

Тема: Механизм рыночной экономики

1. Основы рыночной экономики: возникновение и развитие. Рынок и его функции. Преимущества и недостатки рынка.
2. Инфраструктура рынка. Рынок и государство. Функции государства в современной рыночной экономике.
3. Спрос и его факторы. Индивидуальный и рыночный спрос.
4. Предложение. Факторы, формирующие предложение. Закон предложения.
5. Установление рыночного равновесия. Две модели рыночного равновесия.
6. Эластичность. Методы расчета эластичности спроса и эластичности предложения.

Рыночная система характеризуется:

- господством частной собственности,
- общественным разделением труда,
- широким развитием обменных отношений, осуществляемых с помощью денег.

Рыночная система базируется

- на экономической целесообразности,
- стремлении достичь максимального результата при минимальных затратах.

Рыночная экономика – это такая форма организации хозяйства, при которой производители и потребители взаимодействуют посредством рынка.

Существует несколько определений рынка:

Рынок – это механизм реализации рыночной экономики, это система экономических отношений между производителем и потребителем, при которой решение проблемы «что, как, для кого производить» осуществляется с помощью цен, спроса и предложения.

Рынок – это совокупность сделок купли и продажи товаров. Сделка – это обмен товара на деньги (со стороны продавца) и денег на товар (со стороны покупателя) по формуле:

продавец – товар – деньги – покупатель.

При этом участники сделки следят за тем, чтобы товарно-денежное обращение было равноценным по стоимости (ценности). **Продавец и покупатель совершают сделку в устной или письменной форме (в виде договора). В итоге происходит продажа имущественных прав:**

Товаровладелец получает вместо своей полезной вещи – деньги, а **собственник денег (покупатель)** – нужное ему благо.

Рынок появляется везде, где имеет место производство продуктов для продажи.

Основные признаки рынка

Частная собственность;

Личная заинтересованность (выгода) осуществляется через систему рыночных цен. **Потребители** приобретают товары по самым низким ценам.

Предприниматели – стараются максимизировать прибыль; ресурсовладельцы стараются получить за свои ресурсы наивысшую цену; Полученный в итоге результат приносит максимальную пользу обществу в целом.

Свобода выбора – проявляется в свободе приобретения ресурсов, продаже товаров на рынке, работе там, где душе угодно;

Конкуренция;

Свободное ценообразование;
Ограниченное государственное вмешательство.

Субъекты рыночного хозяйства

→ **Домашнее хозяйство** – это **экономическая** единица в составе одного или нескольких лиц, которое **обеспечивает** производство и воспроизводство человеческого капитала, **является** собственником какого – либо фактора, **стремится** к максимальному удовлетворению своих потребностей, **самостоятельно** принимает решения, т.е. это все потребители.

→ **Фирма (предприятие)** - это **экономическая** единица, которая **использует** факторы производства для **изготовления** продукции, **в целях** её продажи, **стремится** к максимизации прибыли, **самостоятельно** принимает решения.

→ **Государство** – правительственные и государственные учреждения.

Субъекты рыночного хозяйства всегда выступают как в роли продавца, так и в роли покупателя.

Рынок находится на середине всевозможных потоков: **денежных** – от покупателя к продавцам в виде платы за купленные товары; **материальных** – от продавца к покупателям в виде ресурсов, продукции, услуг, товаров.

Такая ситуация формирует систему обратных связей, что **является условием** устойчивости и эффективности любой экономики и главной, основной функцией рынка.

Система рынков

Потребительских продуктов (продовольственных и непродовольственных товаров и т.п.).

Средств производства (машин, оборудования, транспортных средств, топлива, сырья, электроэнергии и др.).

Услуг (коммунальное и бытовое обслуживание; финансовые страховые операции, коммерческие, социальные, культурные, духовные и иные услуги.).

Труда (рабочей силы);

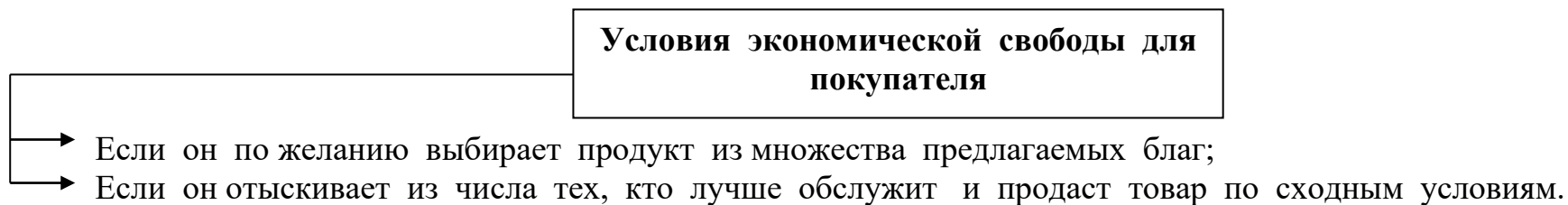
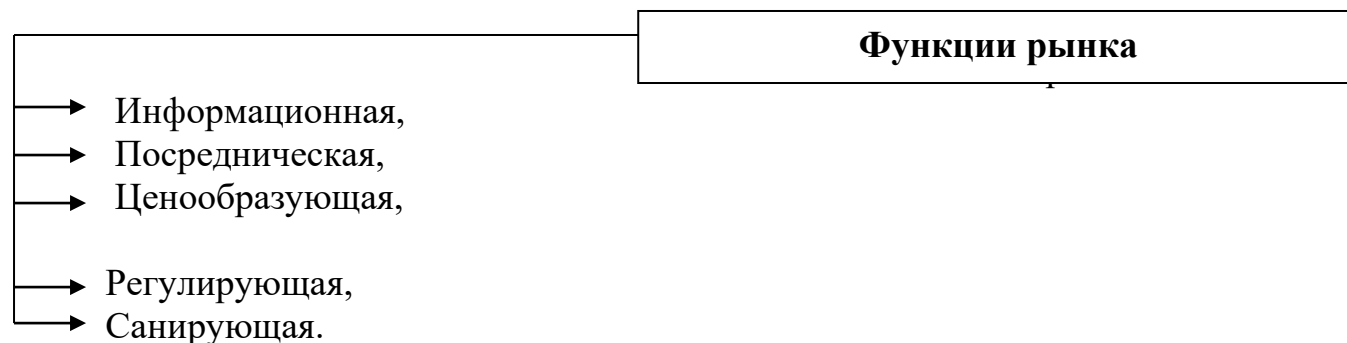
Ценных бумаг (акций, облигации и др. ценные бумаги, приносящие доход);

Научных разработок (интеллектуальная собственность);

Валюты (национальные и международные учреждения, через которые производится покупка и продажа иностранных денежных единиц);

Ссудных капиталов (сфера купли и продажи временно свободных денежных средств, используемых в производственных целях);

Духовных благ (область платного сбыта продукции интеллектуальной деятельности ученых, писателей, художников и др.)



Условия экономической свободы для продавца

- Если он может выбирать наиболее подходящего покупателя;
- Имеет возможность распоряжаться деньгами, вырученными от продажи товаров, по своему усмотрению.

Для покупателя и продавца свобода состоит в неограниченном выборе условий торговой сделки.

Степень рыночной свободы возрастает по мере увеличения богатства продавца и покупателя.

По уровню развития свобод, рынки подразделяются на:

→ **Свободный** (здесь субъекты рынка имеют полную независимость. Они свободны от вмешательства государства в дела собственников).

→ **Нелегальный** (незаконный) подразделяется на –

- а) **«теневой»** - неуплата налогов, рыночных сборов, отсутствие необходимых лицензий;
- б) **«черный»** - подпольная торговля вещами, которые запрещено производить и продавать).

→ **Регулируемый** – (подчинен определенному порядку, который закреплён в правовых нормах и поддерживается государством).

Социальные институты рынка

Правовая система (организует правовое регулирование рынка, **охраняет** интересы участников рыночных отношений, **основу этой системы** составляет Гражданский кодекс РК).

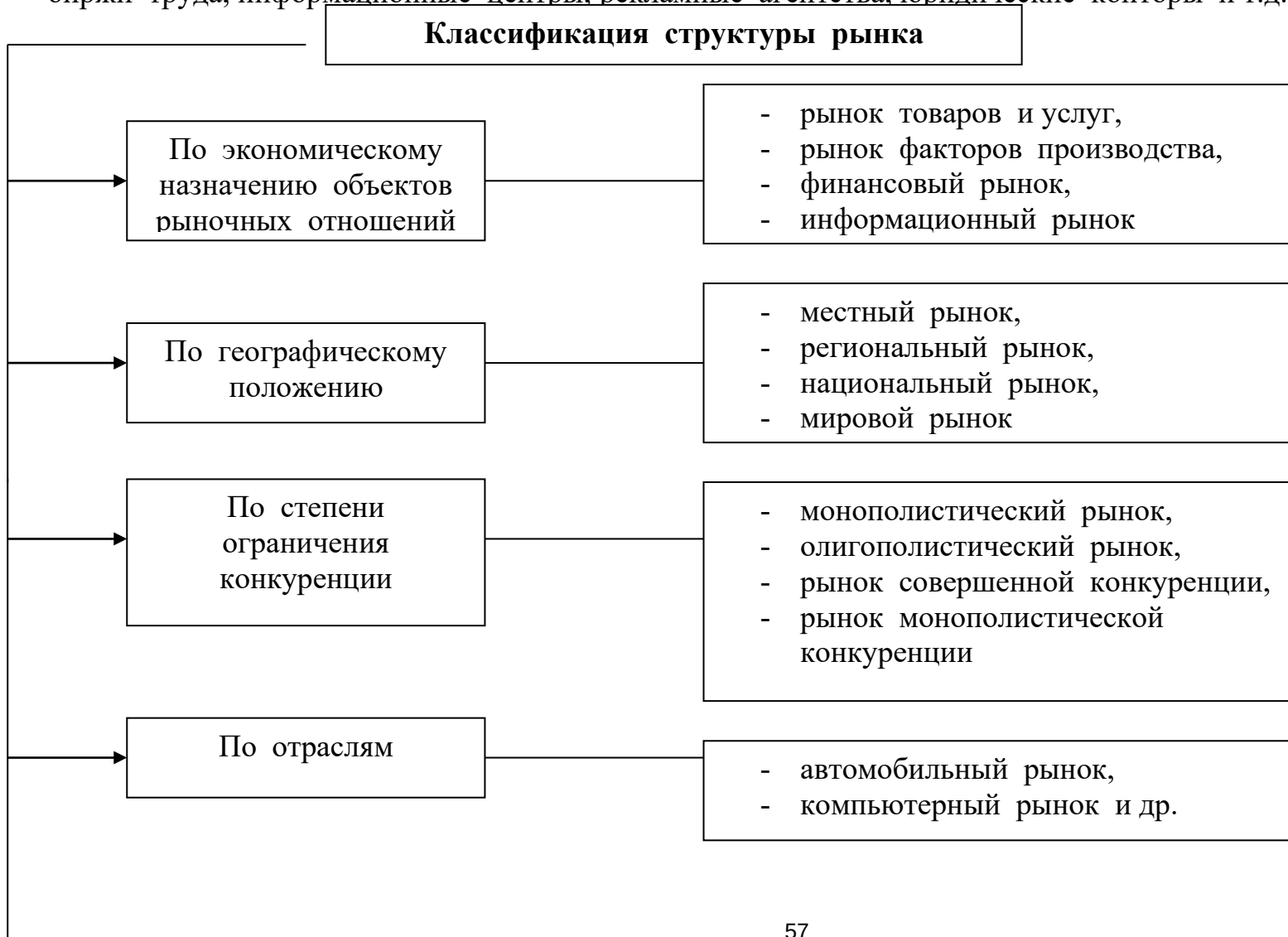
Органы государственного контроля и регулирования (- санитарно - эпидемиологические службы,
- экологический контроль,
- налоговые органы, МВД, МЧС,

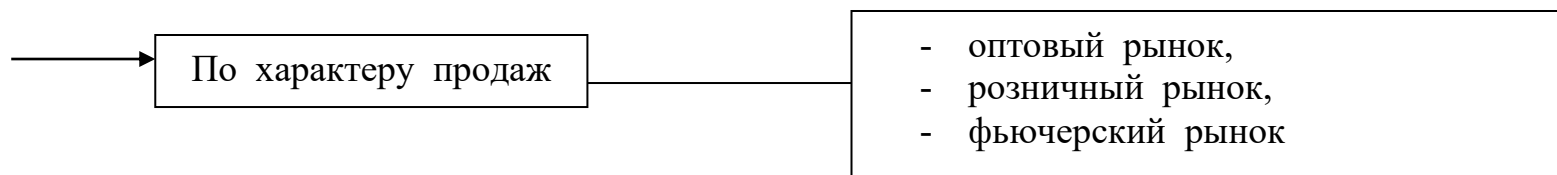
- финансовая полиция,
- органы финансово – кредитной политики);

Ассоциации (объединения) (союзы потребителей, работников (профсоюзы);

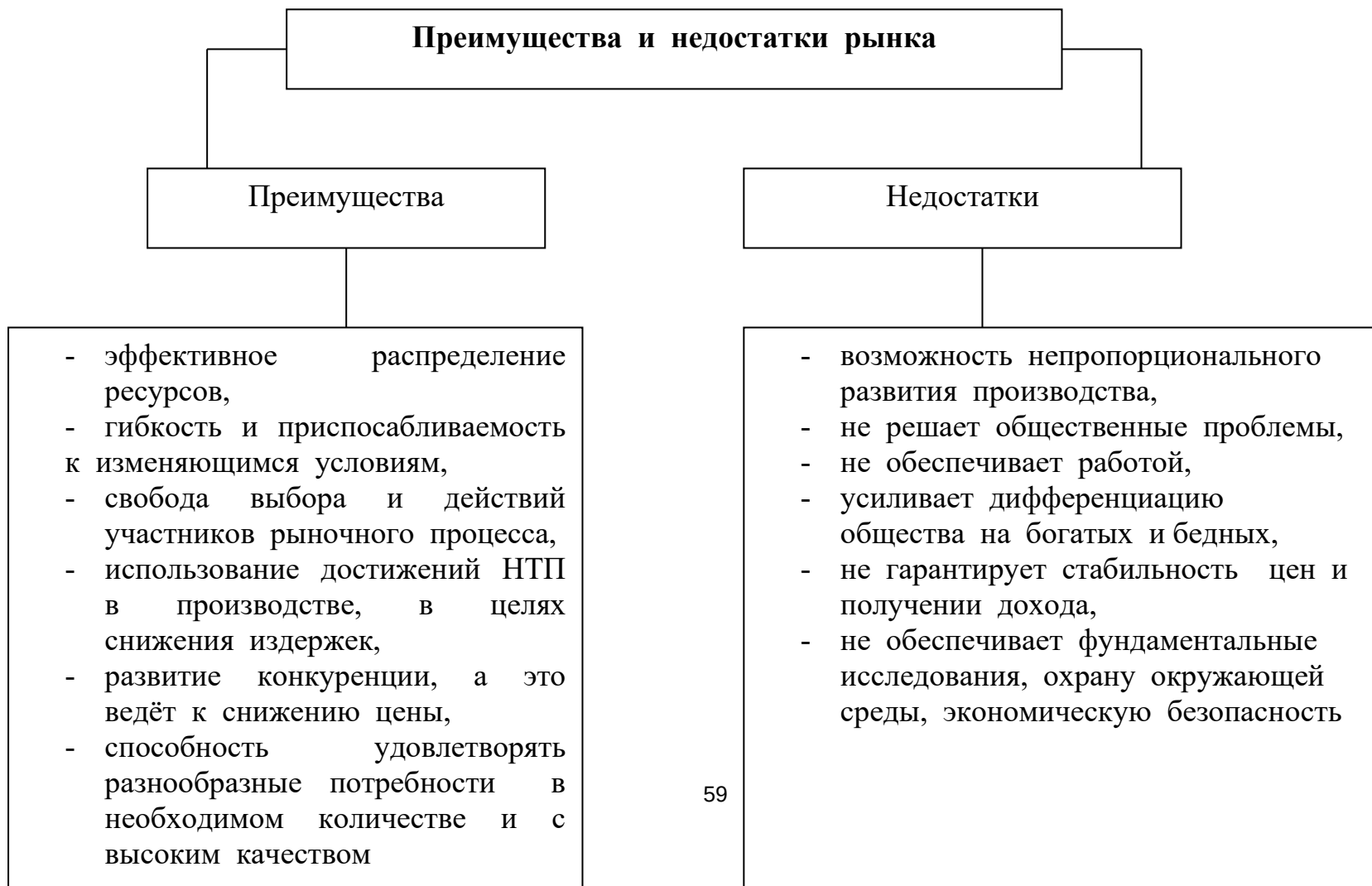
Инфраструктуры (торговые биржи, предприятия оптовой и розничной торговли, аукционы, ярмарки, посреднические фирмы, банки, страховые компании, фондовые биржи, биржи труда, информационные центры, рекламные агентства, юридические конторы и т.д.)

-





Оплата товаров и услуг



Этапы перехода Казахстана к рыночной экономике

Первый этап (1991 – 1993 гг.).

- первоначальное становление рыночных отношений в Казахстане,
- становление законодательной базы рыночной экономики,
- принятие мир по стабилизации политической и социально – экономической реформе

Второй этап (1994 – 1998 гг.)

- активное формирование рыночных институтов, рыночной инфраструктуры,
- становление новых методов регулирования экономики

Третий этап (1998 – по 2001 г.)

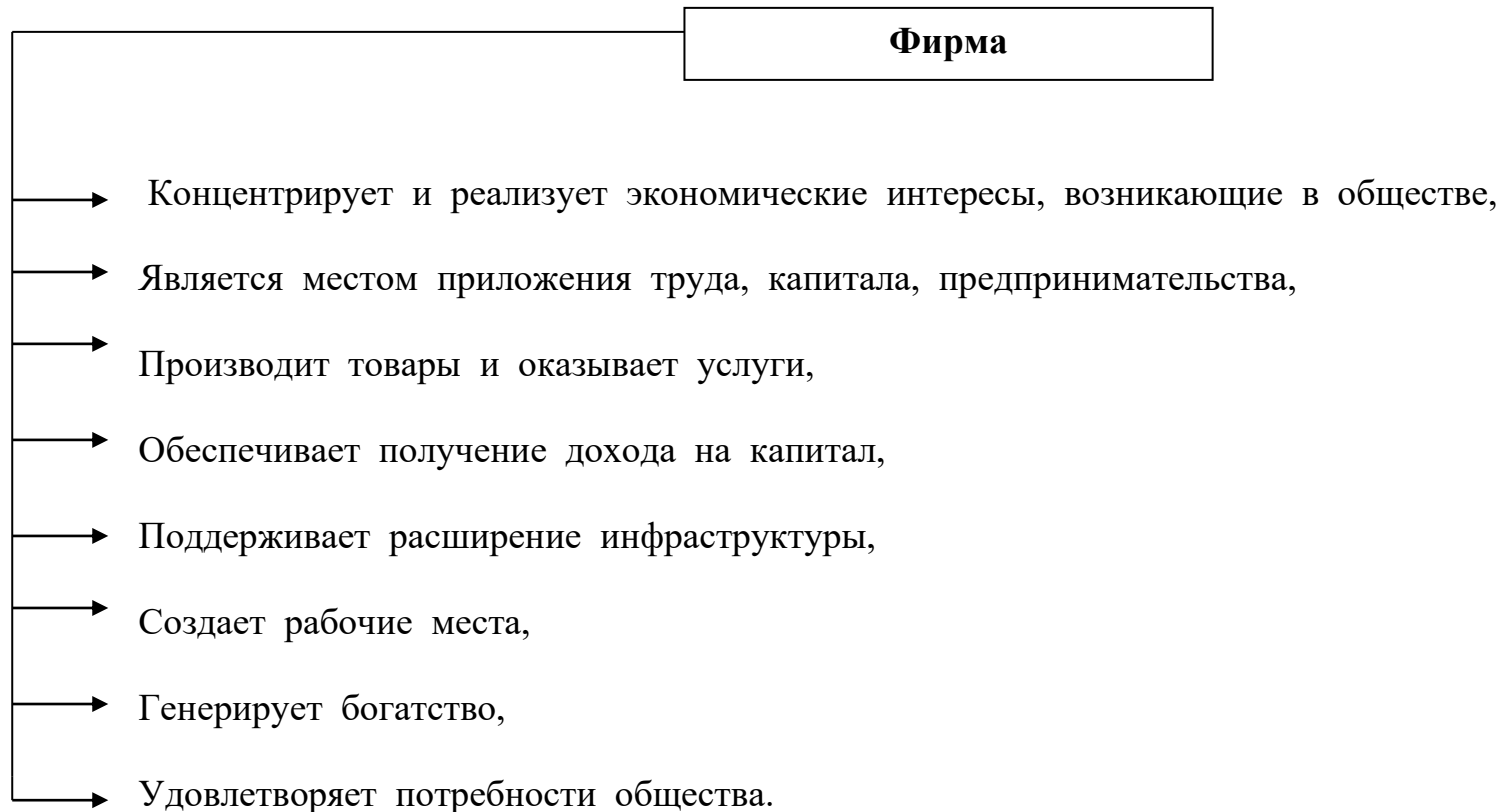
- стабилизация социально – экономического положения республики;
- поэтапная реализация перспективных программ по региональной, инвестиционной, структурной, научно – технической, экологической политике;
- осуществление радикальных экономических реформ;
- экономический рост

Фирма (от итальянского - подпись) — это **основной экономический агент рыночной экономики**; юридически самостоятельная организация, осуществляющая предпринимательскую деятельность, может включать одно или несколько предприятий.

Разновидности фирм

- **Аффилированная** — близкая, родственная фирма, присоединённая к более крупной материнской компании в виде филиала, дочерней фирмы
- **Брокерская** — посредническая фирма, преследующая коммерческие цели и действующая по поручению и за счет клиентов;
- **Венчурная** — мелкая или средняя инвестиционная фирма, финансирующая научно — исследовательские, инженерные разработки;
- **Инвестиционная** — занятая инвестированием и операциями с ценами бумагами;
- **Инжиниринговая** — специализирующаяся на предоставлении инженерно — консультационных услуг;
- **Инновационная** — созданная для отработки новых технологий на базе результатов научных исследований;

- **Консалтинговая** – консультации в различных сферах;
- **Производственная** – занятая изготовлением той или иной продукции;
- **Торговая** – занимающаяся торгово-посреднической деятельностью;
- **Риэлтерская** – занимающаяся операциями в сфере недвижимости.



Фирмы, которые добиваются средней эффективности, в своей деятельности живут, **другие** – разоряются. **Постоянно** возникают новые фирмы, а другие исчезают и разоряются.

Различают фирмы:

- индивидуальные,
- партнерские,
- корпоративные.

Виды имущества фирмы

- земельный участок,
- здания, сооружение, станки, машины, оборудование,
- инвентарь,
- сырьё,
- продукция,
- право,
- требования,
- долги,
- фирменное наименование,
- товарные знаки, знаки обслуживания,
- другие исключительные права.

Фирма может заниматься различными видами деятельности, даже совершенно не связанными между собой.

По сферам предпринимательской деятельности фирмы подразделяются

- Промышленные,
- Агропромышленные,
- Сельскохозяйственные,
- Строительные,
-
-
-

Транспортные,
Телекоммуникационные,
Торгово–посреднические,
Венчурные,
Рекламные,
Инжиниринговые,
→ Юридические и т.д.

**По правому статусу фирмы
подразделяются на:**

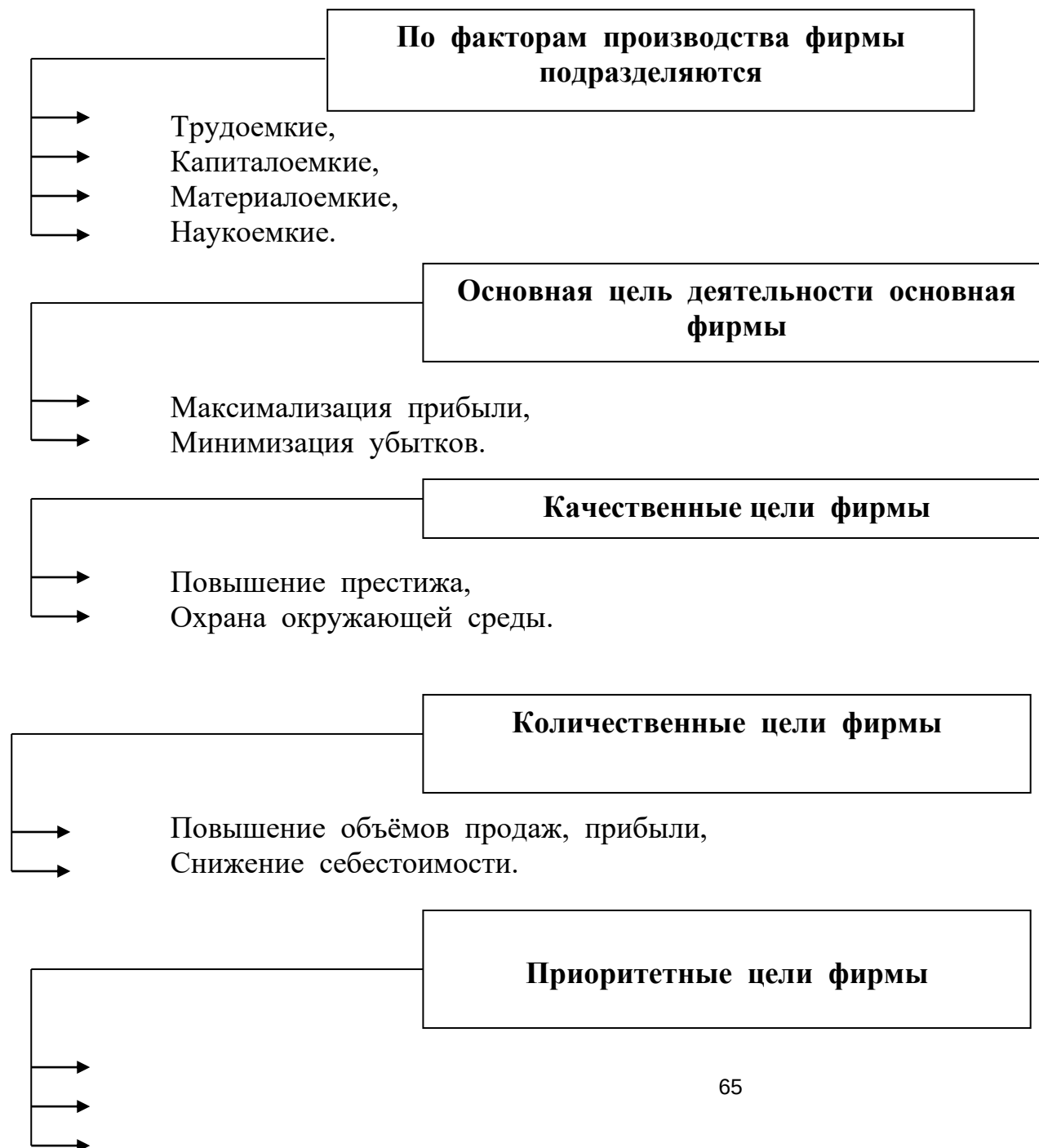
→ Хозяйственные товарищества,
→ Хозяйственные общества,
→ Производственные кооперативы, государственные предприятия и т.д. (унитарное, коммунальное)

По размерам фирмы подразделяются

→ Малые,
→ Средние,
→ Крупные.

**По формам собственности фирмы
подразделяются**

→ Частные,
→ Государственные,
→ Смешанные.



Уровень выживания,
Умеренный уровень развития,
Высокий уровень развития.

Стратегическая цель фирмы

Победа над конкурентом,
Завоевание рынка.

**Тактическая цель фирмы –
повышение эффективности**

а) рентабельности всего капитала

$$P_a = \frac{\bar{I}}{\bar{A}} * 100,$$

где, P_a - рентабельность всего
капитала;

Π - прибыль;

A - капитал (активы фирмы);

б) оборачиваемость всего капитала

$$K_o = \frac{Q}{A} \text{ где } K_o - \text{оборачиваемость, всего капитала;}$$

Q – объем реализации продукции;

в) издержки на единицу реализованной продукции

$$S = \frac{U}{Q} \text{ где, } S - \text{издержки на единицу реализованной продукции,}$$

U – общие издержки;

г) рентабельность производства

$$P = \frac{\Pi}{\Phi} * 100, \text{ где } P - \text{рентабельность производства;}$$

Ф – среднегодовая стоимость основных и оборотных фондов;

д) окупаемость

$O = \frac{A}{P}$ где, О – окупаемость капвлож;

А – активы фирмы (капитал.);

Р – рентабельность всего капитала.

Обобщающими показателями деятельности фирмы является:

- рентабельность всего капитала,
- окупаемость средств.

Роль государства в условиях рыночной экономики

→ **Стимулирует** развитие инфраструктуры;

→ **Создает** и совершенствует правовую основу рыночных отношений;

→ **Предоставляет** прямые и косвенные субсидии;

→ **Защищает** право интеллектуальной собственности;

→ **Регулирует:** деятельность монополий; организационно-правовые формы предпринимательской деятельности; амортизационную политику; систему налогообложения; социальные проблемы;

→ **Устанавливает:** льготы по инвестициям, процентные ставки на капитал;

→ **Стимулирует** – предпринимательскую деятельность.

Основы теории спроса и предложения

Хозяйственная жизнь общества развивается потому, что между её отдельными процессами существуют необходимые и устойчивые причинно–следственные связи. Одно явление служит причиной, а другое его следствием. Если производство непрерывно растет, совершенствуется и доходы населения увеличиваются (причина), то будут повышаться потребности людей (следствие). Поэтому в экономике действует закон возвышения потребностей. В ходе развития экономики потребности растут и видоизменяются. Происходит исчезновение одних и возникновение других, новых, в результате чего меняется состав и расширяется круг потребностей, качественно меняется их структура. При этом доля и значимость интеллектуальных и социальных потребностей возрастает, а физические потребности все более облагораживаются.

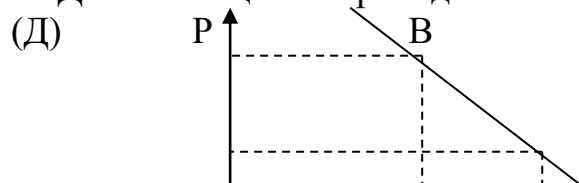
Рыночная экономика характеризуется бесконечным взаимодействием спроса и предложения. Спрос – это желание и способность людей покупать товары. На спрос влияют цена и неценовые факторы.

Закон спроса – чем ниже цена товара, тем выше спрос на товары.

Кривая спроса – это графическое изображение закона спроса. Обратная зависимость спроса от цены объясняется следующими причинами:

- 1) снижение цены увеличивает число покупателей;
- 2) увеличивает покупательскую способность потребителей;
- 3) делает выгодным приобретение дополнительных единиц подешевевшего товара.

Действие цены приводит к изменению величины спроса и выражается движением по кривой спроса



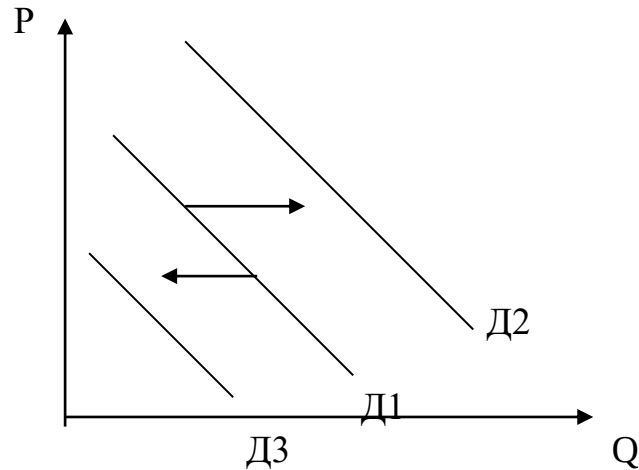
А

Д

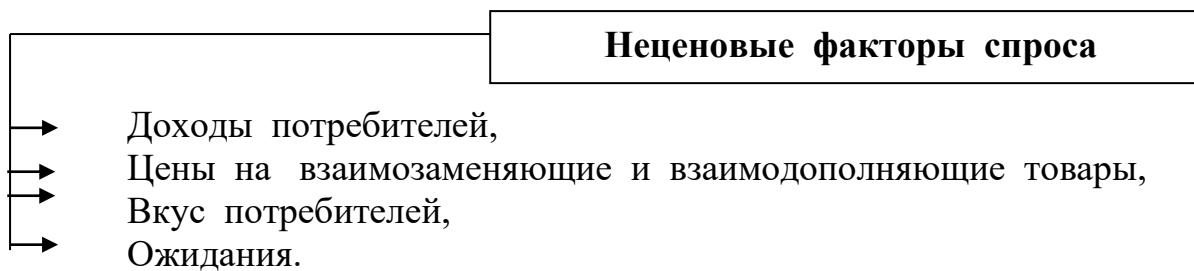
Q1 Q2 Q

Р – цена,
Q – объем,
Д – кривая спроса.

Движение по кривой спроса означает увеличение величины спроса при изменении цены.



Изменение спроса (сдвиг кривой спроса) происходит в результате действия неценовых факторов. Сдвиг вправо – увеличение спроса. Сдвиг влево – уменьшение спроса.



Степень количественного изменения спроса в ответ на изменение цен характеризует эластичность спроса. Коэффициент эластичности спроса (КС).

$$КС = \frac{\text{рост объема спроса (\%)}}{\text{снижение цен (\%)}}$$

Величина эластичности спроса по цене всегда – отрицательное число. В США опытным путем были получены такие оценки эластичности спроса по цене (за долгосрочный период)

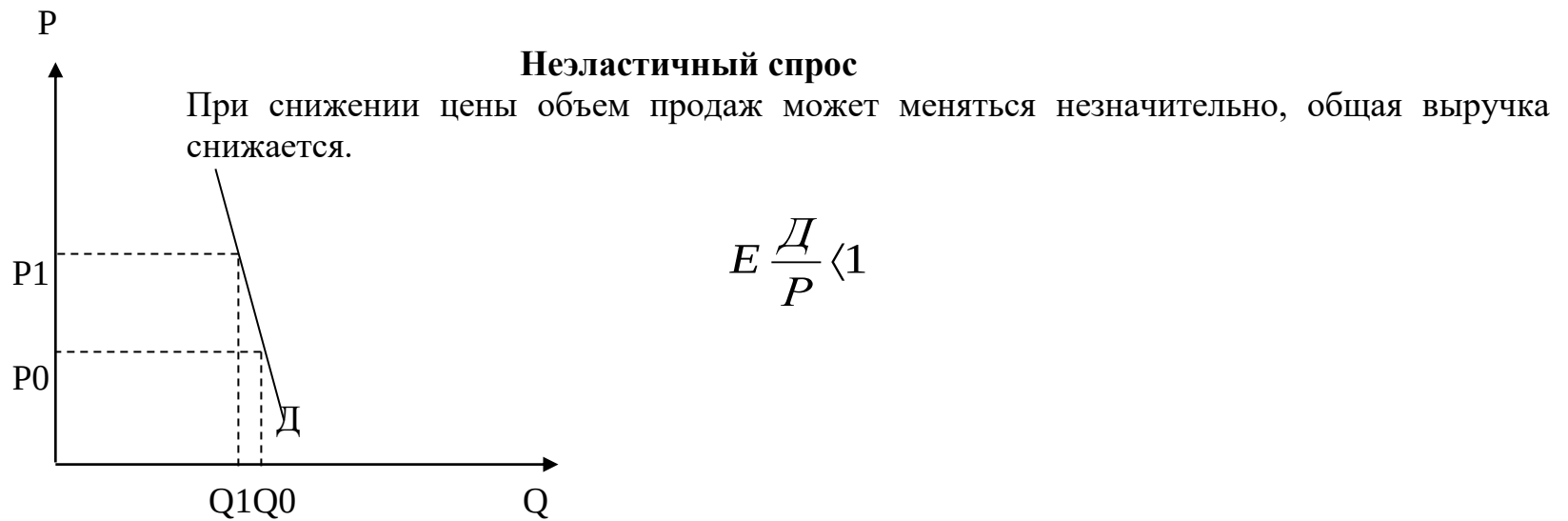
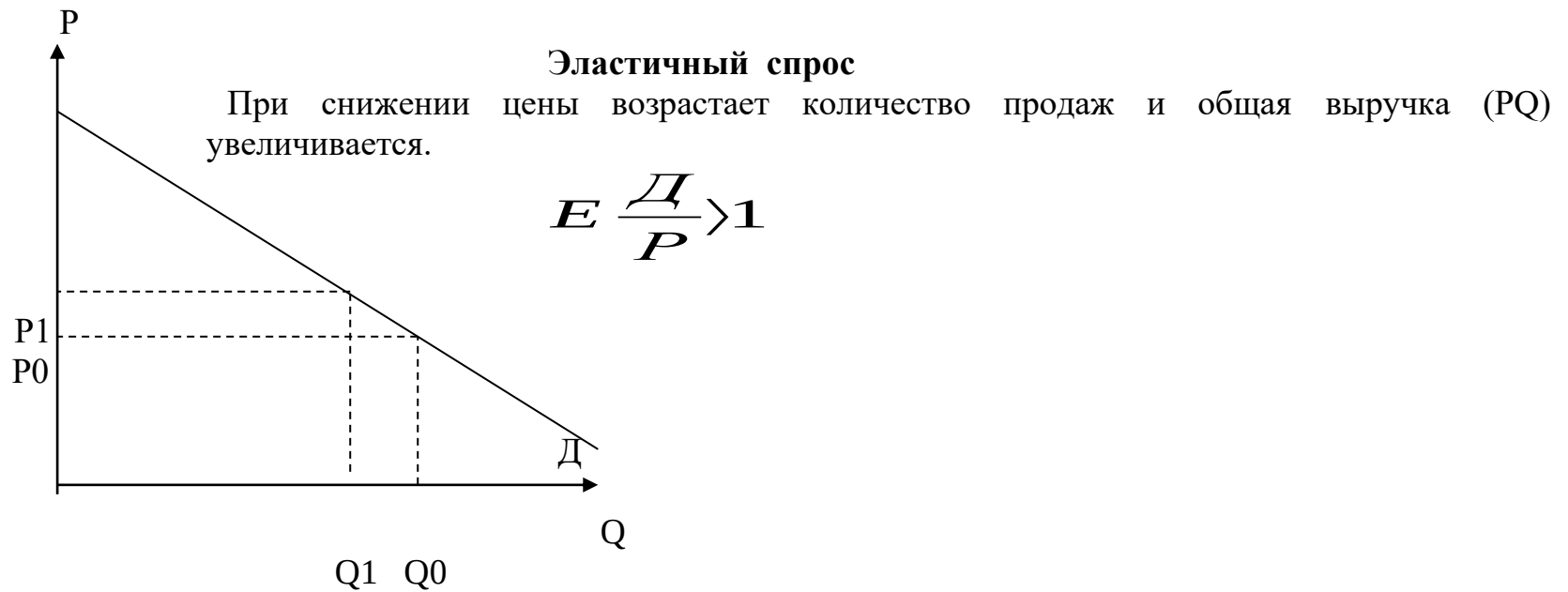
- канцелярские принадлежности – 0,6,
- бензин – 1,5,
- жильё – 1,9,
- кино – 3,9.

Товар обладает тем большей ценовой эластичностью, чем больше заменителей он имеет (т.е. чем меньше он необходим потребителю.)

Неэластичный спрос проявляется, если платежеспособная потребность покупателей не чувствительна к изменению цен. Как бы не возрастали или не понижались цены на соль, спички, спрос на них не изменен.



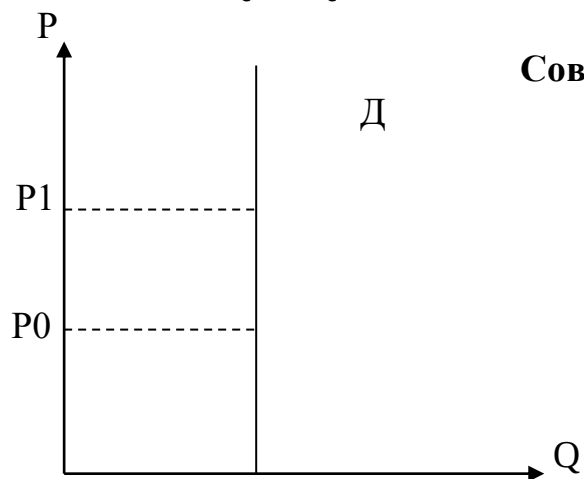
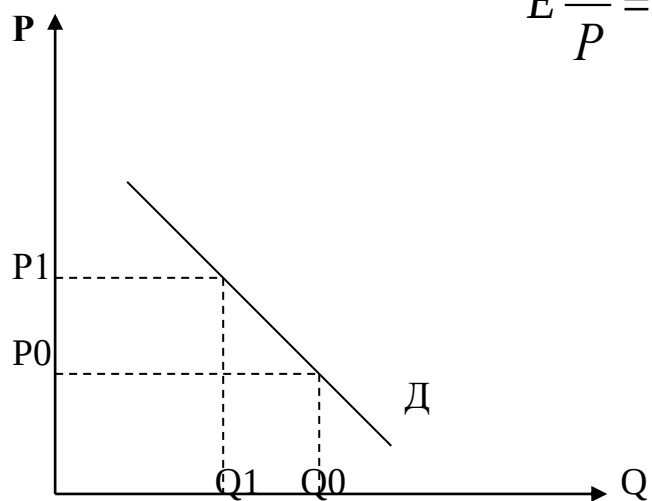
Виды графиков спроса



Единичная эластичность

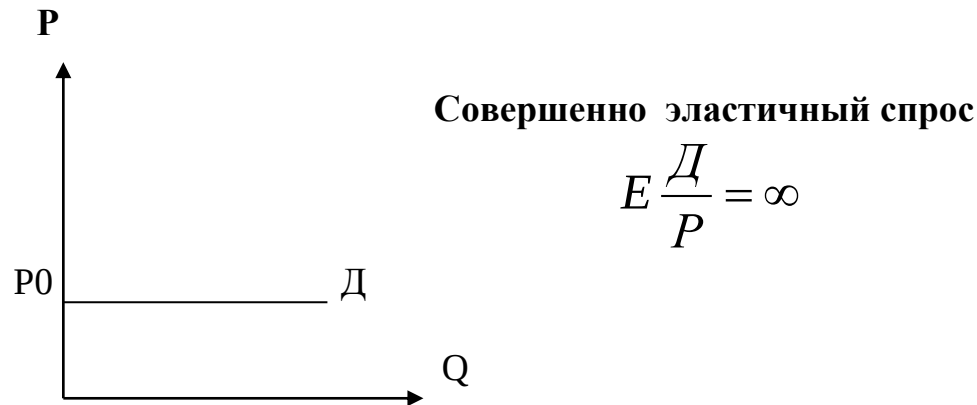
Снижение цены компенсируется ростом и общая выручка остается неизменной.

$$E \frac{\Delta}{P} = 1$$



Совершенно неэластичный спрос

$$E \frac{\partial}{p} = 0$$



Предложение – это желание и способность продавцов представить товар для продажи на рынке.

На предложение влияют факторы:

- цена,
- неценовые факторы.

Закон предложения – чем выше цена, тем больше величина предложения на рынке.

Кривая предложения – это графическое изображение закона предложения. Действие неценовых факторов приводит к изменению в предложении, что выражается в **смещении кривой предложения вправо** (если оно растет) и **влево** (если оно сокращается).

Степень изменения объема предложения в ответ на увеличение цены характеризует эластичность предложения.

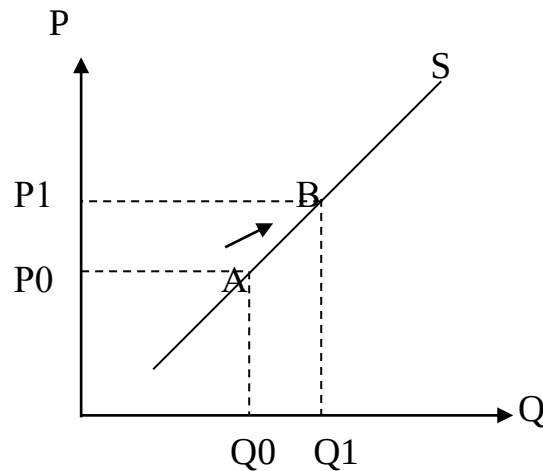
Коэффициент эластичности предложения (Кп)

$$К_{п} = \frac{\text{Объем предложения (\%)}}{\text{Рост цен (\%)}}$$

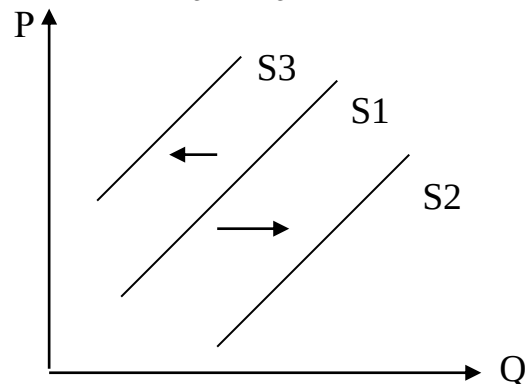
Предложение становится эластичным, когда его величина изменяется на больший процент, чем цена. Допустим, что цена на жевательную резинку повысилась на 4%, вследствие чего в продаже появилась этого товара больше на 8%. В этом случае коэффициент эластичности будет равен

$$K_{\Pi} = \frac{8\%}{4\%} = 2.$$

Неэластичным предложение будет, если оно не изменяется при повышении или понижении цен.



Движение вдоль кривой предложения означает изменение величины предложения при изменении цены.



изменения предложения (сдвиг кривой) происходит в результате действия неценовых факторов:

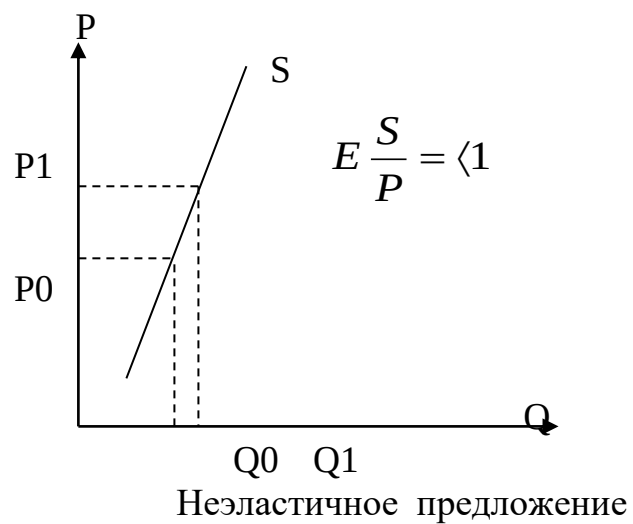
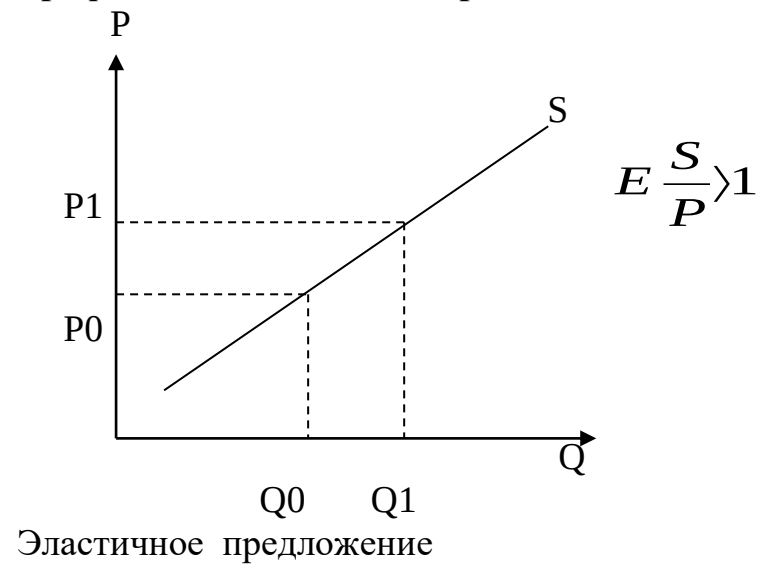
сдвиг вправо - увеличение предложения;

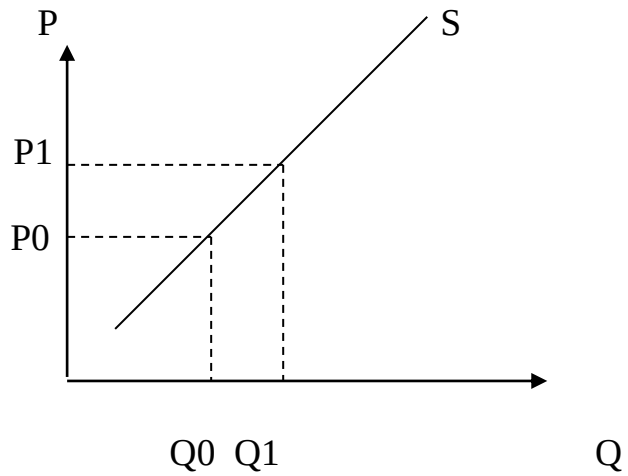
сдвиг влево - уменьшение предложения.

Неценовые факторы предложения

- Цены на ресурсы,
- Технология,
- Цены на другие товары,
- Ожидания,
- Количество продавцов,
- Налоги и субсидии.

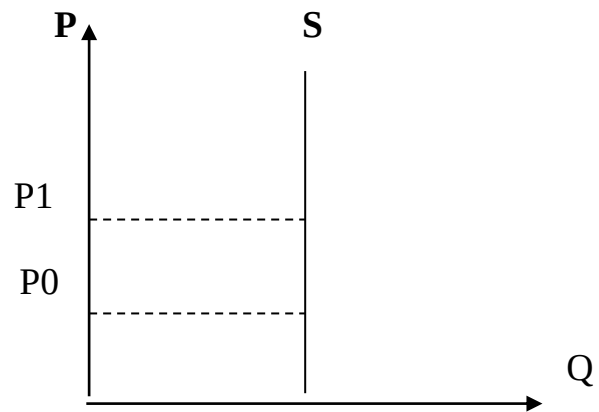
Графики эластичности предложения





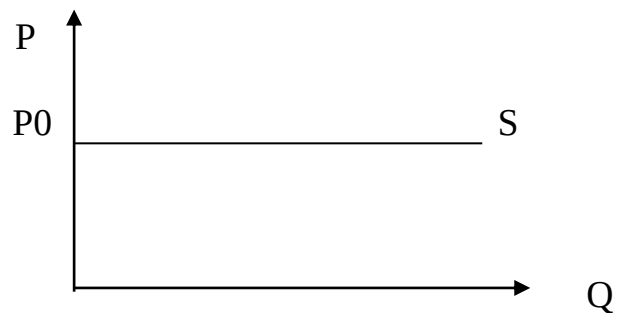
Единичная эластичность предложения

$$E_{\frac{S}{P}} = 1$$



Совершенно неэластичное предложение

$$E_{\frac{S}{P}} = 0$$



Совершенно эластичное предложение

$$E_{\frac{S}{P}} = \infty$$

Важным фактором, влияющим на эластичность предложения, является время. Предложение обычно эластично в долгосрочном периоде (так как имеются возможности для расширения производства или для переключения на другое производство) – объем предложения существенно реагирует на изменение цены.

На рынке могут быть следующие соотношения спроса и предложения:

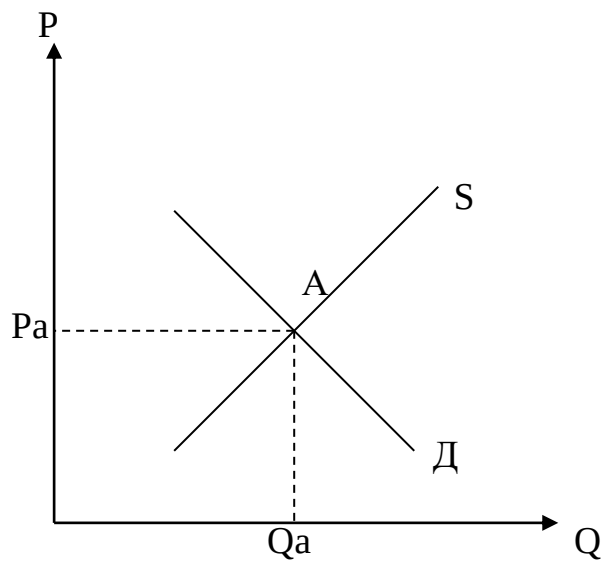
1) Предложение товаров превышает спрос покупателей. Оно может быть результатом:

- излишнего производства товаров,
- следствием **непомерного взвинчивания цен**,
- невысокого качества продуктов,
- дефицита (**нехватки**) денег у населения при неудовлетворенных потребностях, либо каких-то других обстоятельствах. Тогда возникает **затоваривание рынка** излишними продуктами, не находящими сбыта.

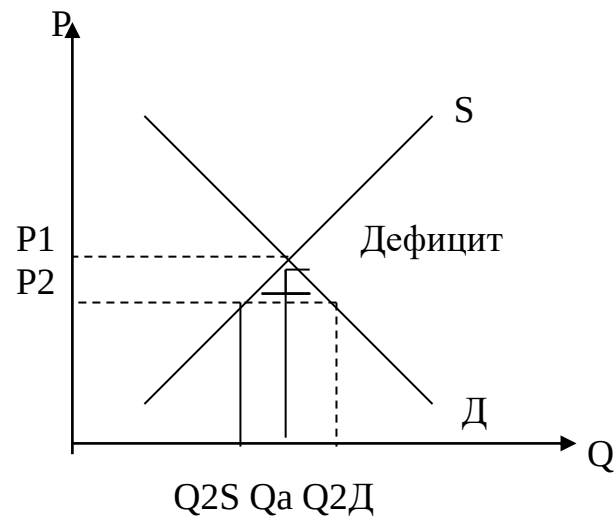
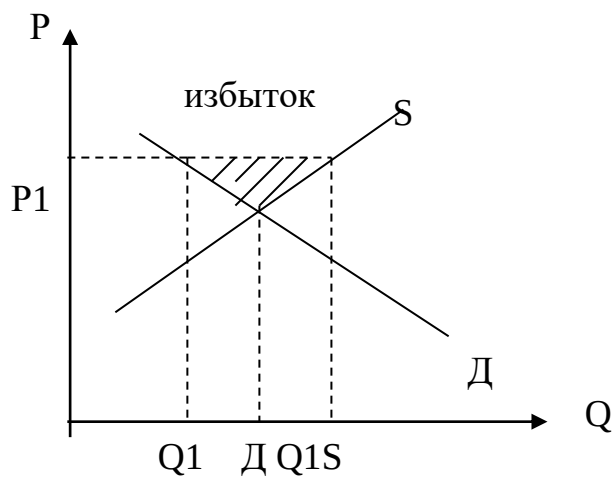
2) Спрос превышает предложение, т.е. возникает товарный дефицит, неудовлетворенный покупательский спрос заставляет людей искать предложение своим деньгам. Товарный дефицит возникает в следующих случаях:

- если **денежные доходы населения** растут быстрее, чем производство товаров и услуг, пользующихся спросом,
- **когда изготавливаются вещи, не отвечающие повышенным требованиям** покупателей,
- **когда искусственно понижаются цены**, на какие-то продукты и услуги, что не соответствует их стоимости (или равновесной цене).

3) Равновесие спроса и предложения осуществляются на основе ценовых механизмов и конкуренции. Приводит к образованию равновесной цены, которая уравнивает спрос и предложение. Если рыночная цена больше равновесной, то возникает избыточное предложение (избыток) – это ситуация, когда объем предложения, превышает объем спроса на товар. Если же рыночная цена устанавливается ниже равновесной, то возникает неудовлетворенный спрос (дефицит) – это ситуация когда объем спроса превышает объем предложения.



А – точка пересечения кривых спроса (Д) и предложения S, равновесие спроса и предложения;
 P_a – равновесная цена;
 Q – равновесный объем



Для точки равновесия характерно:

1) На рынок представлено товаров не больше и не меньше чем нужно для потребления людей. Все затраты на производство благ окупаются их продажей по равновесной цене. – Достигнутое равновесие свидетельствует о наибольшей эффективности сложившейся рыночной ситуации. – Отклонение от данного равновесия вверх от точки могут свидетельствовать о ненужных затратах труда и материальных ресурсов на производство излишнего количества продуктов.

2) В точке равновесия (А) выражен наибольший социальный эффект. Ибо в этой точке лучше всего удовлетворяются потребности и интересы как продавцов (производителей), так и потребителей.

3) Если рынок развит свободно и стихийно, без постороннего вмешательства, равновесная рыночная цена полностью совпадает с общественной стоимостью товара. А стало быть, весь труд, затраченный на их изготовление, является общественно нормальным и необходимым.

4) Равновесной является цена, по которой потребитель приобретает предельное количество предлагаемых рыночных благ.

5) Точка пересечения кривых спроса и предложения характеризует неустойчивое равновесие.

Одновременное действие закона спроса и предложения дает двойной отрицательный результат:

а) если, цена поднимается выше точки равновесия, то одновременно спрос сокращается, а предложение возрастает, что расширяет зону товарного избытка,

б) когда же цена опускается ниже равновесной точки, то спрос повышается, а предложение уменьшается, вследствие чего пространство зоны дефицита возрастает.