

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Лекция №3

Рынок, функции рынка

РЫНОК - система экономических отношений, которые складываются между покупателями и продавцами в процессе купли-продажи товаров и услуг по ценам, устанавливаемым в результате конкурентной борьбы

Функции рынка

Регулирующая функция

Растет цена - сигнал к расширению производства: падает цена - сигнал к его сокращению.

Информационная функция

Цена содержит информацию, необходимую всем участникам хозяйственной деятельности. Высокие цены свидетельствуют о недостаточном предложении, низкие цены - об избытке благ по сравнению с платежеспособным спросом.

Ценообразующая функция

В результате взаимодействия производителей и потребителей, предложения и спроса на товары и услуги на рынке формируется цена. Она отражает полезность товара и издержки на его производство.

Посредническая функция

Рынок выступает посредником между производителями и потребителями, позволяя им найти наиболее выгодный вариант купли-продажи.

Санирующая функция

Используя инструмент конкуренции, рынок очищает экономику от неэффективных предприятий. И напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и активным.

Рынок как экономическая форма организации общественного производства

Рынок как экономическая форма организации общественного производства

позволяет:

Расширить ограниченные возможности индивидуумов

Осуществлять контакт покупателей и продавцов

Использовать выгоды общественного разделения труда

не позволяет:

Создавать сбережения

Гарантировать получение равного дохода всем производителям и др.

Классификация рынков

Классификация рынков

Ресурсные

Рынок труда

Рынок капитала

Рынок земли

По экономическому назначению объекта (по объектам рынка)

Рынок товаров и услуг

Рынок капиталов

Рынок труда

Финансовый рынок

Рынок информации

По типу конкуренции

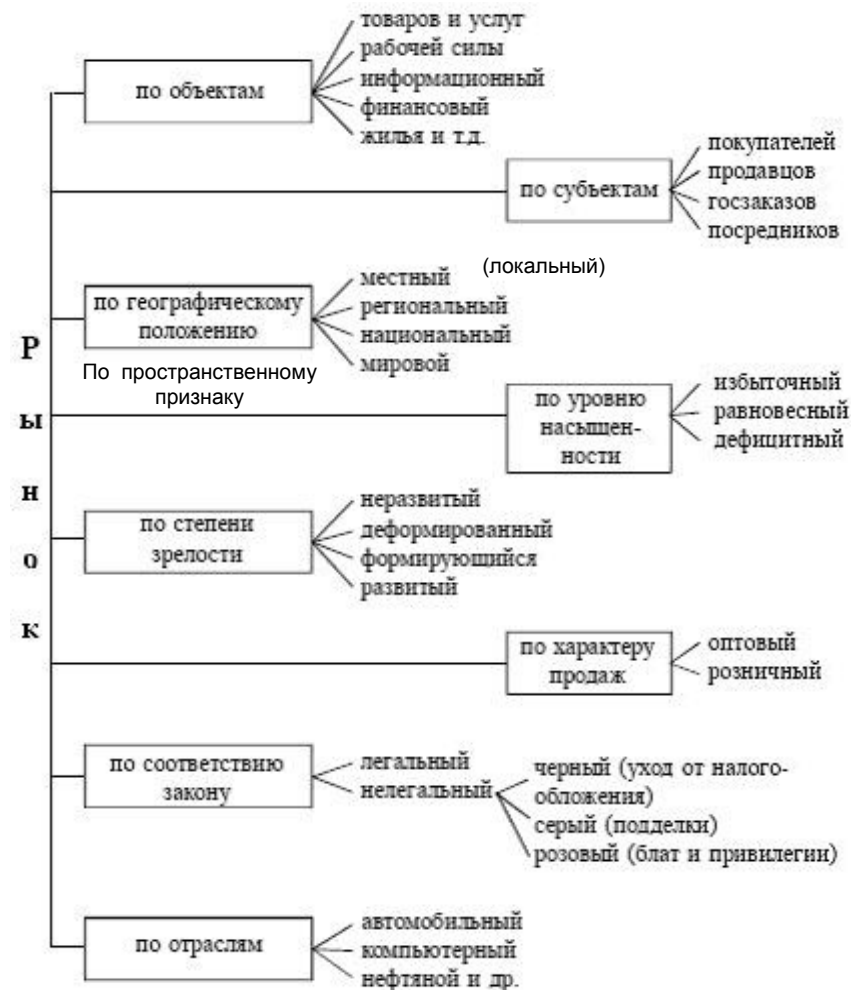
Рынок совершенной конкуренции

Рынок несовершенной конкуренции

(монополистической конкуренции,

олигополии,

монопольный рынок)



Рыночный спрос

Спрос - это количество товаров или услуг, которое потребитель готов приобрести по конкретной цене из ряда возможных за определенный период времени.

Закон спроса говорит об обратной зависимости между ценой и величиной спроса.

Закон спроса:

при прочих равных условиях снижение цены приводит к возрастанию величины спроса, повышение цены приводит к уменьшению величины спроса.

Эту зависимость обосновывают следующими причинами:

1. **Эффект дохода** - желание потребителя приобрести больше данного продукта при снижении его цены, не уменьшая при этом объема приобретаемых других товаров.

2. **Эффект замещения** - готовность потребителя при снижении цены товара отдать предпочтение именно этому товару по сравнению с другими более дорогими.

3. **Закон убывающей предельной полезности** заключается в том, что каждая дополнительная единица данного продукта по мере его потребления будет приносить потребителю все меньшее удовлетворение. Поэтому готовность продолжать покупки этого товара может возникнуть только при снижении цены на него.



Рыночное предложение

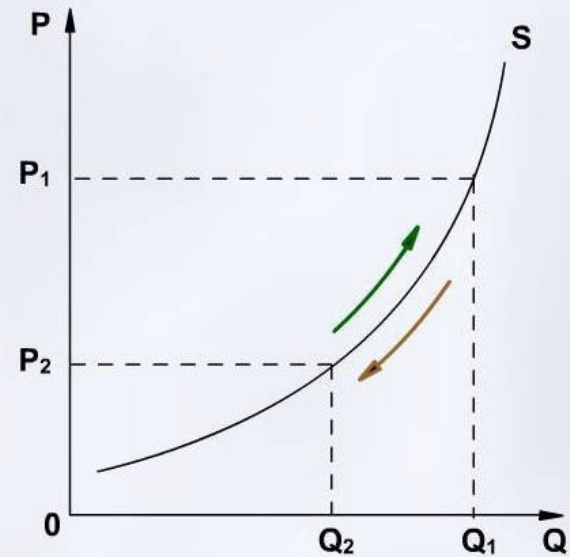
Предложение - это количество товаров и услуг, которые производитель готов произвести для продажи по конкретной цене из ряда возможных цен в определенный период времени.

Закон предложения показывает прямую зависимость между изменением цены и изменением величины предложения.

Таким образом, высокие цены побуждают производителя предлагать на рынке больше своих товаров, а низкие - меньше.

Принимая решение о производстве того или иного продукта и его количестве, предприниматель постоянно сопоставляет цену единицы товара с издержками его производства.

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ



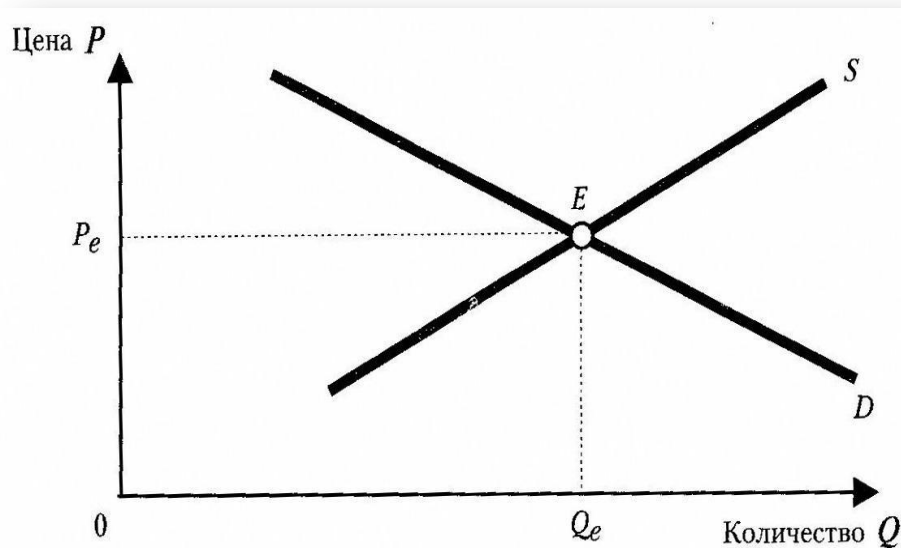
Рыночное равновесие

Спрос, предложение и цена являются основными элементами рынка. Весь комплекс их многомерных связей и взаимодействий образует **рыночный механизм**.

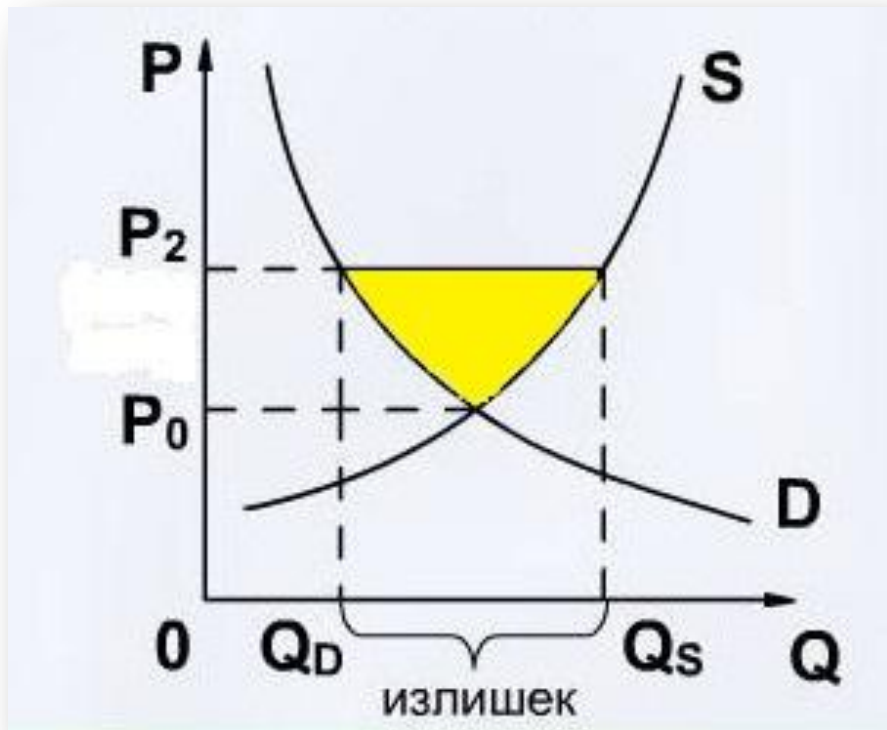
Это механизм соединения продавцов и покупателей через формирование спроса на благо и предложения блага.

Рыночное равновесие – ситуация на рынке, когда спрос (D) и предложение (S) находятся в состоянии равновесия, которое характеризуется равновесной ценой (P) и равновесным объемом.

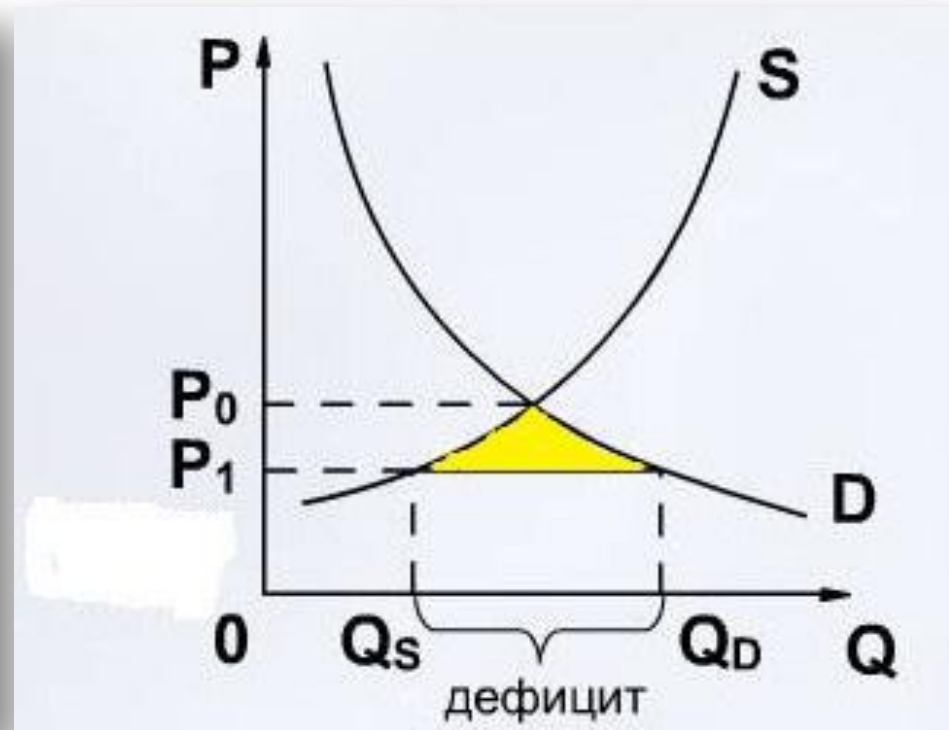
Т.е. объем спроса (Q_D) равен объему предложения (Q_S) при данной равновесной цене (P).



Излишек и дефицит товара



$$Q_s > Q_d$$

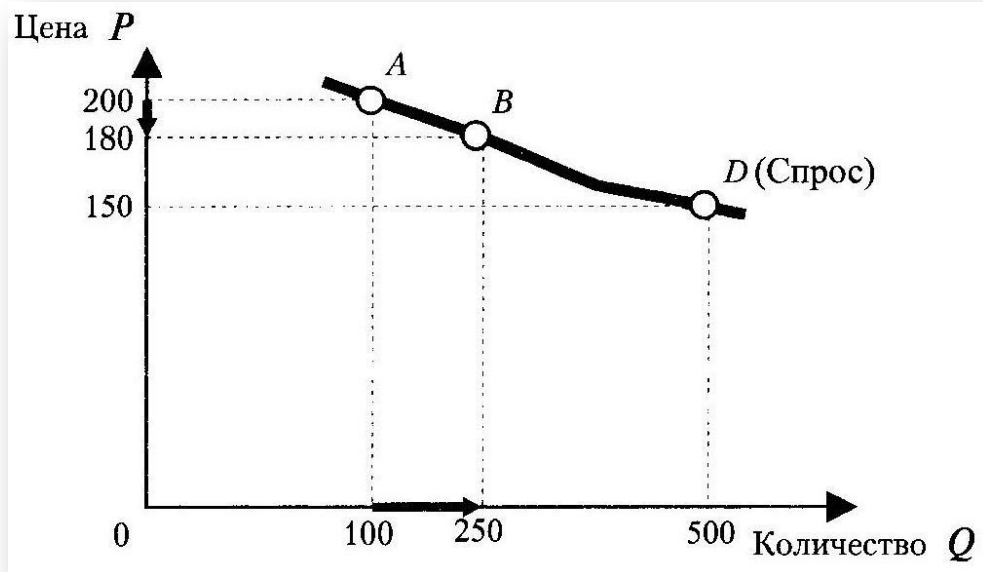


$$Q_s < Q_d$$

Изменение величины спроса

При анализе рыночной конъюнктуры необходимо проводить четкое различие между спросом и величиной спроса.

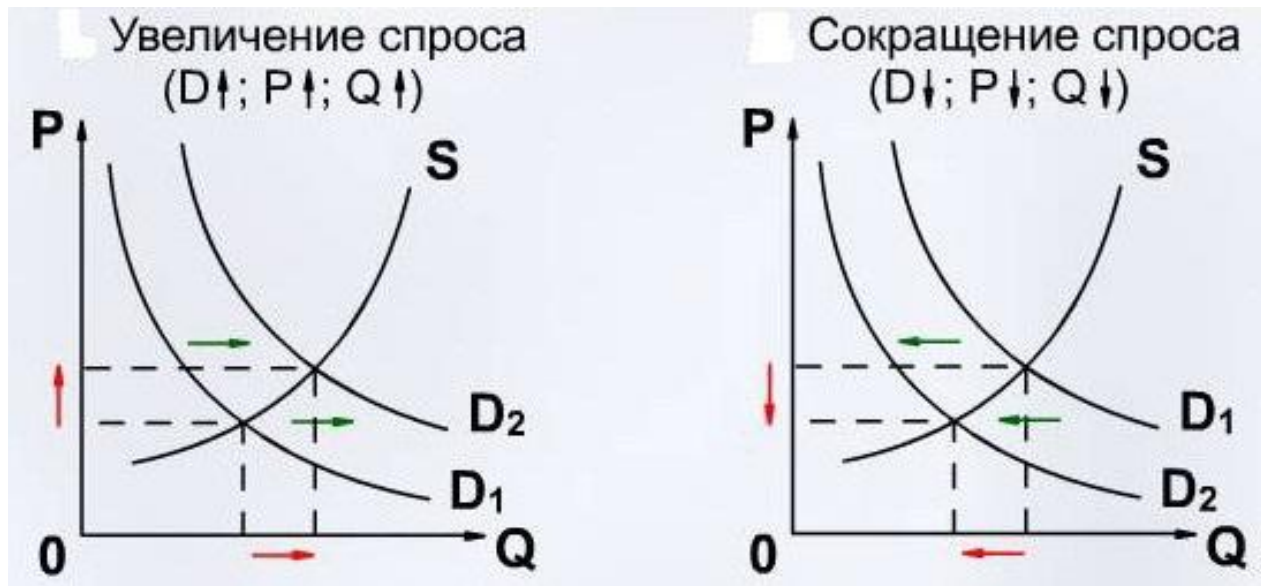
Изменение величины спроса наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменности всех прочих параметров.



Так, например, на рассматриваемом рынке снижение цены с 200 до 180 у.е. привело к росту *величины спроса* со 100 до 250 единиц техники. На графике подобное изменение отражается движением вдоль кривой спроса из точки A в точку B .

Изменение спроса

Изменение спроса выражается в смещении кривой спроса вправо или влево



К факторам (детерминантам), влияющим на смещение кривой спроса, можно отнести следующие:

- изменение вкусов и предпочтений потребителей;
- количество потребителей на рынке (размер рынка);
- изменение денежных доходов потребителя;
- цены на сопряженные товары (товары-субституты);
- потребительские ожидания изменений на рынке.

Изменение дохода и спрос на нормальные товары и товары низшей категории



А. Товары высшей категории (нормальные товары).

Большинство товаров относится к этой категории (автомобили, электротехника, недвижимость, новая одежда, высококачественные продукты питания и т.д.). Спрос на эти товары изменяется в прямой зависимости от изменения денежного дохода.

В. Товары низшей категории.

К этой категории можно отнести такие товары, как картофель, макароны, подержанные вещи. Спрос на эти товары изменяется в обратной зависимости от изменения денежного дохода.

Товары Гиффена и Веблена

Товары Гиффена

Товары, спрос на которые возрастает при увеличении цены на них.

В основном это продукты первой необходимости, которые население активно скупает при наступлении неблагоприятных экономических условий, опасаясь их дальнейшего удорожания или исчезновения с прилавков.

Также потребление товаров Гиффена увеличивается за счет исчезновения из продуктовой корзины более дорогих элементов (Например, люди приобретают больше картофеля взамен мяса).

Товары Веблена

Снижение цены на них не вызывает увеличения спроса и наоборот.

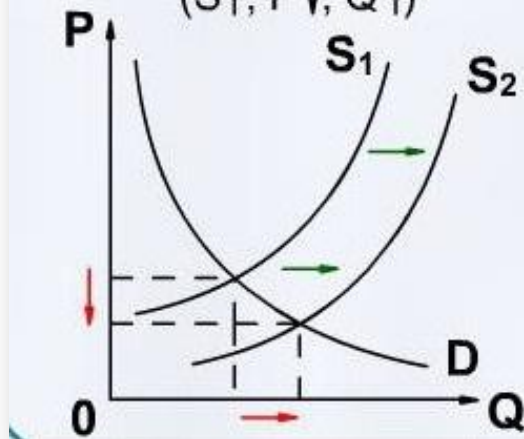
Это предметы роскоши, цена которых является показателем их ценности для потребителя и гарантией подлинности.

Изменение предложения и величины предложения

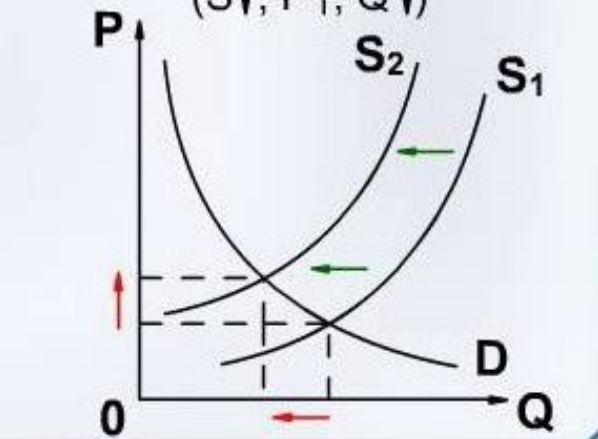
Изменение величины предложения наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменности прочих факторов рыночной конъюнктуры и отражает движение вдоль кривой предложения.

Изменение предложения означает смещение всей кривой предложения вправо или влево под воздействием неценовых факторов

Увеличение предложения
($S \uparrow$; $P \downarrow$; $Q \uparrow$)



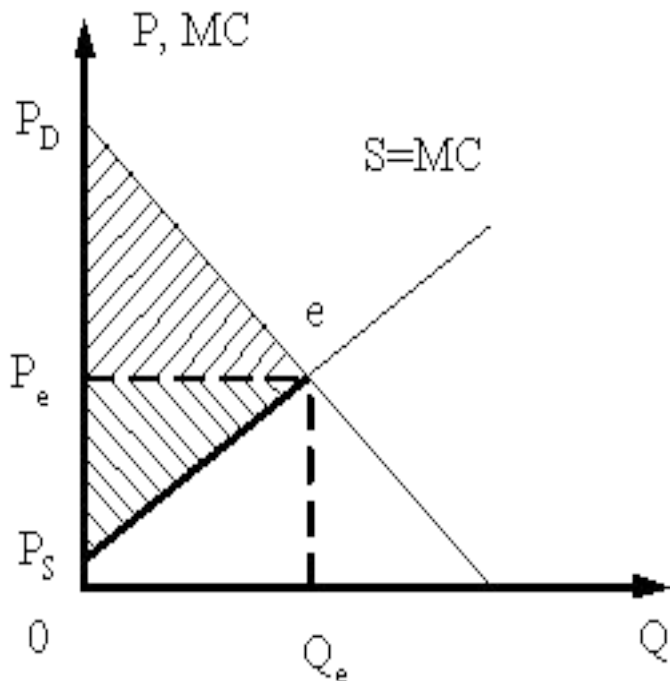
Сокращение предложения
($S \downarrow$; $P \uparrow$; $Q \downarrow$)



К неценовым факторам (детерминантам) предложения можно отнести следующие:

- цены на факторы производства (экономические ресурсы);
- технология производства;
- размер налогов и субсидий;
- цены на другие товары;
- ожидания производителей;
- количество производителей (продавцов).

Излишек потребителя и производителя



Выигрыш (излишек) потребителя – это разность между максимальной ценой, которую может заплатить потребитель за товар (цена спроса), и реальной (рыночной) ценой данного товара.

Поэтому потребитель выигрывает, покупая товар дешевле, чем он мог за него заплатить. Этот выигрыш равен площади заштрихованного **треугольника $P_D e P_e$**

Выигрыш производителя – это величина превышения цены реализации (рыночная цена) над предельными издержками производства.

Такой излишек фирма получает от каждой продаваемой единицы товара по рыночной цене (P_e), превышающей предельные издержки (MC) производства данной единицы.

Таким образом, продавая объем товара (Q_e) (при разных MC на каждую единицу продукции от 0 до Q_e) по P_e , фирма получит выигрыш, равный заштрихованной **площади $P_e P_s$** .

Фиаско рынка и фиаско государства

Фиаско

(провалы, недостатки)

Фиаско государства
(неэффективность
государственного
распределения ресурсов)

Ограниченность контроля над
бюрократией

Ограниченность необходимой
информации

Несовершенство
политического процесса
(лоббирование интересов,
давление электората)

Фиаско рынка –
ситуация, при которой рынок оказывается не в
состоянии координировать процессы
экономического выбора в целях эффективного
использования ресурсов

Внешние эффекты

Предоставление общественных благ

Асимметрия информации

Монополия

Риск и неопределенность

Коэффициент эластичности

Коэффициент эластичности E –
степень количественного изменения одного фактора
(A , например, объема спроса или предложения)
при изменении другого фактора
(B , например, цены или издержек) на 1%.

$$E = \frac{\text{процентное изменение } A}{\text{процентное изменение } B}$$

Методы оценки коэффициента эластичности

Методы оценки коэффициента эластичности

Метод точечной эластичности

Характеризует относительное изменение одного фактора при бесконечно малом изменении другого фактора.

Используется, когда получена функциональная связь рассматриваемых факторов и необходимо оценить их взаимную чувствительность в конкретной ситуации (соответствующей точке.)

Высокоточный, но затратный метод, т.к. необходимо вывести фактическую функцию спроса или предложения.

Метод дуговой эластичности

Оценивает реакцию рынка при переходе от одного состояния (одной точки) к другому состоянию (другой точке на кривой спроса или предложения), например, изменение продаж при увеличении цены.

Применяется, когда не выявлена функциональная зависимость между рыночными показателями.

Дает лишь приблизительное значение коэффициента эластичности.

Методы точечной и дуговой эластичности

Метод точечной эластичности

$$E = Q'_P \frac{P}{Q_P}$$

где E - коэффициент эластичности;

Q'_P - производная функции спроса (или предложения) по цене;

P - рыночная цена;

Q_P - величина спроса (или предложения) при данной цене.

Метод дуговой эластичности

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1)/2} \cdot \frac{P_2 - P_1}{(P_2 + P_1)/2}$$

где P_1 и P_2 - первоначальная и последующая цены;

Q_1 и Q_2 - первоначальная и последующая величины спроса.

Погрешность тем больше, чем значительнее прирост рассматриваемых параметров.

Возможные случаи в зависимости от абсолютной величины коэффициента эластичности

$0 < E < 1$	Неэластичный спрос или предложение		Темпы роста рассматриваемого параметра меньше темпов изменения воздействующего на него фактора.
$ E = 1$	Единичная эластичность		Рассматриваемый параметр растет теми же темпами, что и другой фактор.
$ E > 1$	Эластичный спрос или предложение		Параметр растет более высокими темпами, чем изменяется другой фактор.
$E = 0$	Абсолютная неэластичность		Изменение какого-либо параметра рыночной конъюнктуры вообще не оказывает влияния на величину рассматриваемого показателя.
$E = \infty$	Абсолютная эластичность		Изменение какого-либо параметра рыночной конъюнктуры не оказывает влияния на величину рассматриваемого показателя. Даже незначительное изменение какого-либо параметра повышает (или понижает) значение другого фактора на неограниченно большую величину.

Виды эластичности



Эластичность спроса по цене

Показывает степень количественного изменения спроса при изменении цены на 1%

$$E = \left| \frac{\Delta Q (\%)}{\Delta P (\%)} \right| \quad \text{где } \Delta Q \text{ - изменение величины спроса;}$$

ΔP - изменение цены.

Эластичность спроса по цене и доход фирмы

Изменение цены	Спрос		Единичная эластичность $ E = 1$
	Неэластичный $0 < E < 1$	Эластичный $ E > 1$	
Увеличивается	Доход растет	Доход падает	Доход не меняется (максимален)
Сокращается	Доход падает	Доход растет	Доход не меняется (максимален)

Факторы, воздействующие на ценовую эластичность спроса

Высокая степень необходимости товара для потребителя предопределяет его относительно низкую эластичность по цене.

1. Наличие и доступность товаров-заменителей на рынке

Отсутствие или недоступность заменителей делают потребителей менее чувствительными к повышению цен.

4. Необходимость товара для потребителя

2. Фактор времени

3. Удельный вес расходов на товар

Высокий уровень расходов на товар в бюджете потребителя делает спрос на большинство товаров более чувствительным к изменению цен.

Рыночный спрос на большинство товаров является более эластичным в долгосрочном периоде.

Эластичность спроса по доходу

Сущность:
реакция величины спроса в ответ на изменение дохода потребителя на 1%

$$E = \frac{\Delta Q (\%)}{\Delta Y (\%)}$$

где ΔQ - изменение величины спроса;
 ΔY - изменение дохода

Типы эластичности спроса по доходу

$E < 0$	Спрос по доходу неэластичен и характеризует низшие товары (маргарин, подержанные товары, товары из искусственных материалов и т.д.)
$0 < E < 1$	Спрос по доходу эластичен и характеризует товары первой необходимости
$E > 1$	Характеризует предметы роскоши

Эластичность спроса по доходу на российском продовольственном рынке

Товар	E	Товар	E	Товар	E
Хлеб и хлебобродукты	0,278	Алкогольные напитки (без водки)	3,237	Кондитерские изделия	2,625
Мясо и мясopодукты	1,934	Ликеро-водочные изделия	6,512	Макаронные изделия	0,843
Рыба и рыбopодукты	0,496	Чай	2,021	Крупы и бобовые	0,439
Сахар	0,651	Картофель	0,258	Сыр	2,614

Перекрестная эластичность спроса

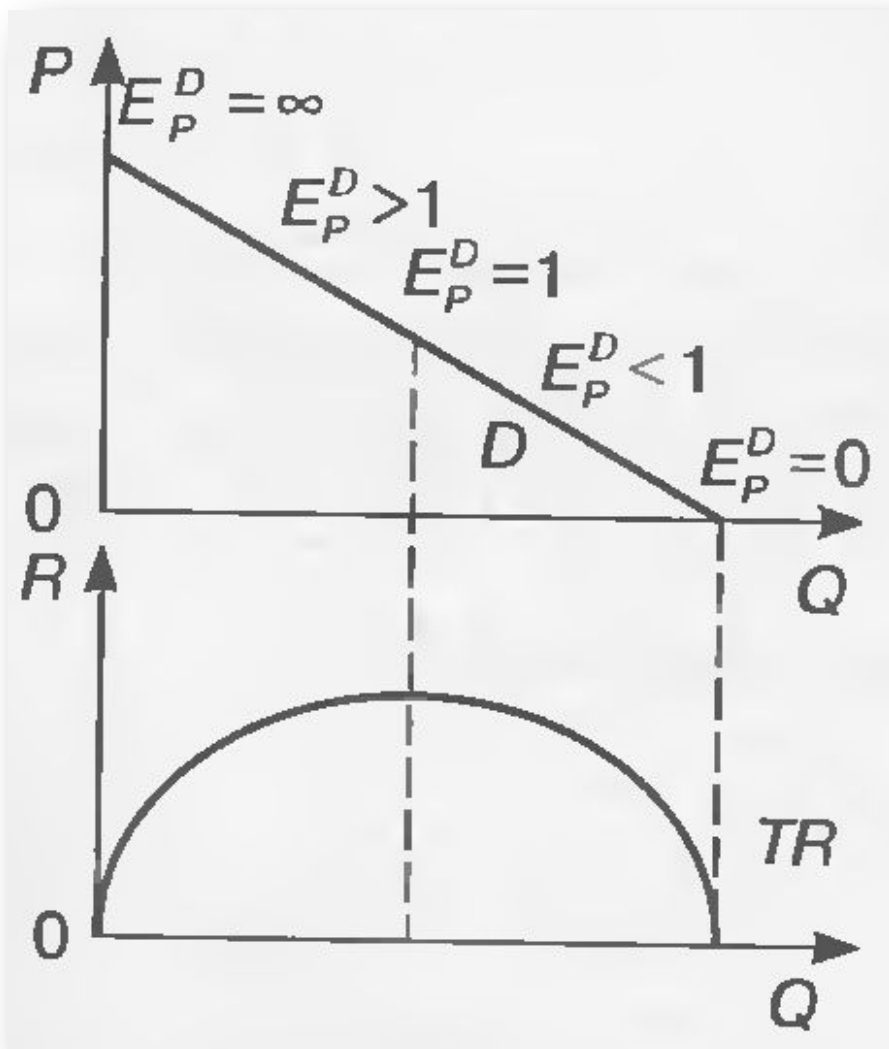
Реакция величины спроса на один товар в ответ на изменение цены другого товара на 1%

$$E_{xy} = \frac{\Delta Q_x (\%) }{\Delta P_y (\%) } \quad \text{где } \Delta Q_x \text{ - изменение величины спроса на товар X;}$$
$$\Delta P_y \text{ - изменение цены товара Y.}$$

Типы перекрестной эластичности спроса

$E_{xy} > 0$	Взаимозаменяемые товары	Автобус-метро, мыло-шампунь, масло-маргарин, чай-кофе	Повышение цены на один товар ведет к увеличению спроса на другой, его заменяющий.
$E_{xy} < 0$	Взаимодополняющие товары	Автомобиль-бензин, фотоаппарат-фотопленка	Повышение цены на один товар ведет к сокращению спроса а другой. Чем ближе коэффициент к 0, тем слабее отношения замещения или дополнения
$E_{xy} = 0$	Независимые или нейтральные товары	Шляпа-колбаса, обувь-лекарства	Повышение или понижение цены на один товар не оказывают практически никакого влияния на величину спроса на другой товар.

Эластичность спроса и выручка



Эластичность спроса меняется на протяжении кривой спроса от бесконечной до нулевой.

Чем выше цена товара, тем выше эластичность спроса:

- ✓ при изменении коэффициента эластичности от бесконечности до единицы выручка продавца увеличивается;
- ✓ при изменении коэффициента эластичности от единицы до нуля выручка продавца падает;
- ✓ при единичной эластичности выручка максимальна.

Эластичность предложения

Коэффициент эластичности спроса по цене используют при анализе чувствительности производителей к изменению каких-либо факторов рыночной конъюнктуры.

Степень количественного изменения величины предложения при изменении цены на 1%

$$E = \frac{\Delta Q (\%)}{\Delta P (\%)}$$

где ΔQ - изменение величины предложения;
 ΔP - изменение цены.

Величина рыночной эластичности предложения зависит от эластичности предложения отдельных фирм и их рыночных долей.

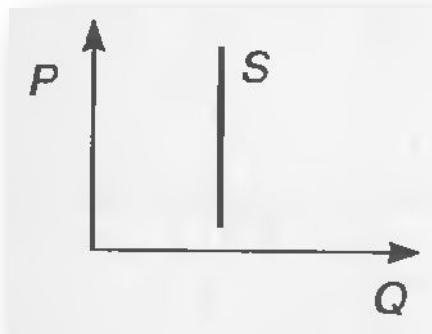
Факторы, определяющие эластичность предложения

1. Наличие незагруженных производственных мощностей
2. Виды предлагаемых к реализации товаров и услуг
3. Возможность длительного хранения изготавливаемой продукции
4. Минимальный объем затрат, необходимый на расширение производства
5. Конъюнктура рынка
6. Период времени

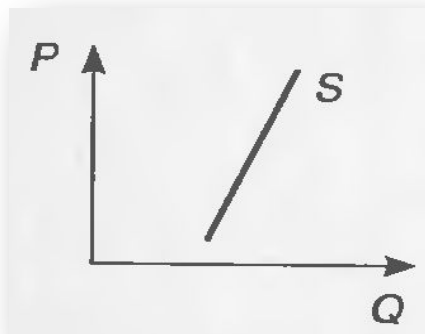
Эластичность предложения и фактор времени

Основные типы эластичности предложения по цене

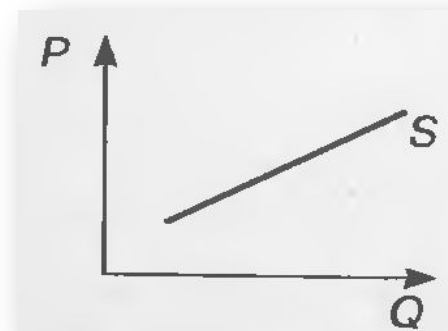
$E=0$	Абсолютно неэластичное предложение	Характерно для мгновенного отрезка времени, когда все факторы производства являются постоянными и нет возможности изменить объем производства
$0 < E < 1$	Неэластичное предложение	Наблюдается в краткосрочном периоде, когда часть факторов производства может быть изменена.
$E > 0$	Эластичное предложение	Проявляется в долгосрочном периоде, когда возможности адаптации еще значительнее и фирма может изменить все имеющиеся в ее распоряжении факторы производства.



Мгновенное предложение
 $E = 0$



Краткосрочное предложение
 $0 < E < 1$



Долгосрочное предложение
 $E > 1$

Спасибо за внимание!

LOGO