**4.6. Рыночная экономика.**

**Рынок.**

**Рынок**– это экономические отношения, связанные с куплей-продажей товаров и услуг, в результате которых формируется спрос, предложение и цена.

**Рынок**– это система взаимодействия между продавцами и покупателями, производителями и потребителями по поводу купли-продажи товаров или услуг.

**Рыночный механизм**– это механизм формирования и распределения ресурсов, механизм взаимодействия продавцов и покупателей по поводу установления цен и качества, объёма производства и его структуры.

**Рыночная экономика.**

**Рыночная экономика** – способ организации хозяйственной жизни, основанный на многообразии форм собственности, предпринимательстве и конкуренции, свободном ценообразовании.

**Признаки рыночной экономики:**

* **конкуренция**производителей за лучшие условия и результаты деятельности;
* **решение вопросов, что, как и для кого производить**, является результатом взаимодействия продавцов и покупателей на рынке, то есть на основе **спроса и предложения;**
* стремление **производителей**использовать технологии производства, обеспечивающие ему наибольшую прибыль, то есть открытость в использовании инноваций;
* рыночная экономическая система благоприятствует техническому прогрессу.
* нахождение основных **факторов производства**и его результатов **преимущественно в руках частных лиц**;
* собственниками выступают частные лица и организации, **государство, муниципалитеты, общественные организации**;
* самостоятельность в принятии экономических решений в соответствии с собственными интересами и потребностями:  **потребитель**принимает решение о покупке, руководствуясь желанием получить большую пользу от потребления товара, а  **производитель,**решая выпускать тот или иной товар, рассчитывает получить прибыль;
* минимальное вмешательство государства в экономику.

**ПЛЮСЫ:**

* стимулирование предприимчивости, заинтересованности в труде;
* отторжение ненужного и неэффективного производства;
* наличие больших прав у производителей и потребителей
* не требуется большой аппарат управленцев;
* эффективное использование ресурсов в соответствии с рыночным механизмом — законами спроса и предложения — «невидимой руки рынка»;
* наличие конкуренции, приводящей к повышению качества продукции и услуг;
* появление новых продуктов на рынке;
* широкое использование новых технологий производства.

**МИНУСЫ:**

* усиление социальной дифференциации, то есть неравенства;
* нестабильность экономики, частые кризисы, инфляция, безработица;
* отсутствие заинтересованности в развитии малоприбыльных, но необходимых обществу производств;
* безжалостное, потребительское отношение к природе;
* ориентированность производителя на платёжеспособного клиента;
* недостаточное финансирование социальных сфер, например, образования, здравоохранения;
* монополизация экономики, приводящая к снижению конкуренции.

**Основные функции государства в рыночной экономике:**

* Установление и обеспечение соблюдения **правовых основ**рыночной экономики, в том числе, прав частной собственности.
* **Поддержание рыночной конкуренции**и защита прав потребителей.
* Решение вопросов, связанных с внешними эффектами: издержками и выгодами.
* Предоставление **общественных товаров и услуг**.
* Стимулирование **экономического роста и стабилизация экономики.**
* Распределение и перераспределение национального дохода за счет налоговой политики и обеспечение социально-экономической поддержки.
* **Участие в хозяйственной деятельности**.
* **Командная экономическая система.**

**Условия возникновения рынка:**

* частная собственность,
* свобода предпринимательств,
* личный интерес участников рынка,
* конкуренция,
* свободное ценообразование,
* общественное разделение труда.

**Признаки рынка.**

* Доминирование частной собственности при равноправии форм собственности.
* Максимальная свобода хозяйственной деятельности. Продавцы свободны в выборе товара и места торговли, всего, что разрешено законом. Производитель свободен производить всё, что кажется ему выгодным и что разрешено законом.
* Активный учёт спроса и предложения.
* Нерегулируемая цена.
* Нерегулируемый спрос.
* Нерегулируемое предложение.
* Свободное ценообразование.
* Наличие конкуренции.

**Функции рынка.**

* **Посредническая**– связывает продавцов и покупателей.
* **Ценообразующая**– цена формируется в соответствии с законами рынка, то есть спроса и предложения.
* **Информационная**– на рынке можно получить полную информацию о производителе, товаре, продавце.
* **Регулирующая**– благодаря спросу и предложению устанавливается равновесие товаров и услуг.
* **Санирующая**– рынок освобождается от неэффективных производителей и продавцов.
* **Стимулирующая**– внедрение новых технологий улучшение качества продукции и услуг, иначе можно оказаться неконкурентоспособным на рынке.

### ****4.6.Конкуренция.****

**Конкуренция**(от лат. сталкиваться, состязаться) – экономическое соперничество участников хозяйственной деятельности в борьбе за достижение лучших результатов.

#### ****Типы конкуренции.****

##### **Типы конкуренции зависят от следующих факторов:**

* количество фирм в сфере;
* наличие у производителей возможности влияния на цену товаров и услуг;
* наличие или отсутствие барьеров для входа на рынок.

#### ****Типы конкуренции:****

* **совершенная,**
* **несовершенная.**

#### ****Совершенная конкуренция.****

**Совершенная (свободная, чистая)** –ситуация на рынке, когда множество мелких фирм производят **одинаковую продукцию и не имеют возможности контролировать цены на неё.**

#### ****Условия для совершенной конкуренции:****

* небольшой объём производства отдельных производителей, что не позволяет влиять на цену товара;
* однородность товара;
* ничем не ограниченный доступ и выход с рынка;
* продавцы товаров никак не влияют друг на друга, все работают самостоятельно.

#### ****Признаки совершенной конкуренции:****

* многочисленность субъектов рынка;
* однородность продукции;
* отсутствие контроля над ценой;
* отсутствие барьеров при входе на рынок и выходе из него;
* полная информированность участников рынка о его текущем состоянии

**Пример:** компании в сельском хозяйстве по выращиванию и продаже овощных культур.

#### ****Несовершенная конкуренция.****

**Несовершенная конкуренция** – это ситуация на рынке, при которой большое количество мелких фирм производят сходную продукцию и отчасти имеют возможность контролировать цены на неё.

#### ****Особенности несовершенной конкуренции:****

* раздел рынка между компаниями;
* ограничение самостоятельности участников рынка;
* контроль сегментов рынка (сегменты рынка – это группы;
* обладающие схожими характеристиками, например, одинаковым товаром);
* использование нечестных способов соперничества.

#### ****Причины возникновения несовершенной конкуренции.****

* **Преимущества фирм в чём-либо,**например, в выпуске продукции более высокого качества, что позволяет поднять цену на такой товар;
* создание **уникальной продукции**, отличной от аналогов;
* **повышение качества обслуживания** покупателей;
* наличие возможности **гарантийного обслуживания;**
* **удачное расположение** (например, кафе расположено недалеко от работы или учёбы) и др.

**В реальной жизни это самый распространённый вид конкуренции.**

#### ****Типы несовершенной конкуренции:****

* монополистическая конкуренция,
* олигополия,
* монополия.

#### ****Монополистическая конкуренция.****

**Монополистическая** (от греч. один + продаю) – рынок, на котором многочисленные продавцы продают схожие, но не идентичные товары.

**Монополистическая конкуренция** — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, где обладающие рыночной властью продавцы **дифференцированного продукта конкурируют за объём продаж.**

##### **Признаки монополистической конкуренции:**

* наличие на рынке множества мелких и средних компаний;
* в отрасль можно войти, но существуют ограничения (**лицензии, патенты** и др.);
* предложение сходного, но не идентичного (похожего) продукта;
* влияние производителей не цену незначительное.

**Лицензия** – это специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий.

**Патент** – это охранный документ, удостоверяющий исключительное право, авторство и приоритет изобретения, полезной модели, промышленного образца либо селекционного достижения.

Монополистическая конкуренция имеет место в том случае, когда на рынке действуют **несколько продавцов**, производящих и реализующих **дифференцированный товар**. При этом всегда существует возможность появления новых фирм-конкурентов.

Дифференцированный товар – это один и тот же товар, но отличающийся чем-либо с целью быть более привлекательным для конкретного целевого рынка.

##### **Примеры дифференцированного товара:**

* **смартфоны** в разных цветах и с разным объемом памяти;
* **косметика**, различающаяся не только по цветовой палитре, но и по формулам, предназначенным для разных типов кожи;
* мороженое с разными вкусами, разного объема, из натурального и растительного молока.

**Примерами рынков монополистической конкуренции** могут жить местные магазины розничной торговли: канцтоваров, книг, продуктовые магазины и булочные, цветочные и сувенирные киоски, рынки пищевой и легкой промышленности, рынок лекарственных средств, одежды, обуви, парфюмерии.

**В реальной жизни это самый распространённый вид конкуренции.**

#### ****Олигополия.****

**Олигополия**(от греч. несколько + продаю) – рынок, на котором господствуют несколько крупных фирм.

##### **Признаки олигополии:**

* существование на рынке нескольких крупных компаний;
* вход в отрасль ограничен большим стартовым капиталом;
* существование ценового сговора лидеров.

##### **Примеры олигополий в России:**

* мобильная связь — «МТС», «Билайн», «Мегафон»;
* нефтегазовая отрасль — «Роснефть», «Газпромнефть», «Лукойл»;
* производство минеральных удобрений — «ФосАгро», «Еврохим», «Уралкалий».

#### ****Монополия.****

**Монополия** – это рыночная структура, при которой крупная компания осуществляет контроль над производством и сбытом одного или нескольких видов товара или продукции.

При монополии на рынке **нет конкуренции**, и функционирует только одна фирма-монополист. Она производит уникальную, не имеющую аналогов продукцию и защищена от выхода на рынок других компаний.

#### ****Характерные черты монополии:****

* вся отрасль представлена **одной компанией-производителем** данного товара;
* компания-монополист имеет возможность**регулировать количество своего товара на рынке;**
* **цена находится полностью под влиянием монополиста;**
* **вход других компаний в отрасль невозможен;**
* производители аналогичных товаров при попытке продать их на монополизированном рынке сталкиваются с искусственно созданными барьерами: юридическими, техническими или экономическими.

##### **Примеры монополий:**

* **Газпром**— крупнейшая газовая компания в России, контролирующая более 90% газового рынка в стране.
* **РЖД**— железнодорожная компания, контролирующая рынок пассажирских и грузовых железнодорожных перевозок.
* **Сбербанк** — крупнейший банк в России, являющийся лидером банковского сектора экономики. Занимает доминирующую роль на рынке вкладов и кредитования.
* **Google** — поисковая система, контролирующая 76% рынка поисковых запросов в России, и более 90% — по всему миру (без учета Китая).

**«Всегда выбирайте самый трудный** **путь: там вы не встретите конкурентов». (Шарль де Голль).**

#### ****Плюсы конкуренции:****

* повышение качества и товаров и услуг;
* снижение цен;
* увеличение эффективности производства;
* улучшение обслуживания клиентов;
* внедрение инноваций и в целом развитие научно-технического прогресса.
* возможность выбора для потребителей;
* снижение шансов на монополию и необоснованный рост цен при ухудшении качества.
* оперативная реакция экономики на изменения рыночной ситуации.

#### ****Минусы конкуренции:****

* отсутствие экономической стабильности (инфляция, безработица и др.);
* банкротство неконкурентоспособных предприятий;
* рост неравенства доходов населения;
* перепроизводство товаров;
* незаконные действия конкурентов (промышленный шпионаж, фальсификация, переманивание квалифицированных специалистов, финансовые махинации);
* недобросовестность некоторых конкурентов и др.

#### ****4.6.Спрос и предложение.****

#### https://obschestvoznanie-ege.ru/wp-content/uploads/2024/08/%D1%8F%D1%8F%D1%8F%D1%8F8.jpg

#### Спрос.

**Спрос**– это желание и возможности потребителя приобрести конкретный товар или получить услугу.

**Закон спроса гласит**: чем выше цена, тем ниже спрос, и чем ниже цена, тем выше спрос.

**Величина спроса** – это такое количество товаров и услуг, которое покупатель готов и способен приобрести по данной цене в данное время.

#### ****Факторы, влияющие на спрос:****

* денежные доходы покупателей;
* размеры рынка (чем больше размер рынка, тем меньше будет спрос на ваш товар);
* льготы потребителям (различные скидки, акции увеличивают спрос);
* субъективные вкусы населения (например, жители приморских городов предпочитают морепродукты, в то время, как в центре России они пользуются меньшим спросом);
* наличие товаров- заменителей (какой-то товар стоит значительно выше его заменителя, то предпочтение отдают более дешёвому, например, апельсины и мандарины, чай и кофе).

#### ****Закон предложения.****

**Предложение**– это желание и возможности производителя продать конкретный товар или услугу.

**Закон предложения:**чем выше цена, тем выше предложение, чем ниже цена, тем ниже предложение.

**Величина предложения** – это количество товаров и услуг, которое производитель может предложить по данной цене в данное время.

#### ****Факторы, влияющие на предложение:****

* цены на ресурсы (например, повысили цены на электроэнергию, снизилось предложение, так как увеличились расходы предпринимателя);
* величина налогов;
* наличие товаров-заменителей на рынке;
* количество на рынке аналогичной продукции;
* уровень технического прогресса и степень его использования предпринимателями.

##### **Спрос и предложение влияют на цену товаров и услуг.**

#### ****Цена.****

**Цена**– это денежное выражение стоимости товара на рынке.

Она может равняться стоимости товара, быть выше или ниже её.

**Цена** – это количество денег, которое покупатель готов заплатить, а продавец желает получить за определённый товар.

**Цена спроса**– максимальная цена, по которой покупатель может приобрести товар.

**Цена предложения**– минимальная цена, по которой предприниматель может продать товар.

**Рыночная цена** — (или её называют равновесная цена) – цена, при которой объём спроса равен объёму предложения.

**Дефицит**– спрос выше предложения.

**Профицит**товаров – спрос ниже предложения.