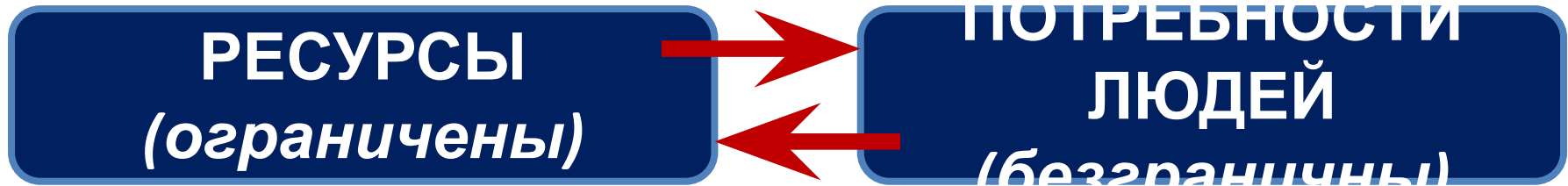


2.4 Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение.

РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ



ГЛАВНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ:



ЧТО ПРОИЗВОДИТЬ?

(как определить приоритеты в удовлетворении потребностей, какие товары и в каком количестве производить)



КАК ПРОИЗВОДИТЬ?

(какие доступные ресурсы привлечь и наиболее эффективно использовать, как организовать производство)



ДЛЯ КОГО ПРОИЗВОДИТЬ?

(как распределить произведенные товары, кто получает выгоду)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

ТИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ:



ТРАДИЦИОННАЯ



КОМАНДНАЯ



РЫНОЧНАЯ



СМЕШАННАЯ

РЫНОЧНАЯ СИСТЕМА

ProfitSCHOOL
профитский образовательный центр

Успешная карьера начинается с детства

- ✓ любая форма контактов продавцов и покупателей, на основе которых совершаются сделки купли-продажи.
- ✓ механизм, который соединяет вместе продавца и покупателя.
- ✓ совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы товара (услуги) вступают в контакт друг с другом с целью купли-продажи этого товара (услуги).



ОСНОВЫ РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЫ:

- 1) ПРАВО ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**
- 2) ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СВОБОДА**
- 3) КОНКУРЕНЦИЯ**

КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ



ОСНОВА РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА - СВОБОДА В ПРИНЯТИИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

**ПРЕДПРИНИМАТЕ
ЛИ**

- ✓ ПРИОБРЕТАЮТ ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА СВОЕМУ УСМОТРЕНИЮ
- ✓ ПРОИЗВОДЯТ ТЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ, КОТОРЫЕ СЧИТАЮТ НУЖНЫМИ
- ✓ РЕШЕНИЯ ПРИНИМАЮТ ЗА

**СОБСТВЕННИКИ
РЕСУРСОВ**

- ✓ ИСПОЛЬЗУЮТ РЕСУРСЫ ПО СВОЕМУ УСМОТРЕНИЮ



ПОТРЕБИТЕЛИ

- ✓ ПОКУПАЮТ ТЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ, КОТОРЫЕ ХОТЯТ И В ПРЕДЕЛАХ СВОИХ

ПОТРЕБИТЕЛИ

ГЛАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

СПРОС –

количество товаров
определенного вида,
которое покупатель
готов купить по
определенной цене

ЦЕ НА

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Е – количество
товаров, которое
продавец готов
предложить
покупателям в
конкретном месте и в
конкретное время

ЦЕНА — количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать), а покупатель согласен получить (купить) единицу товара.

ЦЕНА – денежное выражение стоимости (вложенные в производство

НЕ ПУТАТЬ ЦЕНУ И СТОИМОСТЬ!

СТОИМОСТЬ -

выраженные
в деньгах затраты
на производство
и реализацию товара

ЦЕНА -

количество денег,
в обмен на которые
продавец готов
передать (продать),
а покупатель
согласен получить
(купить) единицу
товара

СТОИМОСТЬ
Ь



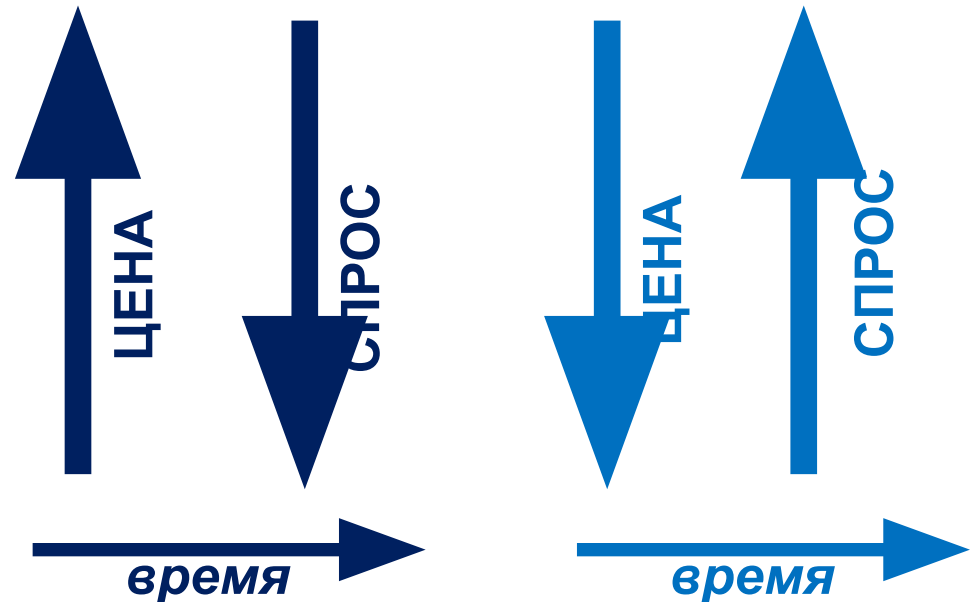
ЦЕНА

ЗАКОН СПРОСА


- ✓ ПРИ ПРОЧИХ РАВНЫХ УСЛОВИЯХ ПО НИЗКИМ ЦЕНАМ ПРОСЯТ ТОВАРА БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПО ВЫСОКИМ.
- ✓ ВЕЛИЧИНА СПРОСА НАХОДИТСЯ В ОБРАТНОЙ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ ЕДИНИЦЫ ТОВАРА.
- ✓ ЧЕМ НИЖЕ ЦЕНА ТОВАРА, ТЕМ ВЫШЕ НА НЕГО СПРОС.



ЗАКОН СПРОСА



ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СПРОС:

- 
- ✓ **ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА ТОВАР;**
 - ✓ **ИЗМЕНЕНИЯ В ДОХОДАХ ГРАЖДАН;**
 - ✓ **РЕКЛАМА, МОДА** (увеличение спроса на сотовые телефоны было связано с тем, что среди молодежи стало модно иметь «мобильник»);
 - ✓ **ИЗМЕНЕНИЯ В СТРУКТУРЕ НАСЕЛЕНИЯ** (рост числа пенсионеров увеличивает спрос на лекарства);
 - ✓ **ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ДРУГИЕ ТОВАРЫ** (рост цен на сливочное масло вызовет повышение спроса на маргарин);
 - ✓ **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ПРАВИТЕЛЬСТВА** (денежные пособия, выплачиваемые государством малоимущим слоям населения, увеличивает спрос на товары, потребляемые этой группой населения).



НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ
СПРОСА

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ProfitSCHOOL

детский образовательный центр

Успешная карьера начинается с детства

ЭЛАСТИЧНОСТЬ (*elasticity*) — процентное изменение величины спроса при изменении цены на 1%.

$$E > 1$$

• СПРОС
ЭЛАСТИЧЕН

При снижении цены
возрастает количество
продаж и
увеличивается общая
выручка.

$$E = 1$$

• ЕДИНИЧНАЯ
ЭЛАСТИЧНОС
ТЬ

Сниженная цена
компенсируется ростом
продаж, общая выручка
остается неизменной.

$$E < 1$$

• СПРОС
НЕЭЛАСТИ
ЧЕН

Снижение цены
незначительно изменяет
объем продаж, общая
выручка *снижается.*

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ

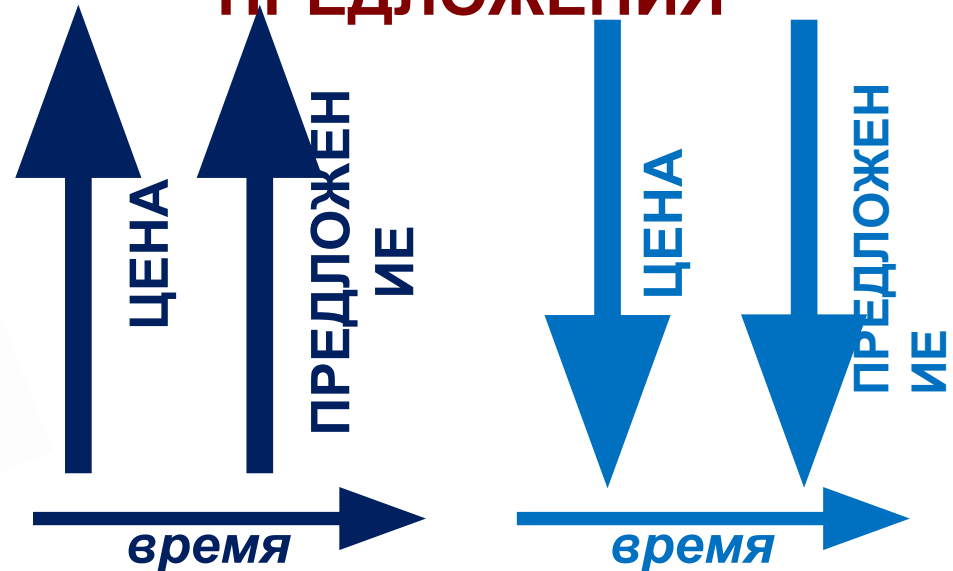
ProfitSCHOOL
детский образовательный центр

Успешная карьера начинается с детства

- ✓ ПРИ ПРОЧИХ РАВНЫХ УСЛОВИЯХ ПО ВЫСОКИМ ЦЕНАМ ПРОДАВЦЫ ПРЕДЛОЖАТ БОЛЬШЕ ТОВАРА, ЧЕМ ПО НИЗКИМ ЦЕНАМ.
- ✓ ЧЕМ ВЫШЕ ЦЕНА ТОВАРА, ТЕМ БОЛЬШЕ ЭТИХ ТОВАРОВ ПРЕДЛАГАЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ И, ЧЕМ НИЖЕ ЦЕНА, ТЕМ МЕНЬШЕ ТОВАРОВ БУДЕТ ПРЕДЛОЖЕНО К ПРОДАЖЕ.
- ✓ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ВОЗРАСТАЕТ С УВЕЛИЧЕНИЕМ ЦЕНЫ И ПАДАЕТ ПРИ ЕЕ СНИЖЕНИИ.



ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

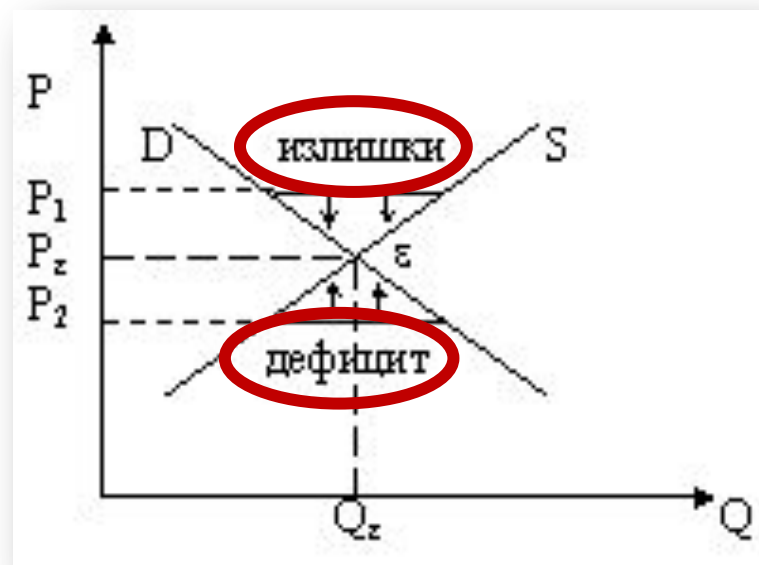
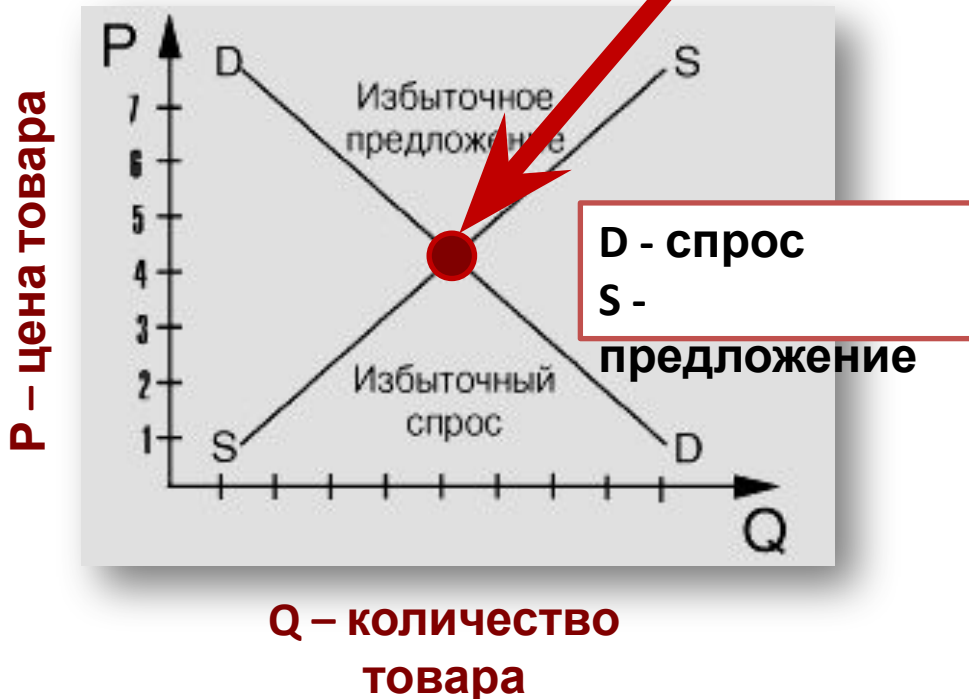
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА ТОВАР;
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА (в результате технических нововведений, изменения налоговой политики, стоимости сырья);
- ✓ ВЫХОД НА РЫНОК НОВЫХ ФИРМ (что увеличивает предложение);
- ✓ ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ДРУГИЕ ТОВАРЫ (уход фирм из отраслей уменьшит предложение);
- ✓ ФОРС-МАЖОРНЫЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА (природные катастрофы, революции, войны вызовут сокращение предложения).

НЕЦЕНОВЫЕ
ФАКТОРЫ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ



РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА

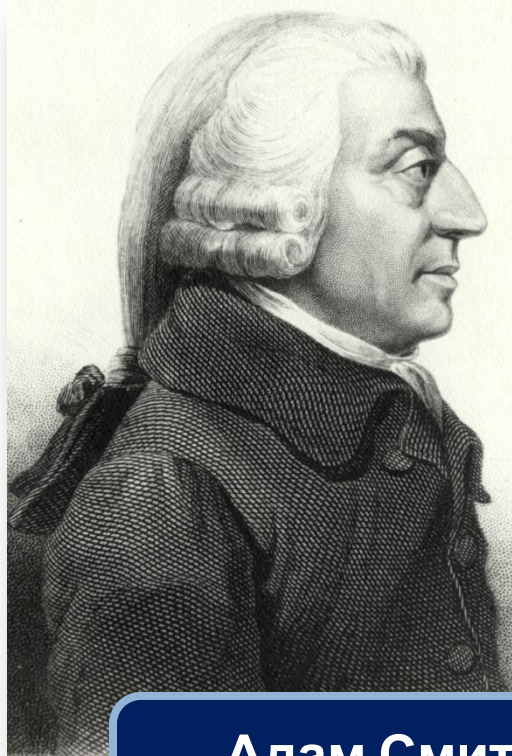
- цена при которой величина спроса равна величине предложения.



Рыночное равновесие возникает, когда спрос равен предложению. Рыночный механизм автоматически устраняет избыток и дефицит товаров и устанавливает равновесную цену.

НЕВИДИМАЯ РУКА РЫНКА

В ЗДОРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ РЫНОК
САМОРЕГУЛИРУЕТСЯ, СОХРАНЯЕТСЯ РЫНОЧНОЕ
РАВНОВЕСИЕ – ПРИМЕРНОЕ РАВЕНСТВО СПРОСА И
ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТОВАР.



Адам Смит
(1723-1790)



КООРДИНИРУЕТ РЕШЕНИЯ
ПОКУПАТЕЛЕЙ И ПРОДАВЦОВ

ФУНКЦИИ РЫНКА

ПОСРЕДНИЧЕСКАЯ

- между производителями и потребителями

ЦЕНООБРАЗУЮЩАЯ

- реализуется в ходе конкуренции и установления равновесной цены

ИНФОРМАЦИОННАЯ

- сообщает о размерах производства и удовлетворении потребительского спроса

РЕГУЛИРУЮЩАЯ

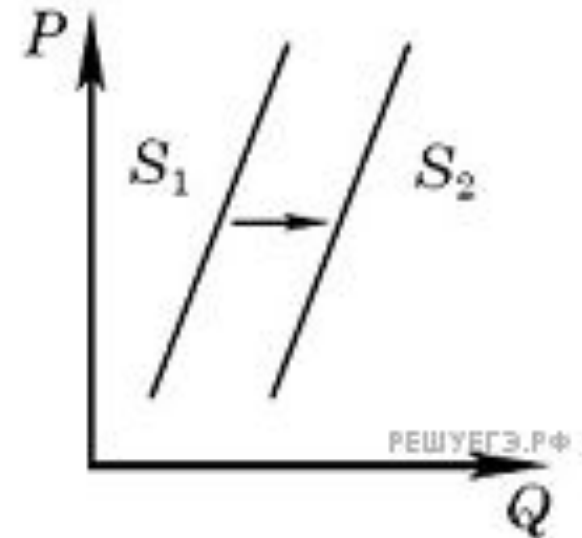
- перетекание капитала из менее выгодных областей в более выгодные

САНИРУЮЩАЯ

- освобождение экономики от неэффективной хозяйственной деятельности

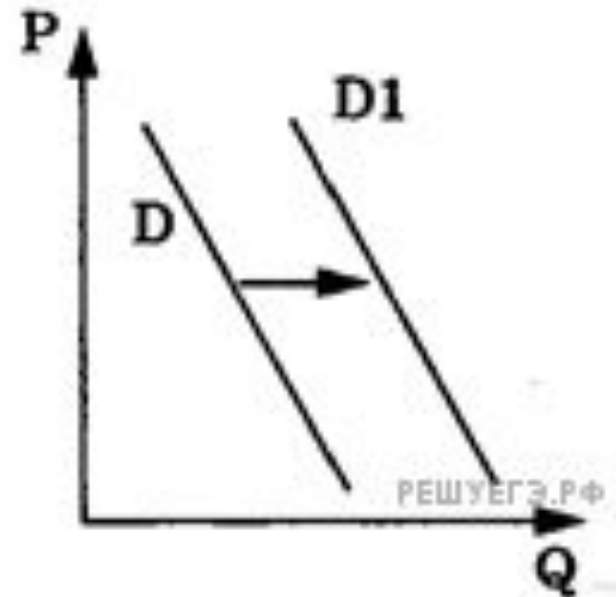
На графике отражена ситуация на рынке автомобильного бензина: линия предложения S_1 переместилась в новое положение – S_2 (P — цена товара, Q — количество товара). Какие из перечисленных факторов могут вызвать такое изменение? Запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) увеличение добычи нефти
- 2) рост акцизов на бензин
- 3) начало сезона сельскохозяйственных работ
- 4) появление на рынке новых компаний по производству бензина
- 5) сокращение продаж автомобилей



На рисунке отражены изменения спроса на легковые автомобили на соответствующем рынке: линия спроса D переместилась в новое положение $D1$ (P — цена товара, Q — количество товара). Это перемещение связано, в первую очередь, с

- 1) совершенствованием технологии производства автомобилей
- 2) уменьшением издержек производителей автомобилей
- 3) уменьшение стоимости услуг общественного транспорта
- 4) увеличением доходов населения
- 5) резким снижением цен на бензин

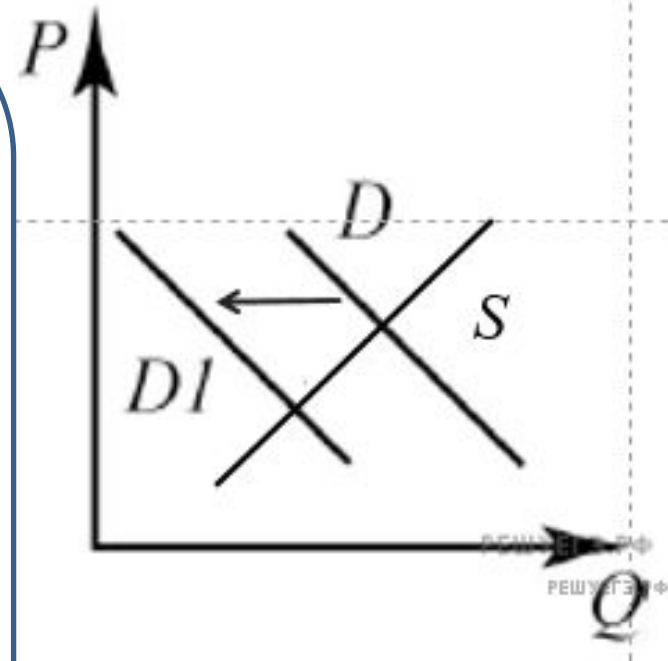


1) ответ на первый вопрос: равновесная цена сократилась;

2) ответ на второй вопрос (одно обстоятельство (фактор) с объяснением влияния), например: в государстве Z сократилась средняя стоимость на ноутбуки, это приводит к тому, что люди начинают меньше покупать стационарные компьютеры, отдавая предпочтение их субститутам (товарам-заменителям) — ноутбукам, в итоге сокращается спрос на стационарные компьютеры;

Ответ на второй вопрос засчитывается только при правильном указании обстоятельства/фактора и объяснения).

3) ответ на третий вопрос: появление нового крупного производителя компьютерной техники на рынке государства Z приведёт к увеличению предложения и сокращению равновесной цены.
(Ответ на третий вопрос засчитывается только при правильном указании изменения спроса и равновесной цены.)



1) *ответ на первый вопрос: равновесная цена уменьшилась;*

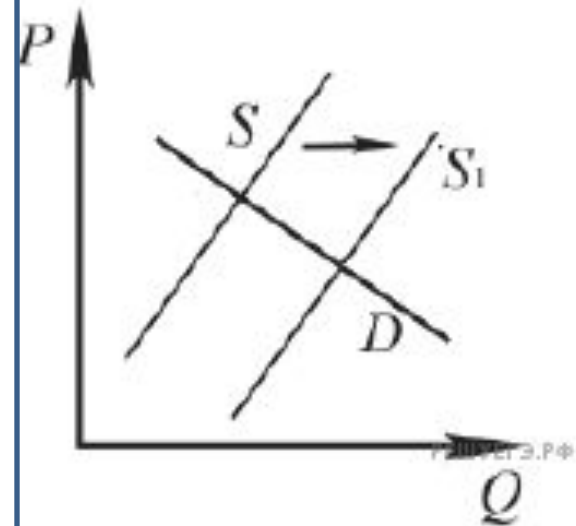
2) *ответ на второй вопрос (одно обстоятельство (фактор) с объяснением влияния), например: благодаря появлению на рынке более дешёвой и качественной косметики, которую используют в салонах красоты для оказания парикмахерских услуг, сократились издержки на них, что привело к росту предложения данных услуг; (Может быть названо и объяснено другое обстоятельство / другой фактор.)*

Засчитывается только объяснение, данное применительно к рынку, указанному в тексте задания. Ответ на второй вопрос засчитывается только при правильном указании обстоятельства/фактора и объяснения).

3) *ответ на третий вопрос: рост доходов населения приведёт к увеличению спроса и увеличению равновесной цены.*

(Ответ на третий вопрос засчитывается только при правильном указании изменения спроса и равновесной цены.)

Элементы ответа могут быть представлены в других формулировках



КОНКУРЕНЦИЯ (*competition*)

экономическое соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее полную реализацию своих экономических интересов.

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

✓ отсутствуют

искусственно созданные преимущества.

✓ фирма – получатель цены (т.е. не может влиять на цену своего товара).

✓ совершенная конкуренция в чистом виде не встречается

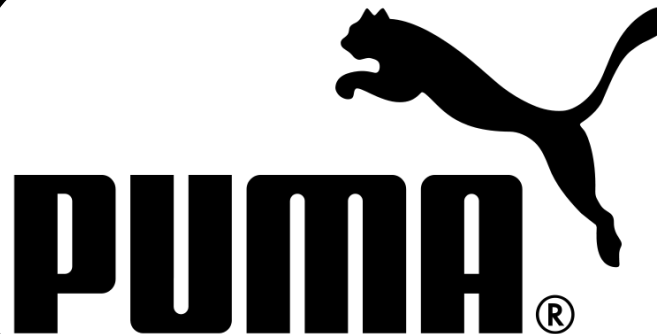
НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

**НЕСОВЕРШЕННАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ**
(imperfect competition) – рынок, на котором отсутствует хотя бы одно из условий совершенной конкуренции.

НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ

рынок со свободной конкуренцией



стратегически.



ТЕНДЕНЦИИ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

производители заинтересованы в проведении совместных действий и в достижении договоренности о разделе рынка, поскольку это сулит получение монопольной прибыли



НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

ProfitSCHOOL
детский образовательный центр

Успешная карьера начинается с детства

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ

ОЛИГОПОЛИЯ

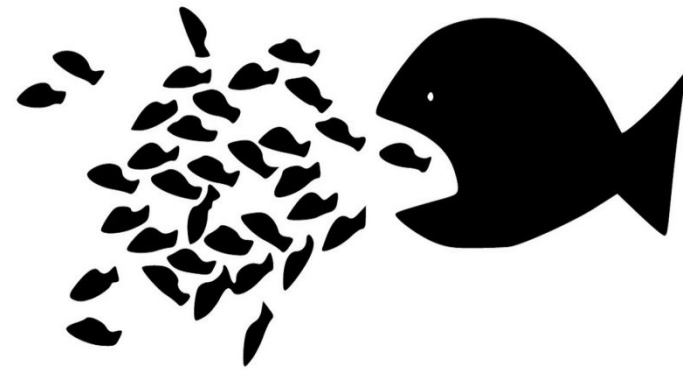
МОНОПОЛИЯ

МИРОВОЙ
РЫНОК

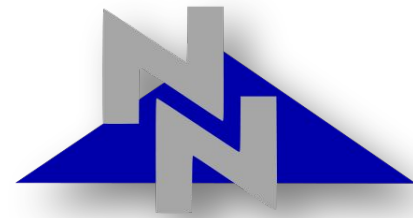


МОНОПОЛИЯ -

(от греч. *μονο* — один и *πωλέω* — продаю) деятельность в условиях отсутствия значимых конкурентов



- ✓ одна фирма;
- ✓ продукт уникальный;
- ✓ вход заблокирован;
- ✓ цена монополиста.



НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ

МОСВОДОКАНА Л





ПОЗИТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ КОНКУРЕНЦИИ

ProfitSCHOOL
детский образовательный центр

Успешная карьера начинается с детства

- СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА
- БЫСТРОЕ ВНЕДРЕНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ НТР
- В ПРОИЗВОДСТВО
- ГИБКОЕ ПРИСПОСОБЛЕНИЕ К СПРОСУ
- ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ
- РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА
- ТОВАРОВ И УСЛУГ
- ПРЕПЯТСТВИЕ К ЗАВЫШЕНИЮ ЦЕН
- НА ТОВАРЫ И УСЛУГИ



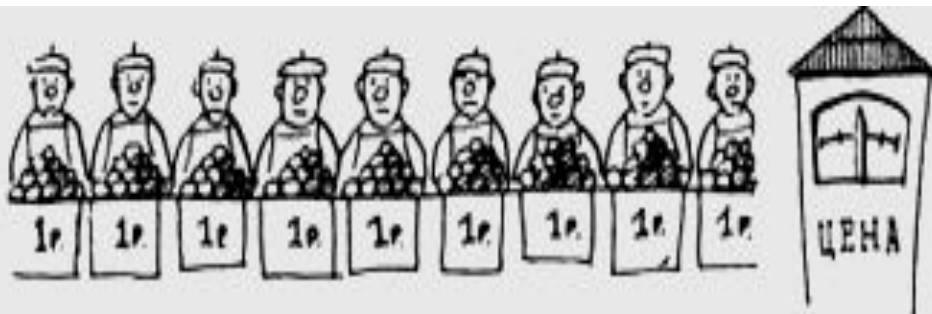
НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ КОНКУРЕНЦИИ

ProfitSCHOOL
детский образовательный центр

Успешная карьера начинается с детства

- СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ БЕЗРАБОТИЦЫ,
- ИНФЛЯЦИИ, БАНКРОТСТВА
- ПЕРЕПРОИЗВОДСТВО ТОВАРОВ
- ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ
- УВЕЛИЧЕНИЕ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ И СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ИХ НЕСПРАВЕДЛИВОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ
- ЧРЕЗМЕРНАЯ ЭКСПЛУАТАЦИЯ РЕСУРСОВ
- ТЕНДЕНЦИЯ К МОНОПОЛИЗАЦИИ

СОВЕРШЕННАЯ



МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ



МОНОПОЛИЯ



МОНОПСОНИЯ



АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В РФ

ProfitSCHOOL
детский образовательный центр

... старт начинается с детства

✓ Конституция РФ, статья 34.

- 1. Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности.*
- 2. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию.*



- ✓ ФЗ «О защите конкуренции»
- ✓ ФЗ «О естественных монополиях»
- ✓ ФЗ «О защите прав потребителей»



Рынок школьной одежды города Z поделён между пятью крупными компаниями, другие производители не представлены. Какой тип конкурентного рынка иллюстрирует этот пример? Свой ответ поясните. Назовите любые два других типа конкурентных рынков.

- 1) тип по условию — олигополия;
- 2) пояснения, например: рынок поделён между несколькими фирмами, которые определяют ценовую политику и закрыли доступ на рынок другим производителям; (Может быть приведено другое пояснение.)
- 3) другие типы:
 - рынок чистой (совершенной) конкуренции;
 - рынок монополистической конкуренции;
 - монополия.

типами конкуренции: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

А) Услуги телефонной связи в стране Z осуществляют три конкурирующие компании.

Б) На сельскохозяйственном рынке городка N представлена продукция местных фермерских и индивидуальных хозяйств.

В) В городе P большую популярность имеют многочисленные фирмы, оказывающие услуги по мелкому бытовому ремонту.

Г) Компания «Соль и море» является единственным поставщиком поваренной соли для продуктовых магазинов региона.

Д) Компания «Цифровой мир» вывела на рынок города B сигнализацию с функцией смс-оповещения владельца. Через непродолжительное время другие производители сигнализации ушли с рынка города.

- 1) чистая конкуренция
- 2) олигополия
- 3) чистая монополия

21133

Ниже приведен перечень терминов. Все они, за исключением двух, характеризуют понятие «конкуренция».

- 1) монополия
- 2) моносония
- 3) кооператив
- 4) олигополия
- 5) совершенная конкуренция
- 6) корпорация

Установите соответствие между характеристиками и видами конкуренции (конкурентных рынков): к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

А) Большое количество фирм производит разнообразную продукцию и имеет возможность отчасти контролировать цены на неё.

Б) При этой рыночной структуре господствует несколько крупных фирм.

В) Барьеры для входа на рынок трудно преодолимы.

Г) Участники рынка не могут повлиять на ценообразование.

Д) Множество фирм производит одинаковую продукцию и не имеет возможности контролировать цены на неё.

1) олигополия

2) чистая (совершенная) конкуренция

3) монополистическая конкуренция

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

Используя обществоведческие знания, составьте сложный план, позволяющий раскрыть по существу тему «Ценообразование в условиях рынка». План должен содержать не менее трёх пунктов, из которых два или более детализированы в подпунктах.

1. Понятие ценообразование.

2. Ценообразование в зависимости от типа экономической системы:

а) командно — административная экономическая система: директивное ценообразование.

б) рыночная — ценообразование зависит от спроса и предложения. (от продавца и потребителя)

в) традиционная — отсутствие товарно-денежных отношений

г) смешанная — частичный контроля за ценообразованием со стороны государства.

3. Рыночное ценообразование:

а) закон спроса;

б) закон предложения.

4. Особенности регулирования ценообразования в условиях современного рынка в РФ.

а) ограничение цен на услуги естественных монополий.

б) установление цен на товары и услуги госкорпораций.

5. Ценообразование в различных типах рынка:

а) цена на рынке «чистой конкуренции».

б) цена на рынке монополистической конкуренции.

в) цена на монополистическом рынке.

Внешние эффекты (экстерналии) - издержки или выгоды третьих лиц, не участвующих в рыночной сделке

Положительные внешние эффекты – неоплачиваемые выгоды, получаемые третьими лицами, а не производителями и потребителями товаров и услуг

Отрицательные внешние эффекты – возникают, если деятельность одного экономического агента вызывает издержки других

пчеловод принесет пользу фермерам, если пчелы опылят их растения

загрязнение окружающей среды

Сущность проблемы внешних эффектов - неэффективное размещение и использование ресурсов и продуктов в экономике вследствие расхождения частных и социальных издержек или частной и общественной выгоды

Спрос и предложение

<https://soc-ege.sdamgia.ru/test?id=82735>

56

Конкуренция

<https://soc-ege.sdamgia.ru/test?id=6644498>