

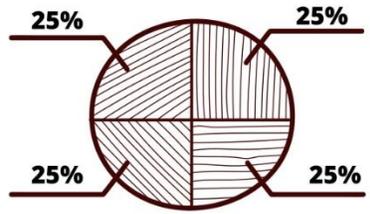
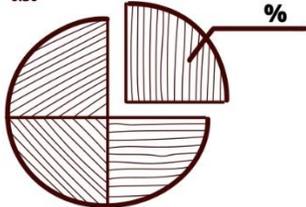
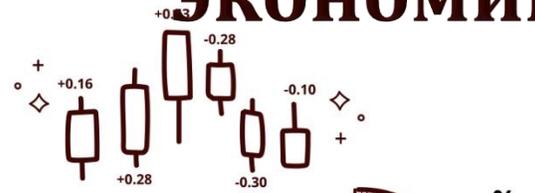
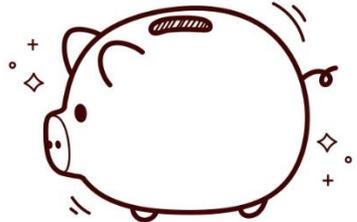
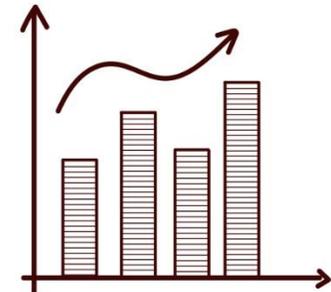
Раздел 3.

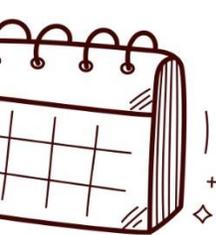
Экономическая жизнь

общества

3.2. Рыночные отношения в

экономике



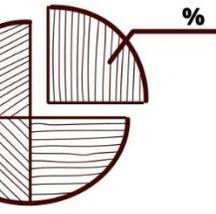


3.2. Рыночные отношения в экономике

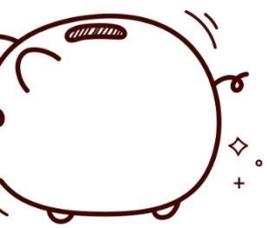
Рынок – экономический институт, основанный на отношениях купли и продажи товаров и услуг.



«Невидимая рука рынка» – метафора шотландского экономиста А. Смита: принцип, заключающийся в непреднамеренном возникновении порядка в рыночной экономике. Каждый участник рынка действует в своих эгоистичных интересах, но формирует общий полезный результат для всего общества.



Рыночное равновесие – состояние на рынке, когда покупка и продажа определённого товара как для покупателя, так и для продавца взаимовыгодна.





3.2. Рыночные отношения в экономике

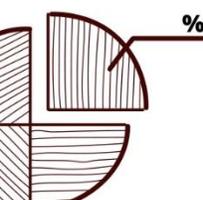
Спрос (D) – зависимость между величиной спроса на товар или услуги и ценой.



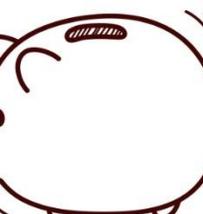
Величина спроса (Q_D) – количество товаров и услуг, которое покупатели хотят и могут приобрести по данной цене в определенное время и в определенном месте.



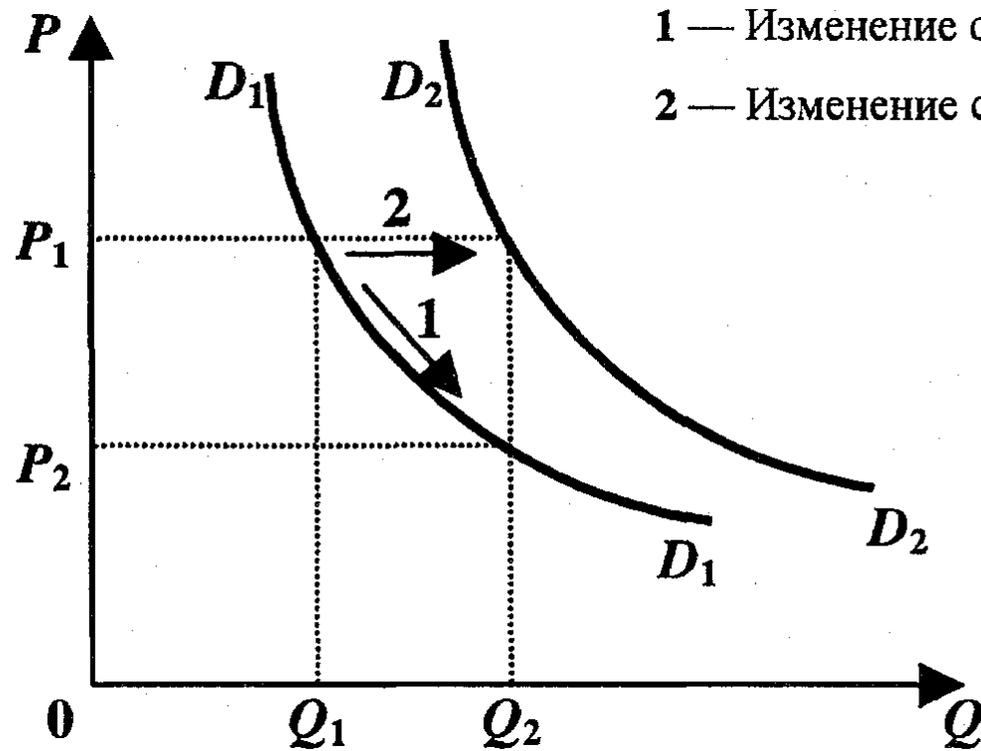
Закон спроса – обратная зависимость величины спроса на товар или услугу от цены данного товара или услуги (при прочих равных условиях).



Коэффициент эластичности спроса по цене (E_d) отражает, насколько изменится спрос на товар при изменении цены на него.


$$E_d = \frac{\text{Изменение величины спроса, в \%}}{\text{Изменение цены товара, в \%}}$$


3.2. Рыночные отношения в экономике



1 — Изменение объема спроса;

2 — Изменение спроса

Неценовые факторы спроса:

- изменение доходов потребителей (чем выше доходы, тем выше спрос);
- мода и предпочтения;
- реклама;
- сезон;
- увеличение числа потребителей;
- цена на товары-заменители;
- цены на сопутствующие товары.

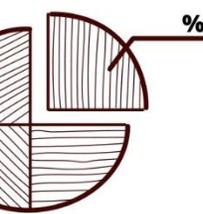
3.2. Рыночные отношения в экономике



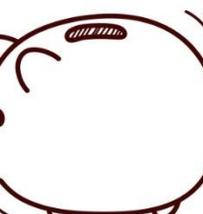
Предложение (S) – зависимость между величиной предложения товара или услуги и ценой.



Величина предложения (Q_s) – количество товаров и услуг, которое производители способны произвести и готовы продать по данной цене в определенное время и в определенном месте.



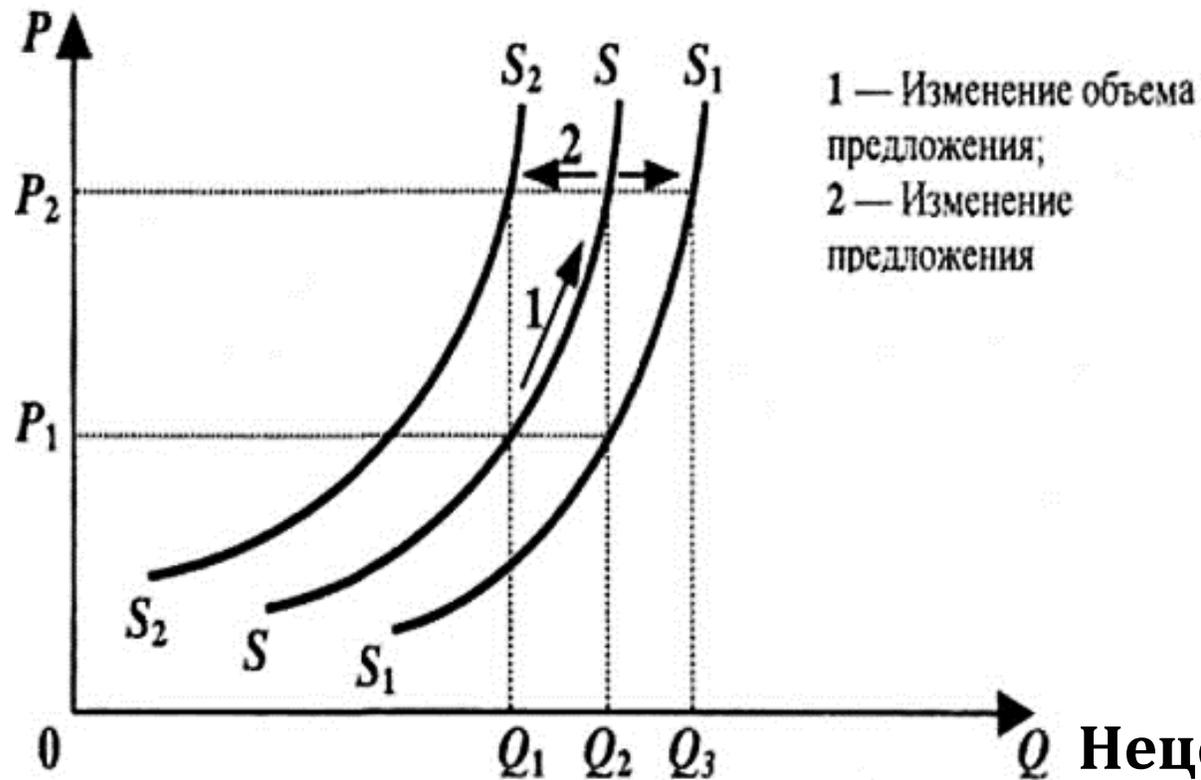
Закон предложения – прямая зависимость величины предложения товара или услуги от цены данного товара или услуги (при прочих равных условиях).



Коэффициент эластичности предложения по цене (E_s) отражает, насколько изменится предложение товара при изменении цены на него.


$$E_s = \frac{\text{Изменение величины предложения, в \%}}{\text{Изменение цены товара, в \%}}$$

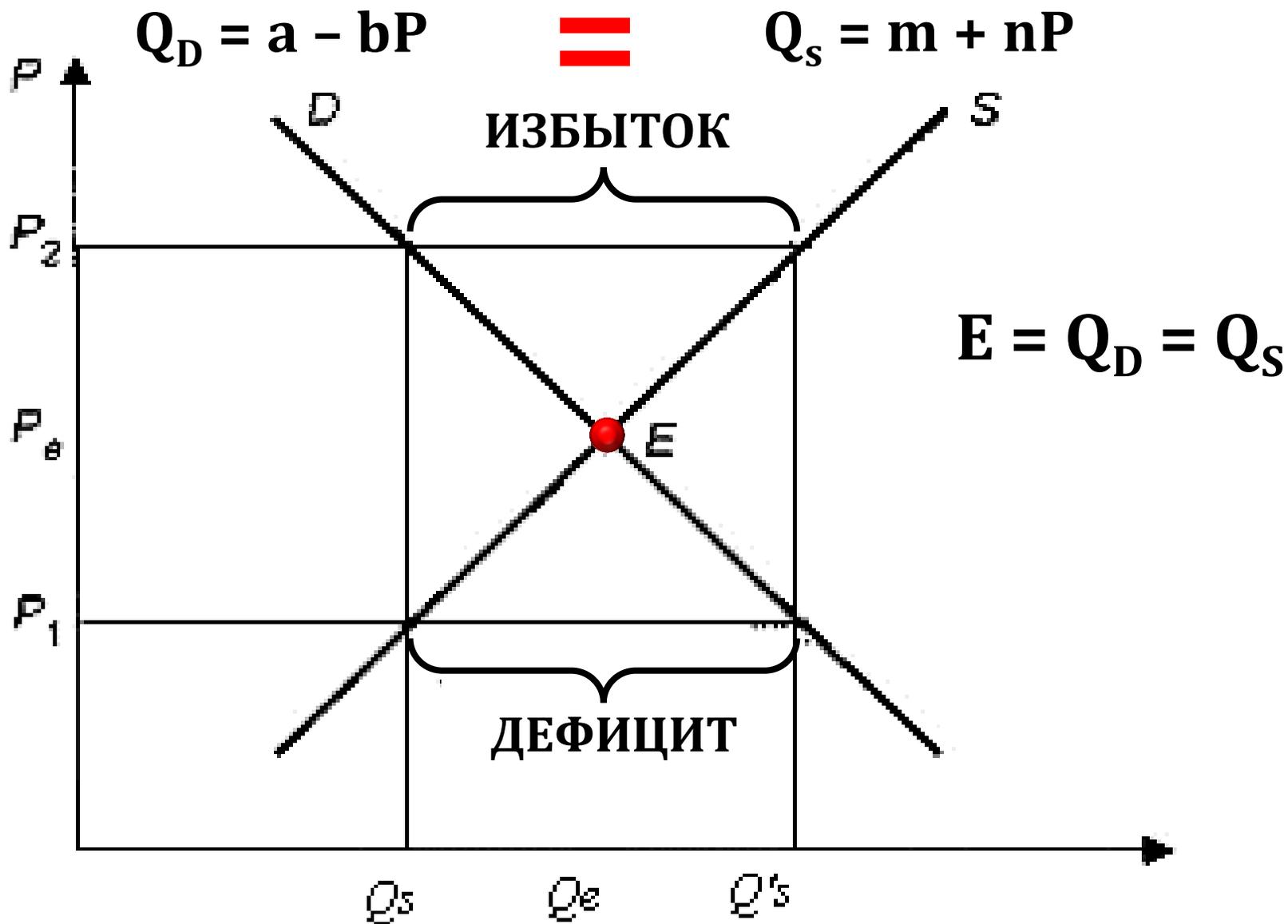
3.2. Рыночные отношения в экономике



Неценовые факторы предложения:

- цены на сырьё, факторы производства;
- изменения в технологии производства;
- налоги на производителей;
- количество производителей;
- природные условия.

3.2. Рыночные отношения в экономике





3.2. Рыночные отношения в экономике

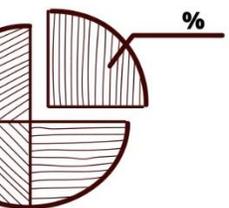
Факторы производства и факторные доходы:



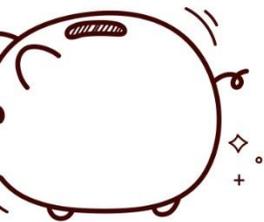
Труд – совокупность физических и умственных способностей людей, пригодных для создания экономических благ.



Заработная плата – цена услуг труда в единицу времени.



Капитал – совокупность созданных человеком ресурсов производства: оборудование, инструменты, производственные здания, транспортные средства, добытое сырье и полуфабрикаты и т. д.



Процент – цена услуг капитала, уплачиваемая собственникам капитала за использование заемных средств в единицу времени.





3.2. Рыночные отношения в экономике

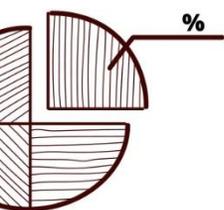
Факторы производства и факторные доходы:



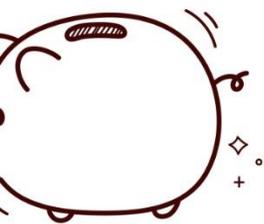
Земля – природные ресурсы: почва, лесные ресурсы, природные ископаемые, водные ресурсы, всё то, что берётся в готовом виде от природы и используется в процессе производства.



Рента – цена услуг земли в единицу времени; доход собственника земли.



Предпринимательские способности – способность человека проявлять талант, инициативу, соединять все необходимые факторы производства и включать их в производственный процесс, взяв на себя весь риск.



Прибыль –

доход собственника предпринимательского капитала в единицу времени, плата за предпринимательский талант;



превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на их производство и реализацию.

3.2. Рыночные отношения в экономике

Фактор производства	Временное отчуждение	Отчуждение навсегда
Труд	Рынок услуг труда = рынок труда	- (существовал при рабовладельческом строе)
Земля	Рынок услуг земли (замлепользования)	Рынок земли
Капитал	Рынок услуг капитала	Рынок капитала



3.2. Рыночные отношения в экономике

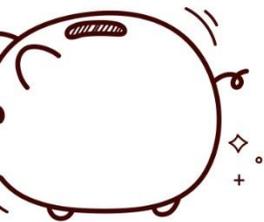
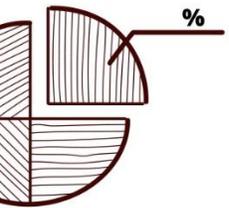
Информация – сведения, способствующие максимально выгодному производству.



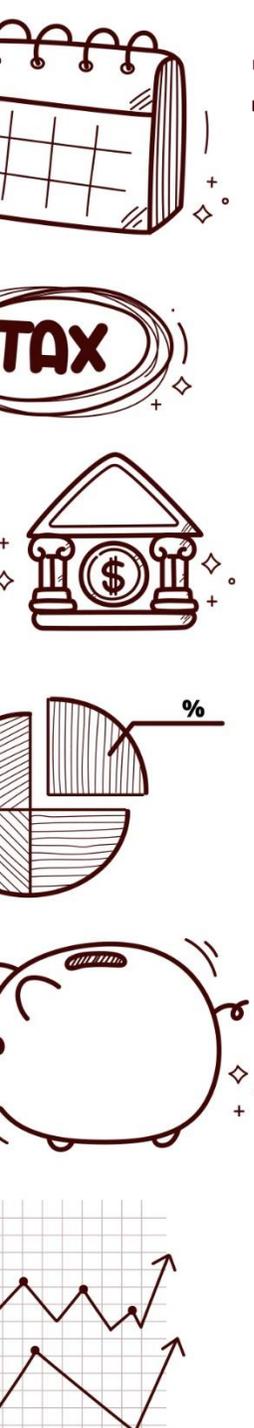
На рынке информации товаром являются различные виды знаний: профессиональные, образовательные, коммерческие, информация о научно-технических разработках, развлекательная информация.



Информация – неограниченный ресурс, её можно производить и передавать бесконечное количество раз. Чтобы информация стала товаром и приносила доход, необходимо ограничить к ней доступ и обеспечить информационную защиту (эксклюзивность).



3.2. Рыночные отношения в экономике



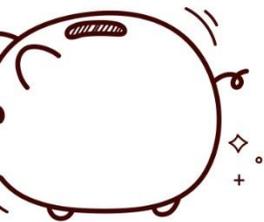
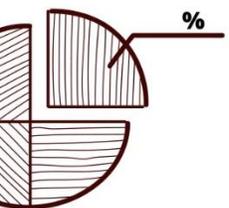
Тип рыночной структуры	Кол-во фирм	Характер продукции	Рыночные барьеры	Доступность экономической информации	Контроль цен
Совершенная конкуренция	Очень большое	Стандартная	Отсутствуют	Полная доступность	Отсутствует
Монополистическая конкуренция	Большое	Дифференцированная	Низкие	Некоторые ограничения	Частичный
Олигополия	Небольшое	Стандартная/ дифференцированная	Высокие	Существенные ограничения	Частичный
Монополия	Одна	Уникальная	Непреодолимые	Недоступна	Полный



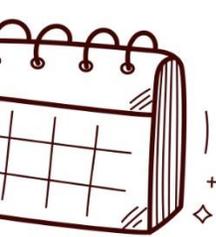
3.2. Рыночные отношения в экономике



В целях поддержания социальной справедливости и равенства граждан государство:



- борется с безработицей;
- устанавливает минимальный размер оплаты труда;
- обеспечивает равенство граждан в экономической сфере;
- не допускает монополизации рынка;
- устанавливает предельный уровень цен на ряд социально значимых товаров (лекарства, продукты).



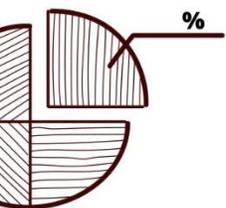
3.2. Рыночные отношения в экономике



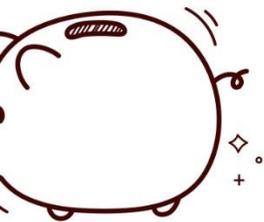
Государственная политика Российской Федерации по поддержке и защите конкуренции:

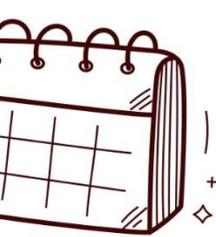


Цель: создание условий для добросовестной конкуренции, предотвращение злоупотреблений доминирующим положением на рынке и иных антиконкурентных практик, а также развитие справедливых правил игры для всех участников рынка.



Важнейший закон: Федеральный закон «О защите конкуренции», определяющий запрет на картельные соглашения, злоупотребление доминирующим положением на рынке, вертикальные ограничения конкуренции и другие антиконкурентных практик.





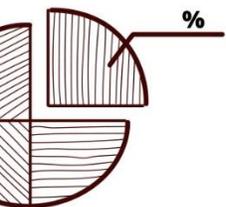
3.2. Рыночные отношения в экономике



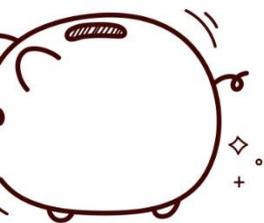
Государственная политика Российской Федерации по поддержке и защите конкуренции:



Федеральная антимонопольная служба (ФАС) ответственна за реализацию государственной политики по конкуренции.



Государственная политика поддерживает развитие конкуренции и за счет создания условий для появления новых участников рынка, особенно в сфере инноваций и высоких технологий.



Разработка программ и финансовая поддержка инновационных проектов позволяют разнообразить предложения на рынке и укрепить конкуренцию.

