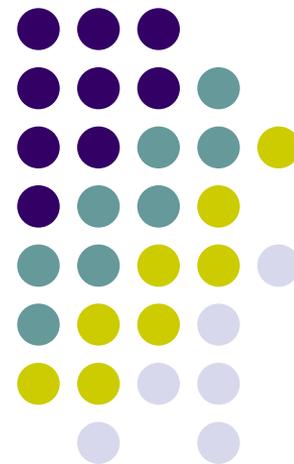


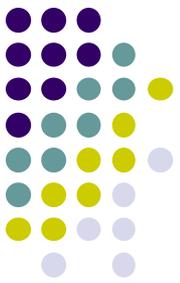
Тема

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

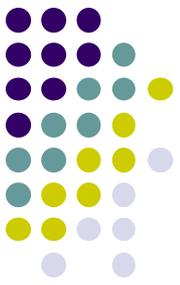


Содержание темы:

1. Рынок, его сущность и основные функции. Условия возникновения рынка.
2. Спрос, теория рыночного спроса.
3. Поведение потребителя на рынке.
4. Предложение. Теория рыночного предложения
5. Рыночное равновесие
6. Основные направления государственного регулирования рынка.



Рынок: его сущность и основные функции. Условия возникновения рынка



1. **Рынок** — место купли-продажи товаров и услуг
2. **Рынок** – форма организации и координации хозяйственной деятельности. Когда говорят о рыночной экономике, то предполагается, что система организационно-экономических отношений, осуществляемая через куплю-продажу, существует во всех звеньях воспроизводства: в сфере производства, распределения, обмена и потребления. Можно также сказать, что рынок - это способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов.



Институциональный подход в определении рынка:

- Рынок – механизм, существующий для облегчения обмена. (Р. Коуз)

По мнению институционалистов, рынок эффективно действует только в определенных институциональных рамках. Если эти рамки установлены, рынок способен выполнять свою главную функцию – распределение экономических благ между экономическими субъектами. Институциональные рамки устанавливает государство, в виде своеобразных «правила игры» на рынке: способы конкуренции, стандарты качества продукции, ответственность продавцов и покупателей и т.д.



Условия возникновения рынка:

- Общественное разделение труда и специализация
- Экономическая обособленность субъектов
- Свободный обмен
- Величина транзакционных издержек.
Транзакционные издержки не связаны непосредственно с выпуском товара. Это издержки, связанные с поиском информации, заключением контрактов и т.д.

Основные функции рынка



Сущность рынка реализуется через его функции:

1. Распределительная
2. Координирующая
3. Стимулирующая
4. Ценообразующая
5. Дифференцирующая



1. Распределительная

Рынок эффективно распределяет материальные, трудовые и финансовые ресурсы

2. Координирующая

Рынок координирует и регулирует экономическую деятельность без административного принуждения

3. Стимулирующая

Рынок заставляет производителей снижать затраты, и соответственно, цены, чтобы получить преимущество на рынке. Таким образом, рынок способствует развитию научно-технического прогресса и росту производительных сил общества



4. Ценообразующая

Цена на рынке устанавливается в результате соотношения спроса и предложения.

Если на рынке количество товара превышает спрос на него, то снижается цена, а следовательно производство и предложение. Напротив, высокие цены будут стимулировать производство.

5. Дифференцирующая

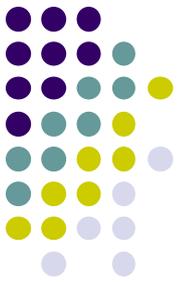
Рынок разделяет производителей, дифференцирует их. Неэффективные товаропроизводители не выдерживают конкуренции и вынуждены уйти с рынка. (Это справедливо для конкурентных, не монополизированных рынков и в условиях добросовестной конкуренции).



Вопрос 2

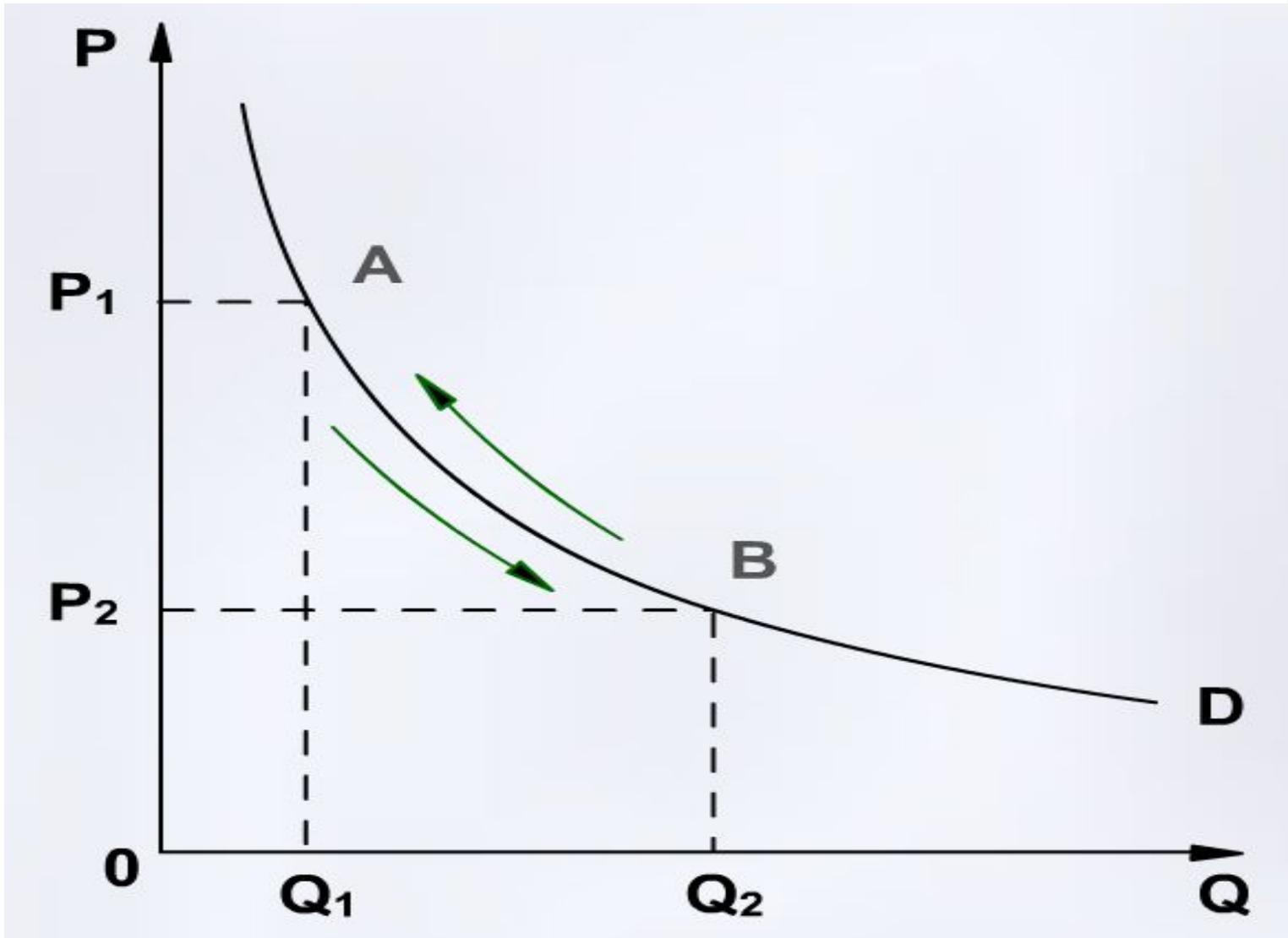
Спрос. Теория рыночного спроса

Спрос (англ. demand) - это количество товаров и услуг, имеющееся на данном рынке, которое покупатель готов приобрести по определенной цене. Спрос характеризует потребность людей в определенном товаре. Однако не всякая потребность будет выражаться в виде спроса и будет учтена на рынке. Для того, чтобы потребность была рыночной, чтобы она стала спросом, потребность должна быть платёжеспособной, то есть спрос, иными словами – это сумма денежных средств, которую покупатель готов заплатить за данный товар. Поэтому, главный фактор, влияющий на объем спроса - это **цена**.



Зависимость величины спроса от цены – обратная. Чем выше цена, тем меньше спрос и наоборот. Эту количественную зависимость называют **законом спроса**. Графически закон спроса изображают в виде кривой спроса

Кривая спроса



Почему кривая спроса имеет такой характер?
Почему со снижением цены спрос увеличивается?



Это связано с двумя явлениями:

Эффект дохода. Когда благо становится дешевле, то это равносильно тому, что у потребителя увеличивается доход.

Эффект замещения выражается в том, что благо, имеющее более низкую цену при нормальном качестве, начинает вытеснять, «замещать» более дорогие блага. Эффекты дохода и замещения совмещаются и приводят к тому, что у покупателей возникает способность и желание покупать большее количество товара по более низкой цене, чем по высокой.

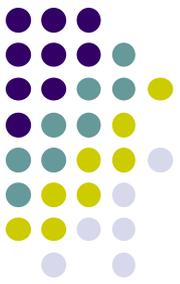
Закон спроса не действует в следующих случаях:



- Для редких и дорогостоящих товаров. В этом случае потребитель может считать что высокая цена товара свидетельствует о его особом качестве или покупка свидетельствует о «престижном потреблении» и особом статусе покупателя.
- При ажиотажном спросе.

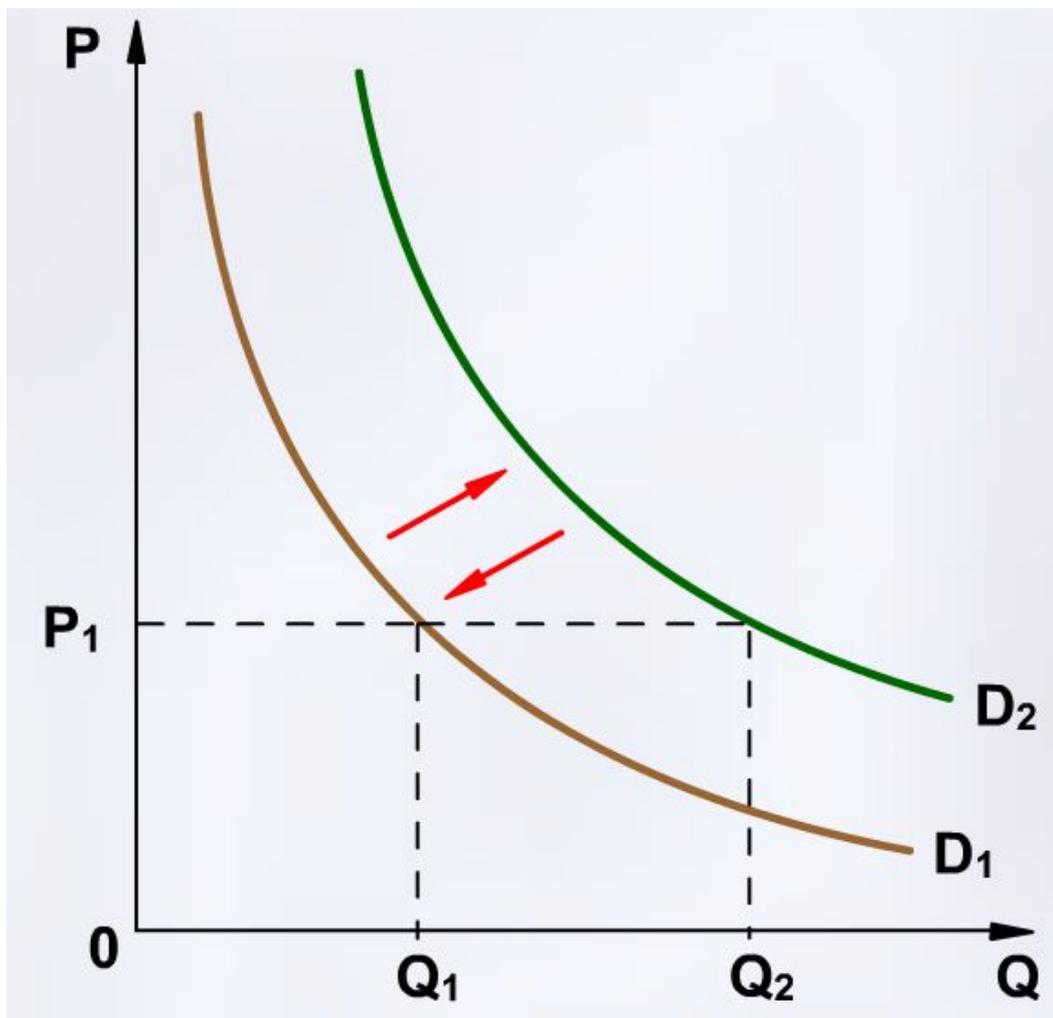
Неценовые факторы спроса:

(вызывают сдвиг кривой спроса вправо или влево)



- Доходы потребителей
- Вкусы и предпочтения потребителей
- Уровень цен товаров-заменителей
- Ожидания потребителей (например, инфляционные)
- Политика правительства

Изменение кривой спроса, в результате действия неценовых факторов





Эластичность спроса

Эластичность спроса определяется как отношение между процентной величиной изменения спроса на товар и процентной величиной изменения цены.

Для измерения используют коэффициент эластичности K_d , который вычисляется по формуле:

$$\frac{\% \text{ изменение величины спроса}}{\% \text{ изменение цены}}$$



В числовом выражении коэффициент эластичности спроса можно рассчитать по следующей формуле:

$$K_d = \left| \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} \right|$$

где -

$\Delta Q/Q$ - относительное изменение объема спроса;

$\Delta P/P$ - относительное изменение цены.

Если коэффициент эластичности $K_d < 1$, то спрос является слабоэластичным (не чувствительным к изменению цены).

Если $K_d > 1$, то спрос является эластичным (чувствительным к изменению цены)

Эластичность спроса по цене





Факторы эластичности

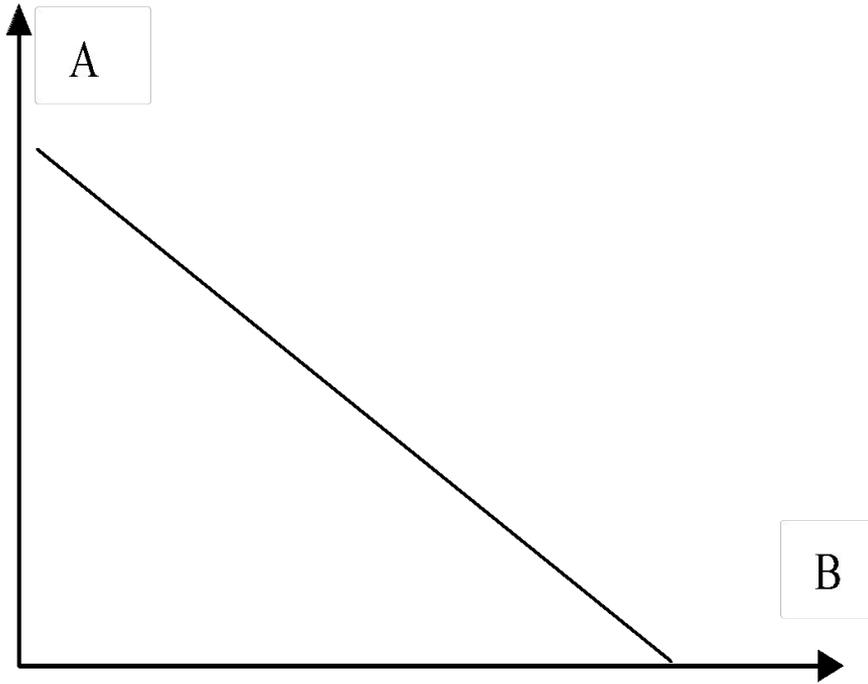
- Наличие товаров-заменителей
- Период времени. Как правило, в краткосрочном периоде спрос менее эластичен, коэффициент эластичности низкий. С течением времени эластичность спроса повышается, поскольку потребители успевают при растущих ценах переключиться на другие, более приемлемые по цене товары.

Эластичность спроса также можно рассчитать по доходу.

Вопрос 3. Поведение потребителя на рынке

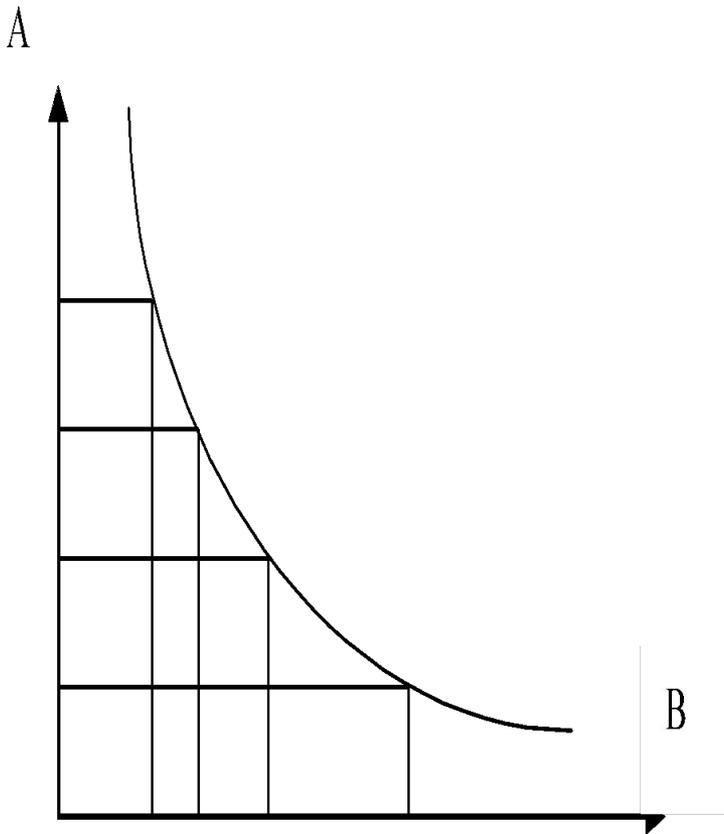
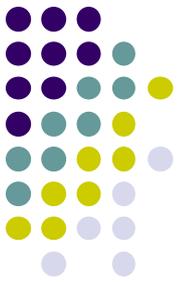


Бюджетное ограничение



- максимальный объем денежных средств, который потребитель может истратить на свои потребительские нужды. Простейшей моделью бюджетного ограничения является бюджетная линия, отражающая все доступные потребителю комбинации двух товаров при заданной величине дохода и ценах этих товаров.

Кривая безразличия



Бюджетная линия описывает возможные варианты выбора, но для осуществления рационального выбора потребитель должен иметь устойчивые предпочтения. Эти предпочтения отображаются другой моделью – кривой безразличия.

Кривые безразличия показывают различные наборы товаров, которые в одинаковой степени удовлетворяют потребителя.



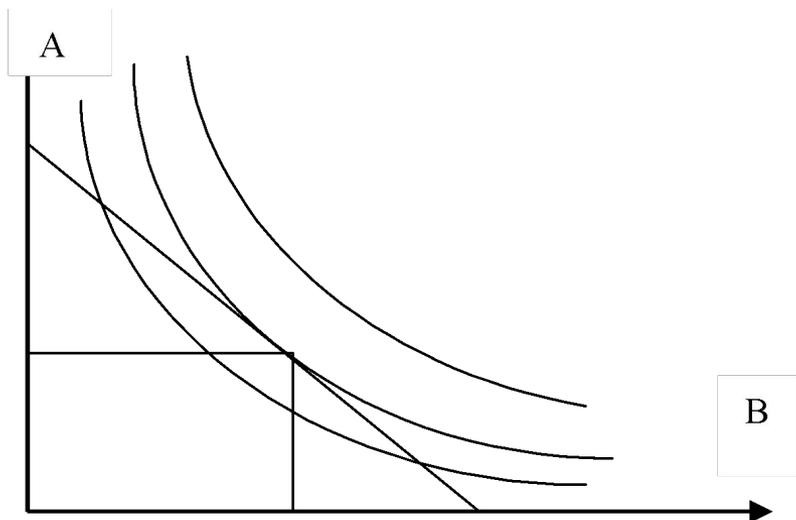
Свойства кривой безразличия

- чем выше расположена кривая безразличия, тем предпочтительнее она для потребителя. Покупатель стремится иметь большее количество товаров. Чем выше расположена кривая безразличия, тем большее количество товаров имеет потребитель, который всегда стремится к достижению наивысшей из доступных ему кривых безразличия.
- кривые безразличия имеют вид нисходящих. Наклон кривой безразличия определяет пропорцию, в которой потребитель готов заменить один товар другим. В большинстве случаев ему нравятся оба товара. Поэтому, если количество одного из них сокращается, количество другого должно возрасти так, чтобы степень удовлетворенности потребителя не изменилась.
- кривые безразличия вогнуты. Наклон кривой безразличия представляет собой предельную норму замещения, то есть пропорцию, в которой потребитель готов заменить один товар другим.



Оптимальный выбор потребителя

Точка пересечения кривой безразличия и бюджетной линии – это и есть оптимальный выбор потребителя. Он получает максимальную полезность при ограниченном бюджете



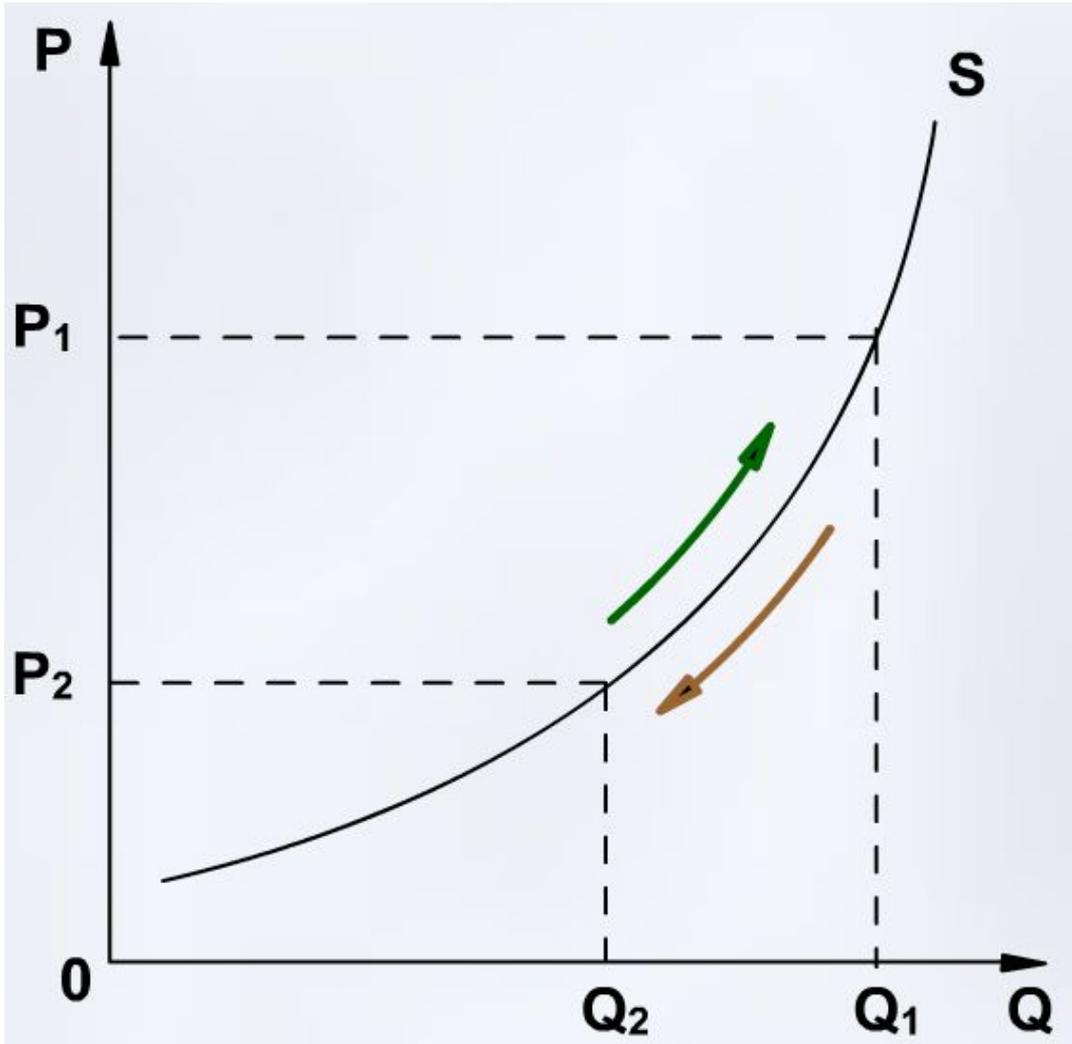
Вопрос 4. Предложение. Теория рыночного предложения



Предложение (supply – англ.) – выражает желание и способность производителей поставить на рынок определенное количество товара в сложившихся условиях.

Главным фактором, влияющим на готовность производителей поставлять товар, является цена. Зависимость объема предложения от цены – прямая: чем выше цена, тем выше объем предложения. Это есть закон предложения. Графическая интерпретация закона предложения – кривая предложения

Кривая предложения



Если меняется цена, то происходит движение вдоль кривой предложения

Почему график кривой предложения имеет восходящий характер? Т.е. почему по мере роста цен производители предлагают большее количество товаров и услуг? Это происходит потому, что, во –первых, фирмы данной отрасли при повышении цен задействуют все имеющиеся мощности и ресурсы, а во-вторых, если сохраняется устойчивая тенденция роста цен, в отрасль приходят новые капиталы, что еще больше увеличивает предложение.



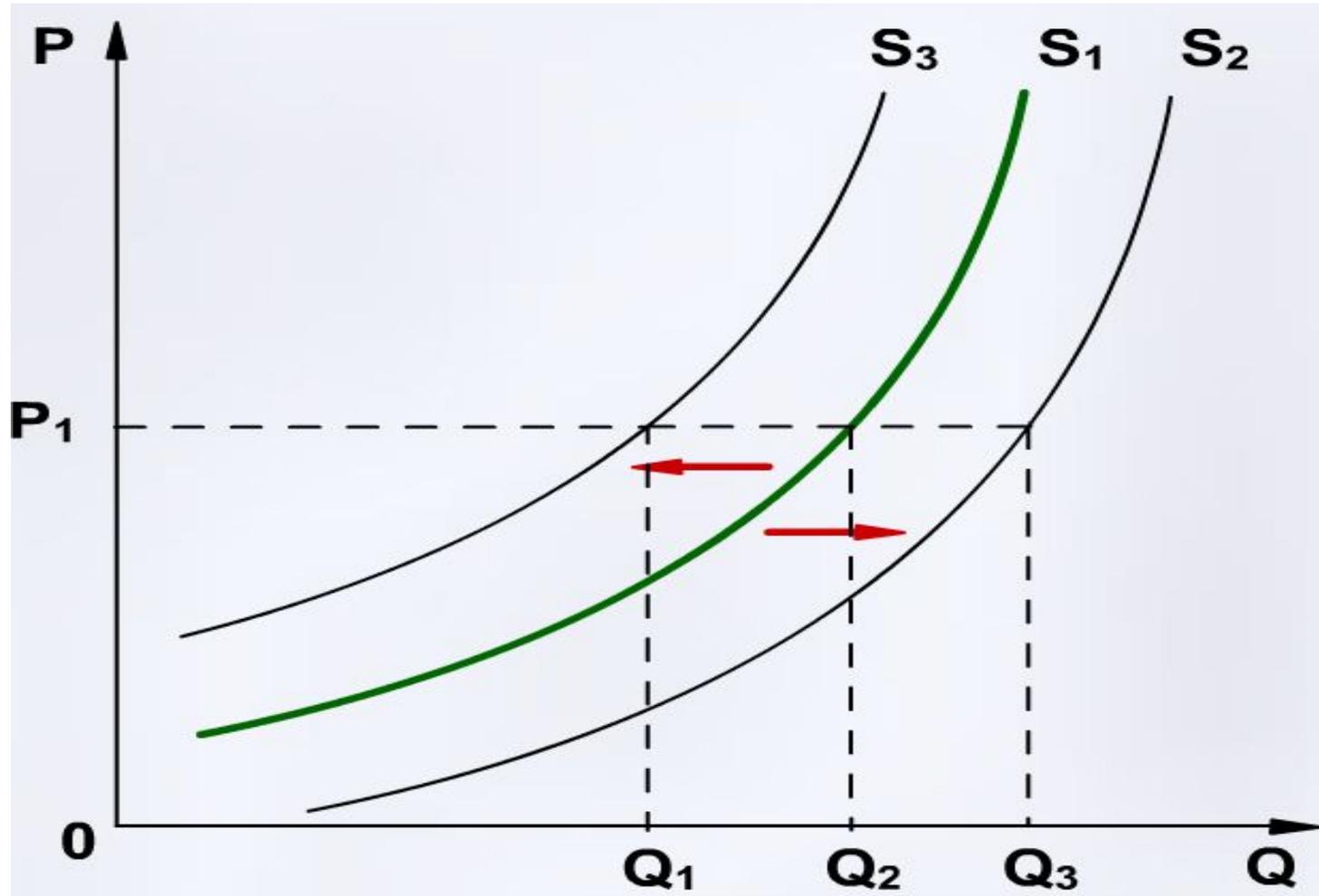
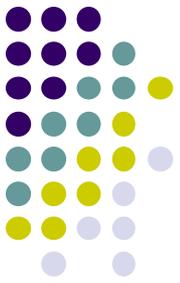
Неценовые факторы предложения



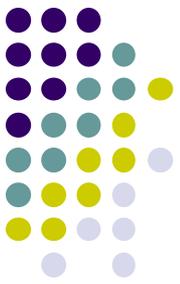
- цены факторов производства;
- технологии;
- количество производителей-продавцов;
- политика государства.

Если перечисленные факторы изменяются, то кривая предложения перемещается: рост предлагаемого количества товара по различным ценам вызывает ее перемещение вправо и вниз, его сокращение - вызывает перемещение этой кривой влево и вверх.

Изменение предложения, в результате действия неценовых факторов



Эластичность предложения



Степень реакции объема предложения на колебания цен измеряется эластичностью предложения, которая представляет собою отношение изменения предложения в процентах к процентной величине колебания цен. В абсолютном выражении эластичность рассчитывается по формуле:

$$K_s = \Delta Q/Q / \Delta P/P$$

где - $\Delta Q/Q$ - относительное изменение объема предложения;

$\Delta P/P$ - относительное изменение цены.

Если коэффициент эластичности $K_s < 1$, то предложение является слабоэластичным

Если $K_s > 1$, то предложение является эластичным

Факторы, определяющие эластичность предложения по цене:



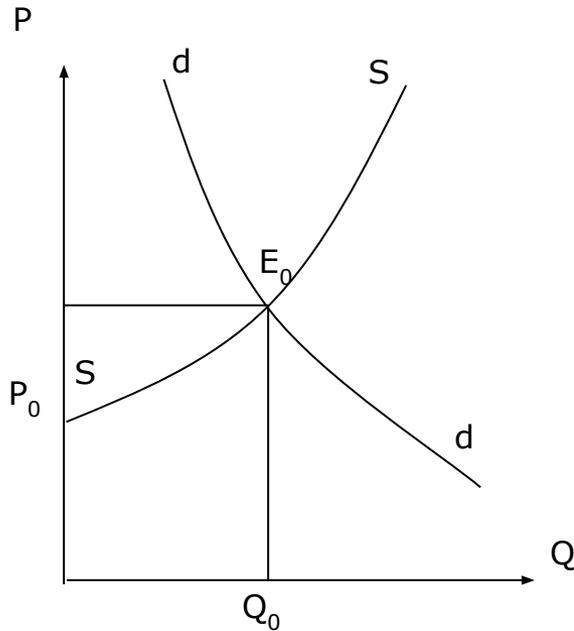
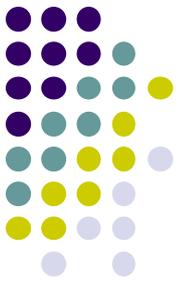
- Период времени. В краткосрочном периоде предложение слабоэластично, поскольку производители не успевают задействовать все свои мощности, а новые капиталы не успевают прийти в эту отрасль. С течением времени эластичность предложения увеличивается.



Мгновенный – короткий период времени, в течение которого производители не успевают каким либо образом отреагировать на изменившуюся цену, т.е. изменить объемы своего производства, поскольку слишком мало прошло времени. Предложение неэластично



Вопрос 5. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.



Рыночная кривая спроса описывает поведение покупателей, а рыночная кривая предложения - поведение производителей относительно конкретного товара. Их совмещение в одном рыночном пространстве и характеризует рынок этого товара. **Точка пересечения** кривых E_0 называется рыночным равновесием (оптимумом), которое имеет равновесную цену – P_0 и равновесное количество – Q_0



Рыночное равновесие – это такое состояние рынка, когда желания и возможности продавцов и покупателей относительно цены и количества продукта совпадают полностью.

Все покупатели, которые могут и хотят приобрести данный товар по цене P приобретают его, а все продавцы, которые желают и готовы продать товар по цене P , продадут его.