

# РЫНОК

- 1) Функции рынка
- 2) Рынок совершенной конкуренции
- 3) рынок абсолютной монополии
- 4) рынок олигополии

В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ  
РЫНОК – ЭТО СФЕРА  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ  
ЛЮДЬМИ ПО ПОВОДУ  
КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ  
И УСЛУГ, ОСНОВАННАЯ НА  
ПРИНЦИПАХ  
ДОБРОВОЛЬНОСТИ И  
РАВЕНСТВА В ОБМЕНЕ.



# ФУНКЦИИ РЫНКА:

- \*РЕГУЛИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ
- \*ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ
- \*ЦЕНООБРАЗУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ
- \*ПОСРЕДНИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ
- \*САНИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ

# РЕГУЛИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ:

Связана с воздействием рынка на все сферы хозяйственной деятельности, прежде всего на производство. Колебание цен информируют о состоянии дел и регулируют хозяйственную деятельность.

**РАСТЕТ ЦЕНА**



**Расширение  
производства**

**ПАДАЕТ ЦЕНА**

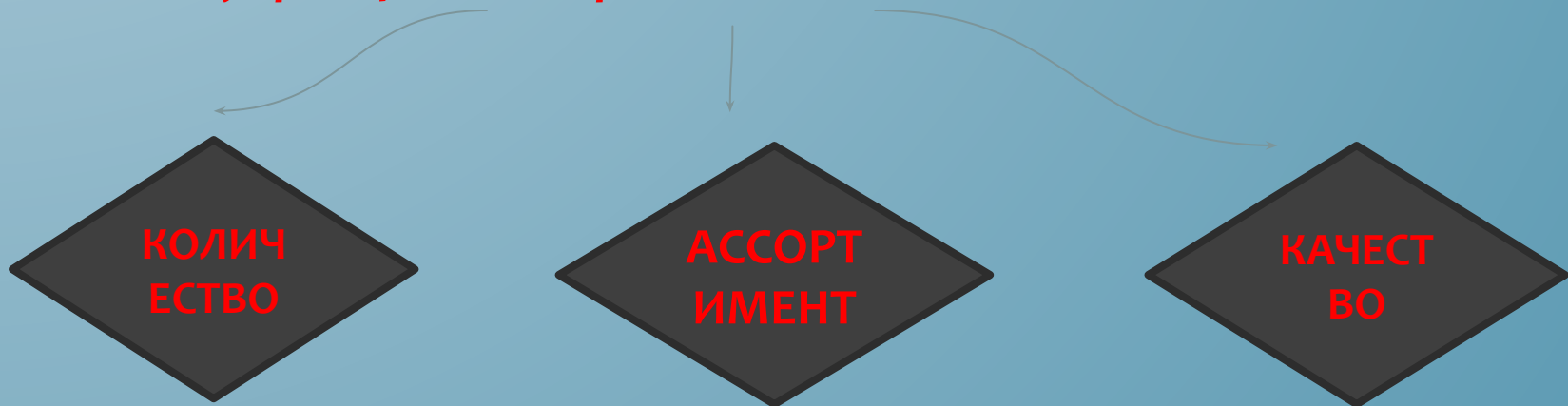


**Сокращение  
производства**

# ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ:

ЦЕНА, СКЛАДЫВАЮЩАЯСЯ НА КАЖДОМ ИЗ РЫНКОВ,  
СОДЕРЖИТ ИНФОРМАЦИЮ, НЕОБХОДИМУЮ ВСЕМ  
УЧАСТНИКАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

*Изменение цен на продукты и ресурсы дают  
информацию о потребном:*



# ЦЕНООБРАЗУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ:

Производитель  
(продавец)



Потребитель  
(покупатель)

Предложение



Спрос

**ЦЕНА**



# ПОСРЕДНИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ:

РЫНОК ЯВЛЯЕТСЯ ПОСРЕДНИКОМ М/У  
ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ И ПОТРЕБИТЕЛЕМ, ПОЗВОЛЯЯ ИМ  
НАЙТИ БОЛЕЕ ВЫГОДНЫЙ ВАРИАНТ КУПЛИ-  
ПРОДАЖИ.

**ПОТРЕБИТЕЛЬ**



**ВЫБОР  
ОПТИМАЛЬНОГО  
ПОСТАВЩИКА**

**ПРОИЗВОДИТЕЛЬ**



**С НАИБОЛЕЕ  
УСТРАИВАЮЩИМ  
ПОКУПАТЕЛЕМ**

# САНИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ:

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ-ПРОВОДИТ «ЕСТЕСТВЕННЫЙ ОТБОР»СРЕДИ  
УЧАСТНИКОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ(ХОЗЯЙСТВЕННОЙ)ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

*рынок*

ОЧИЩАЕТ  
ЭКОНОМИКУ ОТ  
НЕЭФФЕКТИВНЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЙ

ВПУСКАЕТ В  
ЭКОНОМИКУ  
ПРЕДПРИИМЧИВ  
ЫЕ И АКТИВНЫЕ  
ПРЕДПРИЯТИЯ



# Рынок совершенной (чистой) конкуренции

## Структурные признаки

Полнота информации

свободный доступ к информации

Множ-во покупателей

никто не влияет на условия заключения сделок

много продавцов

рыночная доля продавца мала, что он не может оказывать влияние на цену

стандартиз. продукт

схожесть продуктов, потребитель не проводит различия м/у продуктами разных фирм

нет барьеров

любая фирма может начать предпринимательство

нет взаимодействия фирм

каждая фирма принимает производственные решения без учета реакции конкурентов

фирма может продавать только по сложившейся цене на рынке

абсолютная эластичность спроса на продукт отдельной фирмы

## ГОСПОДСТВО ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ

# рынок абсолютной монополии

## характерные признаки

ЕДИНСТВЕН-  
НЫЙ  
ПРОДАВЕЦ

МНОГО  
ПОКУПАТЕЛЕЙ

УНИКАЛЬНЫЙ  
ПРОДУКТ

ВЫСОКИЕ  
БАРЬЕРЫ

НЕТ  
ВЗАИМОДЕЙ-  
СТВИЯ ФИРМ

СПРОС НА  
ПРОДУКТ  
ФИРМЫ  
=ОТРАСЛЕВОМУ  
СПРОСУ, А  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ  
ПРОДАВЦА  
=ОТРАСЛЕВОМУ  
ПРЕДЛОЖЕНИЮ

НИ ОДИН ИЗ  
ПОКУПАТЕЛЕЙ НЕ  
МОЖЕТ  
ОКАЗЫВАТЬ  
ВЛИЯНИЯ НА  
УСЛОВИЯ  
ЗАКЛЮЧЕНИЯ  
РЫНОЧНЫХ  
СДЕЛОК

ОТСУТСТВИЕ  
ЗАМЕНИТЕЛЕЙ  
ПРОДУКТА ИЛИ  
ЧРЕЗВЫЧАЙНО  
ВЫСОКИЕ  
ИЗДЕРЖКИ  
ПЕРЕКЛЮЧЕНИЯ  
ПОТРЕБИТЕЛЯ

ВХОД НА  
ОТРАСЛЕВОЙ  
РЫНОК СВЯЗАН  
С  
ИЗДЕРЖКАМИ,  
КОТОРЫЕ  
ЗАВЕДОМО  
ДЕЛАЮТ  
ПРОИЗВОДСТВ  
О УБЫТОЧНЫМ

ИЗ-ЗА  
ОТСУТСТВИЯ  
КОНКУРЕНТОВ

ПОЛНОЕ ГОСПОДСТВО ФИРМЫ НАД  
РЫНКОМ

# ОЛИГОПОЛИЯ

## характерные признаки

ограниченное  
число  
продавцов

много  
покупател  
ей

стандартизира  
ванный продукт

есть  
отраслевые  
барьеры

наличие  
взаимодейств  
ия фирм

отдельные  
продавцы  
контролируют  
доли рынка, что  
позволяет им  
оказывать  
влияние на  
рыночные  
параметры

ни один из  
покупателей не  
может  
оказывать  
влияние на  
условия  
заклучения  
рыночных  
сделок

может иметь  
место любой  
из вариантов  
(рынок  
нефти,  
автомобильн  
ый рынок)

выход на рынок  
требует  
дополнительных  
затрат

каждая фирма  
учитывает  
возможные  
варианты  
реагирования  
конкурентов  
на ее решения

наличие у крупных  
фирм рыночной  
власти

порождает  
необходимость  
взаимодействия фирм с  
целью макс прибыли

## Использованная литература:

- 1)учебник МГУ им. Ломоносова, Ю.В. Торонуха,  
МИКРОЭКОНОМИКА
- 2)доклады студентов экономического факультета
- 3)чуть-чуть интернет))