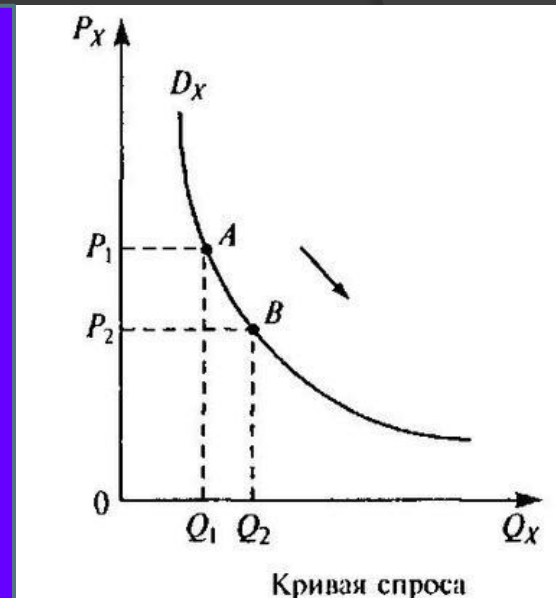


**СПРОС И
ПРЕДЛОЖЕНИЕ.
МЕХАНИЗМ ЦЕН.
ВИДЫ РЫНКОВ**

- ◎ **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.

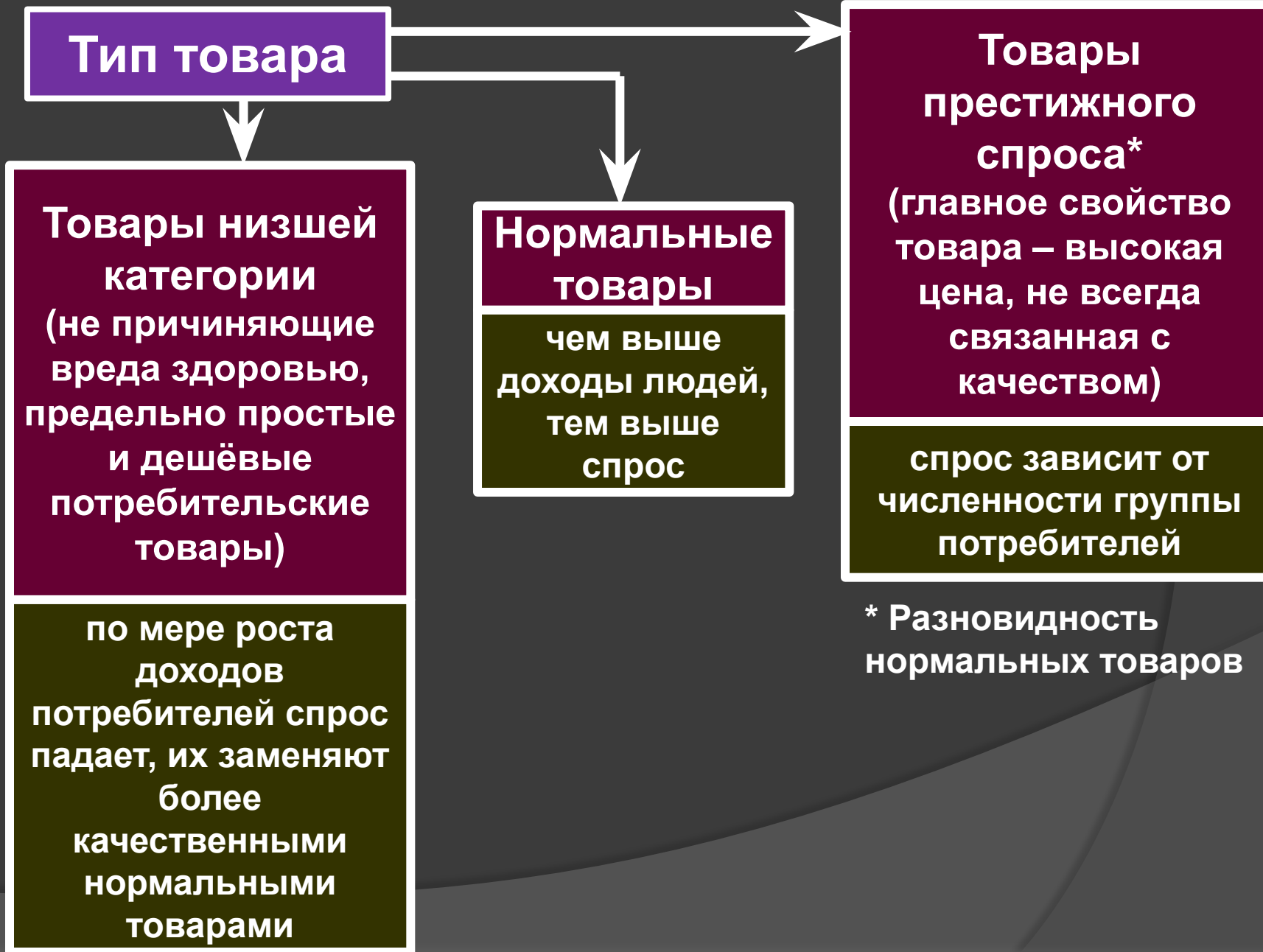
Спрос – сложившаяся на рынке в некоторый период времени зависимость объёма товара определённого вида, который потребители готовы приобрести (величины спроса), от цен, по которым эти товары могут быть предложены производителями/продавцами.



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

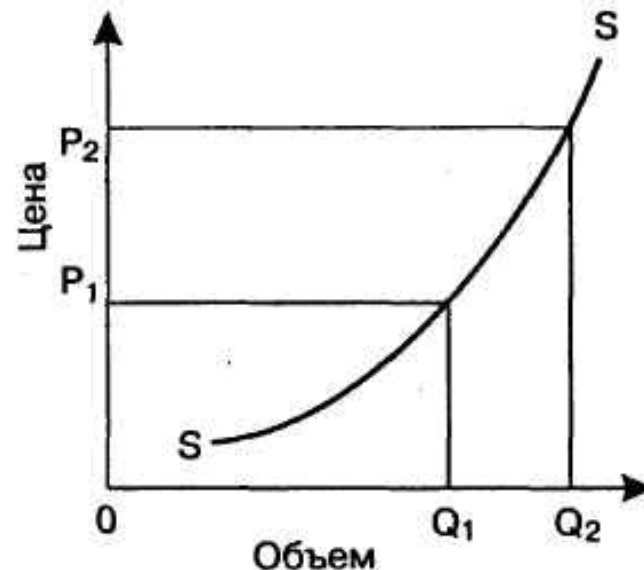
Ожидания относительно динамики цен в будущем

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

Сезонность

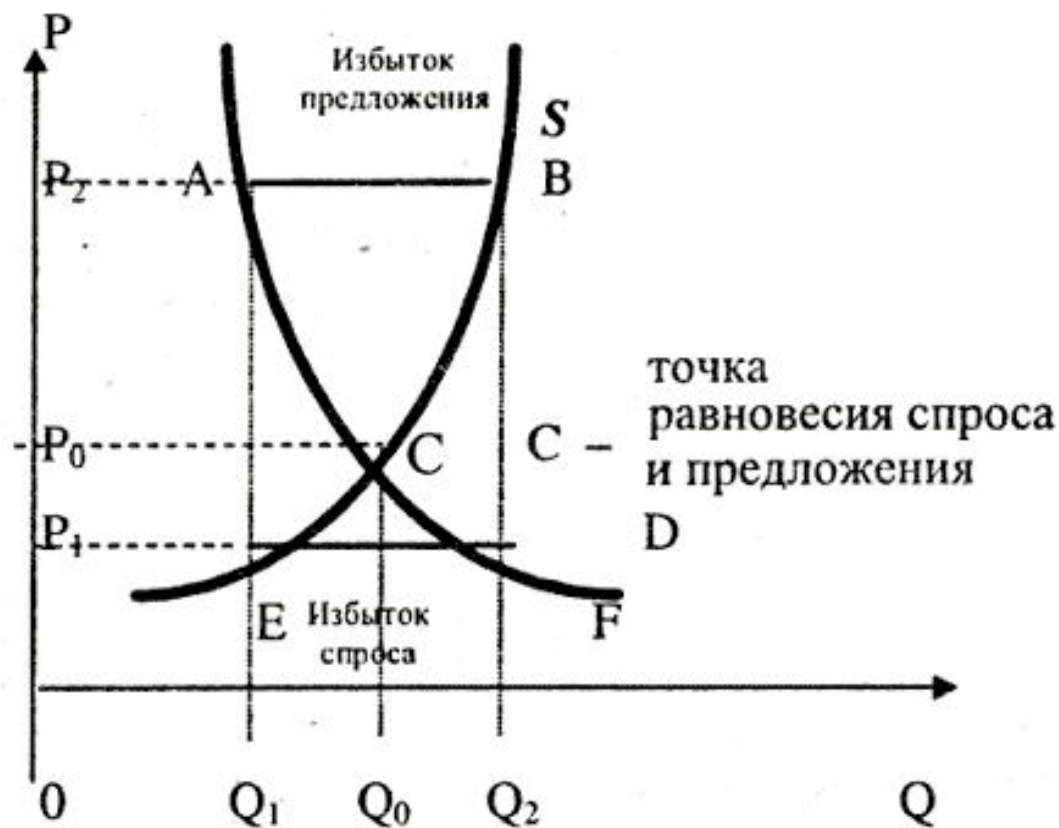
Проявляется, например, в спросе на одежду и обувь, туристические услуги

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.



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

**Кривые спроса и предложения.
Цена равновесия**

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
Санлирующая	«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