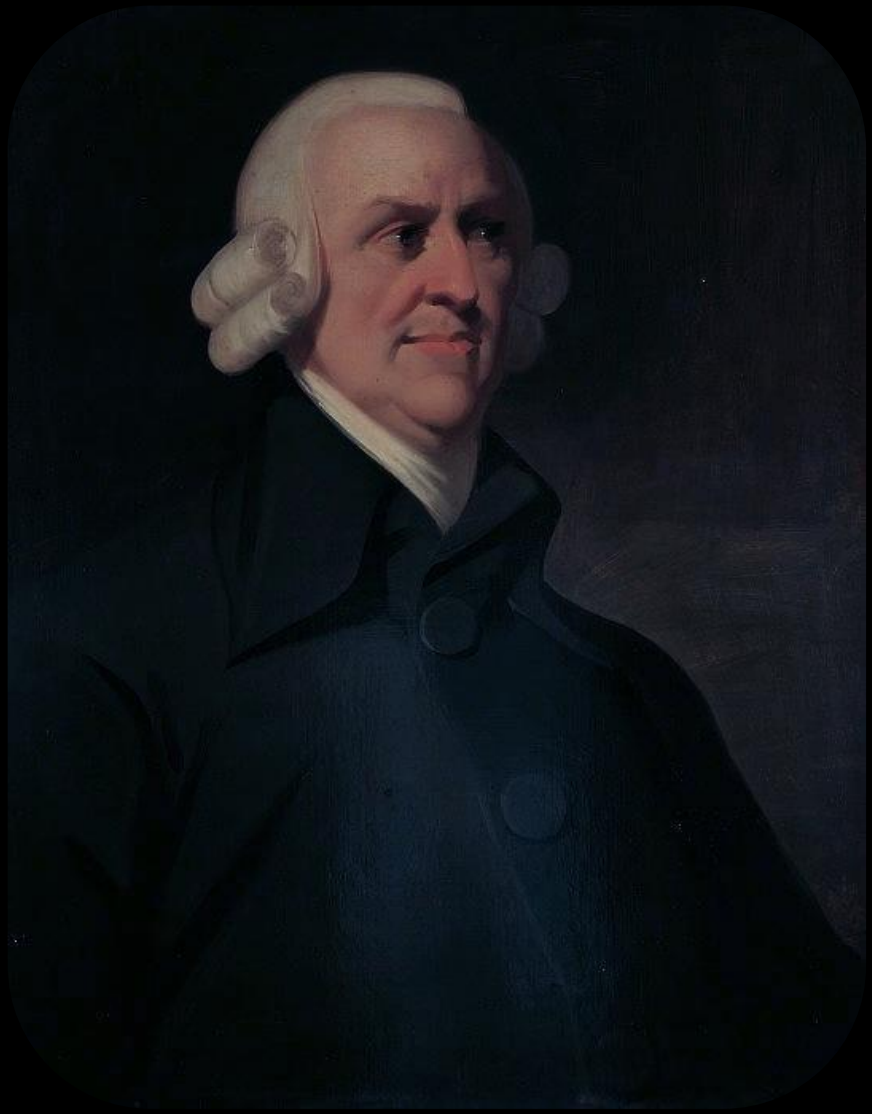
РЫНОК
И
РЫНОЧНЫЙ
МЕХАНИЗМ

© Матвиенко Е.Ф.

ГУО Гимназия № 33

Рынок – это место, где продавцы и покупатели могли совершать обмен своими товарами

Рынок – это совокупность экономических отношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции

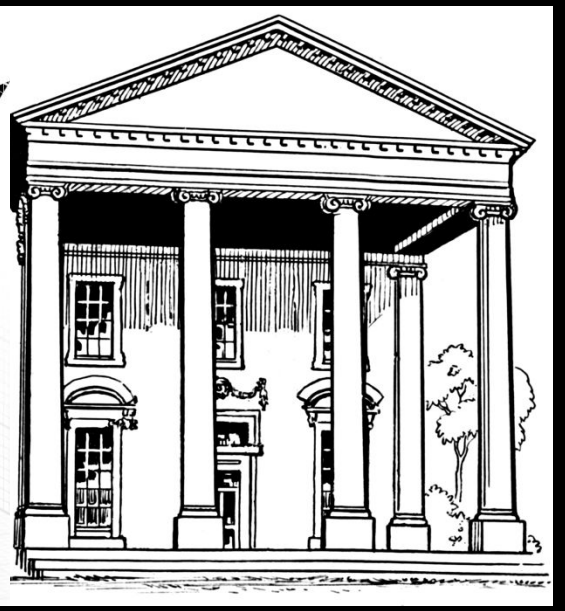


Основателем теории рынка принято считать представителя классической школы Адама Смита, который первый указал на причины развития товарного обмена, а следовательно рынка.

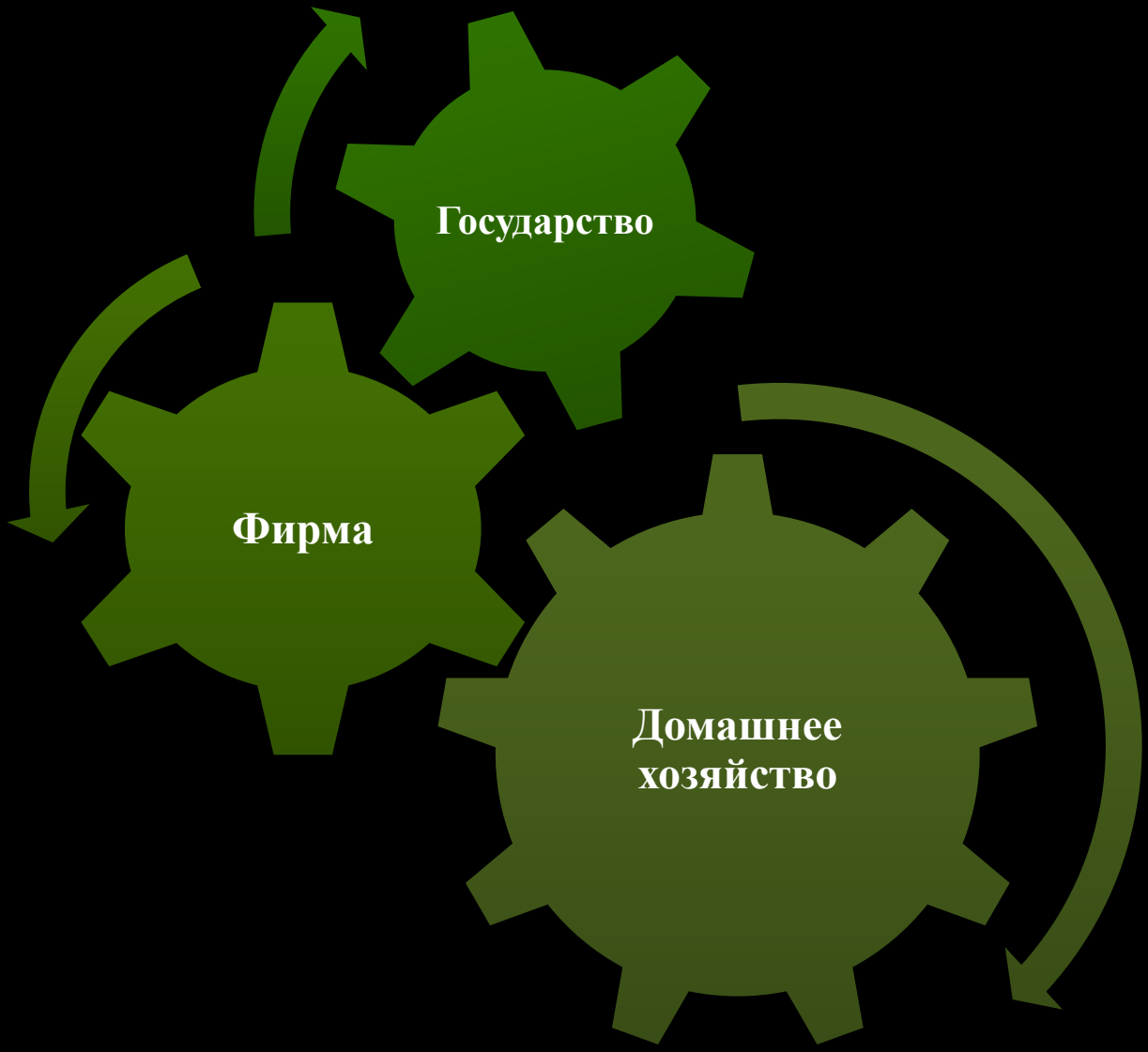
Адам Смит (1723 – 1790 гг.) – шотландский экономист, философ-этик. Один из основоположников современной экономической теории.

Субъекты рынка

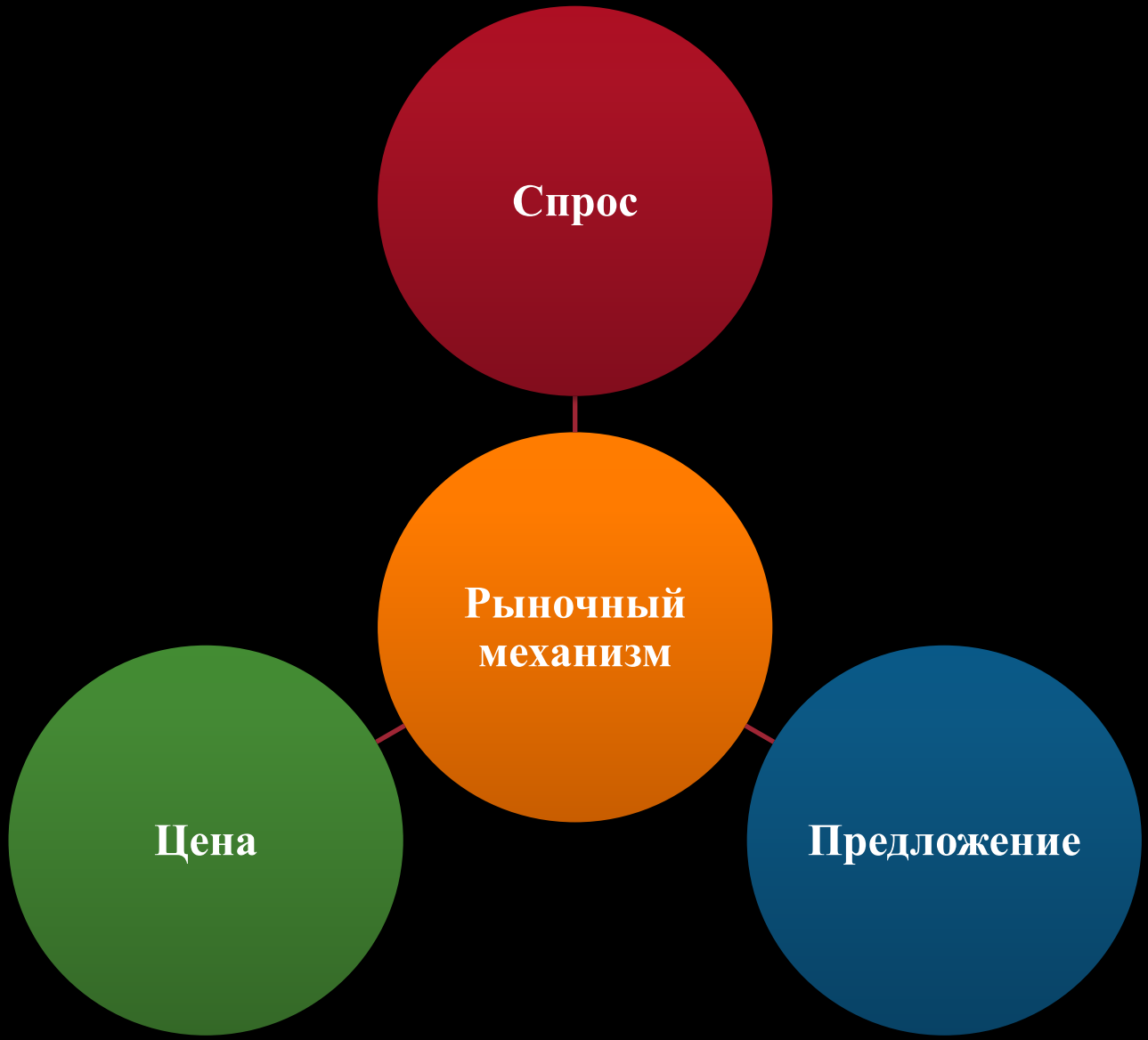
- Домашнее хозяйство
- Фирма
- Государство



РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ – это механизм взаимосвязи и взаимодействия всех субъектов рынка.

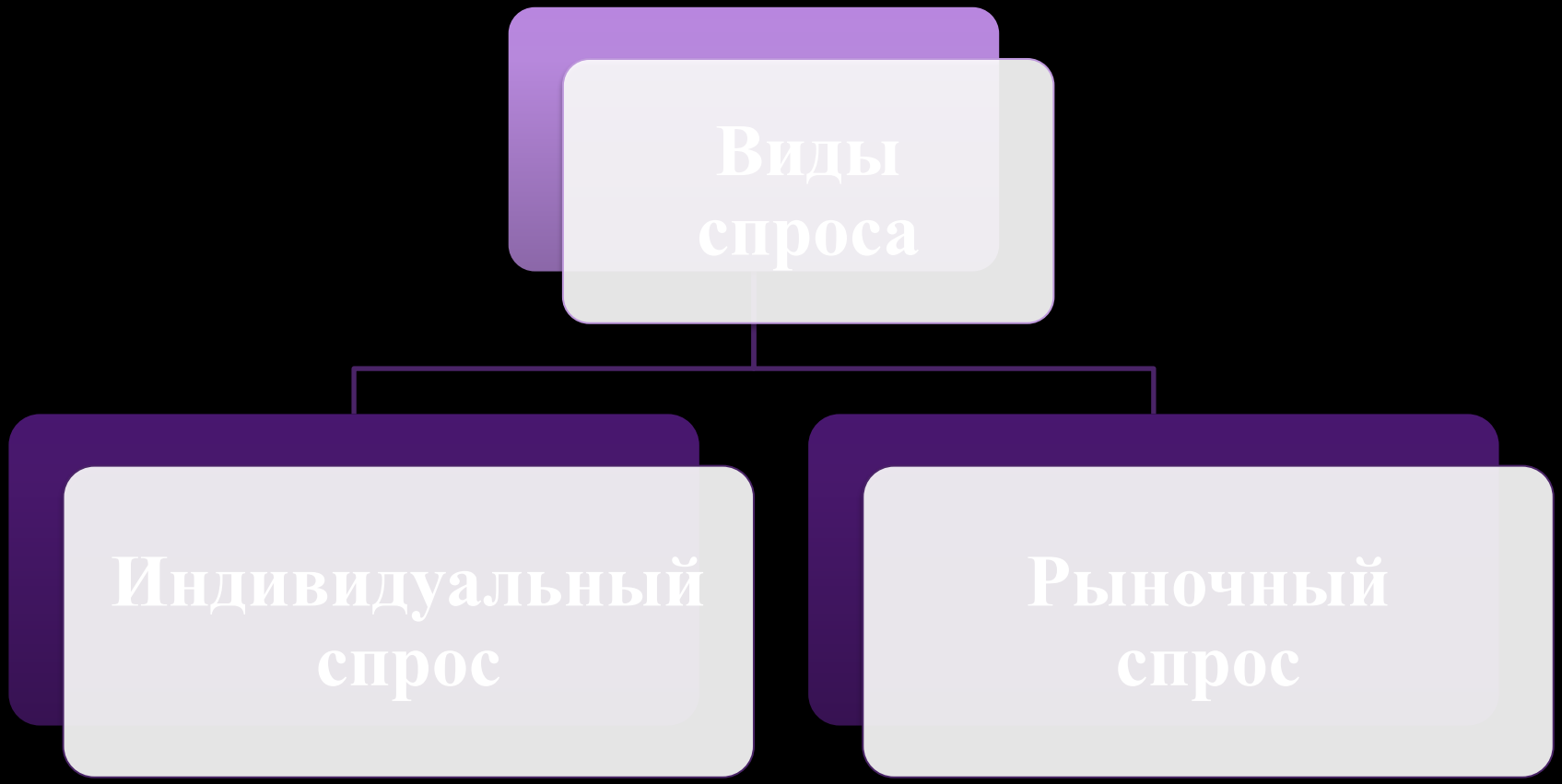


ЭЛЕМЕНТЫ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА



СПРОС – это платежеспособная потребность в каком-либо товаре или услуге.

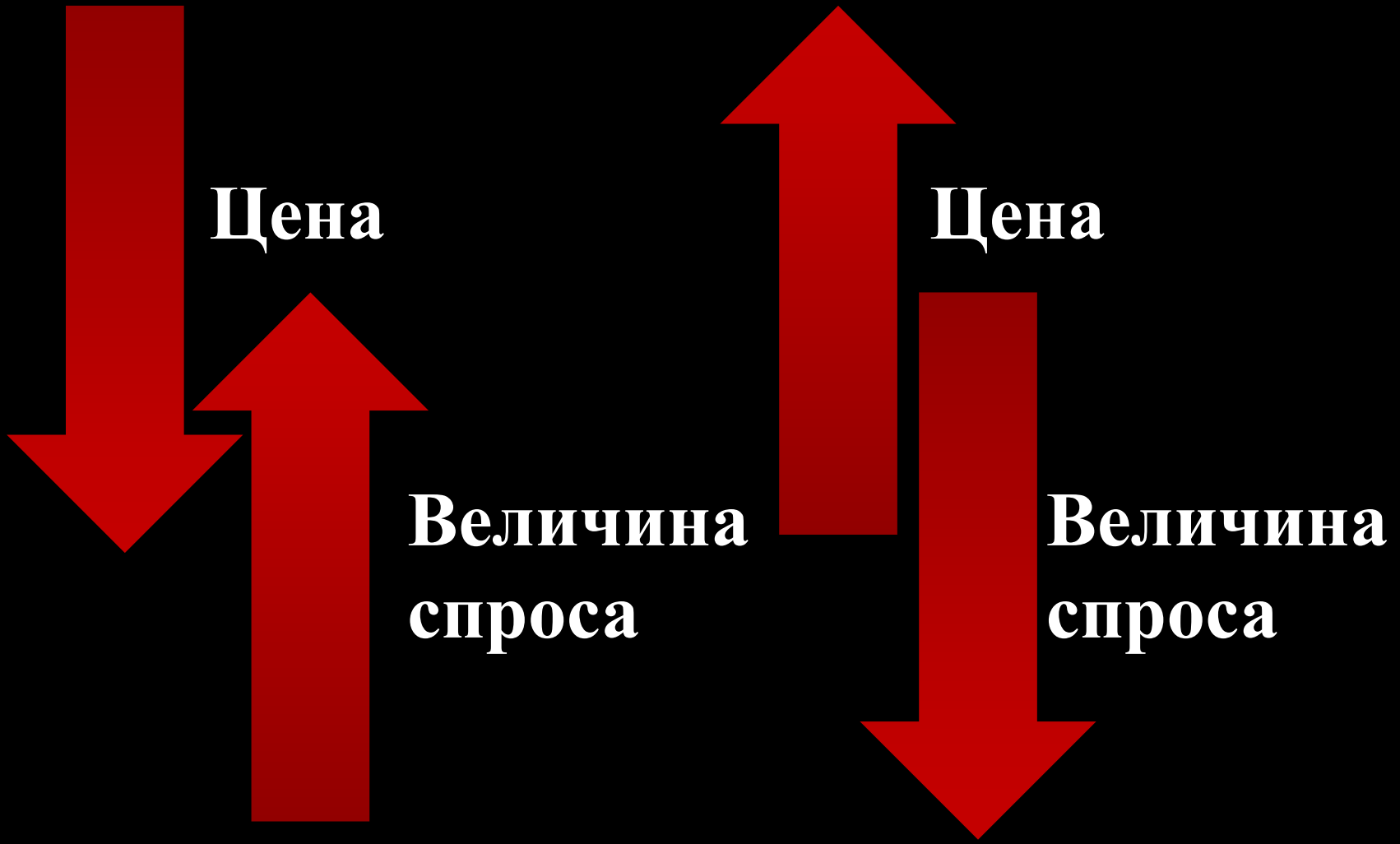
ВЕЛИЧИНА (ОБЪЁМ) СПРОСА *(Q^D)* – это количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах.

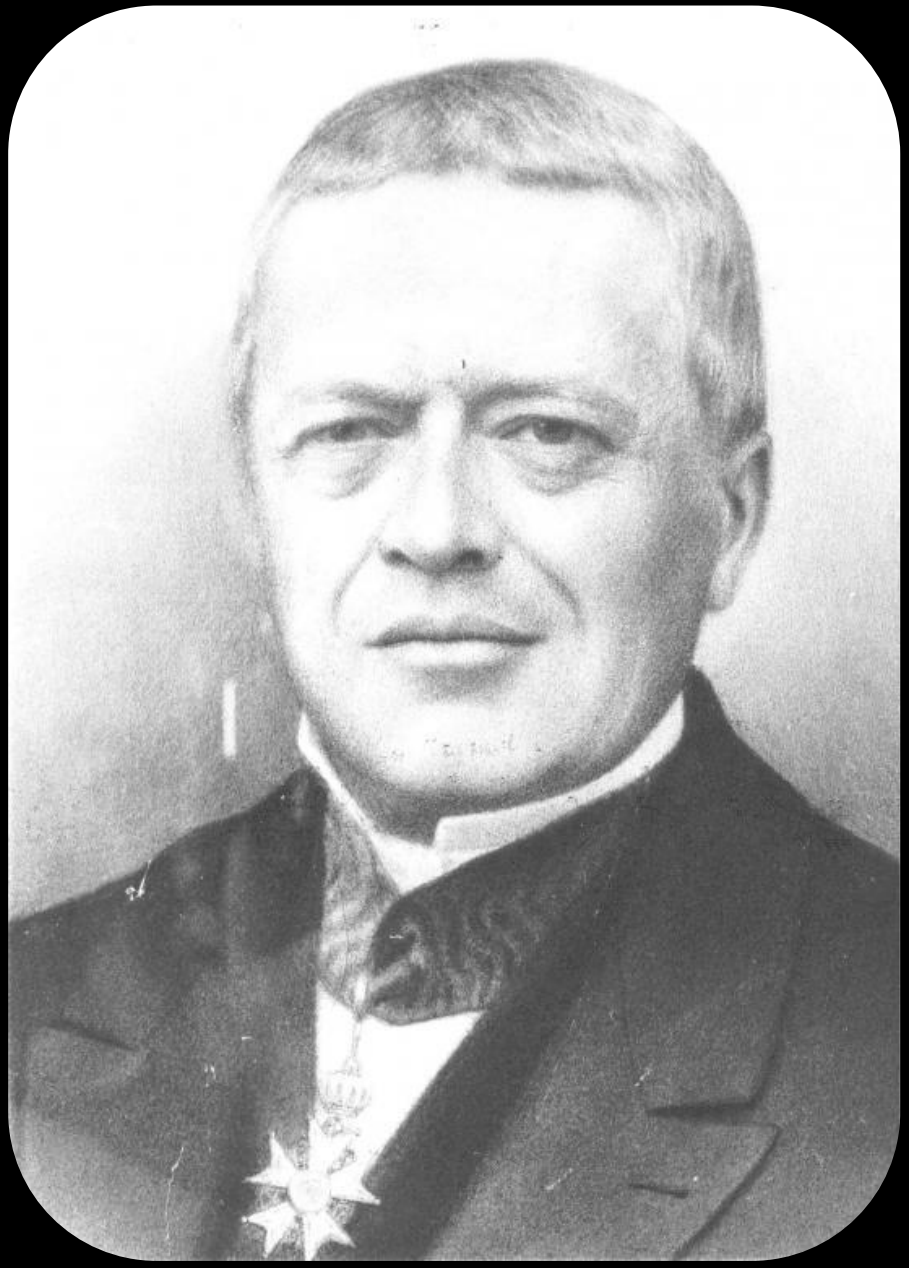

Виды спроса
Индивидуальный спрос
Рыночный спрос

ФАКТОРЫ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЕЛИЧИНУ СПРОСА

- Цена товара
- Доход потребителя
- Вкусы, мода
- Число покупателей
- Ожидание будущих цен и доходов
- Цены на сопряжённые товары: взаимозаменяемые (субституты) или взаимодополняемые (комплементы)

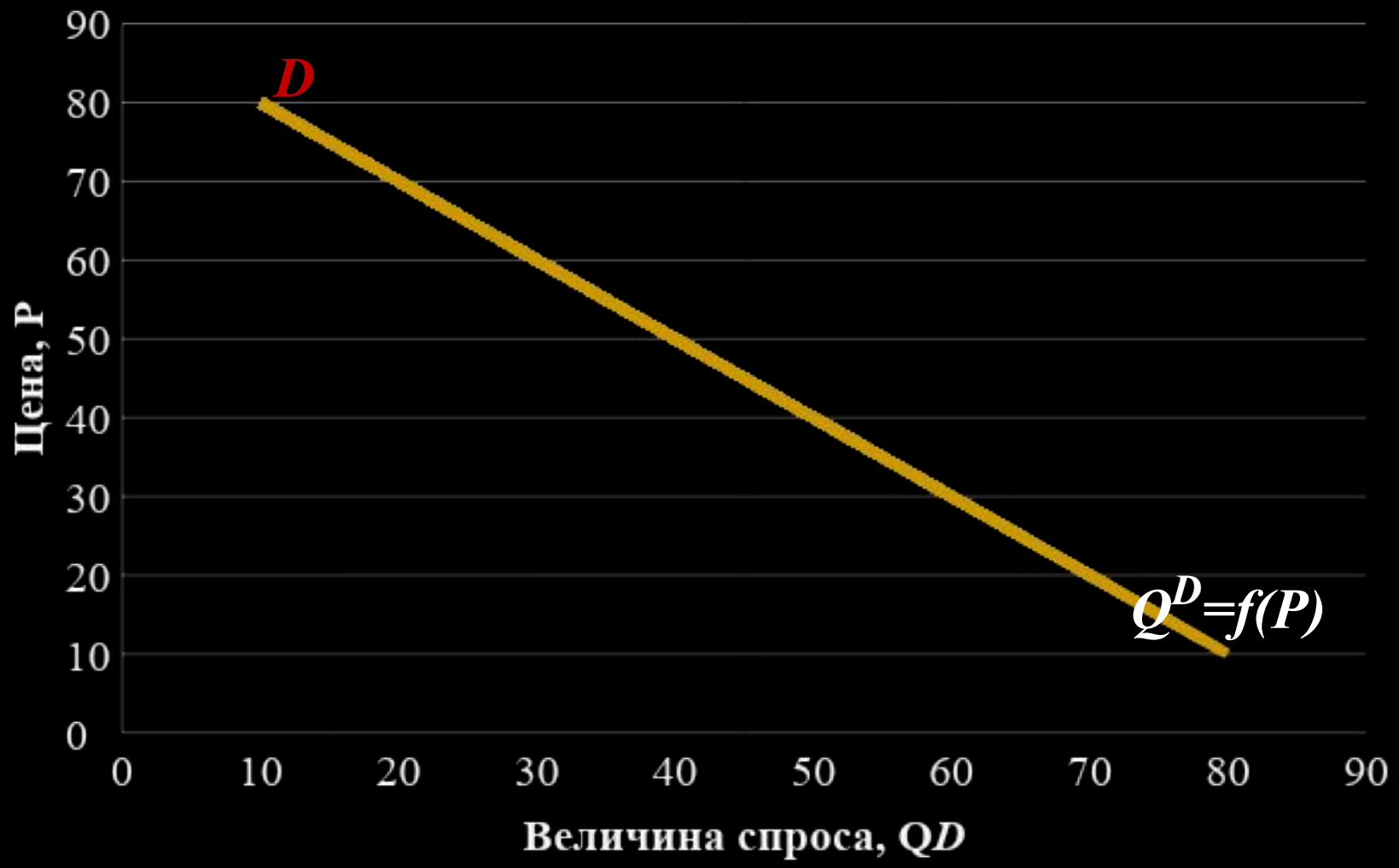
ЗАКОН СПРОСА





Антуан Огюстен Курно (1801 – 1877) – французский экономист, философ и математик; создатель математической теории спроса.

КРИВАЯ СПРОСА



ЗАКОН СПРОСА НЕ РАБОТАЕТ:

- **Парадокс Гиффена – при повышении цен на определённые виды товара (в основном товары первой необходимости) их потребление повышается за счёт экономии на других товарах**
- **Эффект Веблена связан с престижным спросом, ориентированном на приобретение товаров, свидетельствующих по мнению покупателю о его высоком статусе.**
- **Когда цена является показателем качества**
- **Для редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством вложения денег.**
- **Эффект ожидаемой динамики цен**

ПРЕДЛОЖЕНИЕ – количество товаров и услуг, которые производители желают продать (предложить) на рынке.

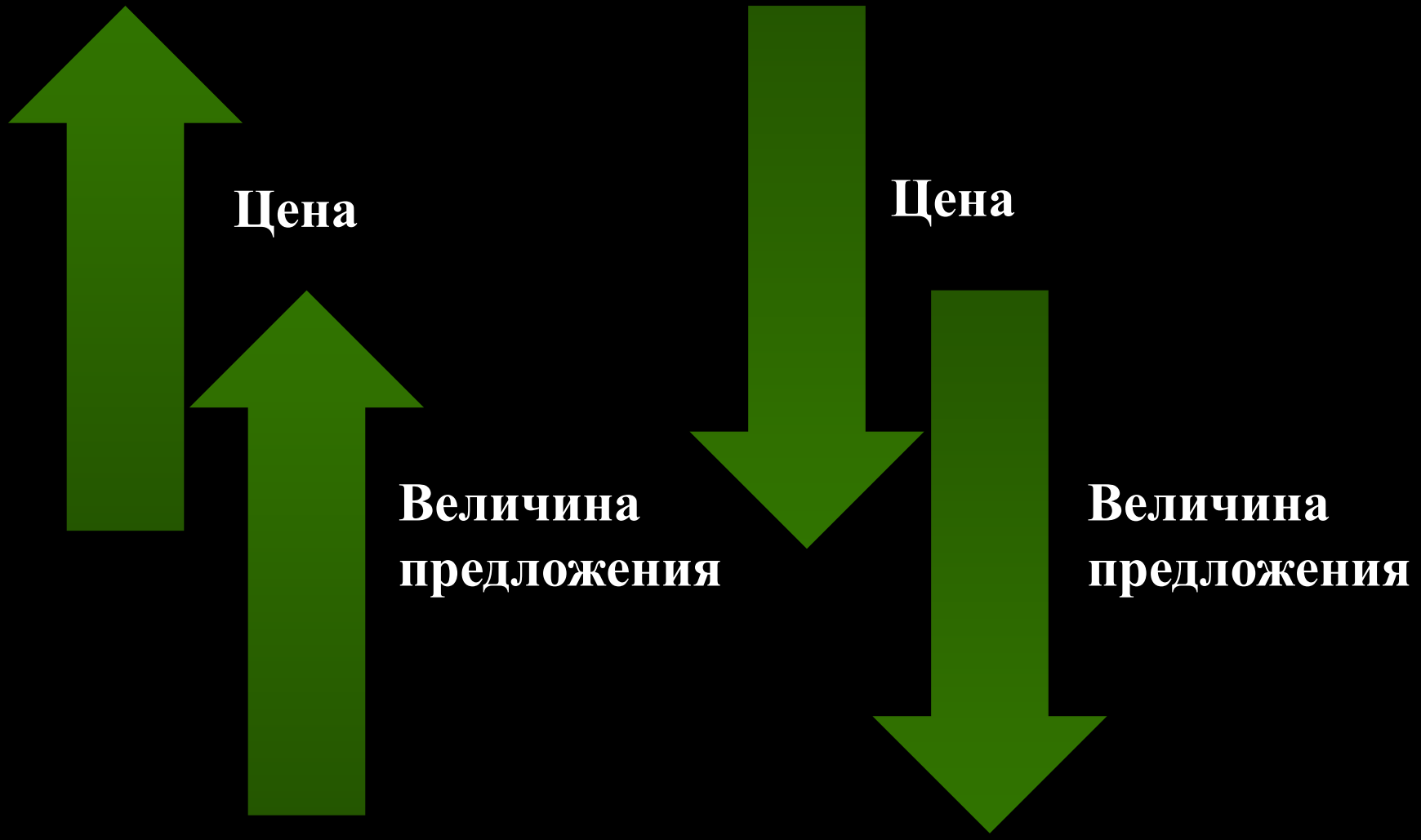
ВЕЛИЧИНА (ОБЪЁМ) ПРЕДЛОЖЕНИЯ *(Q^S)* – это количество товаров и услуг, которое продавцы готовы продать в данное время, в данном месте и при данных ценах, но величина предложения не всегда совпадает с объемом производства и объемом продаж на рынке.

- **Виды предложения**
  - **Индивидуальное предложение**
  - **Рыночное предложение**

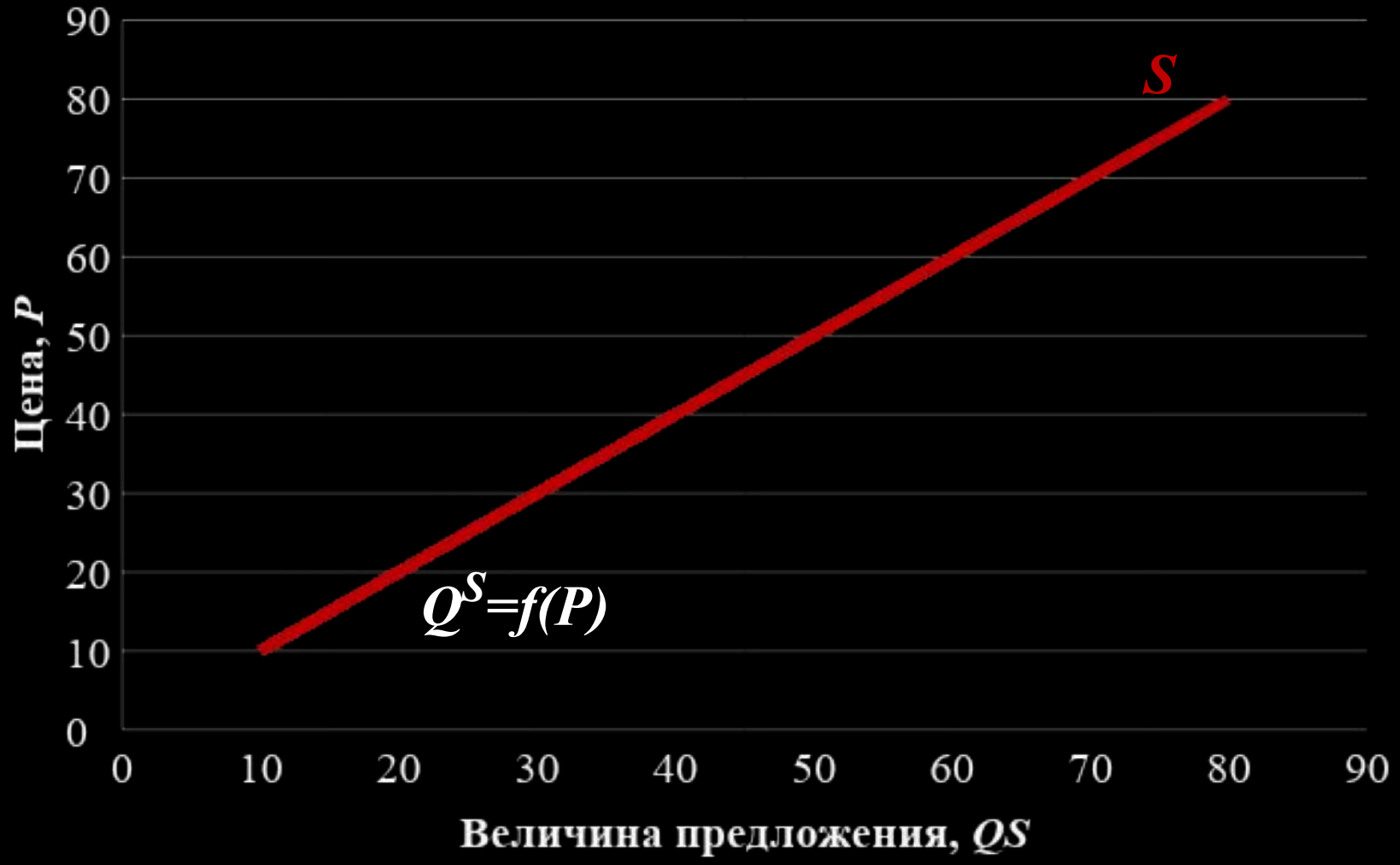
ФАКТОРЫ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЕЛИЧИНУ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- Цена товара
- Цена ресурсов
- Характер технологии
- Налоги и субсидии
- Количество продавцов

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ

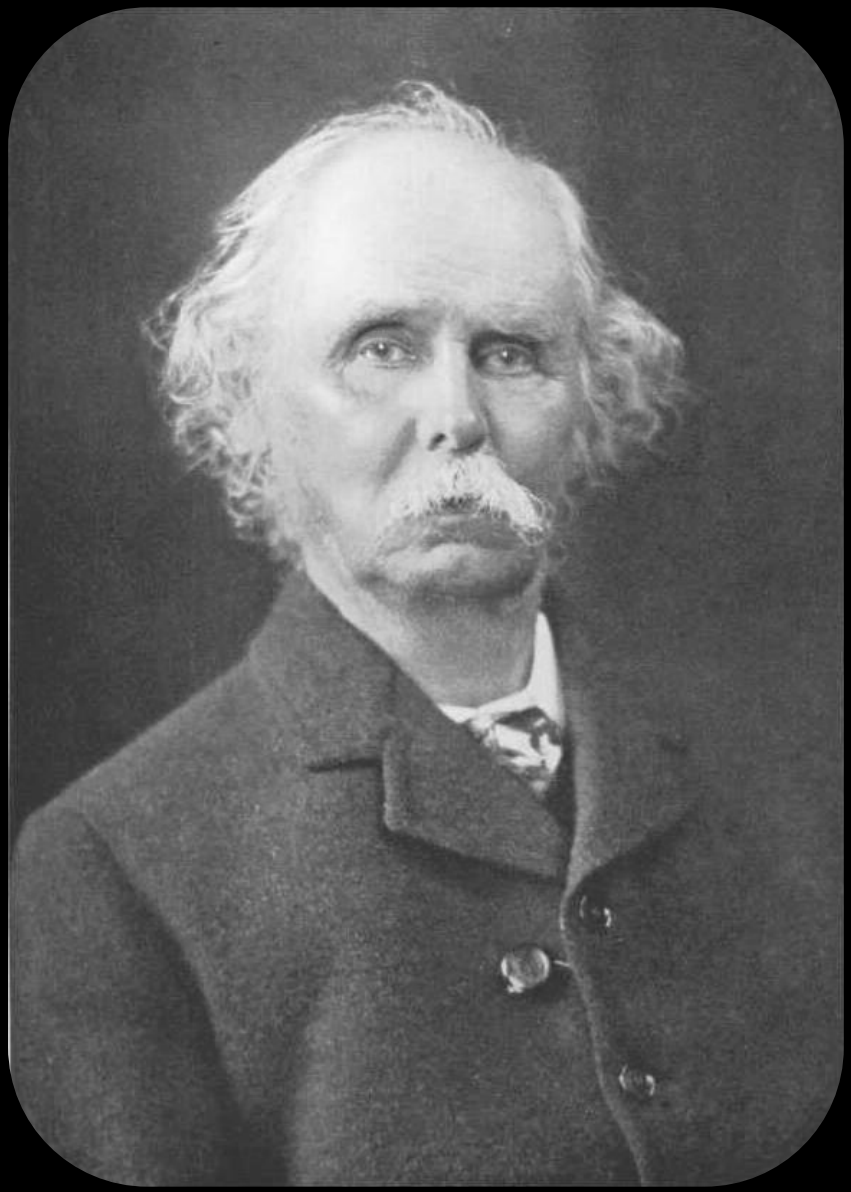


КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ЦЕНА – это количество денег за которые продавец согласен продать, а покупатель согласен купить единицу товара или услуги.

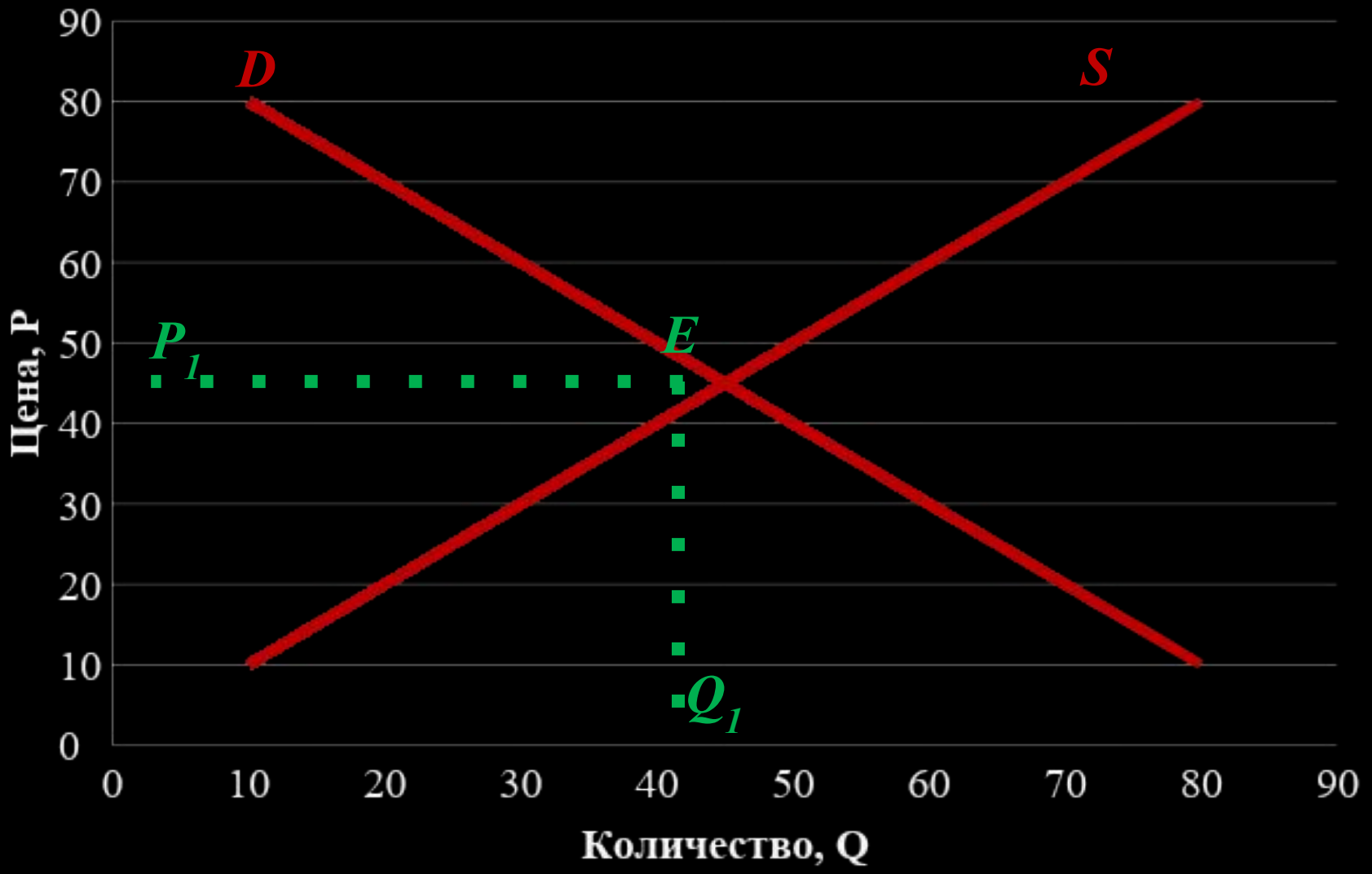
Рыночная цена



Альфред Маршалл (1842 – 1924) – английский экономист, основоположник неоклассического направления в экономической науке.

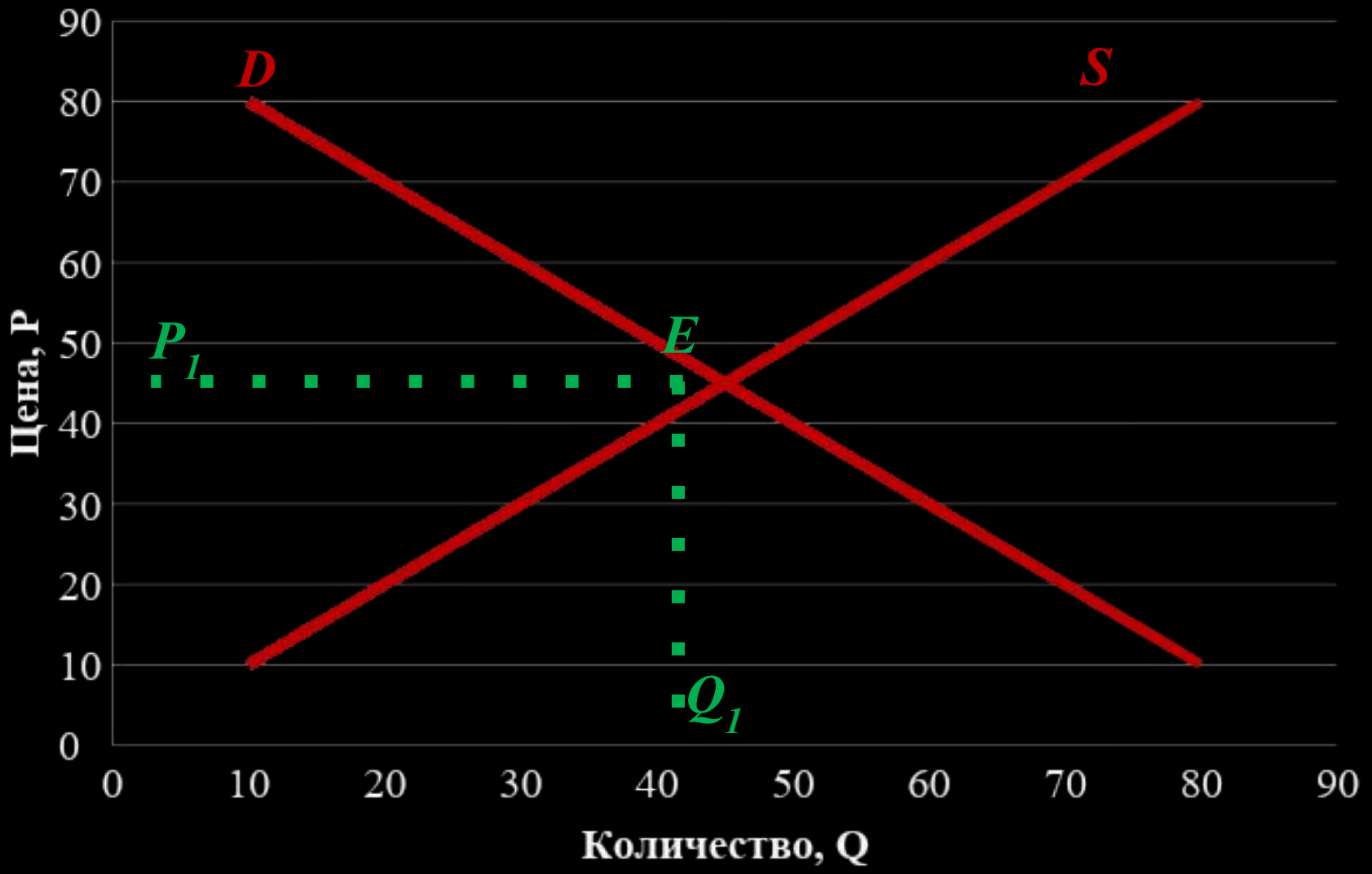
А. Маршалл известен, прежде всего, как автор теории рыночного ценообразования. Он считает, что рыночная ценность товара определяется равновесием предельной полезности товара и предельных издержек на его производство. Графическим эквивалентом данного положения является знаменитый график, именуемый ***«крест Маршалла»*** или ***«ножницы» Маршалла.***

«КРЕСТ МАРШАЛА»



РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ – это такое состояние рынка, при котором для данного уровня цены объём спроса равен объёму предложения.

Объём предложения
Объём спроса
Цена
Объём предложения
Объём спроса
Цена

Объём предложения
Объём спроса
Цена
Объём предложения
Объём спроса
Цена

«КРЕСТ МАРШАЛА»