

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ



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

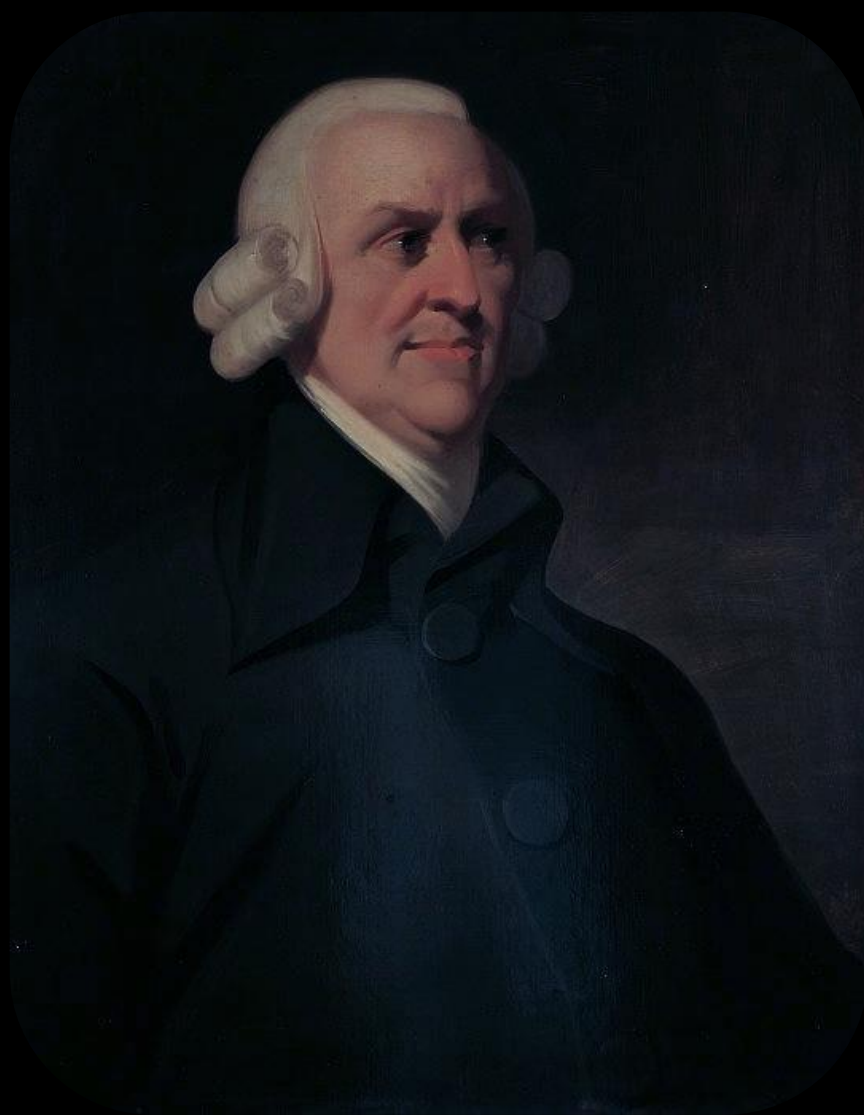


Рынок – это совокупность экономических отношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции

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.

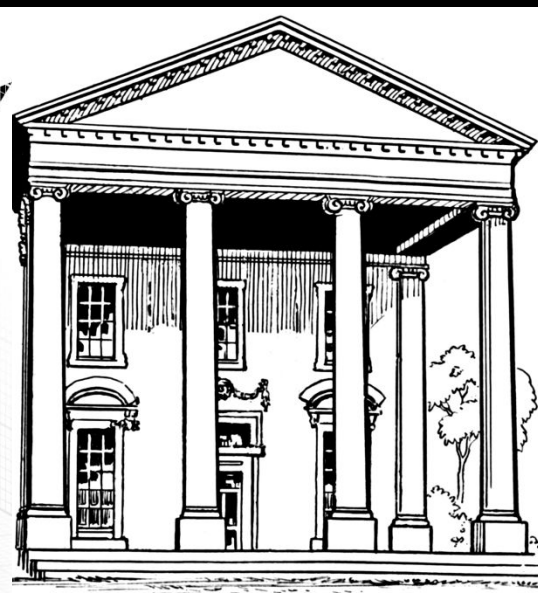


Субъекты рынка

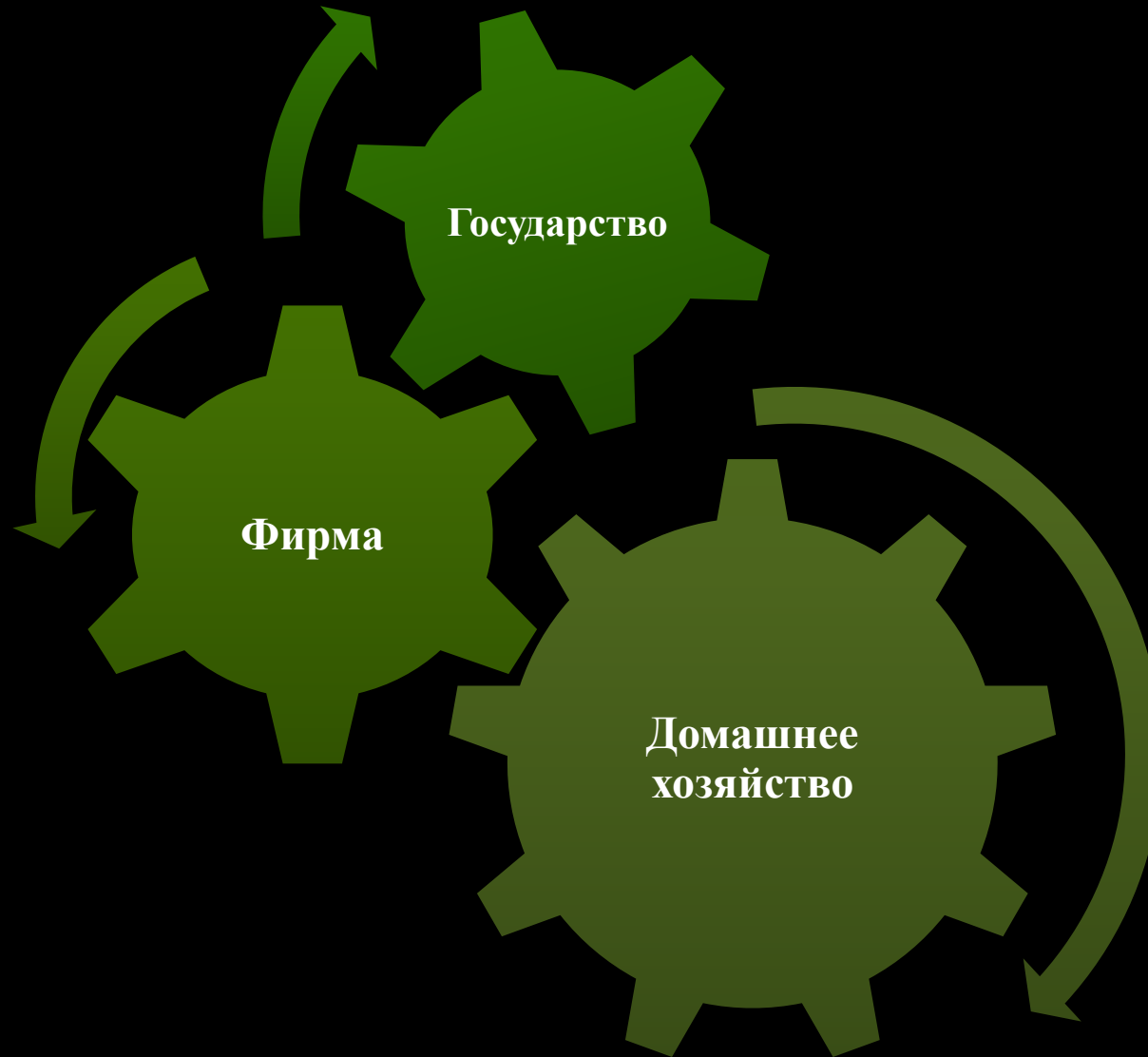
Домашнее
ХОЗЯЙСТВО

Фирма

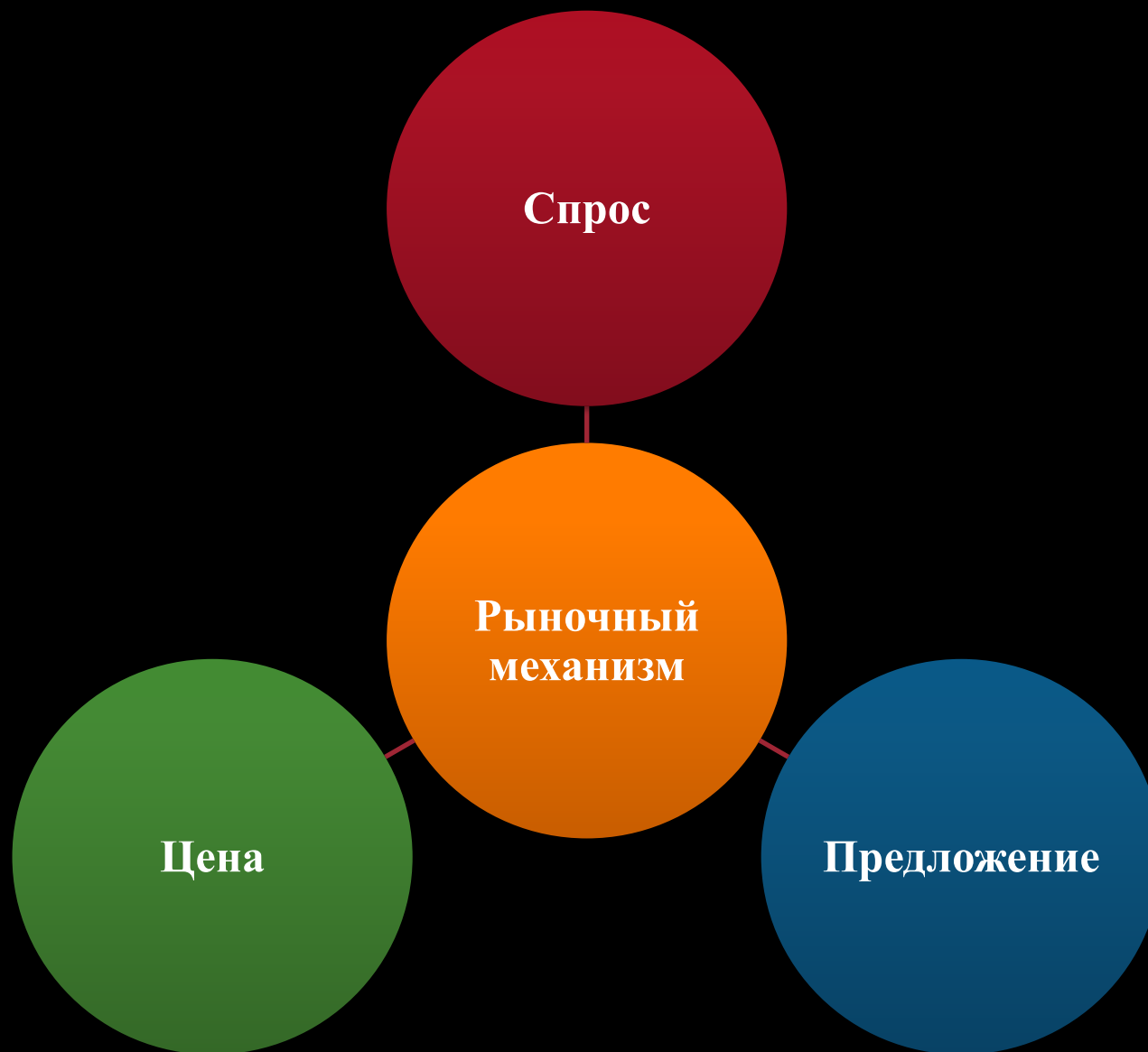
Государство



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

```
graph TD; A[Виды спроса] --> B[Индивидуальный спрос]; A --> C[Рыночный спрос];
```

Индивидуальный
спрос

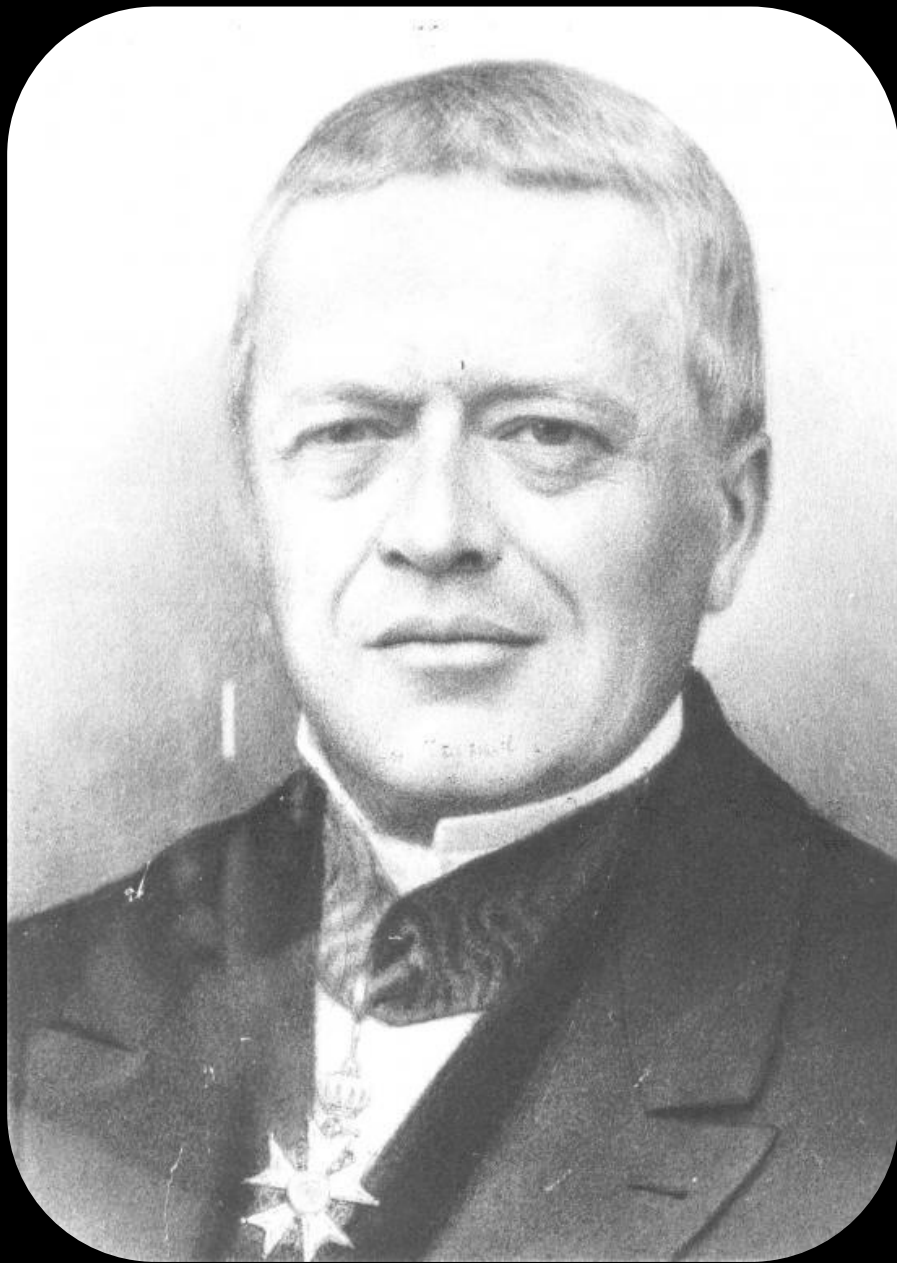
Рыночный
спрос

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)**

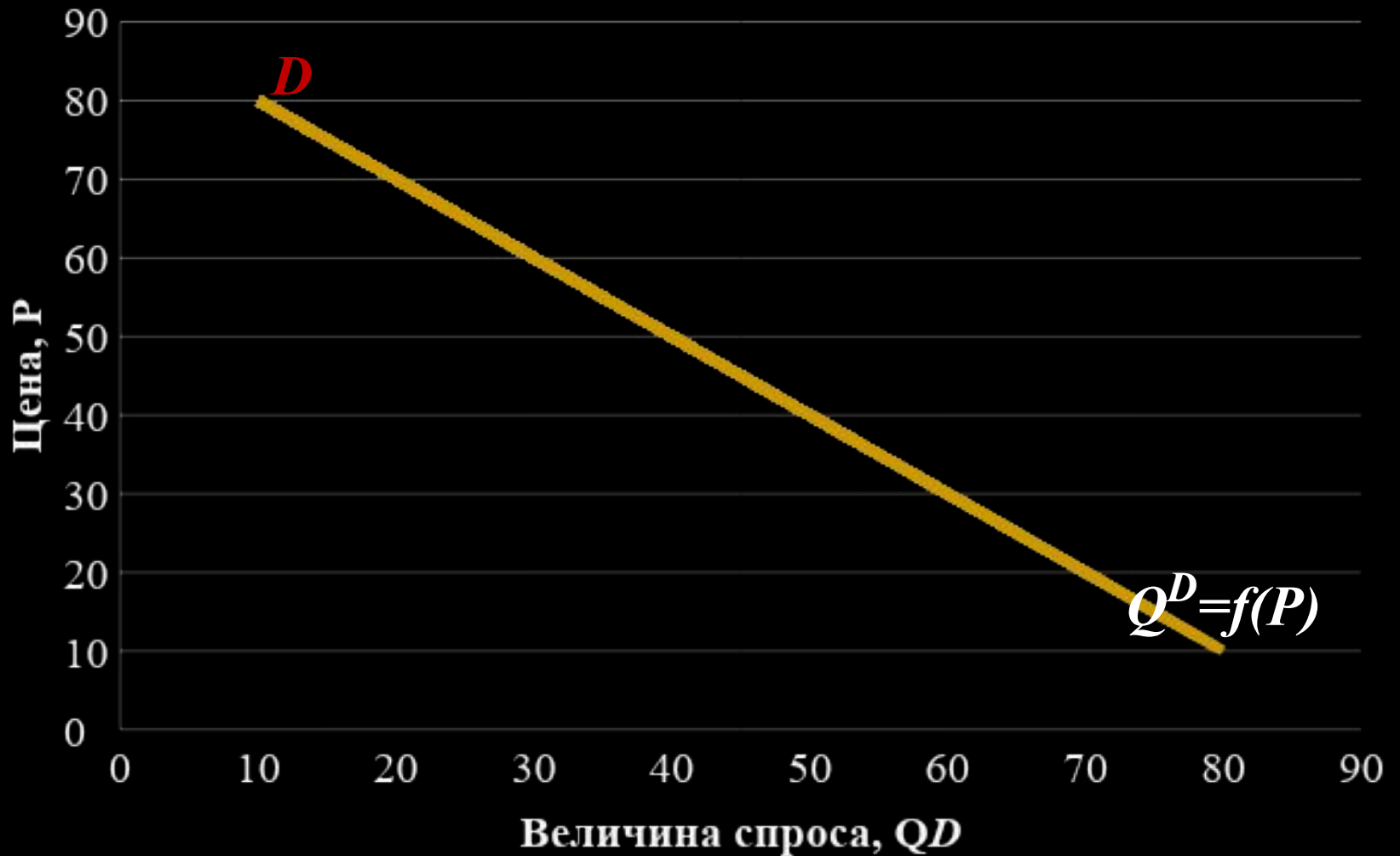
ЗАКОН СПРОСА





*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, ориентированным на приобретение товаров, свидетельствующих по мнению покупателя 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



Цена



**Величина
предложения**

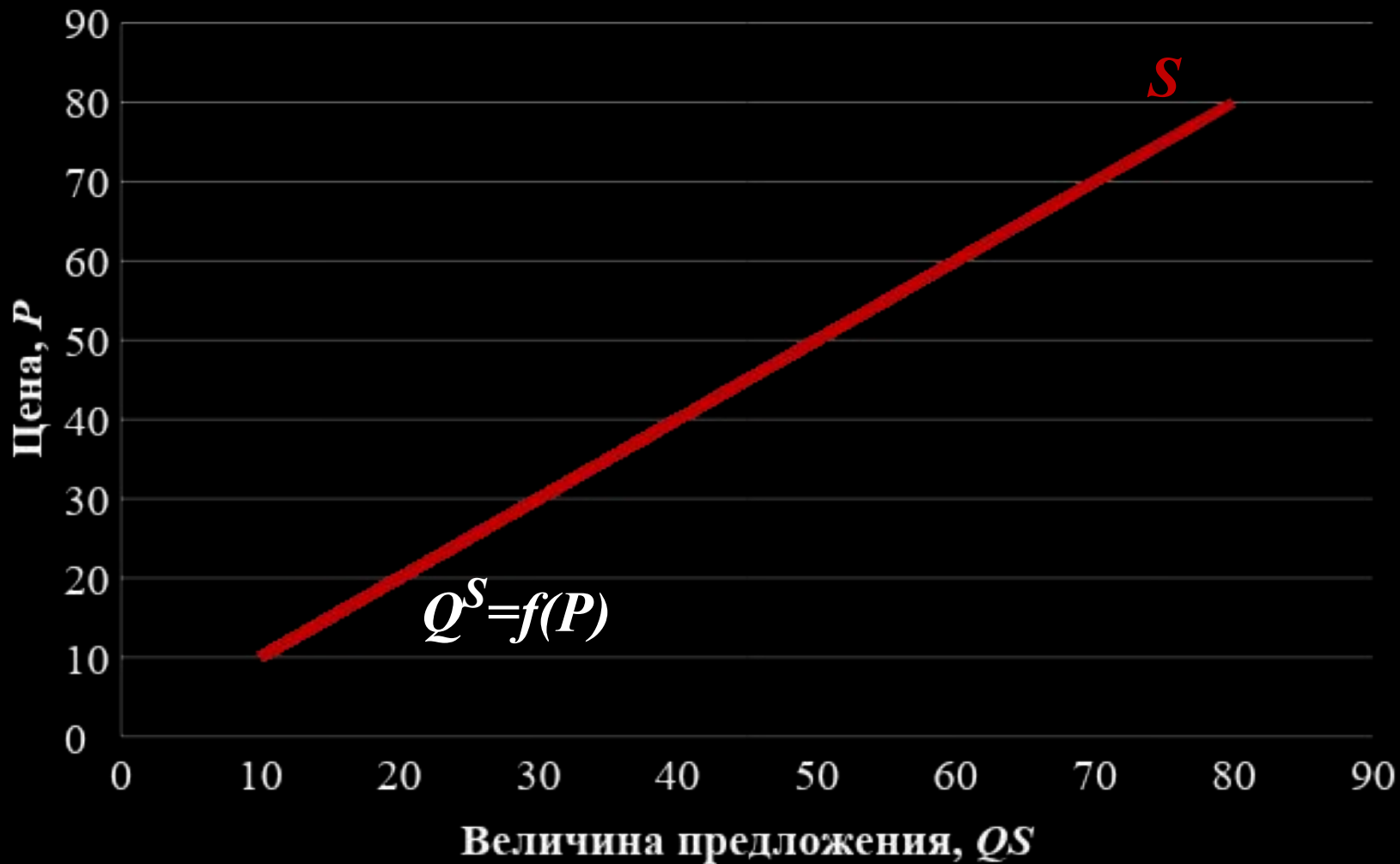


Цена



**Величина
предложения**

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

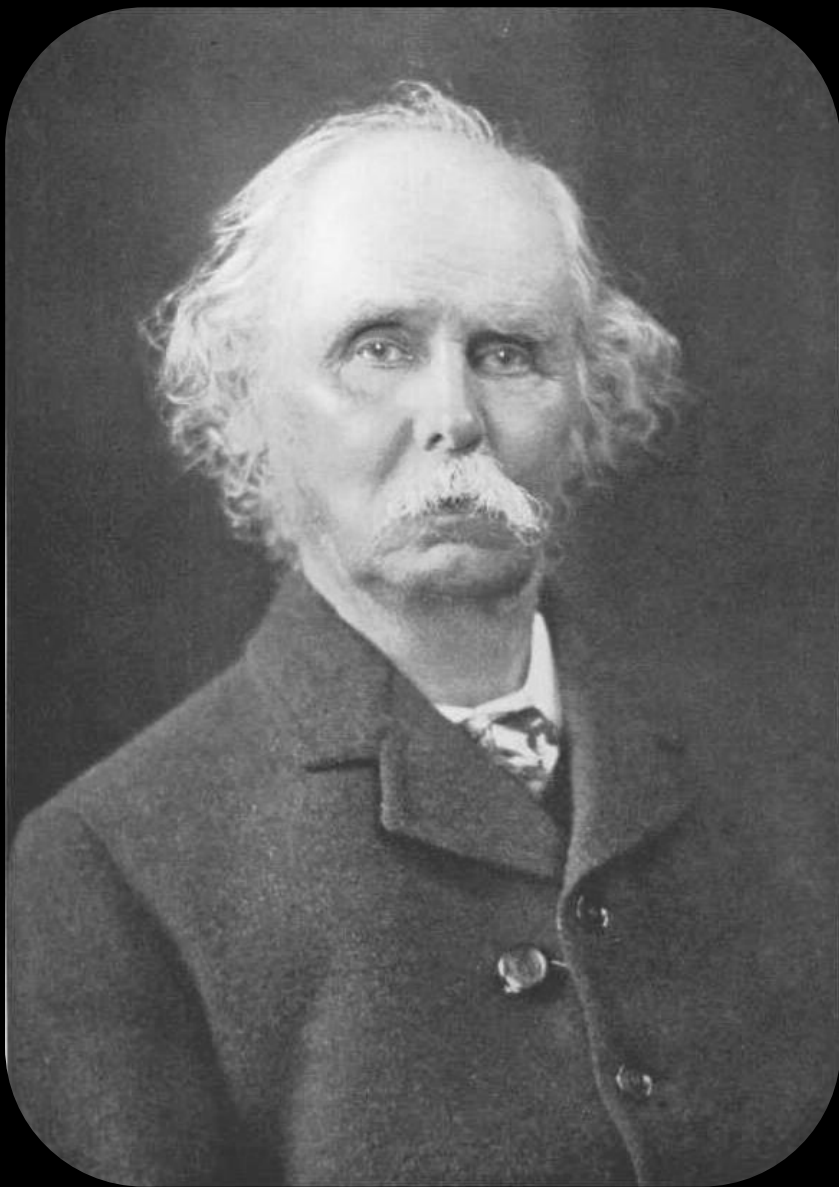


ЦЕНА – это количество денег за которые продавец согласен продать, а покупатель согласен купить единицу товара или услуги.

•Ц
•Ц

**Рыночная
цена**

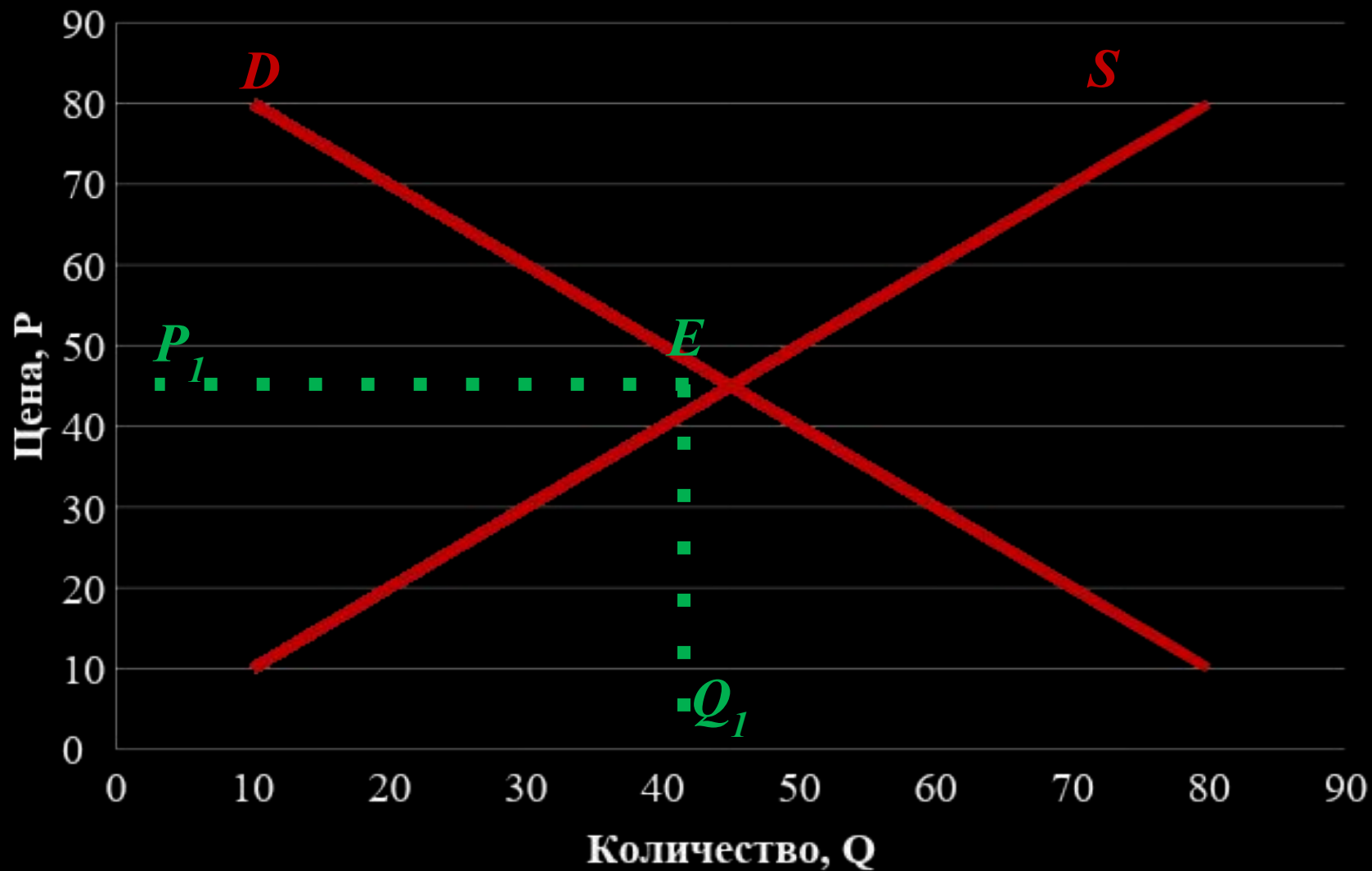
роса
ция



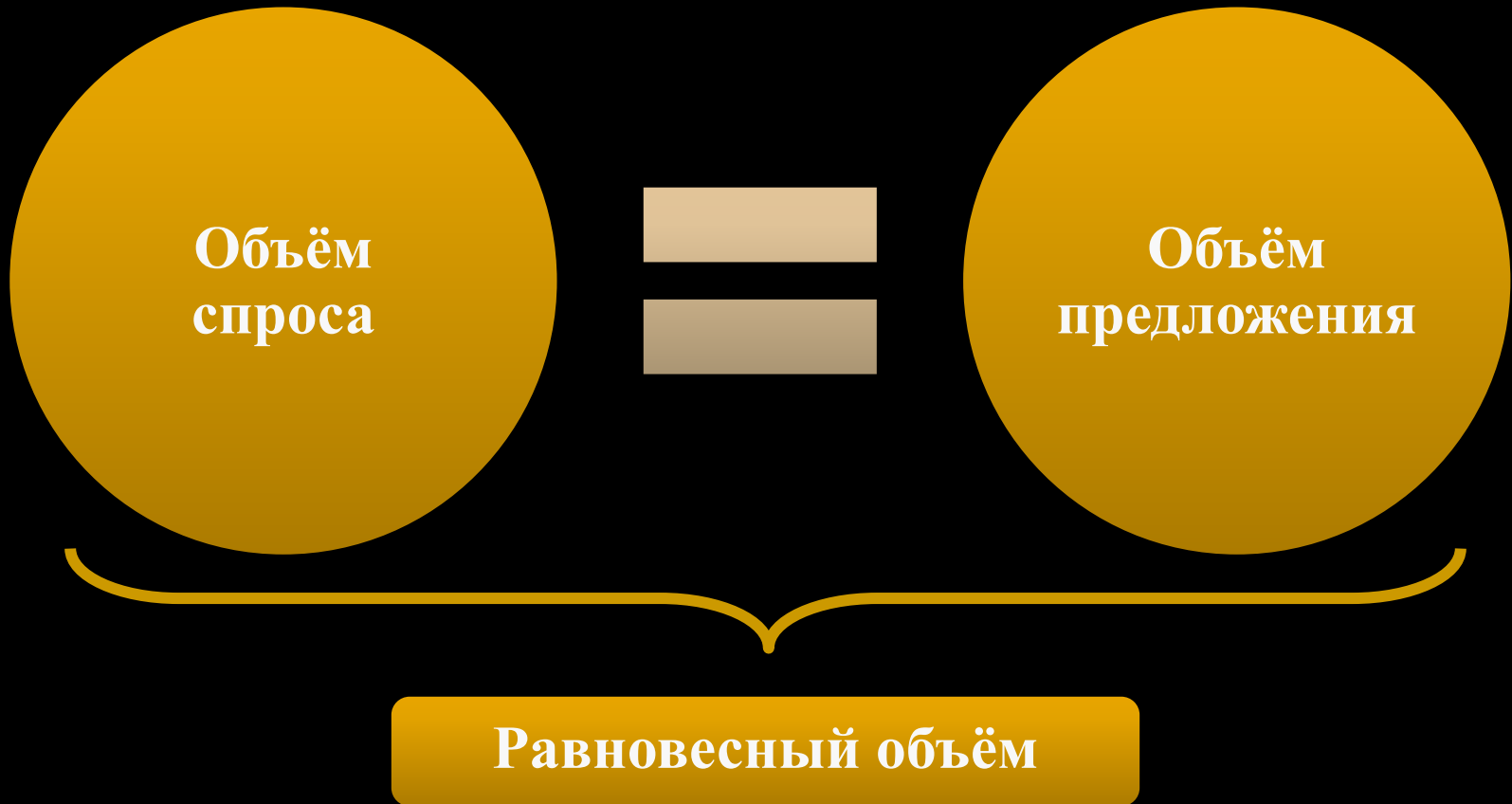
*Альфред Маршалл (1842 – 1924) –
английский экономист,
основоположник
неоклассического направления в
экономической науке.*

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»



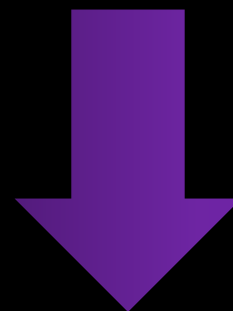
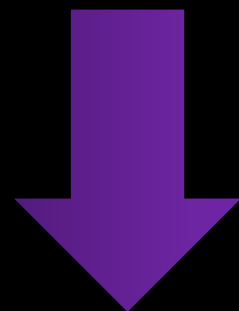
РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ – это такое состояние рынка, при котором для данного уровня цены объём спроса равен объёму предложения.



**Объём
предложения**

**Объём
спроса**

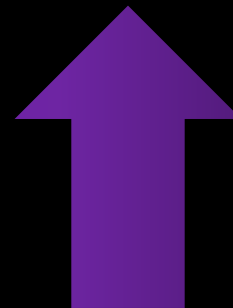
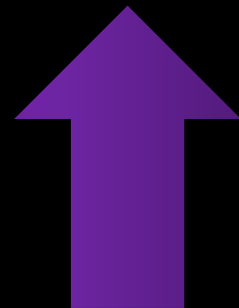
Цена



**Объём
предложения**

**Объём
спроса**

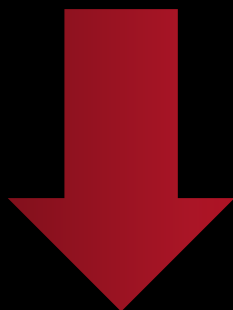
Цена



**Объём
предложения**

**Объём
спроса**

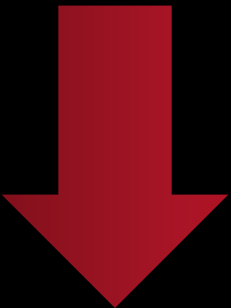
Цена



**Объём
предложения**

**Объём
спроса**

Цена



«КРЕСТ МАРШАЛА»

