**Тема: «**Рынок, цена, конкуренция».

Обмен и рынок тесно связаны между собой. Из обмена вырас­тает торговля, а из нее — рынок. Он может принимать самые разные формы и размеры — от местного до международного, от небольшой площади в городе до охватывающей весь земной шар системы обменных отношений.

Правда, обмен существует и там, где нет экономики. Обмен мнениями или информацией, обмен визитами или любезно­стями, обмен студентами или картинами между музеями не обязательно требуют присутствия рынка. Но мы будем гово­рить здесь только об экономическом обмене, из которого рож­дается рынок.

Рынок претерпел долгую историческую эволюцию и пре­вратился сегодня в сложнейшую экономическую систему, имеющую множество подразделений и секторов. Эта система саморегулируемая, основанная на частной собственности и конкурентном ценообразовании.

В каменном веке обмен обставлялся сложнейшими церемо­ниями и принимал характер обряда. Нередко участники дела­ли вид, что не обменивают корзину на бумеранг, а дарят их друг другу. У индейцев Северной Америки, часто враждовав­ших друг с другом, перемирие объявлялось только на время обменов. На их языке слово «мир» одного корня со словами «обмен» и «торговля».

Места, куда собирались люди для обмена, становились цен­трами, где позже возникли торговые города. Ежегодная боль­шая торговля, называвшаяся ярмаркой, собирала торговцев со всего окрестного района. Местный рынок постепенно расши­рялся до национального рынка. В дореволюционной России самой знаменитой и богатой была ярмарка в Нижнем Новгороде. Сюда съезжались купцы, предприниматели, дельцы со всей им­перии, здесь заключались многомиллионные сделки, устраива­лись выставки художников. Действует ярмарка и в наши дни.

С развитием кредита и путей сообщения нарождается миро­вой рынок. Так, например, рынок драгоценных металлов и драгоценных камней охватывает все страны, где они произ­водятся, обрабатываются и сбываются.

РЫНОК — это и место встречи продавцов и покупателей, где

сталкиваются их интересы.

Когда эти интересы сходятся, возникает торг. Он состоит из серии предложений цены покупателем и ее отклонений продавцом до тех пор, пока не будет достигнут компромисс. Торг возникает в тех случаях, когда а) покупателю представ­ляется возможность выбора наилучшего товара у нескольких продавцов, б) продавец может выбирать из нескольких поку­пателей и решать, кому именно с наибольшей выгодой про­дать свой товар.

Таким образом, предметом спора между продавцами и по­купателями на рынке является цена. Что такое цена?

В «Современном экономическом словаре» (М., 1996) зафик­сировано 108 разновидностей цены. Они бывают аукционны­ми, базисными, биржевыми, демпинговыми, договорными, контрактными, лимитированными, льготными, мировыми, монопольными, номинальными, оптимальными, оптовыми, отпускными, покупными, поясными, предельными, престиж­ными, разовыми, расчетными, розничными, скользящими, твердыми, тесными, трансфертными, удельными, успокаива­ющими, фабричными, фактическими, хорошими, чистыми и т.д. Вряд ли еще у какой экономической категории найдет­ся столько разновидностей и оттенков (хотя вы можете попро­бовать поискать в словаре). Кажется, вся гамма современной экономики, все ее цвета отразились в названиях цен.

ЦЕНА — количество денег (или других товаров и услуг), упла­чиваемое и получаемое за единицу товара или услуги.

Рыночная экономика управляется ценами. Они посылают своеобразные «сигналы» покупателям и продавцам, обеспечи­вая восприимчивость экономики к колебаниям спроса и предложения.

Цены выполняют две основные функции: ограничивают потребление ресурсов и служат мотивацией для производства.

Высокие и низкие цены по-разному влияют на поведение производителей. Рост цен привлекает новых производителей, и, наоборот, падение цен выталкивает часть производителей с рынка. Таким образом, цены поощряют производителей това­ров и услуг увеличивать или уменьшать объем их выпуска. Ярким примером выступает «челночный» бизнес, точнее, дей­ствие на «челноков» экономического кризиса: он разоряет и выталкивает с рынка слабейших.

Разумеется, у цен есть и другие общественно важные функ­ции, например, выступать в роли справочного бюро, ориенти­рующего покупателей, куда спешить за покупками: у кого це­на пониже, к тем и народу побольше.

На рынке не только конкурируют между собой продавцы за покупателя и покупатели за продавца. Здесь происходит не­видимая глазу сложнейшая работа по выравниванию цен. Как это происходит?

На рынке, где продают фрукты, овощи и вещи, каждый вновь прибывающий продавец еще не знает, какой уровень цен установился стихийно на его вид продукции. Что он дела­ет? Он посылает напарника по торговым рядам узнать, по ка­кой цене продают, например, укроп другие продавцы. Это не только сбор количественной информации. Напарник сравни­вает качество и количество товаров. Когда возвращается, то сообщает: плохой укроп по 1 рублю, а очень хороший — по 3. Исходя из этого продавец определяет цену своего товара. Он решает — будем продавать по 2. Если он ошибся в цене, то упустил покупателя. Чаще всего на одноименные товары ус­танавливаются одинаковые цены, например, пучок зелени идет по рублю. Поэтому напарнику особенно работать и не приходится. Продавец устанавливает цену «как у всех». Это и есть выравнивание цен.

Равновесная цена — цена, уравновешивающая спрос и предложение в результате конкуренции. Именно конкуренция (позднелат. concurrentia, от concurrere — сталкиваться) уста­навливает рыночные цены. Только благодаря ей формируется идеальный рынок.

Идеальная модель рынка образуется при совершенной кон­куренции. Ее формула проста и была описана выше: много продавцов и много покупателей. Им никто не мешает — ни мо­нополисты, ни государство, ни инфляция и т.п.

КОНКУРЕНЦИЯ (от лат. concurrentia) — своеобразное со­перничество, соревнование между людьми, их организациями в достижении сходных целей, результатов.

Любое нарушение ведет к структурным искажениям иде­альной модели рынка. Наиболее частыми нарушителями вы­ступают олигополии и монополии.

ОЛИГОПОЛИЯ (от греч. oligos — немногочисленный и poleo — продаю, торгую) — ситуация на рынке, когда несколько круп­ных конкурирующих фирм монополизируют производство и сбыт основной массы продукции в отрасли.

МОНОПОЛИЯ (от греч. monos — один, единственный и poleo — продаю, торгую) — ситуация на рынке, характеризующаяся на­личием небольшого числа продавцов (редко единственного), каж­дый из которых способен повлиять на общий объем предложения и на цену товара или услуги. Они контролируют вхождение в дан­ную отрасль других фирм как потенциальных конкурентов.

Разница между ними незначительна. При олигополии ры­нок контролируют несколько крупных компаний-продавцов, а при монополии — один гигант. В том и другом случае конку­ренты с рынка выживаются, цены на товары устанавливаются по своему усмотрению, прибыль получают максимальную. До­пустим, фирма договорилась с местной администрацией, что обслуживать население мороженым во время праздника горо­да будет только она. Конкурентов, не имеющих право на тор­говлю здесь, уберет милиция. Подобное наблюдалось на пра­здновании 850-летия Москвы.

Идеальная модель рынка ориентирована на совершенную конкуренцию продавцов и покупателей.

Применительно к продавцам конкуренцию следует пони­мать как состязание производителей или продавцов одинако­вой продукции на рынке за привлечение максимального чис­ла покупателей и получение максимальной выгоды.

Производителей конкуренция вынуждает снижать затра­ты на изготовление товаров, продавцов — снижать цены.

Хуже, когда существует конкуренция покупателей. Товаров в магазине не хватает, и выстраиваются очереди. Причина — дефицит товаров на рынке.

Конкуренция производителей и продавцов оборачивается благом: снижаются цены, усовершенствуется технология, а главное — продавцы стараются быть вежливыми. Но слабей­ших из них конкуренция разоряет.

Конкуренция покупателей чаще оборачивается несчасть­ем, нежели благом для общества. Цены подчас устанавлива­ются произвольно высокие, производители не заинтересованы в улучшении технологии, а продавцы — в обслуживании насе­ления. Нервные стрессы, неудовлетворенные потребности влияют на ваше настроение и подчас ухудшают самочувствие.

Рынок, как совокупность продавцов и покупателей, имеет два важных условия:

* всякий продавец будет охотно иметь дело с любым по­купателем,
* всякий покупатель может заключать сделку с любым продавцом.

**Тест «Рынок, цена, конкуренция»**

**А1 . Для существования рыночной экономики необходимо:**

1. отсутствие частной собственности на средства произ­водства;
2. запрет конкуренции;
3. свобода выбора производителей в принятии решений;
4. все вышеперечисленное.

**А2. Местом проведения крупнейшей ярмарки в дореволюци­онной России был:**

1. Саратов; 2) Нижний Новгород; 3) Киев; 4) 4) Переяславль.

**А3. Верны ли следующие суждения о действии рынка?**

А. На рынке происходит процесс выравнивания цен.

Б. В условиях рынка цены зависят от спроса и предложе­ния.

1) Верно только А; 2) верно только Б; 3) верны оба суждения; 4) оба суждения неверны.

**А4. Конкуренция производителей и продавцов на рынке приводит к:**

1) повышению цен;

1. улучшению качества обслуживания;
2. увеличению числа производителей на рынке;
3. росту затрат производителей на изготовление товара.

**А5. Равновесная цена:**

1) возникает в условиях конкуренции;

1. устанавливается государством;
2. устраивает только покупателей;

4) устраивает только продавцов.

**А6. В городе О. организацией свадебных торжеств занималась известная фирма «Два кольца». Сотрудники ЗАГСа реко­мендовали вступающим в брак воспользоваться ее услугами. Но не все могли позволить себе заказать праздничный банкет, так как стоил он очень дорого. Однако других фирм, занимающихся организацией торжеств, в городе О. не было, поэтому молодым людям приходилось занимать деньги или организовывать торжество своими силами. Речь идет о:**

1. конкуренции; 2) олигополии; 3) монополии; 4) демократии

**В1. Найдите общие черты и отличия между конкуренцией про­давцов и производителей и конкуренцией покупателей.**

1. Существует при рыночной экономике;
2. приводит к снижению цен на товары;
3. приводит к повышению цен на товары;
4. связана с дефицитом определенных товаров;
5. ведет к снижению затрат на производство товара.

Выберите и запишите в первую колонку таблицы поряд­ковые номера черт сходства, а во вторую — порядковые номера черт отличия.

|  |  |
| --- | --- |
| Черты сходства | Черты отличия |
|  |  |

**В2. Найдите в предложенном списке черты совершенной кон­куренции.**

1. Отсутствует контроль за ценами со стороны государства;
2. рынок делят между собой несколько крупных фирм-производителей ;
3. на рынке присутствует большое количество продавцов и покупателей;
4. государство оказывает значительное влияние на цены;
5. цены устанавливает небольшое число крупных производителей.

Номера, под которыми указаны черты, выпишите в по­рядке возрастания. Ответ:

**ВЗ. Установите соответствие между понятиями и их характе­ристиками: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.**

 ***ПОНЯТИЯ***

А.Совершенная

 конкуренция

 ***ХАРАКТЕРИСТИКИ***

Б) Олигополия.

 1. Существование несколь­ких крупных производите­

 лей, делящих рынок опреде­ленной продукции.

В) Монополия.

 2. Наличие единственного производителя на рынке

 3. Присутствие на рынке множества производителей,

 выпускающих однотипную продукцию.

Запишите в таблицу выбранные цифры.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| А | Б | В |
|  |  |  |

**В4. Все перечисленные ниже понятия, за исключением одно­го, относятся к характеристике рынка.** **Монополия, монархия, олигополия, конкуренция**

Найдите и укажите понятие, «выпадающее» из этого ряда.

Ответ: .