**Добрый день!**

**Сегодня нам предстоит познакомиться, пусть очень быстро и кратко, с основами рыночных взаимоотношений.**

**Не пугайтесь большого количества страниц в материале. Здесь много таблиц и рисунков, которые должны помочь вам в понимании и запоминании.**

**Как всегда, готов непонятное объяснить в личном (дистанционном) общении.**

**РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА**

С развитием денежного обмена появляется рынок. Это слово имеет несколько значений. В широком смысле рын­ком называют место, где совершается купля-продажа това­ров и услуг. В зависимости от вида товаров различают про­дуктовые, автомобильные, радиорынки и др., а по форме торговли — оптовые и розничные. Для нас важно знать зна­чение рынка с точки зрения экономической науки.

**Рынок — это форма хозяйственных связей между потребителями и производителями в сфере обмена; механизм взаимодействия покупателей и продавцов экономических благ.**

Рынок обслуживает производство, обмен, распределение и потребление. Для производства рынок поставляет необхо­димые ресурсы и реализует его продукцию, а также опреде­ляет спрос на нее. Для обмена рынок служит главным кана­лом сбыта и закупок товаров и услуг. Для распределения он выступает тем механизмом, который определяет размеры доходов для владельцев ресурсов, продающихся на рынке. Через рынок потребителю поступает основная часть необхо­димых ему потребительских благ. Наконец, на рынке опре­деляется цена, представляющая собой главный индикатор рыночной экономики.

**Цена** — это денежное выражение стоимости товаров и услуг. **Ценообразование** — это процесс установления цены на товар.

**Рыночная экономика** — [экономическая система](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0), основанная на принципах [свободного предпринимательства](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C), многообразия форм [собственности](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B1%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) на [средства производства](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0), рыночного [ценообразования](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5), [договорных](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80) отношений между [хозяйствующими субъектами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%8B_%D1%85%D0%BE%D0%B7%D1%8F%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F), ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность субъектов. Р*ыночная экономика* — экономика, в которой только решения самих потребителей, поставщиков ресурсов и частных фирм определяют структуру распределения ресурсов.

[*Рыночная система*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0) — рынки продуктов и ресурсов и действующие между ними связи, механизм, позволяющий складывающимся на этих рынках ценам распределять редкие экономические ресурсы, обеспечивать информацию о решениях, принимаемых потребителями, фирмами и поставщиками ресурсов, и согласовывать эти решения.

Рыночная экономика основана на принципах:

* [предпринимательства](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE);
* многообразия форм [собственности](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B1%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) на [средства производства](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0);
* рыночного [ценообразования](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5);
* договорных отношений между [хозяйствующими субъектами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D0%B7%D1%8F%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D1%83%D1%8E%D1%89%D0%B8%D0%B9_%D1%81%D1%83%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BA%D1%82) (людьми, предприятиями и т. д.);
* ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность.

Основные черты:

* [конкуренция](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F_(%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0));
* многообразие форм собственности (частной, коллективной, государственной, общинной);
* полная административная независимость и самостоятельность товаропроизводителя — товаропроизводитель должен быть собственником результатов своего труда;
* свободный выбор поставщиков сырья и покупателей продукции;
* ориентированный на покупателя рынок.

Обладает следующими свойствами:

* рыночное ценообразование не предполагает какого-либо вмешательства государства;
* любое вмешательство государства в экономику является ограниченным.

Преимущества рыночной экономики

К её преимуществам относят:

1. Свободу выбора и действий [покупателей](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C) и [продавцов](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D1%86) (они независимы в принятии своих решений, заключении сделок).
2. Эффективное распределение ресурсов.
3. Гибкость, высокая адаптивность к изменяющимся условиям, способность к удовлетворению разнообразных потребностей, повышению качества товаров и услуг, быстрой корректировке неравновесия.

Недостатки и слабости рыночной экономики

1. Рыночный механизм в большинстве случаев не пригоден для устранения внешних (побочных) эффектов, так называемых [экстерналий](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%8F). Экономическая деятельность в условиях рынка затрагивает интересы не только его непосредственных участников, но и других людей. Её последствия нередко носят негативный характер. По мере роста общественного богатства проблема внешних эффектов становится все более острой. Увеличение количества автомобилей в пользовании сопровождается загрязнением воздуха. Целлюлозно-бумажные комбинаты отравляют водные источники.

Сам рынок не способен устранить или компенсировать ущерб, наносимый внешними эффектами. Соглашение между заинтересованными сторонами без внешнего вмешательства может быть достигнуто лишь в редких случаях, когда отрицательный эффект незначителен. На практике при возникновении серьезных проблем необходимо вмешательство государства. Оно вводит жесткие нормативы, ограничения, использует систему штрафов, определяет границы, которые не вправе переступать участники хозяйственной деятельности.

2. Рынок не обладает способностью обеспечивать [социальные гарантии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5), нейтрализовать дифференциацию в распределении доходов. Рынок по своей природе игнорирует социальные и этические критерии. Он сам по себе не обеспечивает стабильную занятость трудоспособного населения. Каждый должен самостоятельно заботиться о своём месте в обществе, что неизбежно ведёт к социальному расслоению, усиливает социальную напряжённость.

В современном мире огромные различия в жизненном уровне людей не только сохраняются, но и усиливаются. По данным [ООН](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%9E%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D1%91%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D1%85_%D0%9D%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9), разрыв в средних доходах между [самыми богатыми и самыми бедными странами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B9_%D0%BC%D0%B8%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%B0%D1%80%D0%B4) в 1960 году составлял 30:1, а в 2000 году — уже 74:1, в 2010 — 83:1.

Соотношение между доходами самых богатых и самых бедных в России (коэффициент фондов) в первом полугодии 2009 года составило 15,8 — точно таким же оно было по итогам аналогичного периода годом ранее. Для сравнения, в первые полгода 2005 года коэффициент составлял 14,5, через год — 14,9, а в 2007-м — 15,4.

Для определения расслоения общества по получаемым доходам существует несколько методик и условных общепринятых «коэффициентов». Например, децильный коэффициент – отношение доходов 10% самых богатых к доходам 10% самых бедных.

Еще один широко используемый коэффициент – коэффициент Джини. Чем больше значение коэффициента — тем выше неравенство в обществе.

Вот как выглядит таблица коэффициентов Джини по регионам России на 2017 год

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | [Ямало-Ненецкий автономный округ](https://russia.duck.consulting/regions/89) | 0.423 |
| 2 | [Москва](https://russia.duck.consulting/regions/77) | 0.419 |
| 3 | [Башкортостан](https://russia.duck.consulting/regions/2) | 0.417 |
| 4 | [Ненецкий автономный округ](https://russia.duck.consulting/regions/83) | 0.414 |
| 5 | [Сахалинская область](https://russia.duck.consulting/regions/65) | 0.412 |
| 6 | [Свердловская область](https://russia.duck.consulting/regions/66) | 0.409 |
| 7 | [Краснодарский край](https://russia.duck.consulting/regions/23) | 0.409 |
| 8 | [Санкт-Петербург](https://russia.duck.consulting/regions/78) | 0.408 |
| 9 | [Пермский край](https://russia.duck.consulting/regions/59) | 0.407 |
| 10 | [Воронежская область](https://russia.duck.consulting/regions/36) | 0.406 |
| 11 | [Татарстан](https://russia.duck.consulting/regions/16) | 0.402 |
| 12 | [Нижегородская область](https://russia.duck.consulting/regions/52) | 0.399 |
| 13 | [Ханты-Мансийский автономный округ](https://russia.duck.consulting/regions/86) | 0.399 |
| 14 | [Омская область](https://russia.duck.consulting/regions/55) | 0.397 |
| 15 | [Амурская область](https://russia.duck.consulting/regions/28) | 0.397 |
| 16 | [Бурятия](https://russia.duck.consulting/regions/3) | 0.396 |
| 17 | [Белгородская область](https://russia.duck.consulting/regions/31) | 0.396 |
| 18 | [Ростовская область](https://russia.duck.consulting/regions/61) | 0.394 |
| 19 | [Якутия](https://russia.duck.consulting/regions/14) | 0.394 |
| 20 | [Красноярский край](https://russia.duck.consulting/regions/24) | 0.392 |
| 21 | [Чукотский автономный округ](https://russia.duck.consulting/regions/87) | 0.392 |
| 22 | [Московская область](https://russia.duck.consulting/regions/50) | 0.39 |
| 23 | [Тюменская область](https://russia.duck.consulting/regions/72) | 0.39 |
| 24 | [Дагестан](https://russia.duck.consulting/regions/5) | 0.389 |
| 25 | [Адыгея](https://russia.duck.consulting/regions/1) | 0.389 |
| 26 | [Липецкая область](https://russia.duck.consulting/regions/48) | 0.388 |
| 27 | [Хабаровский край](https://russia.duck.consulting/regions/27) | 0.386 |
| 28 | [Приморский край](https://russia.duck.consulting/regions/25) | 0.385 |
| 29 | [Оренбургская область](https://russia.duck.consulting/regions/56) | 0.384 |
| 30 | [Чечня](https://russia.duck.consulting/regions/95) | 0.384 |
| 31 | [Брянская область](https://russia.duck.consulting/regions/32) | 0.384 |
| 32 | [Магаданская область](https://russia.duck.consulting/regions/49) | 0.383 |
| 33 | [Архангельская область](https://russia.duck.consulting/regions/29) | 0.383 |
| 34 | [Тамбовская область](https://russia.duck.consulting/regions/68) | 0.382 |
| 35 | [Республика Коми](https://russia.duck.consulting/regions/11) | 0.381 |
| 36 | [Ленинградская область](https://russia.duck.consulting/regions/47) | 0.381 |
| 37 | [Ставропольский край](https://russia.duck.consulting/regions/26) | 0.381 |
| 38 | [Смоленская область](https://russia.duck.consulting/regions/67) | 0.381 |
| 39 | [Самарская область](https://russia.duck.consulting/regions/63) | 0.379 |
| 40 | [Курская область](https://russia.duck.consulting/regions/46) | 0.379 |
| 41 | [Алтайский край](https://russia.duck.consulting/regions/22) | 0.376 |
| 42 | [Забайкальский край](https://russia.duck.consulting/regions/75) | 0.373 |
| 43 | [Астраханская область](https://russia.duck.consulting/regions/30) | 0.373 |
| 44 | [Ярославская область](https://russia.duck.consulting/regions/76) | 0.373 |
| 45 | [Рязанская область](https://russia.duck.consulting/regions/62) | 0.371 |
| 46 | [Калужская область](https://russia.duck.consulting/regions/40) | 0.371 |
| 47 | [Иркутская область](https://russia.duck.consulting/regions/38) | 0.371 |
| 48 | [Орловская область](https://russia.duck.consulting/regions/57) | 0.37 |
| 49 | [Тульская область](https://russia.duck.consulting/regions/71) | 0.37 |
| 50 | [Удмуртия](https://russia.duck.consulting/regions/18) | 0.37 |
| 51 | [Марий Эл](https://russia.duck.consulting/regions/12) | 0.369 |
| 52 | [Республика Алтай](https://russia.duck.consulting/regions/4) | 0.367 |
| 53 | [Новгородская область](https://russia.duck.consulting/regions/53) | 0.366 |
| 54 | [Кабардино-Балкария](https://russia.duck.consulting/regions/7) | 0.366 |
| 55 | [Новосибирская область](https://russia.duck.consulting/regions/54) | 0.365 |
| 56 | [Курганская область](https://russia.duck.consulting/regions/45) | 0.365 |
| 57 | [Ивановская область](https://russia.duck.consulting/regions/37) | 0.364 |
| 58 | [Мурманская область](https://russia.duck.consulting/regions/51) | 0.363 |
| 59 | [Крым](https://russia.duck.consulting/regions/82) | 0.363 |
| 60 | [Хакасия](https://russia.duck.consulting/regions/19) | 0.363 |
| 61 | [Калининградская область](https://russia.duck.consulting/regions/39) | 0.362 |
| 62 | [Ульяновская область](https://russia.duck.consulting/regions/73) | 0.362 |
| 63 | [Северная Осетия](https://russia.duck.consulting/regions/15) | 0.362 |
| 64 | [Саратовская область](https://russia.duck.consulting/regions/64) | 0.361 |
| 65 | [Костромская область](https://russia.duck.consulting/regions/44) | 0.361 |
| 66 | [Мордовия](https://russia.duck.consulting/regions/13) | 0.36 |
| 67 | [Пензенская область](https://russia.duck.consulting/regions/58) | 0.359 |
| 68 | [Ингушетия](https://russia.duck.consulting/regions/6) | 0.359 |
| 69 | [Республика Тыва](https://russia.duck.consulting/regions/17) | 0.358 |
| 70 | [Кемеровская область](https://russia.duck.consulting/regions/42) | 0.358 |
| 71 | [Калмыкия](https://russia.duck.consulting/regions/8) | 0.358 |
| 72 | [Вологодская область](https://russia.duck.consulting/regions/35) | 0.358 |
| 73 | [Владимирская область](https://russia.duck.consulting/regions/33) | 0.358 |
| 74 | [Карачаево-Черкесия](https://russia.duck.consulting/regions/9) | 0.357 |
| 75 | [Челябинская область](https://russia.duck.consulting/regions/74) | 0.355 |
| 76 | [Псковская область](https://russia.duck.consulting/regions/60) | 0.35 |
| 77 | [Еврейская автономная область](https://russia.duck.consulting/regions/79) | 0.347 |
| 78 | [Севастополь](https://russia.duck.consulting/regions/92) | 0.345 |
| 79 | [Томская область](https://russia.duck.consulting/regions/70) | 0.345 |
| 80 | [Кировская область](https://russia.duck.consulting/regions/43) | 0.344 |
| 81 | [Камчатский край](https://russia.duck.consulting/regions/41) | 0.344 |
| 82 | [Волгоградская область](https://russia.duck.consulting/regions/34) | 0.344 |
| 83 | [Тверская область](https://russia.duck.consulting/regions/69) | 0.342 |
| 84 | [Чувашия](https://russia.duck.consulting/regions/21) | 0.341 |
| 85 | [Карелия](https://russia.duck.consulting/regions/10) | 0.335 |

За 1998 год 20 % наиболее обеспеченных людей на Земле потребили 86 % мировой продукции и услуг, а 20 % наиболее бедных — всего 1,3 %.

К началу 2008 года доходы 10 % самых богатых слоев населения превышали доходы 10 % самых бедных слоев не менее чем в 17 раз (тот самый децильный коэффициент). В индустриально развитых странах этот коэффициент вдвое и более ниже.

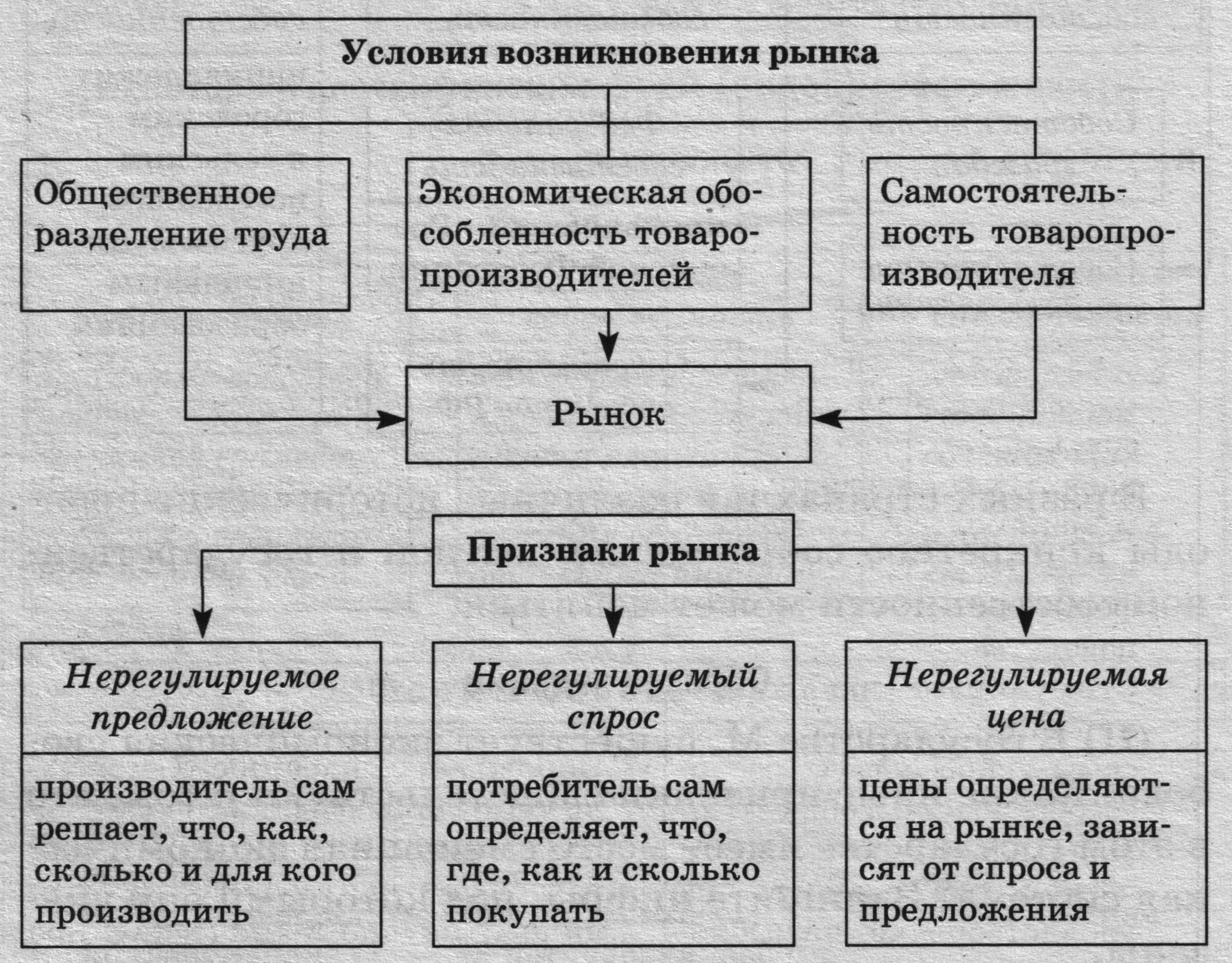
3. Современный рынок таит в себе опасность [безработицы](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D0%B7%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B0). Реальность безработицы в условиях рыночной экономики подтверждается многими историческими фактами. В массовом виде она возникла именно в странах с развитым [капиталистическим](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%BC) товарным производством, прежде всего в Англии после [промышленной революции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%B2_%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B8). Причём наибольшая величина относительного перенаселения тесно связана с [экономическими кризисами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%81). Скажем, во время мирового [кризиса 1857 года](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%81_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0#Кризис_1857_года) безработица среди членов профсоюза английской металлообрабатывающей промышленности достигла 12 %. В этот же период в [США](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%A8%D0%90) только в Нью-Йорке число «лишних людей» превысило 150 тысяч.

4. Рыночный механизм порождает [неполную и асимметричную информацию](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%81%D0%B8%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8). Только в условиях [cовершенной конкуренции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F) все участники рынка обладают достаточно исчерпывающей информацией о ценах и перспективах развития производства. Но сама конкуренция заставляет фирмы скрывать реальные данные о положении дел. Информация стоит денег, и [экономические агенты](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82) — производители и потребители — обладают ею в различной степени, притом доступ к большей и качественной информации получают те, кто уже имеет в своём распоряжении значительные материальные ресурсы.

5. Субъекты, не обладающие сколько-нибудь значимыми экономическими ресурсами, в условиях рынка часто [обречены на пребывание](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%B2%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%B0_%D0%BD%D0%B8%D1%89%D0%B5%D1%82%D1%8B) в [порочном круге бедности](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D1%80%D1%83%D0%B3_%D0%B1%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8), зачастую носящем наследственный характер[[5]](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0#cite_note-5) (Пример: родители-алкоголики не способны дать ребёнку хорошее образование, не получив его, повзрослевший молодой человек не может претендовать на высокооплачиваемое рабочее место и не обладает навыками и [капиталом](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB), необходимыми для открытия собственного бизнеса. В таких условиях велика вероятность, что он сам станет социально неблагополучным индивидом и передаст свою социальную неблагополучность потомкам).

|  |  |
| --- | --- |
| Черты рынка | |
| Позитивные | Негативные |
| * Способствует эффективно­му распределению ресур­сов, направляя их в те от­расли, где они в данный момент более всего необхо­димы, т.е. объективно формирует структуру про­изводства. * Стимулирует научно-тех­нический прогресс и тем самым способствует ресур­сосбережению в обществе.   Направляет всю экономи­ческую деятельность на удовлетворение потребно­стей человека и общества, т. е. создаёт материальную заинтересованность производить то, в чём есть по­требность.   * - | * Не гарантирует решение таких со­циально-экономических проблем, как безработица, инфляция, за­щита окружающей среды, обеспе­чение экономической безопасно­сти, развитие фундаментальной науки. * Распределяет продукты по резуль­татам конкуренции, что рождает социальное неравенство. * Порождает тенденцию к монопо­лизации производства, поскольку необходимость защиты от конку­рентов приводит к сговорам и сли­яниям; научно-технический про­гресс вызывает необходимость концентрации и накопления ка­питала. |
| — Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятель­ности, опираясь на прин­ципы саморегуляции и со­поставляя экономические интересы | * Не решает проблему внешних за­трат (эффектов), т. е. затрат, не от­ражённых в ценах рынка, кото­рые ложатся на плечи общества. * Не может решить все региональ­ные проблемы, которые связаны, прежде всего, с неравномерностью распределения природных, инвес­тиционных и человеческих ресур­сов. * Способствует циклическому раз­витию, в основе которого лежит необходимость обновления капи­тала |

**Однако, несмотря на все очевидные недостатки, экономическая теория и анализ опыта ведения хо­зяйства в различных странах мира показывают, что до сих пор не изобретено более эффективного инструмента развития экономики, чем рынок.**

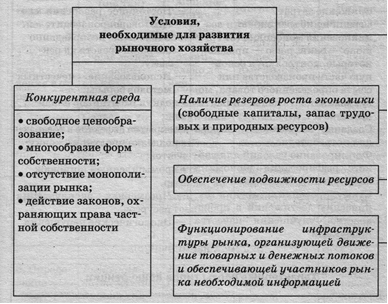


Рынок выполняет много разнообразных функций, среди которых главными считаются следующие.

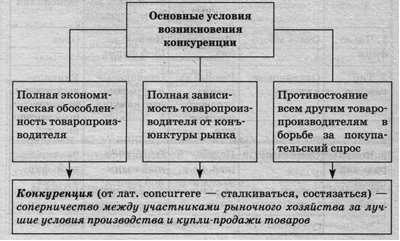
|  |  |
| --- | --- |
| Функции рынка | |
| Наименование  функции | Её содержание |
| Посредническая | Соединение производителей товаров и их пот­ребителей |
| Ценообразования | Установление *равновесной цены* на тот или иной вид товара — *цены*, *при которой спрос на товар равен предложению товара* |
| Информационная | Предоставление информации о размерах того или иного производства и удовлетворении пот­ребительского спроса на конкретные товары |
| Регулирующая | «Перетекание» капиталов из менее выгодных отраслей производства с пониженными ценами в более прибыльные отрасли с повышенными ценами |
| Санирующая  (оздоровительная) | «Освобождение» экономики от неэффективной хозяйственной деятельности: банкротство (не­состоятельность, крах) нерентабельных пред­приятий и процветание общественно полезных производств |

В современной экономике существует не один ры­нок, а целая их система.

|  |  |
| --- | --- |
| Классификации рынков | |
| Основа классификации | Виды рынков |
| Действующее  законодательство | *Легальный (законный); нелегальный ( теневой )* |
| Объекты купли-продажи | *Товаров* (товарные биржи, ярмарки, аукционы и т. д.) *и услуг*; *факторов производства* (труда, капитала (денег, ценных бумаг), земли, интеллектуаль­ных продуктов и информации); *жилья и прочих сооружений* |
| Пространственный  признак | *Мировой; национальный*; *региональ­ный*; *местный* |
| Тип конкуренции | *Совершенной (чистой ) конкуренции*; *несовершенной конкуренции (монопо­листической конкуренции*, *олигопо­лии*, *монополии )* |
| Географический признак | *Внутренний; внешний* |
| Характер продаж | *Оптовый; розничный* |
| Уровень насыщенности | *Равновесный; избыточный; дефицит­ный* |
| Степень регулируемости | *Регулируемый; нерегулируемый* |



Ещё одним элементом рыночного саморегулирова­ния выступает ***конкуренция***.



|  |  |
| --- | --- |
| **Черты конкуренции** | |
| Позитивные | Негативные |
| * Снижение затрат. * Ограничение возможности воз­никновения монополий (от греческого — один, ро1ео — продаю), которые, контролируя основ­ную часть производства или сбыта определённого товара, мо­гут взвинчивать цены, снижать качество и т. д. * Создание возможности выбора для потребителя. * Формирование условий для гиб­кого реагирования экономики на изменение обстановки. * Стимулирование внедрения тех­нических достижений в произ­водство, улучшения качества продукции | * Постоянное разорение мно­гих товаропроизводителей. * Отвлечение неоправданно больших средств на рек­ламу. * Использование нечестных методов борьбы: * подкуп работников и шан­таж; * сокрытие дефектов в товарах; * подделка продукции конку­рентов; * промышленный шпионаж   и др.   * Чрезмерная эксплуатация ресурсов. * Экологические нарушения |

Конкуренция может представлять собой борьбу и за эко­номические ресурсы, и за утверждение устойчивой ни­ши на рынке. Достоинство конкуренции состоит в том, что она ставит распределение ограниченных ресурсов в зависи­мость от экономических аргументов конкурентов. Победить в конкурентной борьбе обычно можно, предлагая блага бо­лее высокого качества по меньшей цене. Поэтому ***роль кон­куренции*** заключается в том, что она способствует уста­новлению на рынке определенного порядка, гарантирую­щего производство достаточного количества качественных и продающихся по равновесной цене благ.

Различают следующие виды конкуренции:

* совершенная конкуренция;
* несовершенная.

При ***совершенной конкуренции*** существует множе­ство мелких фирм, предлагающих на рынке однородную продукцию. Самому потребителю безразлично, у какой фирмы он приобретает эту продукцию. Доля каждой фирмы в общем объеме рыночного предложения данной продукции настолько мала, что любое ее решение о повышении или по­нижении цены не отражается на цене на аналогичные това­ры других производителей. Появление новых фирм в отрас­ли не встречает каких-либо препятствий или ограничений. Выход из отрасли также абсолютно свободен. Нет ограниче­ний на доступ той или иной фирмы к информации о состоя­нии рынка, ценах на товары и ресурсы, затратах, качестве товаров, технике производства и т.д.

***Несовершенная конкуренция*** имеет место при незначительном количестве фирм в каждой сфере предпринимательской деятельности. Какая- либо группа предпринимателей (или даже один предприни­матель) может произвольно влиять на конъюнктуру рынка. Проникновение новых предпринимателей на рынок затруд­нительно. Отсутствуют заменители продукции, выпускае­мой привилегированными производителями.

Промежуточным видом конкуренции выступает ***моно­полистическая конкуренция***. Она представляет собой тип рынка, в условиях которого большое количество мел­ких фирм предлагает разнородную продукцию. Вход на ры­нок и выход с него обычно не связаны с какими-либо труд­ностями. Существуют различия в качестве, внешнем виде и других характеристиках товаров, производимых разными фирмами, которые делают эти товары в чем-то уникальны­ми, хотя и взаимозаменяемыми.

Противоположностью конкуренции является *монополия*.

**Монополия** — существование на рынке только одного продавца данной продукции, не имеющей близких заменителей. Ставятся жесткие барьеры для вступления в отрасль других фирм.

Если покупатель выступает в единственном числе, то та­кая конкуренция называется ***монопсонией****.* В некоторых отраслях встречается *двусторонняя монополия*, ког­да на рынке определенной продукции выступают один про­давец и один покупатель. Например, в сфере военного про­изводства заказчиком выступает государство, а поставщи­ком — какая-нибудь одна-единственная фирма.

Чистая монополия и чистая монопсония — сравнительно редкие явления. Гораздо чаще в рыночной экономике скла­дывается ***олигополия****.*

***Олигополия*** — это существование на рынке нескольких крупных фирм, выпускающих как однородную, так и разнородную продукцию. Вступление новых фирм в отрасль за­труднительно.

В рамках рыночной экономики актуальным становит­ся защита конкурентной среды с целью достижения оптимального сочетания различных видов конкуренции и недо­пущения подавления одних субъектов экономической дея­тельности другими. Такую задачу выполняет государство, которое проводит антимонопольную политику, закрепляя правила экономической деятельности в законах.

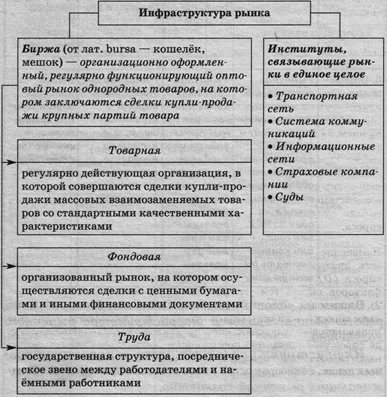
Одним из условий, необходимых для бесперебойной работы рынка, является ***инфраструктура рыночного хозяйства.***

***Инфраструктура*** (от латинского — под, структура) ***рынка*** — ***совокупность рыночных институтов***, ***обслу­живающих рыночной хозяйство***.

Рыночная инфраструктура фактически занимает то огромное экономическое пространство, которое отделя­ет производителей от потребителей.



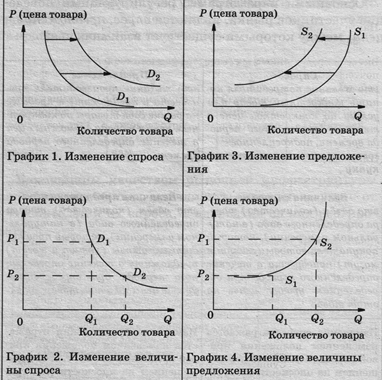
Важнейшим качеством рыночной инфраструктуры является способность улавливать сигналы, идущие от потребителей и их спроса, и адекватно на них реагиро­вать.



Основными параметрами, регулирующими поведе­ние участников рынка, являются ***спрос***, ***предложение*** и ***цена***, между которыми существует взаимная связь.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Спрос*** —  *это желание потребителя ку­пить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определённого перио­да времени*, *подкреплённое готовностью оплатить по­купку* | ***Предложение*** *—*  *это желание производителя про­извести и предложить к продаже на рынке свои товары по конкрет­ным ценам из ряда возможных цен в течение определённого периода времени* |
| ***Величина спроса*** —  *это объём (количество) товара определённого вида (в нату­ральном измерении), который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести в течение определённого периода при оп­ределённом уровне цены на этот товар* | ***Величина предложения*** —  *это объём (количество) товара определённого вида (в натураль­ном измерении), который произво­дители готовы (хотят и могут) предложить в течение определён­ного периода при определённом уровне цены на этот товар* |
| Изменение спроса отражается изменением положения кри­вой спроса *(В),* т. е. её переме­щением на плоскости (см. гра­фик 1). Каждая данная кривая спроса строится для неизмен­ных факторов спроса —» изме­нение спроса происходит под воздействием изменения одно­го или нескольких факторов спроса.  Изменение величины спроса есть движение вдоль кривой спроса *(В)* при неизменности факторов спроса (см. график 2). Взаимосвязь между измене­нием спроса и величины спроса проявляется в следующем: ког­да спрос увеличивается, повы­шаются объёмы спроса при всех ценах, и наоборот | Изменение предложения отража­ется изменением положения кри­вой предложения *(8),* т. е. её пере­мещением на плоскости (см. гра­фик 3). Каждая данная кривая предложения строится для неиз­менных факторов предложения —> изменение предложения происхо­дит под воздействием изменения одного или нескольких факторов предложения.  Изменение величины предложе­ния есть движение вдоль кривой предложения *(8)* при неизменнос­ти факторов предложения (см. гра­фик 4). Взаимосвязь между изме­нением предложения и величины предложения проявляется в следу­ющем: когда предложение увели­чивается, повышаются объёмы предложения при всех ценах, и на­оборот |

Далее, приводятся графики спроса и предложения, традиционно прилагаемые для иллюстрации понимания зависимостей основных элементов рыночных отношений. Пожалуйста, найдите в себе силы и рассмотрите эти графики. Это действительно очень помогает осознанно представлять себе закономерности рынка.



***Цена* — *количество денег*, *которое покупатель готов запла­тить*, *а продавец желает получить за определённый товар (а точнее*, *за его единицу ).***

|  |  |
| --- | --- |
| ***Цена* *спроса*** *— максималь­ная цена*, *по которой потреби­тели готовы купить некото­рое количество товара за опре­делённый период времени.* | ***Цена предложения*** — *минималь­ная цена*, *по которой продавцы го­товы продать некоторое количе­ство данного товара за определён­ный период времени.* |
| ***Закон спроса****: повышение цен обычно ведёт к снижению величины спроса, а снижение цен* — *к её увеличению.* | ***Закон предложения*:** *повышение цен обычно ведёт к росту вели­чины предложения*, *а снижение цен* — *к её уменьшению.* |

На спрос и предложение влияют также неценовые факторы.

|  |  |
| --- | --- |
| **Неценовые факторы спроса** | |
| **Наименование**  **фактора** | Его сущность |
| **Вкусы и пред­почтения пот­ребителей** | Благоприятное для данного товара изменение пот­ребительских вкусов или предпочтений, вызванное рекламой или изменением моды, будет означать, что спрос возрастает, следовательно, кривая спро­са сместится вправо. Неблагоприятные перемены в предпочтениях потребителей вызовут уменьшение спроса и смещение кривой спроса влево |
| **Число потре­бителей** | Рост численности населения, рождаемости, мигра­ции и т. д. —> увеличение числа потребителей при­водит к росту спроса, что отразится в смещении кривой спроса вправо. Уменьшение числа потреби­телей ведёт к сокращению спроса и выразится в смещении кривой спроса влево |
| **Денежные до­ходы населе­ния** | Обычно рост доходов ведёт к увеличению спроса, исключение составляют малоценные товары, или товары низшего качества, когда с ростом доходов спрос на них уменьшается, поскольку по мере рос­та благосостояния человек переходит на потребле­ние более качественных товаров |
| **Цены на со­пряжённые то­вары** | Существуют взаимозаменяемые товары (замените­ли), например, кофе и чай: увеличение цен на кофе может привести к повышению спроса на чай. Существуют сопутствующие товары (комплимен­тарные), например, бензин и автомобили: увеличе­ние цен на один товар приводит к сокращению спроса на сопутствующий товар |
| **Потребитель­ские ожида­ния** | Ожидание повышения цен или увеличения дохода ведёт к повышению спроса в текущем периоде, что вызовет смещение кривой спроса вправо. Ожида­ние снижения цен или падения дохода ведёт к сни­жению спроса в текущем периоде, что вызовет сме­щение кривой спроса влево |
| **Налоги1 и дотации2** | Увеличение налогов приводит к сокращению той части дохода, которая предназначена для потреб­ления |
| **Внешние**  **условия** | Традиции, религиозные предпочтения, сезонные покупки и т. д. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Неценовые факторы предложения** | |
| **Наименование**  **фактора** | **Его сущность** |
| **Цены на ресурсы** | Рост цен на другие ресурсы, например, сырьё, при­ведёт к увеличению затрат производителя и, соот­ветственно, к уменьшению предложения при за­данной цене, т. е. переместит кривую предложения влево. Снижение цен на ресурсы уменьшит затра­ты производства и увеличит предложение, что от­разится в смещении кривой предложения вправо |
| **Число**  **продавцов** | Чем больше продавцов на рынке, тем больше пред­ложение, т. е. увеличение количества производителей приведёт к смещению кривой предложения вправо, и наоборот |
| **Технология**  **производства** | При постоянных ценах на ресурсы улучшение тех­нологии производства выражается в увеличении выпуска на единицу использованного ресурса. Тог­да продавец получает возможность реализовать то же количество товара по более низкой цене. Это приведёт к смещению кривой предложения вправо |
| **Цены на взаи­мозаменяе­мые товары** | Если цена на другой товар (родственный по тому или иному фактору производства) растёт, это зна­чит, что у собственника ресурсов, используемых для производства данного товара, появляется бо­лее привлекательная альтернатива. Это изменение отражается в повышении минимальной цены, на которую согласились бы продавцы при неизмен­ности использования количества ресурсов. В ре­зультате повышение цены на другой товар умень­шает предложение данного товара, выражающего­ся в сдвиге кривой предложения влево |
| **Ожидания изменения цен** | Если ожидаемая цена становится выше фактичес­кой, то продавцы сталкиваются с новой альтерна­тивой: получение меньшей выручки сейчас либо получение большей выручки, но в будущем. Про­давцы как рациональные экономические субъекты будут стремиться перенести часть продуктов на продажу в будущем, что приведёт к уменьшению предложения в настоящем и переместит кривую предложения влево |
| **Налоги и дотации** | Рост налогов ведёт к росту затрат, что уменьшает предложение, и наоборот |
| **Природные**  **условия** | Данный фактор особенно значим для добывающих отраслей |

Рыночное равновесие — это состояние рынка, характеризующееся равенством спро­са и предложения всех товаров и услуг.

При анализе равновесия на *рынке одного товара*(когда рассматривается один вид продукции) соотношение спроса и предложения касается только этого товара, при этом не учитывается ситуация на рынке других товаров, хотя из­вестно, что спрос на товар зависит не только от его цены, но и от цен заменяющих его товаров. Поэтому нарушение рав­новесия на рынке одного товара может оказать влияние на рынки других товаров, его заменяющих. В этой связи суще­ствует два подхода к проблеме рыночного равновесия:

1. ***частичное равновесие***, когда рассматриваются один, два, три (и т.д.) рынка, взятые изолированно от всей остальной экономики;
2. ***общее равновесие***, когда рассматривается вся эко­номическая система в целом со всеми ее внутренними свя­зями и взаимными влияниями. Выбор метода анализа в каждом случае зависит от цели исследования и конкретной рыночной ситуации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Что такое обмен? Какие способы обмена существовали в исто­рии человечества?
2. Какие формы денег существовали в прошлом? В чем их достоин­ства и недостатки?
3. В каких значениях употребляется слово «рынок»? Что такое ры­нок с точки зрения экономической науки?
4. Что такое цена? Что влияет на процесс ценообразования?
5. Назовите функции рынка.
6. Что такое товар? Каковы его свойства?
7. Как осуществляются взаимоотношения производителей и потре­бителей? Какую роль при этом играет конкуренция?
8. В чем различие совершенной и несовершенной конкуренции? Что является противоположностью конкуренции?
9. В чем состоит соотношение цены, спроса и предложения? Сфор­мулируйте закон спроса и закон предложения. Какие факторы влияют на спрос и предложение?
10. Что такое рыночное равновесие? Объясните понятие «рынок од­ного товара».

На вопросы теста прошу ответить письменно и направить на мою электронную почту kragen@rambler.ru

**Тест по теме «Рыночные отношения в экономике»**

**1.**Верны ли следующие суждения?

А. Спрос находится в прямой зависимости от цены товара.

Б. Предложение находится в обратной зависимости от цены товара: 1) верно только А 3) оба суждения верны

2) верно только Б 4) оба суждения неверны.

**2**.Об отсутствии конкуренции в отрасли свидетельствует следующий признак:

1) уровень прибыли ниже нормального в данной отрасли

2) неспособность фирм данной отрасли к расширению производств

3) невозможность другим фирмам «войти» в данную отрасль

4) более низкий отраслевой уровень оплаты труда, чем в среднем по стране

**3**. Верны ли суждения о монополиях?

А. Возникновение в условиях рыночной экономики монополистических объединений устраняет конкуренцию.

Б. Цель антимонопольного законодательства - ограничить на рынке диктат монополий:

1) верно только А 3) оба суждения верны

2) верно только Б 4) оба суждения неверны.

**4**.На рынке, где существует конкуренция, равновесная цена определяется:

1) решением покупателей, желающих купить товар

2) производителями, желающими получить прибыль

3) предприятиями оптовой торговли,

4) желанием покупателей купить все товары, которые продавцы захотят продать

**5**.Согласно закону спроса при прочих равных условиях:

1) по низкой цене удаётся продать товаров больше, чем при высокой

2) при высокой цене удаётся продать столько же товаров, сколько при низкой

3) количество проданных товаров зависит не столько от цены, сколько от их качества,

4) при низкой цене удаётся продать товаров меньше, чем при высокой

**6**. Рыночные цены на товары:

1) снижают объёмы производства,

2) увеличивают объёмы производства,

3) рационально соизмеряют производство с потреблением

4) всегда зависят от производителя

**7**. В условиях рыночной экономики производитель может самостоятельно:

1) решать, что производить 2) определять размеры пошлин

3)устанавливать налоговые льготы 4) определять виды налогов

**8**.Конкуренция позволяет:

1) поддерживать убыточные предприятия

2) помогать малообеспеченным слоям населения

3) уравновешивать спрос и предложение 4) снижать налоги

**9**.Верны ли следующие суждения о цикличности экономического развития?

А. Смена экономических подъёмов и спадов вызвана, главным образом, просчётами в организации производства.

Б. Цикличность развития экономики в условиях рынка носит закономерный характер:

1) верно только А 3) оба суждения верны

2) верно только Б 4) оба суждения неверны.

**10**.Желание и возможность потребителя купить конкретный товар в конкретное время и в конкретном месте называется:

1) предложением 2) потребительским расходом,

3) спросом 4) стоимостью

**11**.Действие рыночного механизма проявляется в том, что:

1) рекламируются товары и услуги

2) доходы производителей постоянно растут

3) государство поддерживает убыточные предприятия

4) цены зависят от спроса и предложения

**12**.Бум бытовой микроэлектроники в США в конце ХХ в. вызвал рост спроса на персональные компьютеры, видеомагнитофоны и видеокассеты. Это пример функционирования рынка:

1) товаров 2) информации 3) средств производства 4) капиталов

**13**.На фондовой бирже продается и покупается

1) недвижимость 2) машины и оборудование

3) сырьё и материалы 4) ценные бумаги

**14**.На рынке капиталов обращаются:

1) сырьевые ресурсы 3) информационные ресурсы

2) рабочая сила 4) ценные бумаги