

презентация по обществознанию

# **Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение**

**ЕГЭ 2018**

# **Экономика**

**Обществознание. Кодификатор вопросов ЕГЭ.**

## **2.4. Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение**

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

---

### **Функции рынка**

- ❑ **Ценообразующая** – в результате взаимодействия производителя и потребителя формируются рыночные цены
- ❑ **Регулирующая** – влияет на объёмы и ассортимент производства, деятельность потребителя
- ❑ **Информационная** – информирует участников экономической жизни о востребованности товаров, динамике цен и т.п.
- ❑ **Посредническая** – соединяет производителя и потребителя, позволяя найти наиболее выгодный вариант сделки
- ❑ **Санитрующая** – «очищает» экономику от неэффективно работающих предприятий

# **Инфраструктура рынка** – совокупность рыночных институтов, обслуживающих рыночное хозяйство

**Биржа** – организационно оформленный, регулярно функционирующий рынок однородных товаров, на котором заключаются сделки купли-продажи крупных партий товара.

- **Товарная**
- **Фондовая**
- **Труда**



**Институты, связывающие рынки в единое целое:**

- **Транспортная сеть**
- **Система коммуникаций**
- **Информационные сети**
- **Страховые компании**
- **Суды**

# 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.

- **Рынок чистой (совершенной) конкуренции.** Конкурирует множество производителей одноптипных 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).



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

## Виды рынков

А) рынок акций

Б) рынок труда

В) рынок капитала

Г) рынок ипотечного кредитования

Д) рынок нефти и нефтепродуктов

## Рыночные сегменты

1) рынок экономических ресурсов

2) финансовый рынок

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**

**31212**

## 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.)

**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**

**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

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

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

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

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

### ВИДЫ КОНКУРЕНЦИИ

1) чистая (совершенная) конкуренция

2) олигополия

3) монополистическая конкуренция

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**

- |   |                        |
|---|------------------------|
| <b>А) контроль за ценой отсутствует</b>                                   | <b>1) монопольный</b>  |
| <b>Б) представлено множество фирм</b>                                     | <b>2) конкурентный</b> |
| <b>В) производится уникальный продукт, не имеющий хороших заменителей</b> |                        |
| <b>Г) существуют препятствия для вступления в рынок</b>                   |                        |
| <b>Д) количество выпускаемой на рынок продукции контролируется</b>        |                        |

**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:**

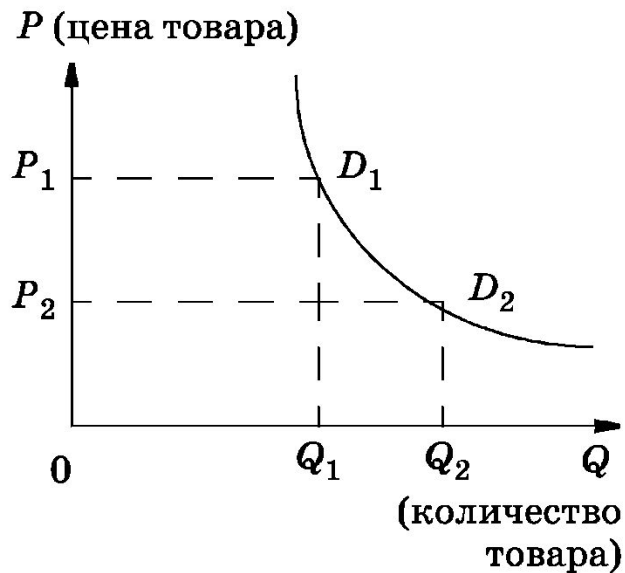
- монополистическая конкуренция**
- рынок потребительских товаров и услуг**
- региональный**

**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**



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

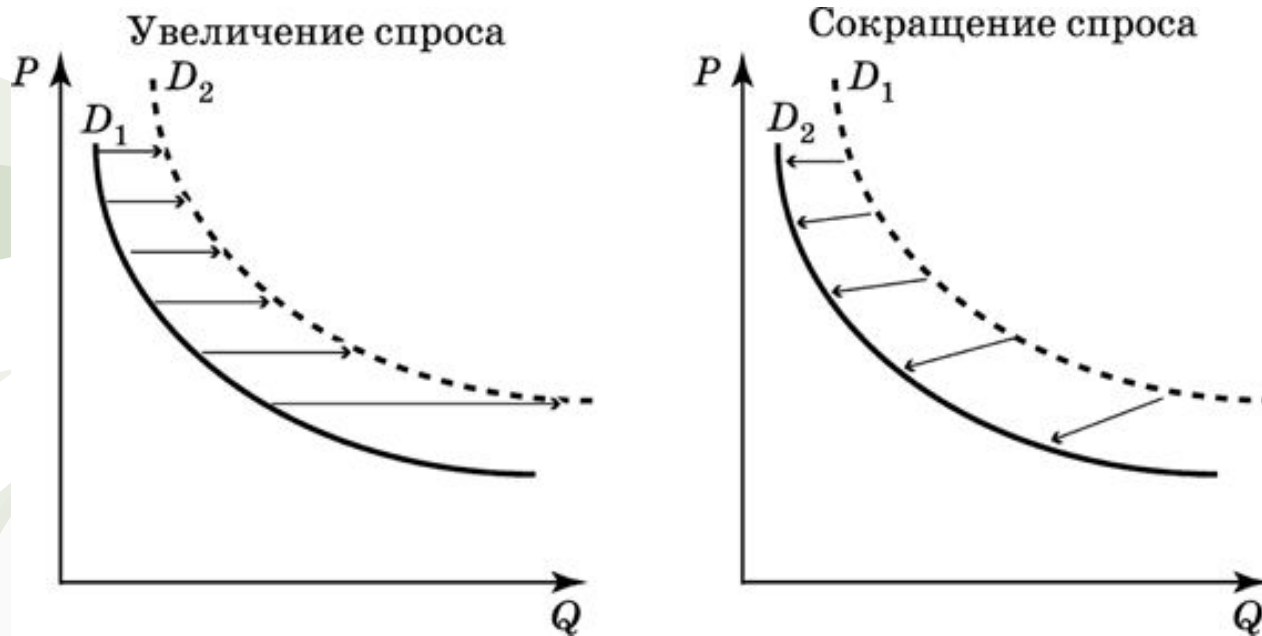
**Величина спроса** – количество товаров и услуг, которое

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

## 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 катридж).
- ❑ **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 обувь, спортивные товары, туристические услуги.



**13. Найдите в приведённом ниже списке факторы, которые могут способствовать повышению спроса на новую модель телевизора, выпущенную фирмой А. Запишите цифры, под которыми они указаны.**

- 1) банки предоставляют потребительские кредиты на выгодных для клиентов условиях**
- 2) налог на добавленную стоимость вырос**
- 3) производитель сократил выпуск других моделей телевизоров**
- 4) производитель активно рекламирует новую модель телевизора**
- 5) цены на новую модель телевизора выше, чем на старую модель**
- 6) доходы семей постепенно сокращаются**

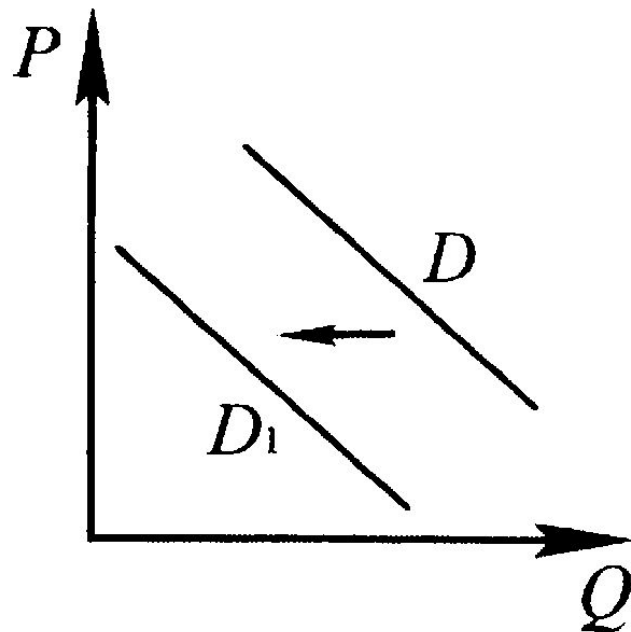


**14. Найдите в приведённом ниже списке факторы, которые могут способствовать повышению спроса на новую модель автомобиля. Запишите цифры, под которыми они указаны.**

- 1) банки предоставляют автокредиты на выгодных для клиентов условиях**
- 2) доходы семей выросли за прошедший год**
- 3) производитель сократил выпуск других моделей автомобилей**
- 4) производитель активно рекламирует новую модель автомобиля**
- 5) цены на новую модель автомобиля выше, чем на старую модель**
- 6) налог с продаж был повышен на 1%**

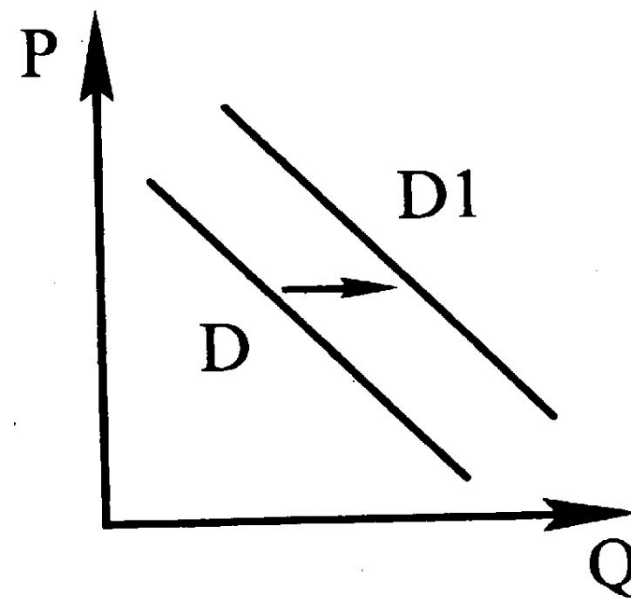
**1234**

**15. На рисунке отражена ситуация на рынке легковых автомобилей. Что из приведённого ниже могло вызвать сдвиг кривой спроса из положения  $D$  в положение –  $D_1$ ? (На графике  $P$  – цена товара;  $Q$  – количество товара.)**

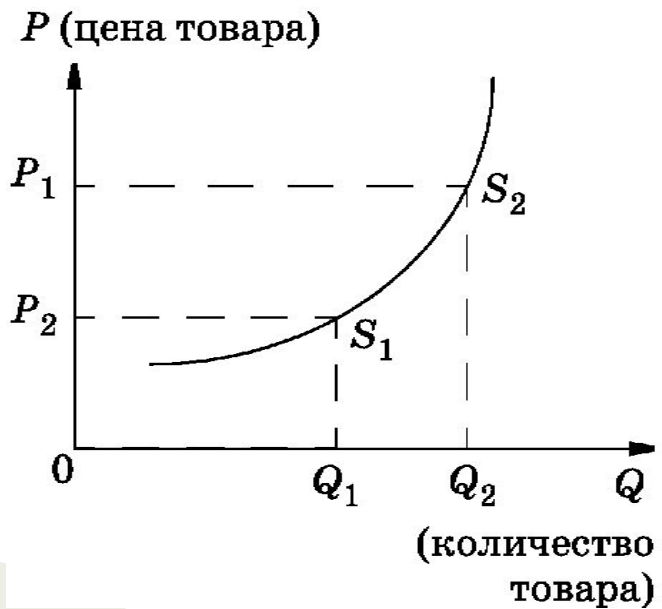


- 1) снижение возраста получения водительского удостоверения**
- 2) внедрение новой высокопроизводительной технологии производства автомобилей**
- 3) повышение процентов по автокредитам**
- 4) резкое повышение цен на бензин**
- 5) снижение себестоимости автомобилей**

**16. На рисунке отражено изменение спроса на тёплую детскую одежду на соответствующем рынке. Что из приведённого ниже могло вызвать сдвиг кривой спроса из положения  $D$  в положение –  $D_1$ ? (На графике  $P$  – цена товара;  $Q$  – количество товара.)**



- 1) изменение моды в одежде для детей
- 2) снижение доходов населения
- 3) увеличение рождаемости
- 4) начало зимнего сезона
- 5) рост издержек производителей детской одежды



**Предложение** – это готовность производителя продать определённое количество товара или услуги по определённой цене за определённый период времени.

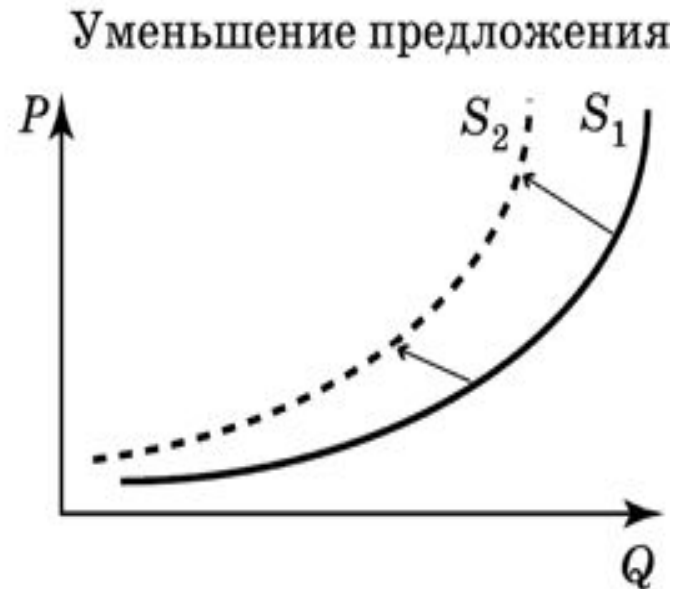
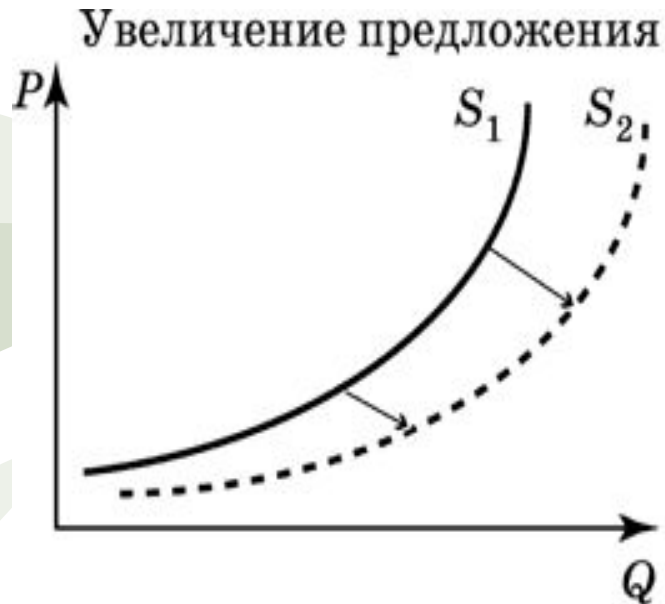
---

**Объём (величина) предложения** – количество товара или услуги, которое готовы продать продавцы по определённой цене в течение определённого количества времени.

---

**Закон предложения** – как правило, рост цен вызывает увеличение количества выпускаемых / предлагаемых к продаже товаров, а снижение цен – уменьшение этого количества (прямая зависимость).

Изменение предложения могут вызвать различные неценовые факторы. Аналогично графикам спроса, кривая предложения сдвигается вправо в случае увеличения предложения и влево – при его снижении.



Пример. Найдите в приведенном ниже списке ситуации, в которых предложение товара сократится:

- 1) проведена компьютеризация процесса производства
- 2) продавцы ожидают в скором будущем повышения цен на свой товар

## Неценовые факторы предложения

- ❑ **Стоимость факторов производства (приобретение сырья, аренда помещений, заработная плата и др.).** В условиях повышения стоимости факторов производства они могут стать слишком дорогими для производителей, и фирма будет в большинстве случаев сокращать их закупку и, соответственно, производство.
- ❑ **Используемые технологии.** Внедрение новой технологии, как правило, является эффективным средством, т.е. затраты на новые технологии ниже, чем доход, который они обеспечивают.
- ❑ **Количество продавцов.** Если в отрасли появляется новый продавец такого же товара, то рыночное предложение возрастает. Если отдельные продавцы уходят из отрасли, то рыночное предложение сокращается.

## Неценовые факторы производства

- ❑ **Налоги и субсидии.** Налоги как надбавка к цене повышают цену товара, предложение снижается. Предоставление субсидий – это безвозмездная передача средств на определённые цели.

Государство оказывает помощь фирмам, чей товар особенно необходим.

- ❑ **Ожидания относительно динамики цен в будущем.**

Предвидя будущее снижение общего уровня цен, производители могут увеличить предложение по действующим высоким ценам и, наоборот придержать товар до ожидаемого повышения цен. Эти ожидания относительно динамики цен формируются на основе общей экономической ситуации в стране, регионе, прогнозах её развития.

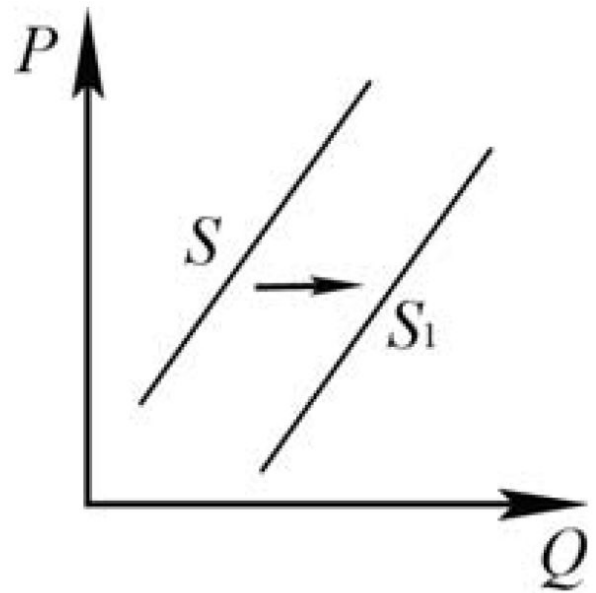


**17. Найдите в приведённом списке факторы, влияющие на величину предложения. Запишите цифры, под которыми они указаны.**

- 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**

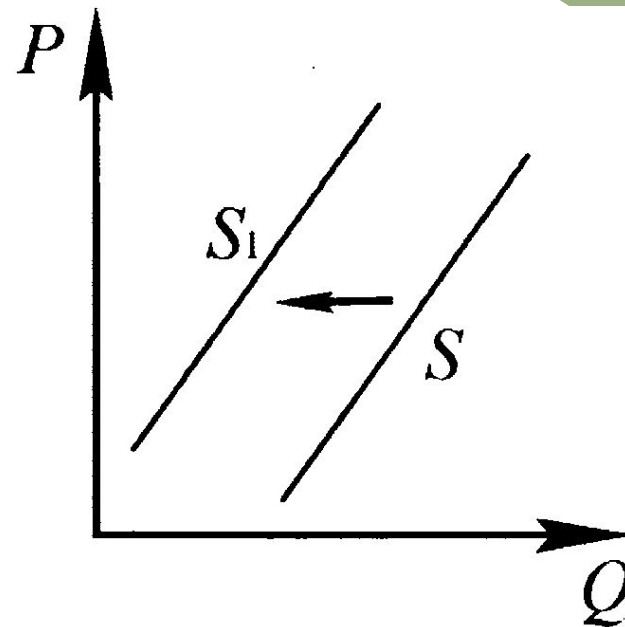


18. На графике изображено изменение предложения легковых автомобилей на потребительском рынке: кривая предложения переместилась из положения  $S$  в положение  $S_1$ . (На графике  $P$  – цена товара;  $Q$  – количество товара.) Какие из перечисленных факторов могут вызвать такое изменение? Запишите 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

**19. 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

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

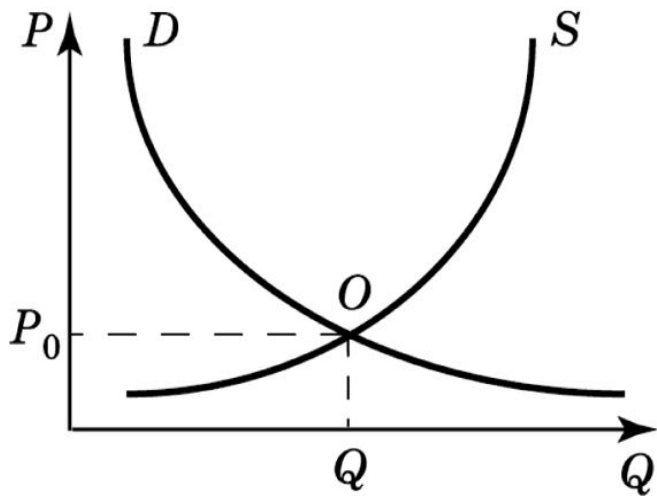
**ПРИМЕР**

- 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**



**Механизм цен** – формирование и изменение рыночной цены в результате согласования интересов участников рынка, свободно принимающих экономические решения.

---

*Цены информируют участников рынка: производителей о том, насколько востребован товар и выгодно ли его производить в данном диапазоне цен; потребителей о том, что они могут принять решение совершить или отсрочить покупку товара.*

---

**Избыток (затоваривание)** – рыночная ситуация, когда при существующем уровне цен производители/продавцы предлагают к продаже больший объём товаров, чем потребители готовы приобрести по такой цене.

На непродолжительное время рынок достигает **равновесия**, когда объём предложения примерно равен спросу, но затем ситуация вновь меняется.

**Дефицит** – рыночная ситуация, когда потребители при существующем уровне цен готовы приобрести больше товаров, чем производители/продавцы готовы предложить к продаже.

**21.** 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 | 6) дефицит      |
| 2) источник информации   | 7) монопольный  |
| 3) координационный       | 8) столкновение |
| 4) равновесная величина  | 9) избыток      |
| 5) предложение           |                 |

**382541**

## Часть 2.

**22. 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.**

**23. 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..**

## **24. 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.**

## Литература

- 1) ЕГЭ 2017. Обществознание. 10 тренировочных вариантов / П. А. Баранов, С.В. Шевченко. – М.: издательство АСТ, 2016.
- 2) Обществознание: новый полный справочник для подготовки к ЕГЭ / П.А. Баранов, А.В. Воронцов, С.В. Шевченко / Под ред. П.А. Баранова. – М.: АСТ: Астрель, 2017.
- 3) Обществознание. 10 класс. Модульный триактив-курс / О.А. Котова, Т.Е. Лискова. – М.: Издательство «Национальное образование», 2014.
- 4) ЕГЭ. Обществознание : типовые экзаменационные Е31 варианты : 30 вариантов / О. А. Котова, Т.Е. Лискова. – М. : Издательство «Национальное образование», 2017.

## Интернет-ресурсы

<http://85.142.162.119/os11/xmodules/qprint/index.php?proj=756DF168F63F9A6341711C61AA5EC578>  
– ФИПИ. Открытый банк заданий ЕГЭ. Обществознание  
<http://soc.reshuege.ru/> - Решу ЕГЭ