

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



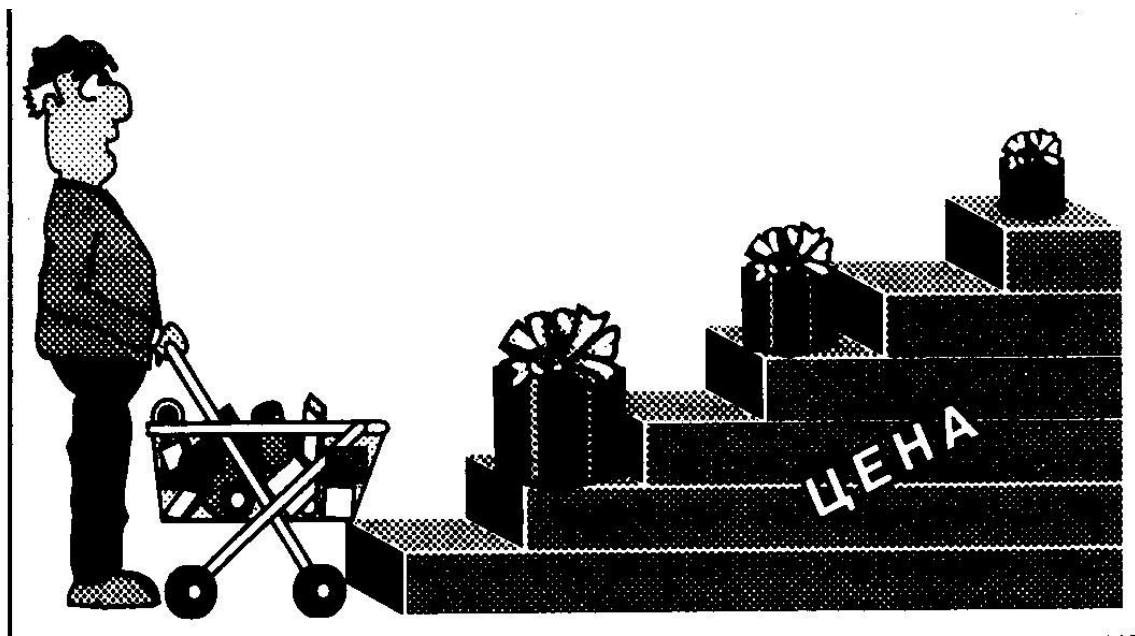
Экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения, такой тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию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

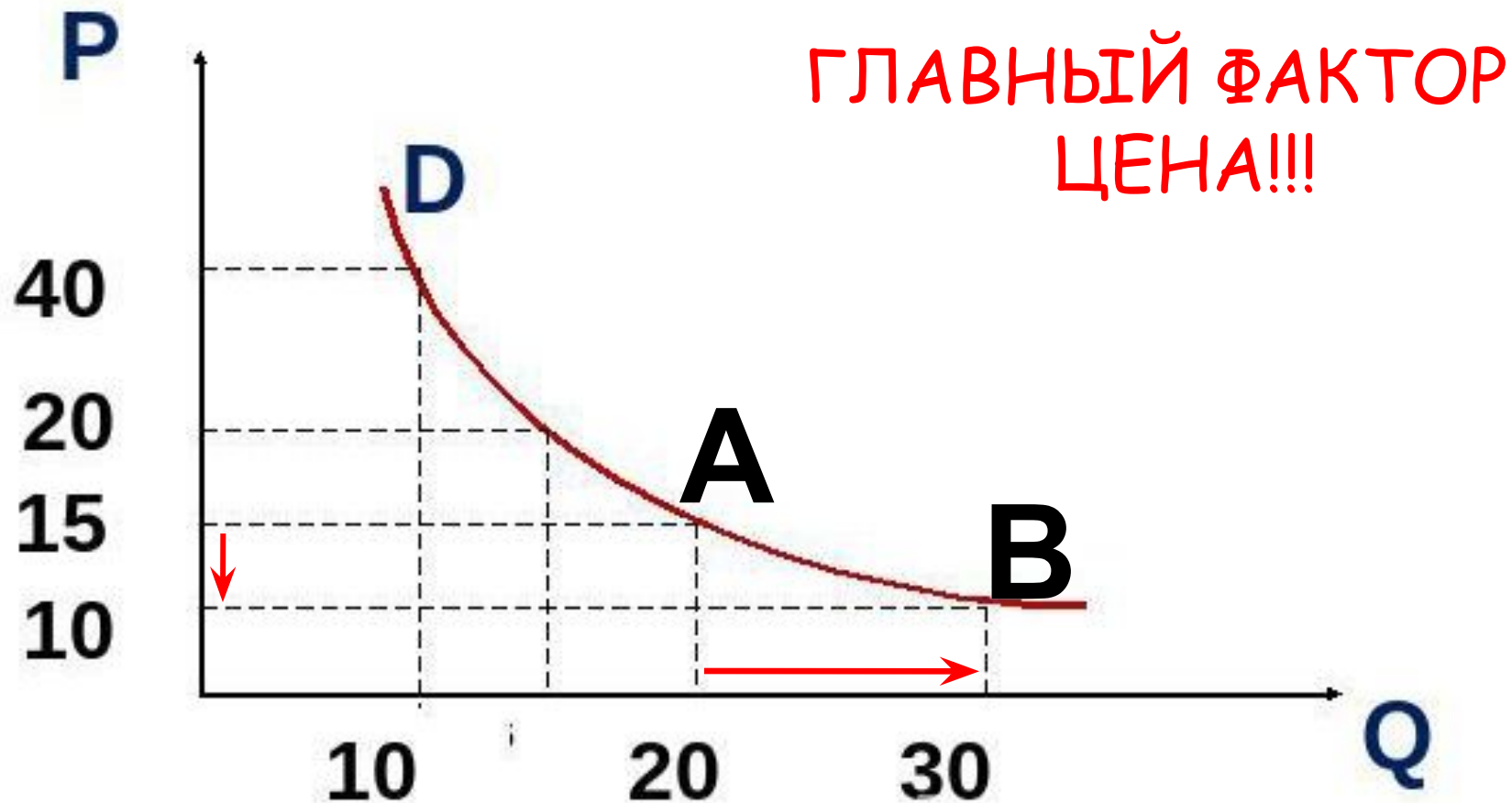


ИСКЛЮЧЕНИЯ ИЗ ЗАКОНА СПРОСА

- 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



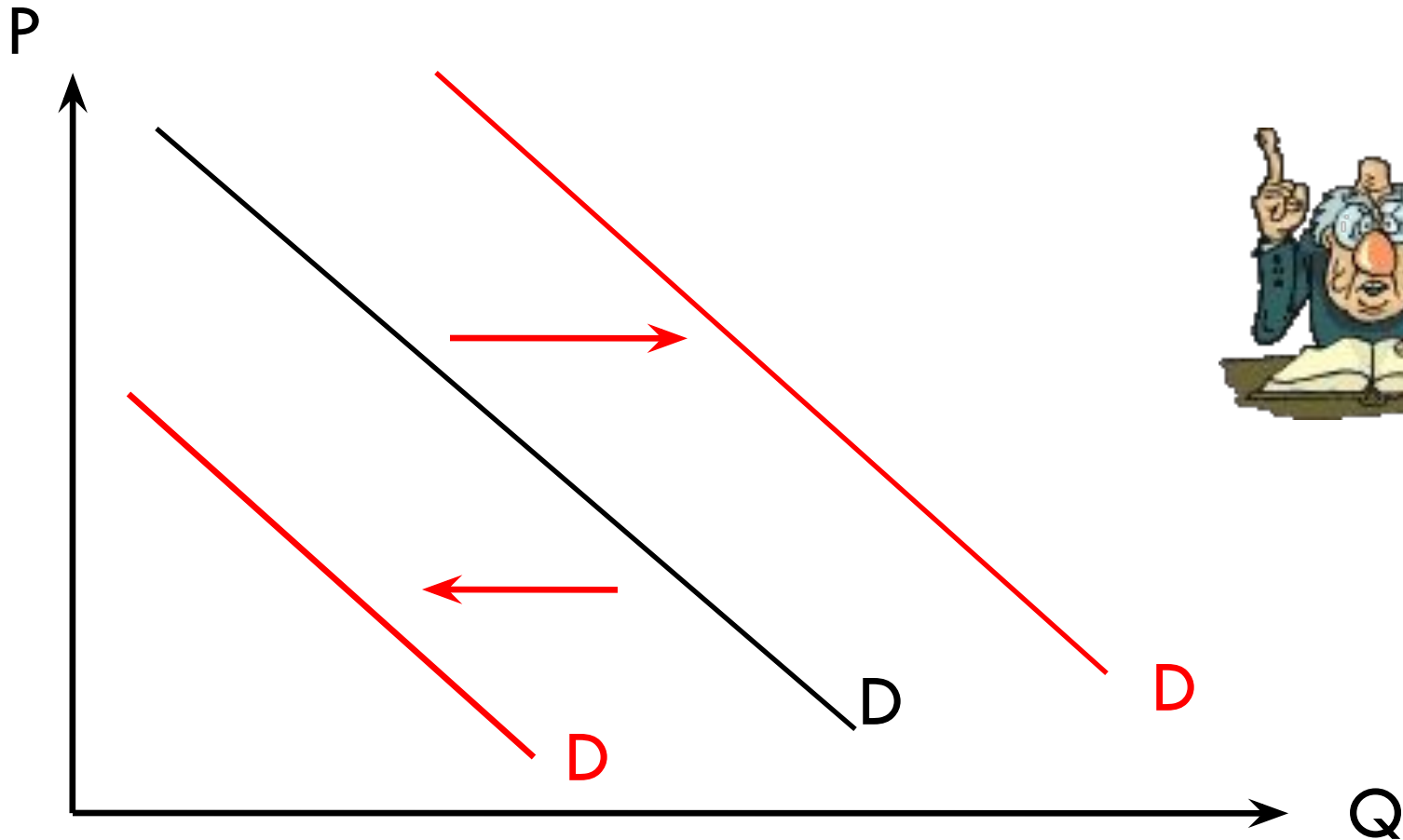
КРИВАЯ СПРОСА



НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

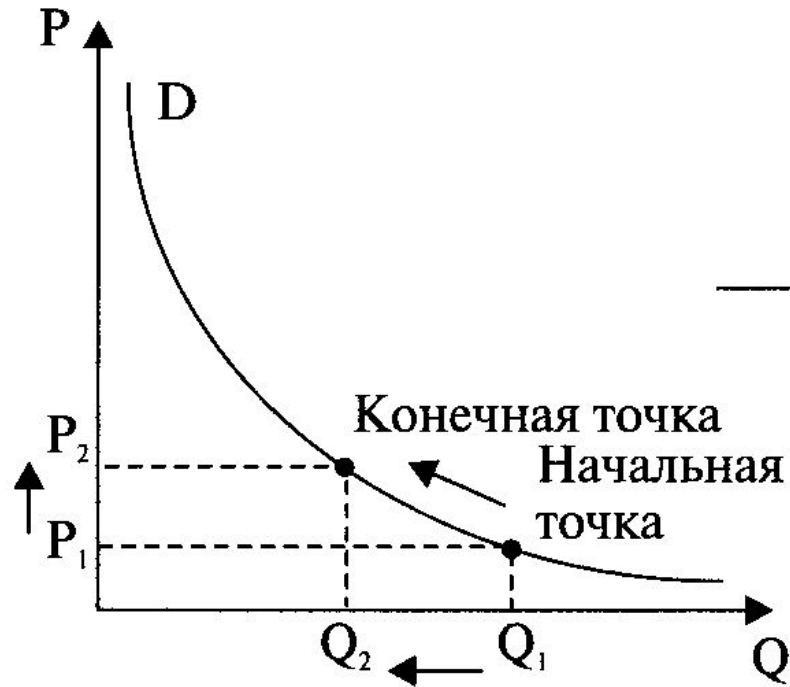
1. Доход потребителя
2. Ожидания потребителя (по поводу цен, дохода и т.д.)
3. Изменение цен на сопряженные товары
4. Количество потребителей

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

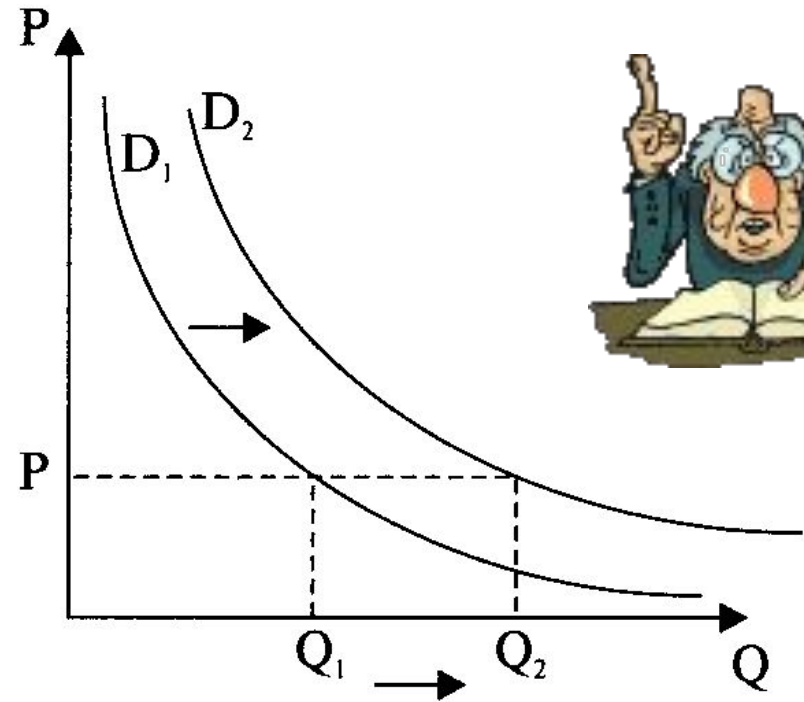


ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ТОВАРЫ-СУБСТИТУТЫ

Кофе (заменяющий товар)



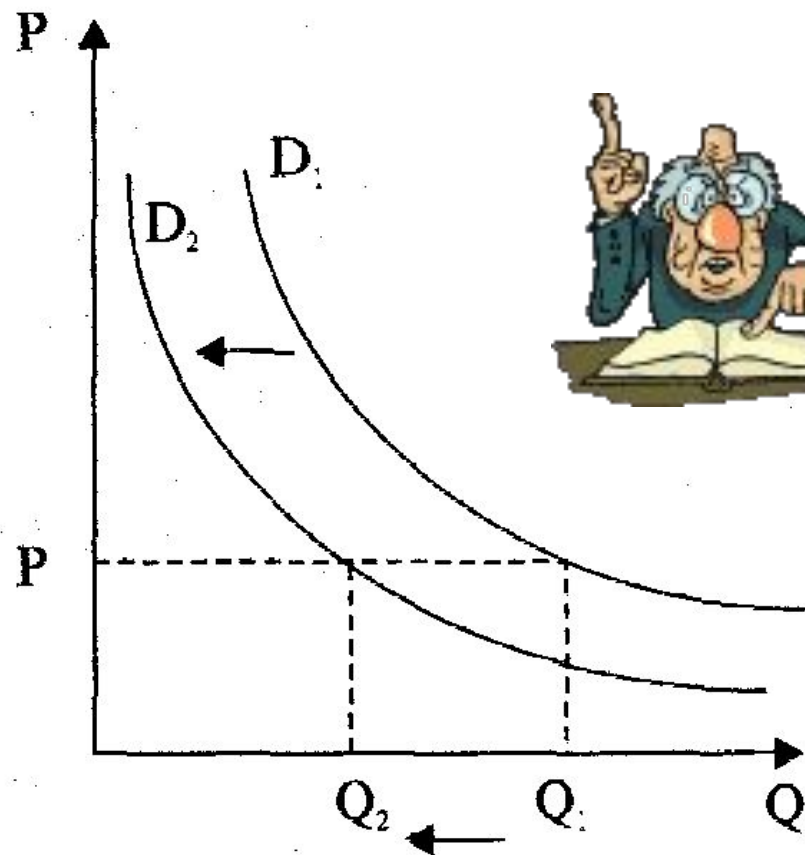
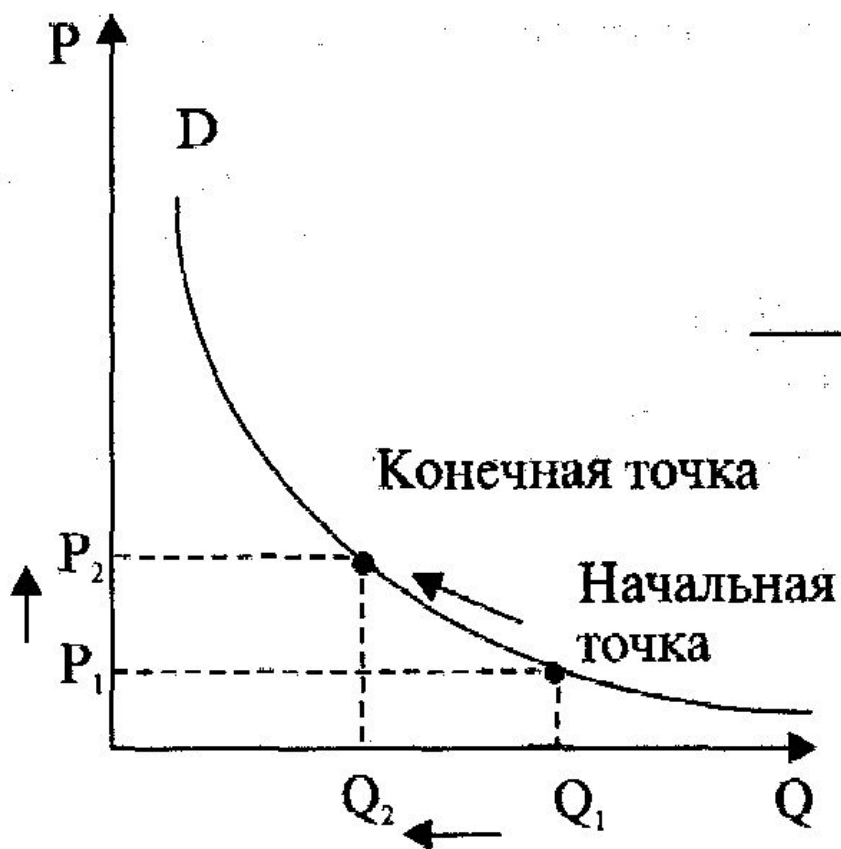
Чай (рассматриваемый товар)



ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ТОВАРЫ-КОМПЛИМЕНТЫ

Лыжи (основной товар)

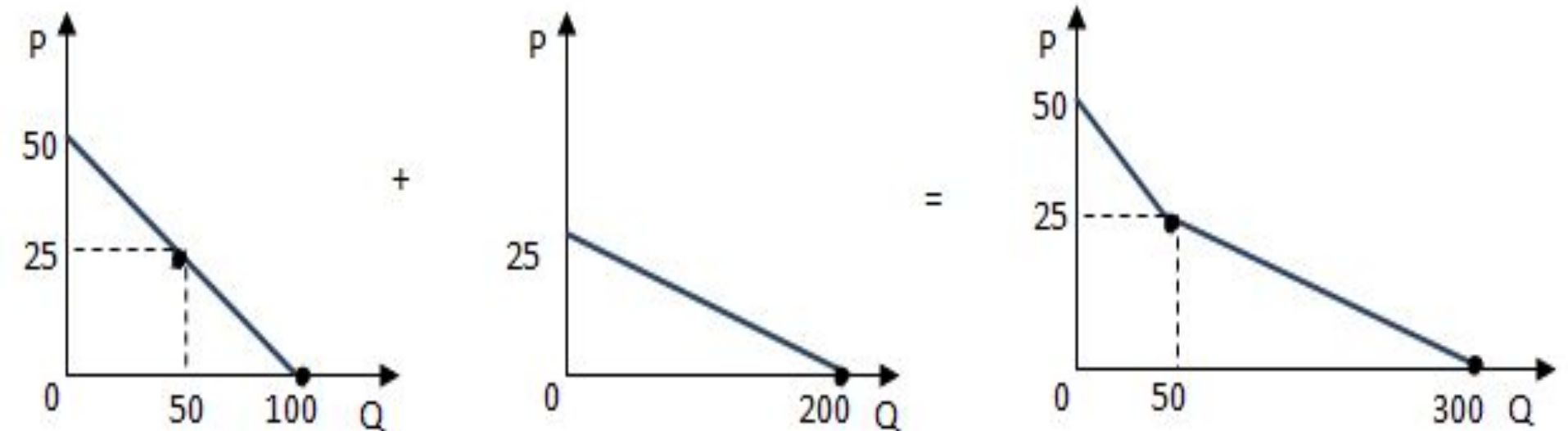
Лыжные ботинки



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)

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

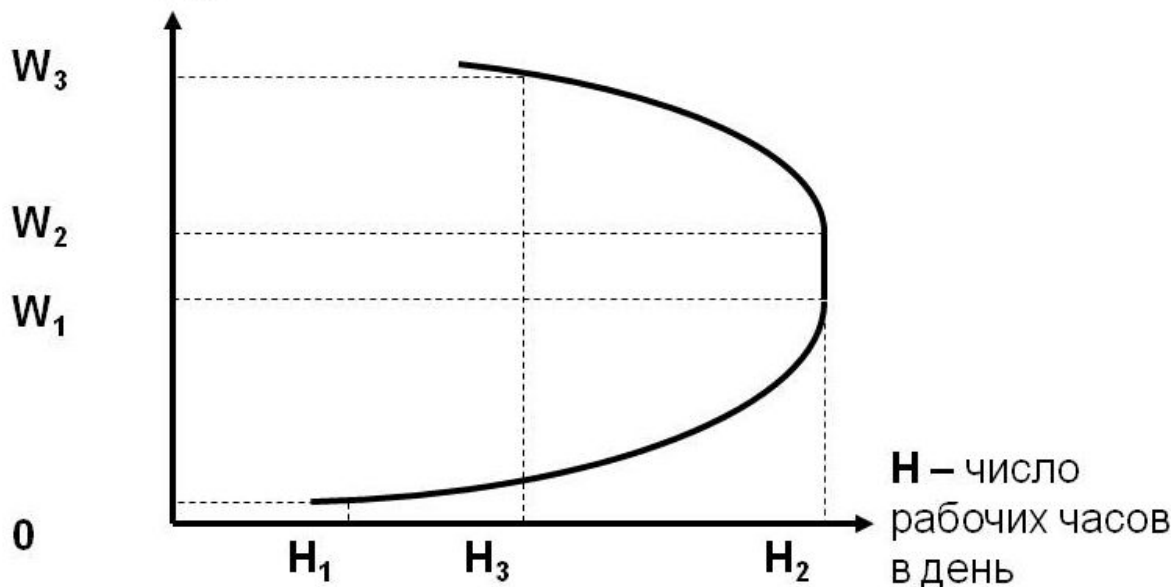
ИСКЛЮЧЕНИЕ ИЗ ЗАКОНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ



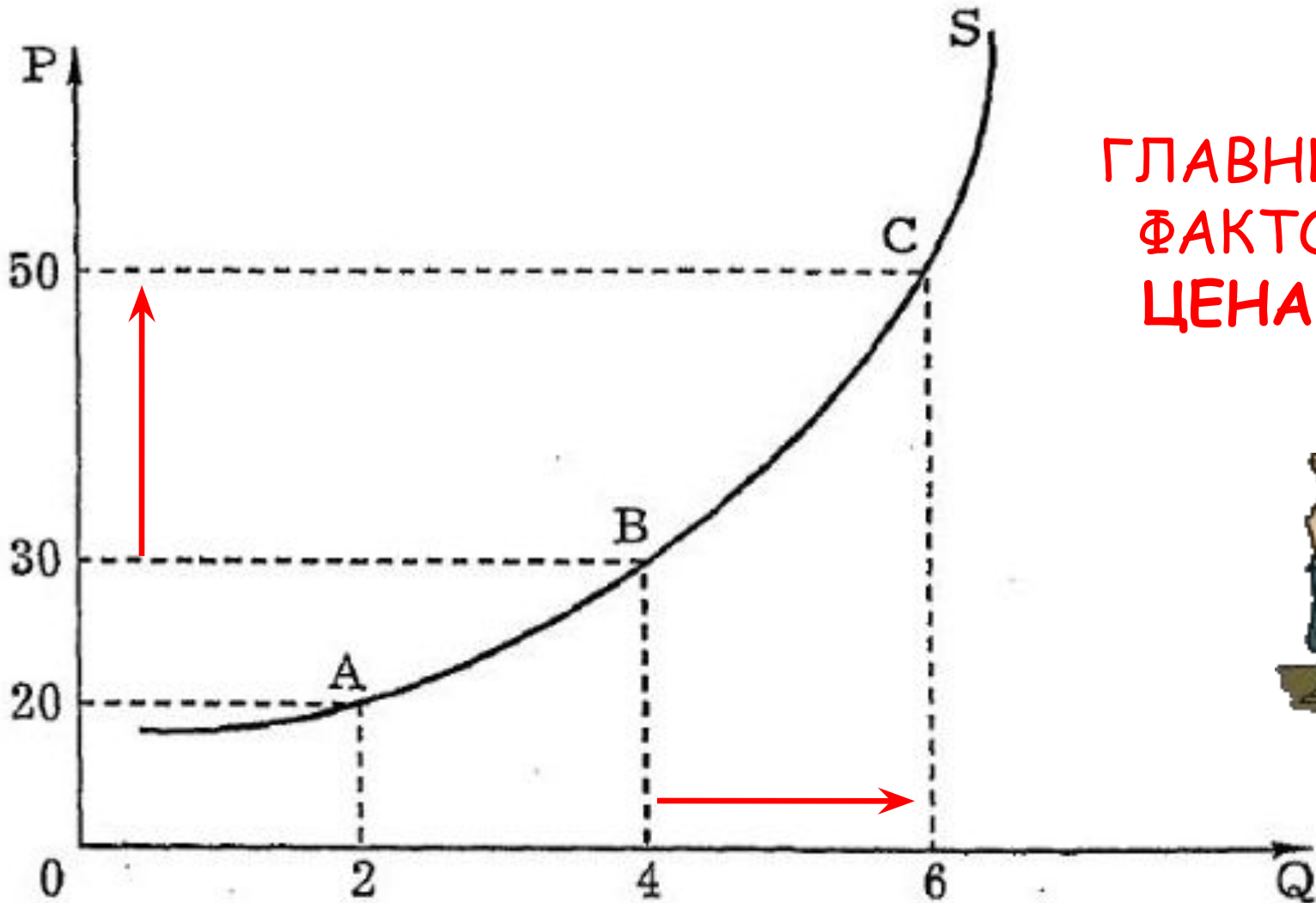
Предложение на рынке труда

Кривая индивидуального предложения труда

W – почасовая ставка
оплаты труда



КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ГЛАВНЫЙ
ФАКТОР
ЦЕНА!!!!



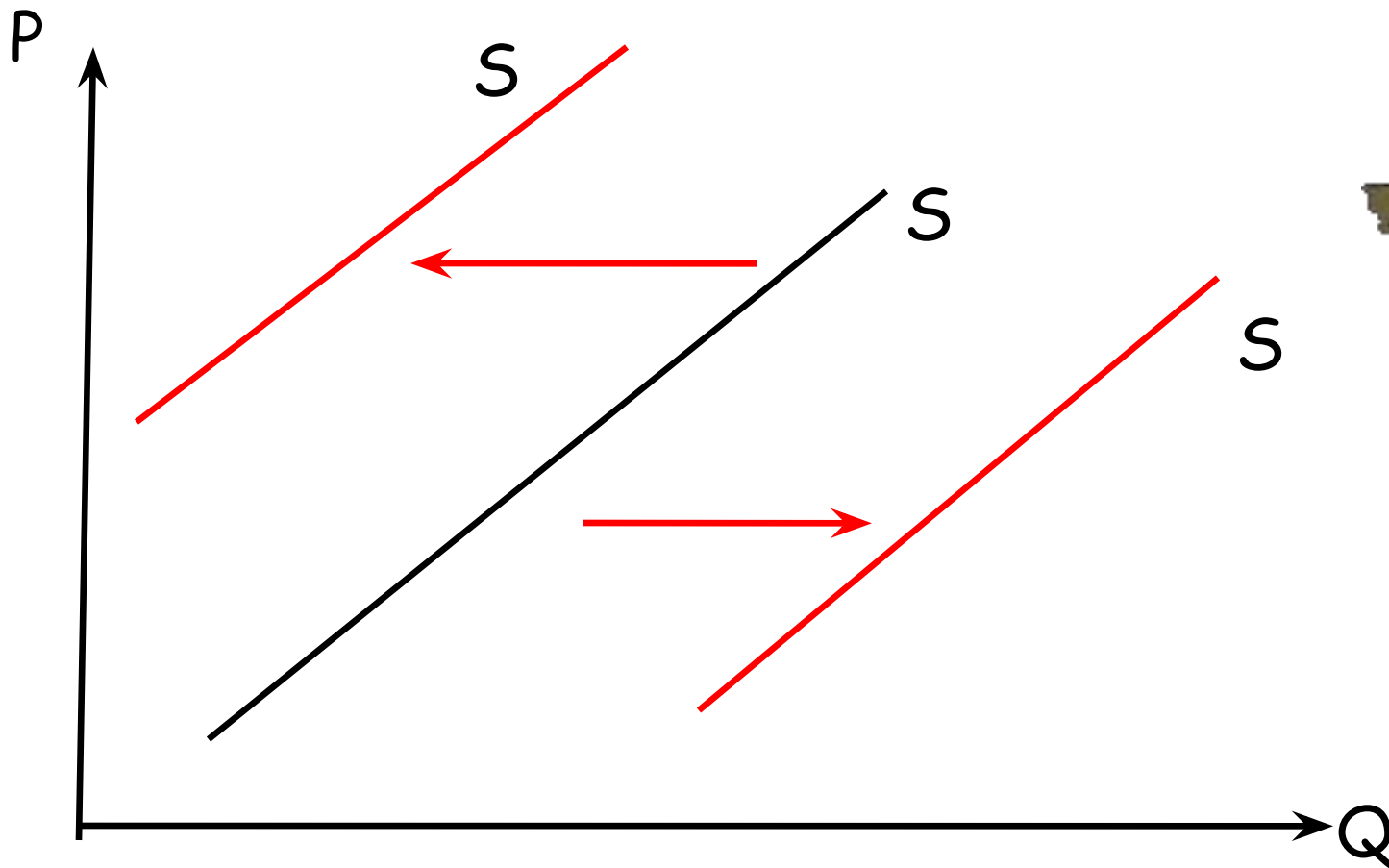
КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ:

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



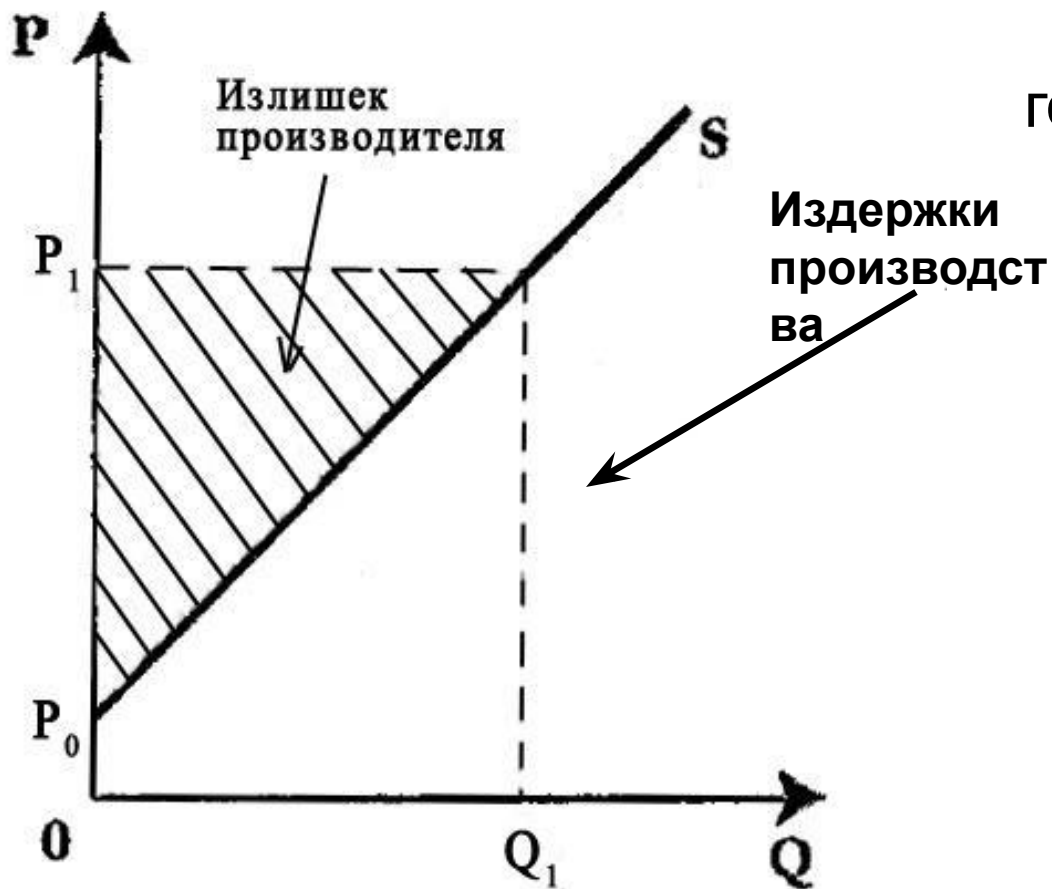
НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ



ИЗЛИШЕК ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



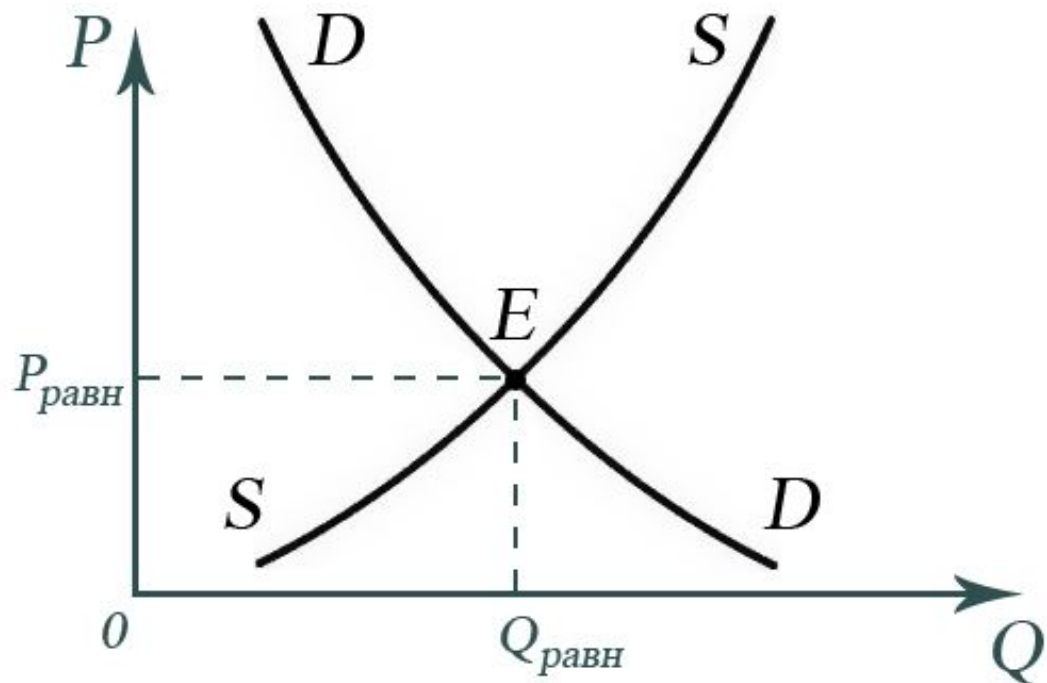
разница между реальной ценой рынка и той ценой, которую производитель готов принять за свой товар на рынке



ВЫРУЧКА:

$$TR=PQ$$

РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

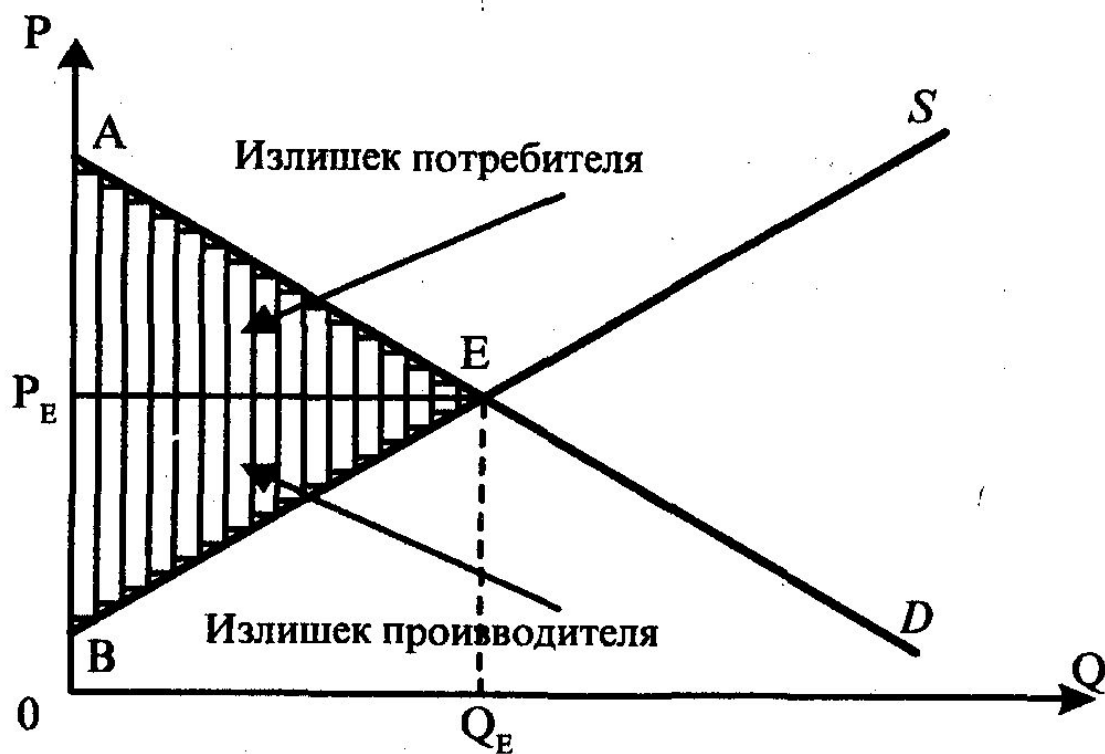


Покупатели



Продавцы

Равновесная цена (P_e)



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

Q_e – равновесный
объем

ДЕФИЦИТ И ИЗБЫТОК

