

# § 20. Рыночная экономика

## План:

- 1) Рынок и условия его функционирования.
- 2) Субъекты рынка.
- 3) «Невидимая рука» рынка.
- 4) Конкуренция.
- 5) Спрос и факторы спроса.
- 6) Предложение и факторы предложения.
- 7) Рыночное равновесие.

У слова «рынок» есть знакомое каждому значение. Так называют место, где идёт купля-продажа товаров. Однако в общественном сознании понятие «рынок» имеет другое значение.

Вся совокупность экономических отношений, проявляющихся в сфере производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг, называется **рынком**.

В условиях рыночного хозяйства продавцы могут свободно устанавливать цены, а покупатели – делать выбор: покупать товар по этой цене или нет.

Главный принцип рынка – сделка должна быть выгодна и продавцу и покупателю. Покупатель удовлетворяет свои потребности в необходимых товарах с наибольшей пользой для себя. Производитель, ориентируясь на его потребности, стремится произвести больше нужных людям товаров и услуг.

*Каждый из них преследует  
свой собственный интерес*

- **Субъекты рынка**
- **потребитель/ покупатель**
- **производитель/ продавец**
- **государство**

**Лицо, приобретающее  
товары или получающее  
услуги для  
удовлетворения своих  
нужд**



**Максимизация  
полезности**

**Лицо, изготавливающее  
товары или оказывающее  
услуги с целью получения  
прибыли**



**Максимизация  
прибыли**

**Правительственные  
учреждения,  
контролирующие рынок для  
поддержания общественного  
благосостояния**



**Максимизация  
общественной полезности**



Руководствующийся собственной выгодой производитель в то же самое время действует и в общественных интересах, потому что он создает блага необходимые для удовлетворения различных потребностей людей.

Это называется «*невидимая рука*» рынка, о ней впервые сказал Адам Смит.



Адам Смит

Одно из наиболее важных условий существования рынка – **конкуренция**.

**КОНКУРЕНЦИЯ** - экономическое соперничество субъектов рынка за лучшие условия производства и потребления товаров и услуг.



### Роль конкуренции:

- 1) позволяет потребителю приобретать самые лучшие товары и услуги по наиболее низкой цене
- 2) даёт производителю возможность получить большую прибыль, если он сможет организовать своё производство лучше конкурентов
- 3) стимулирует внедрение в производство новых и прогрессивных технологий
- 4) заставляет рационально использовать ограниченные ресурсы
- 5) заставляет повышать качество товара и снижать цены
- 6) очищает рынок и экономику от убыточных предприятий



# Практикум

1) Приведите три примера участия в конкуренции современных предпринимателей, использующих различные способы борьбы за потребителя.

2) Как вы думаете, нужны ли правила поведения на рынке? Объясните свой ответ.

3) Рынок быстро откликается на потребности в новых товарах. С помощью конкуренции рынок вытесняет из производства старые товары и технологии, не приносящие прибыли, и открывает дорогу новым, более эффективным. Известный австрийский экономист Йозеф Шумпéтер назвал этот процесс «созидательным разрушением».

Как вы думаете, почему Шумпетер так назвал упомянутый процесс?

Каким образом поведение участников рынка согласуется? Чтобы ответить на этот вопрос, рассмотрим понятия «спрос» и «предложение».

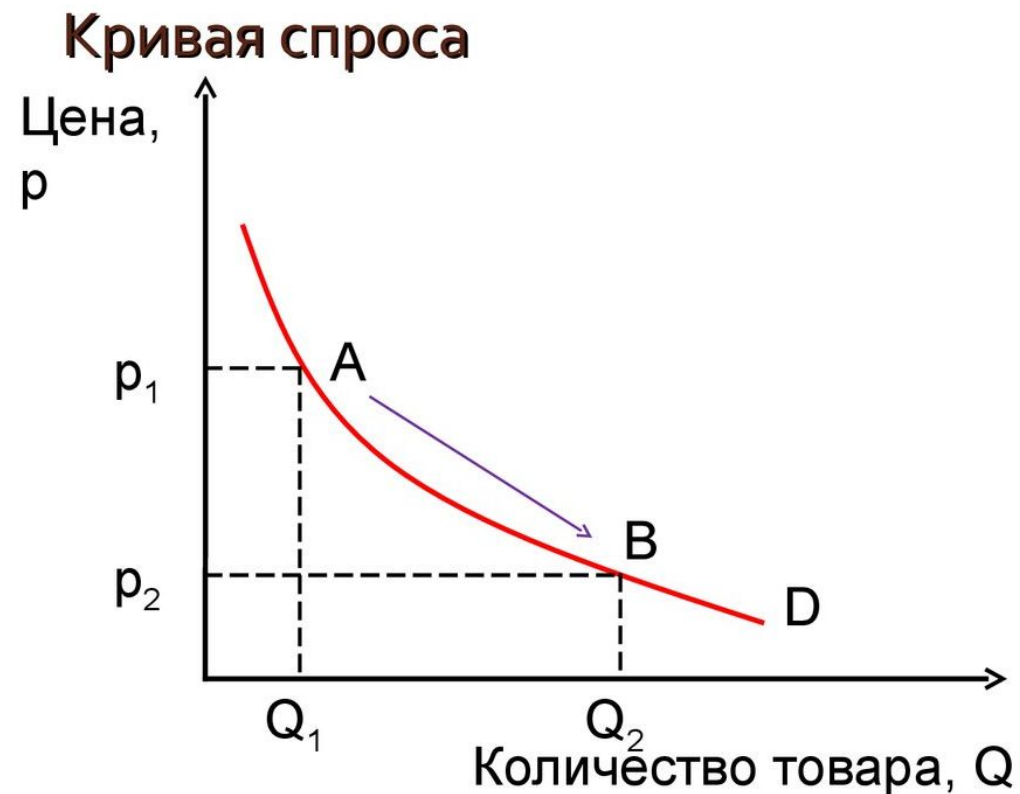
**Спрос** – это желание и возможность потребителя купить конкретный товар или получить услугу в конкретное время и в конкретном месте.

Основа спроса – потребности, но они ограничены платёжеспособностью покупателя, т. е. той суммой денежных средств, которую он может выделить из своих доходов для приобретения конкретного товара или услуги.

Спрос находится в обратной зависимости от цены.

**Закон спроса:** чем выше цена единицы товара, тем меньше спрос на данный товар.

Таким образом, на спрос прежде всего влияет *цена*, но есть и неценовые факторы спроса.



# Неценовые факторы спроса

- доходы (обычно рост доходов ведёт к увеличению спроса);
- вкусы и предпочтения потребителей (мода);
- цены на взаимозаменяемые товары (например, кофе и чай: увеличение цен на кофе может привести к повышению спроса на чай);
- цены на сопутствующие товары (например, бензин и автомобили: увеличение цен на один товар приводит к сокращению спроса на сопутствующий товар);
- потребительские ожидания (ожидание повышения цен ведёт к повышению спроса в текущем периоде);
- внешние условия (сезонные покупки).

## Практикум

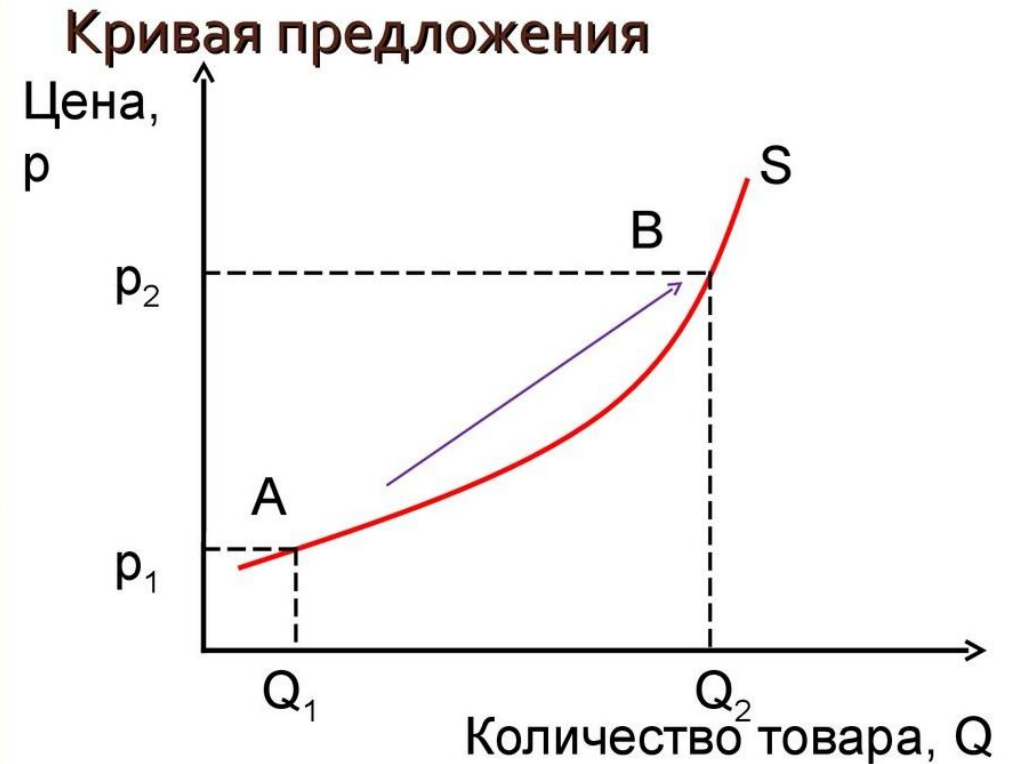
Объясни, как будет изменяться спрос, например, на шубы или велосипеды зимой и летом. Как поменяется спрос на эти же товары в период сезонных распродаж?



**Предложение – это желание и возможности продавцов продать конкретный товар в конкретное время и в конкретном месте.**

Предложение находится в прямой зависимости от цены.

**Закон предложения:** чем выше цена единицы товара, тем больше товара производители согласны произвести и продать.



# Неценовые факторы предложения

- цены на сырьё (рост цен на сырьё приведёт к увеличению затрат производителя и, соответственно, к уменьшению предложения при заданной цене);
- технологии производства (улучшение технологии производства выражается в увеличении выпуска на единицу использованного ресурса);
- налоги и пошлины (например, рост налогов ведёт к росту затрат, что уменьшает предложение);
- число продавцов (чем больше продавцов на рынке, тем больше предложение);
- ожидание изменения цен (если ожидаемая цена будет выше фактической, то продавцы сталкиваются с новой альтернативой: получение меньшей выручки сейчас либо получение большей выручки, но в будущем. Скорее всего будут стремиться перенести часть продуктов на продажу в будущем, что приведёт к уменьшению предложения в настоящем).

## Практикум

В производстве холодильников внедрена новая технология, обеспечившая снижение затрат. Что случится с предложением на рынке этого товара?

**Свободное ценообразование** – ещё одно из условий функционирования рынка.

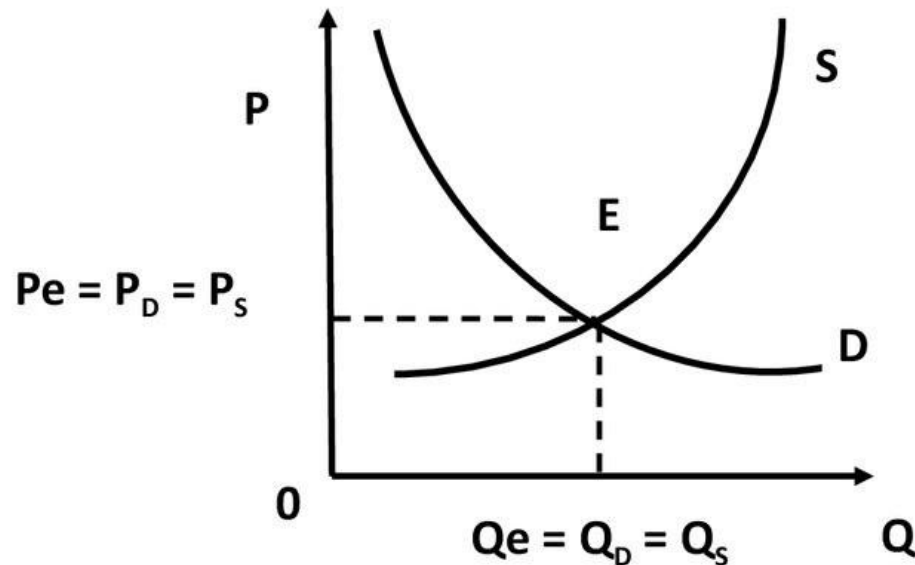
Продавцы могут свободно устанавливать цены, а покупатели – делать выбор: покупать товар по предложенной цене или нет. Именно цены связывают продавца и покупателя и определяют отношения между ними.

## Рыночное равновесие

– это положение на рынке, при котором объем спроса равен объему предложения  $Q_D = Q_S$ .

**Равновесная цена** – цена, при которой совпадают интересы продавцов и покупателей.

Главный принцип рынка – сделка должна быть выгодной и продавцу, и покупателю. Благодаря этому все люди достигают наилучшего для себя результата.



# Вспомним (вопросы на стр. 184)

## 1) В чем заключается роль рынка в экономике? (стр. 173-174)

– Рынок регулирует производство. Он даёт ответы на вопросы: что, как и для кого производить?

– С помощью конкуренции рынок вытесняет из производства старые товары и технологии, не приносящие прибыли, и открывает дорогу новым, более эффективным.

– Благодаря рынку осуществляется связь производителей и потребителей. В результате взаимодействия спроса и предложения на товары и услуги на рынке формируется равновесная цена. Рыночное равновесие поощряет эффективную хозяйственную деятельность, способствуя рациональному распределению и использованию экономических ресурсов.

**Подумайте, какой род занятий человека, изображённого на фотографии?  
Как вы это определили? По каким признакам?**



# § 22. Предпринимательская деятельность

## План:

- 1) Отличительные черты предпринимательства.
- 2) Умения и качества предпринимателя.
- 3) Роль предпринимательства в экономике.
- 4) Цели фирмы.
- 5) Основные организационно-правовые формы предприятий.
- 6) Малое предпринимательство.

**Предпринимательство** – самостоятельная, инициативная деятельность людей, осуществляемая на свой риск, под свою ответственность и направленная на получение прибыли.

Согласно статье 34 Конституции РФ каждый гражданин России имеет право «на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности».

**Что экономисты считают отличительными чертами предпринимательской деятельности? (стр. 185)**

Хозяйственное  
новаторство

поиск и реализация новых  
идей, технологий

Экономическая  
свобода  
участников

определенные права, гарантирующие  
самостоятельность принятия решений

Инициатива

Риск и  
угроза  
потерь

# Практикум

1) Предположите, почему не все люди хотят стать предпринимателями. А некоторые от всей души желали бы этого, но не могут начать свой успешный бизнес?

2) Дополните список умений и качеств, необходимых предпринимателю.

Умение управлять, быть способным  
организовать себя и других

...

Упорство

...

Бережливость

...

Честность

...



• **Значение предпринимательства для экономики государства** (*стр. 185*)

- 1. Предприниматель создаёт рабочие места.
- 2. Предприниматель платит налоги и этим повышает благосостояние государства.
- 3. Предприниматель вносит новшества, обеспечивает соответствие экономики потребительскому спросу.

**Фирма** – это коммерческая организация, приобретающая факторы производства с целью создания и продажи благ и получения на этой основе прибыли.

По российскому законодательству фирмы создаются на *добровольной основе*, по желанию граждан.

При этом следует иметь в виду, что предпринимательская деятельность *без регистрации запрещена*.

**Сформулируйте цели фирмы (см. учебник стр. 188).**

1) Основная цель – получение наибольшей прибыли.

Также целями могут быть:

2) Увеличение доли участия на рынке.

3) Захват нового рынка.

4) Повышение качества продукции и т.п.

# Основные организационно-правовые формы (стр. 189-190)

Форма предприятия	Управление	Капитал и возможности	Ответственность и риски
1. Индивидуальное частное предприятие	Один собственник, у него относительно полная свобода действий	У предпринимателя могут возникнуть сложности с привлечением заёмных средств	Полная материальная ответственность по долгам предприятия (в том числе личным имуществом)

**Товарищество** – объединение двух или более лиц для организации и совместного ведения дела.

2. Товарищество	Каждый участник вносит сумму денег (вклад, долю) в уставный капитал фирмы, имеет права и несёт ответственность в зависимости от этой доли	Больше средств и больше возможностей увеличивать размеры предприятия	Коллективная ответственность в зависимости от внесенной в уставный капитал доли
-----------------	---	--	---

**Уставный капитал** — сумма, фиксированная в учредительных документах организации, прошедших государственную регистрацию.

# Основные организационно-правовые формы (стр. 189-190)

**Акционерное общество** – хозяйственная организация, созданная на основе объединения денежных средств участников, посредством выпуска и продажи акций.

**Акция** – ценная бумага, свидетельствующая о доле в капитале акционерного общества, подтверждающая право на участие в управлении обществом и получение дивидендов (соответствующей части прибыли).

<b>Форма предприятия</b>	<b>Управление</b>	<b>Капитал и возможности</b>	<b>Ответственность и риски</b>
<b>3. Акционерное общество</b>	Предприятие, собственником которого выступают держатели акций. Из числа акционеров избирается Совет директоров, который управляет компанией	Финансовые возможности выше, чем у других форм бизнеса, что позволяет осуществлять крупные проекты	Акционеры несут риск убытков только в пределах стоимости принадлежащих им акций

**Проведите сравнительный анализ крупного и малого предприятия (см. учебник стр. 190-192).**

<b>Общее</b>	

<b>Различия</b>	
<b>Крупное предприятие</b>	<b>Малое предприятие</b>

# Практикум

1) ...Потребности можно создавать и изменять!

Люди в значительной степени покупают те товары, которые навязаны им крупными компаниями через рекламу, упаковку, видимость послепродажного обслуживания и другие способы убеждения. Крупные компании, искусно манипулируя рекламой и прочими подобными инструментами, формируют и изменяют потребности людей.

**Подумайте, что имел в виду автор текста. Выскажите свою позицию.**

2) Рекламное объявление.

«Связь-банк». Вклады. Связь стабильности и перемен к лучшему. Широкий выбор подходящих Вам вкладов для воплощения Ваших будущих идей.

**Перечислите всё то, что предлагает это объявление потребителю банковских услуг. Что из предложенного является продуктом банка? Какие новые потребности создает эта реклама?**

**Приведите примеры из своего социального опыта, когда реклама создает новые потребности населения в товарах и услугах.**

# Практикум

Социологическая служба в 2012 г. опросила полторы тысячи предпринимателей. Им задавали вопрос: «Какие действия Вы относите к понятию «социальная ответственность бизнеса»?» Можно было назвать несколько действий.

Были получены следующие данные□

1) Как вы понимаете словосочетание «социальная ответственность бизнеса»?

2) Как проявляется социальная ответственность в действиях, наиболее популярных (20% и более) среди отвечающих?

Действия	% отвечающих
Создание работникам фирмы комфортных условий труда	32
Создание новых рабочих мест	31
Помощь детским домам, больницам, школам	28
Поддержка науки и образования	24
Решение экологических проблем	20
Участие в специальных программах (борьба с детской беспризорностью, наркоманией и т. п.)	18
Благоустройство территорий	16
Проведение культурных мероприятий, помощь деятелям культуры	14
Помощь религиозным организациям	2