

РЫНОК И ЗАКОНЫ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

План.

- ❖ *Понятие рынка. Классификация рынков.*
- ❖ *Спрос. Закон спроса.*
- ❖ *Эффекты и парадоксы закона спроса.*
- ❖ *Предложение. Закон предложения.*
- ❖ *Неценовые факторы, влияющие на уровень спроса и предложения.*
- ❖ *Рыночное равновесие.*

РЫНОК

- - это сотрудничество людей, в результате которого продавцы могут продавать, а покупатели - купить товары и услуги.



Рынок – это сложная система отношений между покупателями и продавцами, основанная на децентрализованном механизме изменения ценовых сигналов.

Условия возникновения рынка

**общественное разделение
труда**

**экономическая обособленность
производителей**

**самостоятельность
производителя**

КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

В зависимости от условий продажи товаров различают рынки:

- прямой или непосредственной продаже товаров потребителям;*
- косвенной или опосредованной продаже.*

В зависимости от степени вмешательства государства в процесс продвижения товара от производителя до конечного потребителя различают рынки:

- ✓ нерегулируемый рынок;*
- ✓ регулируемый или частично регулируемый;*
- ✓ централизованно управляемый.*

по экономическому назначению

объектов:

- *рынки благ и услуг;*
- *рынки средств производства;*
- *рынки ценных бумаг;*
- *рынки рабочей силы;*
- *рынки валюты и т.д.*

по видам субъектов рыночных отношений:

- *потребительский рынок;*
- *рынок товаров промышленного назначения;*
- *рынок государственных учреждений;*
- *рынок оптовой торговли.*

по широте охвата:

- *локальные;*
- *национальные;*
- *международные.*

по уровню насыщения товарной массой:

- *дефицитный рынок;*
- *равновесный рынок;*
- *профицитный рынок.*

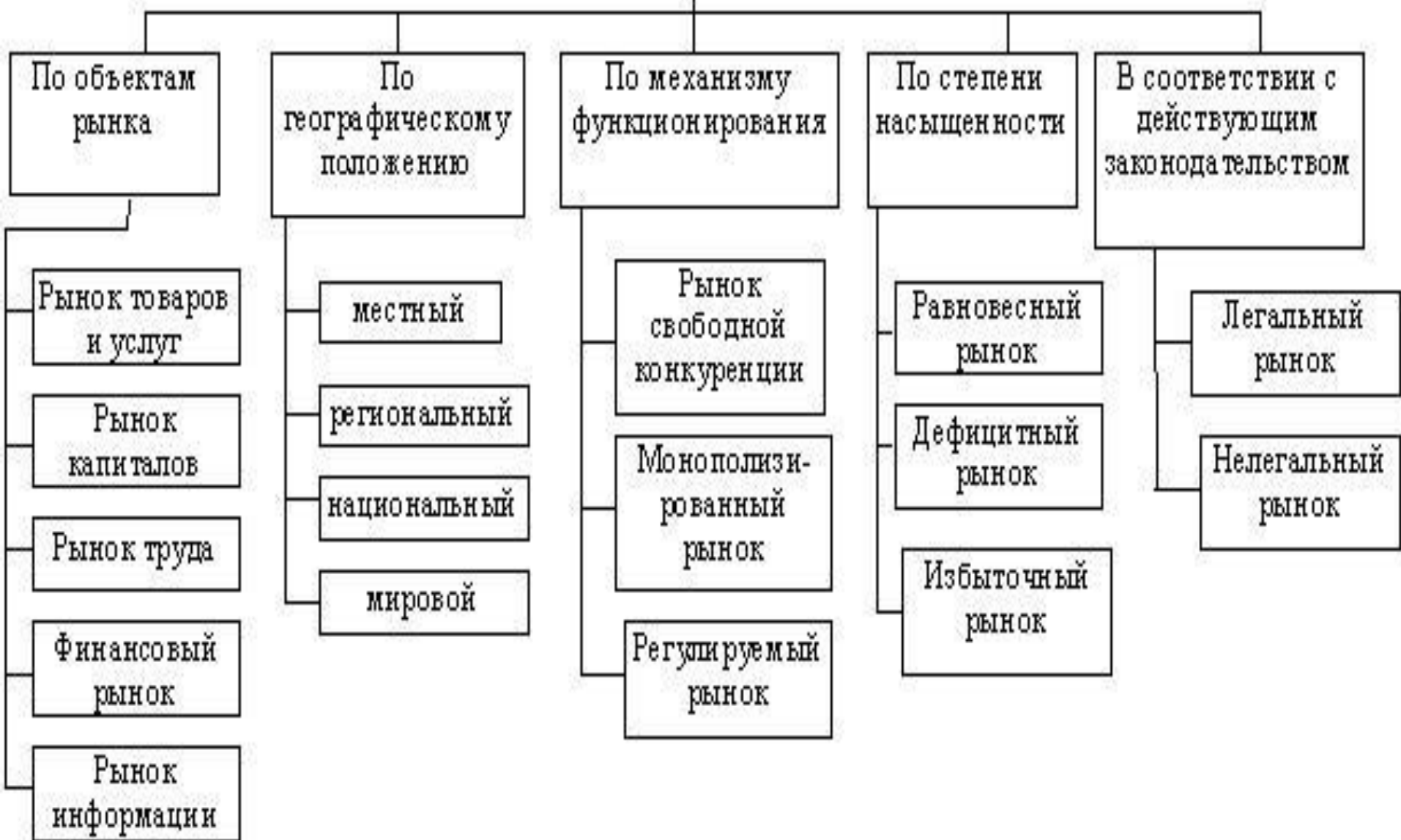
по соответствию законодательству:

- *легальные рынки;*
- *нелегальные рынки.*

по степени зрелости рыночных отношений:

- *развитые рынки;*
- *формирующиеся рынки.*

Структура рынка



Спрос – это желание и возможность покупателя приобрести данный товар по данной цене.

Спрос – это платежеспособная потребность покупателя в данном товаре.

Закон спроса: при прочих равных условиях покупатель приобретает больше товаров при понижении цен и меньше – при их повышении.

$$Q_d = f \frac{1}{p}, \quad \text{где}$$

Q_d - величина спроса;
 p - величина цены.

ЭФФЕКТЫ ЗАКОНА СПРОСА

«Эффект роста выгоды» - покупатель на ту же сумму денег может купить больше данного товара и получить больше полезности или выгоды, чем раньше

«Эффект дохода» - снижение цены позволяет приобретать данного товара больше на прежнюю сумму расходов

«Эффект замещения» - подешевевший товар «делает» другие товары относительно более дорогими, хотя их цены и не менялись

Парадоксы закона спроса



**Парадокс №1. Повышение цены
сопровождается ростом
спроса.**

**Парадокс №2. Снижение цены
стимулирует падение спроса.**

**Парадокс №3. Устойчивый,
«нереагирующий» спрос на
традиционно дорогие товары.**

Неценовые факторы, влияющие на уровень спроса.

изменение предпочтений потребителей (мода, забота о здоровье, изменение социального статуса)

число покупателей (их увеличение приводит к росту спроса, а уменьшение - к падению)

изменение величины доходов покупателей

Неценовые факторы, влияющие на уровень предложения.

**цены на ресурсы,
используемые в
производстве
товаров**

**достигнутый
уровень
технологии
производства**

**государственные
налоги и дотации**

**число
продавцов** (их
увеличение приводит к
росту предложения, а
уменьшение - к
падению)

**цены на
взаимозаменяемые
товары**

РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Согласно закону спроса, поведение покупателя зависит от *цены предложения*, по которой продавец предлагает свой товар. Цена предложения – начальная цена товара, которая затем сталкивается с *ценой спроса*, которую намерен уплатить потребитель. Обычно достигается компромисс в виде *«рыночной цены»* товара, по которой он действительно продается и покупается. Рыночную цену называют *«ценой равновесия»*, поскольку она находится на том уровне, когда продавец *еще* согласен продать товар (по более низкой цене продажа убыточна), а покупатель *уже* согласен купить товар (по более высокой цене покупка убыточна).