

# Экономика как наука

**Экономика** – это наука, которая изучает, каким образом в обществе, располагающим ограниченными ресурсами, решаются проблемы что, как и для кого надо производить, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности людей



# Ресурсы

Ресурсы (факторы производства)	Доходы от ресурсов (факторные доходы)
Труд	Заработная плата
Земля	Рента
Капитал	Процент
Предпринимательство	Прибыль
Информация	Роялти

# Потребности



psyup.ru

**ПОТРЕБНОСТИ БЕЗГРАНИЧНЫ**

# Рациональное поведение экономических агентов - это

- максимизация результата при заданных затратах

или

- минимизация затрат для достижения заданного результата



# Рыночное равновесие

# Спрос. Закон спроса

**Рыночный спрос** – сложившаяся в определенный период времени зависимость величин спроса на данном товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже

**Величина спроса** – количество товара, которое покупатели готовы купить по данной цене в определённое время и в определённом месте





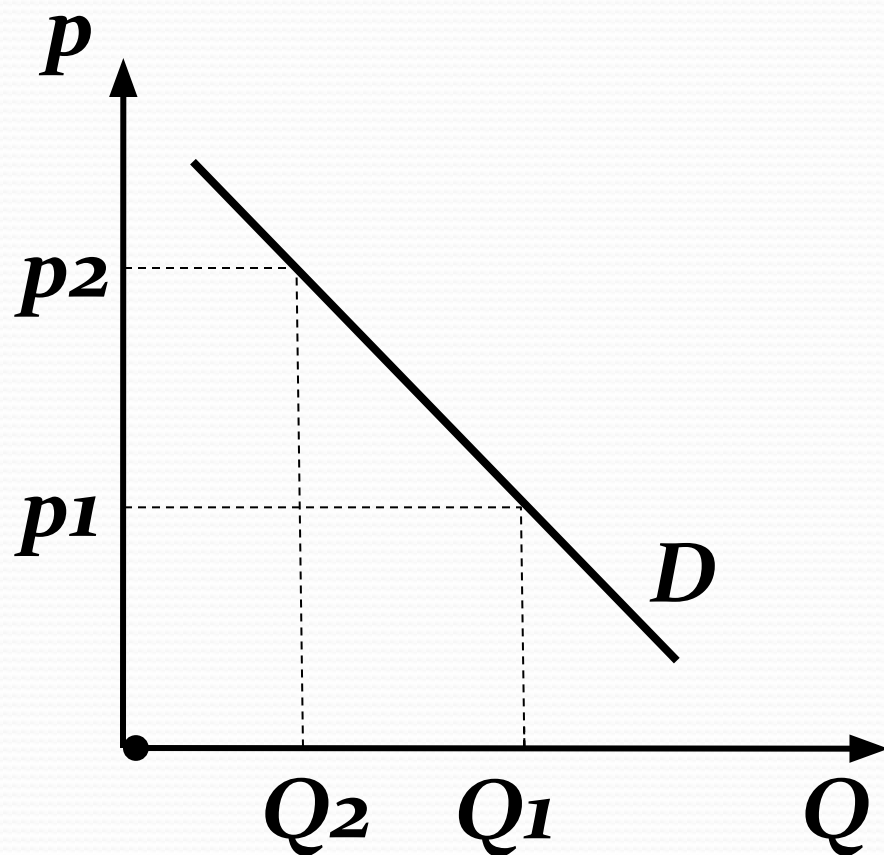
**Закон спроса** гласит: при прочих равных условиях величина спроса на товар находится в обратной зависимости от цены этого товара

Объяснение закона спроса:

- ✓ ценовой барьер для какой-то части людей;
- ✓ эффект дохода, когда снижение цены на товар экономит часть бюджета покупателя;
- ✓ эффект замещения взаимозаменяемых товаров



# Кривая спроса

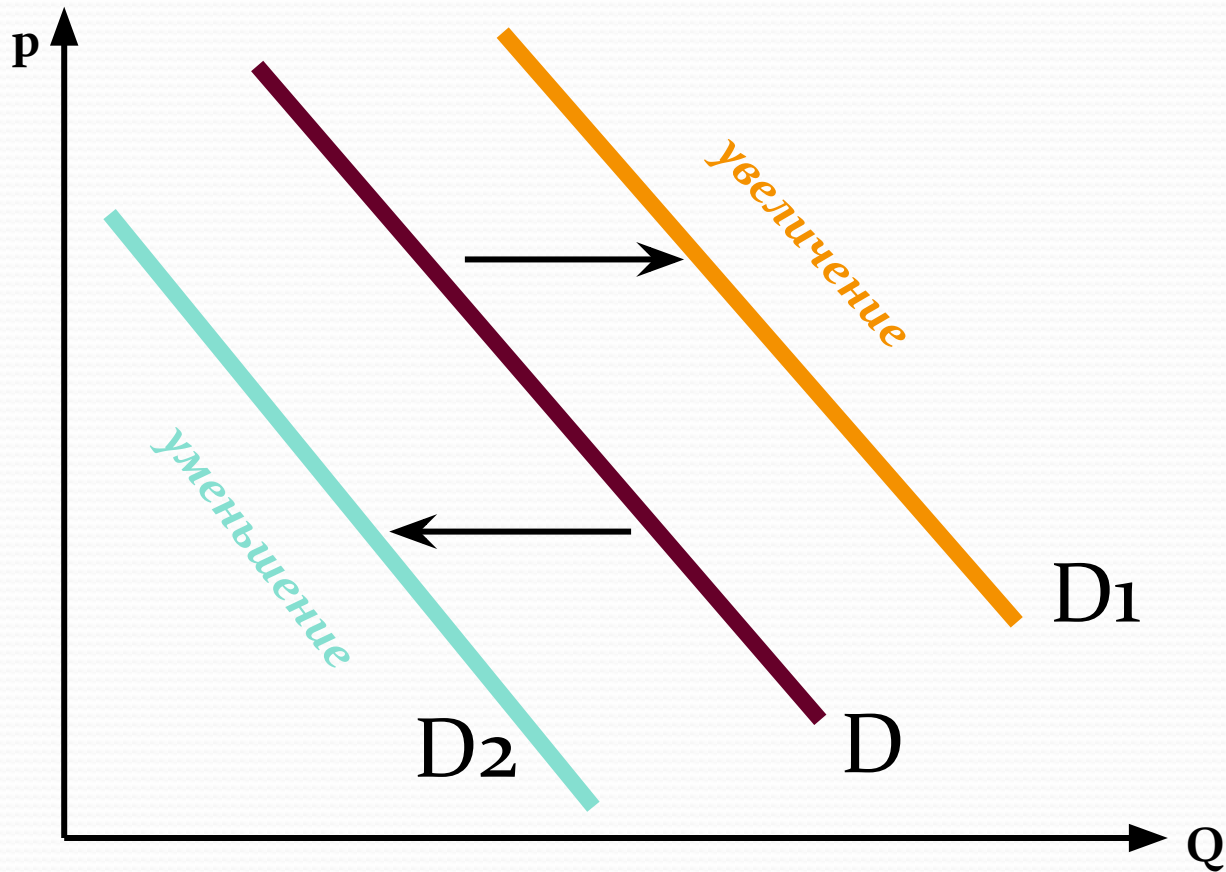


Кривая спроса показывает, что повышение цены понижает величину спроса. Например, если цена повысится с 15р. за штуку до 30р., то величина спроса уменьшится с 42 до 20 штук.

# Нарушение закона спроса

- эффект Гиффена  
(низкокачественные товары)
- Эффект Веблена  
(дорогостоящие престижные товары)
- эффект «присоединения к большинству»
- эффект сноба

# Влияние неценовых детерминант



# Неценовые детерминанты спроса

- Уровень дохода покупателей

Следует выделять низшие и нормальные товары. С ростом доходов спрос на низшие товары сокращается, а на нормальные увеличивается

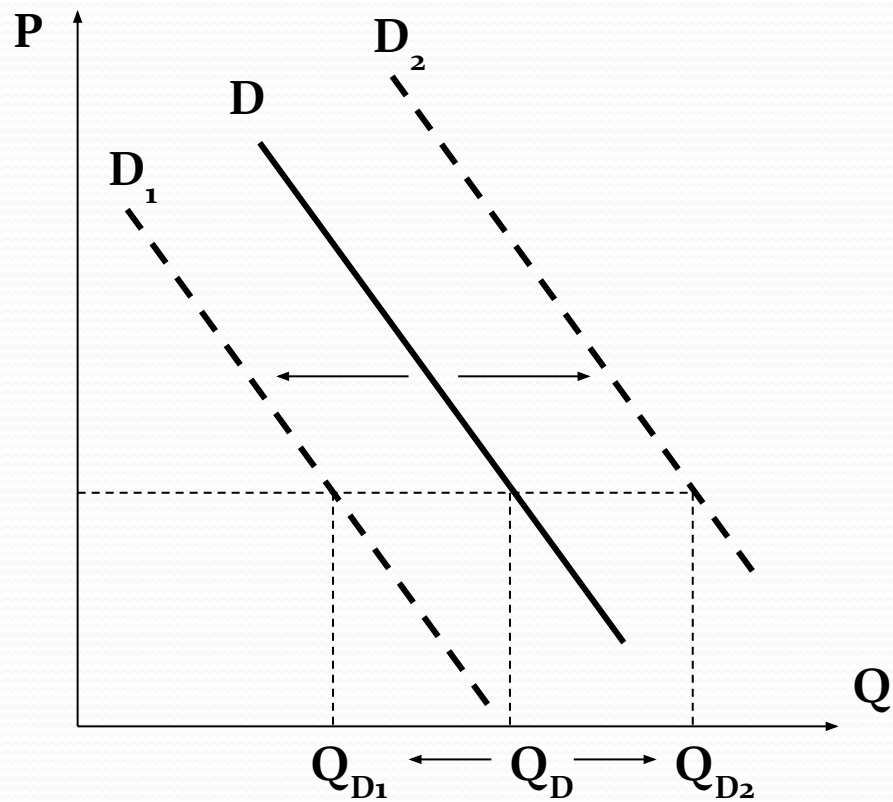
- Вкусы и предпочтения потребителя

- Изменение цен на дополняющие (complements) или взаимозаменяемые (substitute) товары

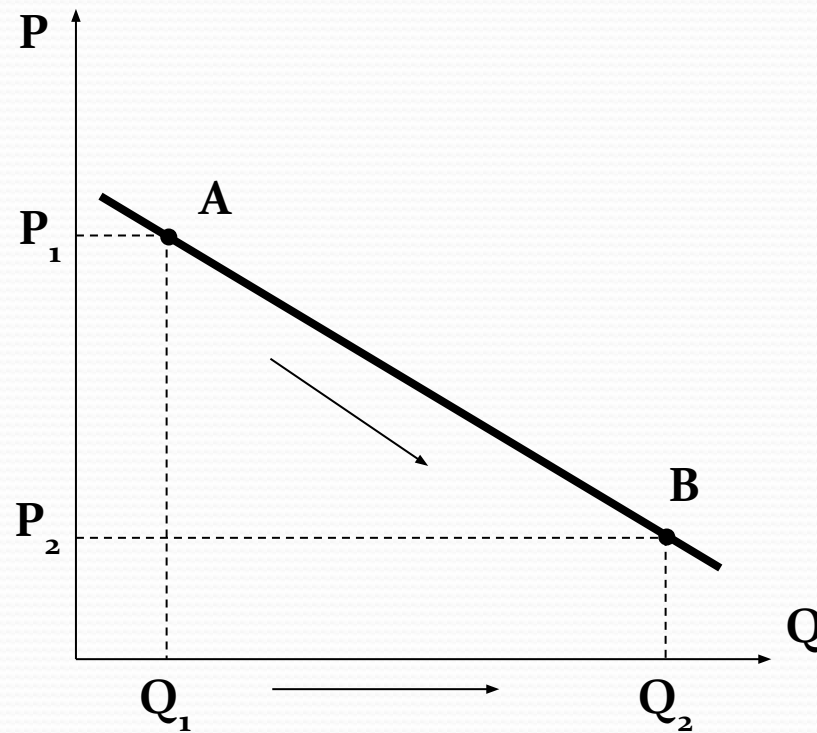
- Ожидание изменения доходов и цен

- Изменение числа покупателей

# Изменение спроса и величины спроса



Изменение спроса (при прочих равных условиях)



Изменение величины спроса

# Предложение, закон предложения

**Рыночное предложение** – сложившаяся в определенный период времени зависимость величины предложения на рынке определенного товара в течение определенного периода времени от уровней цен, по которым этот товар может быть продан

**Величина предложения** – количество товаров, которое продавцы способны и готовы продать по определённой цене в заданном месте и в заданное время



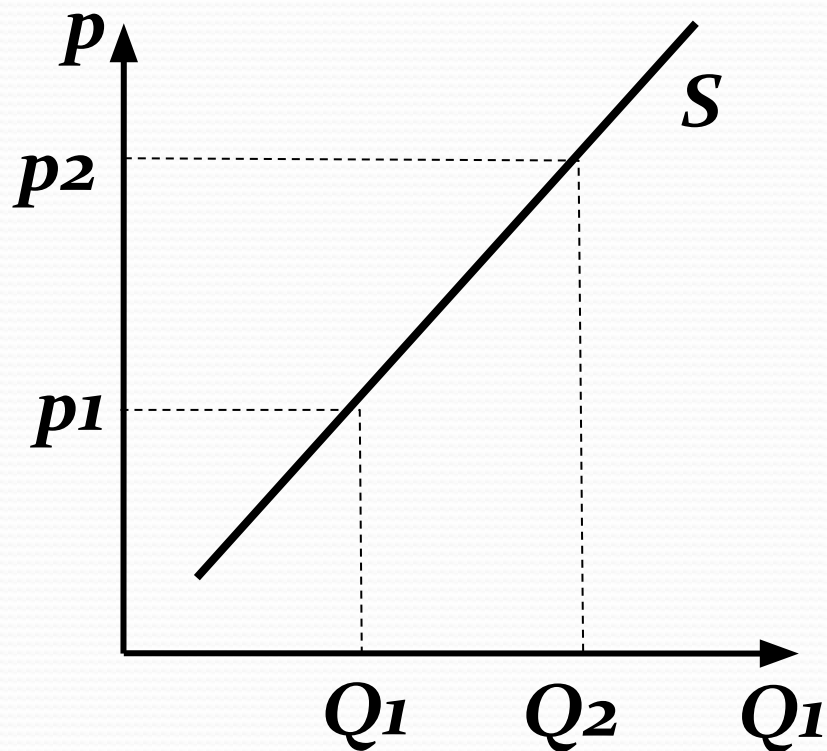
**Закон предложения** гласит чем выше цена, тем выше величина предложения и наоборот

Объяснение закона предложения:

- ✓ рост цены является индикатором роста выручки и прибыли, следовательно производители увеличивают производство;
- ✓ рост цены привлекает новых производителей

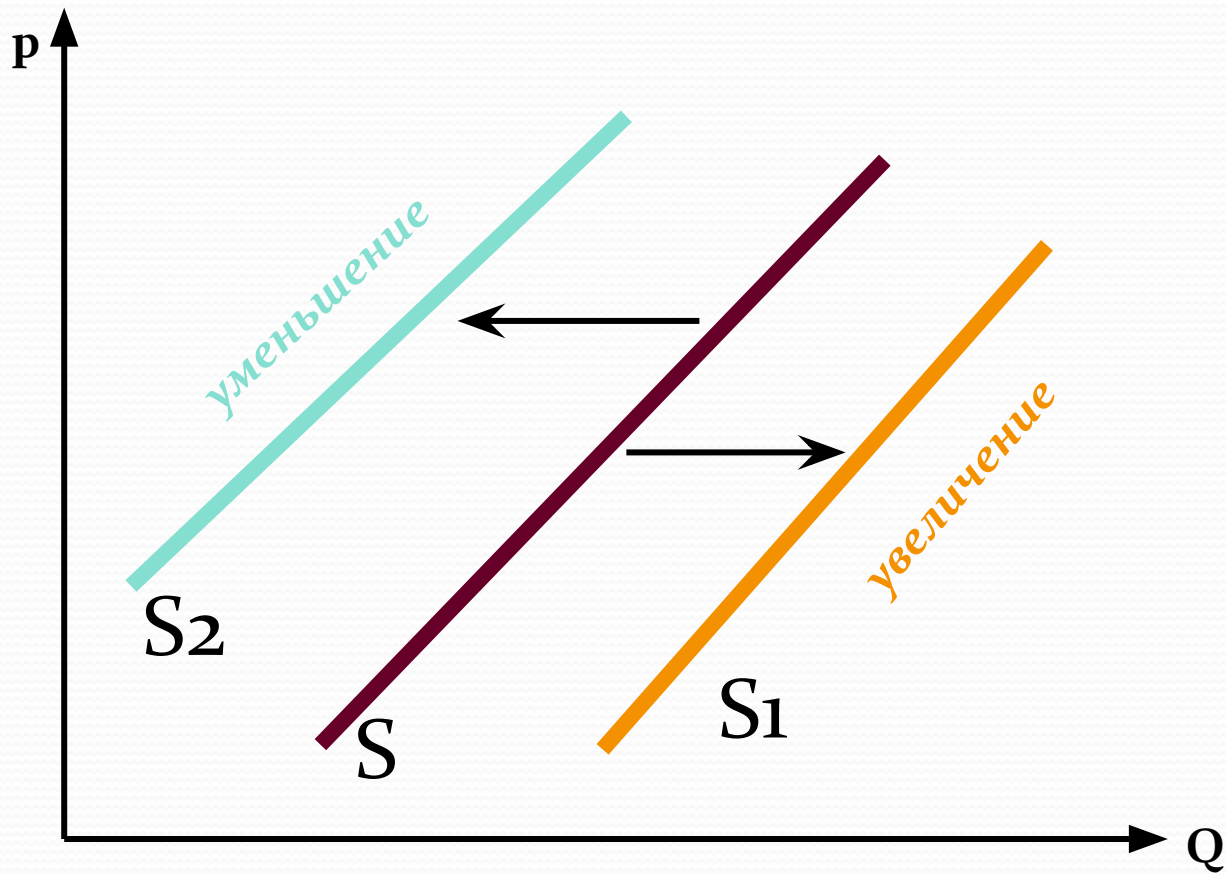


# Кривая предложения



Кривая предложения показывает, что рост цены сопровождается ростом величины предложения. Например, при повышении цены с 20р. за штуку до 40р. , то величина предложения увеличится с 18 до 40 штук.

# Влияние неценовых детерминант



# Неценовые детерминанты предложения

- Цены на ресурсы
- Изменение в технологии производства
- Налоги и дотации
- Цены на другие товары
- Ожидание изменения цен
- Рост числа производителей

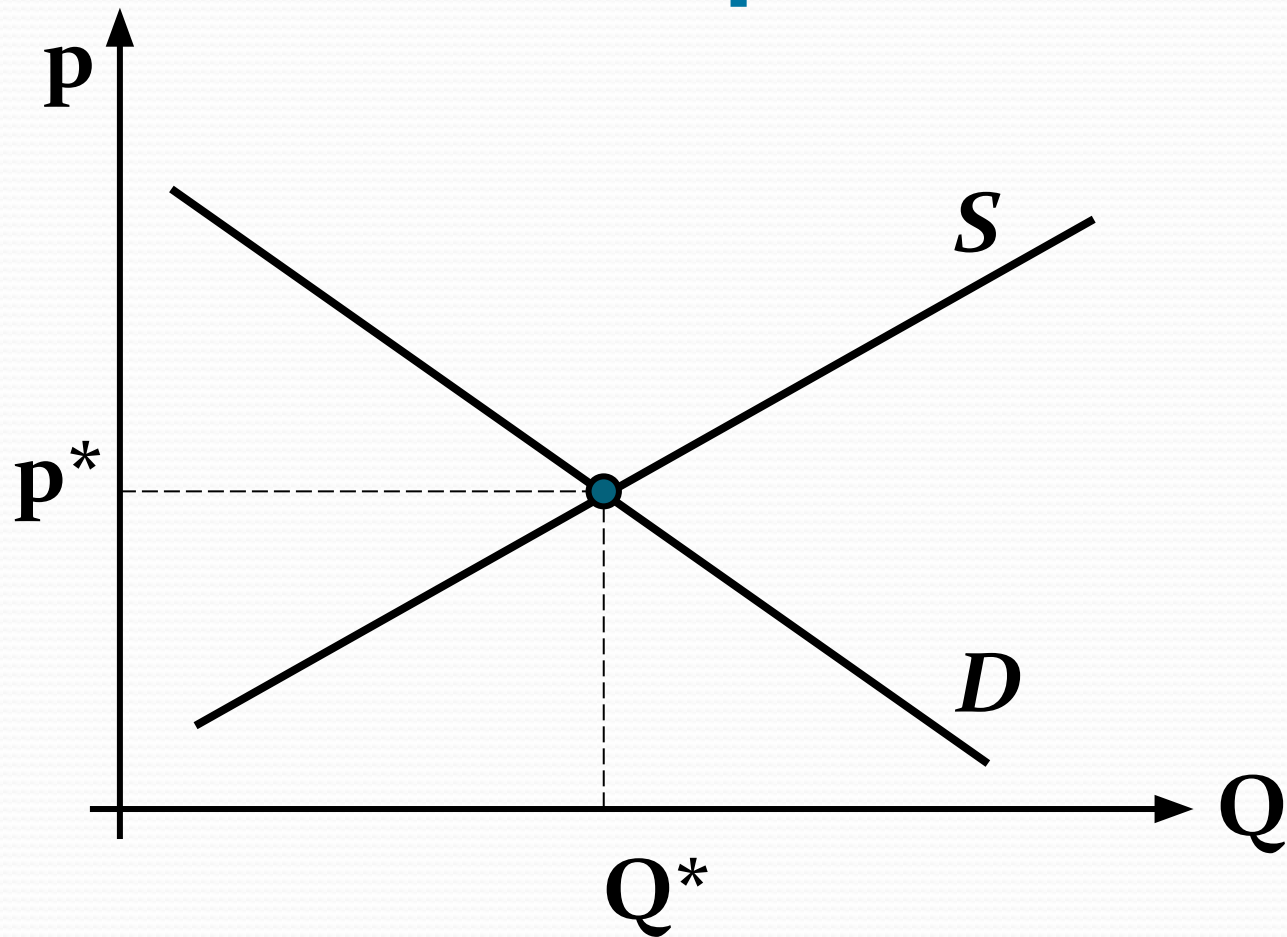
# Рыночное равновесие

**Рыночное равновесие** (совершенная конкуренция) – это равенство спроса и предложения

Графически – это пересечение кривых спроса и предложения

**Равновесная цена** – цена, при которой количество товара, предлагаемого продавцами, совпадает с количеством товара, которое готовы купить покупатели

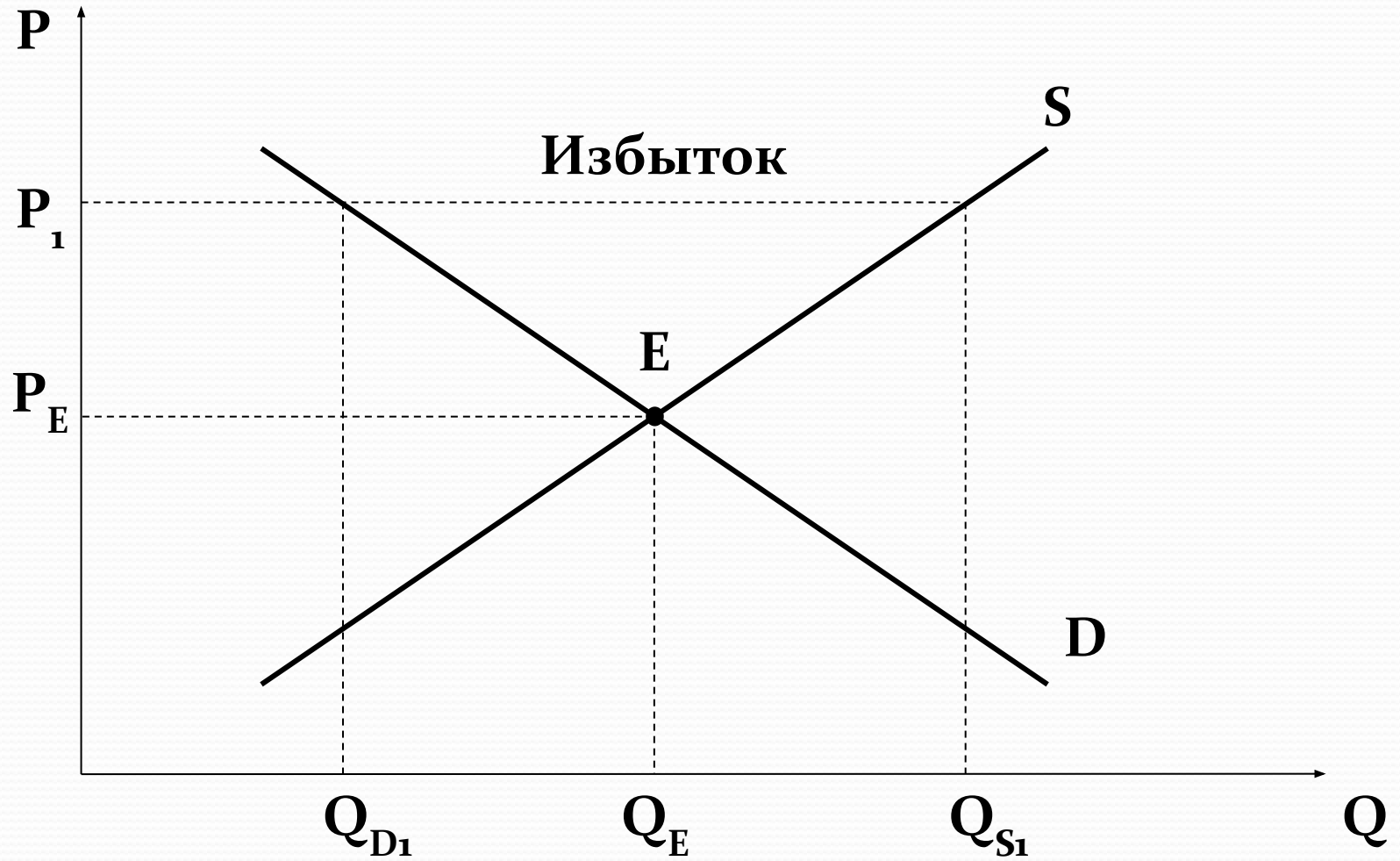
# Равновесие на рынке



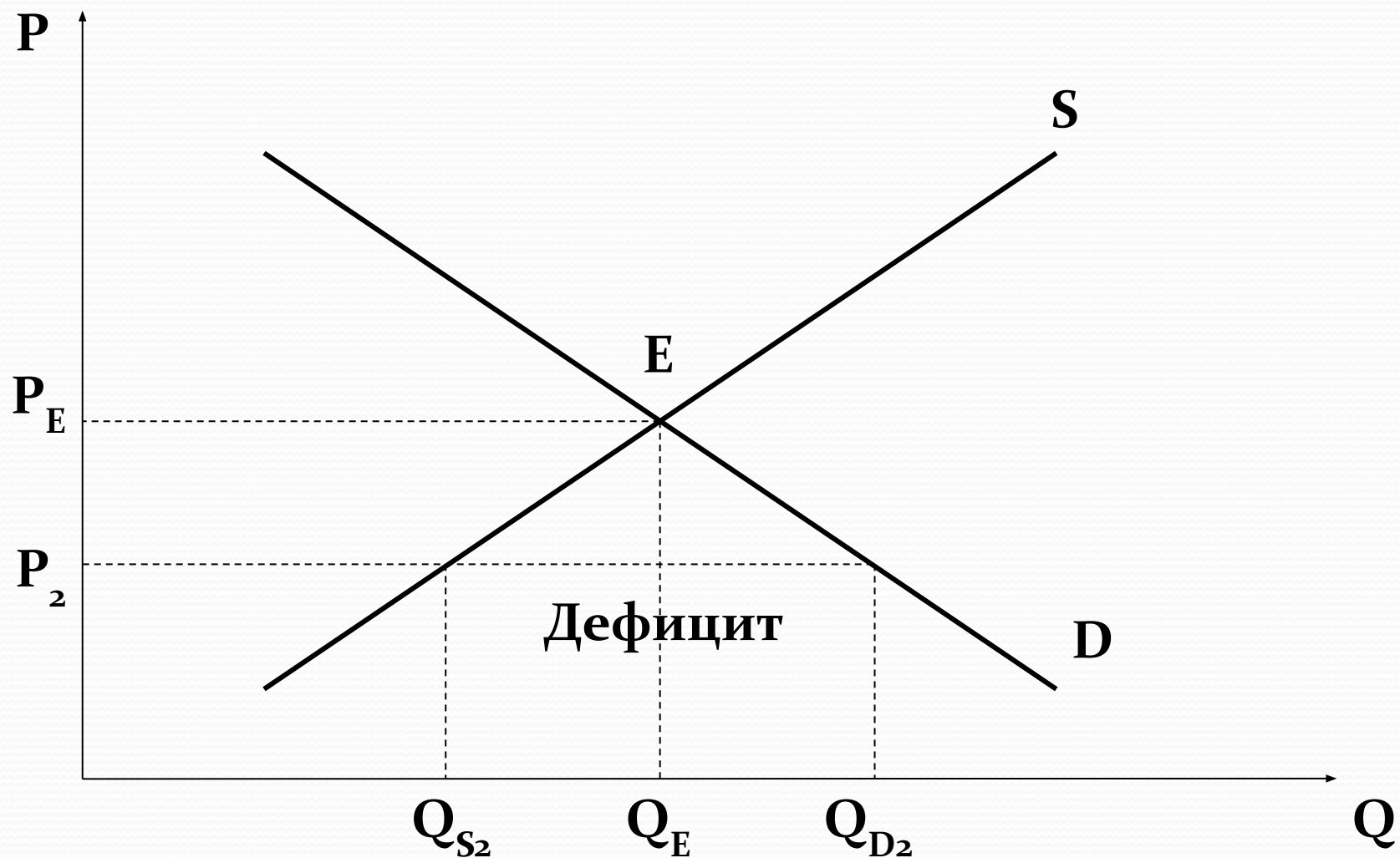
$P^*$  – равновесная цена

$Q^*$  – равновесный объем

# Образование избытка товара



# Образование дефицита товара







# ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР



# Совершенная конкуренция

## Признаки совершенной конкуренции

- большое количество фирм;
- продукция стандартная (однородная);
- барьеры входа на рынок отсутствуют;
- полная доступность экономической информации;
- фирмы являются прайс-тейкерами (price take)



# Монополия

## Признаки монополии

- одна фирма (фирма монополист);
- продукт не имеет близких аналогов;
- непреодолимые барьеры входа на рынок;
- экономической информации недоступна;
- фирмы являются прайс-мэйкерами (price make)

## Виды барьеров:

- административные (патенты, лицензии и пр.)
- технологические (высокие FC)

# Олигополия

## Признаки олигополии

- несколько крупных фирм;
- продукт может быть как стандартизированным, так и дифференцированным;
- высокие барьеры входа на рынок;
- доступ к экономической информации ограничен;
- фирмы являются прайс-мэйкерами, но только частично



# Монополистическая конкуренция

## Признаки монополистической конкуренции

- большое количество фирм;
- продукт дифференцированный;
- барьеры входа на рынок низкие;
- доступ к экономической информации имеет некоторые ограничения;
- фирмы являются прайс-мэйкерами, но только частично

