

## ТЕМА 2

# РЫНОК И РЫНОЧНАЯ СИСТЕМА

Кандидат экономических наук  
Васильева Юлия Павловна

# План лекции

- Понятие и функции рынка
- Спрос и закон спроса
- Предложение и закон предложения
- Рыночное равновесие
- Эластичность спроса
- Эластичность предложения

# РЫНОК



Ф. ХАЙЕК  
(1899-1992)

сложное передаточное устройство, позволяющее с наибольшей полнотой и эффективностью использовать информацию, рассеянную среди бесчисленного множества индивидуальных агентов

# РЫНОК



Ф. Котлер

сфера  
ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ  
ОБМЕНОВ

К. МАККОННЕЛЛ

С.Л. БРЮ



РЫНОК

институт, или механизм, сводящий вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг

# РЫНОК



П. САМУЭЛЬСОН  
(1915-2009)

Рынок - это механизм, посредством которого покупатели и продавцы взаимодействуют для установления цен и количеств товаров или услуг

# РЫНОК

система отношений, в которой связи продавца и покупателя столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться



# РЫНОК



Субъекты: продавцы и покупатели.

В качестве продавцов и покупателей выступают домохозяйства (в составе одного или нескольких лиц), фирмы (предприятия), государство.

Объекты: товары и деньги.

В качестве товаров выступает не только произведенная продукция, но и факторы производства (земля, труд, капитал), услуги. В качестве денег - все финансовые средства, важнейшими из которых являются сами деньги.



# УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

- Общественное разделение труда
- Экономическая обособленность товаропроизводителей
- Самостоятельность производителя, свобода предпринимательства



# Признаки рынка

Нерегулируемое предложение	Нерегулируемый спрос	Нерегулируемая цена
Производитель сам решает, что, как, сколько и для кого производить	Потребитель сам определяет, что, где, как и сколько покупать	Цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения

# ФУНКЦИИ РЫНКА



- Регулирующая (Рынок выступает регулятором производства, спроса и предложения)
- Стимулирующая (Посредством цен рынок стимулирует внедрение в производство достижений научно-технического прогресса, снижение затрат на производство продукции и повышение ее качества, расширение ассортимента товаров и услуг)
- Посредническая (заключается в том, что в нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика продукции. В то же время продавцу предоставляется возможность выбрать наиболее подходящего покупателя)
- Информационная (Рынок представляет собой богатый источник информации, знаний, сведений, необходимых хозяйствующим субъектам)
- Санирующая (Рынок очищает общественное производство от экономически слабых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, наоборот, поощряет развитие эффективных предприятий)

# КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

По объекту купли-продажи	Рынок товаров и услуг, рынок ресурсов, рынок ценных бумаг и т.д.
По территориальному признаку	Местный, региональный, национальный, мировой
По типу конкуренции	Совершенная конкуренция, несовершенная конкуренция
По соответствию действующему законодательству	Легальный, теневой



# КОНКУРЕНЦИЯ

экономическое соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее полную реализацию своих экономических интересов



# КОНКУРЕНЦИЯ

соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке



Федеральный закон № 135-ФЗ  
от 26 июля 2006 г. «О защите конкуренции»  
(ст. 4, п. 7)

# ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

## Совершенная конкуренция

- Множество продавцов и покупателей
- Отсутствие входных и выходных барьеров
- Товары стандартные
- Полная доступность информации



## Несовершенная конкуренция

Нарушение хотя бы одного условия совершенной конкуренции:

- a) Чистая монополия
- b) Монополистическая конкуренция
- c) Олигополия
- d) Др.

# СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ



Экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения, такой тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий.

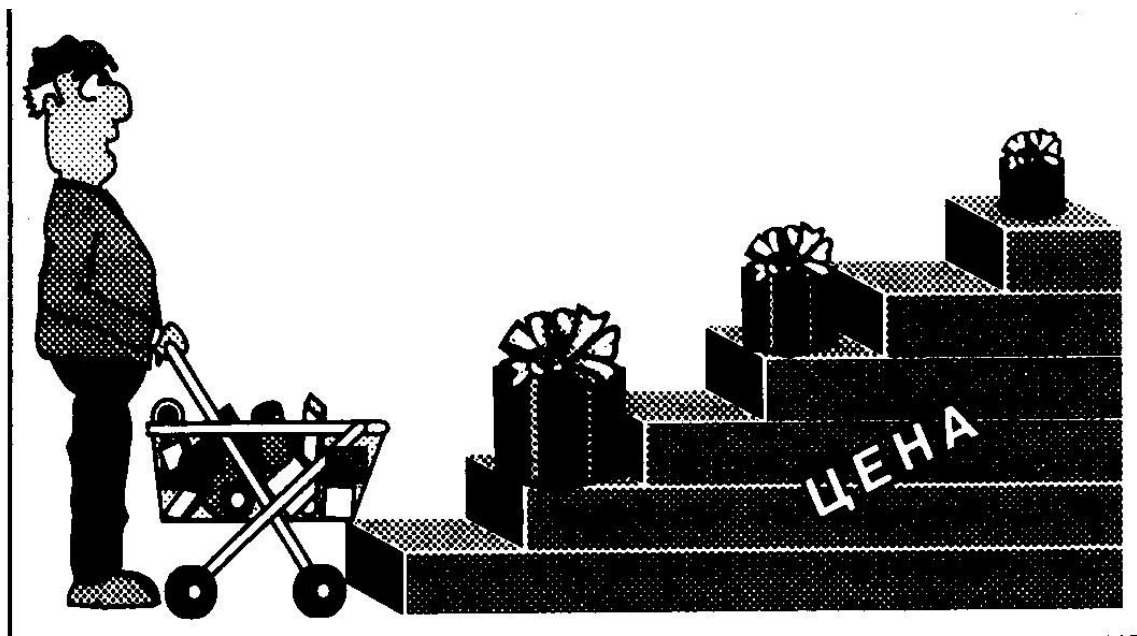






# СПРОС

КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ И УСЛУГ, КОТОРОЕ  
ПОКУПАТЕЛИ ХОТЯТ ПРИОБРЕСТИ ПРИ  
РАЗНЫХ ЦЕНАХ В ДАННЫЙ МОМЕНТ  
ВРЕМЕНИ



# ЗАКОН СПРОСА

ОБРАТНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ МЕЖДУ ЦЕНОЙ  
И ВЕЛИЧИНОЙ СПРОСА

Величина спроса ( $Q_d$ ) – количество товара, которое приобретается покупателями по определенной цене ( $P$ )



$$Q_d(P) = a - bP$$

# Эффекты закона спроса

## Эффект «нового покупателя»

Вероятность того, что покупка произойдет, выше у товара с низкой ценой.



## Эффект «замещения»

Рост цен на товар приведет к увеличению спроса на товар - заменитель.



## Эффект «дохода»

При планировании расходов, если цена окажется ниже ожидаемой, высока вероятность, что «доход» тоже будет потрачен.

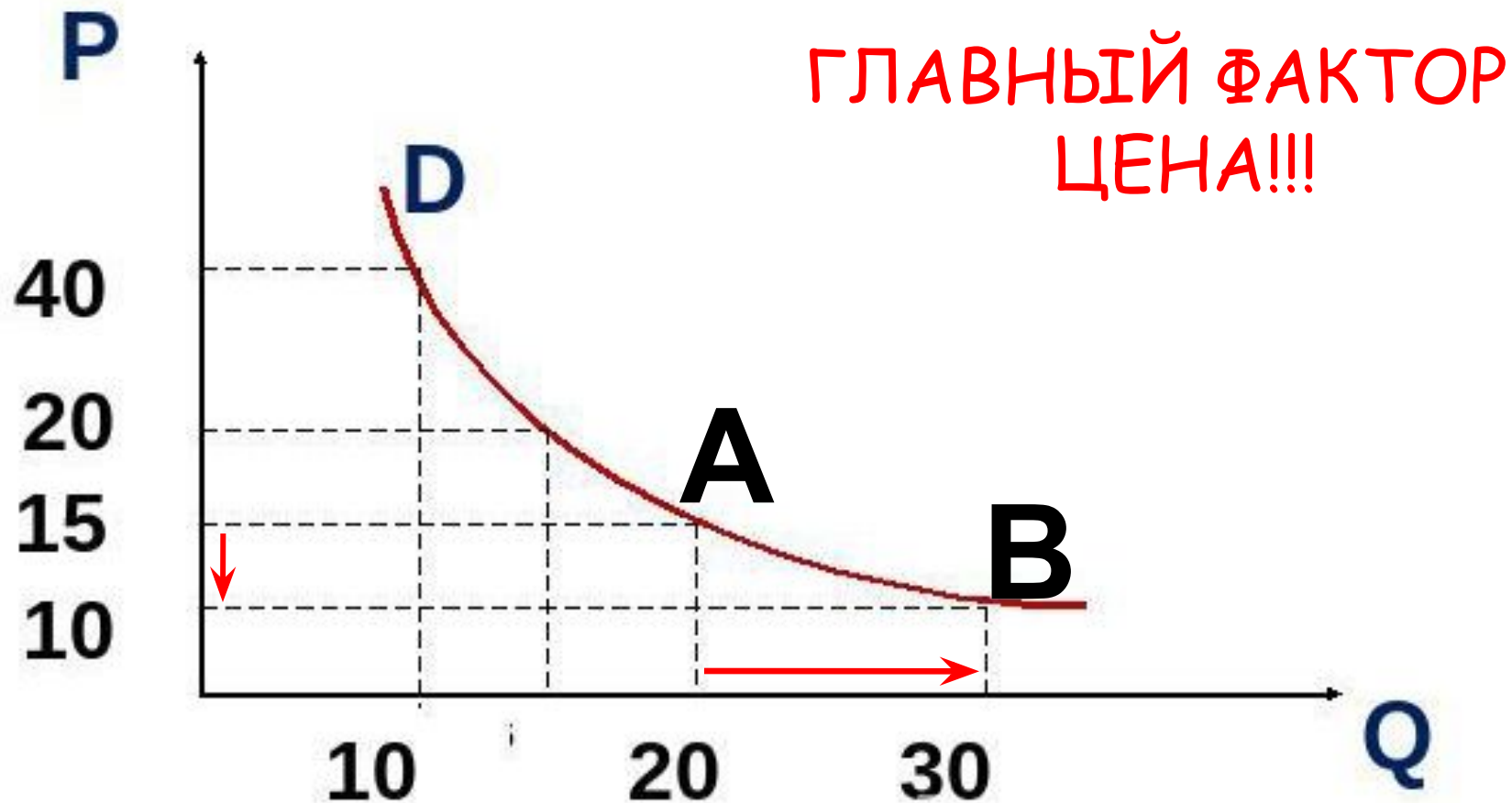


# ИСКЛЮЧЕНИЯ ИЗ ЗАКОНА СПРОСА

- СПРОС НА НИЗКОКАЧЕСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ (ПАРАДОКС ГИФФЕНА)
- ЭФФЕКТ ВЕБЛЕНА, ЭФФЕКТ СНОБА: при снижении цены объем спроса не растет, а снижается (демонстративное потребление)
- ЭФФЕКТ ПРИСОЕДИНЕНИЯ К БОЛЬШИНСТВУ (эффект вагона): цена на товар может не меняться, но если товар престижный спрос будет расти



# КРИВАЯ СПРОСА



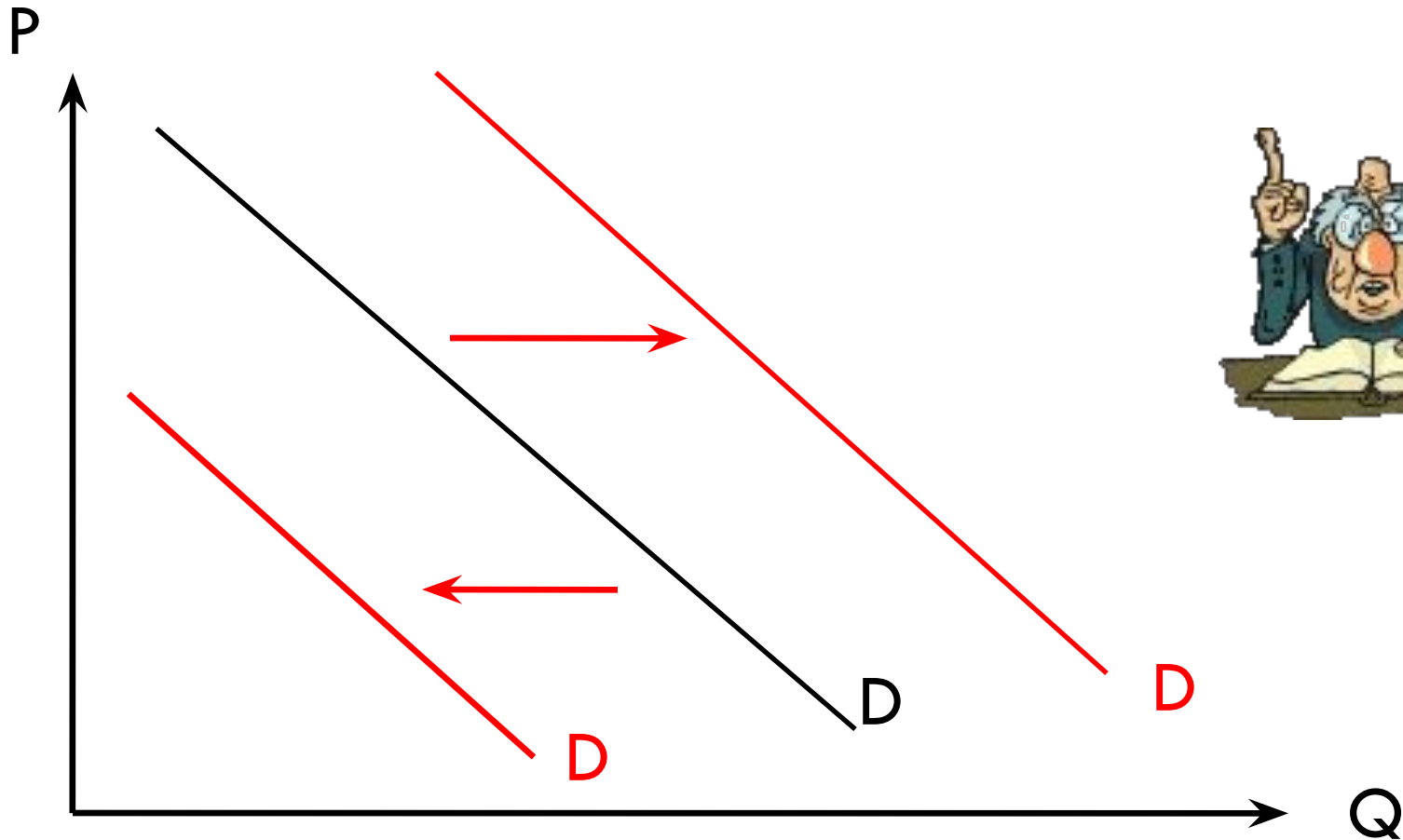
# КРИВАЯ СПРОСА



## НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

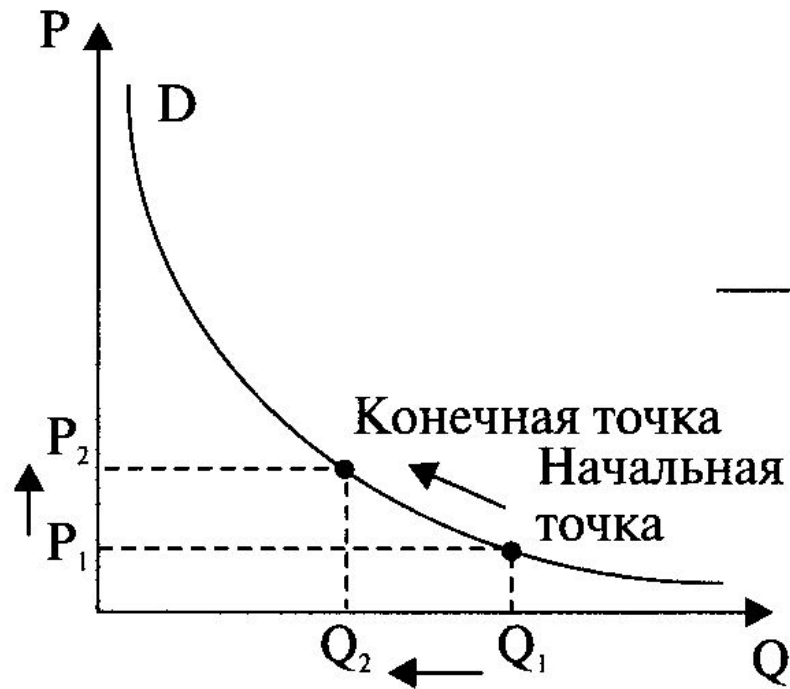
1. Доход потребителя
2. Ожидания потребителя (по поводу цен, дохода и т.д.)
3. Изменение цен на сопряженные товары
4. Количество потребителей

# НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

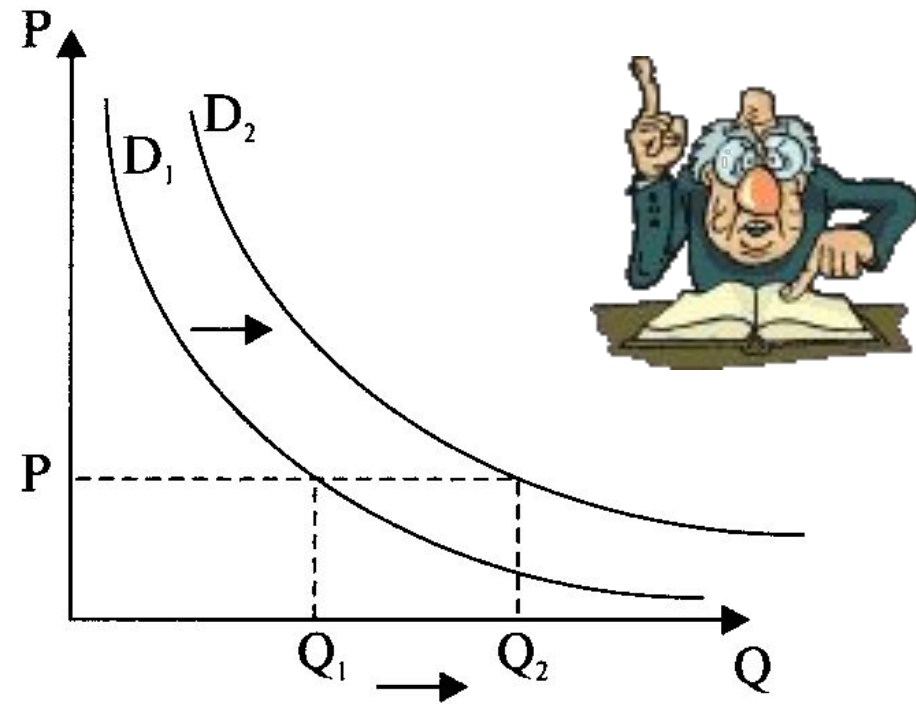


# ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ТОВАРЫ-СУБСТИТУТЫ

Кофе (заменяющий товар)



Чай (рассматриваемый товар)

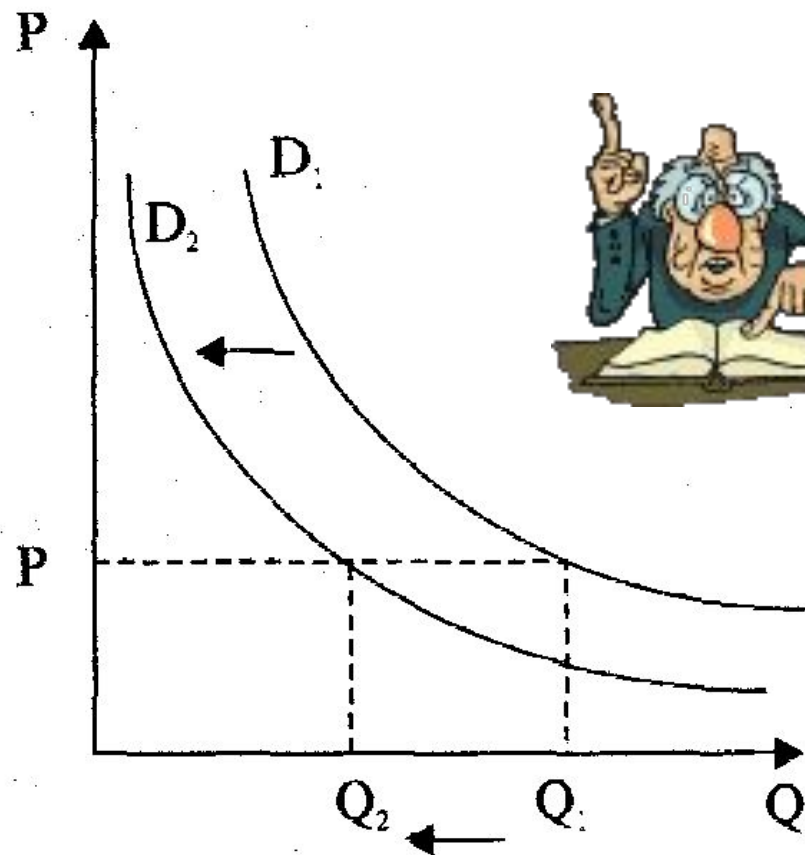
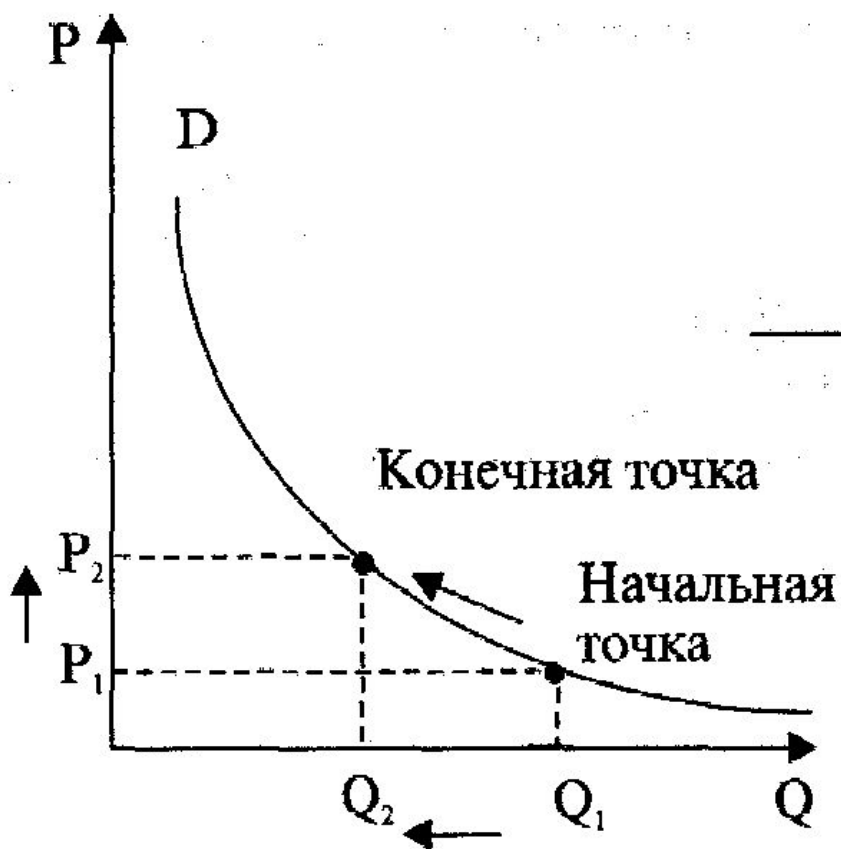




# ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ТОВАРЫ-КОМПЛИМЕНТЫ

Лыжи (основной товар)

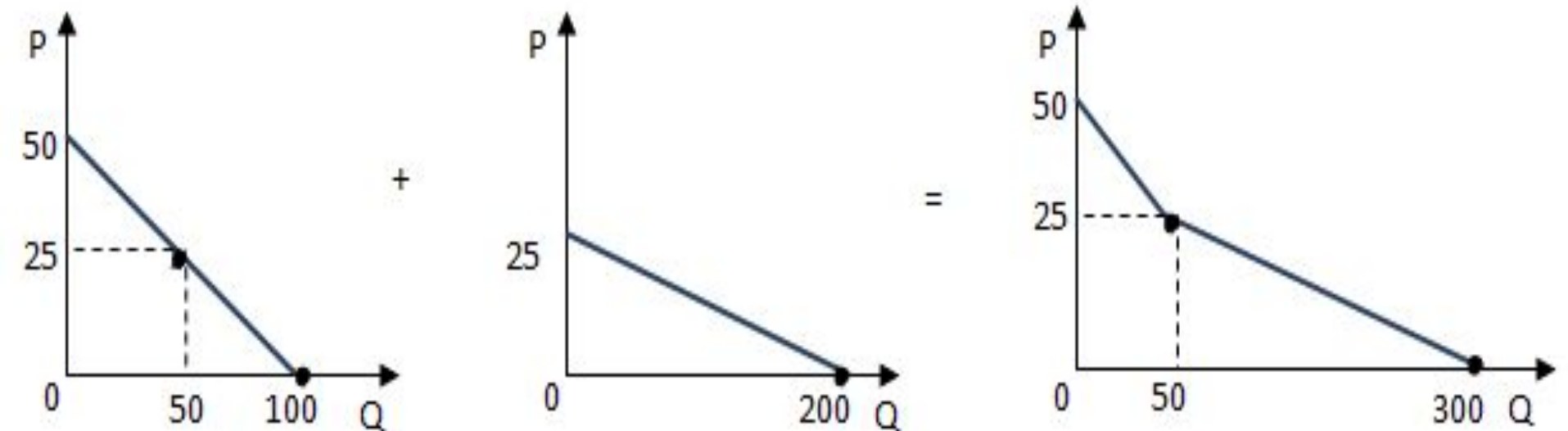
Лыжные ботинки



# КОЛИЧЕСТВО ПОКУПАТЕЛЕЙ



«Правило сложения по горизонтали»



# ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ



представляет собой такое экономическое явление, когда существует разница между ценой, которую готов платить покупатель за какой-либо товар, и фактической ценой этого товара на рынке.

# ПРЕДЛОЖЕНИЕ



Количество товаров и услуг, которое готовы предложить на рынок производители в данный момент времени по разным ценам



# ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ПРЯМАЯ ЗАВИСИМОСТЬ МЕЖДУ ЦЕНОЙ И  
ВЕЛИЧИНОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Величина предложения ( $Q_s$ ) - это количество товара, предлагаемого производителями по определенной цене ( $P$ )

$$Q_s(P) = c + dP$$

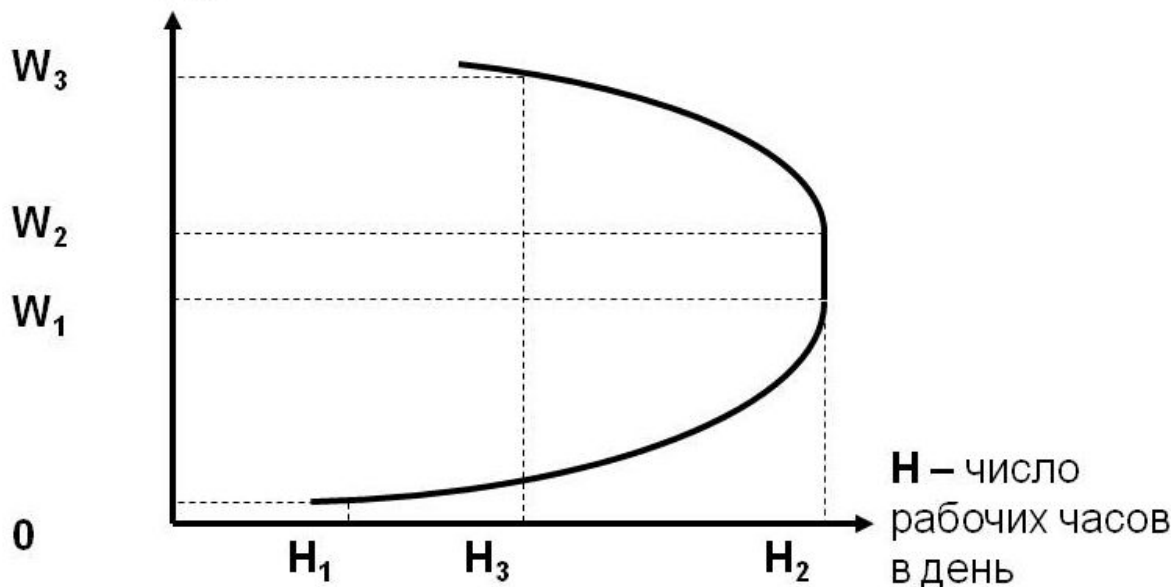
# ИСКЛЮЧЕНИЕ ИЗ ЗАКОНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ



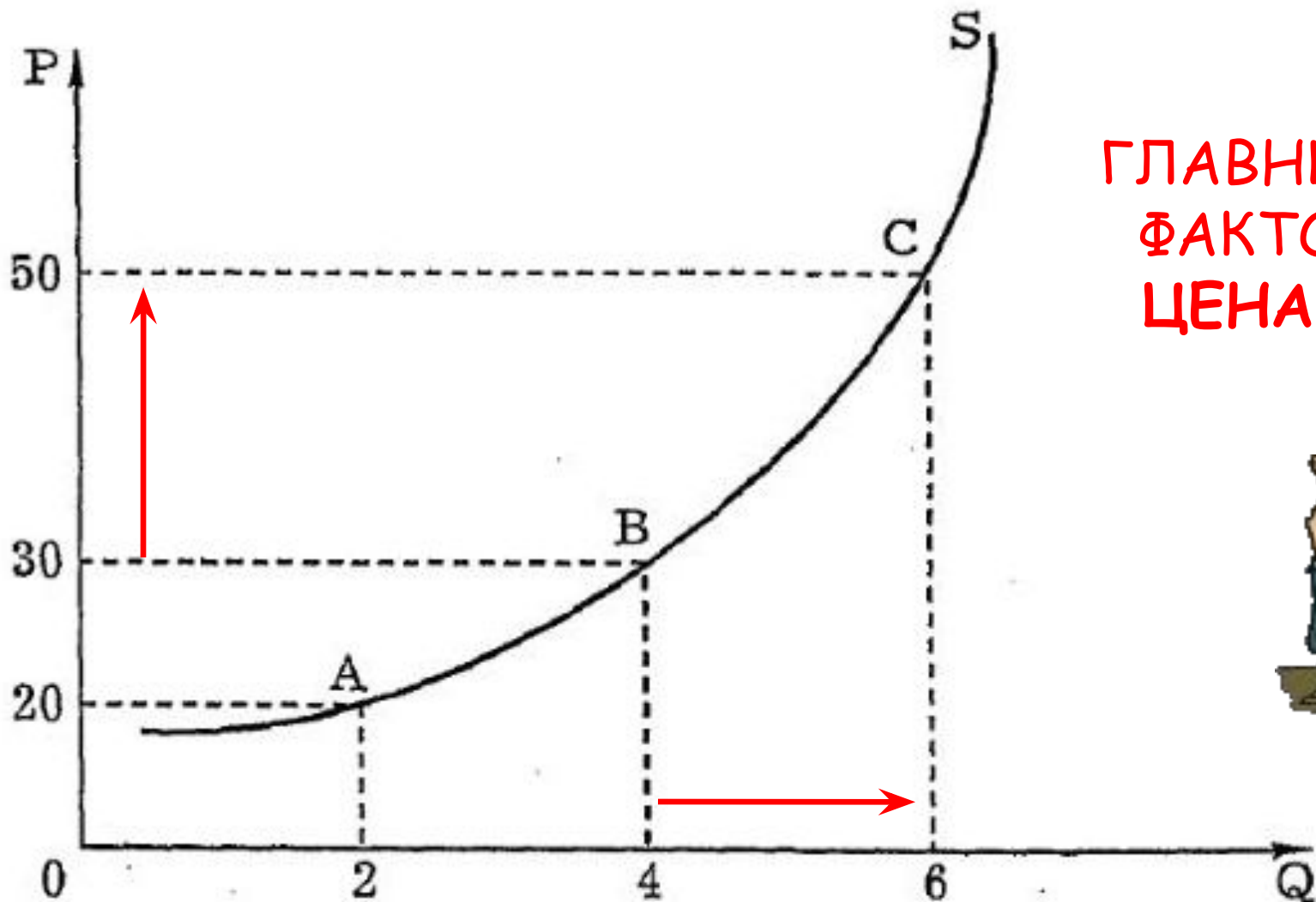
## Предложение на рынке труда

Кривая индивидуального предложения  
труда

$W$  – почасовая ставка  
оплаты труда



# КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ГЛАВНЫЙ  
ФАКТОР  
ЦЕНА!!!!



# КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

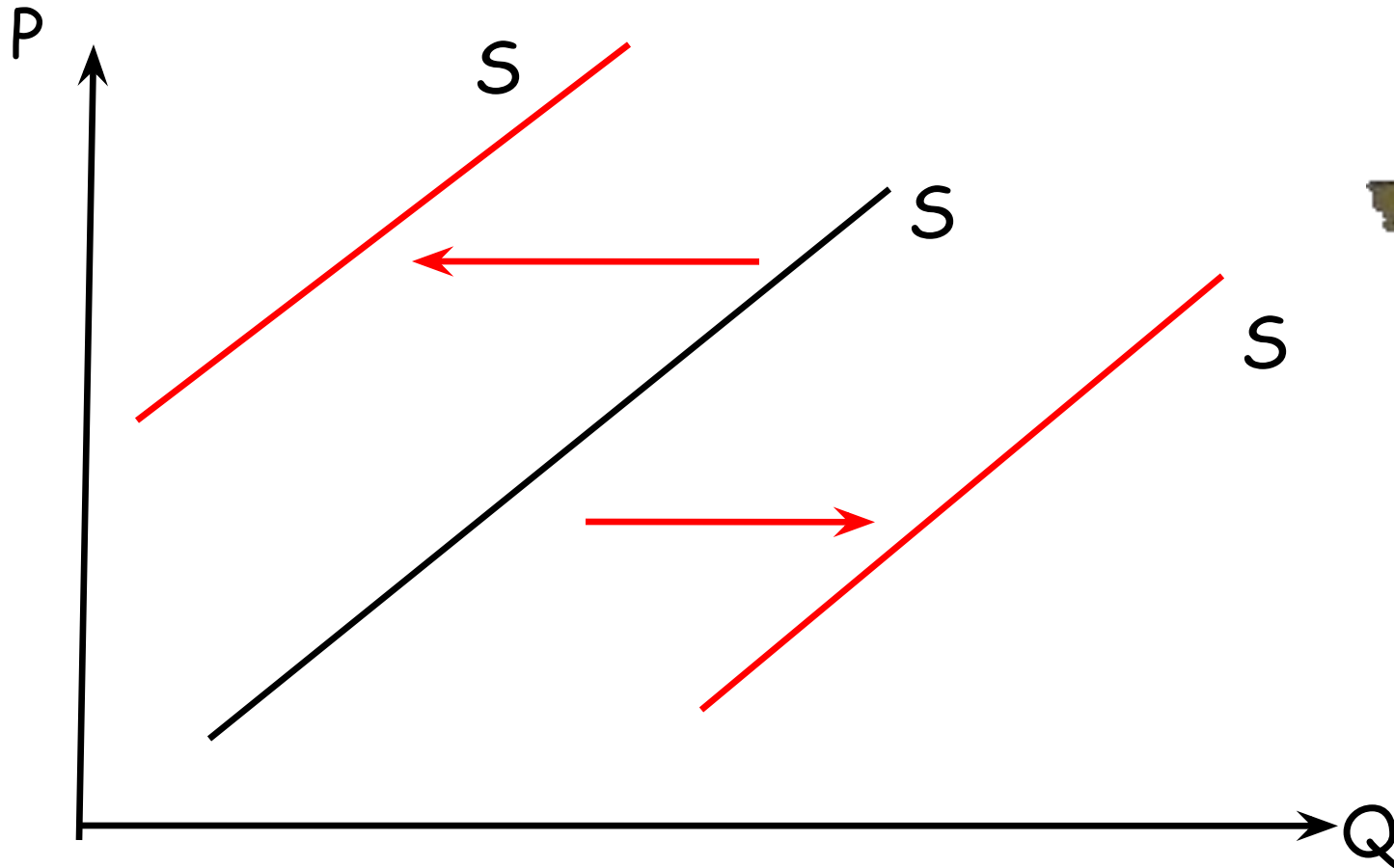
## НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ:

1. Издержки на ресурсы
2. Характер применяемой технологии
3. Налоги и субсидии
4. Количество производителей





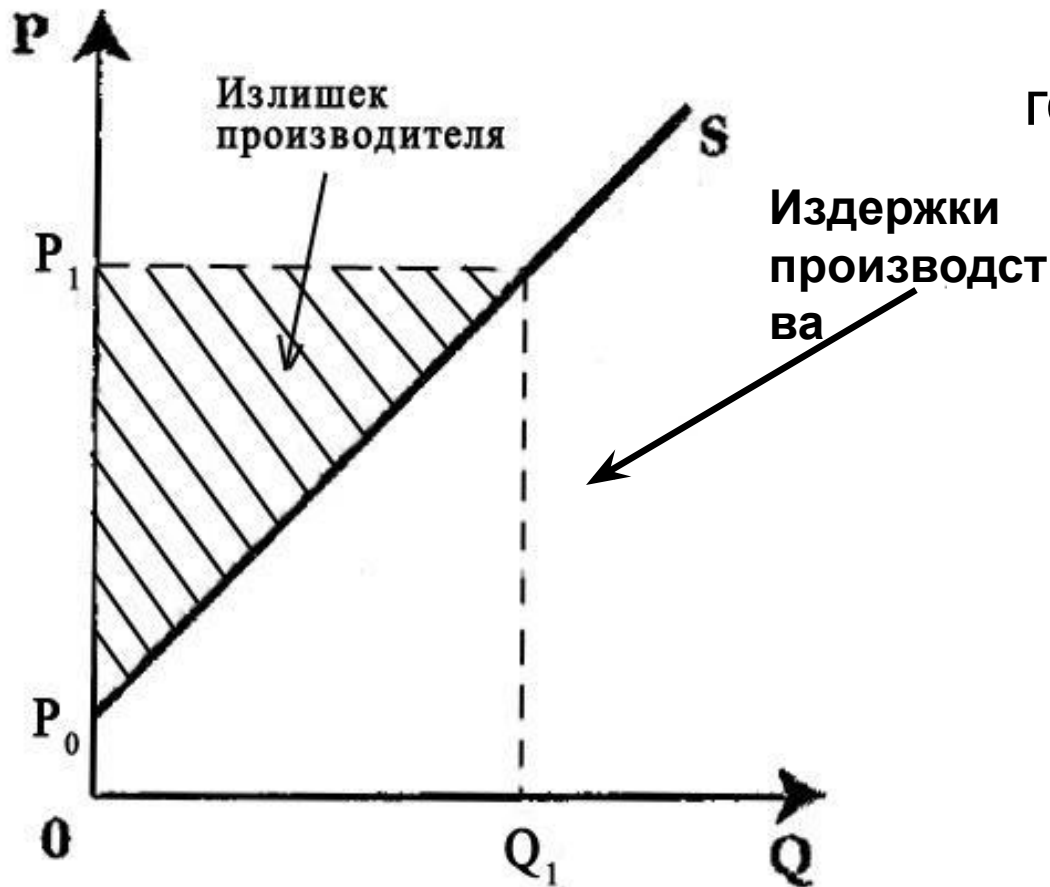
# НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ



# ИЗЛИШЕК ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



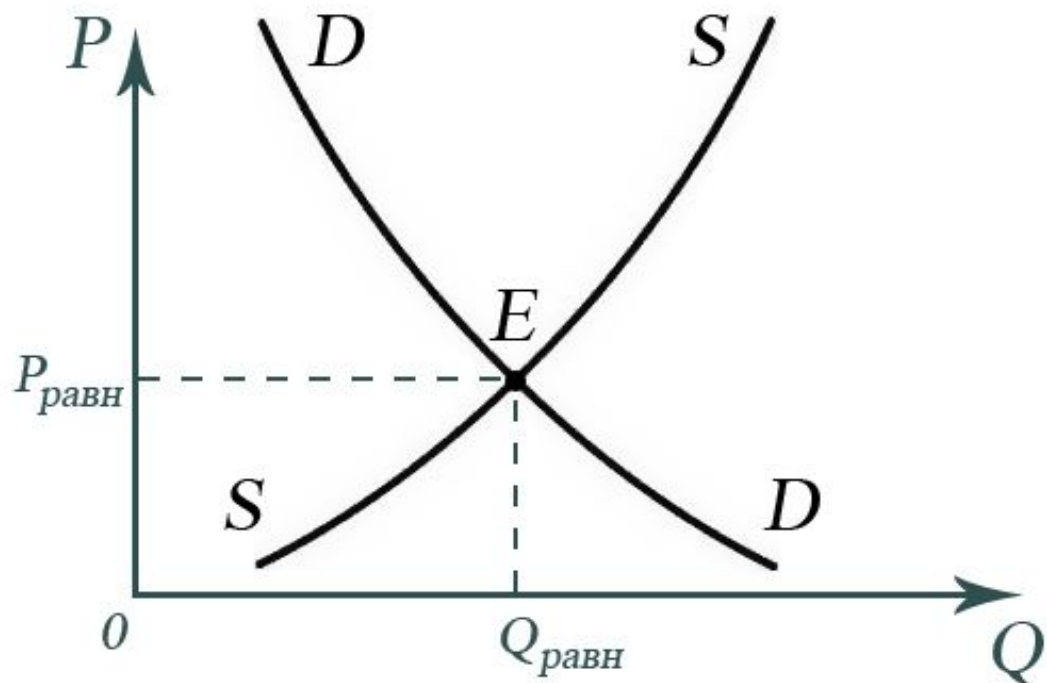
разница между реальной ценой рынка и той ценой, которую производитель готов принять за свой товар на рынке



**ВЫРУЧКА:**

$$TR=PQ$$

# РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

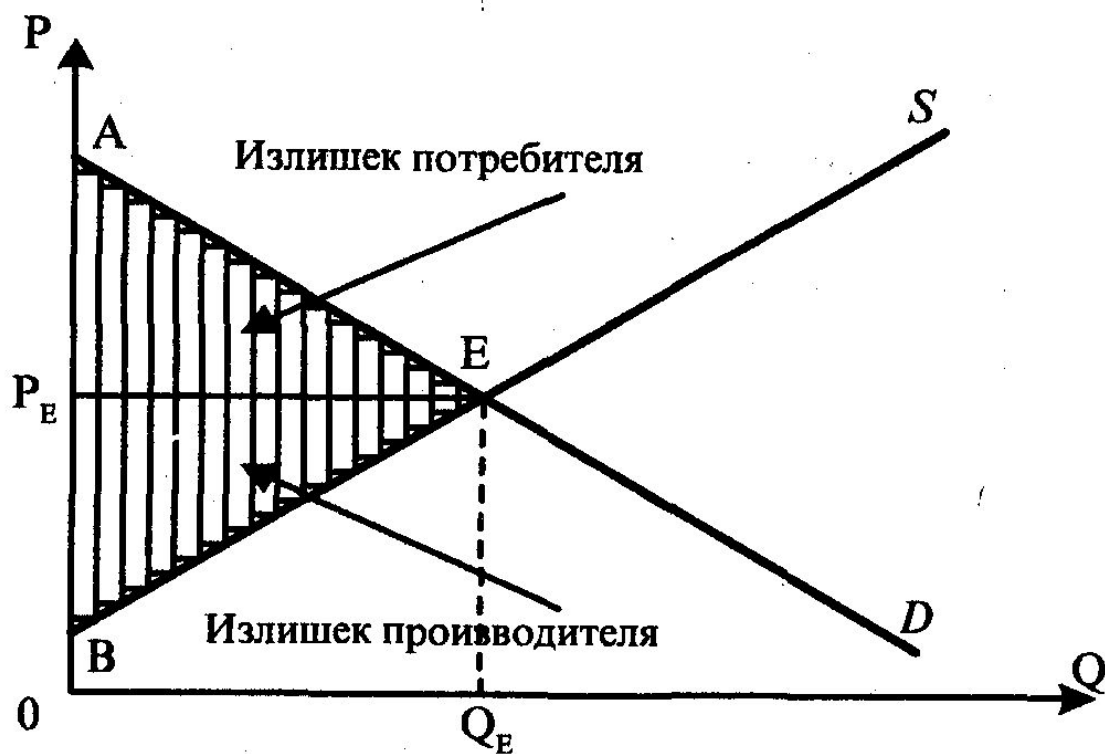


Покупатели



Продавцы

# Равновесная цена ( $P_e$ )



цена,  
уравновешивающая  
спрос и  
предложение в  
результате  
действия  
конкурентных сил.

$Q_e$  – равновесный  
объем

# ДЕФИЦИТ И ИЗБЫТОК

