

РЫНОК. СПРОС. ПРЕДЛОЖЕНИЕ. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Основные понятия:

рынок, функции рынка, виды рынков, конкуренция, монополия, олигополия, цена, равновесная цена, спрос, величина спроса, цена спроса, закон спроса, предложение, величина предложения, цена предложения, закон предложения, нерегулируемое предложение, нерегулируемый спрос, нерегулируемая цена

РЫНОК

- В узком смысле:
- Совокупность отношений, форм и организаций сотрудничества людей друг с другом касающиеся купли-продажи чего-либо
- В широком смысле:
- Это форма организации экономической жизни общества, экономическая система

Причины возникновения рыночной экономики

1. Развитие разделения труда => появилась возможность и необходимость обмена
2. Частная собственность –
 - форма юридического закрепления за гражданином или группой людей прав **ВЛАДЕНИЯ, ПОЛЬЗОВАНИЯ и РАСПОРЯЖЕНИЯ** каким-либо имуществом, независимо от того, используют ли они его для личного потребления или для осуществления предпринимательской деятельности.

Виды рынков

- С точки зрения соответствия действующему законодательству:

- легальный
- нелегальный (теневой)

- По географическому положению:

- местный
- национальный
- региональный
- международный

Виды рынков

- По экономическому назначению:

- потребительский (делится на отраслевые рынки)
- рынок средств производства
- рынок рабочей силы
- рынок информации
- финансовый рынок
- валютный рынок и др.

Факторы рыночного саморегулирования

- Ценовой механизм
- Спрос и предложение
- Конкуренция

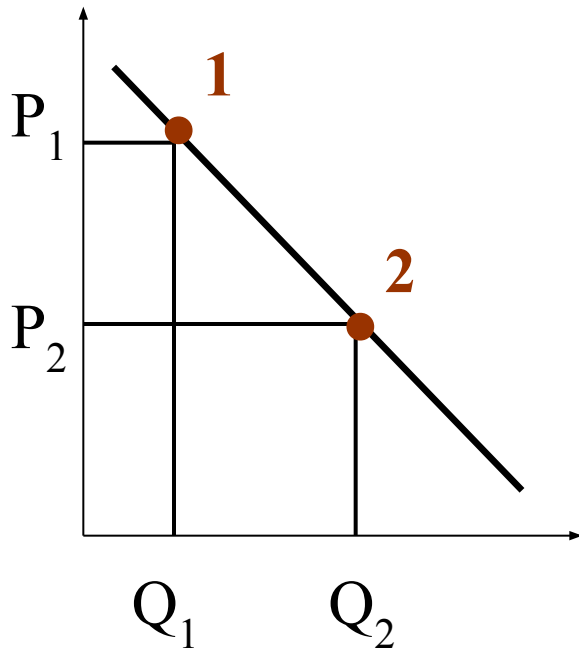
Функции рынка (и цен)

1. Информационная
2. Регулирующая (способствует эффективному распределению ресурсов)
А. Смит «невидимая рука»
3. Стимулирующая (стимулирует НТП => снижаются затраты производства => увеличивается прибыль)
4. Санирующая (основана на конкуренции)



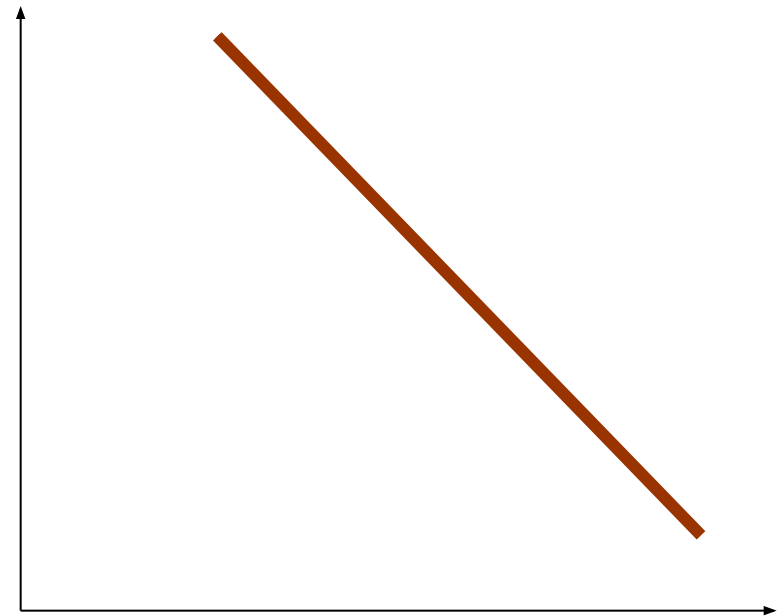
Величина спроса (Q_D)

количество
экономического блага,
которое покупатели
готовы (хотят и могут)
приобрести **по данной
цене** в данный момент
времени.



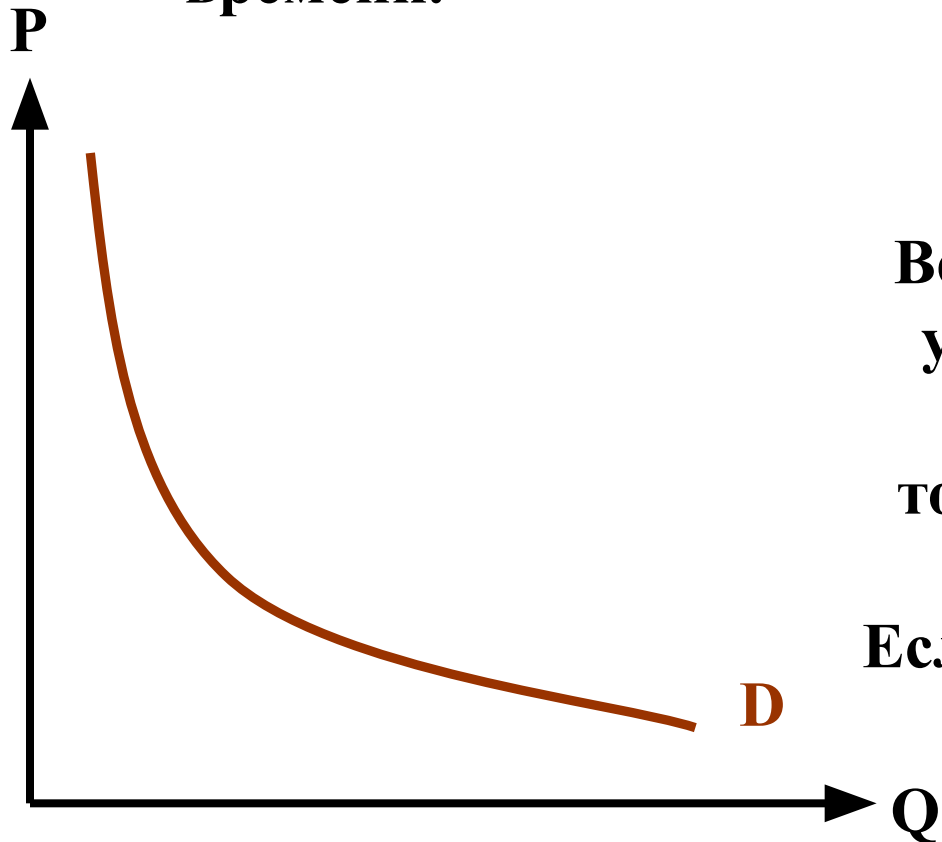
Спрос (D)

количество
экономического блага,
которое покупатели
готовы (хотят и могут)
приобрести **по разным
ценам** в данный момент
времени.



Кривая спроса

- кривая, показывающая, какое количество товаров или услуг готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени.



ЗАКОН СПРОСА

Величина спроса на товар или услугу находится **в обратной зависимости** от цены этого товара или услуги при прочих равных условиях.

Если $P \uparrow$, то $Q_D \downarrow$. Если $P \downarrow$, то $Q_D \uparrow$

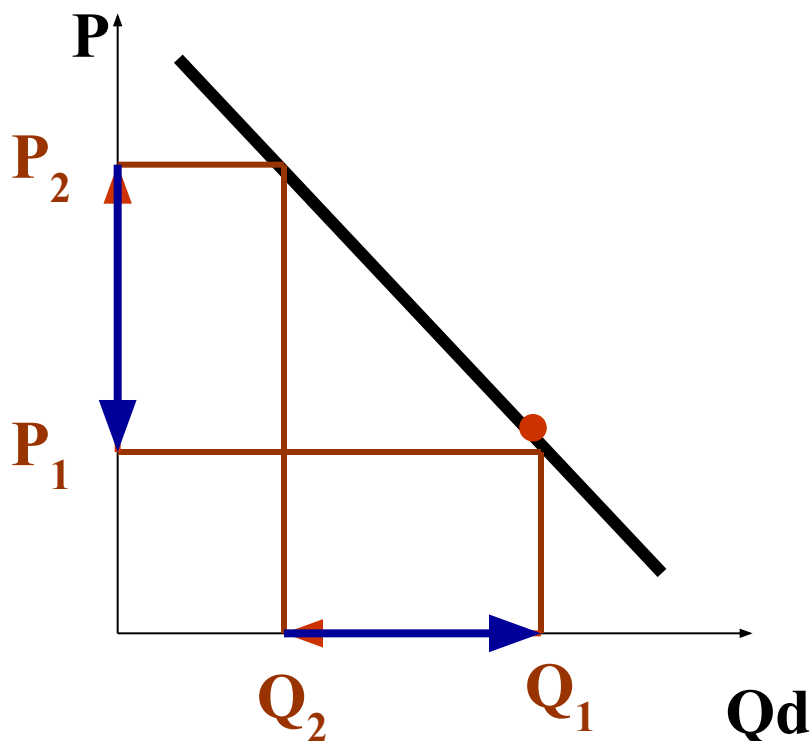
Исключения из закона спроса

1. Низкокачественные товары – эффект Гиффена
2. Дорогостоящие престижные товары – эффект Веблена
3. Эффект «присоединения к большинству»
4. Эффект сноба

Нерациональный спрос – незапланированный спрос, возникший под влиянием сиюминутного желания, прихоти, каприза

Вывод:

1. Если изменяется **цена (P)**, то изменяется **величина спроса (Qd)**.

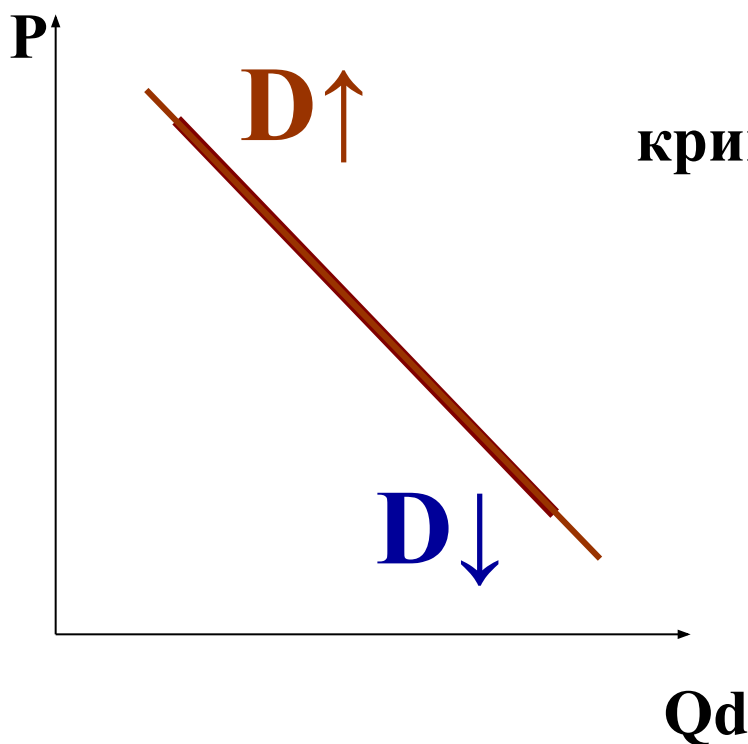


Если $P \uparrow$, то точка
перемещается
по кривой D **вверх**, а
 $Qd \downarrow$

Если $P \downarrow$, то точка
перемещается
по кривой D **вниз**, а
 $Qd \uparrow$

Вывод:

2. Если **цена (P) постоянная**, но действуют неценовые факторы, то изменяется **спрос (D)**

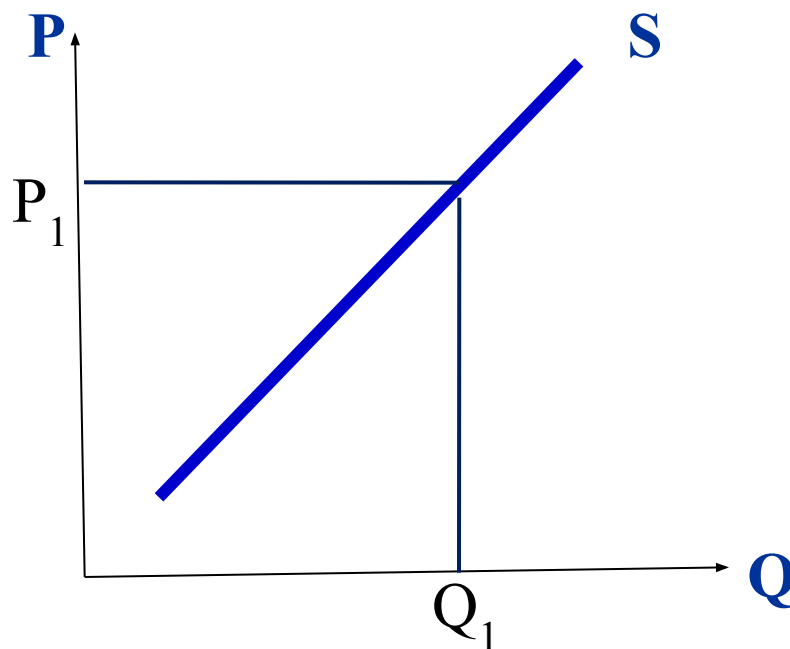


Если **D↑**, то
кривая спроса **D** перемещается
ВПРАВО-вверх

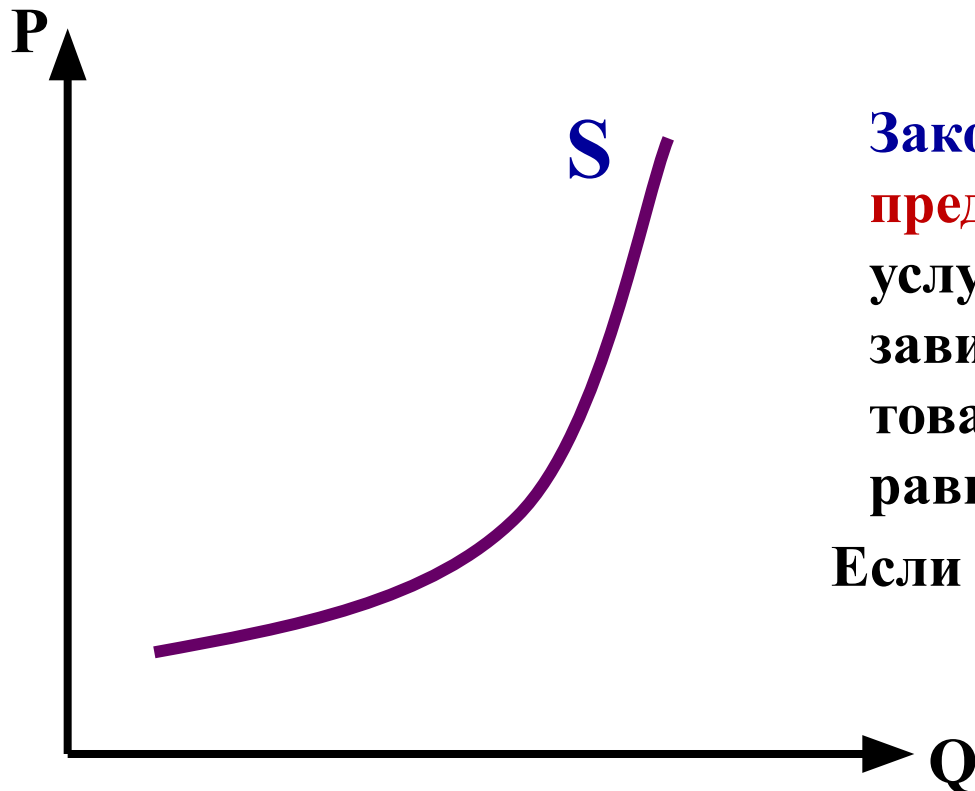
Если **D↓**, то
кривая спроса **D**
перемещается **ВЛЕВО-вниз**

- **Предложение (supply), S** – количество экономического блага, которое производители готовы (хотят и могут) предложить для продажи **по разным ценам** в данный момент времени.

- **Величина предложения (quantity), Q_s** – количество экономического блага, которое производители готовы (хотят и могут) предложить для продажи **по данной цене** в данный момент времени в данном месте



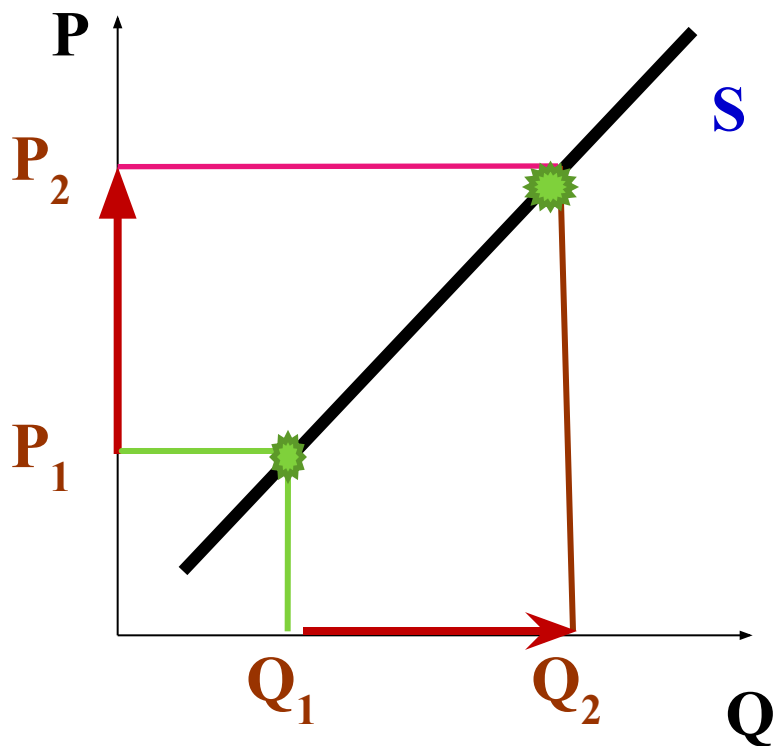
Кривая предложения – это кривая, каждая точка которого показывает, какое количество товаров или услуг готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени



Закон предложения – величина предложения на товар или услугу находится в прямой зависимости от цены этого товара или услуги при прочих равных условиях.
Если $P \uparrow$, то $Q_s \uparrow$. Если $P \downarrow$, то $Q_s \downarrow$

Вывод:

1. Если изменяется **цена (P)**, то изменяется **величина предложения (Qs)**.

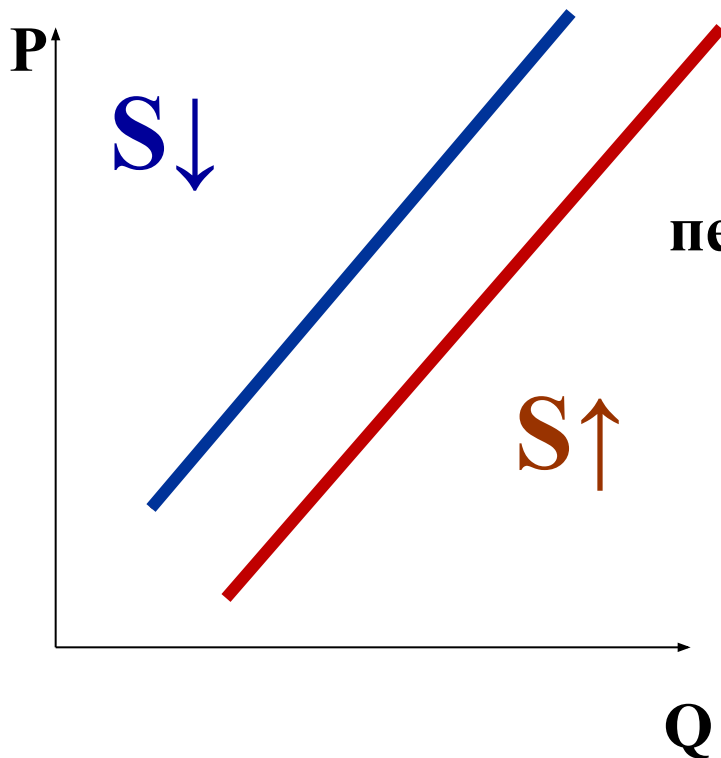


Если $P \uparrow$, то точка перемещается по кривой S **вверх**, а $Q_s \uparrow$

Если $P \downarrow$, то точка перемещается по кривой S **вниз**, а $Q_s \downarrow$

Вывод:

2. Если цена (P) постоянная, но действуют неценовые факторы, то изменяется предложение (S)

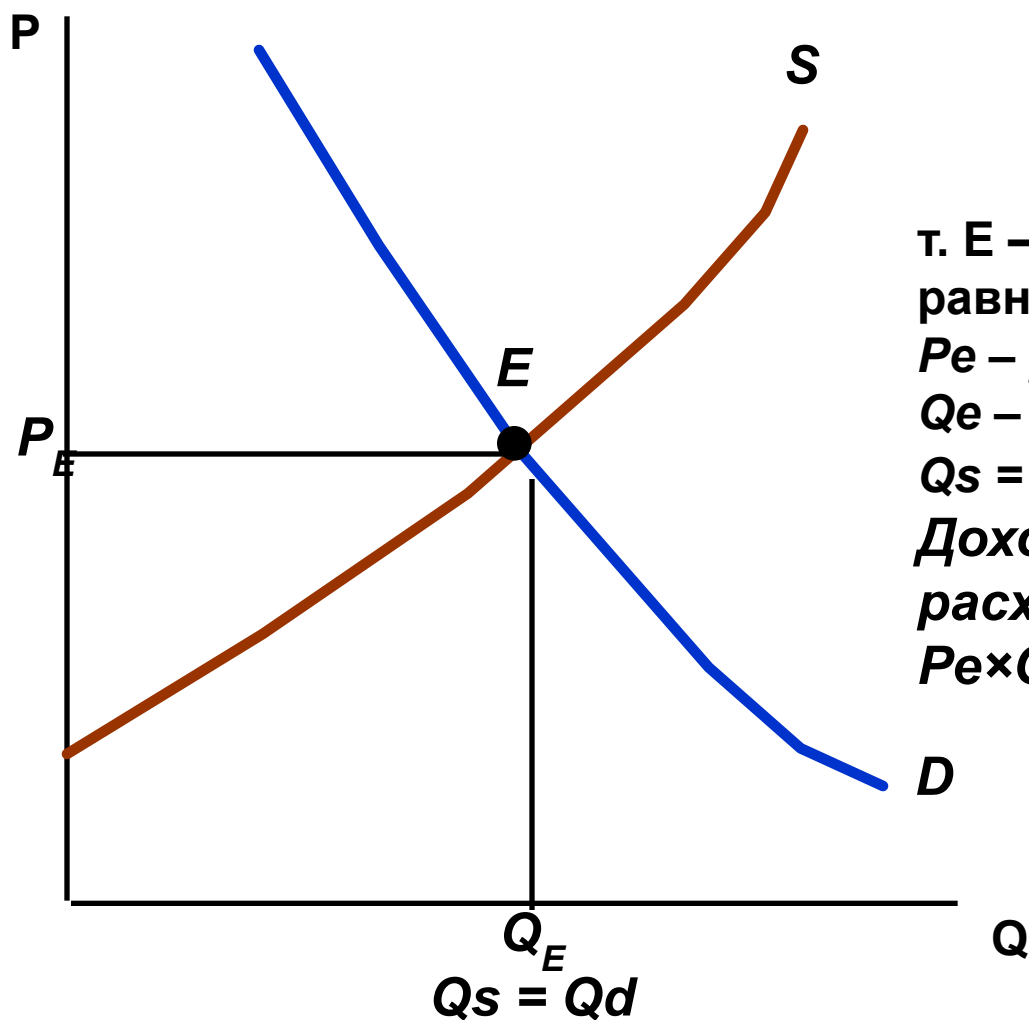


Если $S \uparrow$, то
кривая предложения S
перемещается **ВПРАВО-вниз**

Если $S \downarrow$, то
кривая предложения S
перемещается **ВЛЕВО-вверх**



Рыночное равновесие



$t. E$ – точка рыночного равновесия

P_e – равновесная цена

Q_e – равновесное количество

$Q_s = Q_d$

Доход (выручка продавцов)/
расходы покупателей =

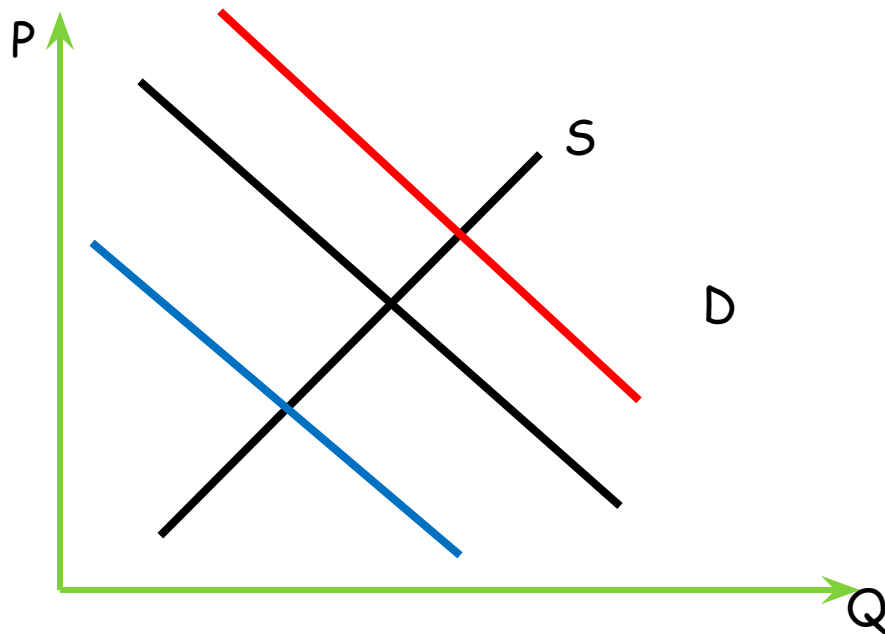
$P_e \times Q_e$

Изменение рыночного равновесия

1. Изменение спроса

A) $D \uparrow \Rightarrow P \uparrow, Q \uparrow$

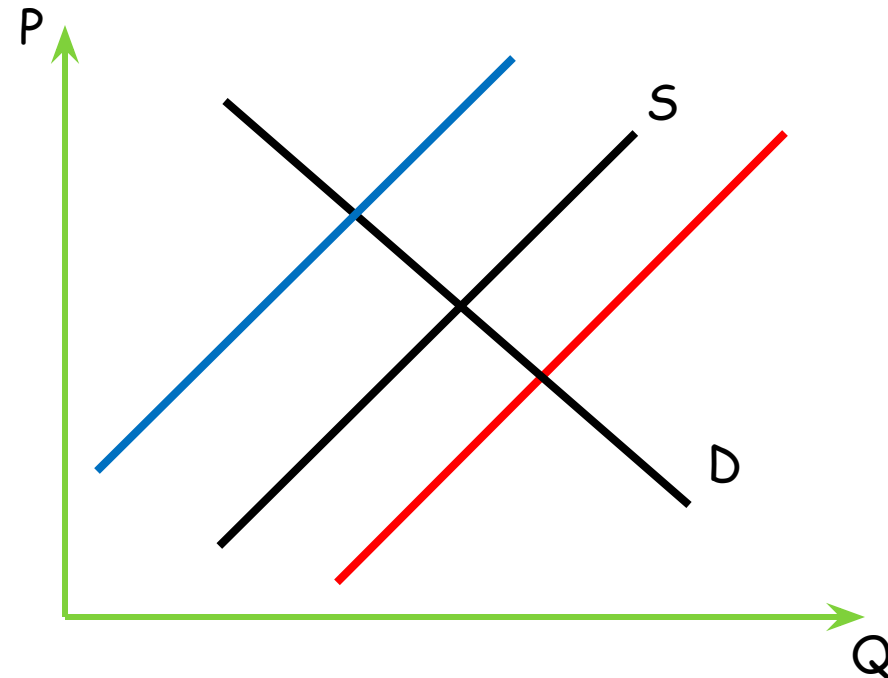
Б) $D \downarrow \Rightarrow P \downarrow, Q \downarrow$



2. Изменение предложения

A) $S \uparrow \Rightarrow P \downarrow, Q \uparrow$

Б) $S \downarrow \Rightarrow P \uparrow, Q \downarrow$

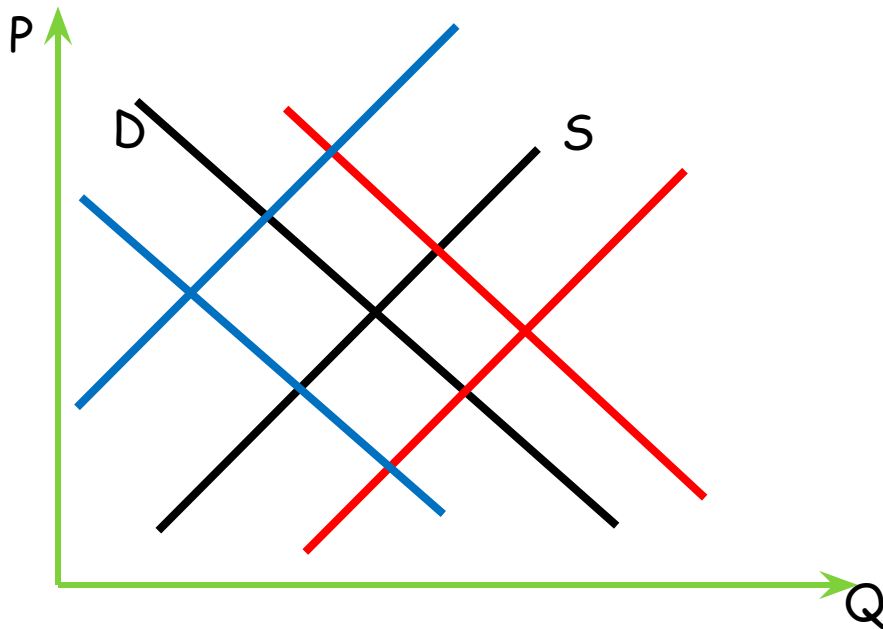


Изменение рыночного равновесия

3. Изменение спроса и предложения в **одном** направлении

А) $D \uparrow, S \uparrow \Rightarrow Q \uparrow, P - ???$

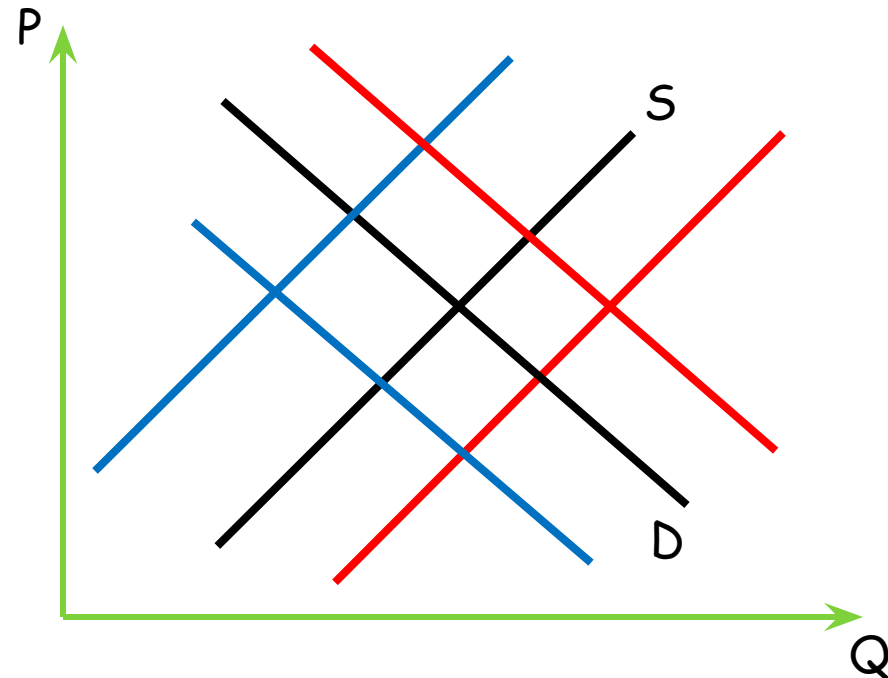
Б) $S \downarrow, D \downarrow \Rightarrow Q \downarrow, P - ???$



4. Изменение спроса и предложения в **разных** направлениях

А) $D \uparrow, S \downarrow \Rightarrow P \uparrow, Q - ???$

Б) $S \uparrow, D \downarrow \Rightarrow P \downarrow, Q - ???$

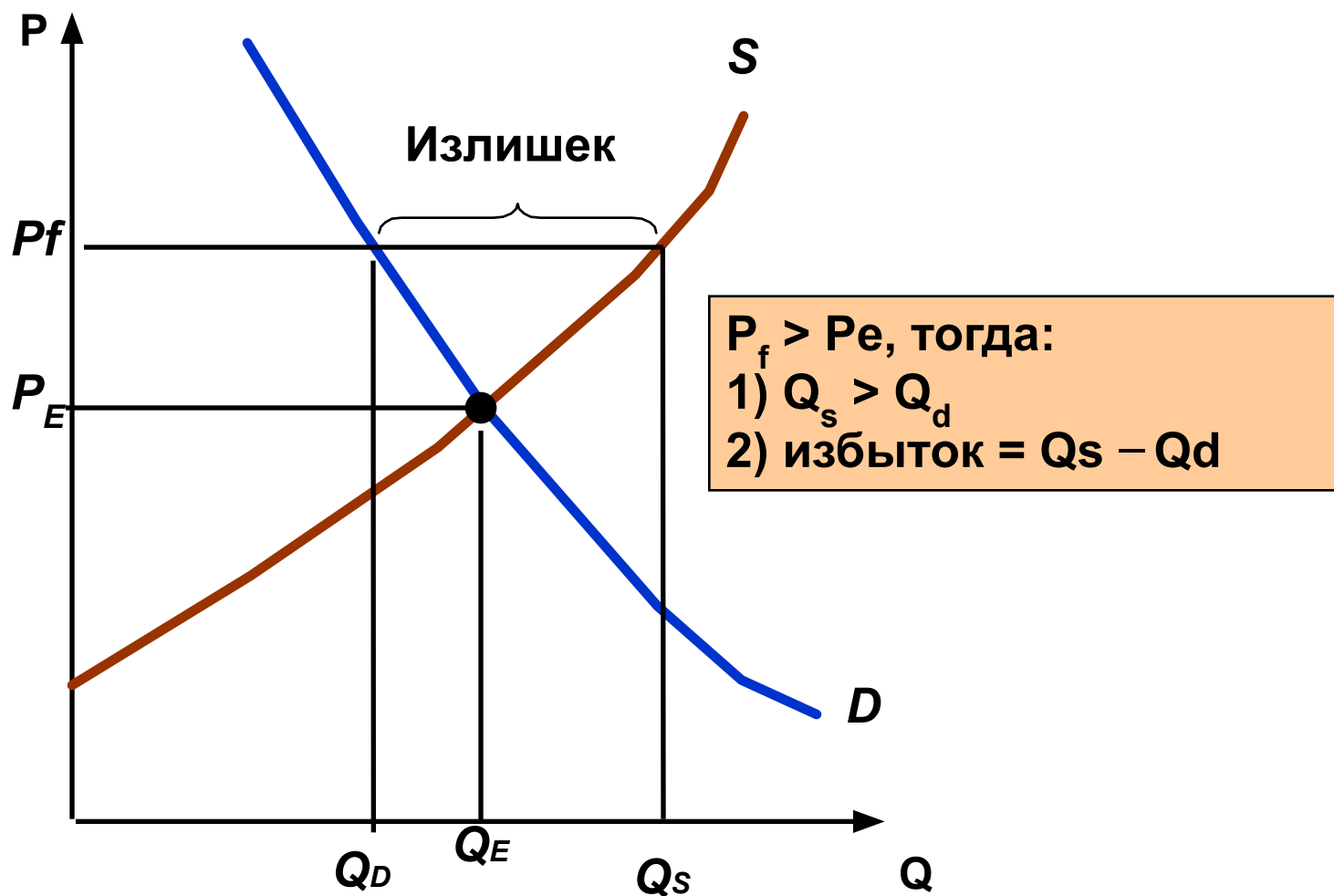


Государственное регулирование рынка товаров и услуг

1. Установление фиксированных цен ⇒ дефицит/избыток эк. благ
2. Регулирование предела изменения цены (верхний и нижний предел цены) ⇒ дефицит/избыток эк. благ
3. Введение налогов и дотаций (субсидий) продавцам (покупателям)

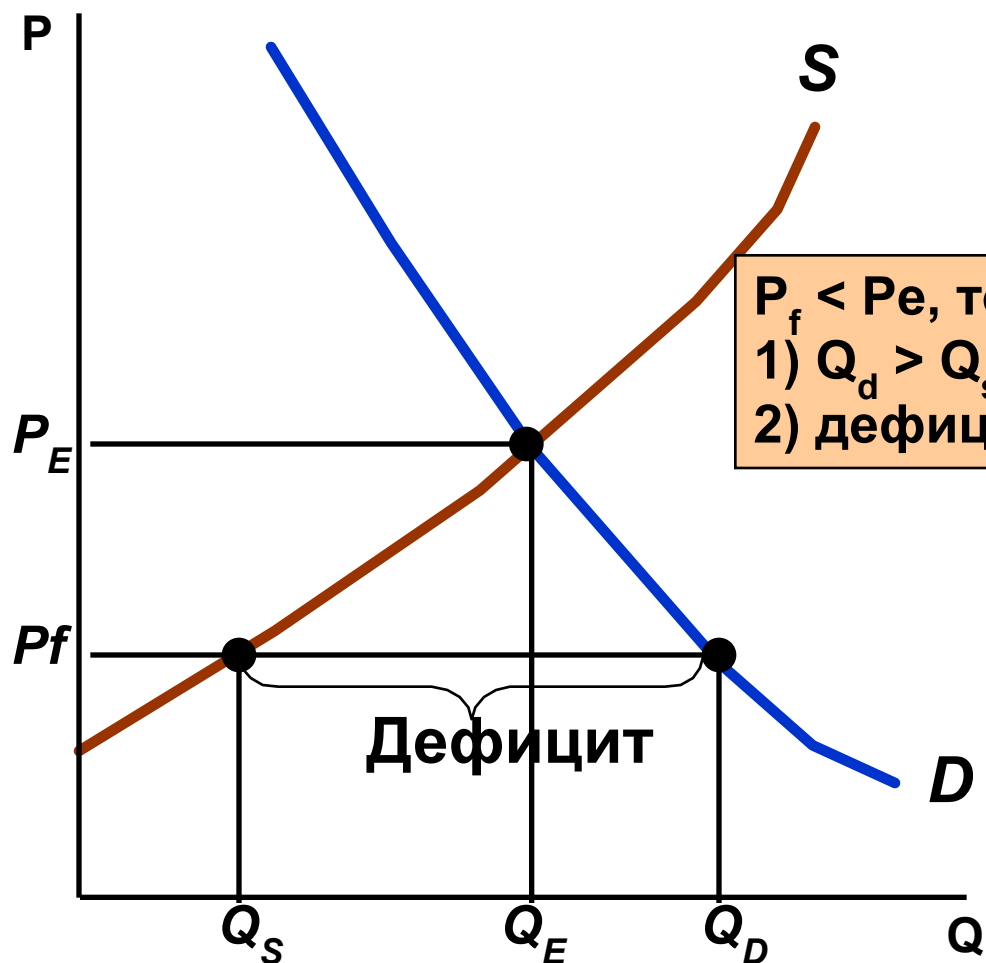
1. Установление фиксированной цены, P_{fix}

a) $P_{fix} > P_e$



1. Установление фиксированной цены, P_{fix}

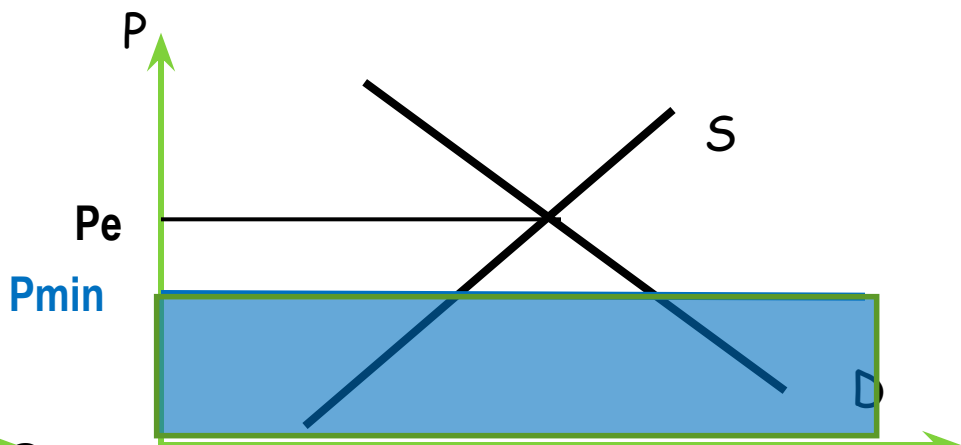
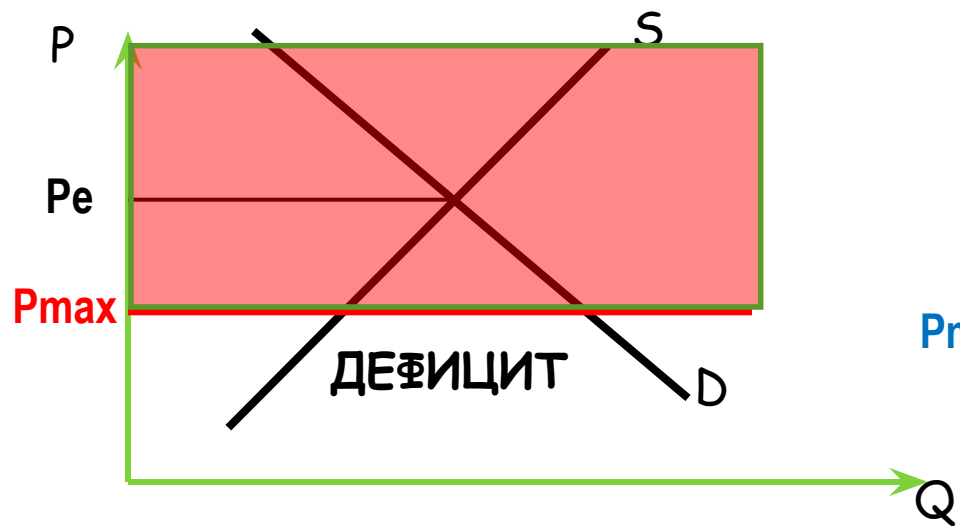
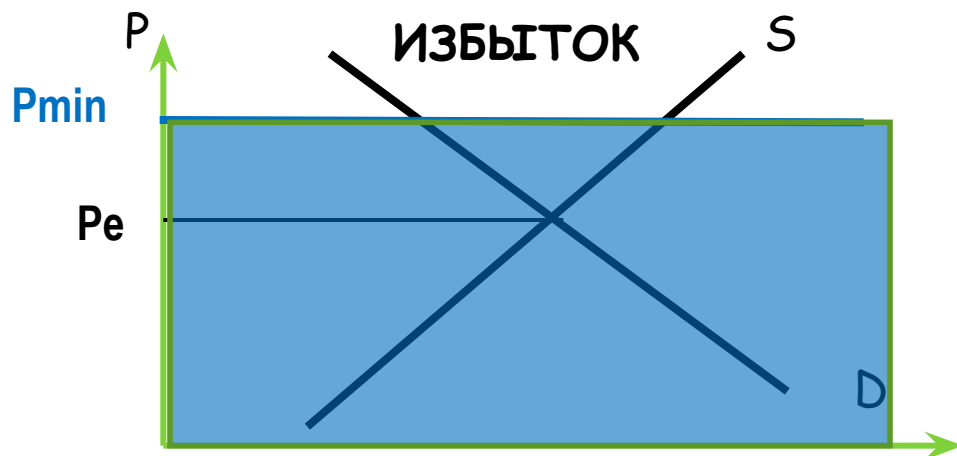
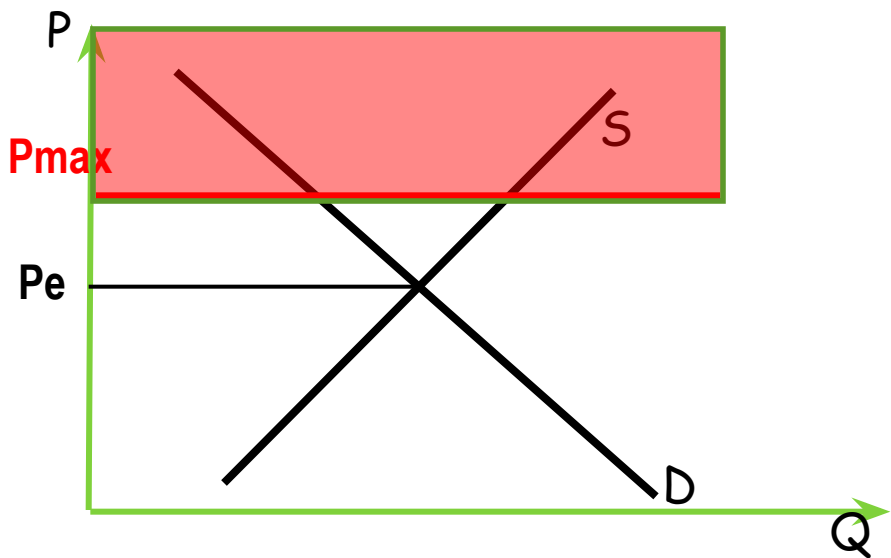
б) $P_{fix} < P_e$



$P_f < P_e$, тогда:
1) $Q_d > Q_s$
2) дефицит = $Q_d - Q_s$



Регулирование предела изменения цены

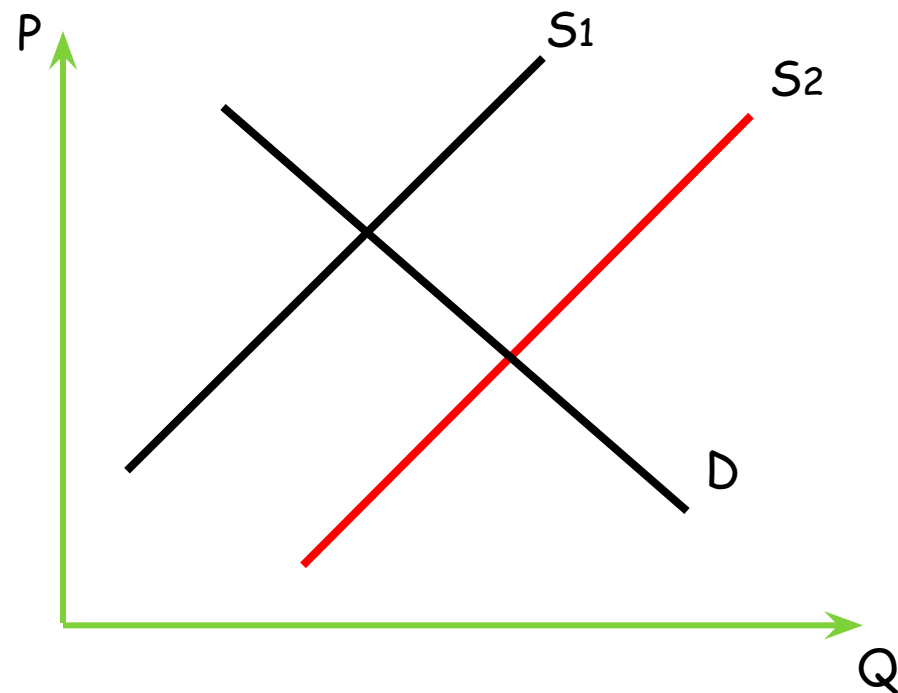
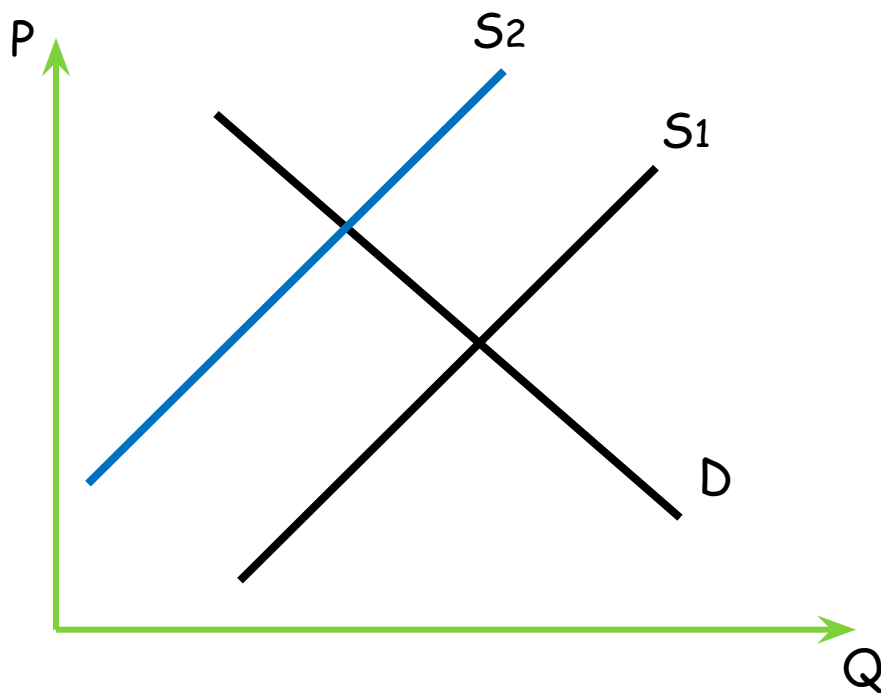


Введение налогов и дотаций (субсидий)



налоги $\uparrow \Rightarrow S \downarrow \Rightarrow P \uparrow, Q \downarrow$

sb $\uparrow \Rightarrow S \uparrow \Rightarrow P \downarrow, Q \uparrow$



Конкуренция

это

экономическое состязание между участниками рыночных отношений за получение благ

Черты конкуренции

Позитивные	Негативные
<ul style="list-style-type: none">• Ограничивает возможность возникновения монополий (от гр. моно — один, poleo — продаю), которые контролируя основную часть производства или сбыта определенного товара, могут взвинчивать цены, снижать качество и т. д.• Создает возможность выбора для потребителя• Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки• Способствует внедрению технических достижений в производство, улучшению качества продукции	<ul style="list-style-type: none">• Постоянное разорение многих товаропроизводителей• Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу• Использование нечестных методов борьбы:<ul style="list-style-type: none">— подкуп работников;— шантаж;— промышленный шпионаж и др.

Конкуренция (основные формы)

Ценовая

- Снижение цен
- Скидки и премии
- Распродажи

Неценовая

- Качество
- Дополнительные гарантии
- Особое оформление
- Реклама

Конкуренция

- **Экономическое состязание**
между производителями
одинаковых или похожих товаров
за рынки сбыта своей продукции
и за получение дохода от ее
продажи

Конкуренция

Совершенная (свободная)

условия
функционирования
фирм, производящих
одинаковую
продукцию, когда
отдельно взятая фирма
не в состоянии влиять
на рыночную цену
продукции

Несовершенная

условия
функционирования
фирм, когда отдельно
взятая фирма обладает
способностью влиять на
цену выпускаемой
продукции

- **Монополистическая конкуренция**
- **Олигополия**
- **Монополия**

Признаки, определяющие отношение фирмы к типу рыночной структуры

1. **Количество фирм**
2. **Тип производимой продукции**
 - Однородная (стандартизированная)
 - Дифференцированная
 - Уникальная
3. **Рыночные барьеры (*совокупность ограничений, препятствующих фирме производить определенную продукцию*)**
4. **Доступность экономической информации**
5. **Контроль над ценами**

Сравнительная характеристика типов рыночных структур

Типы рын. стр-р	Кол-во фирм	Тип продукции	Рын. барьеры	Эконом. информация	Контроль над ценой	Пр-ры
Сов. конкуренция	Очень много	Однородная	Не существ.	Доступна	Отсутствует	Сельское хозяйство, рынок ц.б.
Монополистич. конк.	Много	Дифференцированная	Легко преодолимые	Доступна	Незначительный	Рынок одежды, мебели, канцтов.
Олигополия	Небольшое	а) однор. б) диф.	Трудно преодолить	Трудно доступная	Значительный	Про-во а/м, стали, меди и т.
Монополия	Одна	Уникальный	Не преодолимые	Недоступна	Полный	Электроэнергетика, ж/д, метро

Совершенная конкуренция

- это тип рыночной структуры, где действует **множество** фирм, производящих **однородную (стандартизированную)** продукцию, каждая из которых не в состоянии изменить рыночную цену продукции

Монополистическая конкуренция

- тип рыночной структуры, где действует **много** фирм, производящих **дифференцированную** продукцию, каждая из которых имеет возможность **незначительно** влиять на цену продукции.

Олигополия

- тип рыночной структуры, где действует **несколько** фирм, производящих **однородную или дифференцированную продукцию**, каждая из которых имеет возможность значительного влияния на рыночную цену продукции.

Монополия



Монополия

- тип рыночной структуры, где действует **один** производитель, имеющий значительную рыночную власть, т.е. способность влиять на цену продукции



Основные формы искусственных монополий



Роль конкуренции

- **Оптимальное удовлетворение спроса**
- **Сдерживание роста цен и даже их снижение**
- **Обеспечение рыночного равновесия**
- **Стимулирование научно-технического прогресса**
- **Регулирование производства:**
 - Выравнивание прибыли в различных отраслях и сферах экономики
 - Эффективное распределение ограниченных производственных ресурсов
 - Дифференциация товаропроизводителей.



Спрос (D)

изменяется из-за действия **НЕЦЕНОВЫХ** факторов

Неценовые факторы

1. Изменение дохода покупателей (I)
 - а) $I \uparrow \Rightarrow D \uparrow$ - для **нормальных** товаров;
 - б) $I \uparrow \Rightarrow D \downarrow$ - для **низших (некачественных, инфериорных)** товаров.
2. Вкусы и предпочтения потребителей.
3. Ожидание изменения цены.
Если Рожид. \uparrow , то $D \uparrow$. Если Рожид. \downarrow , то $D \downarrow$.

Неценовые факторы

4. Изменение цены на другие товары

а) А, В – товары-заменители (субституты)

Если $P_A \uparrow$, то $D_B \uparrow$

Если $P_A \downarrow$, то $D_B \downarrow$

б) А, В – дополняющие товары
(комплементы)

Если $P_A \uparrow$, то $D_B \downarrow$

Если $P_A \downarrow$, то $D_B \uparrow$

5. Изменение числа покупателей (N)

Если $N \uparrow$, то $D \uparrow$

Если $N \downarrow$, то $D \downarrow$



Предложение (S)

изменяется из-за действия **НЕЦЕНОВЫХ**
факторов

Неценовые факторы

1. Изменение цен на ресурсы производства

$$P_{\text{рес.}} \uparrow \Rightarrow S \downarrow, \quad P_{\text{рес.}} \downarrow \Rightarrow S \uparrow$$

2. Изменение количества ресурсов. **Чем больше количество ресурсов , тем больше предложение.**

3. Новые технологии в производстве товаров $\Rightarrow S \uparrow$

4. Ожидание изменения цены (для краткосрочного периода)

Если $P_{\text{ожид.}} \uparrow$, то $S \downarrow$; если $P_{\text{ожид.}} \downarrow$, то $S \uparrow$

Неценовые факторы

5. Налоги. *Если* налоги \uparrow , то $S\downarrow$; *если* налоги \downarrow , то $S\uparrow$

6. Субсидии (дотации) $Sb\uparrow \Rightarrow S\uparrow$, $Sb\downarrow \Rightarrow S\downarrow$

7. Изменение цены на товары, производимые в аналогичных условиях

Пусть товары А и В производятся в аналогичных условиях, например, А – йогурт, В - кефир

Если $P_A\uparrow$, то $S_B\downarrow$ Если $P_A\downarrow$, то $S_B\uparrow$

8. Изменение числа продавцов (N)

Если $N\uparrow$, то $S\uparrow$ Если $N\downarrow$, то $S\downarrow$

