**Тема:  Экономика**

**Урок: Рыночная экономика**

[1. Рынок](https://interneturok.ru/lesson/obshestvoznanie/8-klass/ekonomika/rynochnaya-ekonomika#mediaplayer)

В основе рыночных отношений лежит понятие обмена. **Рынок** – это система экономических отношений, дающих возможность совершать обмен необходимыми ресурсами между продавцом и покупателем. Продавец выступает на рынке в качестве предлагающего лица (то есть он предлагает некий товар, либо услугу), а покупатель предлагает средства, то есть какой-то меновой эквивалент. При рассмотрении рынка как системы экономических отношений логично выделить объекты и субъекты рынка (экономические агенты).

**Объектами рынка** являются товары и деньги. В условиях развитых рыночных отношений в качестве товаров выступает не только производимая продукция (товары и услуги), но и факторы производства (земля, труд, капитал). В качестве денег при этом обычно рассматриваются все финансовые активы, важнейшими из которых являются сами деньги.

**Субъектами рынка** в самом общем виде являются все продавцы и покупатели. В качестве продавцов и покупателей выступают домохозяйства, фирмы (предприятия, бизнес), государство (правительство).

При этом главное условие рынка заключается в том, что этот обмен должен быть абсолютно свободным и по возможности в наименьшей степени контролируемым. Но это только одна черта рыночных отношений.

В экономической литературе выделяется более десятка критериев для характеристики структуры и системы рынка, его классификации. Рассмотрим некоторые из них.

1. По экономическому назначению объектов рыночных отношений: рынок товаров и услуг (потребительский рынок); рынок ценных бумаг; рынок труда (рынок рабочей силы); рынок валюты; рынок информации; рынок научно-технических разработок (патентов, лицензий ноу-хау) и др.

2. По товарным группам: рынки товаров производственного назначения; рынки потребительских товаров (например, продовольствия); рынки сырья и материалов и т. д.

3. По географическому положению: местные (локальные) рынки; региональные рынки; национальный рынок; мировой рынок.

4. По субъектам или их группам: рынок покупателей; рынок продавцов; рынок государственных учреждений; рынок промежуточных продавцов – посредников и др.

5. По степени ограничения конкуренции: монопольный рынок; олигопольный рынок; рынок монополистической конкуренции; рынок совершенной конкуренции.

6. По характеру продаж: оптовый рынок; розничный рынок.

7. По отраслевому признаку: рынок автомобилей; рынок нефти; рынок компьютерной техники и т. д.

[2. Частная собственность](https://interneturok.ru/lesson/obshestvoznanie/8-klass/ekonomika/rynochnaya-ekonomika#mediaplayer)

Помимо всего прочего, есть и другие возможности. Например, если мы говорим о рыночной системе, то совершенно необходима частная собственность, то есть чёткое определение того, о чём мы говорили на прошлом уроке. **Частная собственность** – одна из форм собственности, которая подразумевает защищённое законом право физического или юридического лица либо группы лиц на предмет собственности. Если человек обладает частной собственностью, значит, он может её использовать и получать из неё прибыль. Именно поэтому без частной собственности рыночной экономики существовать не может. Любой товаропроизводитель либо лицо продающее (так называемый **ритейлер**) обязан получать прибыль, потому что если он её не получает, то данная система рыночной не считается.

[3. Материальная ответственность](https://interneturok.ru/lesson/obshestvoznanie/8-klass/ekonomika/rynochnaya-ekonomika#mediaplayer)

Существует понятие **материальной ответственности участников рынка**. Это означает, что если человек берётся производить и продавать на рынке некий товар, он рискует теми средствами, которые вложил изначально в закупку материала для производства либо товара для его реализации.



Рис. 1. Добыча природного каучука ([Источник](http://venividi.ru/files/img/8777/37.jpg))



Рис. 2. Производство автомобильных шин ([Источник](http://autochel-shop.ru/upload/iblock/bdb/bdbe83cb4d73a515d8e1ce3516f18340.jpg))



Рис. 3. Транспортировка автомобильных шин ([Источник](http://www.austrofin.at/613_2578EA5E3D64.jpg))



Рис. 4. Продажа автомобильных шин ([Источник](http://shesterenka.ru/images/content/shinnii_center_02.jpg))

[4. Условия рынка](https://interneturok.ru/lesson/obshestvoznanie/8-klass/ekonomika/rynochnaya-ekonomika#mediaplayer)

Ведь в случае, если человек произвёл какой-то товар, который на рынке в дальнейшем реализовать не сможет, либо если он приобрёл этот товар, который потом окажется никому не нужным, значит, средства, которые он вложил, он потерял, и никто их не компенсирует. Было бы удобно, если бы товаропроизводитель или ритейлер, приобретая некие товары, либо вкладываясь в их производство, гарантированно имел возможность вернуть эти средства. Но такая экономика рыночной уже не была бы.

**Элементы, необходимые рынку для его нормально функционирования:**

1. Свободное ценообразование;

2. Конкуренция;

3. Свободная предпринимательская деятельность.

О последнем мы уже говорили в курсе седьмого класса. Мы разобрались, что такое предпринимательство, и каким образом люди могут организовать свой бизнес.

[5. Конкуренция](https://interneturok.ru/lesson/obshestvoznanie/8-klass/ekonomika/rynochnaya-ekonomika#mediaplayer)

**Конкуренция** – это общественная форма столкновения субъектов рыночного хозяйства в борьбе за рынок и покупателя. Но нужно запомнить, что конкуренция, хоть это и борьба, не является противоборством. Это возможности, которые производитель товаров и услуг или же продавец должны использовать, чтобы реализовать свой товар. Эти возможности должны быть честными. Если вы хотите продать свой товар, то нужно сделать его более дешёвым, то есть охватить максимальное количество людей, которые хотят приобрести твой товар. Или же сделать товар более качественным, и тогда можно будет продать его дороже. В любом случае, ваш товар должен быть лидирующим по отношению к возможным конкурентам. Можно использовать рекламу, что тоже вполне честный способ конкуренции. Но никакие иные способы борьбы не допустимы.

Тем не менее, конкуренция – это очень жёсткая борьба, потому что для того, чтобы быть успешным в современной экономической ситуации, приходиться затрачивать колоссальные экономические ресурсы. Это не только финансы, но и научные вложения, маркетинг и т. д. То есть это очень сложный комплекс проблем, которые производителю необходимо решить, либо уйти с рынка.

[6. Вставка 1 (борьба с монополистами)](https://interneturok.ru/lesson/obshestvoznanie/8-klass/ekonomika/rynochnaya-ekonomika#mediaplayer)

**Монополия**– это ситуация, когда на рынке присутствует только один поставщик данного вида товаров и услуг.

Для того чтобы понять, как одна большая компания может уничтожить своих конкурентов, приведём абстрактный пример. Представьте себе крупного производителя, который выпускает, например, операционную систему для компьютеров. Появляется альтернатива, то есть какая-то другая компания предлагает свой продукт, имеющий схожие функции и характеристики. Соответственно, у покупателя возникает возможность выбора одного или другого продукта. Монополист же, в рамках нечестной борьбы, снижает цену на свой товар. При этом цену он ставит такую, чтобы она была демпинговой. **Демпинг** – это продажа товаров по искусственно заниженным ценам. Понятно, что молодая компания, которая только выпустила свой продукт, вложила в него финансовые, интеллектуальные ресурсы, не может пойти на снижение цен. Ведь, как правило, когда производитель выпускает свой товар на рынок, он хочет завладеть вниманием покупателей и выставляет ту цену, которая лишь в минимальной степени приносит ему прибыль. Это делается для того, что бы дать покупателю возможность оценить новый товар, полюбить его, научиться им пользоваться. И если монополист снижает цену на свой товар настолько, что она становится ниже той цены, которую установила новая компания, то люди будут покупать тот товар, к которому они привыкли, и по более низкой цене. Соответственно, конкурент очень скоро будет уничтожен, так как не сможет реализовать свой продукт и скоро разорится. После этого монополист вновь поднимет цены, но таким образом, чтобы покрыть все убытки, которые понёс в ходе так называемой конкурентной борьбы. Это и есть пример нечестной конкуренции.

В истории экономики можно привести много примеров того, как очень мощные компании, корпорации канули в Лету из-за того, что не смогли вынести конкуренцию в новых условиях.

[7. Ценообразование](https://interneturok.ru/lesson/obshestvoznanie/8-klass/ekonomika/rynochnaya-ekonomika#mediaplayer)

То есть компании должны создавать свою продукцию конкурентоспособной: более качественной, с более гибкими ценами, рассчитанными на разных покупателей. Но когда приходишь в магазин, где есть возможность реально оценить принцип конкурентной борьбы, то видишь на полке товары, которые очень друг на друга похожи, у них примерно одинаковые функции. Возьмём, к примеру, мобильные телефоны.



Рис. 5.  Продукция конкурирующих компаний ([Источник](http://mobicontact.ru/images/stories/news/mobi/2012/04/HTC-One-X-VS-LG-Optimus-4X-HD.jpg))

Вы берёте телефоны двух разных производителей, но их функции очень схожи. Примерно одинаковы и цены на них. Может показаться, что производители сотрудничают между собой, согласовывают ценовую политику. На самом деле, все производители находятся под жёстким прессингом понятия цены.

А на следующем уроке мы поговорим об имущественных отношениях, которые складываются между людьми в процессе владения той или иной собственностью.

**Список литературы**

1. Кравченко А.И. Обществознание 8. – М.: Русское слово.

2. Никитин А.Ф. Обществознание 8. – М.: Дрофа.

3. Боголюбов Л.Н., Городецкая Н.И., Иванова Л.Ф. / Под ред. Боголюбова Л.Н., Ивановой Л.Ф. Обществознание 8. – М.: Просвещение.