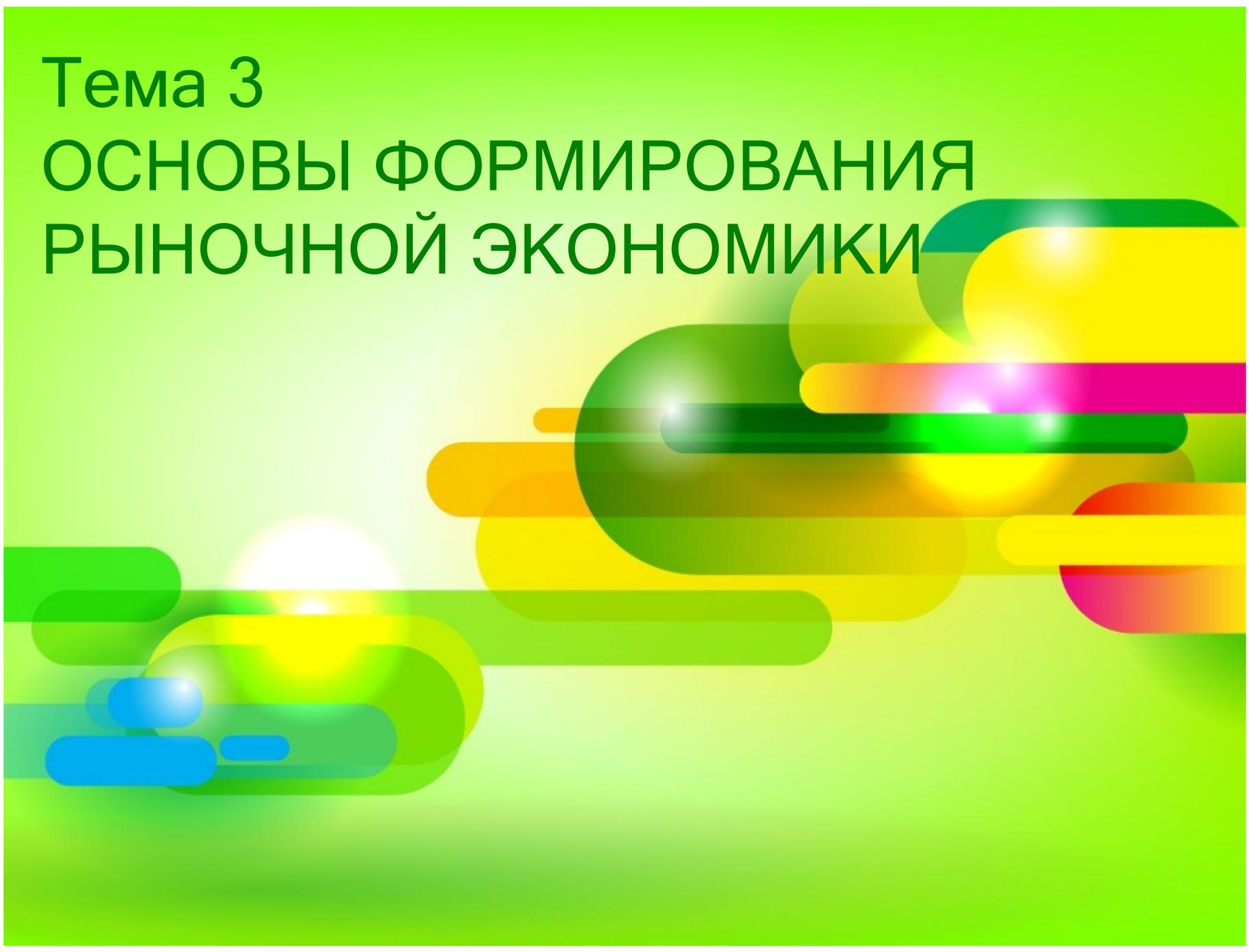


Тема 3

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

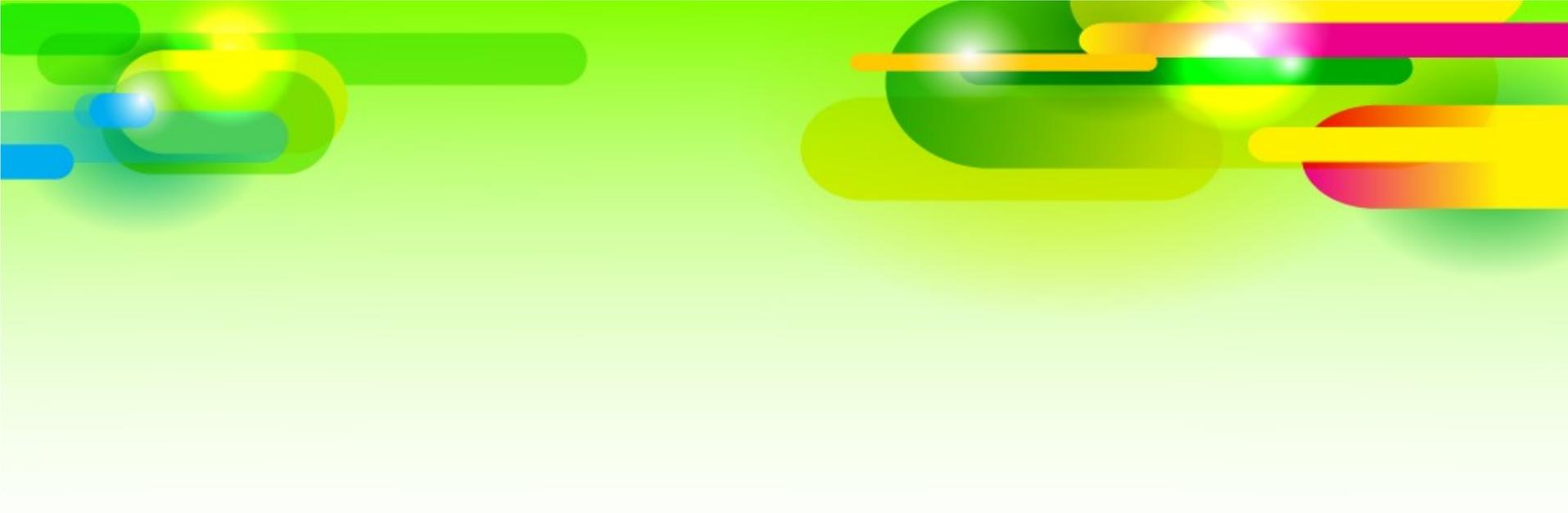
The background features a vibrant green gradient. On the right side, there is a large, stylized sun or light source with a bright white center and a yellow glow. Overlapping this and extending across the right half of the slide are several horizontal, rounded rectangular bars in various colors: yellow, orange, red, pink, purple, green, and blue. The bars have a slight 3D effect with shadows and highlights, creating a layered, dynamic composition.



3.1 Товарная организация
общественного хозяйства

3.2 Деньги: их природа и функции

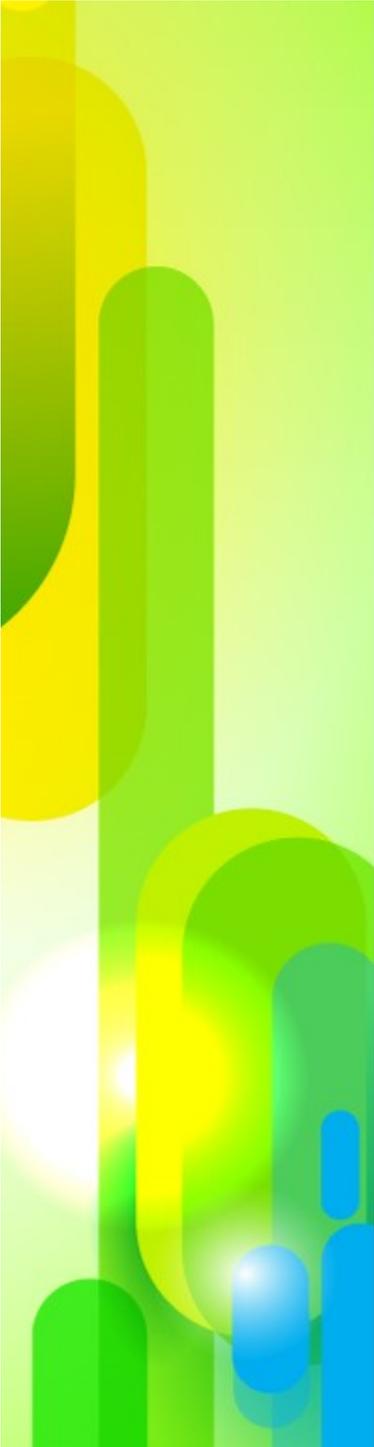
3.3 Рынок и рыночный механизм



3.3 Рынок и рыночный механизм



Рынок - это совокупность отношений между продавцами и покупателями, производителями и потребителями по поводу реализации произведенных товаров и удовлетворения потребностей как в производительном, так и в личном потреблении.



Причины (условия) возникновения рынка:

- разделение труда;
- частная собственность;
- экономическая обособленность производителей.



Рынок выполняет следующие функции:

- регулирующую – устанавливает основные пропорции в хозяйстве на микро- и макроуровнях за счет сужения и расширения спроса;



Рынок выполняет следующие функции:

- информационную – цены являются главным информатором о конъюнктуре рынка. Высокие цены указывают на недостаток предложений, низкие – на избыток;



Рынок выполняет следующие функции:

- ценообразующую – формирование цены в результате взаимодействия производителей и потребителей;



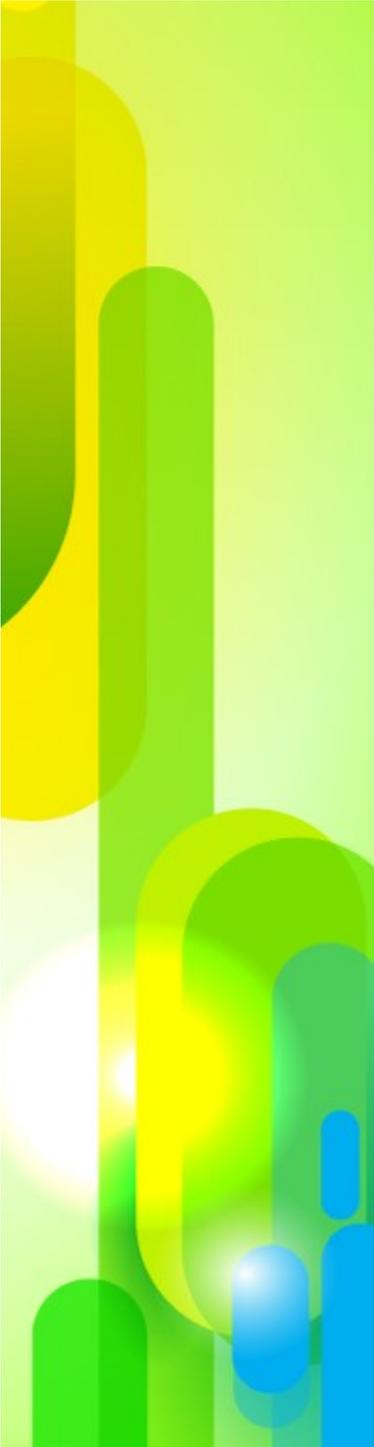
Рынок выполняет следующие функции:

- посредническую – обеспечивает взаимосвязь экономических интересов продавцов и покупателей, реализацию интересов рыночных субъектов и сотрудничество (соединение интересов) продавца и покупателя;



Рынок выполняет следующие функции:

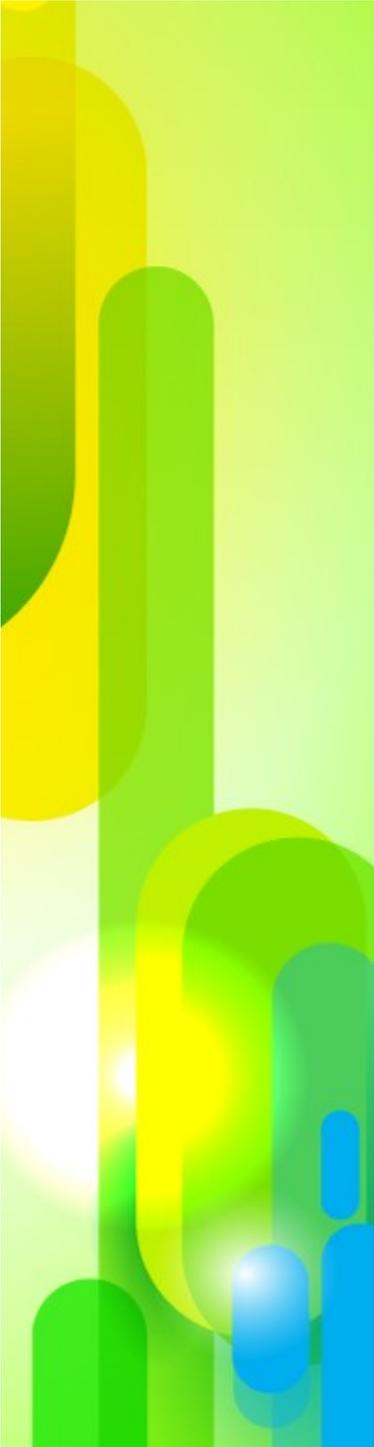
- санирующую – очищает экономику от неэффективно функционирующих предприятий; убирает слабых предпринимателей, которые не в состоянии обеспечить конкурентоспособность своего бизнеса и т. п.



Рынок обладает достоинствами (преимуществами) и недостатками (ограничениями).

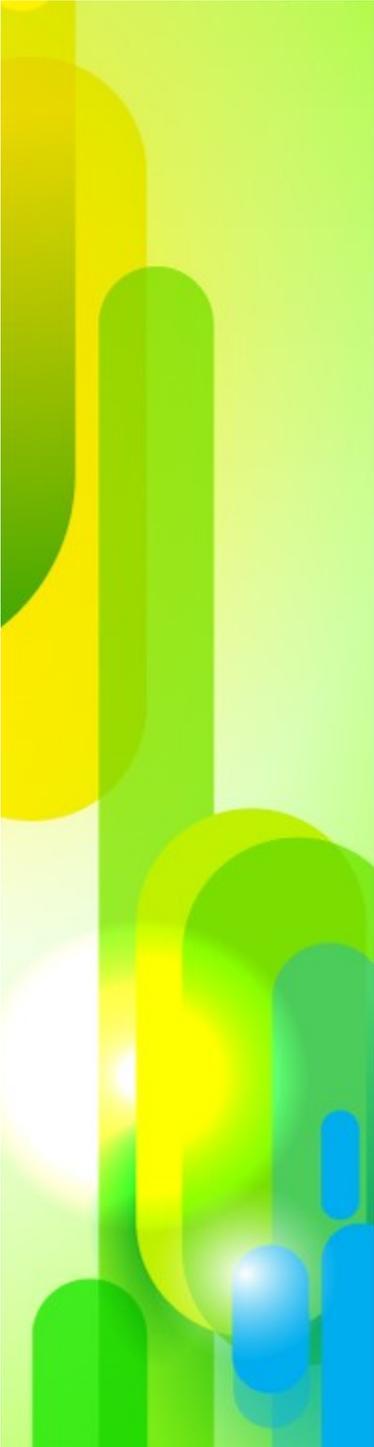
Его достоинства:

- ориентация на удовлетворение потребностей людей;
- свобода потребительского и предпринимательского выбора;
- существует на основе саморегулирования;
- обеспечивает эффективное использование ресурсов и др.



Его недостатки, негативные
последствия:

- порождает социальное
неравенство;
- характеризуется
макроэкономической
нестабильностью (кризисами);
- перерождается в монополии,
вытесняющие свободную
конкуренцию;

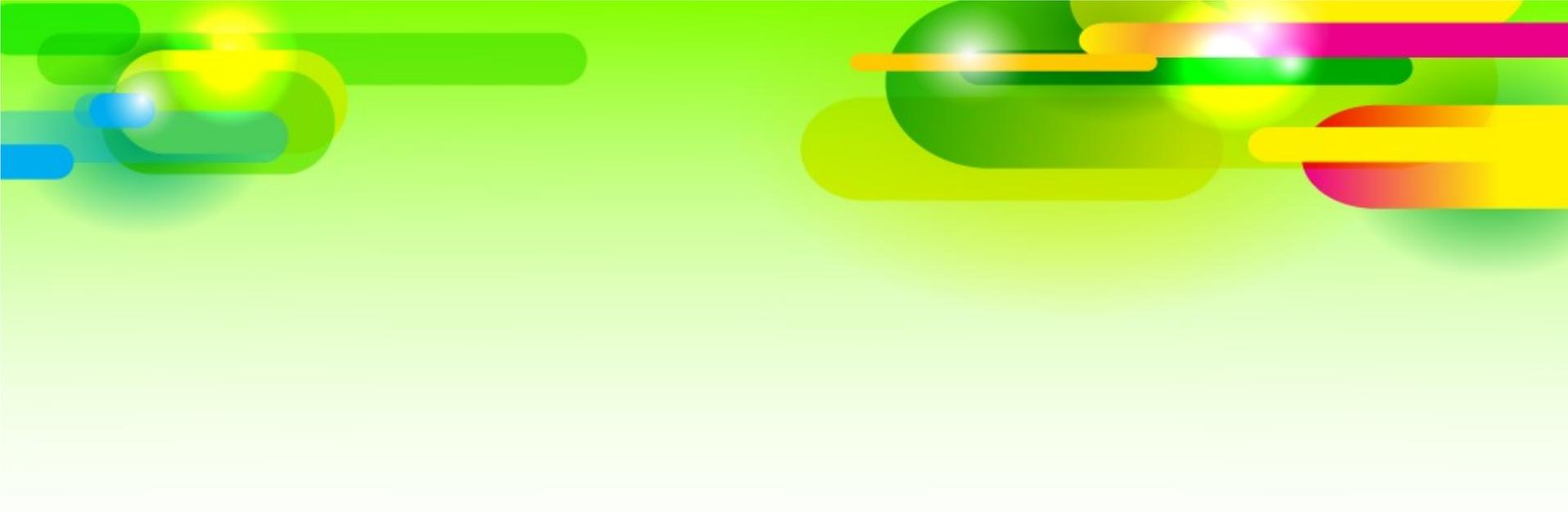


Его недостатки, негативные последствия:

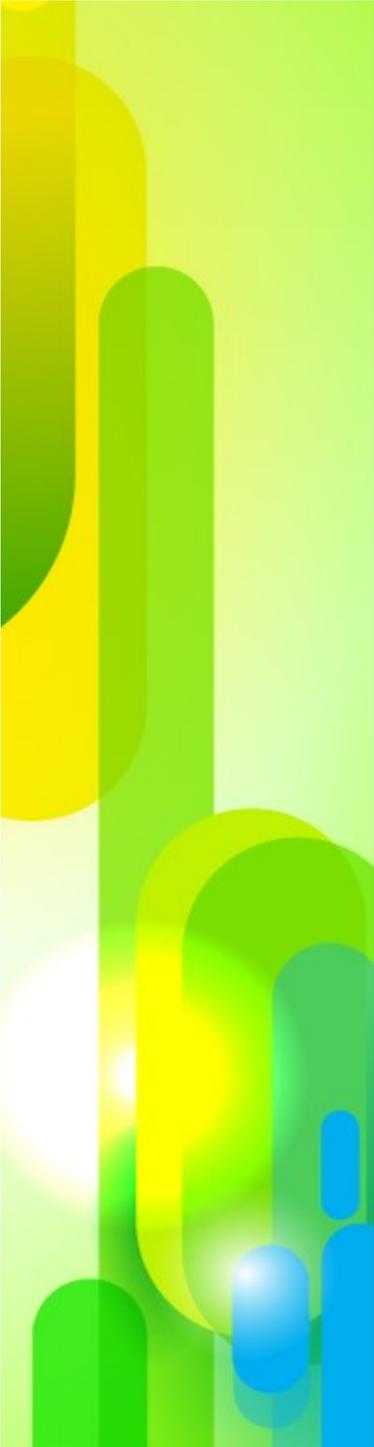
- не обеспечивает сохранение невоспроизводимых экономических ресурсов;
- не обеспечивает заинтересованность в создании общественных благ;
- порождает безработицу, инфляцию и др.



Инфраструктура рынка –
вспомогательные его элементы: биржи,
банки, транспорт, связь и т. п.,
обеспечивающие деятельность агентов
(субъектов) рынка.



Выделяют объекты (товары, деньги) и субъекты (покупатели, продавцы) рынка.



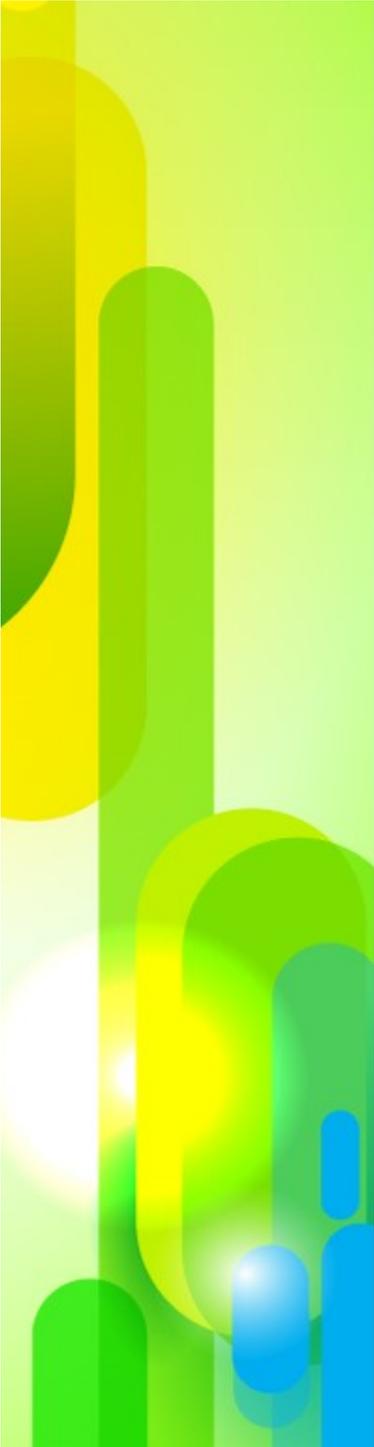
Выделяют формы рынка по:

- объектам продажи (сферам деятельности):

потребительский, факторный, ресурсный, финансовый, информационный, трудовой, потребительских товаров (обуви, одежды и т. п.);

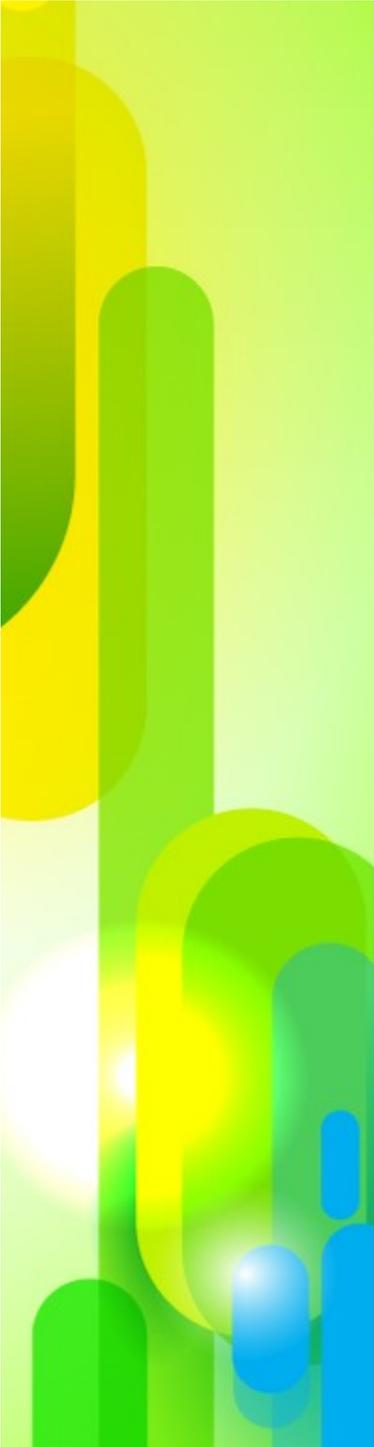
- территории (пространству):

местные, региональные, национальные, мировой;



Выделяют формы рынка по:

- характеру продаж: свободные, регулируемые и т. п.;
- экономическому назначению: рынок капиталов, рынок продовольственных товаров;
- собственности: частная, государственная;



Выделяют формы рынка по:

- организации: аукционы, биржи, тендеры и т. п.;
- уровню развития (ограниченности конкуренции): свободный, монополистический, олигополистический;
- субъектам: покупатели, продавцы, госучреждения, посредники;



Выделяют формы рынка по:

- уровню насыщения:

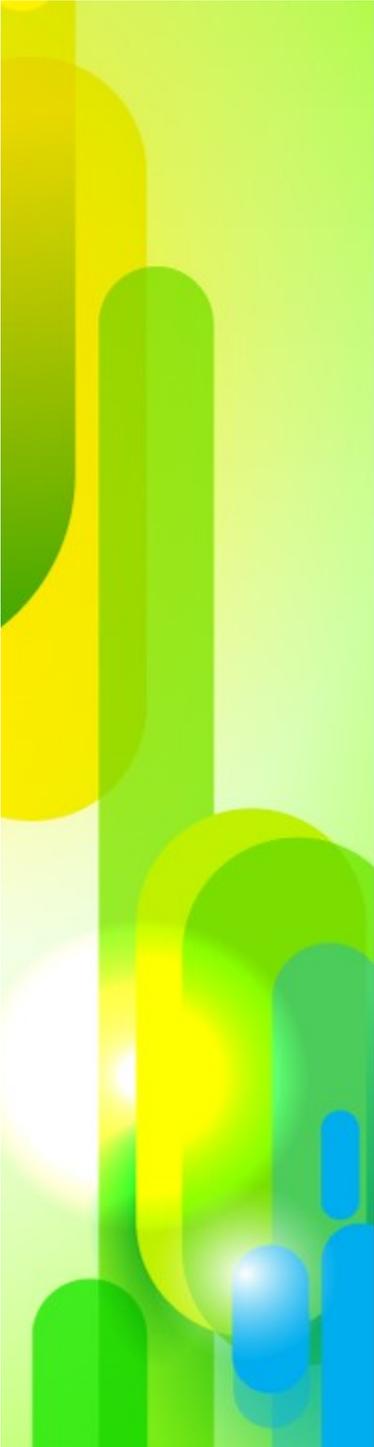
равновесный, дефицитный,
насыщенный;

- зрелости: неразвитый,
развитый, формирующийся;

- по объему продаж: розничный,
ОПТОВЫЙ.



Рынок является
самонастраивающейся системой.
Такое саморегулирование рынка
обеспечивается его механизмом.



Механизм рынка функционирует на основе многих законов. К трем фундаментальным законам рынка относятся:

- закон спроса
- закон предложения
- закон равновесия.



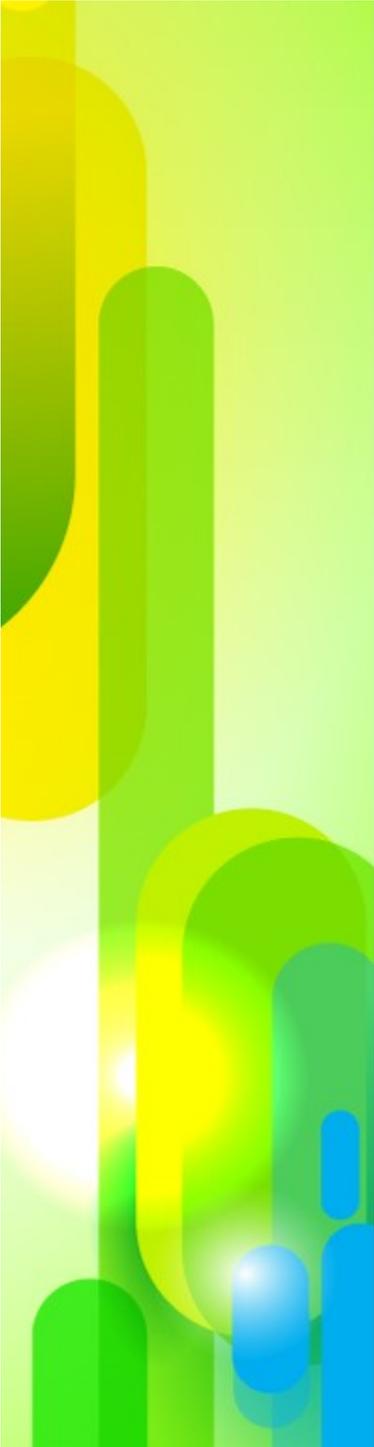
Спрос – платежеспособная
потребность или потребность
покупателей в данном товаре
(услуге), выраженная в их
покупательной способности.



**Закон спроса – величина спроса
уменьшается по мере увеличения
цены товара, то есть между
величиной спроса и ценой
существует обратная зависимость.**



Величина спроса – точка на
плоскости, показывающая
зависимость спроса на товар от его
цены.



Неценовые факторы, влияющие на спрос:

- уровень доходов в обществе;
- размеры рынка;
- мода, сезонность;
- наличие товаров-субститутов (заменителей);
- инфляционные ожидания.



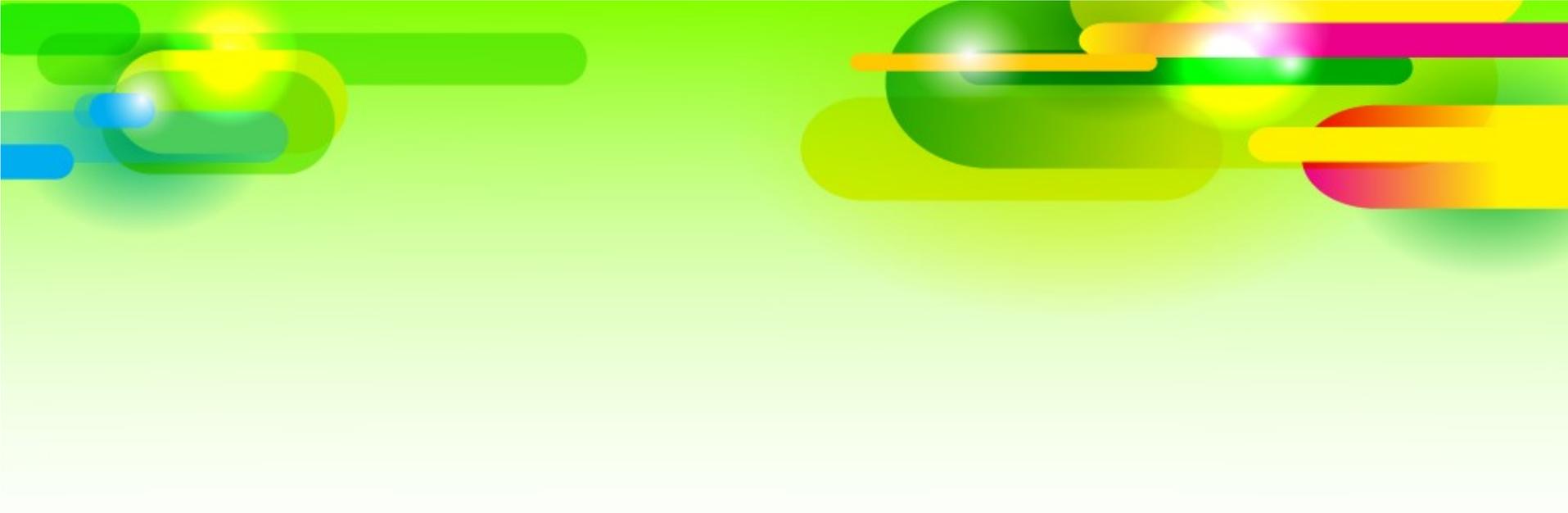
Эластичность спроса – это показатель, выражающий колебания совокупного спроса, вызванные изменением цен на товары и услуги.



Эластичным называется спрос, сформировавшийся при условии, что изменение его объёма (в %) превышает процентное выражение снижения цен.



Если показатели падения цен и
увеличения спроса, выраженные в
процентах, равны, то есть рост
объёма спроса лишь компенсирует
снижение уровня цен, то
эластичность спроса равна
единице.



В случае, когда степень понижения цен превышает показатель спроса на товары и услуги, спрос неэластичен.



Эластичность спроса может быть связана не только с изменением цены на товар, но и с изменением доходов потребителей. Поэтому различают эластичность спроса по цене и по доходам.



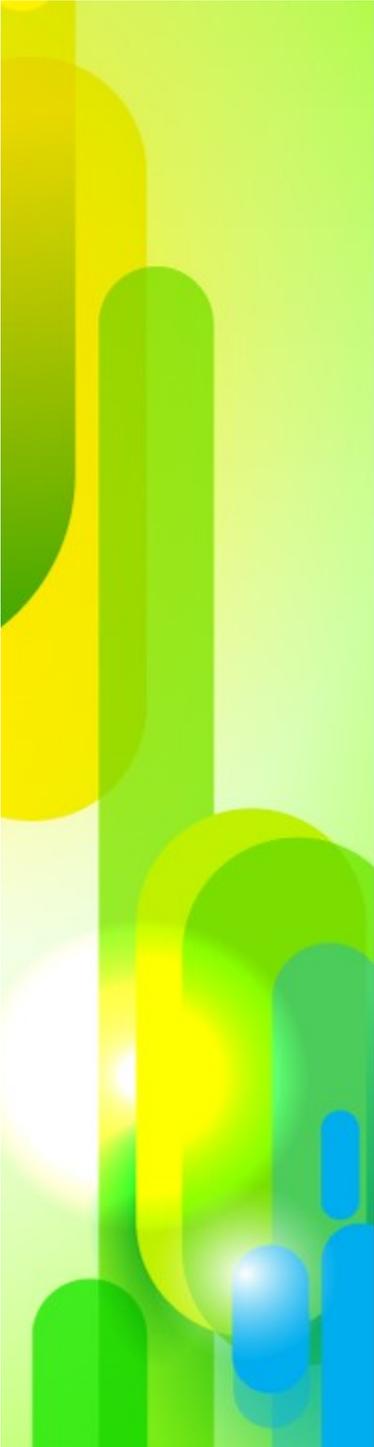
Предложение – понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара за определённый период времени при определённых условиях.



Закон предложения – прямая зависимость между ценой и величиной предложения товара или услуги в течение определённого периода.

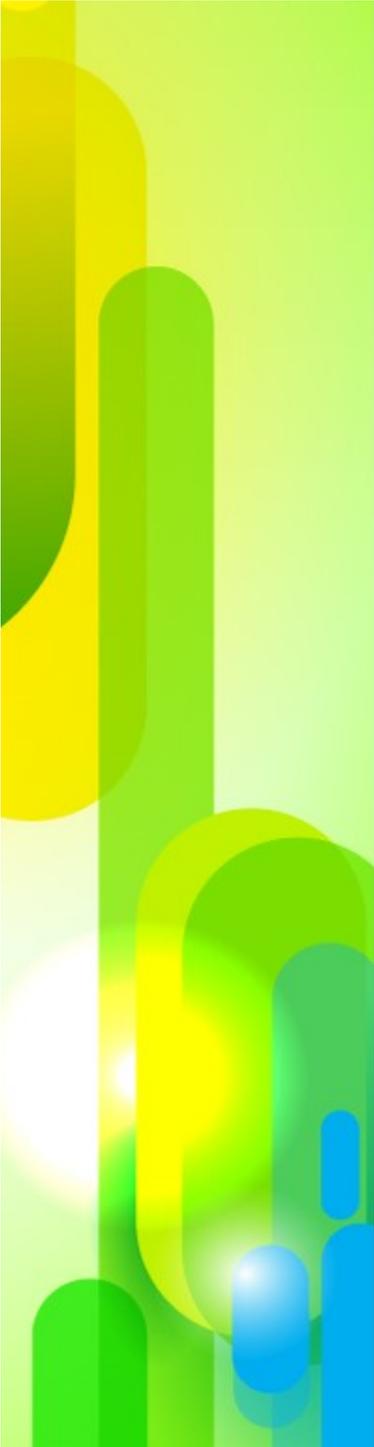


Повышение цен приводит к
получению дополнительной
прибыли, позволяя производителю
расширить производство,
привлекает новых производителей
на рынок.



Факторы, влияющие на предложение:

- наличие товаров-заменителей;
- наличие товаров-комplementов (дополняющих);
- уровень технологий;
- объём и доступность ресурсов;



Факторы, влияющие на предложение:

- налоги и дотации;
- природные условия;
- ожидания (инфляционные, социально-политические);
- размеры рынка.



Эластичность предложения –
показатель, воспроизводящий
изменения совокупного
предложения, которые происходят
в связи с ростом цен.



В случае, когда увеличение предложения превосходит рост цен, последнее характеризуется как эластичное ($E > 1$).



Если прирост предложения равен приросту цен, предложение называется единичным, а показатель эластичности равен единице ($E = 1$).



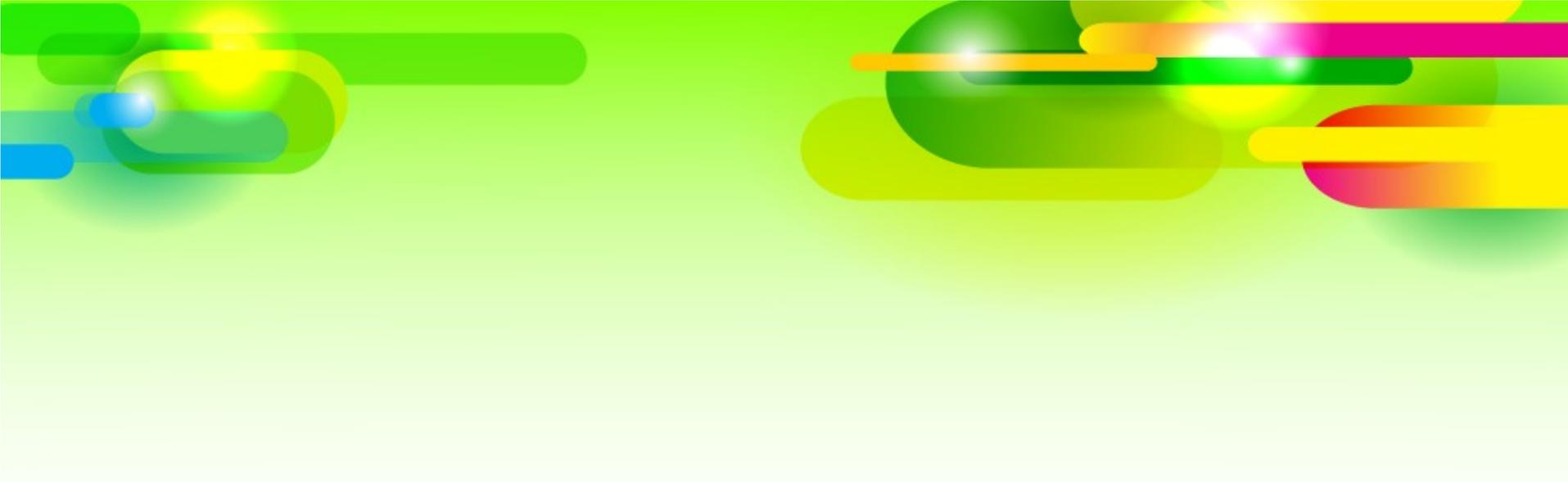
Когда прирост предложения
меньше прироста цен,
формируется так называемое не
эластичное предложение
(эластичность предложения
меньше единицы – $E < 1$).



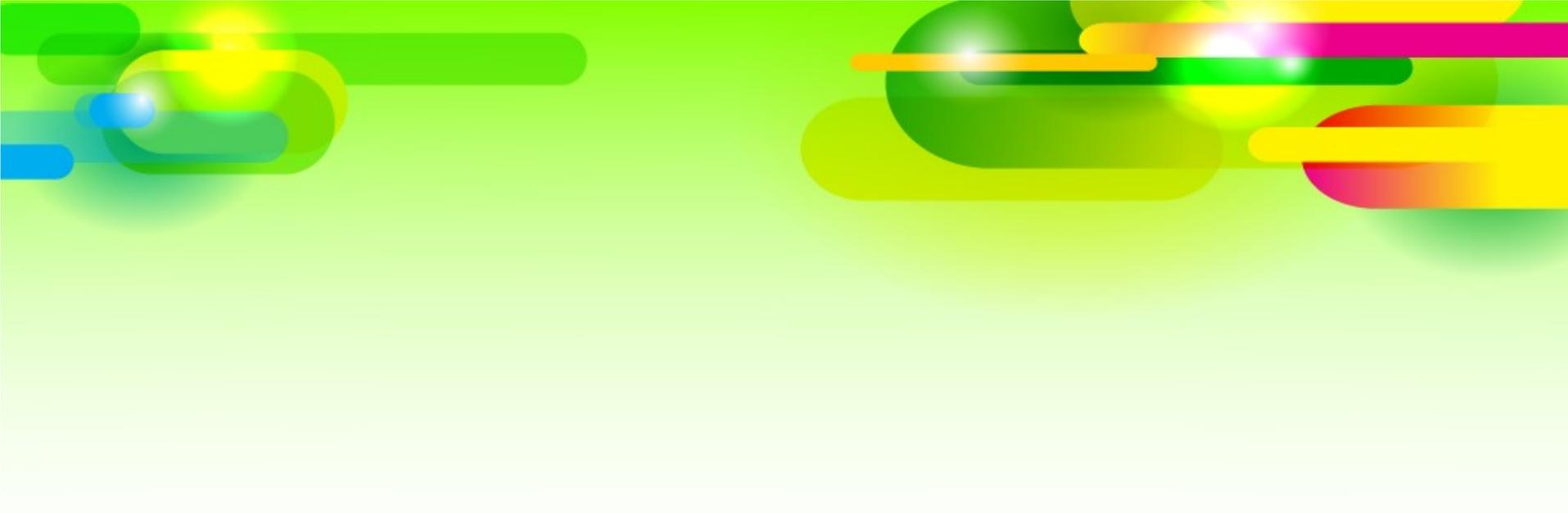
Соответствие предложения спросу обеспечивает состояние рыночного равновесия. Рыночное равновесие достигается через колебания цен вокруг стоимости.



Цена спроса и цена предложения образуются под влиянием множества факторов, но в каждом случае они являются теми ориентирами, в пределах которых формируется цена равновесия, т. е. та цена, в которой совпадают в данный период интересы покупателя и продавца.



Таким образом, цена равновесия
не может быть ниже цены
предложения и выше цены спроса.



Спасибо за внимание!