

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

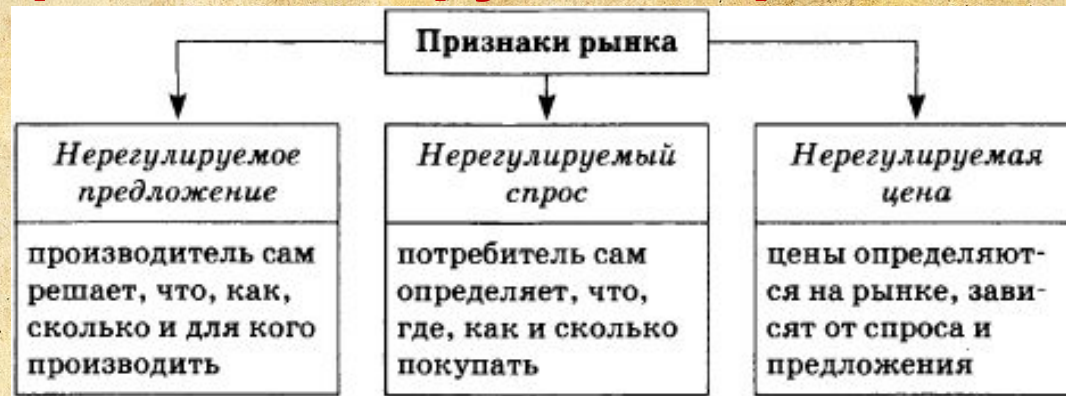
Рыночный механизм

С точки зрения экономической науки и экономической практики в разных странах мира на сегодня нет более эффективного механизма развития экономики, чем рынок.

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



Признаки и функции рынка



| Наименование функции | Её содержание |
|------------------------------|---|
| Посредническая | Соединение производителей товаров и их потребителей |
| Ценообразования | Установление <i>равновесной цены</i> на тот или иной вид товара — <i>цены, при которой спрос на товар равен предложению товара</i> |
| Информационная | Предоставление информации о размерах того или иного производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары |
| Регулирующая | «Перетекание» капиталов из менее выгодных отраслей производства с пониженными ценами в более прибыльные отрасли с повышенными ценами |
| Санитарная (оздоровительная) | «Освобождение» экономики от неэффективной хозяйственной деятельности: банкротство (несостоятельность, крах) нерентабельных предприятий и процветание общественно полезных производств |

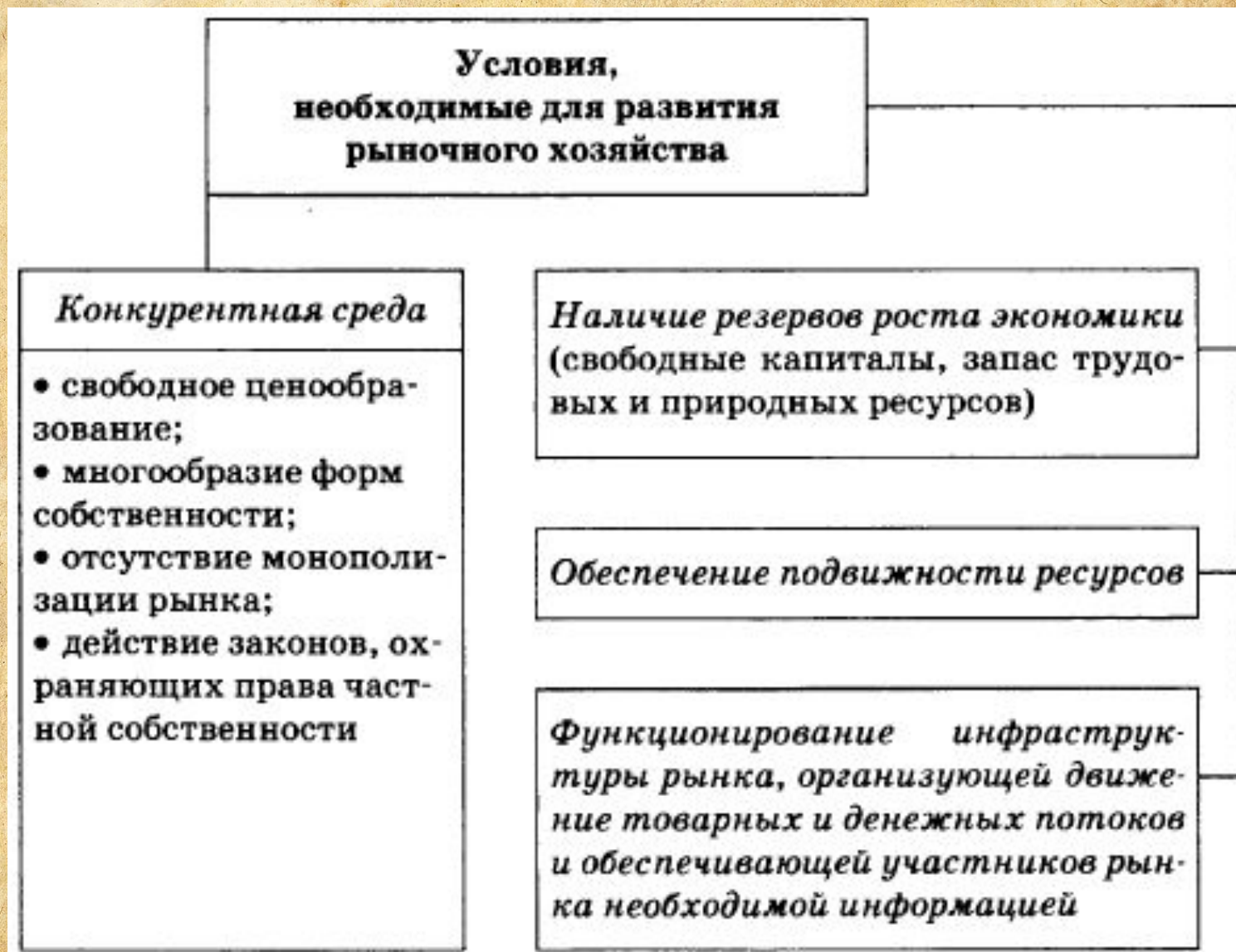
Черты рынка

| Позитивные | Негативные |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">— Способствует эффективно-му распределению ресурсов, направляя их в те отрасли, где они в данный момент более всего необходимы, т.е. объективно формирует структуру производства.— Стимулирует научно-технический прогресс и тем самым способствует ресурсосбережению в обществе.— Направляет всю экономическую деятельность на удовлетворение потребностей человека и общества, т. е. создаёт материальную заинтересованность производить то, в чём есть потребность.— Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности, опираясь на принципы саморегуляции и сопоставляя экономические интересы | <ul style="list-style-type: none">— Не гарантирует решение таких социально-экономических проблем, как безработица, инфляция, защита окружающей среды, обеспечение экономической безопасности, развитие фундаментальной науки.— Распределяет продукты по результатам конкуренции, что рождает социальное неравенство.— Порождает тенденцию к монополизации производства, поскольку необходимость защиты от конкурентов приводит к сговорам и слияниям; научно-технический прогресс вызывает необходимость концентрации и накопления капитала.— Не решает проблему внешних затрат (эффектов), т. е. затрат, не отражённых в ценах рынка, которые ложатся на плечи общества.— Не может решить все региональные проблемы, которые связаны, прежде всего, с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов.— Способствует циклическому развитию, в основе которого лежит необходимость обновления капитала |

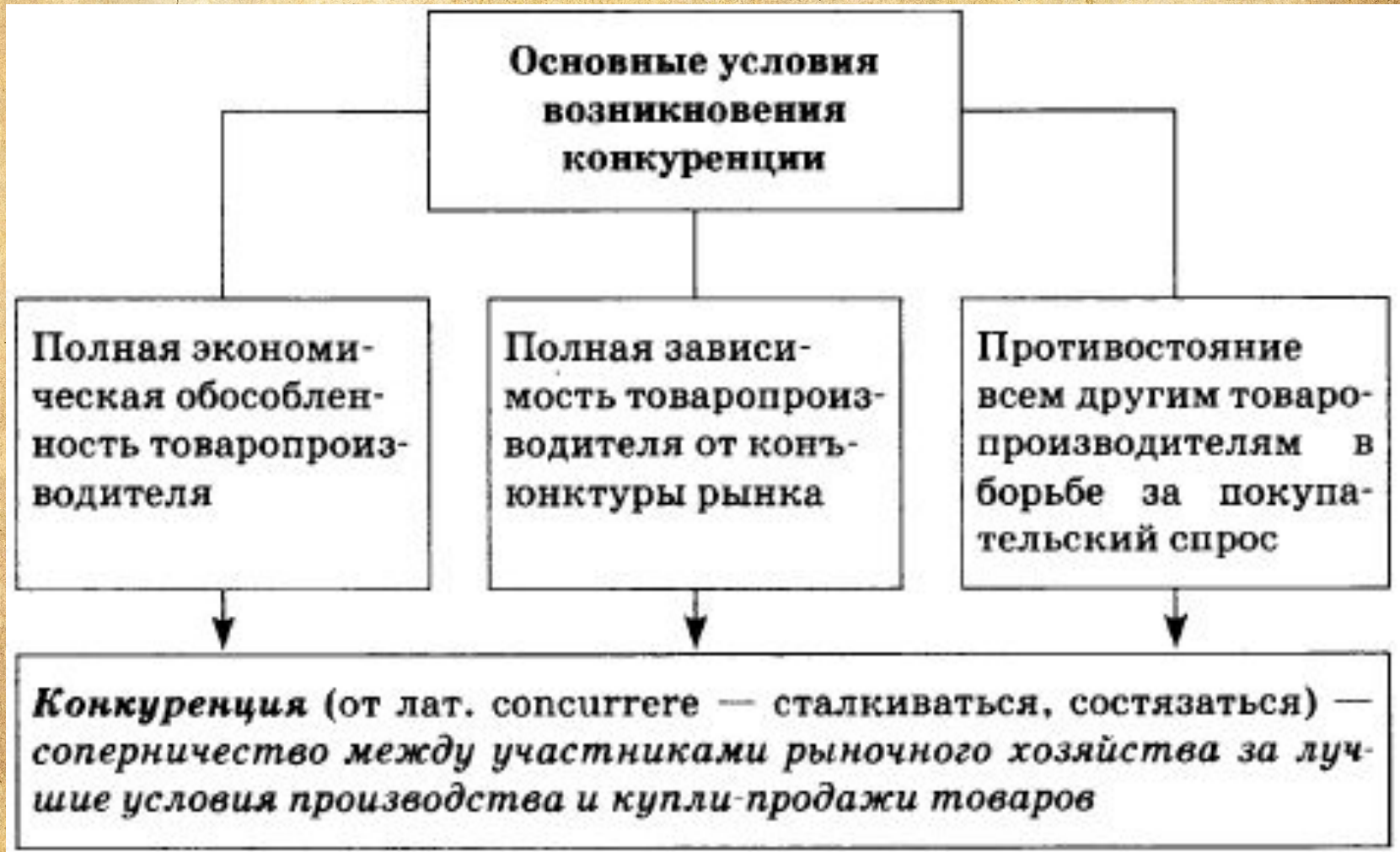
Классификация рынков

| Основа классификации | Виды рынков |
|------------------------------|--|
| Действующее законодательство | <i>Легальный (законный); нелегальный (теневой)</i> |
| Объекты купли-продажи | <i>Товаров (товарные биржи, ярмарки, аукционы и т. д.) и услуг; факторов производства (труда, капитала (денег, ценных бумаг), земли, интеллектуальных продуктов и информации); жилья и прочих сооружений</i> |
| Пространственный признак | <i>Мировой; национальный; региональный; местный</i> |
| Тип конкуренции | <i>Совершенной (чистой) конкуренции; несовершенной конкуренции (монопольственной конкуренции, олигополии, монополии)</i> |
| Географический признак | <i>Внутренний; внешний</i> |
| Характер продаж | <i>Оптовый; розничный</i> |
| Уровень насыщенности | <i>Равновесный; избыточный; дефицитный</i> |
| Степень регулируемости | <i>Регулируемый; нерегулируемый</i> |

Факторы развития рыночной экономики



Конкуренция



Черты конкуренции

| Позитивные | Негативные |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">— Снижение затрат.— Ограничение возможности возникновения монополий (от гр. <i>monos</i> — один, <i>poleo</i> — продаю), 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 | <ul style="list-style-type: none">— Постоянное разорение многих товаропроизводителей.— Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу.— Использование нечестных методов борьбы:<ul style="list-style-type: none">• подкуп работников и шантаж;• сокрытие дефектов в товарах;• подделка продукции конкурентов;• промышленный шпионаж и др.— Чрезмерная эксплуатация ресурсов.— Экологические нарушения |

Характерные черты типов конкуренции

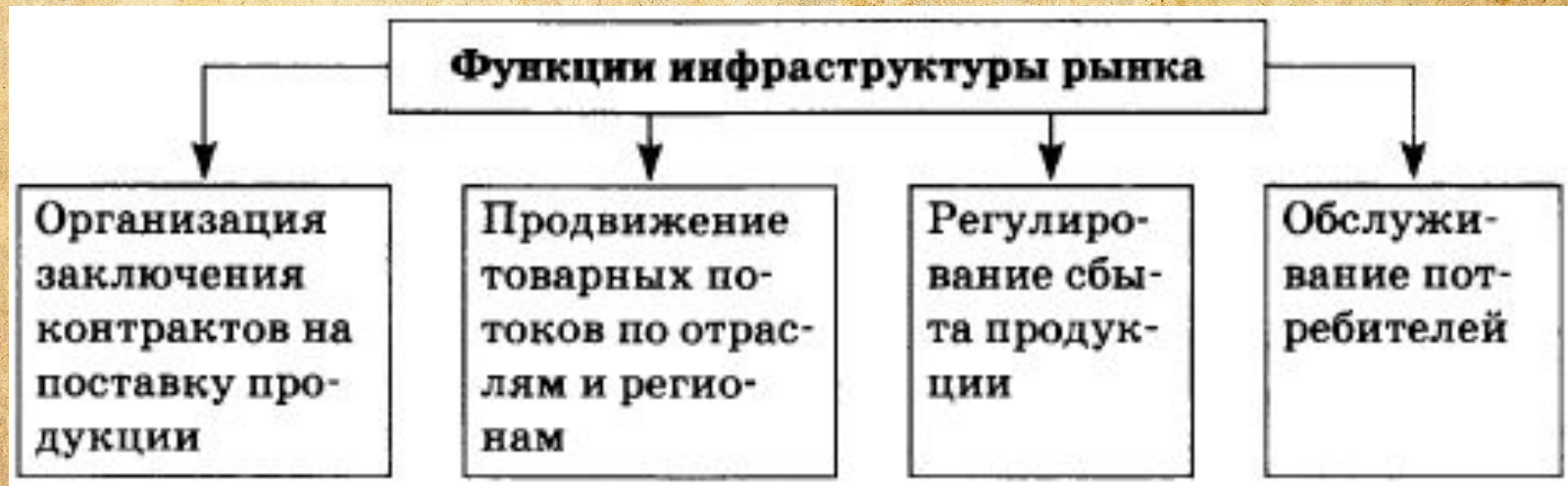
| Линии сравнения | Совершенная (чистая) конкуренция | Несовершенная конкуренция | | |
|-----------------------|----------------------------------|------------------------------------|--|--|
| | | Монополистическая | Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю) | Чистая монополия |
| 1. Число фирм | Очень много | Много мелких | Несколько (3–5 фирм) | Одна |
| 2. Тип товаров | Одинаковые изделия | Разные изделия сходного назначения | Одинаковые или различные изделия | Уникальный товар, не имеющий заменителей |
| 3. Контроль над ценой | Отсутствует | Некоторый, но в узких рамках | Ограниченный взаимной зависимостью, значителен при сговоре | Значительный, фирма сама устанавливает рыночную цену |

Характерные черты типов конкуренции

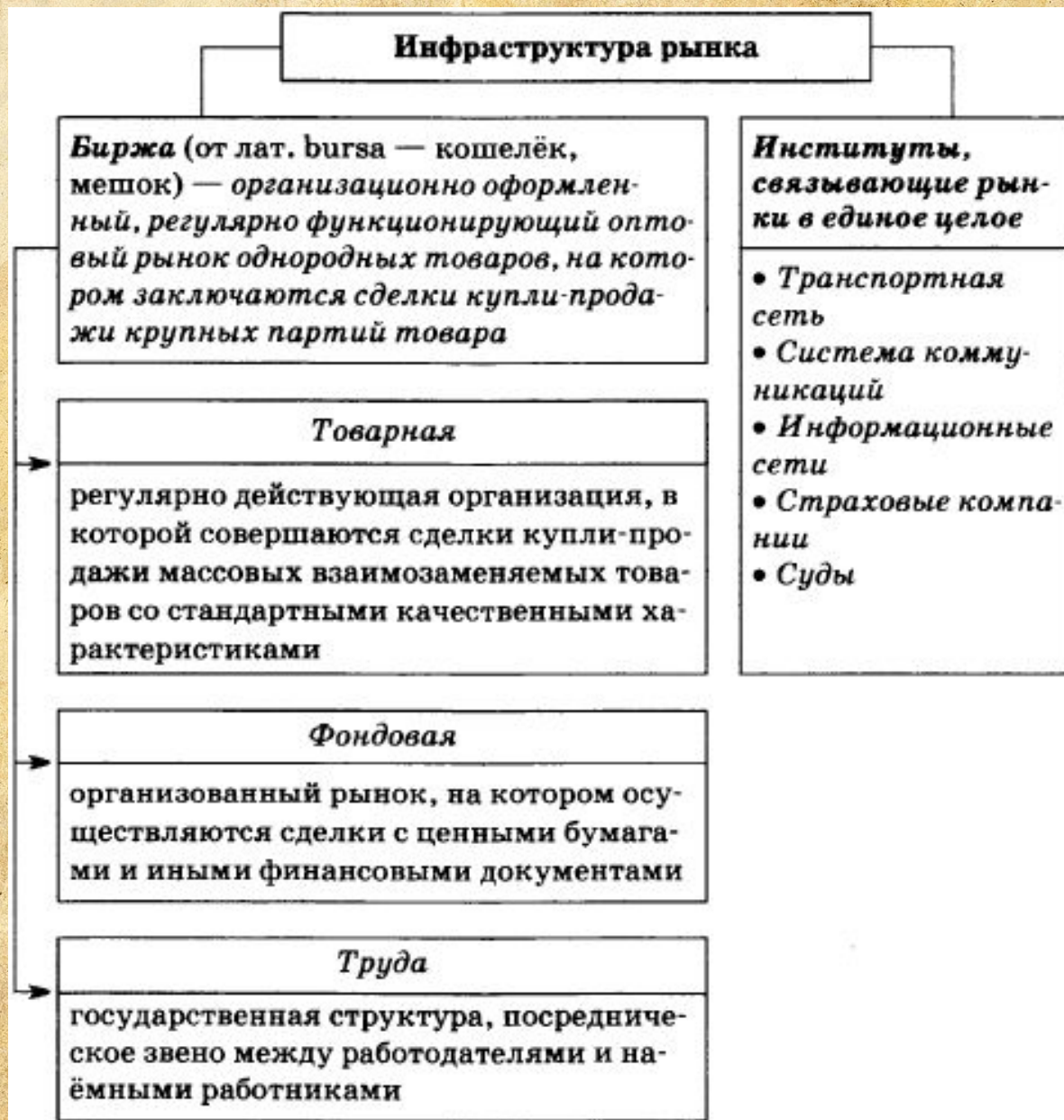
| Линии сравнения | Совершенная (чистая) конкуренция | Несовершенная конкуренция | | |
|--------------------------------|---|--|---|---|
| | | Монополистическая | Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю) | Чистая монополия |
| 4. Условия вхождения в отрасль | Очень лёгкие, нет препятствий | Сравнительно лёгкие | Существенные препятствия | Нет вхождения |
| 5. Пример отраслей | Сельское хозяйство, бытовые услуги | Розничная торговля, производство одежды, обуви, мебели, аптеки, рестораны | Производство стали, автомобилей, сельхозмашин, инвентаря, авиатранспорта и др. | Электроэнергетика, железнодорожные перевозки, местные предприятия коммунального хозяйства |
| 6. Определение | <i>Рыночная система, когда многочисленные, независимо действующие производители продают одинаковую продукцию, причём ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену</i> | <i>Рыночная система, когда многочисленные производители продают схожие товары, стремясь придать им реальные или мнимые уникальные качества</i> | <i>Рынок, на котором доминирует несколько фирм, т. е. несколько продавцов противопоставлены множеству покупателей</i> | <i>Рынок, на котором один продавец противопоставлен множеству покупателей</i> |

Инфраструктура рынка и ее функции

Инфраструктура рынка - совокупность рыночных институтов, обслуживающих рыночное хозяйство.



Инфраструктура рынка



Спрос и предложение

Спрос —

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

Предложение —

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

Величина спроса —

это объём (количество) товара определённого вида (в натуральном измерении), который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести в течение определённого периода при определённом уровне цены на этот товар

Величина предложения —

это объём (количество) товара определённого вида (в натуральном измерении), который производители готовы (хотят и могут) предложить в течение определённого периода при определённом уровне цены на этот товар

Графики спроса и предложения

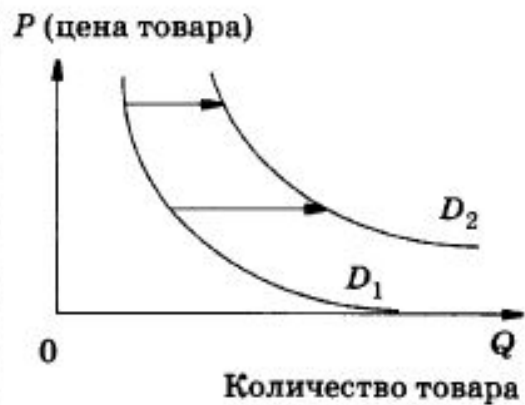


График 1. Изменение спроса

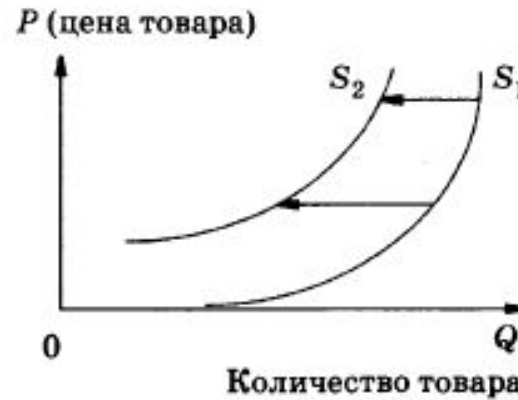


График 3. Изменение предложения

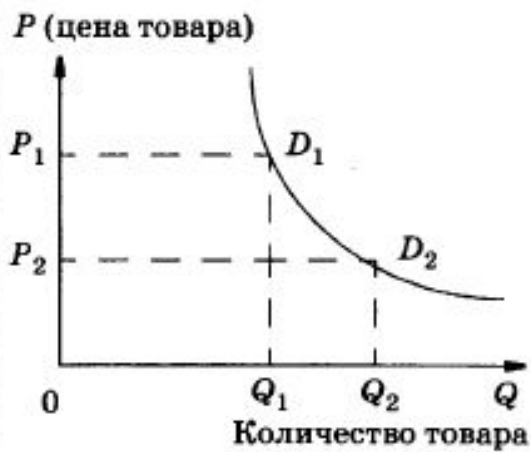


График 2. Изменение величины спроса



График 4. Изменение величины предложения

Законы спроса и предложения

Цена спроса — максимальная цена, по которой потребители готовы купить некоторое количество товара за определённый период времени.

Цена предложения — минимальная цена, по которой продавцы готовы продать некоторое количество данного товара за определённый период времени.

Закон спроса: повышение цен обычно ведёт к снижению величины спроса, а снижение цен — к её увеличению.

Закон предложения: повышение цен обычно ведёт к росту величины предложения, а снижение цен — к её уменьшению.

Неценовые факторы спроса

| Наименование фактора | Его сущность |
|--|---|
| Вкусы и предпочтения потребителей | Благоприятное для данного товара изменение потребительских вкусов или предпочтений, вызванное рекламой или изменением моды, будет означать, что спрос возрастает, следовательно, кривая спроса сместится вправо. Неблагоприятные перемены в предпочтениях потребителей вызовут уменьшение спроса и смещение кривой спроса влево |
| Число потребителей | Рост численности населения, рождаемости, миграции и т. д. → увеличение числа потребителей приводит к росту спроса, что отразится в смещении кривой спроса вправо. Уменьшение числа потребителей ведёт к сокращению спроса и выразится в смещении кривой спроса влево |
| Денежные доходы населения | Обычно рост доходов ведёт к увеличению спроса, исключение составляют малоценные товары, или товары низшего качества, когда с ростом доходов спрос на них уменьшается, поскольку по мере роста благосостояния человек переходит на потребление более качественных товаров |

Неценовые факторы спроса

| | |
|-----------------------------------|--|
| Цены на сопряжённые товары | <p>Существуют взаимозаменяемые товары (заменители), например, кофе и чай: увеличение цен на кофе может привести к повышению спроса на чай.</p> <p>Существуют сопутствующие товары (комплиментарные), например, бензин и автомобили: увеличение цен на один товар приводит к сокращению спроса на сопутствующий товар</p> |
| Потребительские ожидания | <p>Ожидание повышения цен или увеличения дохода ведёт к повышению спроса в текущем периоде, что вызовет смещение кривой спроса вправо. Ожидание снижения цен или падения дохода ведёт к снижению спроса в текущем периоде, что вызовет смещение кривой спроса влево</p> |
| Налоги и дотации | <p>Увеличение налогов приводит к сокращению той части дохода, которая предназначена для потребления</p> |
| Внешние условия | <p>Традиции, религиозные предпочтения, сезонные покупки и т. д.</p> |

Неценовые факторы предложения

| Наименование фактора | Его сущность |
|-----------------------------|--|
| Цены на ресурсы | Рост цен на другие ресурсы, например, сырьё, приведёт к увеличению затрат производителя и, соответственно, к уменьшению предложения при заданной цене, т. е. переместит кривую предложения влево. Снижение цен на ресурсы уменьшит затраты производства и увеличит предложение, что отразится в смещении кривой предложения вправо |
| Число продавцов | Чем больше продавцов на рынке, тем больше предложение, т. е. увеличение количества производителей приведёт к смещению кривой предложения вправо, и наоборот |
| Технология производства | При постоянных ценах на ресурсы улучшение технологии производства выражается в увеличении выпуска на единицу использованного ресурса. Тогда продавец получает возможность реализовать то же количество товара по более низкой цене. Это приведёт к смещению кривой предложения вправо |

Неценовые факторы предложения

| | |
|---------------------------------|--|
| Цены на взаимозаменяемые товары | Если цена на другой товар (родственный по тому или иному фактору производства) растёт, это значит, что у собственника ресурсов, используемых для производства данного товара, появляется более привлекательная альтернатива. Это изменение отражается в повышении минимальной цены, на которую согласились бы продавцы при неизменности использования количества ресурсов. В результате повышение цены на другой товар уменьшает предложение данного товара, выражающегося в сдвиге кривой предложения влево |
| Ожидания изменения цен | Если ожидаемая цена становится выше фактической, то продавцы сталкиваются с новой альтернативой: получение меньшей выручки сейчас либо получение большей выручки, но в будущем. Продавцы как рациональные экономические субъекты будут стремиться перенести часть продуктов на продажу в будущем, что приведёт к уменьшению предложения в настоящем и переместит кривую предложения влево |
| Налоги и дотации | Рост налогов ведёт к росту затрат, что уменьшает предложение, и наоборот |
| Природные условия | Данный фактор особенно значим для добывающих отраслей |

Задание 1

Какое слово пропущено в таблице?

| ФУНКЦИИ РЫНКА | ХАРАКТЕРИСТИКА |
|----------------|--|
| Информационная | Рынок предоставляет информацию о ценах, дефицитах и избытке товара |
| Регулирующая | С помощью рыночного механизма экономика перераспределяет свои ресурсы в пользу того или иного товара |
| ... | Рынок связывает воедино производителей и потребителей |

Задание 2

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) олигополистический рынок
- 6) фондовый рынок

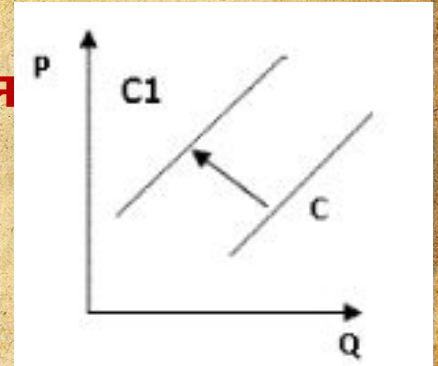
Задание 3

Найдите в приведённом ниже списке факторы, влияющие на повышение спроса на потребительские товары. Запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) рост цен на товары**
- 2) повышение налога на добавленную стоимость**
- 3) снижение производства товаров**
- 4) интенсивная реклама товаров**
- 5) доступность потребительских кредитов**
- 6) увеличение доходов семей**

Задание 4

На графике отражена ситуация на рынке рыбы и морепродуктов: линия предложения S переместилась в положение S_1 (P — цена товара, Q — объем предложения товара). Это перемещение может быть связано, прежде всего, с (со)



- 1) существенным ростом доходов населения
- 2) сокращением субсидирования государством отечественных рыболовных компаний
- 3) повышением импортных пошлин на ввоз морепродуктов и рыбы
- 4) увеличением количества продавцов рыбы и морепродуктов
- 5) спуском на воду новых траулеров для рыболовного флота страны

Задание 5

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

ХАРАКТЕРИСТИКА

- А) Продавцы не могут осуществлять контроль над ценами.
- Б) Основная часть рынка контролируется несколькими крупными продавцами.
- В) Множество мелких фирм предлагает на рынке однородную продукцию.
- Г) Вхождение новых продавцов на рынок затруднено.
- Д) На рынке преобладают неценовые методы конкуренции.

ВИД КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА

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