

РЫНОК. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ. №21

Скилл-группа. Ноябрь. Занятие №1

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ - это сосредоточение какого-либо вида деятельности в руках конкретного человека, фирмы, страны, которые выполняют его лучше других

ПРИЧИНЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

- Различие способностей и интересов людей (в условиях специализации каждый может найти сферу применения своих способностей)
- Возможность добиваться высокого мастерства** и с высоким качеством производить большее количество товаров и услуг
- Возможность сокращения потерь рабочего времени от смены видов деятельности

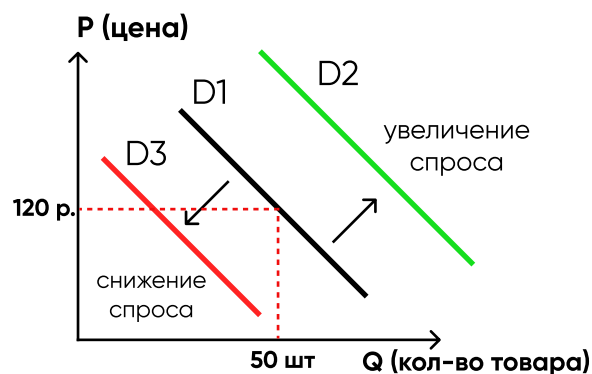
ТОРГОВЛЯ - это добровольный и взаимовыгодный обмен благами в форме купли-продажи товаров и услуг за деньги между субъектами экономики



Рынок - система общественных отношений, в ходе которых происходит обмен товаров и услуг между продавцами и покупателями на основе механизма спроса и предложения (*например, Avito, рынок фастфуда, рынок авто*)

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

Закон спроса: повышение цен обычно ведет к снижению количества товара, которые потребители готовы купить



Спрос обозначается буквой D (demand)

Для того чтобы понять, по какой цене потребители будут покупать определенное количество товара, нужно от прямой D провести линию к осям P (цена) и Q (величина спроса: кол-во товара, которое готовы потребители купить)

Величина спроса может зависеть не только от цены
(их называют неценовыми факторами спроса)



Вкусы и мода у потребителей

Сезонность

Количество покупателей

Доходы потребителей

Цены на дополняющие товары

Цены на замещающие товары

Ожидания относительно цен в будущем

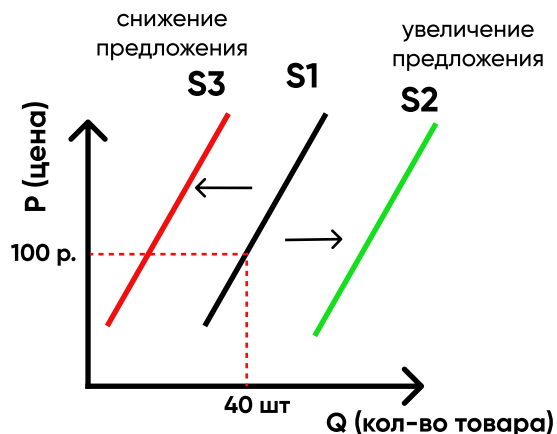
Традиции и обычаи, религиозные нормы



ПРЕДЛОЖЕНИЕ

это сложившаяся на рынке в некоторый период времени зависимость объёма товара определённого вида, который производители/продавцы готовы предложить, от цен, по которым этот товар может быть продан

То есть, предложение - это то, как связана цена товара и готовность продавцов его продать



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

Предложение обозначается буквой S (supply)

Для того чтобы понять, по какой цене производители будут продавать определенное количество товара, нужно от прямой S провести линию к осям **P** (цена) и **Q** (величина предложения: кол-во товара, которое готовы потребители купить)

Неценовые факторы предложения

Цены на ресурсы

Государственная поддержка
(субсидии, льготы)

Технология производства

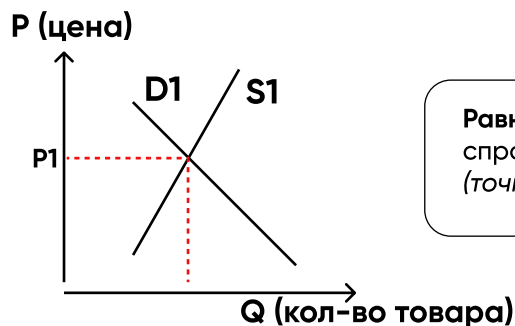
Количество продавцов

Природные условия

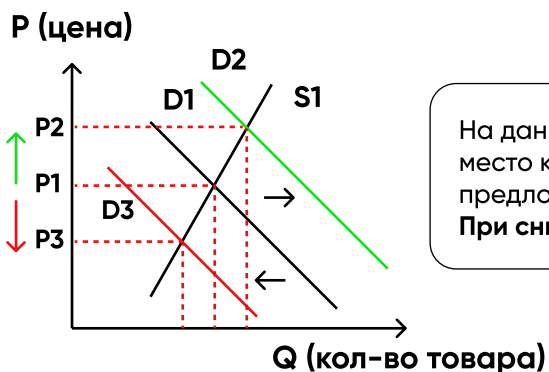
Сезонность

ЭЛАСТИЧНОСТЬ

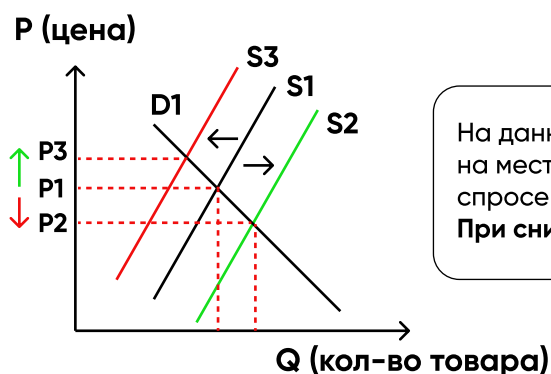
это мера чувствительности **спроса** или **предложения** к изменению другого показателя (например, цены, дохода), показывающая на сколько процентов изменится первый показатель при изменении второго на 1%



Равновесная цена - это стоимость товара, при которой величина спроса равна объёму предложения (**P1**)
(точка пересечения двух графиков)



На данном примере увеличился спрос. Кривая **D1** переместилась на место кривой **D2**. Так, при увеличении спроса и при неизменном предложении равновесная цена выросла до **P2**
При снижении спроса равновесная цена уменьшается (**P3**)



На данном примере увеличилось предложение. Кривая **S1** переместилась на место кривой **S2**. Так, при увеличении предложения и при неизменном спросе равновесная цена снизилась до **P2**
При снижении предложения равновесная цена растёт (P3)



АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ ЗАДАНИЯ 21

1. Определяем, как изменилась равновесная цена по нарисованному в КИМе графику
2. Придумываем, какой неценовой фактор спроса или предложения привёл к его росту или падению (важно назвать фактор и описать, как он повлияет именно на тот рынок, который указан в задании: легковых авто, сапог, апельсинов, питьевой воды и т.д.)
3. Отвечаем, как изменится равновесная цена при приведенных условиях (пользуемся методичкой)

РЫНОЧНЫЕ СИТУАЦИИ

ИЗБЫТОК

(затоваривание) – рыночная ситуация, при которой при существующем уровне цен продавцы предлагают к продаже больший объём товаров, чем потребители готовы приобрести

ДЕФИЦИТ

рыночная ситуация, при которой потребители при существующем уровне цен готовы приобрести больше товаров, чем продавцы готовы продать

РАВНОВЕСИЕ

рыночная ситуация, когда объём спроса равен объёму предложения (то есть случился мэтч между количеством товара, который потребители готовы купить и количеством товара, который производители готовы продать). Бывает стабильным и нестабильным

ФУНКЦИИ РЫНКА

ЦЕНО-ОБРАЗУЮЩАЯ

в результате взаимодействия производителя и потребителя формируются рыночные цены

РЕГУЛИРУЮЩАЯ

рынок влияет на объём и ассортимент производства, а также поведение потребителя и производителя

ИНФОРМАЦИОННАЯ

информирует участников экономической жизни о востребованности товаров и услуг, а также динамике цен

ПОСРЕДНИЧЕСКАЯ

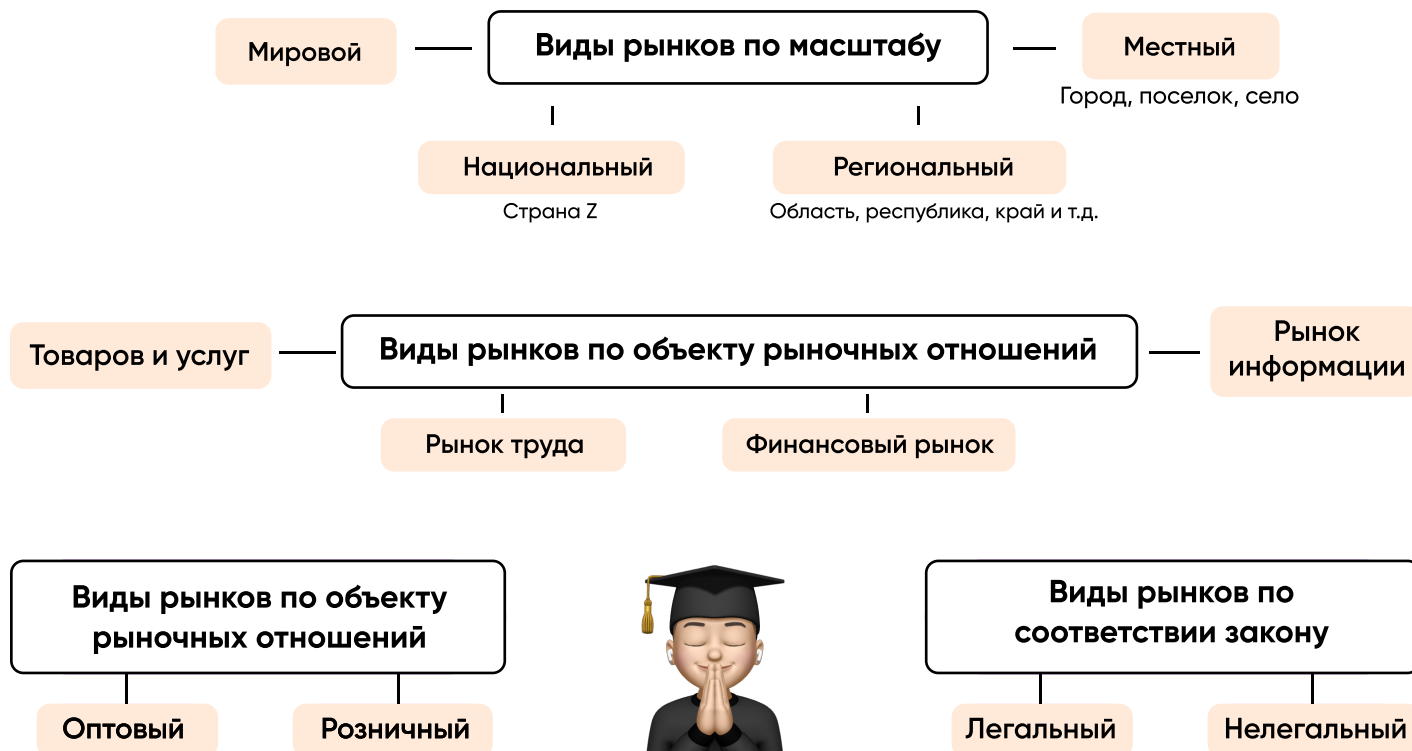
соединяет производителя и потребителя, позволяя найти наиболее выгодный вариант сделки



САНИРУЮЩАЯ

рынок "очищает" экономику от неэффективно работающих и экономически слабых предприятий

КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ



ЗАДАНИЯ №24 ИЗ ЕГЭ (4 БАЛЛА)

№24. Конкуренция в рыночной экономике

1. Рыночная система как условие возникновения конкуренции

2. Функции конкуренции

- а) регулирующая
- б) посредническая
- в) санирующая

3. Виды конкурентных рынков

- а) чистой конкуренции
- б) монополистической конкуренции
- в) олигополии
- г) монополии

4. Недостатки монополии

- а) рост цены
- б) падение качества
- в) угроза товарного дефицита

4. Антимонопольная деятельность государства

- а) Юридическая ответственность за попытки монополизации рынка
- б) Предельное упрощение процедуры создания новых фирм
- в) Снятие барьеров экспорта/импорта

5. Естественные монополии

№24. Ценообразование в условиях рынка. Рынок и рыночный механизм

1. Понятие рынка

2. Законы спроса и предложения

3. Основные виды неценовых факторов спроса

- а) вкусы и предпочтения потребителей
- б) уровень доходов потребителей
- в) цены на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары
- г) ожидания изменения цен

4. Основные виды неценовых факторов предложения

- а) цены на сырье и материалы
- б) число производителей на рынке
- в) налоги
- г) технологии, которые используют производители

5. Функции рынка

- а) Цено-образующая
- б) Регулирующая
- в) Информационная и др.

6. Виды рынков по характеру конкуренции

- а) Олигополия
- б) Монополия
- в) Монополистическая конкуренция
- г) Совершенная конкуренция