


Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение

- 
1. Рынок (признаки, функции)
 2. Виды рынков
 3. Спрос, закон спроса
 4. Предложение, закон предложения
 5. Механизм цен

Тема: Рыночные отношения в экономике.

- **Рынок** – совокупность всех отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг.



Тема: Рыночные отношения в экономике.

Признаки рынка

```
graph TD; A[Признаки рынка] --> B[Нерегулируемое предложение]; A --> C[Нерегулируемый спрос]; A --> D[Нерегулируемая цена];
```

Нерегулируемое предложение

Производитель сам решает, что, как, сколько и для кого производить

Нерегулируемый спрос

Потребитель сам определяет, что, где, как и сколько покупать

Нерегулируемая цена

Цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения

Тема: Рыночные отношения в экономике.

- **Функции рынка:**

Наименование функции	Ее сущность
Посредническая	Соединение производителей товаров и их потребителей
Ценообразование	Установление равновесной цены на тот или иной вид товара – цены, при которой спрос на товар равен предложению товара
Информационная	Предоставление информации о размерах того или иного производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары

Тема: Рыночные отношения в экономике.

- **Функции рынка:**

Наименование функции	Ее сущность
Регулирующая	«Перетекание» капиталов из менее выгодных отраслей производства с пониженными ценами в более прибыльные отрасли с повышенными ценами
Санирующая (оздоровительная)	«Освобождение» экономики от неэффективной хозяйственной деятельности: банкротство нерентабельных предприятий и процветание общественно полезных производств

Классификация рынков

1. По экономическому назначению объектов рыночных сделок.

- а) **Рынок потребительских товаров и услуг:** рынок продовольственных товаров, рынок непродовольственных товаров, рынок услуг.
- б) **Рынок факторов производства:** рынок рабочей силы, рынок средств производства, рынок сырья.
- в) **Финансовый рынок:** фондовый рынок (ценных бумаг), денежный рынок (депозитов, валюты), рынок капитала (страхового, ипотечного), кредитный рынок (банки, инвестиционные и дилерские компании).
- г) **Рынок недвижимости:** рынок земли, рынок недвижимости.
- д) **Информационный рынок:** рынок духовно-интеллектуального продукта.

Классификация рынков

2. По пространственному признаку различают: локальный (местный) рынок, региональный рынок, межрегиональный рынок, национальный рынок, международный рынок, мировой рынок.

3. По субъектам: рынок покупателей, рынок продавцов.

4. По соответствию законодательству: легальный рынок, нелегальный рынок («чёрный рынок»).

5. По степени ограниченности (развития) конкуренции: чистая конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия.

Конкуренция – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товаров.

Позитивные черты конкуренции

- Снижение затрат**
 - Ограничение возможности возникновения монополий, которые, контролируя основную часть производства или сбыта определённого товара, могут взвинчивать цены, снижать качество и т.д.**
 - Создание возможности выбора для потребителя**
 - Формирование условий для гибкого реагирования экономики на изменение обстановки**
 - Стимулирование внедрения технических достижений в производство, улучшения качества продукции**
-

Негативные черты конкуренции

- Постоянное разорение многих товаропроизводителей**
- Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу**
- Чрезмерная эксплуатация ресурсов**
- Экологические нарушения**
- Использование нечестных методов борьбы (подкуп работников и шантаж, сокрытие дефектов в товарах и др.)**

1. Установите соответствие между крупными сегментами рынка и отдельными видами рынков.

Виды рынков

Рыночные сегменты

А) рынок акций

**1) рынок
экономических
ресурсов**

Б) рынок труда

**2) финансовый
рынок**

В) рынок капитала

**Г) рынок ипотечного
кредитования**

Д) рынок нефти и нефтепродуктов

21121

2. Установите соответствие между объектами продажи и рынками, на которых они продаются

ОБЪЕКТЫ ПРОДАЖИ

- А) Программное обеспечение**
- Б) Потребительские кредиты**
- В) Приватизационный чек**
- Г) Валюта**
- Д) Депозитный сертификат**

ВИДЫ РЫНКОВ

- 1) рынок финансовых услуг**
- 2) рынок ценных бумаг**
- 3) рынок интеллектуальной собственности**

□ **Рынок чистой (совершенной) конкуренции.** Конкурирует множество производителей однотипных товаров, никто не может захватить такую долю рынка, чтобы навязать остальным участникам свои условия (рынок сельскохозяйственной продукции).

□ **Рынок монополистической конкуренции.** На рынке действует множество конкурирующих фирм, предлагающих различающиеся товары для удовлетворения одной и той же потребности и не способных преградить выход на рынок новым конкурентам. Права отдельных фирм защищены с помощью авторских прав, прав на товарный знак, патентов (рынок продуктов питания, одежды и обуви, косметики).

□ **Рынок олигополии.** Одинаковые или схожие товары производятся небольшим количеством фирм, которые поделили рынок и конкурируют между собой (автомобильный рынок, рынок услуг мобильной связи, рынок авиаперевозок).

□ **Рынок монополии.** Рынок контролирует один производитель, который устанавливает цену выше, чем она сложилась бы на конкурентном рынке, и производит товаров меньше, чем производила бы отрасль в условиях конкуренции (рынок железнодорожных перевозок).

- **Естественная монополия** – отрасль, в которой производство товаров (услуг) сосредоточено в одной фирме в силу объективных (**природных или технических**) причин и это выгодно обществу
- Например, **природная монополия** может быть установлена фирмой, открывшей месторождение уникальных полезных ископаемых
- **Технические монополии** – водоснабжение, канализация, электросети и др.

3. Выберите верные суждения о конкуренции и запишите цифры, под которыми они указаны. Цифры укажите в порядке возрастания.

- 1) Под конкуренцией понимается сотрудничество между участниками рыночного хозяйства для объединения усилий по улучшению условий производства и купли-продажи.**
- 2) Конкуренция ограничивает возможность создания монополий.**
- 3) Конкуренция способствует стремлению производителей к удешевлению производства и внедрению более рациональных методов хозяйствования.**
- 4) Конкуренция способствует снижению расходов на рекламу.**
- 5) Конкуренция создаёт возможность выбора для потребителя**

4. Поставку продуктов питания в магазины города Р осуществляет множество компаний, в число которых входят как крупные производители, так и отдельные фермерские хозяйства. Найдите в приведённом ниже списке характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| 1) рынок информации | 4) рынок товаров |
| 2) дефицит продукции | 5) местный рынок |
| 3) чистая (совершенная) конкуренция | 6) олигополия |

345

5. На рынке области Z представлен только один производитель электроэнергии, поставляющий её фирмам и в жилой сектор. Найдите в приведённом списке характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) олигополия
- 2) рынок услуг
- 3) региональный рынок
- 4) рынок товаров
- 5) монополия
- 6) рыночный дефицит

235

Государство проводит политику конкурентного рынка и антимонопольное регулирование

Методы антимонопольного регулирования:

- Юридическая ответственность за попытки монополизации рынка
- Предельное упрощение процедуры создания новых фирм
- Снятие барьеров экспорта/импорта
- Принудительное разделение крупнейших фирм-монополистов на несколько независимых фирм
- Контроль государства за слиянием фирм и др.

4. Понятие «спроса», закон спроса, факторы формирования спроса

Каждый человек нуждается в жизненных благах, но реальные возможности приобрести товары нередко расходятся с потребностями. Потребитель выбирает товары, услуги с учетом их цены. Так формируется спрос.

- **Спрос** – сложившаяся на рынке в определенный период времени зависимость количества товара определенного вида, который потребители готовы приобрести (величины спроса), от цен, по которым эти товары могут быть предложены производителями/продавцами.

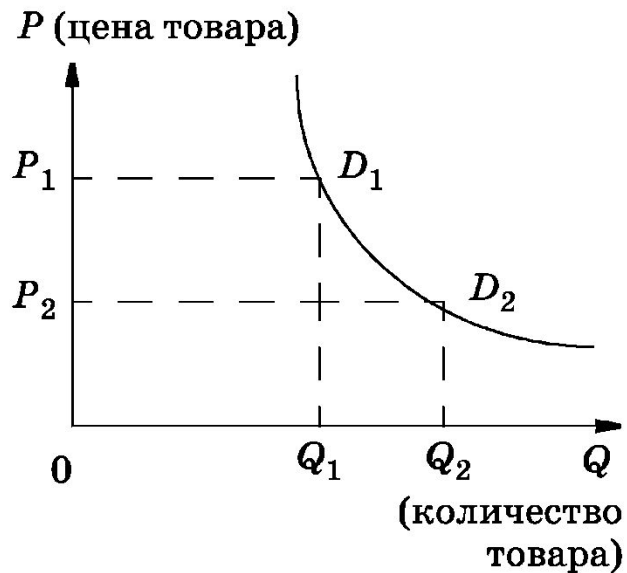
Обратим внимание на следующие аспекты:

- ✓ спрос – зависимость товара определенного вида, который потребители готовы купить, **от цен**, по которым эти товары предлагаются;
- ✓ спрос на товары предъявляют **потребители**;
- ✓ величина спроса складывается в **определенный период времени, под воздействием конкретных факторов**, и она **может изменяться**, в сторону как увеличения, так и сокращения.

Ученые – экономисты сформулировали закон спроса.

- **Закон спроса:** повышение цен обычно ведет к снижению спроса, а снижение цен – к его увеличению.

Поэтому повышение цен не всегда увеличивает выручку производителей/продавцов, а снижение цен не всегда ее уменьшает (а может даже увеличить)



Спрос – желание и возможность потребителя купить определённое количество товара или услуги по определённой цене в определённый период времени.

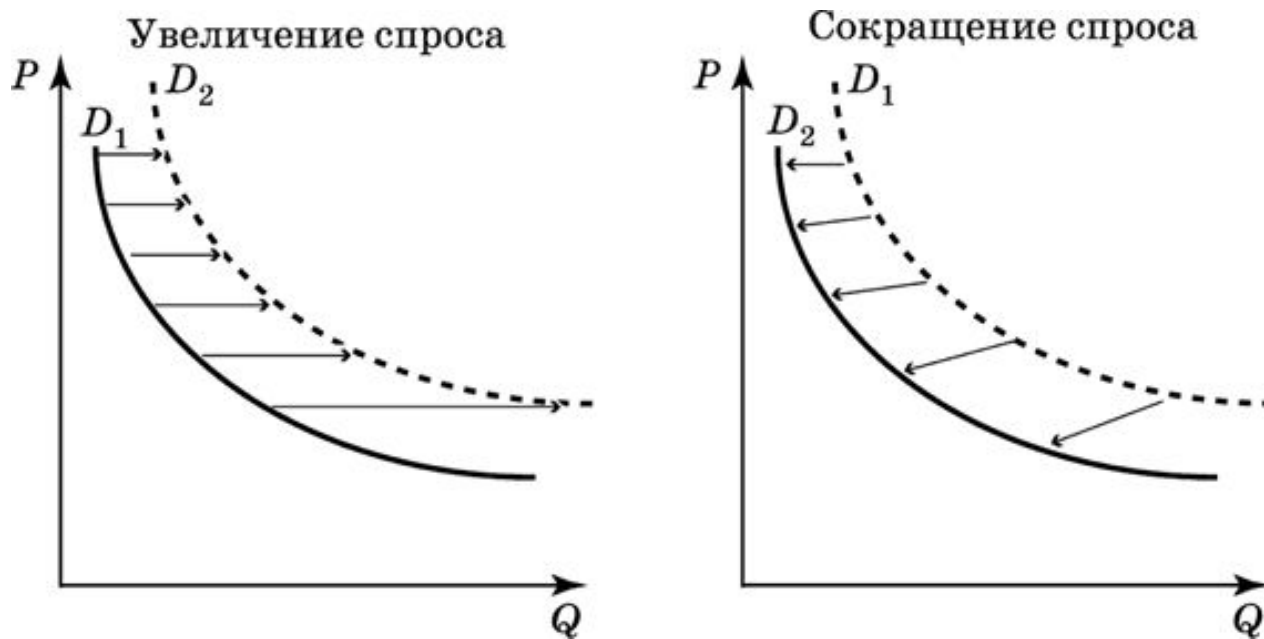
Величина спроса – количество товаров и услуг, которое

покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах.

Закон спроса – повышение цен обычно ведёт к снижению спроса, а снижение цен – к его увеличению (обратная зависимость).

Поэтому повышение цен не всегда увеличивает выручку производителей/продавцов, а снижение цен не всегда её уменьшает (а может даже увеличить).

Изменение спроса могут вызвать различные неценовые факторы. **В случае увеличения спроса вся кривая спроса сдвигается вправо; соответственно, сокращение спроса иллюстрируется сдвигом кривой спроса влево.**

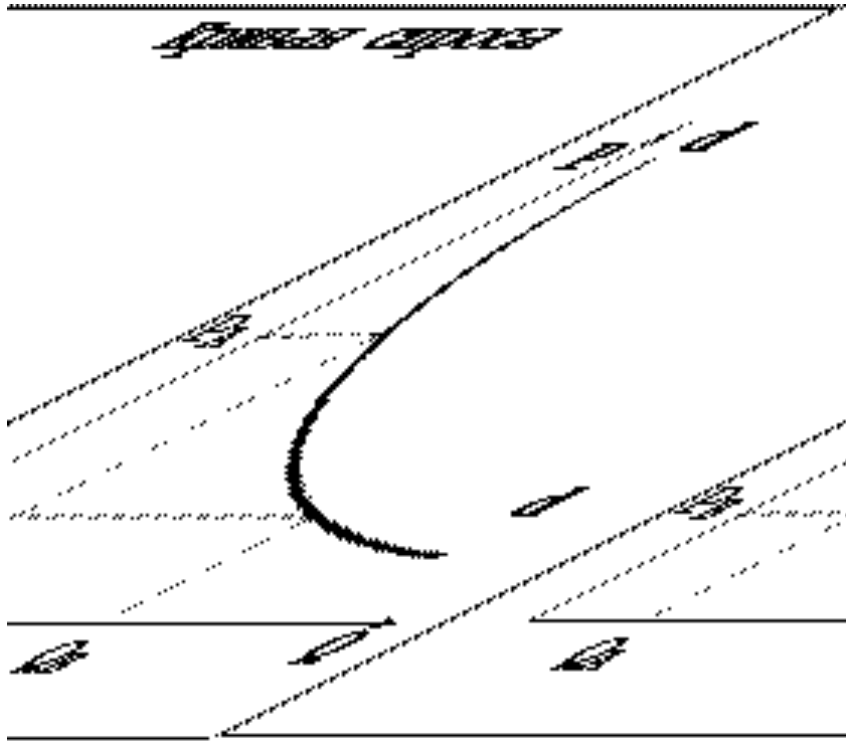


Пример. Найдите в приведенном ниже списке ситуации, в которых спрос на товар возрастет:

1) товар вышел из моды

2) доходы покупателей возросли

Наглядно закон спроса



- Спрос обычно представляют в форме кривой спроса, где
- **dd** – кривая спроса,
- **P** – цена за единицу товара,
- **Q** – количество товара.

Неценовые факторы спроса

- ❑ **Вкусы и предпочтения потребителей, мода.** Под влиянием информации (например, рекламы) формируются вкусы, предпочтения, мода не те, или иные товары / товары конкретного производителя.
- ❑ **Доходы потребителей.** Обычно по мере роста доходов люди предъявляют спрос на более качественные товары. Интервалы, с которыми люди получают доходы, определяют модель приобретения дорогостоящих товаров (модель приобретения в кредит).
- ❑ **Численность и половозрастной состав населения.**
- ❑ **Религиозно-культурные традиции.** Так, ряд религий не допускают употребления в пищу определённых продуктов (свинины или говядины), также их последователи предъявляют особые требования к конструкции и цвету одежды.

Неценовые факторы спроса

❑ **Цены на дополняющие и замещающие товары.**

Замещающими называют товары-аналоги, удовлетворяющие те же потребности и конкурирующие за спрос (зефир, пастила, мармелад). Дополняющие товары обеспечивают работу друг друга (например, автомобиль и бензин, принтер и картридж).

❑ **Ожидания потребителей относительно динамики цен в будущем.** Потребители могут отложить приобретение дорогостоящего товара, надеясь на снижение его цены в будущем, или, наоборот, в условиях инфляции ажиотажно скупать бытовую технику и др.

❑ **Сезонность.** Проявляется в спросе на одежду и спортивные туристические

в
обувь,



Факторы, влияющие на формирование спроса

❖ ЦЕНЫ НА ДОПОЛНЯЮЩИЕ И ЗАМЕЩАЮЩИЕ ТОВАРЫ

Дополняющие товары - товары, обеспечивающие работу друг друга (автомобиль и бензин)

Закономерность: изменение цены одного дополняющего товара ведет к изменению спроса на все товары группы (цена повышается – снижается спрос на товары группы; цена снижается – растет спрос на товары группы)

Замещающие товары – товары, аналоги, удовлетворяющие те же потребности и конкурирующие за спрос (зефир, пастила, мармелад)

Закономерность: изменение цен одних замещающих товаров ведет к изменению спроса на другие товары-заместители (стал дороже зефир, повысился спрос на пастилу)

6. Рынок спортивной одежды области Z поделён между четырьмя крупными компаниями-операторами, другие производители не представлены. Выберите в приведённом ниже списке характеристики данного рынка.

- | | |
|----------------------------|---------------------|
| 1) рынок услуг | 4) рынок товаров |
| 2) совершенная конкуренция | 5) олигополия |
| 3) региональный рынок | 6) рыночный дефицит |

345

7. В городке Z поставку продуктов питания в магазины осуществляет множество компаний, в число которых входят как крупные производители, так и отдельные фермерские хозяйства, все находятся в равных условиях. Найдите в приведённом списке характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- | | |
|------------------|-------------------------------------|
| 1) рынок товаров | 4) региональный рынок |
| 2) местный рынок | 5) избыток продукции |
| 3) олигополия | 6) чистая (совершенная) конкуренция |

126

8. Выберите верные суждения о конкуренции и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) Конкуренция между производителями выступает регулятором хозяйства во всех экономических системах.**
- 2) В условиях рынка конкуренция ведёт к снижению издержек производства.**
- 3) Одним из последствий конкуренции является разорение части производителей.**
- 4) Главным видом конкуренции в условиях рынка является конкуренция потребителей за лучшие товары и услуги.**
- 5) Конкуренция стимулирует рост производительности труда.**

9. Установите соответствие между характеристиками и видами конкуренции (конкурентных) рынков.

ХАРАКТЕРИСТИКИ

ВИДЫ КОНКУРЕНЦИИ

А) идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения

1) чистая (совершенная) конкуренция

Б) никто из участников рынка не располагает информацией больше, чем все остальные

2) олигополия

В) множество мелких фирм производят одинаковую продукцию, барьеры для входа/выхода с рынка отсутствуют

3) монополистическая конкуренция

Г) ситуация, когда рынок поделён между несколькими крупными фирмами

Д) каждая фирма обладает некоторой монопольной властью над своим товаром, но эта власть ограничивается как наличием достаточно большого количества производителей аналогичных товаров, так и значительной свободой входа в отрасль других фирм

11123

10. Установите соответствие между типами рынков и их признаками; к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

ПРИЗНАКИ

ТИПЫ РЫНКОВ

А) контроль за ценой отсутствует 1) монопольный

Б) представлено множество фирм 2) конкурентный

В) производится уникальный продукт, не имеющий хороших заменителей

Г) существуют препятствия для вступления в рынок

Д) количество выпускаемой на рынок продукции контролируется

22111

Часть 2.

11. В области Z поставку продуктов питания в магазины осуществляет множество компаний, в число которых входят как крупные производители, так и отдельные фермерские хозяйства.

Какой тип конкурентного рынка иллюстрирует этот пример? Определите также тип (вид) данного рынка: а) по объекту купли-продажи; б) по масштабу.

Верный ответ должен содержать следующие элементы:

- монополистическая конкуренция**
- рынок потребительских товаров и услуг**
- региональный**

12. Рынок школьной формы области Z поделён между тремя крупными компаниями, другие производители не представлены.

Какой тип конкурентного рынка иллюстрирует этот пример? Определите также тип (вид) данного рынка: а) по объекту купли-продажи; б) по масштабу.

Верный ответ должен содержать следующие элементы:

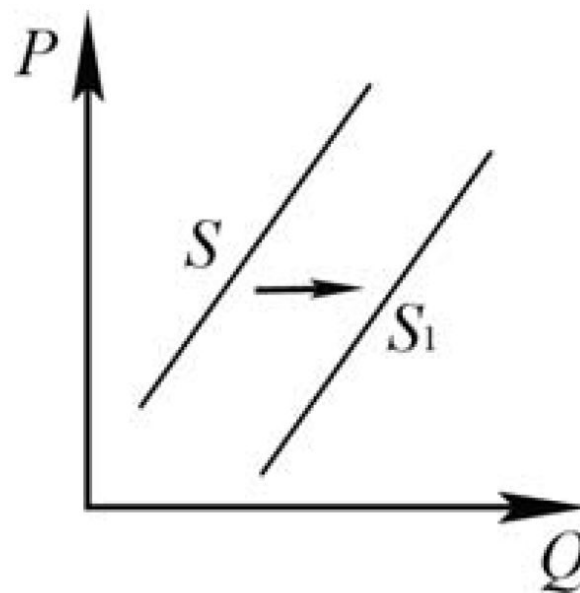
- олигополия**
- рынок потребительских товаров и услуг**
- региональный**

13. Найдите в приведённом списке факторы, влияющие на величину предложения. Запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) налоги на производителей и продавцов**
- 2) доходы потребителей**
- 3) вкусы потребителей**
- 4) инфляционные ожидания потребителей**
- 5) природные условия**
- 6) цены на используемые в производстве ресурсы**

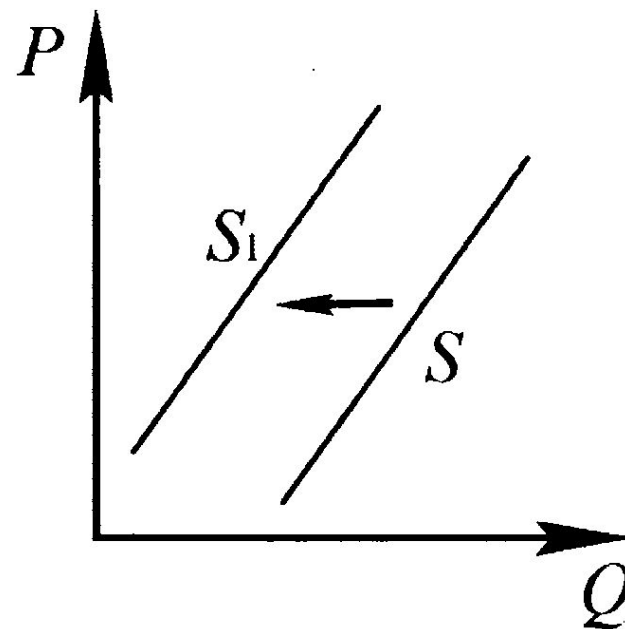
14. На графике изображено изменение предложения легковых автомобилей на потребительском рынке: кривая предложения переместилась из положения S в положение S_1 . (На графике P – цена товара; Q – количество товара.)

Какие из перечисленных факторов могут вызвать такое изменение? Запишите цифры, под которыми они указаны.



- 1) увеличение количества производителей автомобилей**
- 2) снижение возраста получения водительского удостоверения**
- 3) снижение цен на комплектующие изделия для автомобилей**
- 4) рост тарифов на электроэнергию**
- 5) повышение процентов по автокредитам**

15. На рисунке изображено изменение предложения школьно-письменных принадлежностей на соответствующем рынке. Что из приведённого ниже могло вызвать сдвиг кривой предложения из положения S в положение S_1 . (На графике P – цена товара; Q – количество товара.)



- 1) сокращение количества предприятий в отрасли
- 2) увеличение общего числа школьников
- 3) рост доходов населения
- 4) внедрение новых технологий производства
- 5) увеличение налогов с предприятий отрасли

16. Установите соответствие между факторами спроса и предложения и их примерами: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

ПРИМЕР

- А) уровень доходов населения**
- Б) цены на сырье**
- В) технология производства**
- Г) потребительские предпочтения**
- Д) число продавцов на рынке**

ФАКТОР

- 1) фактор спроса**
- 2) фактор предложения**

12212

17. В рыночной экономике _____ (А) механизмом является механизм цен. Механизм цен – формирование и изменение рыночных цен под влиянием _____ (Б) интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне. Именно цены служат для всех продавцов и покупателей главным _____ (В) о положении дел на рынке, о соотношении _____ (Г) товаров и спроса на них. Нормирующая функция цен состоит в том, что, когда цены достигают _____ (Д), они «нормируют» товары в том смысле, что все покупатели, которые хотят приобрести товары по рыночной цене, получают к ним лёгкий доступ. В то же время все продавцы, которые хотят продать товар по данной цене, легко найдут покупателя для своих товаров. Цены нормируют и распределение _____ (Е) по отраслям.

1) экономические ресурсы

б) дефицит

2) источник информации

7) монопольный

3) координационный

8) столкновение

4) равновесная величина

9) избыток

5) предложение

382541

Часть 2.

18. Какой смысл экономисты вкладывают в понятие «спрос»? Привлекая знания обществоведческого курса, составьте два предложения: одно предложение, содержащее информацию о любом факторе формирования спроса, и одно предложение, раскрывающее сущность закона спроса.

Спрос – это желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определённого периода времени, подкреплённое готовностью оплатить покупку.

Одним из факторов спроса является сезонность, проявляющаяся, например, в спросе на одежду и обувь, туристические услуги в определённое время года.

Закон спроса утверждает, что существует обратная взаимосвязь между ценой и величиной спроса, т.е. повышение цен обычно ведёт к снижению спроса, а снижение цен – к его увеличению.

19. Какой смысл экономисты вкладывают в понятие «предложение»? Привлекая знания обществоведческого курса, составьте два предложения: одно предложение, содержащее информацию о любом факторе формирования предложения, и одно предложение, раскрывающее сущность закона предложения.

Предложение – это желание производителя произвести и предложить к продаже на рынке свои товары по конкретным ценам из ряда возможных цен в течение определённого времени.

Одним из факторов предложения является ожидание изменения цены, проявляющееся в том, продавцы увеличивают или уменьшают объёмы продаж, в зависимости от ожидаемых в ближайшее время цен на данный товар.

Закон предложения утверждает, что существует прямая взаимосвязь между ценой и величиной предложения, т.е., как правило, рост цен вызывает увеличение количества выпускаемых/предлагаемых к продаже товаров, а снижение цен – уменьшение этого количества..

20. Назовите и проиллюстрируйте примерами любые три неценовых фактора, влияющих на формирование спроса.

В правильном ответе должны быть названы факторы и приведены соответствующие примеры, допустим:

1) сезонность (например, в холодное время года в России растёт спрос на зимнюю одежду и инвентарь для зимних видов спорта, тогда как спрос на лёгкую одежду и предметы для пляжного отдыха невысок);

2) уровень доходов потребителей (например, в странах со стабильно высокими доходами населения велик спрос на дорогие экологически чистые продукты питания, специальные линии диетических продуктов, недоступные людям с низкими доходами);

3) религия и культурные традиции (например, в странах со значительным процентом мусульманского населения свинина не пользуется спросом, высок спрос на мясо птицы, обработанное по специальной технологии).

Дополнительные задания

1. В городе П. осуществляют перевозки граждан три компании, владеющие парками маршрутных такси. Уровень тарифов на перевозки единый у всех трех компаний. Выберите в приведенном ниже списке признаки рынка.

- 1) рынок услуг**
- 2) местный рынок**
- 3) монополия**
- 4) олигополия**
- 5) свободная конкуренция**

124

2. На рынке представлен только один производитель электроэнергии, поставляющий её фирмам и в жилой сектор области Z. Выберите в приведённом ниже списке характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) олигополия**
- 2) рынок услуг**
- 3) региональный рынок**
- 4) рынок товаров**
- 5) монополия**
- 6) рыночный дефицит**

235

3. В стране В. только три фармакологических компании, выпускающие лекарственные препараты, пользующиеся спросом у больных. Выберите из приведённого ниже списка характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) рынок товаров и услуг
- 2) фондовая биржа
- 3) монополия
- 4) национальный рынок
- 5) олигополия
- 6) мировой рынок

145

4. В городке Z электроэнергию, отопление, подачу воды в дома жителей осуществляет только одна компания. Выберите из приведённого ниже списка характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) рынок средств производства
- 2) чистая конкуренция
- 3) местный рынок
- 4) рыночный дефицит
- 5) монополия
- 6) рынок услуг

356

5. В городе N сотовую связь предоставляет только одна компания. Выберите из приведённого ниже списка характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

1) рынок средств производства

2) монополия

3) местный рынок

4) рынок услуг

5) олигополический рынок

6) фондовый рынок

234

6. Выберите верные суждения о видах рыночной конкуренции и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) С точки зрения интересов общества, монополия имеет только недостатки.**
- 2) Монополист самостоятельно устанавливает цены на производимую продукцию.**
- 3) Олигополией называют ситуацию раздела рынка несколькими крупными фирмами.**
- 4) Монополистическая конкуренция – это идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения.**
- 5) Монопсонией называют такой вид монополии, при котором монополистом является не продавец, а покупатель.**

7. Существуют различные виды конкуренции. Назовите вид конкуренции, который существует только в теории, и приведите три примера рынков, близких этому виду конкуренции.

Правильный ответ должен содержать следующие элементы:

1. Назван вид конкуренции, существующий только в теории.

совершенная конкуренция

2. Названы три примера рынков, близких этому типу

конкуренции, допустим:

- рынок сельскохозяйственных товаров

- фондовая биржа

- биржа иностранной валюты.