

Рыночные отношения в современной экономике

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

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

Типы экономических систем:

1. Традиционная. Ответы на вопросы дают традиции и обычаи. Опирается на хозяйственный опыт. Профессия, навыки передаются из поколения в поколение. Господствует натуральное хозяйство. Отсталые технологии. Широкое распространение ручного труда. Многоукладность экономики.
2. Командно-административная. Ответы на вопросы даёт государство. Централизованное планирование, распределение, ценообразование. Директивные методы управления. Отсутствие стимулов развития. Бюрократизация. Дефицит.
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.

Рынок – механизм, который служит для сведения вместе покупателей и продавцов и обеспечения обменной операции.

Условия, необходимые для функционирования рынка:

1. Частная собственность
2. Свобода выбора
3. Личный интерес, выгода
4. **Конкуренция** – формы экономических отношений между производителями и потребителями, возникающие в связи с обменом товарами и услугами. Конкуренция способствует разнообразию товаров, уменьшению цены, улучшению качества, заставляет гибко реагировать на изменение обстановки. Минусы конкуренции: приводит к разорению производителей, огромное количество средств уходит на рекламу, используются нечестные методы борьбы.

Признаки рынка:

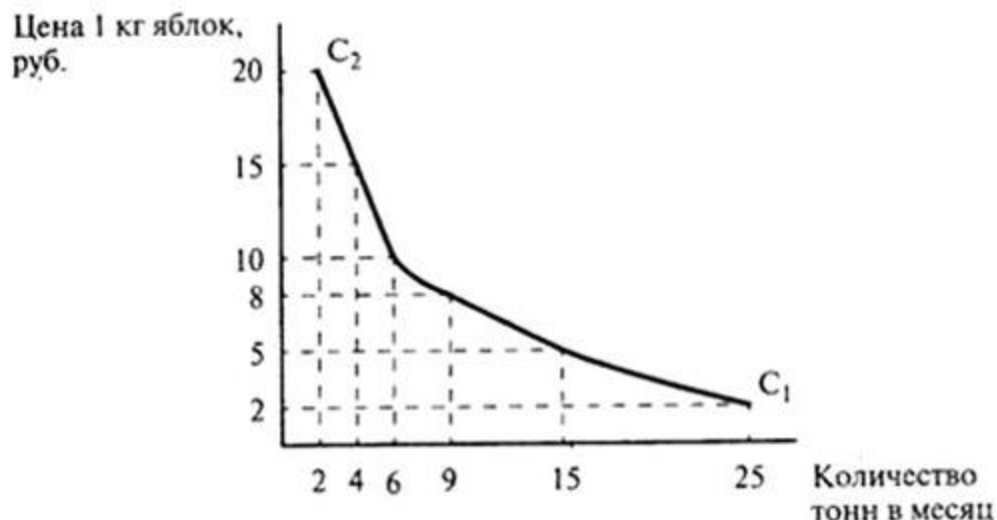
1. Нерегулируемый спрос
2. Нерегулируемое предложение
3. Нерегулируемая цена

Основной закон рынка – закон спроса и предложения.

Спрос – поведение фактических и потенциальных покупателей, обозначающее их желание и способность приобрести товар.

Согласно **закону спроса** с увеличением цены падает величина спроса и наоборот.

Кривая спроса:



P - цена, Q- величина спроса.

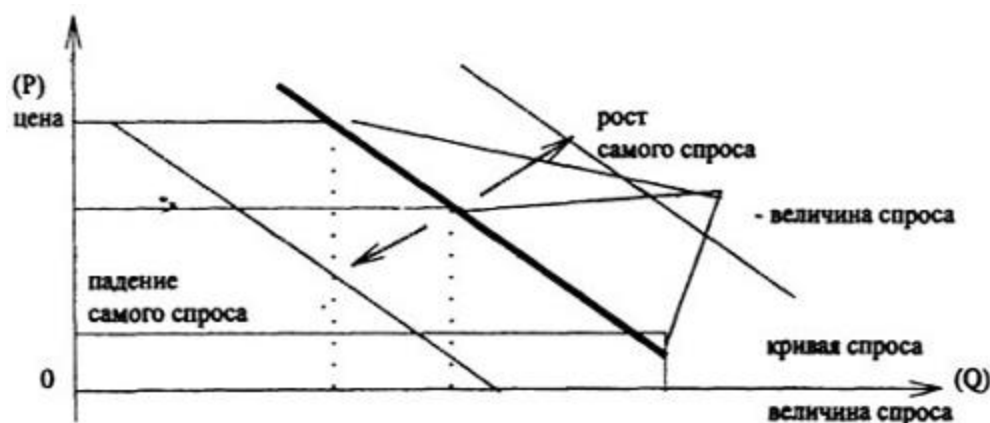
Факторы спроса:

1. Ценовые
2. Неценовые

- вкусы потребителей
- число потребителей на рынке
- доходы потребителей
- потребительские ожидания изменения цен и доходов
- цены на взаимосвязанные товары (автомобиль-бензин)
- цены на взаимозаменяемые товары (кофе-чай)
- культурные традиции, обычаи.

Взаимосвязанные товары – товары, которые не могут существовать друг без друга

Взаимозаменяемые товары – группа товаров, которые удовлетворяют аналогичные потребности.



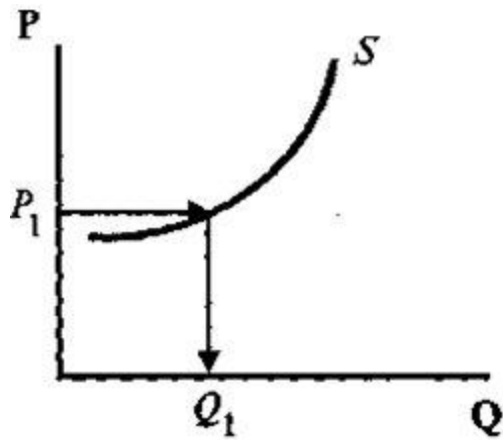
Закон убывающей полезности Гиффена : по мере насыщения потребности в каком-либо товаре или услуге, удовлетворение от потребления блага падает (1-й стакан при жажде всегда более значимый, чем 10-й).

Предложение – поведение фактических и потенциальных продавцов, обозначающее их

желание и способность предоставить товар для продажи на рынке.

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

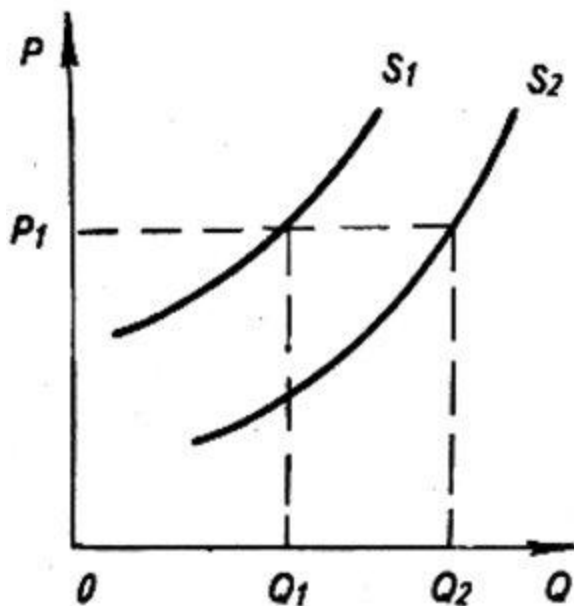
Кривая предложения:



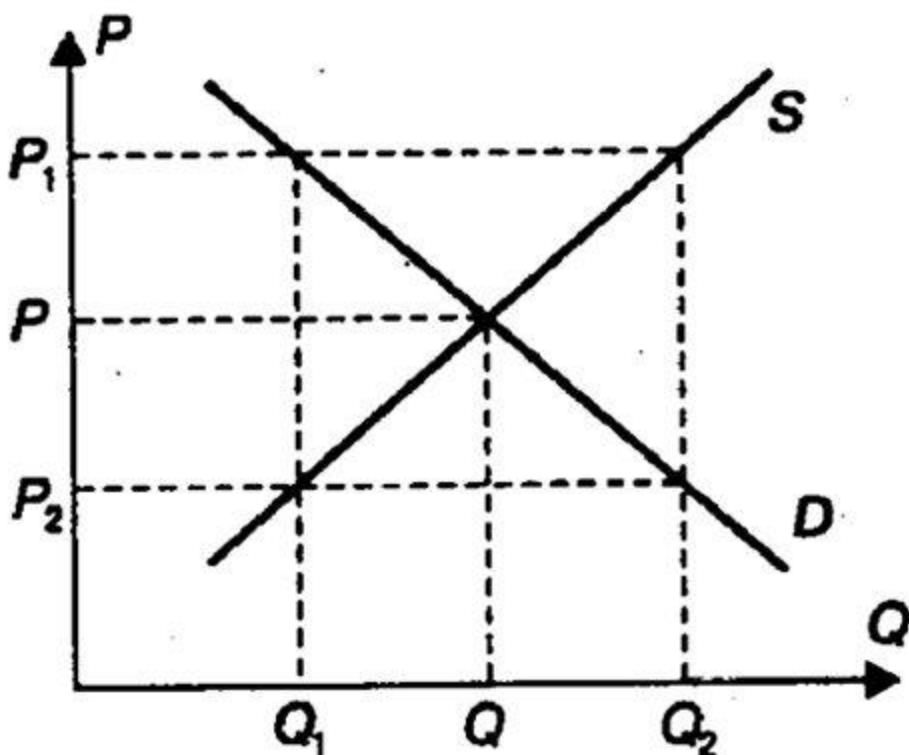
Факторы предложения.

1. Ценовые
2. Неценовые

- цены на ресурсы
- технология производства
- налоги
- дотации
- цены на другие товары
- ожидания изменения цен
- число продавцов на рынке



Рынок находится в равновесии, когда величина спроса равна величине предложения.



Эластичность спроса по цене показывает, насколько изменится в процентном соотношении величина спроса при изменении цены на 1%.

$$E_{цсп} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_1}{Q_1}, \text{ где}$$

$E_{цсп}$ - коэффициент эластичности

ΔQ - изменение объема предложения;

ΔP - изменение цены;

P_1 - первоначальное значение цены;

Q_1 - первоначальное значение объема предложения.

На эластичность спроса может влиять:

- наличие товара-заменителя
- удельный вес товара в потребительском бюджете
- степень насыщенности потребности
- доступность товара.

Ажиотажный спрос – особая модель потребительского поведения : слухи о росте цен-массовая скупка товаров – дефицит – рост цен.

Функции рынка:

1. Информационная (сообщает о новой продукции)
2. Регулирующая (распределение ресурсов по отраслям)

3. Стимулирующая (повышение качества, сокращение издержек)
4. Санирующая (конкуренция)
5. Посредническая (соединение производителей и потребителей)

Типы рынков:

По экономическому назначению объектов рыночных отношений

1. Рынок товаров потребления и средств производства
2. Рынок рабочей силы (биржа труда)
3. Рынок капиталов (фондовая биржа)
4. Рынок информации

По географическому положению

1. Местный
2. Национальный
3. Мировой

По характеру продаж

1. Оптовый
2. Розничный

По характеру функционирования

1. Стихийный
2. Регулируемый
3. Теневой или нелегальный

По доминированию рыночных отношений

1. Рынок продавцов
2. Рынок покупателей

Монополия – ситуация на рынке, когда много продавцов и мало покупателей.

По степени ограничения конкуренции

1. Свободная (чистая, совершенная). Много покупателей и продавцов. Для продажи предоставлены сопоставимые товары и услуги, ни один из продавцов не знает о рынке больше остальных. Цены устанавливаются в результате уравнивания спроса и предложения.
2. Монополистическая конкуренция. Предложения схожие, но не идентичные.
3. Олигополия. Господство нескольких брендовых фирм, которые диктуют остальным цены.
4. Монополия. Один производитель, нет близких заменителей товара.

Плюсы рыночной экономики:

- быстрый отклик на потребности в новых товарах и услугах
- уравнивание спроса и предложения
- наиболее эффективна

Минусы рыночной экономики:

- кризисы
- безработица
- инфляция
- слабо обеспечивает поддержку некоммерческих отраслей
- медленно реагирует на потребности в коренных преобразованиях народного хозяйства,

которые требуют больших капиталовложений и не дают быстрой выгоды.