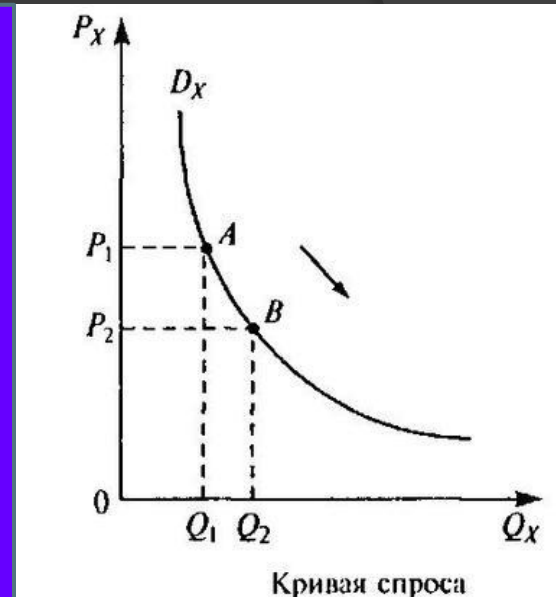


**СПРОС И  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ.  
МЕХАНИЗМ ЦЕН.  
ВИДЫ РЫНКОВ**

- ◎ **Понятие спроса, закон спроса, факторы формирования спроса.**
- ◎ **Понятие предложения, закон предложения.**
- ◎ **Механизм цен.**
- ◎ **Виды рынков.**

Каждый человек нуждается в жизненных благах, но реальные возможности приобрести товары нередко расходятся с потребностями. Потребитель выбирает товары, услуги с учётом их цены. Так формируется спрос.

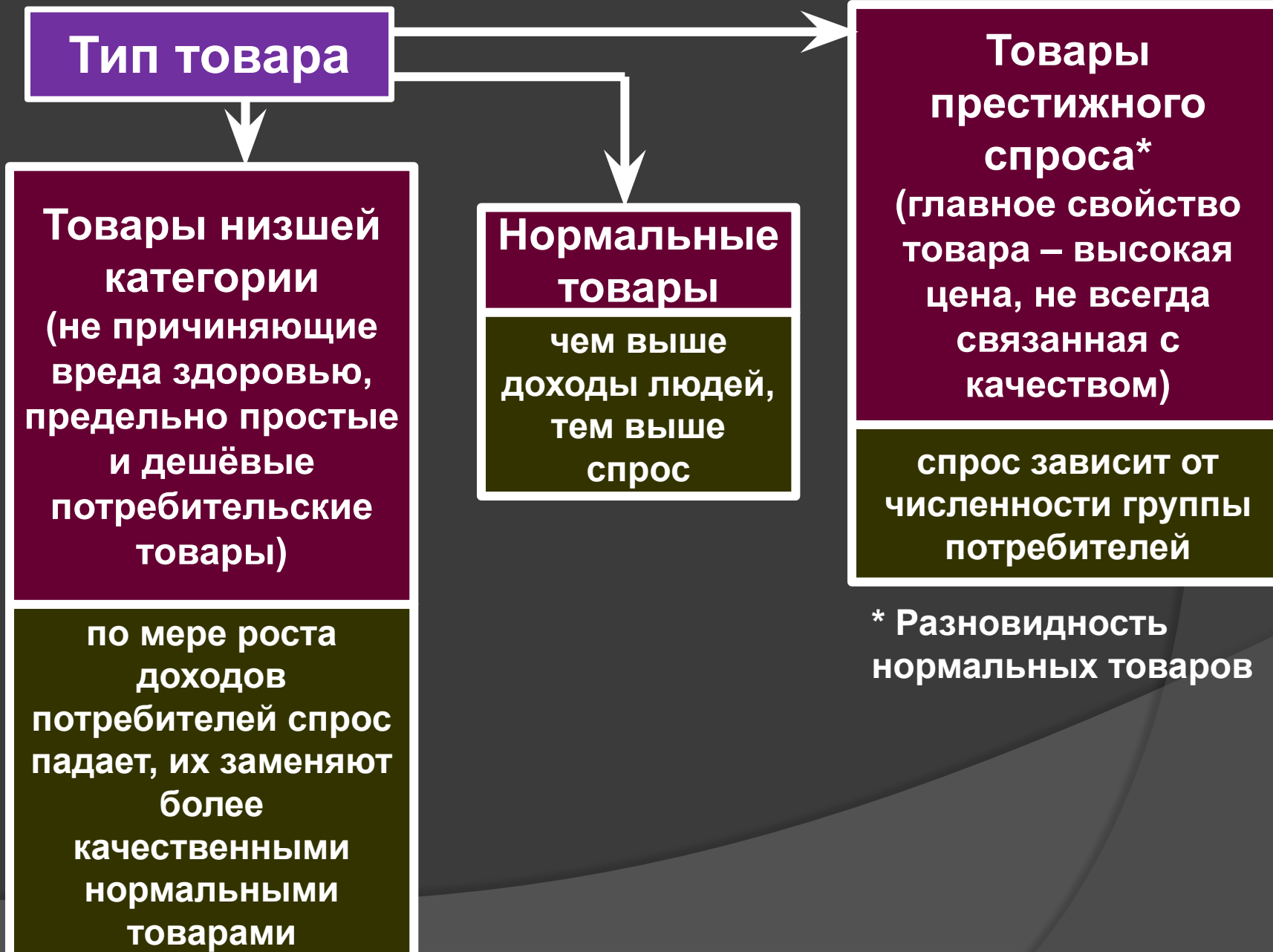
**Спрос** – сложившаяся на рынке в некоторый период времени зависимость объёма товара определённого вида, который потребители готовы приобрести (величины спроса), от цен, по которым эти товары могут быть предложены производителями/продавцами.



**Закон спроса:** повышение цен обычно ведёт к снижению спроса, а снижение цен — к его увеличению.

Поэтому повышение цен не всегда увеличивает выручку производителей/продавцов, а снижение цен не всегда её уменьшает (а может даже увеличить).

# Факторы, влияющие на формирование спроса



# Факторы, влияющие на формирование спроса

Доходы потребителей

Цены на дополняющие и замещающие товары

**Дополняющие товары –**  
товары, обеспечивающие  
работу друг друга (например,  
автомобиль и бензин, принтер  
и картридж)

**Закономерность:** *изменение  
цены одного дополняющего  
товара ведёт к изменению  
спроса на все товары группы  
(цена повышается –  
снижается спрос на товары  
группы, цена снижается –  
растёт спрос на товары  
группы)*

**Замещающие товары –**  
товары-аналоги,  
удовлетворяющие те же  
потребности и  
конкурирующие за спрос  
(например, зефир, пастила,  
конфеты)

**Закономерность:** *изменение  
цен одних замещающих  
товаров ведёт к изменению  
спроса на другие товары-  
заместители (например,  
стал дороже зефир –  
повысился спрос на пастилу  
или мармелад)*

# Факторы, влияющие на формирование спроса

Численность и половозрастной состав покупателей

Религиозно-культурные традиции, влияющие на потребление

Например, запрет потребления отдельных продуктов, требования к конструкции одежды

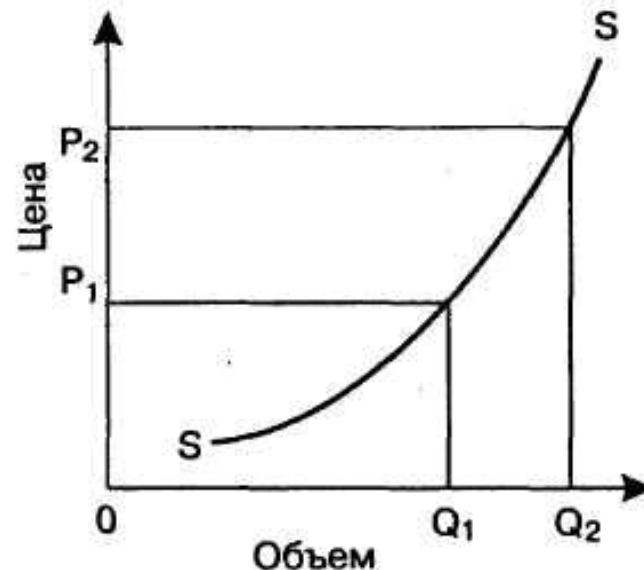
Ожидания относительно динамики цен в будущем

Потребители могут отложить приобретение дорогостоящего товара, надеясь на снижение его цены в будущем, или, наоборот, в условиях инфляции ажиотажно приобретать товары

Сезонность

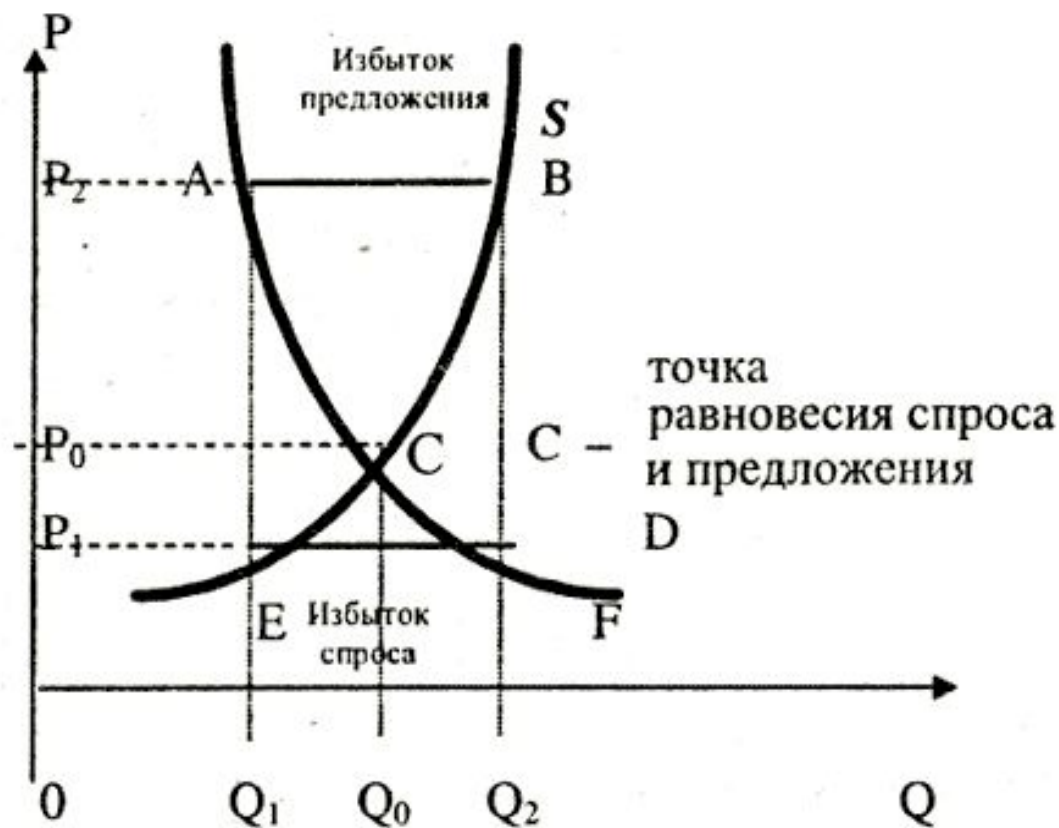
Проявляется, например, в спросе на одежду и обувь, туристические услуги

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



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

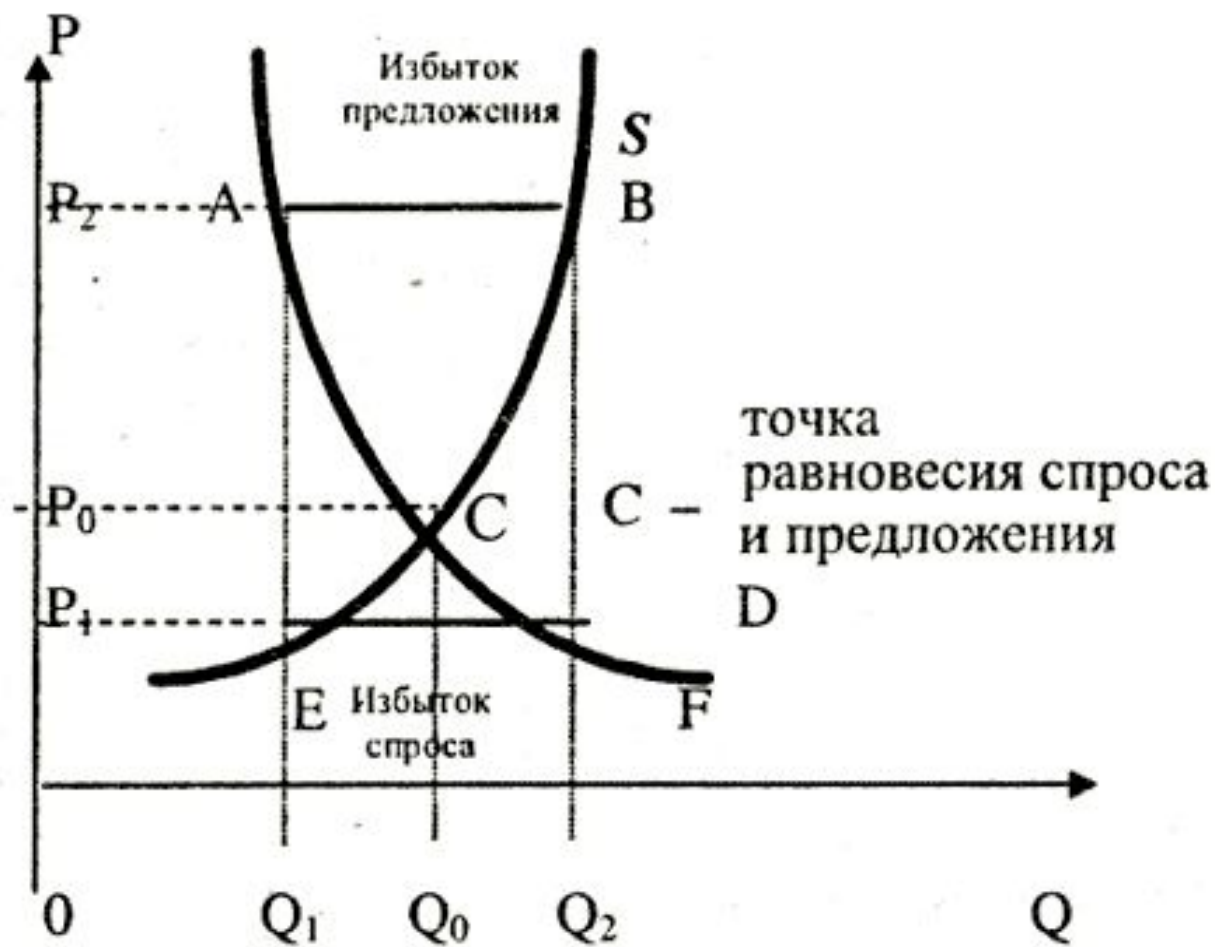
# Механизм цен – формирование и изменение рыночной цены в результате согласования интересов потребителей и производителей/продавцов.



Кривые спроса и предложения.  
Цена равновесия

**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 объём предложения примерно равен спросу, но затем ситуация вновь меняется.





**Кривые спроса и предложения.  
Цена равновесия**

**Дефицит** – рыночная ситуация, когда потребители при существующем уровне цен готовы приобрести больше товаров, чем производители/продавцы готовы предложить.

# Функции рынка

## Ценообразующая

В результате взаимодействия производителя и потребителя формируются рыночные цены

## Регулирующая

Влияет на объёмы и ассортимент производства, деятельность потребителя

## Информационная

Информирует участников экономической жизни о востребованности товаров, динамике цен и т.п.

## Посредническая

Соединяет производителя и потребителя, позволяя найти наиболее выгодный вариант сделки

## Санлирующая

«очищает» экономику от неэффективно работающих предприятий

**Конкуренция – экономическое соперничество субъектов экономики за право получения большей доли определённого вида ограниченных ресурсов**

## **Виды конкурентных рынков**



### **Рынок чистой (совершенной) конкуренции**

**Конкурируют множество производителей однотипных товаров, никто из них не может захватить такую долю рынка, чтобы навязать остальным участникам свои условия сбыта.**

**Например, рынок сельскохозяйственной продукции.**

# Виды конкурентных рынков



## Рынок монополистической конкуренции

На рынке действует множество конкурирующих фирм, предлагающих различающиеся товары для удовлетворения одной и той же потребности и не способных преградить выход на рынок новым конкурентам. Права отдельных фирм защищены с помощью авторских прав, прав на товарный знак, патентов и ноу-хау

Например, рынок продуктов питания, одежды и обуви, косметики

# Виды конкурентных рынков

## Рынок олигополии

Одинаковые или схожие товары производятся небольшим количеством фирм, которые поделили рынок и конкурируют между собой

Например, автомобильный рынок, рынок услуг мобильной связи, рынок авиаперевозок

## Рынок монополии

Рынок контролирует один производитель, который устанавливает цену выше, чем она сложилась бы на конкурентном рынке, и производит товаров меньше, чем производила бы отрасль в условиях конкуренции

Например, рынки железнодорожных перевозок

# Государство проводит политику защиты конкурентного рынка и антимонопольное регулирование.

## Методы антимонопольного регулирования

- ❑ юридическая ответственность фирм и их руководителей за попытки монополизации рынка;
- ❑ предельное упрощение процедуры создания новых фирм;
- ❑ снятие барьера экспорта/импорта;
- ❑ принудительное разделение крупнейших фирм-монополистов на несколько независимых фирм;
- ❑ контроль государства за слиянием фирм (вплоть до необходимости государственного разрешения на слияние);
- ❑ введение государственного контроля над ценами (в естественных монополиях);
- ❑ наказание фирм за проведение политики ценовой дискриминации (когда одно и то же количество одинакового товара продаётся разным участникам рынка по неодинаковым ценам) и др.

**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, стационарная телефония (нерационально проводить в одно здание несколько сетей канализации или электричества).**

**В государстве Z развиты промышленность и сельское хозяйство. Какая дополнительная информация позволит сделать вывод о том, что в этой стране рыночная экономическая система?**

- 1) в стране производятся потребительские товары**
- 2) государство осуществляет налогообложение субъектов экономики**
- 3) государство контролирует объём денежной массы в обращении**
- 4) субъекты экономики свободны в принятии хозяйственных решений**

**Ответ: 4**



**Накануне Нового года и Рождества формируется спрос на живые и искусственные ели и ёлочные украшения. Какой фактор формирования спроса в этой ситуации является определяющим?**

- 1) культурные традиции**
- 2) интенсивность рекламы**
- 3) цены товаров**
- 4) инфляционные ожидания**

**Ответ: 1**

**Верны ли следующие суждения о конкуренции?**

**А. Конкуренция обеспечивает интенсивное развитие производства.**

**Б. В результате конкуренции происходит оздоровление экономики.**

- 1) верно только А**
- 2) верно только Б**
- 3) верны оба суждения**
- 4) оба суждения неверны**

**Ответ: 3**

## Заполните пропуск в таблице.

Функции рынка	Сущность
	Организация взаимодействия производителя и потребителя для нахождения оптимального варианта купли-продажи товара
Санирующая	«Очистка» экономики от неэффективно работающих предприятий

Ответ: **посредническая**

Ниже приведён перечень примеров. Все они, за исключением одного, относятся к понятию «предложение».

- 1) производитель
- 2) рынок
- 3) деньги
- 4) доходы потребителей
- 5) распределение
- 6) затраты

Найдите пример, «выпадающий» из этого ряда.

Ответ: **3**

# Акции компаний, облигации – объект торговли на рынке

- 1) товарно-сырьевом
- 2) информации
- 3) инноваций
- 4) фондовом

Ответ: **4**