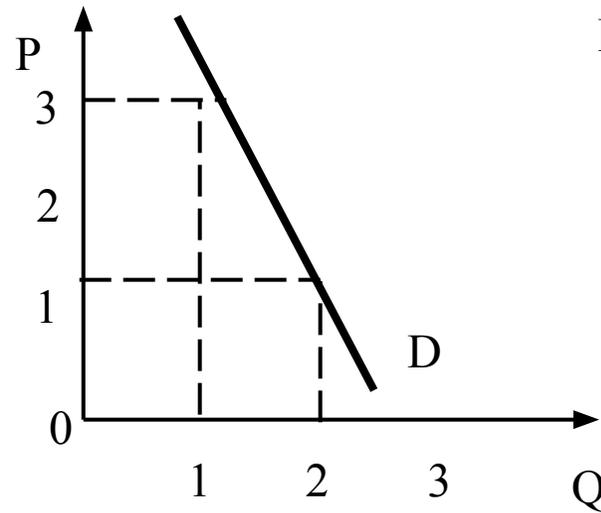
Эластичность спроса и предложения

Различные товары отличаются друг от друга по степени реакции спроса и предложения на изменения цены.

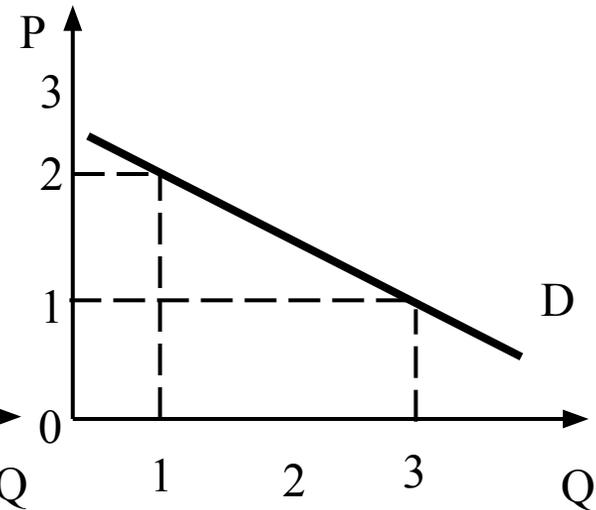
Рассмотрим три варианта кривой спроса:



a)



б)



в)

Общая выручка (валовый доход) продавца = $P \cdot Q$

а) падение цены в 3 раза вызвало рост спроса тоже в 3 раза: общая выручка не изменилась;

б) снижение цены в 3 раза сопровождается ростом закупок лишь в 2 раза: общая выручка сократилась;

в) объем спроса вырос больше, чем упала цена: выручка растет.

То, в какой мере объем спроса на рынке возрастает при данном снижении цены или сокращается при данном повышении цены, характеризует степень **ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЦЕНЫ.**

$$E_d^P = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P}$$

Коэффициент эластичности спроса показывает, на сколько процентов меняется размер спроса на товар в результате изменения его цены на один процент.

Единичная эластичность: снижение цены в точности компенсируется соответствующим ростом величины спроса, общая выручка неизменна ($E_d=1$).

Неэластичный спрос: снижение цены вызывает меньший рост объема спроса ($E_d<1$).

Эластичный спрос: снижение цены вызывает больший рост величины спроса ($E_d>1$).

Факторы, влияющие на степень эластичности спроса:

**Наличие товаров-
субститутов**

*(т.е. взаимозаменяемых
товаров, например чай и кофе)*

**Удельный вес товара в
бюджете потребителя**

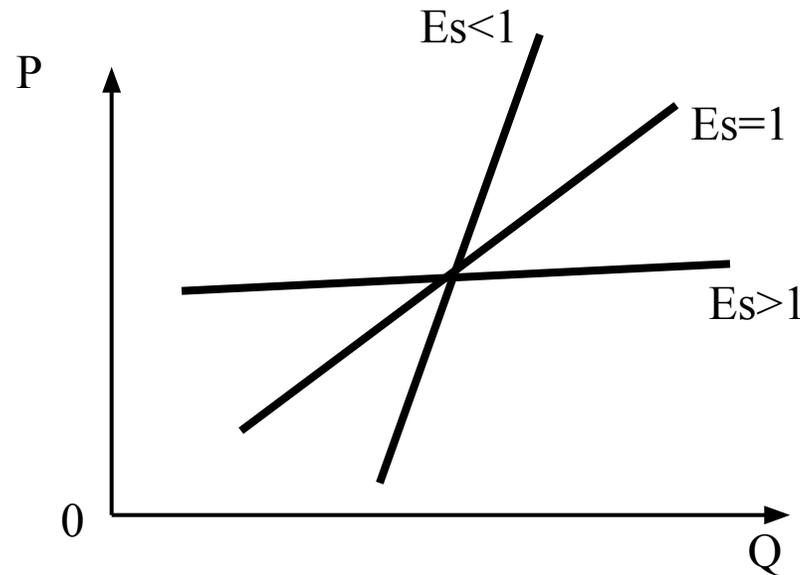
**Размер доходов
потребителя**

Ожидания потребителя

Качество товаров

**Является ли товар
предметом роскоши или
предметом первой
необходимости**

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ – это показатель относительного изменения предлагаемого на рынке количества товара в соответствии с относительным изменением конкурентной среды.



Коэффициент эластичности предложения представляет собой отношение изменения предложения к его изменению цены:

$$E_P^S = \frac{\Delta Q_S}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_S}$$

Факторы, влияющие на степень эластичности предложения:

**Структура издержек
на разных
предприятиях**

**Наличие свободной
рабочей силы**

**Степень загрузки
производственных
мощностей**

**Скорость перелива
капитала из одной
отрасли в другую**

Формы организации бизнеса

Бизнес и предпринимательство

Бизнес - любая деятельность по производству и обмену товаров и услуг, осуществляемая частными лицами или организациями в целях получения прибыли.

Предпринимательство - инициативная новаторская деятельность по производству товаров и услуг, осуществляемая собственником капитала в целях получения прибыли.

Предпринимательство – это разновидность бизнеса.

Большинство предприятий и фирм являются юридическими лицами.

Юридическое лицо обладает следующими признаками:

- имеет обособленное имущество,
- отвечает по своим обязательствам этим имуществом,
- имеет имущественные права и обязанности (может заключать все виды договоров),
- может быть истцом и ответчиком в суде,
- имеет самостоятельный бухгалтерский баланс и собственный расчетный счет.

Каждое предприятие, фирма ставит перед собой три главных вопроса экономики:

ЧТО? КАК? ДЛЯ КОГО?

Согласно Гражданскому кодексу (часть 1) все предприятия и фирмы делятся на две категории: **коммерческие и некоммерческие**

Целью коммерческих предприятий и фирм является **получение прибыли.**

Целью некоммерческих предприятий является **удовлетворение общественных целей.**

Формы организации бизнеса

Индивидуальные предприятия;

Хозяйственные товарищества;

Общества с ограниченной ответственностью;

Акционерные общества;

Кооперативы;

Государственные и муниципальные предприятия;

Некоммерческие организации.

Индивидуальная деятельность

Индивидуальная предпринимательская деятельность граждан, как физических лиц — это деятельность, осуществляемая самостоятельно, на свой страх и риск непосредственно гражданином, который зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя без создания юридического лица, в порядке, устанавливаемом законами и нормативными актами, и направлена на постоянное получение дохода от таких действий, как использование имущества, продажа товара, выполнение различных работ и оказание услуг. Недостаток такой деятельности — неограниченная ответственность по обязательствам

Хозяйственные товарищества и общества

Хозяйственными товариществами и обществами признаются коммерческие организации с разделенными на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом.

Хозяйственные товарищества (ст 69 — 86 ГК РФ) могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного товарищества).

Хозяйственные товарищества и общества

Полным признается товарищество, участники (полные товарищи) которого в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Лицо может быть полным товарищем только одного товарищества.

Участников полного товарищества не может быть менее двух.

Единственный учредительный документ товарищества — его **учредительный договор**.

Вкладом в складочный капитал могут быть деньги, ценные бумаги, а также имущественные права, имеющие денежную цену.

Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех его участников. Каждый участник имеет один голос и вправе заниматься со всей документацией по ведению дел.

Каждый участник полного товарищества вправе действовать от имени товарищества, если учредительным договором не установлено, что все его участники ведут дела совместно.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между участниками пропорционально их долям в складочном капитале.

Участники полного товарищества солидарно **несут субсидированную ответственность** своим имуществом по обязательствам товарищества.

Субсидированная ответственность означает дополнительную ответственность всех "товарищей" пропорционально размеру их вклада.

Хозяйственные товарищества и общества

Товарищество на вере (ст. 82 — 86 ГК РФ), называемое также командитным товариществом, отличается от полного товарищества тем, что в нем наряду с полными товарищами имеется один или несколько участников вкладчиков (коммандистов).

Вкладчики несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности. Поэтому вкладчиками могут быть граждане и любые юридические лица, а не только индивидуальные предприниматели и коммерческие организации.

Товарищество на вере создается и действует на основании учредительного договора.

Вкладчики не вправе участвовать в управлении и ведении дел товарищества на вере, выступать от его имени иначе, как по доверенности.

Хозяйственные товарищества и общества

Общество с ограниченной ответственностью — это учрежденное одним или несколькими лицами общество, учредительный капитал которого разделен на доли (паи) в определенных учредительными документами размерах.

Права и обязанности участников общества с ограниченной ответственностью определяются в учредительном договоре и уставе (учредительные документы).

Минимальный размер уставного капитала – 10 тыс.руб.

Наивысшим органом управления является собрание пайщиков.

Вкладчики не отвечают по обязательствам общества и несут риск, связанный с их деятельностью, в пределах своих вкладов.

Акционерное общества

Акционерным обществом признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательные права участников (акционеров). Акционерные общества могут создаваться в форме публичных и общего типа.

Учредителями АО могут выступать как юридические лица, так и граждане, в том числе иностранные лица .

Число учредителей АО общего типа не может превышать 50 человек. В публичных АО число учредителей должно быть более 50 человек.

Учредительным документом АО является его устав.

АО должно иметь наименование и место своего нахождения. При этом наименование АО должно содержать указание на то, что это акционерное общество и его тип.

Акционерное общества

Минимальный размер уставного капитала для публичных АО — не менее 1000-кратной, а общего типа — не менее 100-кратной суммы минимального размера оплаты труда.

В АО предусмотрена **трехзвенная система управления**: общее собрание, совет директоров (наблюдательный совет), который в обязательном порядке создается, если в обществе более 50 участников, и исполнительный орган (единоличный или коллективный).

В компетенцию общего собрания акционеров входит решение вопросов: реорганизация и ликвидация общества; увеличение и уменьшение уставного капитала; образование исполнительного органа; утверждение годовых отчетов, бухгалтерских балансов, счета прибылей и убытков, распределение прибылей и убытков и др.

Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск, связанный с их деятельностью, в пределах принадлежащих им акций.

Другие формы организации бизнеса

Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов.

Государственное или муниципальное предприятие — коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ней собственником этого имущества.

Некоммерческая организация - организация не преследующая извлечение прибыли в качестве цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками.

Организационно-правовые формы некоммерческих организаций: потребительские кооперативы; общественные и религиозные организации; фонды; объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Финансирование

Внутренние и внешние источники финансирования

- Под финансированием организаций (фирм) понимается **процесс образования денежных средств** или в более широком плане **процесс образования капитала фирмы** во всех его формах.

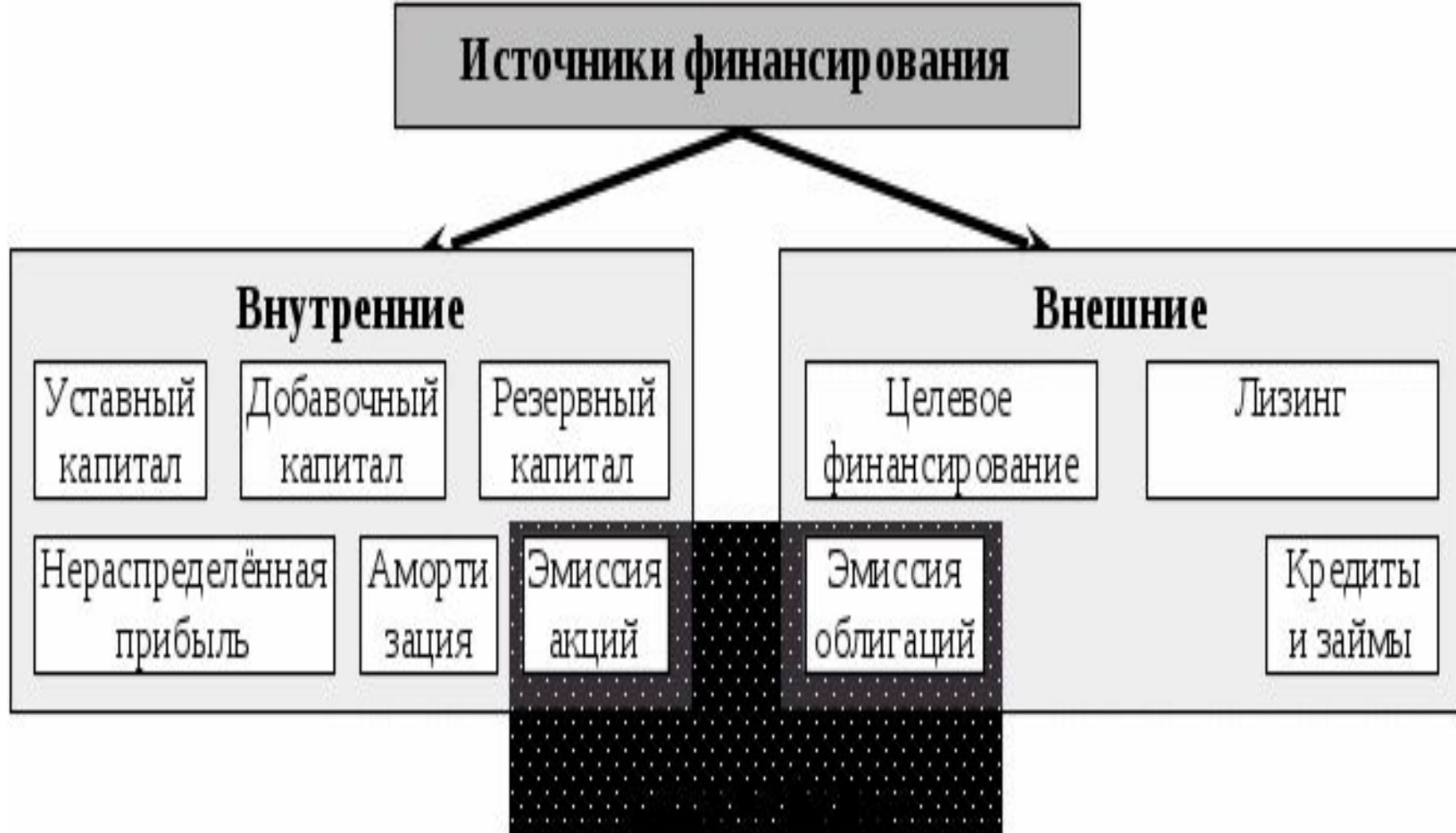


- Понятие “финансирование” довольно тесно связано с понятием “инвестирование”.

Если финансирование – это образование денежных средств, то инвестирование – это их использование.

Внутренние и внешние источники финансирования

- Источники финансирования предприятия делят **на внутренние** (собственный капитал) и **внешние** (заемный и привлеченный капитал).



Внутренние и внешние источники финансирования

Уставный капитал – это денежные средства или имущество, внесенные учредителями при регистрации фирмы.

Добавочный капитал — денежные средства или имущество внесенные дополнительно собственниками, инвесторами, государством (например, безвозмездно переданные здания, транспортные средства).

Резервный капитал — денежные средства или имущество, которые предназначены для покрытия убытков, погашения облигаций и выкупа акций предприятия.

Нераспределенная (аккумулированная) прибыль – это часть прибыли, оставшаяся в распоряжении предприятия после выплаты налогов, дивидендов, штрафов и других обязательных платежей.

Амортизация - постепенное изнашивание основных средств (зданий, сооружений, машин, оборудования, транспортных средств) и перенесение их стоимости на выпускаемую продукцию по мере их физического и морального износа.

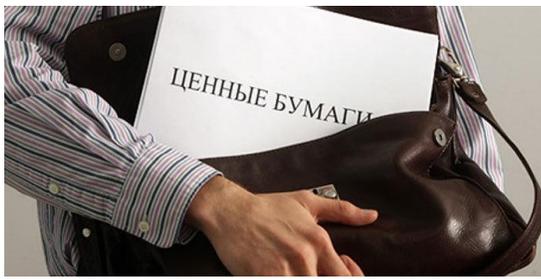
Внутренние и внешние источники финансирования

Средства целевого финансирования - это средства (денежные или имущественные), получаемые фирмой (организацией) безвозмездно и которые должны быть использованы им строго по назначению.

Лизинг — это аренда чего-либо (недвижимости, автомобиля, техники и пр.) с правом последующего выкупа.

Кредит – это предоставление денежных средств кредитором, которым может выступать только банковская или иная финансово-кредитная организация (но не предприятие) заемщику (юридическое или физическое лицо) наличными, на банковский счет, на кредитную карту.

Займ (беспроцентные и низкопроцентные ссуды) - это предоставление одним лицом другому имущества, денег или иных ценностей в виде долга (заема) на условиях возврата.



Виды ценных бумаг

Ценная бумага - это документ, который свидетельствует о наличии имущественного права у его владельца или отношений займа.



Виды ценных бумаг

Ценные бумаги	
Долевые:	Долговые:
Акции обыкновенные	Облигации
Акции привилегированные	Векселя
	Сертификаты

Виды ценных бумаг

- **Акция** - долевая ценная бумага, которая дает право на долю в капитале фирмы и на получение дохода из прибыли этой фирмы в виде дивиденда



Виды ценных бумаг

- **Облигация** — долговая ценная бумага, владелец которой имеет право получить от лица, её выпустившего (эмитента), в оговорённый срок её номинальную стоимость деньгами или в виде иного имущественного эквивалента.



Виды ценных бумаг

ПРОСТОЙ ВЕКСЕЛЬ

Серия _____ № 0017500 *
на сумму 15 000 000 рублей

Дата, место составления векселя 1 апреля 2012 года
г. Москва

Предприятие (лицо) ООО "ВсеХИнвест"
г.Москва ул.Фестивальная д. 76

обязуется безусловно уплатить по этому векселю денежную сумму в размере
15000000 (Пятнадцать миллионов) рублей

и начисленные на нее проценты из расчета 0(Ноль)
процентов годовых от суммы векселя

непосредственно предприятию (лицу) ООО "НеТехИнвест"
г.Санкт-Петербург, Литейный проспект д.34

или по его приказу любому другому предприятию (лицу).

Этот вексель подлежит оплате в следующий срок:
по предъявлении, но не ранее
6 сентября 2013 года

Местом платежа является г.Москва

Векселедатель
Генеральный директор *И.В.Сех* Всехов И.Н.
ООО "ВсеХИнвест"
Главный бухгалтер *Д.К.Балансовая* Балансовая Д.К.
ООО "ВсеХИнвест" **ПЕЧАТЬ**

ДЛЯ АВАЛЯ (вексельное поручительство)
За кого выдан _____
Кем выдан _____
Дата _____ Подпись авалиста _____

М.П.

- **Вексель** - это разновидность ценной бумаги, согласно которой, владелец имеет право требовать от векселедателя уплату денежного обязательства, на указанную сумму и в указанный срок.

ПЕРЕВОДНОЙ ВЕКСЕЛЬ (ТРАТТА)

Серия _____ На сумму _____ № _____
(цифрами)

Дата, место составление векселя _____

Прошу предприятие (лицо) _____
(полное наименование и полный адрес плательщика)

уплатить по этому векселю денежную сумму в размере _____
(сумма прописью)

непосредственно предприятию (лицу) _____
(полное наименование и полный адрес получателя)

или по его приказу любому другому предприятию (лицу).

Этот вексель подлежит оплате в следующий срок: _____
(по предъявлении,
во столько-то времени от предъявления или составления, в определенный день)

Местом платежа является: _____
(город, село и т.п.)

Наименование и адрес векселедателя _____

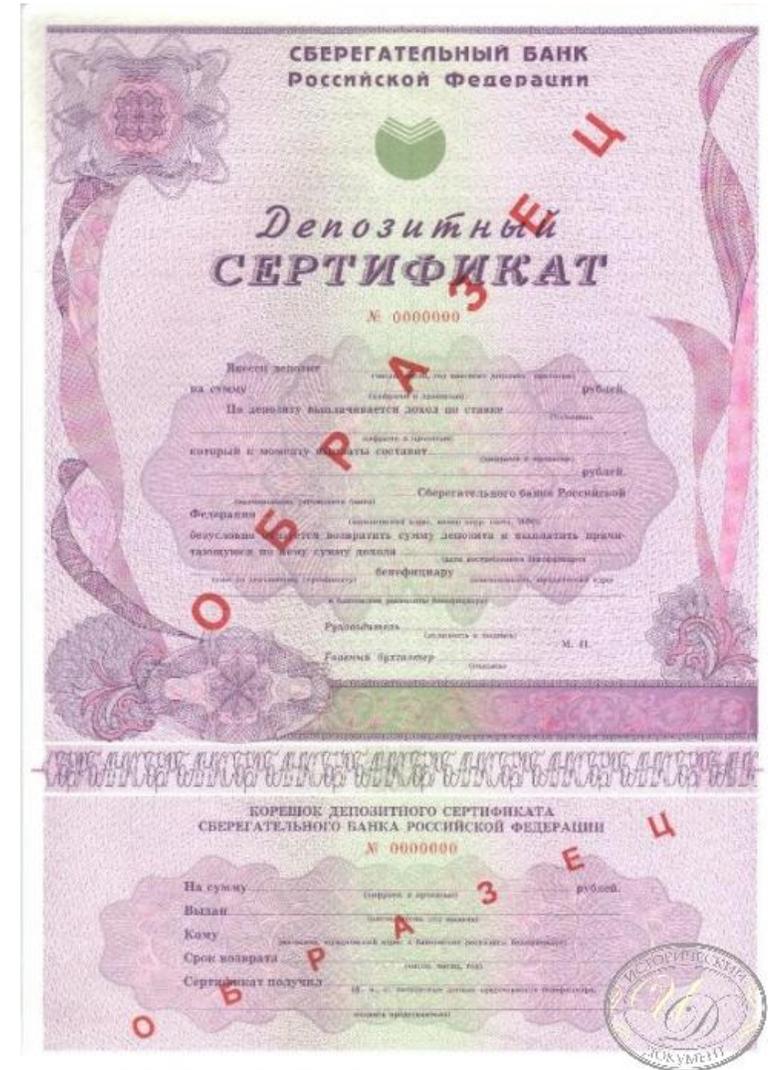
Руководитель предприятия _____
векселедателя _____ М.П.

ДЛЯ АВАЛЯ (вексельное поручительство)
За кого выдан _____ М.П.
Подпись авалиста _____
Дата _____

ДЛЯ АКЦЕПТА (принятие к исполнению)
Принял в сумме _____ М.П.
Подпись акцептанта _____
Дата _____

Виды ценных бумаг

- **Сертификат** - ценная бумага, удостоверяющая сумму вклада, внесенного в банк физическим лицом, и права вкладчика (держателя сертификата) на получение по истечении установленного срока суммы вклада и обусловленных в сертификате процентов в банке, выдавшем сертификат, или в любом филиале банка



Надежность и доходность ценных бумаг

- **Чем выше надежность ценной бумаги, тем ниже её доходность.**

Место	По показателю надежности	По показателю доходности
1	Вексель	Обычная акция
2	Облигация	Сертификат
3	Привилегированная акция	Привилегированная акция
4	Сертификаты	Облигация
5	Обычная акция	Вексель

Надежность и доходность ценных бумаг

Ценные бумаги продаются на фондовом рынке.

Фондовый рынок –

система экономических отношений между

покупателями и продавцами ценных бумаг. Товаром на этом рынке являются эмиссионные ценные бумаги.

Эмиссия – выпуск в обращение ценных бумаг.



Выводы



Под финансированием организаций (фирм) понимается процесс образования денежных средств.

Источники финансирования предприятия делят на внутренние (собственный капитал) и внешние (заемный и привлеченный капитал).

Продажа ценных бумаг – один из важных источников финансирования.

Надежность и доходность ценных бумаг – два противоположных свойства ценных бумаг, т.е. с ростом доходности снижается надежность, и наоборот.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ