

## ПЛАН УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ

По дисциплине «Обществознание»

Дата 23.11.2023

**1. Проверочная работа по теме 3.1 «Экономика-основа жизнедеятельности общества»**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**2. Новый материал по теме 3.2 «Рыночные отношения в экономике. Финансовые институты»**

**(Составить краткий конспект в тетрадь, приведенные примеры в тексте в конспект не пишем).**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

*Выполненную работу отправляем на электронную почту :*

[Lidwald@mail.ru](mailto:Lidwald@mail.ru)

Срок выполнения задания до 27.11.2023

**ПРОВЕРОЧНАЯ РАБОТА ПО ТЕМЕ 3.1**

**Экономика-основа жизнедеятельности общества**

**1. Отметь верный вариант.**

Какие термины характеризуют экономическую сферу жизни общества?

- А. Бюджет, торговля
- Б. Семья, нация
- В. Религия, вера
- Г. Президент, выбор

**2. Отметь правильный вариант.**

Термин «экономика» применяется для обозначения хозяйственной деятельности и

- А. Познания
- Б. Потребности
- В. Науки

**3. Отметь метод, характерный для экономической науки.**

- А. Лабораторные исследования
- Б. Формулирование законов
- В. Художественное описание
- Г. Характеристика литературного героя

**4. Сопоставь пример и уровень экономики.**

*(Один из вариантов останется лишним.)*

- 1. Макроэкономика:
- 2. Мировая экономика:

Варианты ответов:

- А. разработка государственного бюджета
- Б. глобальный финансовый кризис
- В. дефицит на рынке мяса

**5. Сопоставь пример и тип ограниченности ресурсов**

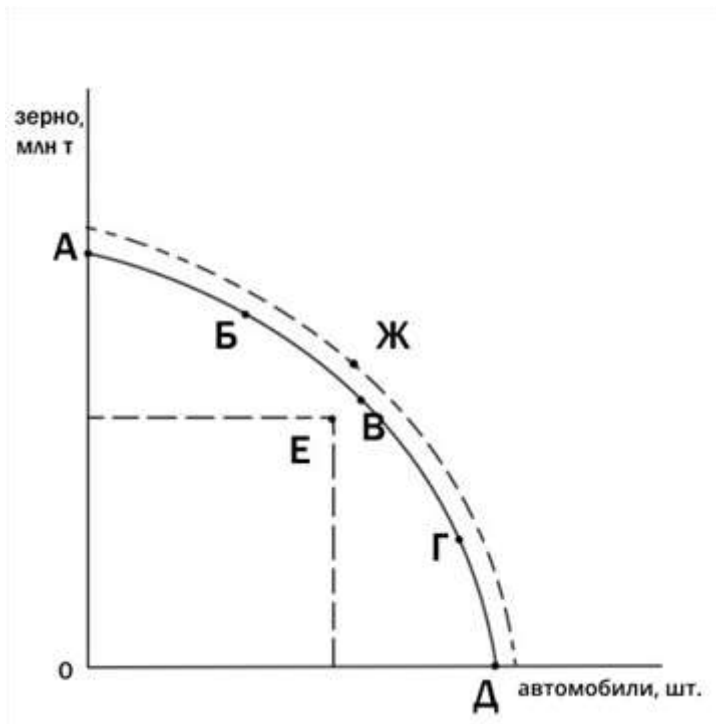
*(Один из вариантов останется лишним.)*

- 1. Абсолютная ограниченность:
- 2. Относительная ограниченность:

Варианты ответов:

- А. бак вмещает только 10 литров воды
- Б. в государстве П. большие залежи золота, но добывается лишь небольшое количество
- В. люди не испытывают нехватки воздуха на планете

6. Изучи график и выбери верные суждения



- А. В рамках кривой производственных возможностей можно одновременно увеличить производство и зерна, и автомобилей
- Б. Ситуации, когда зерна производится меньше, а автомобилей — больше, соответствует точка Г
- В. В точке В товары производятся в равной пропорции
- Г. Точка Е показывает максимально эффективное распределение ресурсов и задействование рабочей силы
- Д. Кривая, соединяющая точки А и Д, показывает предел производственных возможностей общества в данный момент

7. Проанализируй статистические данные и выбери верные суждения.

(Будь внимателен: баллы засчитываются, только если выбраны все верные ответы!)

По сравнению с предыдущими годами в государстве L вырос ВВП на душу населения на 12%. При этом количество населения осталось неизменным.

- А. Это позитивная тенденция
- Б. Это может быть признаком высокой безработицы
- В. Эта тенденция связана с ростом преступности
- Г. Это говорит о развитии производительных сил государства
- Д. Эта тенденция приведёт к снижению уровня жизни населения

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ**

	100% - 91%	90% - 81%	80% - 61%	Меньше 60 %
Оценка	5	4	3	2
Количество правильных ответов	7-6	5	4	От 3

**Тема 3.2 Рыночные отношения в экономике. Финансовые институты**

**1. Роль рынка в экономике.**



*Рис. 1. Функции рынка*

Рынок обеспечивает установление **равновесной цены**, при которой участники готовы заключать сделки. Рынок немедленно реагирует на любые изменения и подстраивает цену под них.

Рынок **регулирует** объёмы производимых товаров во избежание дефицитов или излишков.

Конкуренция на рынке **стимулирует** производителей повышать качество и ассортимент для максимального удовлетворения спроса.

Ситуация на рынке (уровень цен и деловой активности) **информирует** о [спадах и подъёмах](#) экономики. По состоянию рынка можно судить о развитости экономической системы в целом. С помощью рыночных сигналов производители и потребители согласовывают свою деятельность.

Рынок выступает **посредником** между производителями и потребителями, помогая им найти контрагента и заключить сделку. Также рынок создаёт соответствующую инфраструктуру для более удобного взаимодействия (доставка, различные способы оплаты, покупка в кредит, бонусные программы).

*Пример:*

*на авторынке собираются продавцы определённой продукции, за которой именно туда приезжают покупатели.*

Рынок, как живой организм, постоянно обновляется и очищается от неэффективных элементов. **Санитрующая (оздоровительная)** функция вынуждает уходить с рынка тех участников, которые не отвечают актуальным потребностям рынка.

*Пример:*

*если фирма производит ненужный товар или завышает цену, она не сможет получить достаточно прибыли и обанкротится. Если покупатель неплатёжеспособен, он может не найти подходящий товар.*

**Социальная** функция рынка заключается в наличии предложения на каждый вид спроса, обеспечивая разнообразные потребности общества.

*Пример:*

магазины для людей с нестандартными размерами одежды и обуви; наличие как бутиков с дорогой одеждой, так и магазинов экономкласса.

Рынок требует **интеграции** (взаимодействия) участников, так как, объединяясь, они могут снизить свои издержки.

*Пример:*

*покупатели объединяются для оптовых закупок по более низкой цене.*

Рыночная экономика способствует внедрению **инноваций**, в том числе современных технологий.

*Пример:*

*разработка мобильных приложений и сайтов магазинов.*

## 2. Функционирование рынка.

**Рынок** — это экономический институт, основанный на отношениях купли и продажи товаров и услуг.

*Пример:*

*фактически рынок может находиться где угодно: это и организованный продуктовый базар, и онлайн-магазин, и биржа ценных бумаг.*

Основными участниками рынка являются **потребители**, которые хотят приобрести товар для удовлетворения личных потребностей, и **производители** (продавцы), которые хотят продать имеющийся товар и получить прибыль.

«**Невидимая рука рынка**» — метафора шотландского экономиста А. Смита. Это принцип, который заключается в том, что порядок в рыночной экономике возникает непреднамеренно. Случается это потому, что каждый участник рынка действует в своих **эгоистичных интересах**, но формирует общий **полезный результат** для всего общества.

*Пример:*

*Аня пришла к парикмахеру, чтобы сделать новую причёску (личный интерес). Заплатила за услугу (полезный результат). Парикмахер на заработанные деньги может приобрести что-то полезное для себя.*

Рука рынка невидима, потому что в рыночной экономике (в отличие от командной) спрос и предложение должны достигать **равновесия** автоматически.

**Рыночное равновесие** — это состояние на рынке, когда покупка и продажа определённого товара как для покупателя, так и для продавца взаимовыгодна.

В такой ситуации продавец продаёт ровно то количество товара, которое готов приобрести покупатель по выставленной цене и качеству. При любом колебании рынка данное состояние нарушается, и возникает либо избыток, либо дефицит товара.

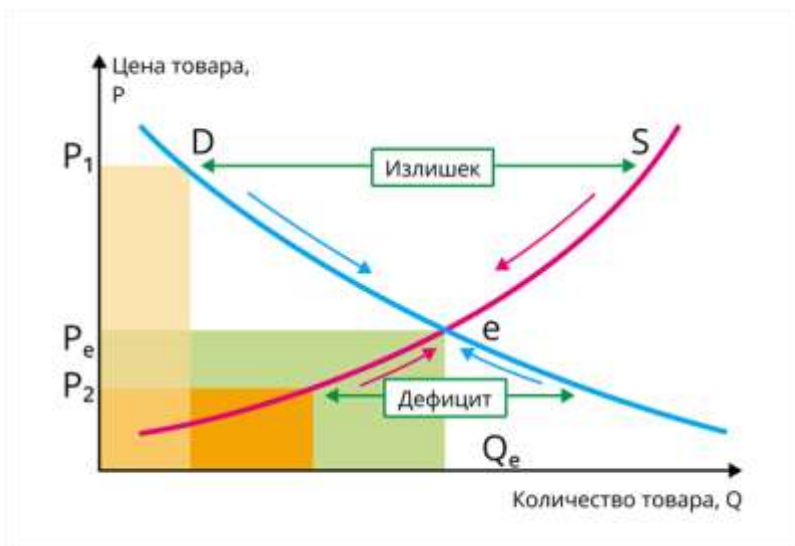


Рис. 1. Рыночное равновесие

При **избытке товара** предложение превышает уровень спроса. Товар будет оставаться непроданным, и, чтобы избавиться от него, производитель будет вынужден снижать цены и объёмы производства. Реагируя на дешевеющий товар, покупатели будут повышать спрос и раскупать товар активнее. Таким образом, количество товара и цена должны прийти к точке равновесия (e).

При **дефиците товара** спрос превышает предложение. Покупатели соревнуются за возможность приобрести дефицитный товар и готовы заплатить за него высокую цену. Рост цены на товар привлекает внимание производителей, которые наращивают производство с целью получить больше прибыли. Рынок наполняется товарами, дефицита больше нет, и цены снижаются вместе со спросом. Снова наступает равновесие.

**Виды рыночного равновесия:**

- стабильное (устойчиво к изменениям);
- нестабильное (нарушенное равновесие долго восстанавливается).\\

**3. Рыночный спрос**

**Спрос** — это желание и возможность покупателя приобрести товар или услугу по определённой цене.

**Закон спроса** гласит: чем выше стоимость — тем ниже спрос, и наоборот.

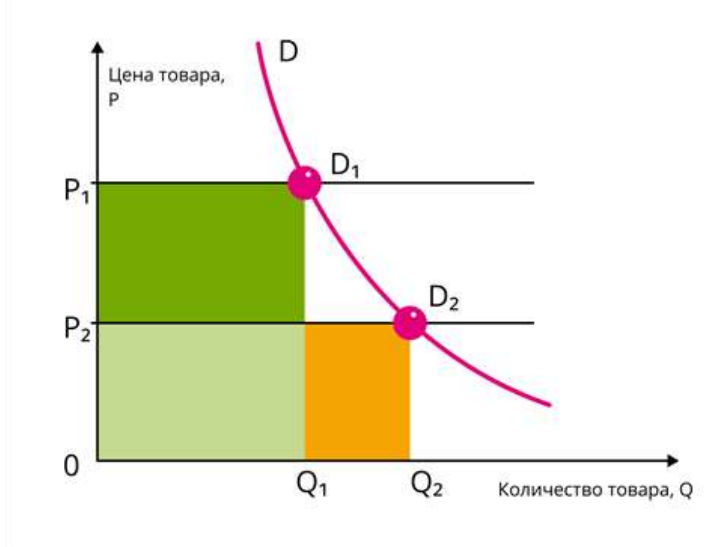


Рис. 1. График спроса

*Пример:*

при цене 100 рублей ( $P_1$ ) будет продаваться 50 штук (количество товара  $Q_1$ ), а спрос будет находиться в точке  $D_1$ . При уменьшении цены до уровня 80 рублей ( $P_2$ ) количество продаваемого товара увеличится до 70 штук (точка  $Q_2$ ), а спрос вырастет и переместится в точку  $D_2$ .

Кроме цены, на спрос также влияет ряд других факторов, их называют **неценовыми**:

- изменение доходов потребителей (чем выше доходы, тем выше спрос);
- мода и предпочтения;
- реклама;
- сезон;
- увеличение числа потребителей;
- цена на товары-заменители (батон и лаваш);
- цены на сопутствующие товары (машина и бензин).

*Пример:*

вам необходимо купить перчатки. В условиях рыночной конкуренции выбор будет очень большим — начиная от самых обычных за сто рублей и заканчивая брендовыми за тысячу. От чего будет зависеть ваш выбор? В первую очередь, конечно, от той суммы денег, которую вы готовы потратить на приобретение перчаток; далее — от ваших предпочтений, целей и пожеланий.

Выделяют **индивидуальный спрос**, который формирует конкретный покупатель. Он зависит от различных особенностей человека: пола, возраста, семейного положения, привычек и стиля жизни. Совокупность всех индивидуальных спросов объединяют в понятие **рыночный спрос**. На него влияет соотношение различных групп в обществе.

*Пример:*

если большая часть населения испытывает финансовые трудности, то на рынке будет высок спрос на товары первой необходимости и низок на дорогостоящие товары.

#### 4. Предложение на рынке

**Предложение** — это желание и возможность производителя произвести и продавца продать свой товар.

**Закон предложения:** чем выше цена, тем выше предложение.

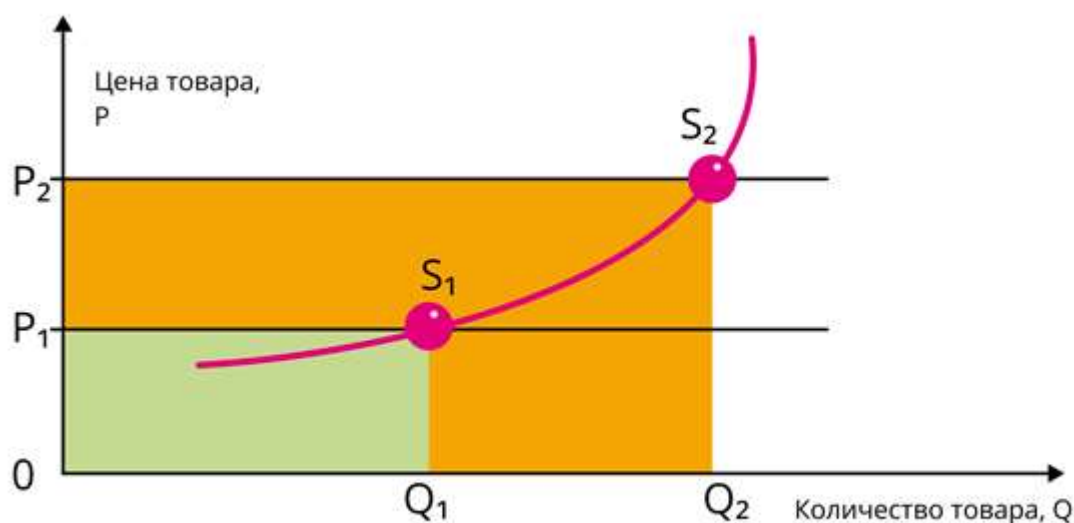


Рис. 1. График предложения



*Пример:*

при цене 100 рублей за товар (Q1) 3 фирмы будут готовы производить и продавать товар (S1). При установлении цены 500 рублей (P2) уже 10 фирм будут готовы производить его, предложение вырастет до точки (S2).

Продавец старается разными способами следить за предпочтениями покупателей и поэтому всегда анализирует **спрос** на товар.

*Пример:*

если он видит, что спрос на коричневые перчатки увеличился, а на синие уменьшился, чему может быть много разных причин, продавец будет стараться закупить или произвести большее количество перчаток коричневого цвета, а синего, наоборот, будет производить меньше.

На цену, выставляемую продавцом, на первых этапах будет влиять непосредственная стоимость производства перчаток (волокно, изготовление и т. д.). Следом в ту же стоимость войдут издержки на их транспортировку до магазина, на аренду, на рекламу. Именно поэтому в разных магазинах стоимость одного и того же продукта сильно различается, ведь все продавцы имеют разный уровень платежей за аренду и доставку.

**Неценовые факторы предложения:**

- цены на сырьё, факторы производства;
- изменения в технологии производства;
- налоги на производителей;
- количество производителей;
- природные условия.

## 5. Эластичность спроса

Спрос и предложение могут изменяться по-разному для разного вида товаров.

*Пример:*

неважно, как сильно подорожает хлеб или молоко, люди будут продолжать покупать данные товары. А вот ходить в рестораны при сильном росте цен люди станут значительно меньше.

**Эластичность** — это свойство, отражающее изменчивость одной величины при изменении другой.

**Эластичность спроса по цене** отражает, насколько изменится спрос на товар при изменении цены на него.

Эластичность спроса рассчитывают по **формуле**, деля изменение величины спроса на изменение цены (оба показателя в %).

$$\text{Коэффициент эластичности спроса (Ed)} = \frac{\text{Изменение величины спроса (\%)}}{\text{Изменение цены на товар (\%)}}$$

Рис. 1. Формула эластичности спроса

Если при изменении цены спрос практически не изменился, то это ситуация **неэластичного спроса**. Коэффициент эластичности будет меньше 1. Это означает, что люди не могут или не хотят отказываться от данного товара даже

при значительном повышении цен. Это касается товаров первой необходимости, товаров без альтернативных заменителей, дешёвых товаров.

*Пример:*

*продукты, необходимые лекарства, коммунальные услуги, плата за связь и интернет, спички, пакеты.*

Если при изменении цены спрос на товар значительно вырос или упал, это является проявлением **эластичного спроса**. Коэффициент эластичности будет больше 1. Это означает, что цена товара является весомым фактором при покупке.

При **повышении цен** рациональные потребители перейдут на товары-заменители или вовсе откажутся от покупки. При **снижении цен** больше потребителей захотят или смогут себе позволить купить данный товар. Эластичным является спрос на дорогостоящие товары, роскошь, товары с наличием заменителей.

*Пример:*

*недвижимость, автомобили, ювелирные украшения, компьютерная техника.*

Эластичность спроса зависит от следующих **факторов**:

- наличие товаров-заменителей;
- доля товара в бюджете потребителя;
- количество времени на выбор товара и покупку;
- срок использования товара.

Эластичность спроса важно **учитывать продавцу товара**. При эластичном спросе повышение цены может привести к снижению спроса и, соответственно, прибыли; даже небольшое снижение цены, наоборот, — к росту спроса и прибыли. При неэластичном спросе продавец может увеличивать цены, не опасаясь снижения спроса, так как он имеет относительно постоянную величину.

Выделяют большое **разнообразие рынков**: разных товаров и услуг, разного масштаба и разной степени законности.

## 6. Эластичность предложения

**Эластичность предложения по цене отражает, насколько изменится предложение товара при изменении цены на него.**

Эластичность предложения рассчитывают по **формуле**, деля изменение величины предложения на изменение цены (оба показателя в %).

$$\text{Коэффициент эластичности предложения (E}_s\text{)} = \frac{\text{Изменение величины предложения (\%)}}{\text{Изменение цены на товар (\%)}}$$

Рис. 1. Формула эластичности предложения

Если при изменении цены предложение остаётся неизменным, то предложение считается **неэластичным**. Коэффициент эластичности будет меньше 1. Это свойственно для ситуаций **краткосрочного периода** (короткого промежутка времени, за которое невозможно изменить объём предложения).

Если при изменении цены предложение реагирует ростом или сокращением, то **предложение эластично**. Коэффициент эластичности будет больше 1. В **среднесрочном периоде** эластичность будет небольшой, так как не каждый

производитель может быстро перестроить систему производства, нанять или сократить сотрудников, закупить сырьё. В **долгосрочном периоде** эластичность будет выше, так как у производителя будет довольно много времени на изменение производственных процессов.

На эластичность предложения влияют следующие **факторы**:

- время на перестройку производства;
- возможность длительного хранения (предложение на скоропортящиеся продукты неэластично и наоборот);
- наличие запасов продукции;
- ограниченность факторов производства (сырья, труда, земли);
- доступность кредитования.

**Оценка эластичности предложения** также важна для производителя при управлении производственными процессами. Она мотивирует производителя внедрять новые технологии, оптимизировать издержки.

### 7. Виды рынков

Выделяют большое **разнообразие рынков**: разных товаров и услуг, разного масштаба и разной степени законности.

Виды рынков		
По объектам рынка	По масштабам территории	По степени соблюдения закона
Научные разработки, средства производства, потребительские товары и услуги, ценные бумаги, иностранная валюта, рабочая сила	Мировой, национальный, региональный, местный	Легальный, нелегальный

Рис. 1. Виды рынков

Также говорят о рынке **факторов производства**, на котором производители приобретают ресурсы для дальнейшего использования и производства конечных товаров. Спрос на факторы производства называют **производным**, то есть зависящим от спроса на конечные товары и услуги.

*Пример:*

*если на потребительском рынке вырос спрос на одежду из искусственного меха, то на рынке факторов производства вырастет спрос на искусственный мех, необходимый для производства такой одежды.*

На **рынке труда** объектом купли-продажи являются трудовые услуги. Здесь работник является продавцом и формирует предложение, а фирма выступает в качестве покупателя и формирует спрос. Ценой за труд является **зарплата**.

Этот рынок отличается особенностями юридического оформления (заключение **трудового договора**), более сильным государственным регулированием (**трудовое право**) и другой динамикой цен.

**Рынок земли** в первую очередь связан с территорией, на которой происходит любое производство (производственные площади). Поскольку площадь доступной земли ограничена площадью суши на нашей планете, то предложение считается неэластичным.

Платой за пользование землёй является **рента**. Земля может приобретаться в собственность, долгосрочную и краткосрочную аренду.

**Рынок капитала** обеспечивает его преобразование из физического в денежный и наоборот (**оборотный капитал**). В ходе кругооборота капитала полученная предпринимателем прибыль вкладывается в покупку материалов, чтобы вновь стать товаром и принести прибыль. Доход от использования капитала называют **процентом**.

На **рынке информации** товаром являются различные виды **знаний**: профессиональные, образовательные, коммерческие, информация о научно-технических разработках, развлекательная информация. Информация — неограниченный ресурс, её можно производить и передавать бесконечное количество раз. Чтобы информация стала товаром и приносила доход, необходимо ограничить к ней доступ и обеспечить информационную защиту (**эксклюзивность**).

## 8. Государственное регулирование рынков

**Рыночная экономика** отличается самостоятельностью и свободой. Однако **государство** иногда вмешивается в функционирование рыночного механизма с целью защиты публичных интересов или прав граждан.

Государство обеспечивает интеграцию рыночных отношений в **публично-правовую сферу**. Так, принимается законодательство, регулирующее рыночные отношения, проводится государственная регистрация предпринимателей.

В целях поддержания **социальной справедливости и равенства** граждан государство:

- борется с безработицей;
- устанавливает минимальный размер оплаты труда;
- обеспечивает равенство граждан в экономической сфере;
- не допускает **монополизации** рынка;
- устанавливает предельный уровень цен на ряд социально значимых товаров (лекарства, продукты).

### ***Обрати внимание!***

При этом роль государства в рыночной экономике должна быть ограничена.

Если дать государству возможность регулировать цены, это приведёт к **нарушению рыночного равновесия**.

При установлении государством **максимально возможной цены** товара вырастет спрос и снизится предложение. Для производителя может стать невыгодно продавать товар по фиксированной цене, если она ниже затрат на его производство. Это может привести к **дефициту**.

При установлении **минимально возможной цены** снизится спрос, появятся **излишки** товара. Если минимальная цена будет достаточно высока для формирования реального спроса, государство будет вынуждено само покупать данный товар для поддержания производителей.

## 8. Конкуренция на рынке

**Конкуренция** — это соперничество, которое может возникать как между производителями, так и между потребителями, борьба за лучшие условия продажи и покупки товара, а также за получение большей части какого-либо ограниченного ресурса.

Конкуренция является неотъемлемой чертой рыночной системы. Чаще всего мы говорим о конкуренции среди производителей, однако сами в роли потребителя тоже часто вступаем в соперничество.

*Пример:*

*каждый из нас регулярно участвует в конкурентной борьбе: когда мы пытаемся купить товар со скидкой, когда приходим до открытия магазина, чтобы занять очередь и успеть купить товар, который представлен в ограниченном количестве, когда рекламируем оказываемые нами услуги для того, чтобы продать их большему количеству людей и т. д.*

Конкурентные преимущества фирмы:

- удачное расположение;
- клиентоориентированность;
- удачная рекламная кампания;
- высокое качество продукции.

Негативные черты конкуренции	
Черта	Пояснение
Порождение социального неравенства	У кого-то фирма стала развиваться и приносить доход, а кто-то обанкротился. В результате первый пошёл вверх по социальной лестнице, а второй спустился вниз
Большой риск разорения для предпринимателей	Никто не даёт никаких гарантий, решил рискнуть — бери на себя ответственность
Необоснованно высокие траты на рекламу	В условиях конкуренции главным является узнаваемость бренда, а реклама стоит недёшево
Использование нечестных методов борьбы	Иногда производители готовы писать негативные (лживые) отзывы, портить товар конкурента, шпионить за ним и т. д., а это назвать честным нельзя
Угроза монополизации рынка	Нельзя исключать возможность укрепления одной из фирм в отрасли и дальнейшее её превращение в монополию

## 9. Монополия

**Монополия** — это вид конкурентного рынка, при котором в отрасли существует только одна фирма, производящая товар.

Такой вид конкуренции наиболее неприятен для потребителей, так как монополия несёт для них ряд **проблем**:

- качество продукции снижается, так как у производителя из-за отсутствия конкуренции нет необходимости модернизировать производство и улучшать свой товар/услугу;
- цена на продукт растёт, ведь производитель знает, что аналогов его товара нет, а значит, потребитель будет готов его приобрести по любой цене;
- ограниченный ассортимент товара: если производитель не запланировал какой-то цвет, фасон, комплектацию товара, то и получить её потребитель не сможет.

Но существуют ситуации, при которых конкуренция может навредить общественным интересам. В этих случаях государство допускает наличие **естественных монополий**. Чаще всего естественные монополии складываются в тех отраслях, где создание новых фирм либо слишком энергозатратно/технически невозможно, либо финансово невыгодно.

*Пример:*

*РЖД, системы водоснабжения, системы энергоснабжения, метро.*

*10. Антимонопольная политика*

Для ограничения влияния монополий в странах с рыночной системой действует антимонопольное законодательство и введена юридическая ответственность фирм и их руководителей за попытки монополизации рынка.

Начиная с 2004 года в Российской Федерации действует **Федеральная антимонопольная служба (ФАС)**. В её задачи входит осуществление контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, которое защищает честную конкуренцию и способствует пресечению недобросовестной конкуренции. Для этого ФАС может проверять ценообразование в отдельных отраслях, следить за контрактной системой закупок товаров, иностранными закупками и т. д.

*Пример:*

*в октябре 2022 года ФАС было возбуждено дело против компании «Мегафон». Её обвинили в повышении тарифов на сотовую связь на 12 %, что превышает уровень инфляции.*

В качестве наказания ФАС может использовать штраф или даже прекращение деятельности предприятия (в судебном порядке).

## **11. Государственное регулирование конкуренции**

Защита конкуренции — это одно из важнейших направлений государственной политики Российской Федерации. Её основы определены в законе **«О защите конкуренции»**.

Политика защиты конкуренции представляет собой комплекс мер, к которым можно отнести следующие:

- **таможенно-тарифные меры** (введение экспортных и в первую очередь импортных пошлин для защиты отечественного производителя от иностранной конкуренции);
- **налоговые меры** (снижение налоговой нагрузки на бизнес, создание равных условий для всех предприятий, привлечение иностранных инвестиций и т. д.);
- **сокращение административных барьеров** (упрощение процедуры регистрации, систематизация процедуры надзора за действующими фирмами и т. д.);
- **антимонопольное регулирование** (деятельность ФАС).

Данные меры должны реализовываться во всех отраслях экономики, что будет способствовать её эффективному развитию.

## **12. Монополия**

**Монополия** — это тип конкуренции, при которой в силу определённых причин существует только один покупатель, желающий приобрести определённую продукцию, и множество фирм, имеющих возможность данную продукцию произвести.

*Пример:*

*в небольшом городе может быть только одна компания, предоставляющая трудоустройство основной части населения. Такая фирма устанавливает удобный для себя размер заработной платы, а работникам остаётся или её принимать, или искать другую работу, что может быть затруднительно.*

В условиях монополии у покупателя появляется возможность снизить цену, что влечёт за собой потерю дохода для производителей.

Монополия может складываться в сфере государственных заказов (государственные закупки вооружения или оборудования для космической отрасли), а также в сельскохозяйственной отрасли, когда все фермеры вынуждены сдавать свой продукт одному закупщику.

