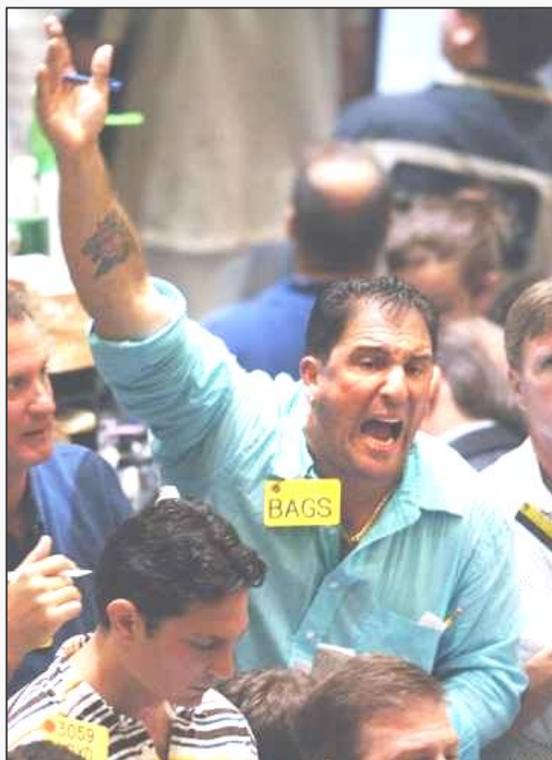


***Рынок и рыночная
экономика***

**Д.З. Липсиц стр.
156-161; 194-195
Б. Т.5**





ПОНЯТИЕ «РЫНОК»

Рынок – это экономические отношения, связанные с покупкой-продажей товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и цена

▲ РЫНОК - рыночная площадь, место торговли, т.е. место встречи продавцов и покупателей.



▲ РЫНОК – форма функционирования экономики, при которой обеспечивается взаимодействие производства и потребления через обмен, куплю-продажу товаров и услуг.



Сущность рынка. Условия возникновения рынка

Коттлер: "Рынок - это совокупность существующих и потенциальных покупателей товара. Рынки делятся на рынок продавца, где силу имеет продавец и на рынок покупателя, где силу имеет покупатель".

Макконел и Брю : "Рынок - это приспособление, осуществляющие контакт между покупателями, или предъявителями спросами и продавцами или поставщиками товара, услуги".

"Рынок - это всякий институт или механизм, сводящий вместе покупателей и продавцов".

"Рынок - это система отношений между продавцами товаров - услуг и покупателями. Продавцы вступают в отношения, чтобы передать товар от одного человека к другому и тем самым удовлетворить потребность каждого".

Условия возникновения рынка

**Общественное
разделение труда и
специализация**

**Экономическая
обособленность
производства**

**Самостоятельность
производства и
свобода
предпринимательства**



Инфраструктура (лат. *infra* — «ниже», «под» и лат. *structura* — «строение», «расположение») — комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур или объектов, составляющих и/или обеспечивающих основу функционирования системы. Термин заимствован из военной лексики.

Второй причиной формирования рынка является экономическая обособленность товаропроизводителей, их возможность свободно распоряжаться результатами своего труда. Благами обмениваются полностью независимые, автономные в принятии хозяйственных решений производители. Экономическая обособленность означает, что только сам производитель решает, что производить, как производить, кому и где продавать созданную продукцию. Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности. С развитием частной собственности развивалось и рыночное хозяйство.

Для эффективного функционирования рынка необходимо и третье условие – самостоятельность производителя, свобода предпринимательства, свободный обмен ресурсом. Чем меньше скован производитель, тем больше развит рынок. Свободный обмен позволяет сформироваться свободным ценам, которые укажут производителям ориентиры наиболее эффективных направлений их деятельности.

Материальная основа рынка



ТОВАР

**ДЕНЬГ
И**



Основными субъектами рынка являются:

**Домашнее
хозяйство**

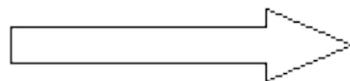
**Государство
(правительство)**

**Бизнес
(предпринимательство)**

Таким образом, рынок – это такая организация хозяйственной жизни, при которой производители, опираясь на спрос покупателей, самостоятельно решают *основные экономические вопросы.*

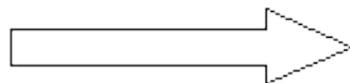
Сформулируйте данные вопросы и раскройте их содержание

ЧТО?



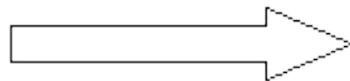
Какие из возможных товаров и услуг должны быть произведены?

КАК?



При какой комбинации ресурсов, с использованием каких технологий?

ДЛЯ
КОГО?



Кто будет получать и оплачивать товары и услуги, извлекая из них пользу?



ЗАКОНЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА

Механизм товарного рынка регулируется двумя законами: законом стоимости и законом спроса и предложения.

Спрос — это то количество товаров определенного вида, которое покупатель готов купить при определенном уровне цен.

Предложение - это то количество товара, которое продавец готов предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.

Денежным выражением стоимости является цена, которая устанавливается производителем и в теории может быть выше стоимости, ниже стоимости или соответствовать ей.

Цена – это замороженная в деньгах стоимость товаров и услуг.

В реальности на рынке формируются две цены:

- а) цена спроса, под которой понимается та максимальная цена, по которой покупатель согласен купить товар;
- б) цена предложения — та минимальная цена, по которой производитель готов продать товар.

ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ:

- 1. наличие независимых товаропроизводителей, свобода экономического выбора (свобода предпринимательства, свобода профессионального выбора, свобода потребительского выбора), предпринимательской деятельности и гарантию прав собственности различных экономических субъектов;**
- 2. конкуренция товаропроизводителей различных форм собственности;**

ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ:

- 3. свободные рыночные цены,
уравновешивающие спрос и предложение;**
- 4. свободное перемещение капитала между
отраслями регионами и странами;**
- 5. наличие рынков капитала и труда;**
- 6. открытость экономики мировым
интеграционным процессам, возможность
миграции рабочей силы, товаров и капиталов**

Преимущества рынка:

- *эффективное распределение ресурсов;*
- *гибкость, высокая адаптивность (т.е. приспособляемость) к изменяющимся условиям;*
- *свобода выбора и действий производителей и потребителей;*
- *максимальное использование достижений НТР;*
- *способность к удовлетворению разнообразных потребностей, повышению качества товаров и услуг.*



Недостатки рынка:



- *не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов;*
- *не создает стимулов для производства товаров и услуг коллективного пользования;*
- *не гарантирует полной занятости и стабильного уровня цен;*
- *не создает условия для развития науки, образования, учреждений культуры.*
- *порождает социальную несправедливость и расслоение общества на богатых и бедных.*

Основные виды рынка

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

Монополизированный рынок

Регулируемый рынок

По степени насыщенности

Равновесный рынок

Дефицитный рынок

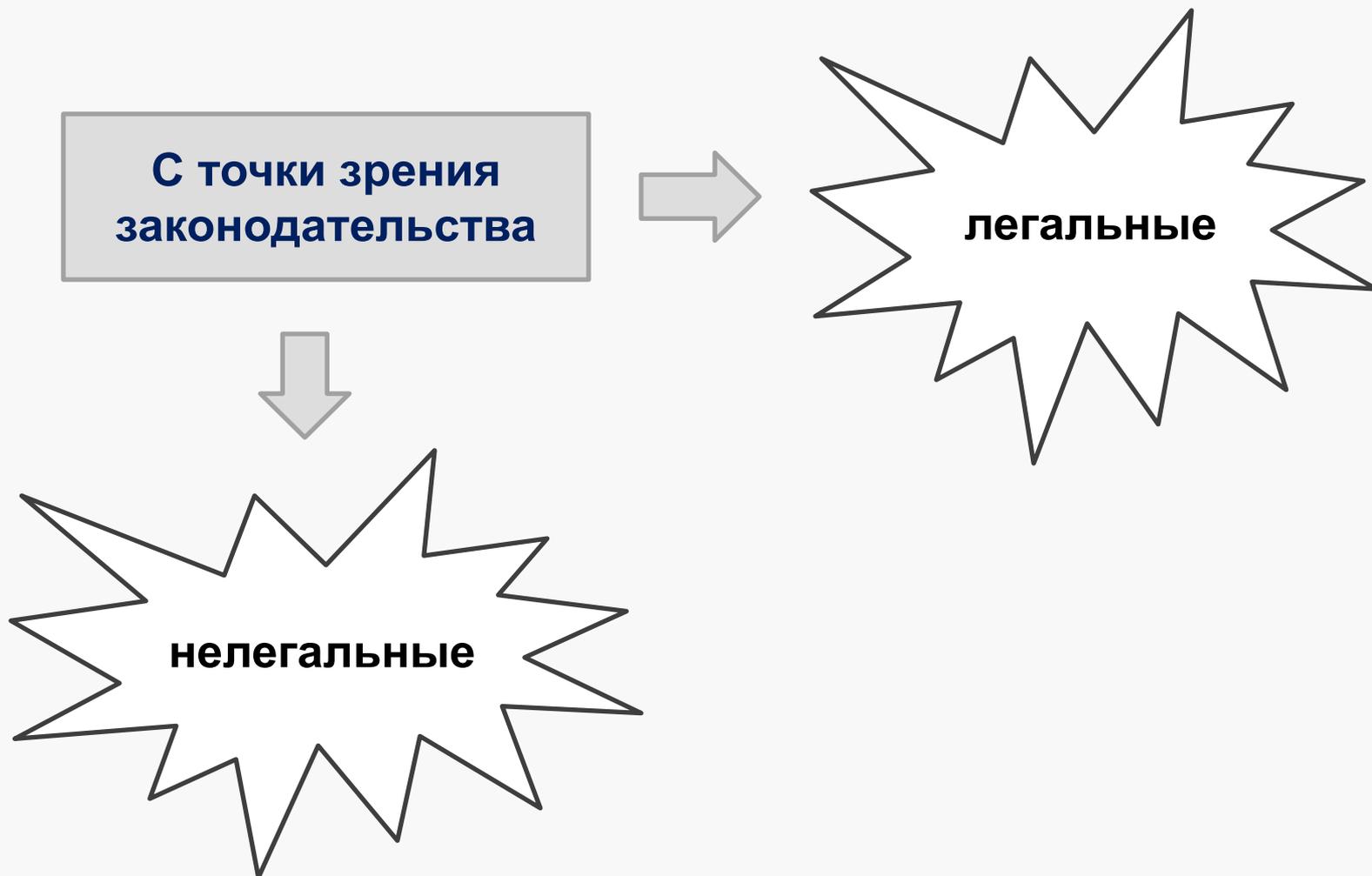
Избыточный рынок

В соответствии с действующим законодательством

Легальный рынок

Нелегальный рынок

Типы рынков



Типы рынков

- Потребительских товаров и услуг (товарные биржи, ярмарки, аукционы)
- Средства производства.
- Информации
- Рабочей силы.
- Иностраннных валют.
- Ценных бумаг.
- Инвестиционный .
- Научно-технических разработок
- По товарам и услугам

По пространственному признаку

- **местный**
- региональный
- **мировой**
- **национальный**

Типы рынков

- 1. Рынок продовольственных товаров - используется для торговли продуктами питания и продовольствием.**
- 2. Рынок промышленных товаров - применяется для приобретения товаров народного потребления.**
- 3. Рынок услуг - здесь приобретают бытовые, жилищно-коммунальные и услуги по перевозке.**
- 4. Рынок недвижимости - используется для проведения сделок по купле-продаже недвижимости.**
- 5. Рынок средств производства - продажа средств производства.**
- 6. Рынок денег - продажа и покупка валют, ценных бумаг или фондовый рынок.**

Типы рынков

7. Рынок капитала и инвестиций - средства для строительства, расширения и проведения реконструкции.

8. Рынок рабочей силы - на данном рынке продается и покупается рабочая сила.

9. Рынок инноваций - на нем ведется торговля техническими и экономическими изобретениями.

Традиционно микроэкономическая теория разделяет четыре основных типов рыночных структур: совершенной конкуренцией, монополистической конкуренцией, олигополией и монополией.

КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЁ ВИДЫ

Конкуренция (от лат. *concurrere* — сталкивать, состязаться) — это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товаров.

Конкуренция



* (**concurrentia** (лат) – **столкновение, состязание**)

Конкуренция – это соперничество, состязание.

- **Между кем?** – между производителями однотипных товаров, услуг.
- **За что?** – за привлечение как можно большего числа покупателей.
- **Во имя чего?** – для получения максимальной прибыли.



КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЁ ВИДЫ

Конкуренция возникает там, где количество благ ограничено

Ценовая конкуренция:

Предлагается более низкая цена, чем у соперника, посредством уменьшения издержек

2. Неценовая конкуренция:

Возникает, когда фирма предлагает товар более высокого, чем у других фирм, качества, организует систему послепродажного обслуживания или широко рекламирует свой товар

КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЁ ВИДЫ

Степень конкуренции

Острее всего она на рынках, где:

- 1. Много продавцов и покупателей**
- 2. Есть точная информация о ценах на тот или иной товар**
- 3. Ничто и никто не мешает новым фирмам войти на рынок, а старым уйти с него**
- 4. Товар является однородным и имеет примерно одинаковое качество**

КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЁ ВИДЫ

Степень конкуренции

Слабее всего она на рынках, где:

- 1. Число покупателей и продавцов невелико, либо в отрасли есть один или несколько лидеров**
- 2. Отсутствует достоверная рыночная информация**
- 3. Существует много разновидностей продукта (книжный рынок: научная, детская, детективная литература)**
- 4. «вход на рынок» для новичков затруднён**

Конкуренция

```
graph TD; A[Конкуренция] --> B[1. Совершенная (идеальный рынок)]; A --> C[2. несовершенная]; C --> D[Монополистическая]; C --> E[Олигополия]; D --> F[Монополия]; E --> G[Монопсония];
```

The diagram is a hierarchical flowchart. At the top is a box labeled 'Конкуренция'. Two arrows point down from it to two boxes: '1. Совершенная (идеальный рынок)' on the left and '2. несовершенная' on the right. From '2. несовершенная', two arrows point down to 'Монополистическая' and 'Олигополия'. From 'Монополистическая', an arrow points down to 'Монополия'. From 'Олигополия', an arrow points down to 'Монопсония'. All boxes have a 3D effect with a grey shadow on the right and bottom edges.

1. Совершенная
(идеальный
рынок)

2. несовершенная

Монополистическая
я

Олигополия

Монополия

Монопсония

Типы конкуренции (конкурентных рынков)

- 1) Рынок совершенной (чистой) конкуренции**
- 2) Рынок несовершенной конкуренции:**
 - А. Рынок монополистической конкуренции**
 - Б. Олигополистический рынок**
 - В. Рынок монополии**
 - Г. Монопсония**

КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЁ ВИДЫ

1. В условиях ничем не ограниченной ценовой конкуренции складывается рынок *совершенной конкуренции*. На таком рынке существует множество мелких фирм (например на рынке сельскохозяйственной продукции)

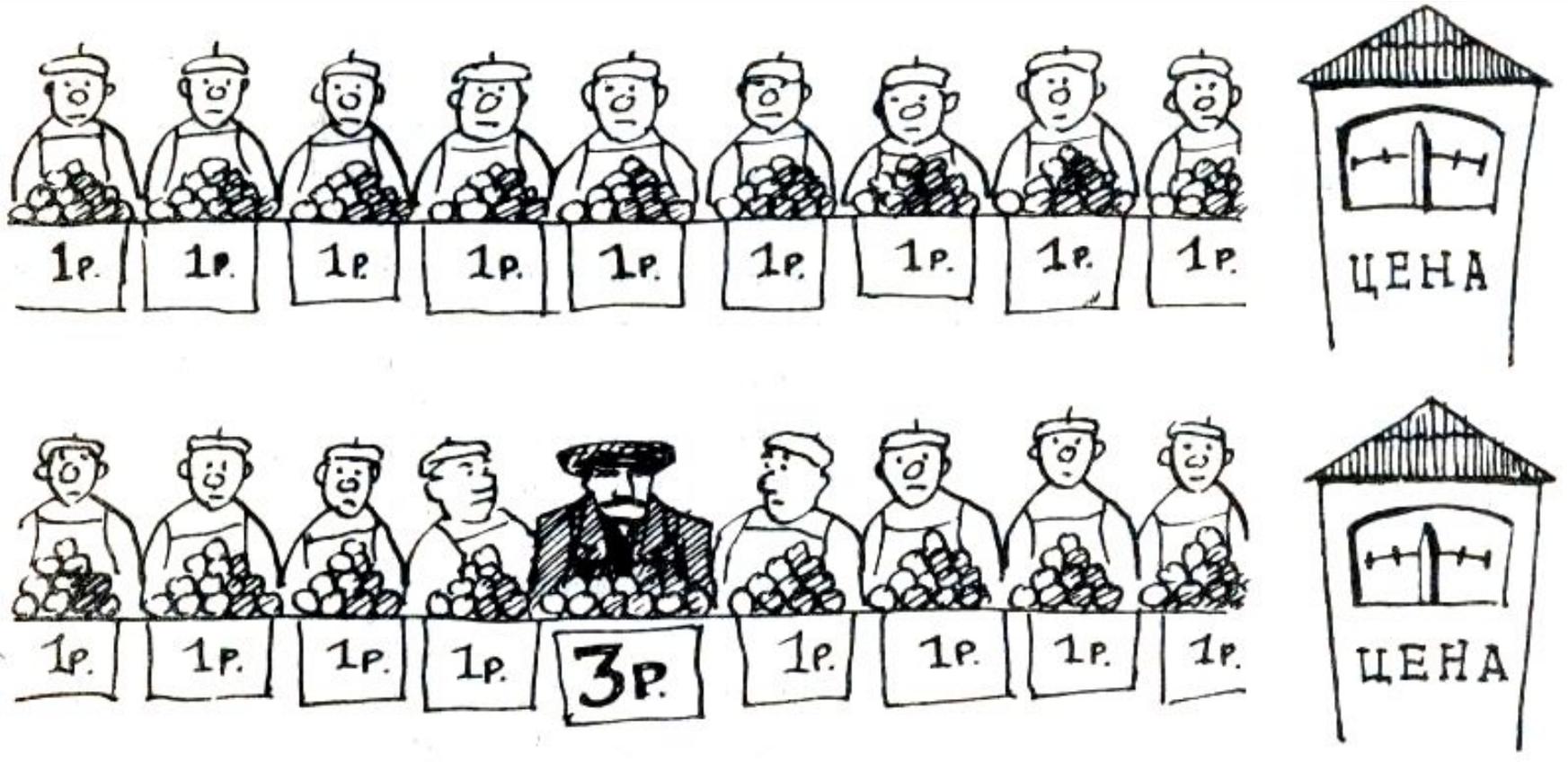
Типы конкуренции (конкурентных рынков)

1) Рынок совершенной (чистой) конкуренции

В борьбе за внимание и деньги покупателей сталкиваются между собой множество производителей однотипных товаров. При этом ни один из них не обладает контролем над такой долей рынка, которая позволяет ему навязывать остальным выгодные ему условия сбыта. Именно так конкурируют между собой мелкие производители с/х продукции или мелкие фирмы в сфере услуг, фондовые биржи, рынки иностранных валют

Совершенная конкуренция-

рынок с множеством равноправных продавцов, предлагающих однородную продукцию, где отсутствуют входные барьеры в отрасль и продавец практически не влияет на рыночную цену.

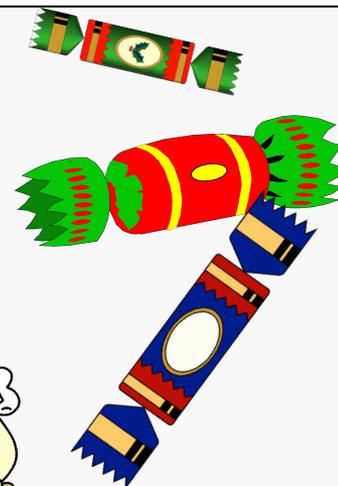
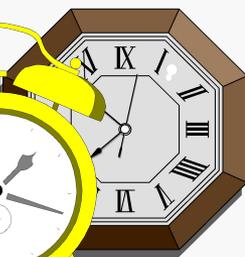
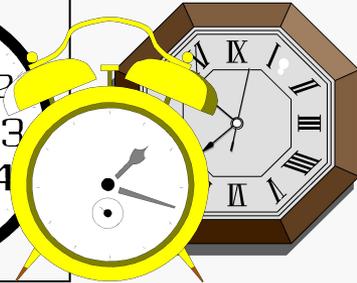
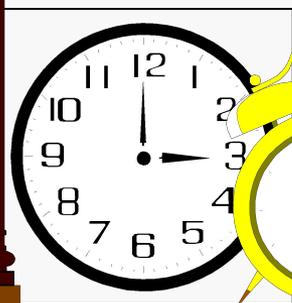
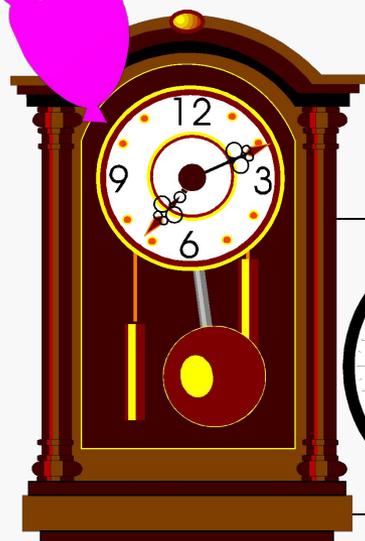
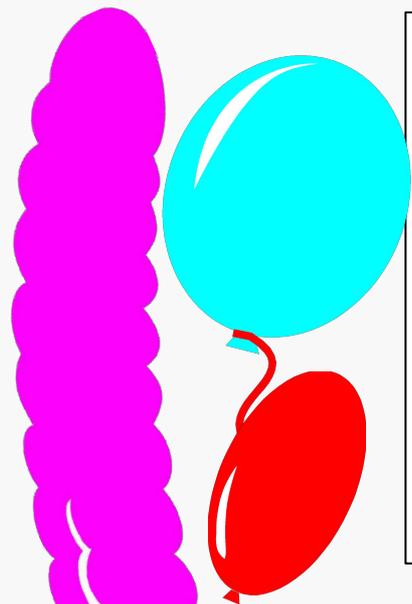


Такая экономическая ситуация, в которой фирма обладает определённой властью над ценой

А). Рынок монополистической конкуренции

На рынке имеется много конкурирующих фирм, для удовлетворения одной и той же потребности эти фирмы предлагают различающиеся между собой товары; каждая фирма имеет некоторую возможность влиять на цену, по которой она продает свои товары; существующие фирмы не могут преградить вход на рынок новым конкурентам. Примеры таких рынков: рынки продуктов питания, одежды, мебели, пищевая и лёгкая промышленность, розничная торговля и т.д.

**Монополистическая
конкуренция –
рынок с множеством производителей,
предлагающих схожие, но не одинаковые
(дифференцированные) товары и услуги.**



В) Олигополистический рынок

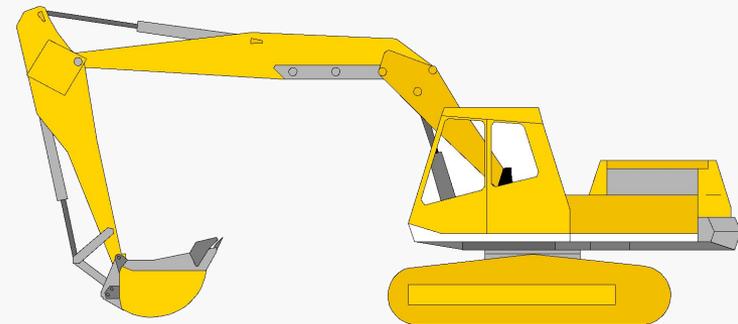
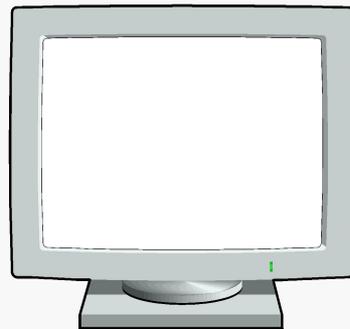
Характерно производство одинаковых или сходных товаров небольшим числом крупных фирм (от 2 до 20), которые и конкурируют между собой. При этом каждая фирма может оказывать существенное влияние на цены, по которым продаются её товары. Ситуация олигополии возникает обычно в тех отраслях, где сама технология диктует предпочтительность создания крупных производств. Пример: автомобильная промышленность, авиаперевозки, рынок тяжелого оборудования, нефтехимической продукции, электронная пром-ть

В США автомобильный рынок представлен: «Форд»; «Крайслер»; «Дженерал моторс»

В СССР: «ВАЗ»; «АЗЛК»; «ГАЗ»; «ЗАЗ»

Олигополия

– рынок, где господствует несколько крупных фирм, вход в отрасль для соперников крайне затруднен. При олигополии возможен ценовой сговор или ориентирование на цены лидера.



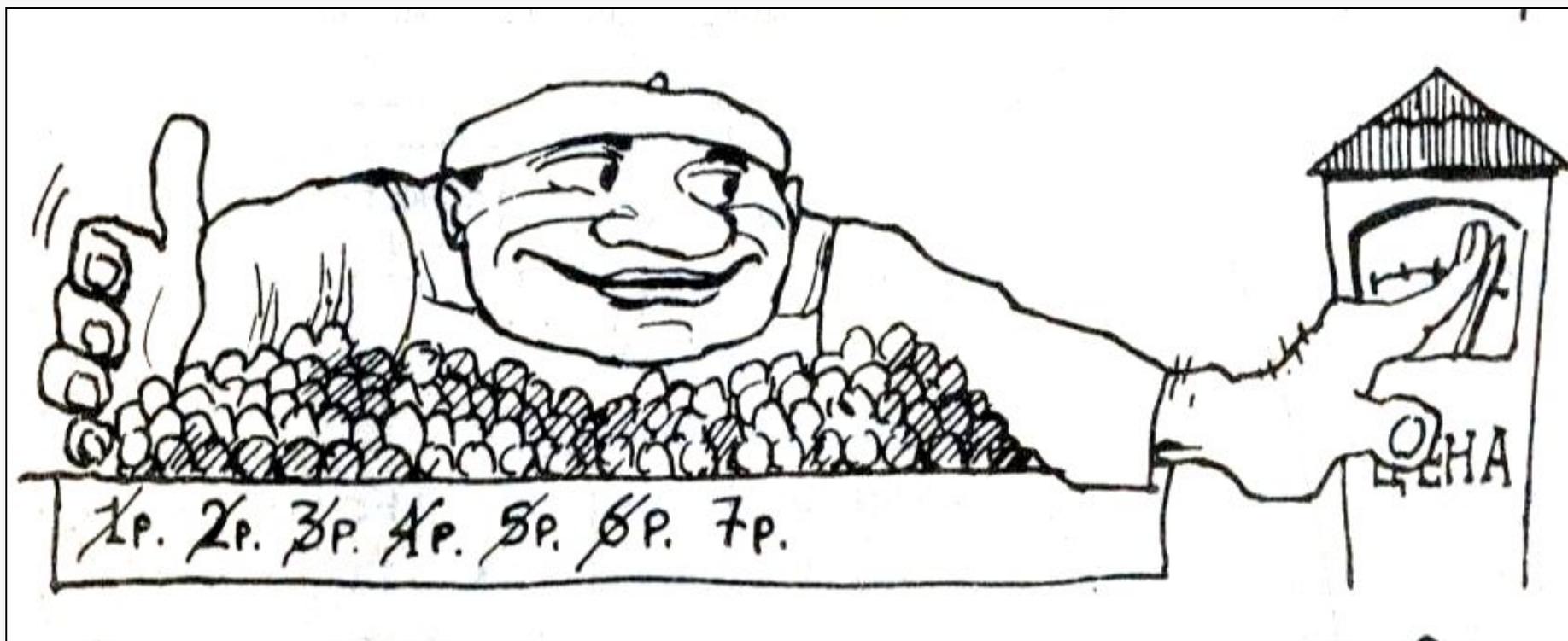
в) Рынок монополии (чистая, абсолютная монополия)

Монопо́лия (от греч. μονο — один и πωλέω — продаю) — фирма (ситуация на рынке, на котором действует такая фирма-монополист), действующая в условиях отсутствия значимых конкурентов (выпускающая товар(ы) и/или оказывающая услуги, не имеющие близких заменителей).

Монополия (эконом.) — исключительное (монопольное) право в какой-либо сфере деятельности государства, организации, фирмы и т. д...

Монополия

- рынок где имеется только один производитель, который полностью контролирует объем производства и очень сильно влияет на цену. Монополия- главный враг конкуренции.



В стране с рыночной экономикой с монополизмом ведется борьба на государственном уровне. Почему?



- Однако, есть сферы, где монополия просто необходима: производство атомных бомб, эмиссия денежных знаков, электрические и тепловые сети и др. Почему?**

Подобные предприятия относят к естественной (государственной, легальной) монополии.

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.**



В) Рынок монополии

Монополии бывают

1. *Естественные* («Газпром», железные дороги, почта РФ, предприятия водоснабжения, в сфере оригинального художественного промысла), возникает и существует закономерно по объективным условиям в тех отраслях, где из-за специфических условий не может быть большого числа конкурентов.

Появляется в двух случаях:

2. Может быть в тех отраслях экономики, где трудно признать целесообразным существование более одного производителя. Неразумно конкурировать с имеющейся в городе системой электро-или водоснабжения

В) Рынок монополии

Монополии бывают

2. *Искусственные* (в 18-19 вв. деятельность Ост-Индских компаний), создаются специально (например, государством) путём концентрации в чьих-либо руках хозяйственной деятельности.

К искусственным монополиям относятся:

КАРТЕЛЬ (французское *cartel*, итальянское *cartello*, от *carta* - бумага, документ), союз нескольких предприятий одной отрасли. Заключается в соглашении предпринимателей о размерах производства, рынках сбыта, ценах при сохранении производственной и коммерческой самостоятельности. Они договариваются о квоте – доле каждого в общем выпуске. В сфере международного бизнеса действуют азотный, нефтяной, урановый и другие картели. (ОПЕК – объединение стран экспортёров нефти)

Синдикат (от гр. *syndikos* — действующий сообща) — это объединение ряда предприятий, производящих однородную продукцию, при которой вошедшие в него компании теряют коммерческую сбытовую самостоятельность, но сохраняют юридическую и производственную свободу действий. Иными словами, в синдикате сбыт продукции, распределение заказов осуществляется централизованно.

Возникли международные синдикаты.

Классическим примером является алмазный синдикат «Де Бирс», сосредоточивший в своих руках реализацию практически всех добываемых в мире необработанных алмазов.

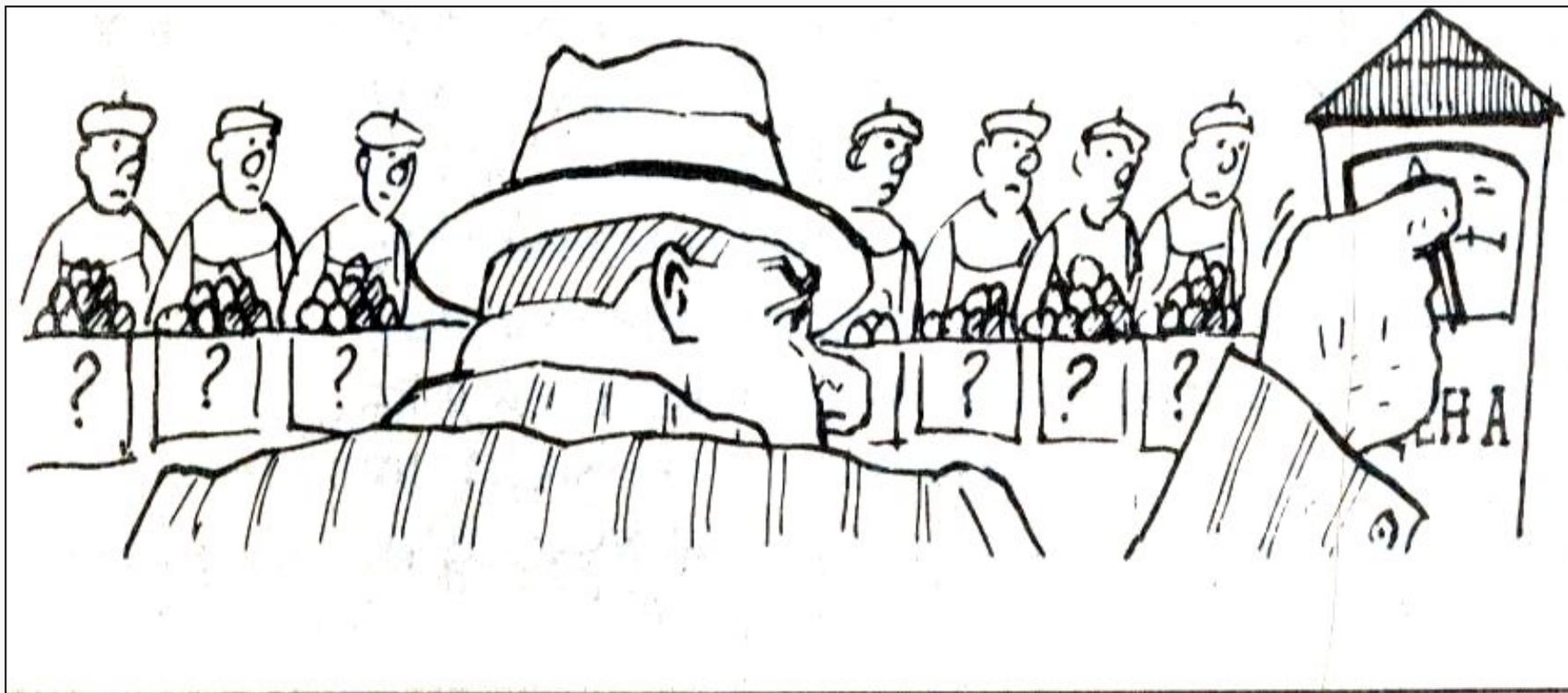
Концерн (нем. *der Konzern*) — финансово-промышленная группа компаний. Типичным является сохранение юридической и хозяйственной самостоятельности участников, но с учётом координации со стороны доминирующих финансовых структур. Обычно участники концернов объединяют не только экономический потенциал, но и усилия в рыночной стратегии. Основным преимуществом концерна является концентрация финансовых и других ресурсов.

Так возникли или получили сильное развитие американский Дженерал Электрик, немецкий Сименс, японская Мицубиси

В русском языке слово концерн чаще всего применяется по отношению к мультинациональным финансово-промышленным группам Европы, например Сименс, Фольксваген. Тогда как по отношению к американским образованиям обычно употребляется термин «группа корпораций», «финансовая группа» или ФПГ.

Консорциум – временное объединение промышленных, банковских и др. компаний для осуществления совместных крупных предпринимательских проектов (строительство туннеля, железной дороги, создание нового авиалайнера и тд.)

Г). *Моносония (противоположная монополии ситуация)* – возникает при наличии на рынке лишь одного покупателя. Например, предприятия – производители вооружения продают его единственному отечественному покупателю – государству; на рынке труда в бывшем «закрытом» городе, где единственным крупным работодателем является военный завод.



Моносония

- монополия покупателя, напр., предприятия – производители вооружения продают его единственному отечественному покупателю - государству

Четыре основных типа рыночных структур

	<i>Чистая конкуренция</i>	<i>Монополистическая конкуренция</i>	<i>Олигополия</i>	<i>Монополия</i>
Однородность продукции	Однородная	Дифференцированная	Однородная или дифференцированная	Уникальная
Количество фирм и их величина	Много (мелкие)	Много (небольшие)	Мало (крупные)	Одна (крупная)
Легкость входа и выхода	Легкий	Легкий	Барьеры	Барьеры
Контроль над ценами	Ценополучатель	Небольшой	Значительный	Ценоустановитель

Чтобы удерживать выгодное положение на рынке, монополистические объединения используют всевозможные методы конкуренции:

- 1. Хозяйственный бойкот (частичный или полный отказ от экономических связей с аутсайдерами)**
- 2. Демпинг (преднамеренная продажа товаров по «бросовым» ценам)**
- 3. Ограничение продажи товаров не зависимым от монополии фирмам (напр. Уменьшение поставок нефти нефтеперерабатывающим заводам)**
- 4. Регулирование цен**
- 5. Разорение конкурентов с помощью недозволенных законом средств**
- 6. Промышленный шпионаж**

ЦИВИЛИЗОВАННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Выступает как внешняя побудительная сила, которая заставляет обособленных товаропроизводителей:

- 1. постоянно совершенствовать техническую оснащённость производства.**
- 2. повышать эффективность труда.**
- 3. снижать свои затраты на производство товаров, с целью увеличения прибыли.**

Недобросовестная конкуренция

- 1. нарушение принятых норм и правил;**
- 2. ложная информация и реклама, вводящая в заблуждение конкурента и потребителей;**
- 3. имитация товаров и продукции конкурентов;**
- 4. подделка качества, стандартов и условий поставки товаров;**
- 5. тайный сговор на торгах и создание тайных союзов;**
- 6. установление контроля над деятельностью конкурента с целью прекращения этой деятельности;**
- 7. физическое устранение конкурента;**

Монополия – элемент рыночного механизма. В силу этого задача государства состоит не в искоренении монополии, а в нахождении разумного для общества сочетания монополии и конкуренции. Оно решается с помощью антимонопольного законодательства, которое в настоящее время имеет два направления:

1. Контроль за ценами

2. Контроль за слияниями компаний

В России в 1991 г. Был принят закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и создан Государственный комитет по антимонопольной политике. (ФАС)

Рынок совершенной конкуренции

Совершенная конкуренция, идеальная — конкуренция между производителями, продавцами товаров, имеющая место на так называемом идеальном рынке, где представлено неограниченное количество продавцов и покупателей однородного товара, свободно общающихся между собой. В экономической теории совершенной конкуренцией называют такую форму организации рынка, при которой исключены все виды соперничества как между продавцами, так и между покупателями. Совершенная конкуренция совершенна в том смысле, что при такой организации рынка каждое предприятие сможет продать по данной рыночной цене столько продукции, сколько оно пожелает, а на уровень рыночной цены не сможет повлиять ни отдельный продавец, ни отдельный покупатель.

Рынок совершенной конкуренции

Совершенная конкуренция, является скорее абстрактной моделью, удобной для анализа основных принципов формирования рыночного поведения фирмы. В реальной действительности чисто конкурентные рынки встречаются редко, каждый потребитель, выбирая продукцию той или иной фирмы, руководствуется не только полезностью продукции и ее ценой, но и своим отношением к самой фирме, к качеству выпускаемых ею изделий. В этом смысле положение каждой фирмы на рынке в чем-то уникально, или, иными словами, приходится иметь дело с несовершенной конкуренцией.

Рынок монополистической конкуренции

Рынок с монополистической конкуренцией характеризуется следующими особенностями:

а) наличие множества продавцов и покупателей (рынок состоит из большого числа независимых фирм и покупателей);

б) свободный вход на рынок и выход с него (отсутствие барьеров, удерживающих новые фирмы от вступления на рынок, или препятствий на пути существующих фирм, покидающих рынок);

в) разнородная, дифференцированная продукция, предлагаемая конкурирующими фирмами. Причем продукты могут отличаться один от другого по одному или ряду свойств (например по химическому составу);

г) совершенная информированность продавцов и покупателей об условиях рынка;

д) влияние на уровень цен, но в довольно узких рамках.

Рынок олигополии

Слово "олигополия" было сконструировано на греческой основе и введено в европейскую лексику английским гуманистом и государственным деятелем Томасом Мором . Ныне это слово используется экономистами как термин, *обозначающий определенный тип строения рынка, при котором сторона предложения представлена небольшим числом сравнительно крупных предприятий-продавцов однородной продукции* Правда, некоторые экономисты определяют олигополию не как рынок немногих, как это делал Т. Мор, а как "конкуренцию немногих", подчеркивая тем самым основную особенность этого типа строения рынка. Крупный размер предприятий-олигополистов – прямое следствие их немногочисленности, точно так же, как малость совершенно конкурентных предприятий является следствием их множественности.

Искусственные барьеры, защищающие монополистов:

- **Лицензия – официальное разрешение на право заниматься определенным видом деятельности (например, разрешение на экспорт, импорт). Выдается органами государственного управления. Как правило, она является платной.**
- **Патент – документ, выдаваемый на определенный срок компетентным органом, удостоверяющим какое-то право. Он дает патентовладельцу исключительное право производить, использовать, и продавать его изобретение на протяжении срока действия патента.**
- **Товарный знак - товарная марка (символ, рисунок) или ее часть, обеспеченная правовой защитой.**
- **Авторское право – исключительное право распоряжаться продажей и размножением (тиражированием) своих произведений.**

Юридические барьеры (непреодолимые, т.к. связаны с уголовным наказанием)

- **Производство товара защищено патентом, авторским правом, лицензией, товарным знаком.**
- **Исключительное право заниматься данным видом деятельности (производство алкогольных напитков, табака, монополия внешней торговли).**
- **Государственная регистрация отдельных видов деятельности.**

Социально-регулируемый рынок –

разновидность смешанной экономической системы, в которой общество и государство явно стремятся не только обеспечить экономический рост, но и как можно более полно реализовать принципы сочетания хозяйственной свободы, разумного распределения ответственности за жизнь общества между гражданами и государством. В основе такой системы лежит жизненная позиция « За своё благополучие я отвечаю сам!»

Первоначально рынок действительно возник и определялся как какое - либо физическое место (городская или сельская базарная площадь), где совершались акты купли-продажи товаров. В таком понимании рынок существует и сегодня, однако его роль в современной экономике незначительна. По мере развития и углубления общественного разделения труда и специализации границы рынка расширялись, а вместе с ними изменялись его содержание и *функции*.

Функции рынка



Функции рынка

Функции рынка определяются стоящими перед ним задачами. Рыночный механизм призван найти ответы на три ключевые вопроса: что, как и для кого производить? Для этого рынок выполняет ряд функций

Ценообразующая функция

В результате взаимодействия производителей и потребителей, предложения и спроса на товары и услуги на рынке формируется цена. Она отражает полезность товара и издержки на его производство.

Функции рынка

В отличие от административно-командной системы в рыночной экономике эта оценка происходит не до обмена, а в ходе его. Рыночная цена представляет собой своего рода итог, баланс сопоставления затрат производителей и полезности (ценности) данного блага для потребителей. Таким образом, в процессе рыночного обмена цена устанавливается путем сопоставления затрат (издержек) и полезности обмениваемых благ.

Функции рынка

Информационная функция

Цена, складывающаяся на каждом из рынков, содержит богатую информацию, необходимую всем участникам хозяйственной (экономической) деятельности. Постоянно изменяющиеся цены на продукты и ресурсы дают объективную информацию о потребном количестве, ассортименте, качестве благ, поставляемых на рынки. Высокие цены свидетельствуют о недостаточном предложении, низкие цены — об избытке благ по сравнению с платежеспособным спросом.

Функции рынка

Концентрируемая рынком информация позволяет каждому участнику хозяйственной деятельности сверять собственное положение с рыночной конъюнктурой, приспособливая к запросам рынка свои расчеты и действия.

Функции рынка

Регулирующая функция

Она связана с воздействием рынка на все сферы хозяйственной деятельности, прежде всего на производство. Постоянные колебания цен не только информируют о состоянии дел, но и регулируют хозяйственную деятельность. Растет цена — сигнал к расширению производства; падает цена — сигнал к его сокращению. Информация, предоставляемая рынком, заставляет производителей снижать затраты, улучшать качество продукции.

Функции рынка

Регулирующая функция

Образно говоря, на рынке действует регулирующая «невидимая рука», о которой еще писал Адам Смит

В то же время, являясь регулятором хозяйственной жизни, рынок неоднократно демонстрировал, что не все процессы макроэкономического регулирования ему подвластны. Это проявляется в периодических спадах, инфляции, безработице.

Функции рынка

Посредническая функция

Рынок выступает посредником между производителями и потребителями, позволяя им найти наиболее выгодный вариант купли-продажи. В условиях развитой рыночной экономики потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика; продавец со своих позиций стремится найти и заключить сделку наиболее устраивающим его покупателем.

Санирующая функция

Рыночный механизм — это достаточно жесткая, в известной мере жестокая система. Он постоянно проводит «естественный отбор» среди участников хозяйственной деятельности. Используя инструмент конкуренции, рынок очищает экономику от неэффективно функционирующих предприятий. И напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и активным. В результате селекционной работы рынка повышается средний уровень эффективности, поднимается устойчивость национального хозяйства в целом.

Слабости (несовершенство) рынка –
неспособность рыночных механизмов решать
некоторые экономические задачи вообще или
наилучшим образом.

Проявляются:

- 1) В возможности монополизации рынка**
- 2) Трудности создания общественных благ на
коммерческой основе**
- 3) Возникновение внешних эффектов или внешних
затрат**

Слабости (несовершенство) рынка

Причины слабостей рынка заключаются в том, что в реальной жизни никогда не удаётся соблюсти все условия, которые позволяют рыночным механизмам идеально решать главные экономические проблемы общества.

Эти условия:

4) Государство или общественные организации не должны вмешиваться в работу рынка по политическим, религиозным мотивам

C5. Какой смысл обществоведы вкладывают в понятие «несовершенства рынка»? Привлекая знания обществоведческого курса, составьте два предложения, содержащие информацию о несовершенствах рынка.

Ответ:

1) смысл понятия, например: «несовершенства рынка – любые отклонения от условий, обеспечивающих совершенную конкуренцию»;

Может быть дано другое, близкое по значению определение.

2) два предложения с информацией о несовершенствах рынка, опирающейся на знания курса, например:

– «К несовершенствам рынка относят его неспособность обеспечить в необходимом объёме производство общественных благ».

– «Проявлением несовершенства рынка служит возникновение монополий».

Одним из недостатков рынка учёные признают то, что он не создаёт материальных стимулов для производства общественных благ. Используя обществоведческие знания, приведите *три объяснения причин данного недостатка рынка.*

Ответ:

Могут быть приведены следующие объяснения причин:

- 1) невозможно обеспечить связь потребления общественных благ (например, обеспечения правопорядка) с их оплатой, т.е. предоставлять их лишь части населения;
- 2) некоторые общественные блага государство гарантирует населению как бесплатные (например, общее образование в РФ), поэтому производитель не сможет получить прибыль;
- 3) производство общественных благ, как правило, связано со значительными затратами. Подобным капиталом располагают далеко не все фирмы.

С8. Вам поручено подготовить развернутый ответ по теме

«Рыночная экономика».

1. Что такое рыночная экономика?

2. Принципы рыночной экономики:

а) предпринимательство;

б) многообразие форм собственности на средства производства;

в) рыночное ценообразование;

г) договорные отношения между хозяйствующими субъектами (людьми, предприятиями и т. д.);

д) ограниченное вмешательство государства в хозяйственную деятельность.

3. Основные черты:

а) конкуренция;

б) многообразие форм собственности (частной, коллективной, государственной, муниципальной);

в) полная административная независимость и самостоятельность товаропроизводителя — товаропроизводитель должен быть собственником результатов своего труда;

г) свободный выбор поставщиков сырья и покупателей продукции;

д) сосредоточение капитала в руках буржуазии;

е) неэквивалентная физическому и умственному труду система распределения благ общества;

ж) ориентированный на покупателя рынок.

С6. В стране Т. происходит становление рыночной экономики. Приведите три возможных примера, которые могли бы проиллюстрировать этот процесс.

С6. Подтвердите тремя примерами необходимость участия государства в экономической жизни общества (необходимость государственного регулирования экономики).

Ответ:

С6. Покажите на конкретном примере, к каким экономическим последствиям приводят принудительное установление государством цен на товары ниже рыночных. Укажите два последствия.

В1. Известно, что на предложение производителей влияет ряд факторов, например: стоимость основных факторов производства, уровень конкуренции, уровень доходов потребителей и регулярность их получения, сезонность.

Объясните влияние на предложение каждого из перечисленных факторов.

Проиллюстрируйте примерами влияние на предложение любых двух из перечисленных факторов.

Существуют ли, по вашему мнению, товары и услуги, производство и предложение которых стабильно и слабо зависит от перечисленных факторов? Поясните свой ответ.

2. Подумайте, как могут повлиять на темпы роста реального ВВП на душу населения следующие факторы:

- а) средний темп прироста населения;**
- б) степень охвата населения средним образованием;**
- в) доля инвестиций в ВВП;**
- г) неравенство в распределении доходов;**
- д) военные расходы.**

Ответы.

а) общий объем дохода при быстро растущем населении приходится распределять между все большим числом людей, и душевой доход растет медленнее (отрицательное влияние);

б) этот показатель косвенно характеризует качество трудовых ресурсов, поскольку отражает общий уровень образованности основной части работников (положительное влияние);

в) доля инвестиций в ВВП напрямую влияет на рост капитала, а значит, и на увеличение выпуска продукции (положительное влияние);

г) факты свидетельствуют о том, что неравенство в распределении доходов отрицательно воздействует не только на рост, но и на другие показатели, характеризующие благосостояния (продолжительность жизни, уровень образования, калорийность питания);

д) эмпирические данные говорят о том, что небольшие военные расходы (до 9-10% ВВП) могут положительно влиять на темпы роста, тогда как более высокие оказывают отрицательное воздействие. Передовые технологии и нововведения, распространяясь впоследствии и на гражданское производство, стимулируют его рост, и в этом плане государственные расходы на военные заказы оправдываются. Но чрезмерное отвлечение средств на военные нужды лишает значительных ресурсов гражданские отрасли и сдерживает их рост.

50. В стране А. существует почти полная занятость активного населения, происходит постоянное расширение производства всех товаров и услуг, растут доходы, увеличивается совокупный спрос. На какой фазе экономического цикла находится страна А.?

- 1) экономического подъёма 2) кризиса
3) депрессии 4) оживления**

51. В стране Н. наблюдается определённая стабилизация. Падение ВВП останавливается, цены, заработная плата, безработица стабилизируются на определённом уровне. Деловая активность невысока, а спрос на деньги относительно невелик. Производство характеризуется медленными темпами роста. На какой фазе экономического цикла находится страна Н.?

- 1) экономического подъёма**
- 2) кризиса**
- 3) депрессии**
- 4) оживления**

52. Верны ли следующие суждения о путях увеличения объёмов производства в стране?

А. Увеличить объёмы производства в стране возможно, если расширить объёмы использования экономических ресурсов.

Б. Увеличить объёмы производства в стране возможно, если повысить эффективность использования экономических ресурсов.

- 1) верно только А 3) верны оба суждения
2) верно только Б 4) оба суждения неверны

53. Сумма рыночных цен всех конечных продуктов, произведённых за год непосредственно внутри страны и только национальными производителями — это

- 1) валовый внутренний продукт**
- 2) валовый национальный продукт**
- 3) национальный доход**
- 4) личный доход**

55. Если величина валового внутреннего продукта в расчёте на душу населения сокращается, то

1) уровень благосостояния граждан падает

2) уровень благосостояния граждан

повышается

3) уровень благосостояния граждан не

изменяется

4) снижаются темпы роста населения

56. Верны ли следующие суждения об уровне жизни в стране?

А. Уровень жизни в стране возрастет, если прирост реального валового внутреннего продукта будет выше, чем прирост населения.

Б. Уровень жизни в стране обязательно возрастет, если распределение экономических благ осуществляется централизованно.

- 1) верно только А 3) верны оба суждения**
2) верно только Б 4) оба суждения неверны

57. Цель экономической политики государства состоит в том, чтобы

1) ликвидировать излишнее оборудование на предприятиях

2) использовать максимально наличные деньги

3) обеспечить прибыль производителей

4) повысить эффективность экономики

17. Плата за использование внешних ресурсов называется

- 1) явными затратами**
- 2) неявными затратами**
- 3) суммой явных и неявных затрат**
- 4) разницей между явными и неявными затратами**

18. Фирма «А.» снизила объёмы выпуска продукции. В этом случае

1) переменные и постоянные затраты не меняются

2) переменные и постоянные затраты уменьшаются

3) переменные затраты уменьшаются, постоянные не меняются

4) переменные затраты не меняются, постоянные уменьшаются.

19. Фирма «С.», производящая обувь, увеличила расходы на покупку сырья. Это пример

1) переменных издержек

2) постоянных издержек

3) средних издержек

4) незапланированных издержек

**20. Верны ли следующие суждения об
издержках производства?**

**А. Постоянные издержки включают затраты
на закупаемое сырье.**

**Б. Переменные издержки включают
затраты на аренду помещения.**

1) верно только А 3) верны оба суждения

2) верно только Б 4) оба суждения неверны