## 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**

#### КЛАССИФИКАЦИ Я РЫНКОВ

В зависимости от условий продажи товаров различают рынки:

- П прямой или непосредственной продажи товаров потребителям;
- 🛮 косвенной или опосредованной продажи.

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

- нерегулируемый рынок;
- ✓ регулируемый или частично регулируемый;
- ✓ централизовано управляемый.

#### по экономическому назначению объектов:

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

#### по широте охвата:

- локальные;
- национальные;
- международные.

#### по соответствию законодательству:

- легальные рынки;
- нелегальные рынки.

## по видам субъектов рыночных отношений:

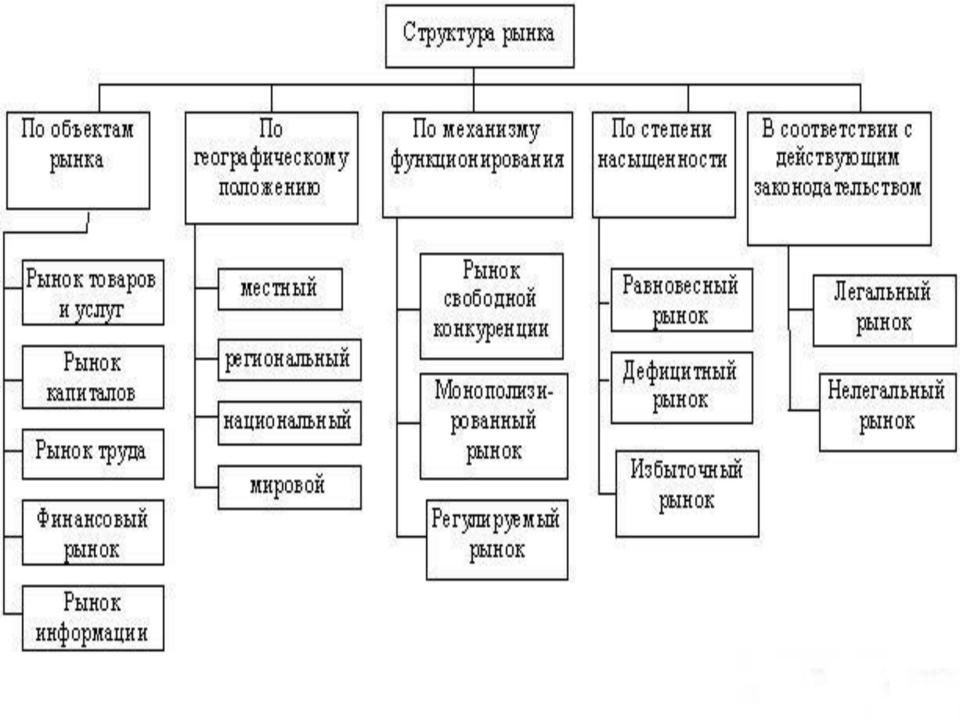
- потребительский рынок;
- рынок товаров промышленного назначения;
- рынок государственных учреждений;
- рынок оптовой торговли.

## по уровню насыщения товарной массой:

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

#### по степени зрелости рыночных отношений:

- развитые рынки;
- формирующиеся рынки.



<u>Спрос</u> – это желание и возможность покупателя приобрести данный товар по данной цене.

<u>Спрос</u> – 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.

$$Q_d = f \frac{1}{p}$$
, где

 $Q_d$  - величина спроса; р - величина цены.

## ЭФЕКТЫ 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.

<u>Парадокс №2.</u> Снижение цены стимулирует падение спроса.

<u>Парадокс №3.</u> 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 взаимозаме - няемые товары

## **РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ**

Согласно закону спроса, поведение покупателя зависит от цены предложения, по которой продавец предлагает свой товар. Цена - начальная цена товара, которая затем предложения сталкивается с ценой спроса, которую намерен уплатить потребитель. Обычно достигается компромисс в «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).