

**Рыночная экономика. Конкуренция.
Государственная политика по развитию
конкуренции. Спрос и предложение.
Рыночное равновесие. Невидимая рука
рынка. Многообразие рынков.**

Общество использует различные варианты организации экономической жизни. Один из способов согласования экономической деятельности людей для решения главных экономических вопросов – рыночная экономика.

Черты рыночной экономики:

- свободный обмен между продавцами и покупателями, стимулированный выгодой от сделки;
- частная собственность на экономические ресурсы;
- материальная ответственность участников рыночного обмена за результаты самостоятельно принятых решений (продавцы и покупатели затрачивают собственные средства и рискуют ими).

Условия необходимые для нормальной деятельности рынка:

- свободное ценообразование;
- конкуренция;
- свобода предпринимательской деятельности.

В рыночной экономике продавцы конкурируют друг другом, стараясь привлечь как можно больше покупателей. Для этого они стремятся снижать цену, улучшать качество товаров, использовать рекламу.

**Функции
рынка**



Соединяет производителей товаров и их потребителей

Информирует о качестве товаров и услуг, их ассортименте, издержках производства

Устанавливает равновесную цену на тот или иной товар

Стимулирует производство: пропорции, отрасли, территории и т. д.

«Освобождает» экономику от неэффективной хозяйственной деятельности (например, через банкротство (разорение) неэффективных предприятий)

Конкуренция – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товаров.

Конкуренцию называют главным двигателем рыночной экономики. Она позволяет создавать новые и более дешёвые товары и способы их производства, более совершенные технологии. В рыночной экономике, в отличие от командной, конкуренция позволяет обойтись без общественного контроля производства и даёт возможность принимать экономические решения, взвешивая успех или неудачу своего дела. В условиях рынка производитель подчиняется очень влиятельной силе – диктатуре цен.

+	-
<ol style="list-style-type: none">1. Снижение затрат2. Выбор для потребителя3. Стимулирует внедрение технических достижений в производство, улучшение качества продукции.4. Формировании условий для гибкого реагирования экономики на изменение обстановки5. Ограничение возможности возникновения монополий	<ol style="list-style-type: none">1. Постоянное разорение многих производителей2. Отвлечение больших средств на рекламу3. Использование нечестных методов борьбы4. Чрезмерная эксплуатация ресурсов5. Экологические нарушения

Чтобы понять, как рождается цена и каким образом она помогает согласовывать поведение участников рынка, познакомимся с понятиями «спрос» и «предложение».

Спрос – это желание и возможность потребителя купить конкретный товар или получить услугу в конкретное время и в конкретном месте.

Основа спроса – потребности, но они ограничены платёжеспособностью покупателя, т.е. суммой денежных средств, которую он может выделить из своих доходов для приобретения конкретного товара или услуги.

Спрос находится в обратной зависимости от цены. Чем выше цена единицы товара, тем меньше спрос на данный товар.

На спрос оказывают влияние следующие факторы: цена товара, вкусы и предпочтения потребителей, денежные доходы потребителей, сезонность и др.

Предложение – это желание и возможности продавцов продать конкретный товар в конкретное время и в конкретном месте.

Предложение находится в прямой зависимости от цены: чем выше цена единицы товара, тем больше товара производители согласны произвести и продать. На предложение оказывают влияние не только цены. Если затраты предпринимателя, например, на заработную плату работников или сырьё будут возрастать, то производство продукции, равно и её предложение, по сложившейся цене сократится. Использование более эффективной технологии производства позволит увеличить количество продукции при том же объёме ресурсов и соответственно увеличит предложение.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА ТОВАР;
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА (в результате технических нововведений, изменения налоговой политики, стоимости сырья);
- ✓ ВЫХОД НА РЫНОК НОВЫХ ФИРМ (что увеличивает предложение);
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ДРУГИЕ ТОВАРЫ (уход фирм из отраслей уменьшит предложение);
- ✓ ФОРС-МАЖОРНЫЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА (природные катастрофы, революции, войны вызовут сокращение предложения).

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

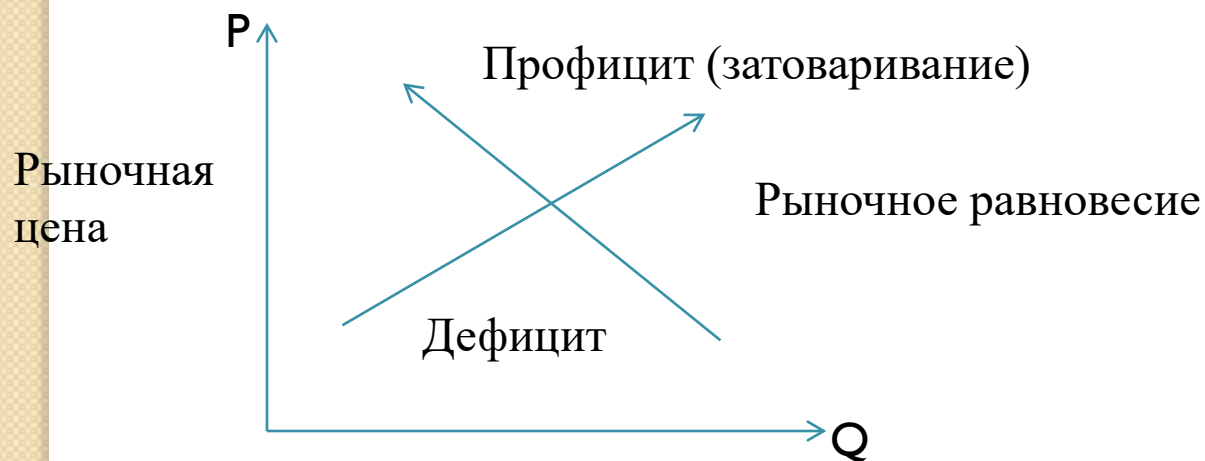


Свободное ценообразование – ещё одно из условий функционирования рынка. Продавцы могут свободно устанавливать цены, а покупатели – делать выбор; покупать товар по предложенной цене или нет. Именно цены связывают продавца и покупателя и определяют отношения между ними.

Ситуацию на рынке, когда продавец может и хочет продать ровно столько товара и по такой цене, сколько покупатель захочет и сможет купить за эту цену, экономисты называют **рыночным равновесием**.

Рыночное равновесие – равенство спроса и предложения.

Равновесная цена – цена, при которой величина спроса равна величине предложения.



Главный принцип рынка – сделка должна быть выгодна продавцу и покупателю.

Положение, когда участники рынка стремятся обеспечить повышение благосостояния всех, по мере того как каждый продавец и каждый покупатель стремятся удовлетворить личный интерес в отношении своего благосостояния, известный английский экономист А. Смит называл «невидимой рукой» рынка. Именно она заставляет каждого думать об интересах других, потому что иначе результат труда может оказаться ненужным и вместо выгоды принести убытки. «Невидимая рука» рынка направляет желание отдельных производителей на общее благо.

Виды рынков.

1. По масштабу (пространственный признак): мировой, национальный, региональный, местный.
2. По объекту купли-продажи (функциональный признак): рынок товаров, услуг, труда, финансовый рынок, рынок информации, валютный рынок и т. д.
3. По характеру продаж: оптовый, розничный.
4. По действующему законодательству: легальный, нелегальный.
5. По уровню насыщения: равновесный, избыточный, дефицитный.
6. По степени регулируемости: регулируемый, нерегулируемый.

7. Конкуренция участников рынка

- 1) устанавливает цены, выгодные продавцам;
- 2) способствует заинтересованности производителей в повышении качества товаров;
- 3) сдерживает развитие производства;
- 4) увеличивает зависимость производителей от продавцов.

7. Государство в рыночной экономике

- 1) определяет ассортимент товаров и объём их производства;
- 2) проводит антимонопольную политику;
- 3) распределяет средства производства;
- 4) определяет количество работающих на предприятиях.

7. К недостаткам рыночной экономики относят

- 1) отсутствие экономических стимулов;
- 2) конкуренцию производителей;
- 3) циклический характер;
- 4) слабые связи между товаропроизводителями.

9. Верны ли следующие суждения о рыночной экономике?

А. В условиях рыночной экономики люди не всегда могут найти работу.

Б. Рыночная экономика обеспечивает имущественное равенство населения.

1) верно только А.

2) верно только Б.

3) верны оба суждения

4) оба суждения неверны.

9. Верны ли следующие суждения о рынке труда

А. Уровень оплаты труда связан с редкостью профессии и профессиональным опытом работника.

Б. Чтобы быть более успешным на рынке труда, нужно знать, какие специальности дефицитны сейчас и будут востребованы рынком в течение длительного времени.

1) верно только А

2) верно только Б

3) верны оба суждения

4) оба суждения неверны

7. Рыночное равновесие – это ситуация, при которой

1) на рынке отсутствует конкуренция;

2) при определенной цене количество продаваемого товара равно количеству товаров которое приобретают потребители;

3) все продавцы могут продавать свой товар по справедливой цене;

4) все покупатели могут приобрести товар по выгодной цене.