

2. 4 Рынок и рыночный механизм. Спрос и предложение

Изучаем

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

2. Виды рынков

Основа классификации	Виды рынков
Действующее законодательство	<ul style="list-style-type: none">□ Легальный (законный)□ Нелегальный (теневой)
Товары и услуги	<ul style="list-style-type: none">□ Потребительских товаров□ Средств производства□ Рабочей силы□ Инвестиций□ Ценных бумаг и др.
Пространственный признак	<ul style="list-style-type: none">□ Мировой□ Региональный□ Национальный□ Местный
Тип конкуренции	(См. след. слайд)

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

Виды конкурентных рынков

Рынок чистой (совершенной) конкуренции	Конкурируют множество производителей однотипных товаров, никто не может захватить такую долю рынка, чтобы навязывать остальным участникам свои условия	Н – р, рынок сельскохозяйственной продукции
Рынок монополистической конкуренции	Множество конкурирующих фирм, предлагающих различающиеся товары, удовлетворяющие одну и ту же потребность	Н – р, рынок продуктов питания, обуви, одежды, косметики
Рынок олигополии	Одинаковые или схожие товары производятся небольшим количеством фирм, которые поделили рынок и конкурируют между собой	Н – р, рынок мобильной связи, авиаперевозок..
Рынок монополии	Один производитель, который устанавливает цену выше, а товаров производит меньше, чем в условиях конкуренции	Н – р, железнодорожные перевозки

- **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.

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.

3. 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:

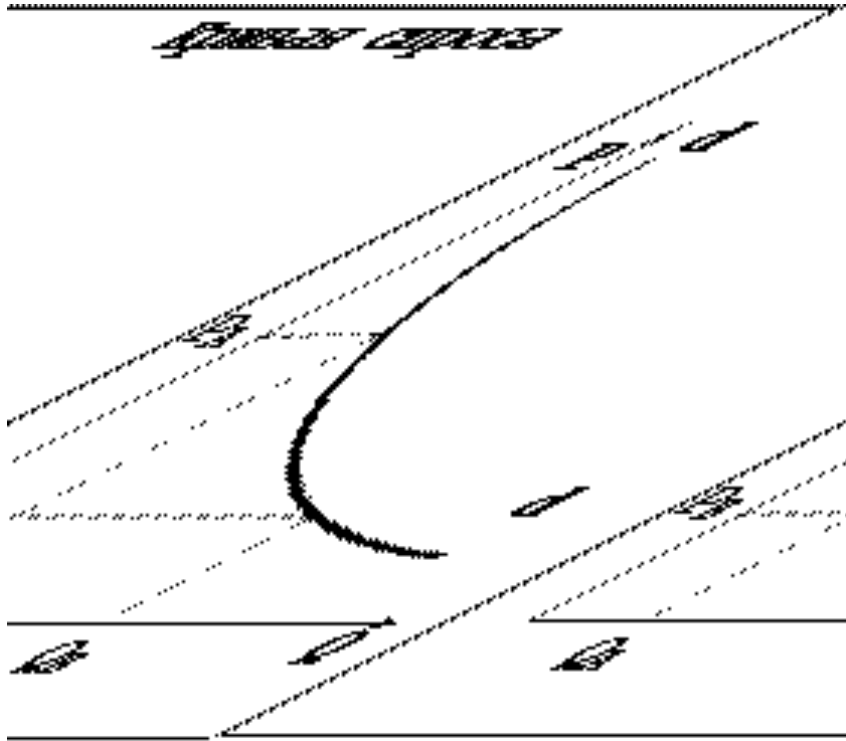
- ✓ спрос – зависимость товара определенного вида, который потребители готовы купить, от цен, по которым эти товары предлагаются;
- ✓ спрос на товары предъявляют потребители;
- ✓ величина спроса складывается в определенный период времени, под воздействием конкретных факторов, и она может изменяться,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

Наглядно закон спроса



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

Факторы, влияющие на формирование спроса

❖ ТИП ТОВАРА

Товары низшей категории (по мере роста доходов потребителей спрос падает, их заменяют более качественными нормальными товарами)

Нормальные товары (чем выше доходы людей, тем выше спрос)

Товары престижного спроса (главное свойство товара – высокая цена, не всегда связанная с качеством) .
Спрос зависит от численности группы потребителей

□Приведите примеры каждого типа товара

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)

Факторы, влияющие на формирование спроса

- ❖ **Доходы потребителей**
- ❖ **Численность и половозрастной состав покупателей**
- ❖ **Религиозно – культурные традиции, влияющие на потребление**
- ❖ **Ожидания относительно динамики цен в будущем**
- ❖ **Сезонность**

□ *Приведите примеры каждого вида факторов, влияющих на формирование спроса*

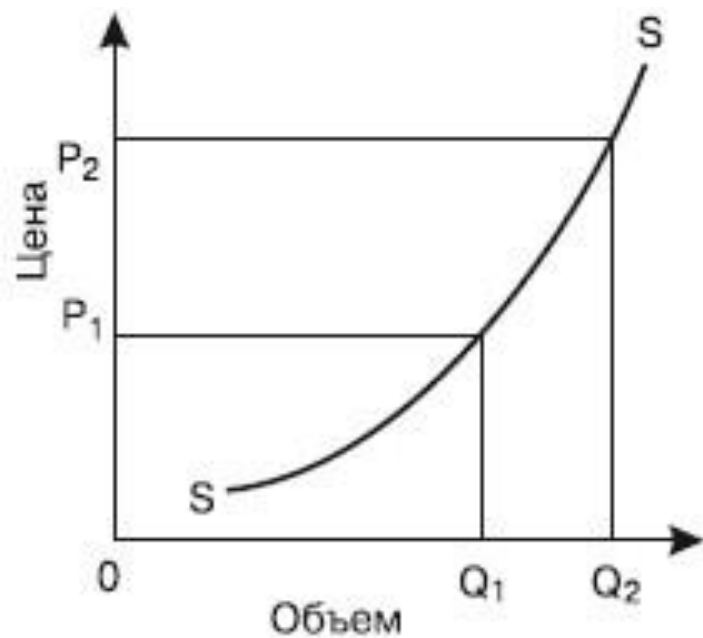
4. Понятие «предложение» , закон предложения, факторы формирования предложения

- **Предложение** - сложившаяся на рынке в некоторый период времени зависимость количества товара определенного вида, который производители/ продавцы готовы предложить (величины предложения), от цен по которым этот товар может быть продан.

Обратим внимание на следующие аспекты:

- ✓ предложение формируется на стороне продавца/производителя: продавец/производитель предлагает к продаже свой товар;
- ✓ зависимость количества товара определенного вида, которое производитель/продавец готовы сбыть, от цен, по которым этот товар может быть продан;
- ✓ зависимость, сложившаяся на рынке в определенный период времени (которая динамично изменяется под воздействием различных факторов)

Наглядно закон предложения



- Предложение обычно представляют в форме кривой предложения, где
- S – кривая предложения
- P – цена товара
- Q – количества товара

- Ученые – экономисты сформулировали закон предложения.

Закон предложения: как правило, рост цен вызывает увеличение количество выпускаемых / предлагаемых к продаже товаров, а снижение цен – уменьшение этого количества

Факторы, влияющие на формирование предложения

Стоимость факторов производства
(приобретение сырья, аренда помещения, заработная плата и др.)

В условиях повышения их стоимости фирма будет сокращать их закупку или искать более дешевые. Удорожание факторов производства ведет к повышению цены и может сделать товар неконкурентноспособным.

Используемые технологии

Внедрение новых технологий 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 и наоборот

Факторы, влияющие на формирование предложения

Налоги и субсидии

- *Налоги, как надбавка к цене, повышает цену товара, предложение снижается.*
- *Предоставление субсидий – это безвозмездная передача средств на определенные 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.

5. Механизм цен

- **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 и продавать 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 объем товаров, чем потребители готовы приобрести по такой цене.
- На непродолжительное время рынок достигает **равновесия**, когда объем 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.

Источники:

- <http://www.yurikozhin.ru/>
- Обществознание. 10 класс. Модульный триактив-курс / О. А. Котова, Т. Е. Лискова. М. «Национальное образование», 2017.