

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

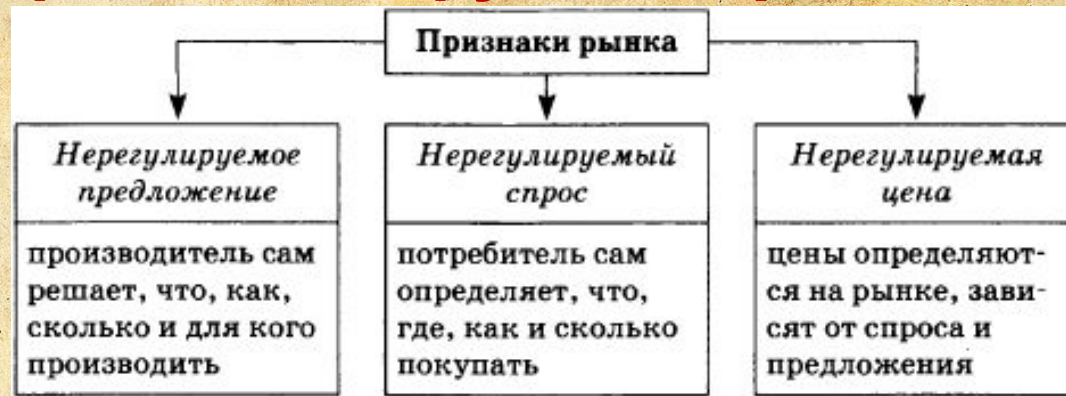
# Рыночный механизм

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

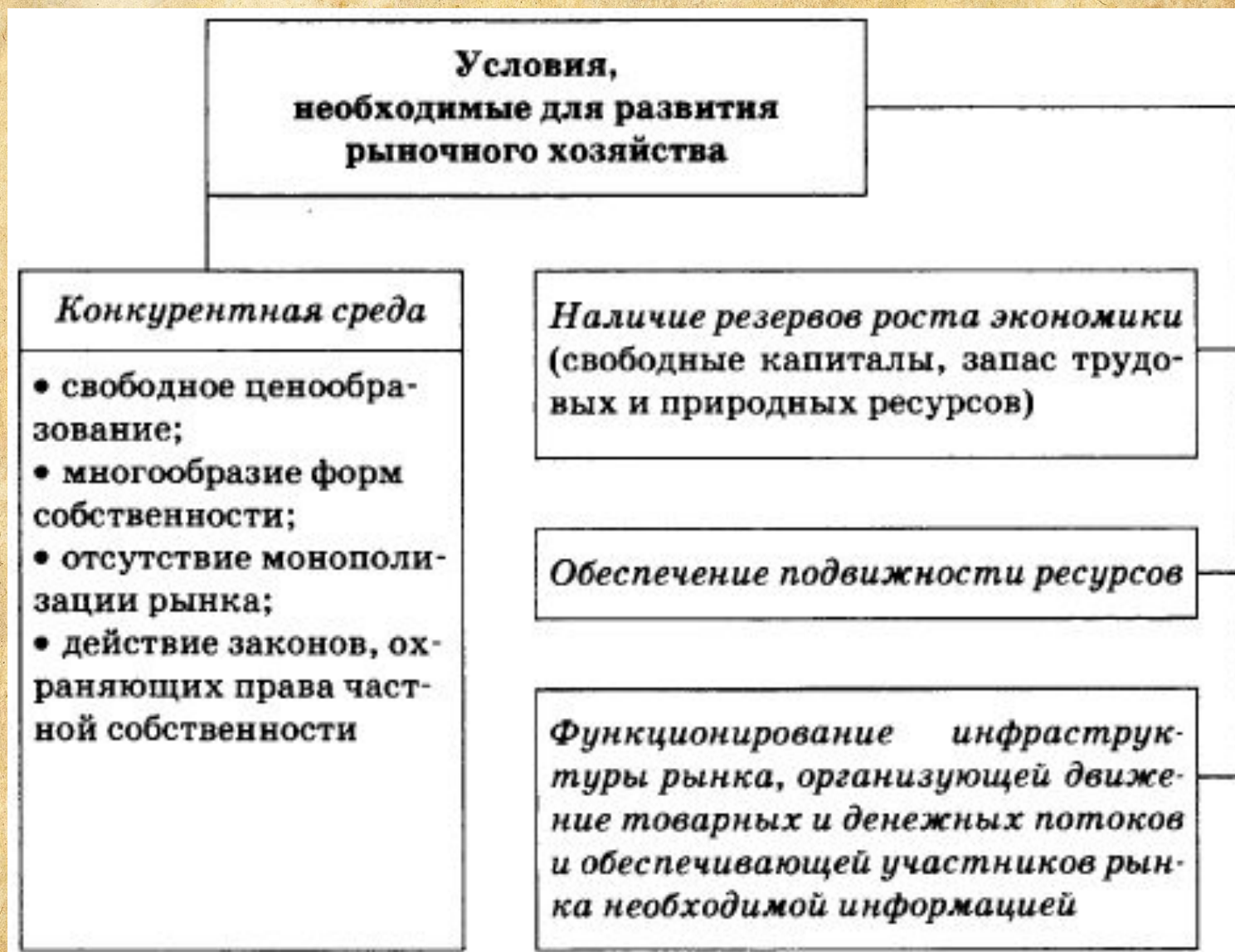
# Черты рынка

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

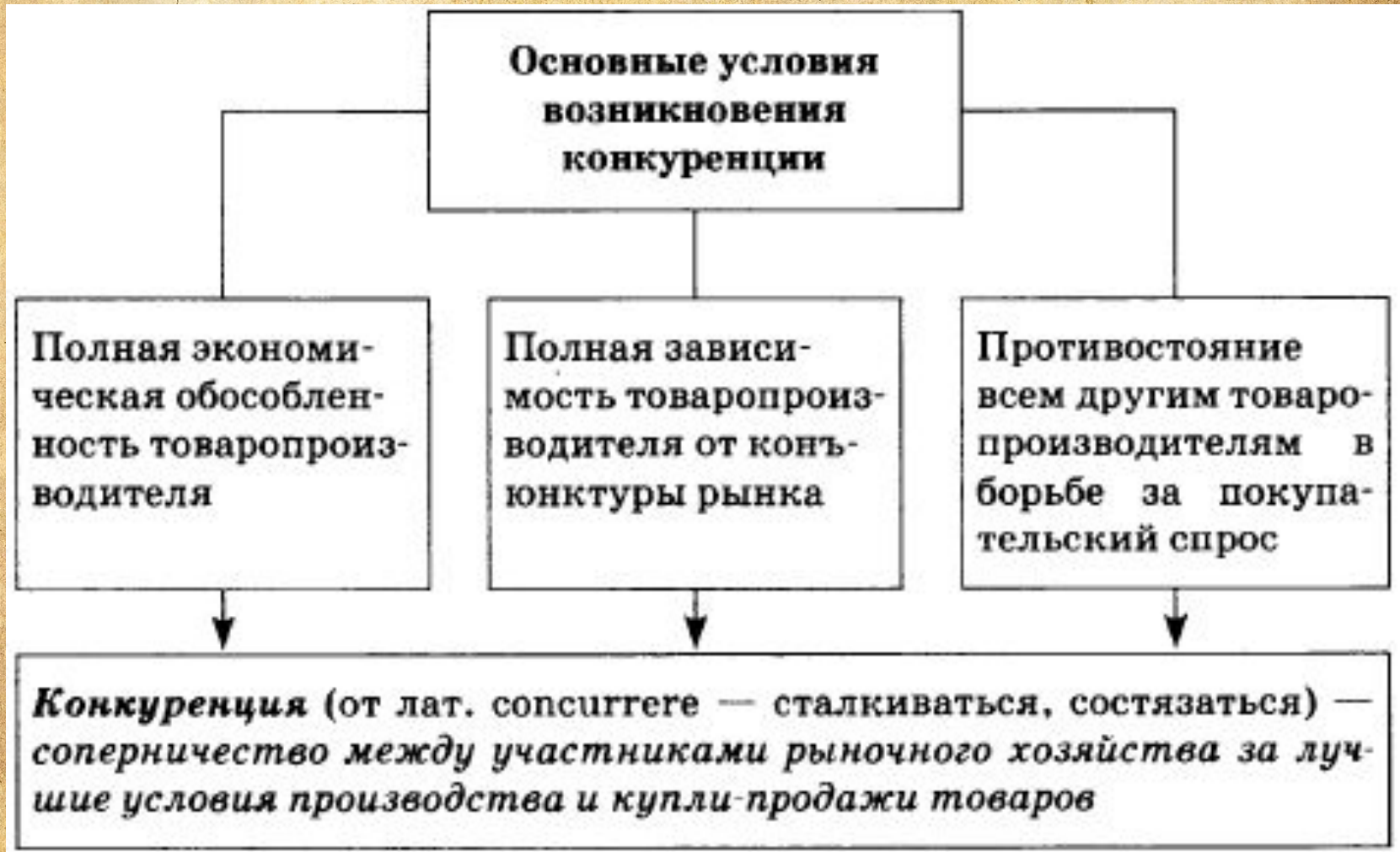
# Классификация рынков

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 (монопольстической 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"><li>— Снижение затрат.</li><li>— 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.</li><li>— Создание возможности выбора для потребителя.</li><li>— Формирование условий для гибкого реагирования экономики на изменение обстановки.</li><li>— Стимулирование внедрения технических достижений в производство, улучшения качества продукции</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— Постоянное разорение многих товаропроизводителей.</li><li>— Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу.</li><li>— Использование нечестных методов борьбы:<ul style="list-style-type: none"><li>• подкуп работников и шантаж;</li><li>• сокрытие дефектов в товарах;</li><li>• подделка продукции конкурентов;</li><li>• промышленный шпионаж и др.</li></ul></li><li>— Чрезмерная эксплуатация ресурсов.</li><li>— Экологические нарушения</li></ul>



# Характерные черты типов конкуренции

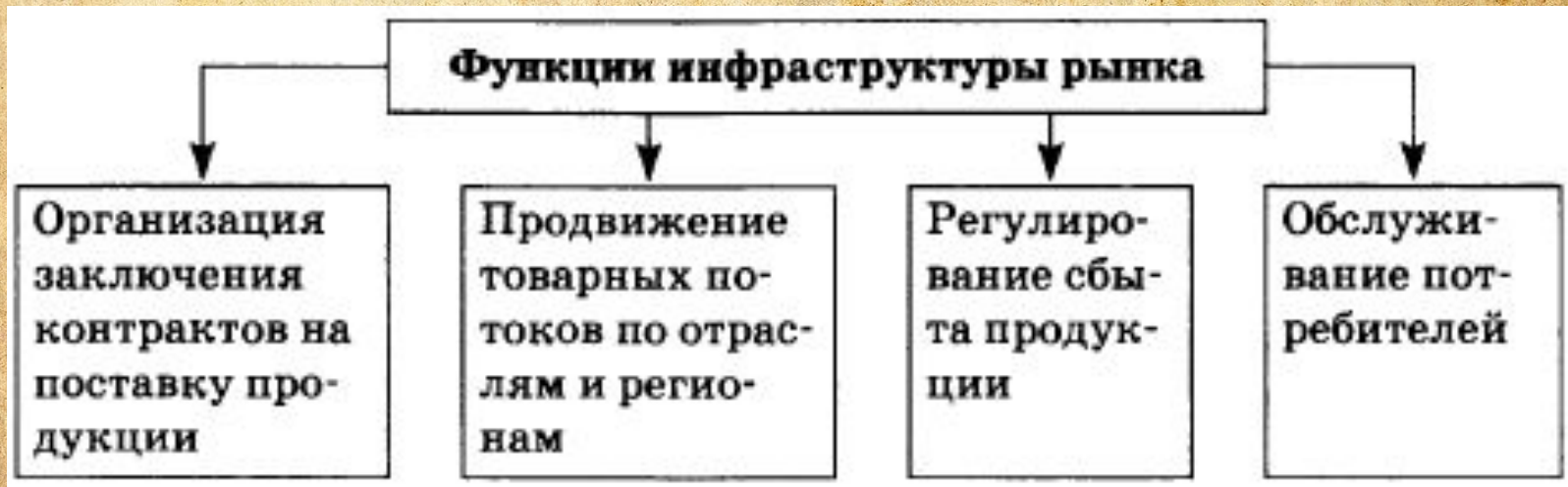
Линии сравнения	Совершенная (чистая) конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая	Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю)	Чистая монополия
1. Число фирм	Очень много	Много мелких	Несколько (3–5 фирм)	Одна
2. Тип товаров	Одинаковые изделия	Разные изделия сходного назначения	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

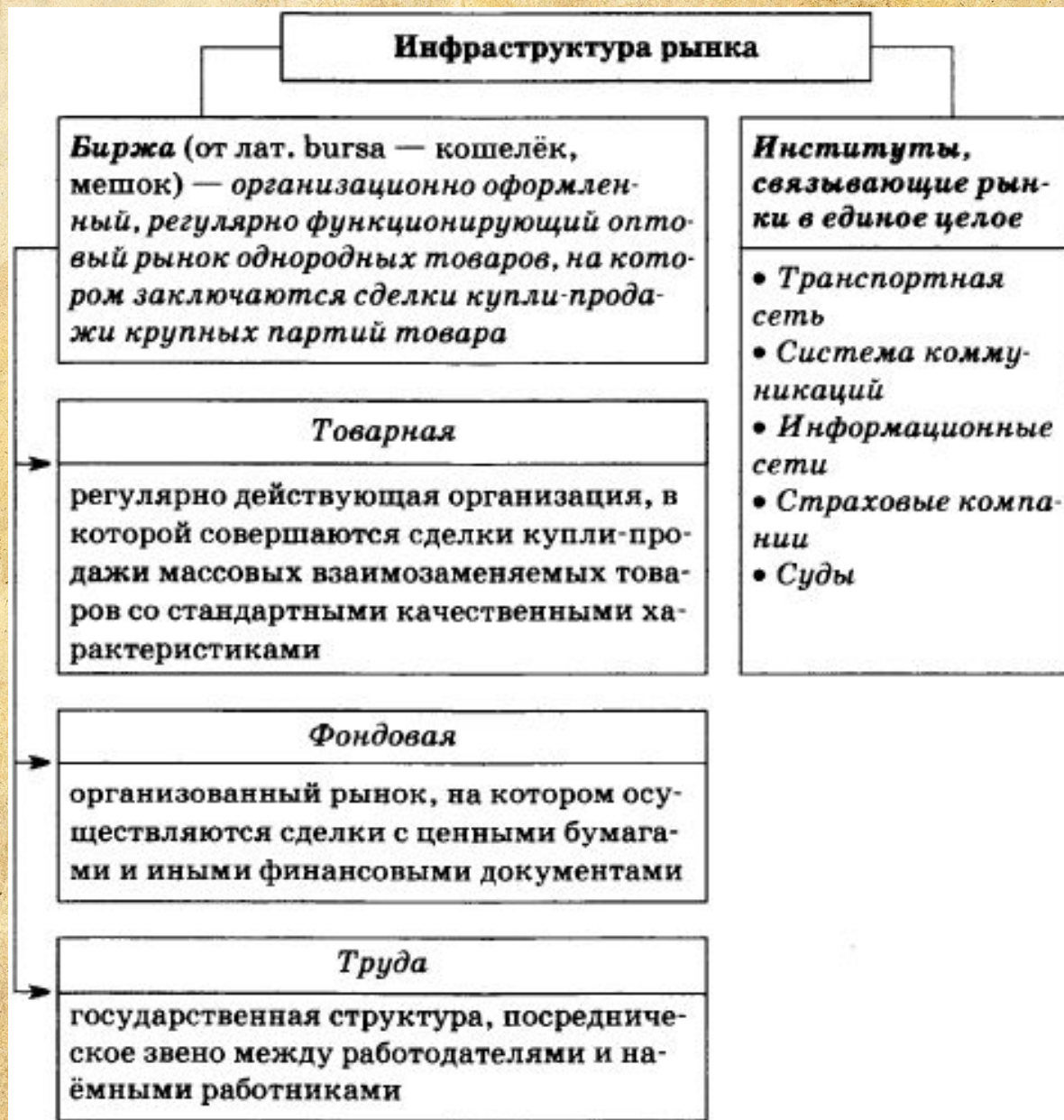
Линии сравнения	Совершенная (чистая) конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая	Олигополия (от гр. oligos — несколько, poleo — продаю)	Чистая монополия
4. Условия вхождения в отрасль	Очень лёгкие, нет препятствий	Сравнительно лёгкие	Существенные препятствия	Нет вхождения
5. Пример отраслей	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

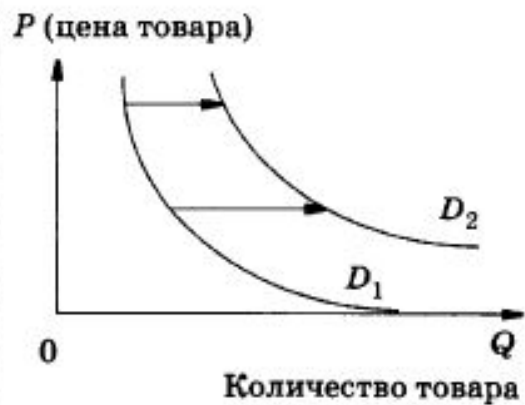


График 1. Изменение спроса

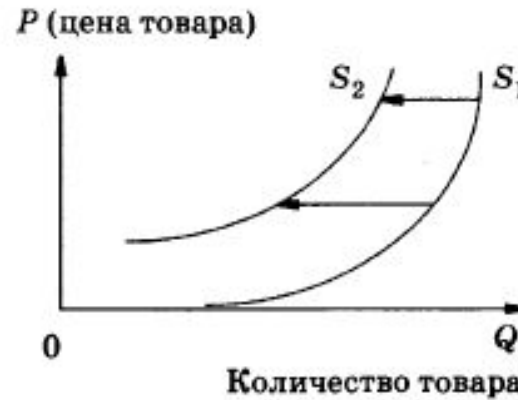


График 3. Изменение предложения

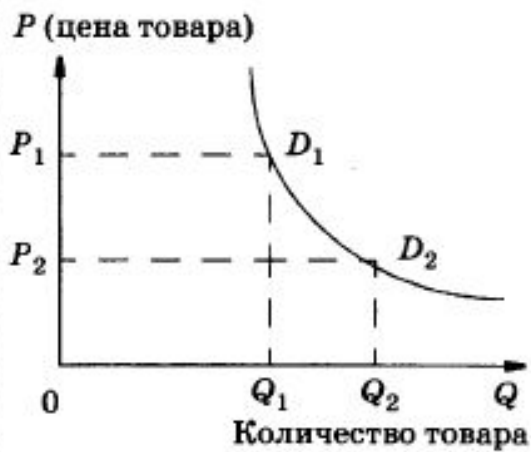


График 2. Изменение величины спроса



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

<b>Наименование фактора</b>	<b>Его сущность</b>
<b>Вкусы и предпочтения потребителей</b>	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
<b>Число потребителей</b>	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
<b>Денежные доходы населения</b>	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

<b>Цены на сопряжённые товары</b>	<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>
<b>Потребительские ожидания</b>	<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>
<b>Налоги и дотации</b>	<p>Увеличение налогов приводит к сокращению той части дохода, которая предназначена для потребления</p>
<b>Внешние условия</b>	<p>Традиции, религиозные предпочтения, сезонные покупки и т. д.</p>

# Неценовые факторы предложения

<b>Наименование фактора</b>	<b>Его сущность</b>
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

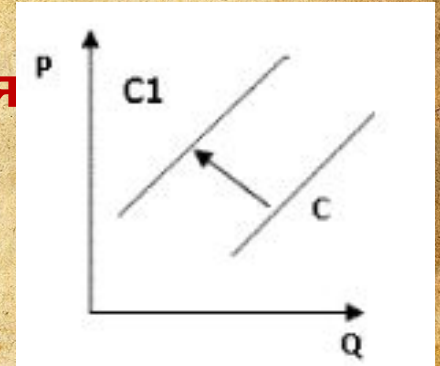
### **Задание 3**

**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  $S1$  ( $P$  — 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