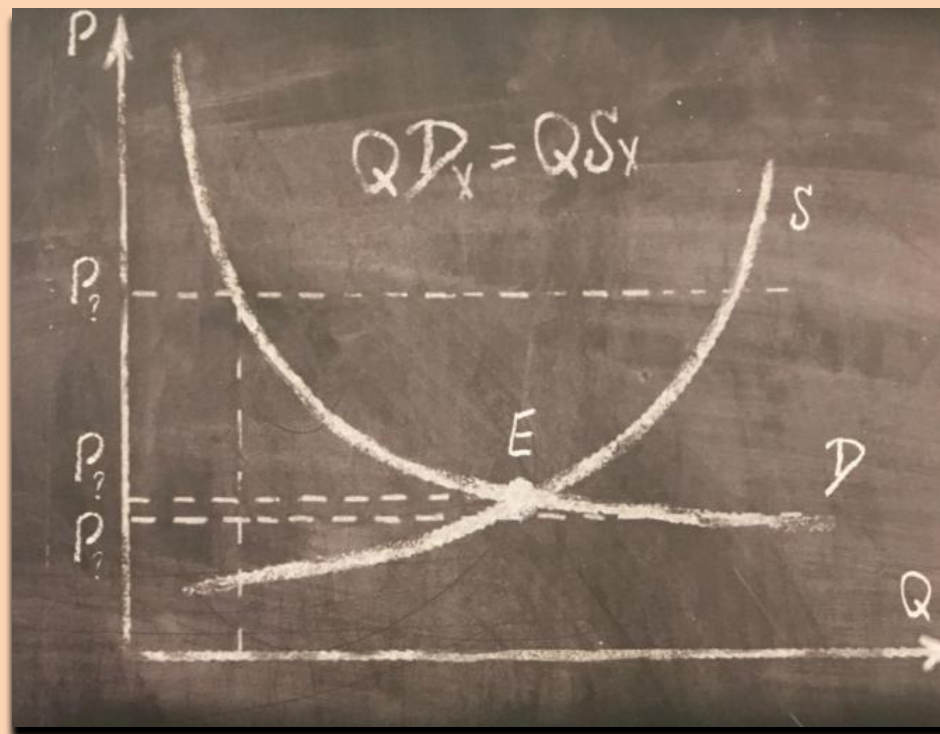


Микроэкономика лекции

Тема 4. Рыночный механизм



Содержание:

Лекция 1. Исторические условия возникновения рынка. Основные теоретические предпосылки простой модели рынка. Важнейшие функции рынка. Спрос как экономическая категория. Спрос и величина спроса. Закон спроса. Кривая спроса. Эластичность спроса, ее виды (ценовая, перекрестная, по доходу) и показатели. Парадокс Гиффена. Факторы спроса. Индивидуальный и рыночный спрос.

Лекция 2. Предложение как экономическая категория. Предложение и величина предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы предложения. Поведение предложения в трёх периодах. Эластичность предложения. Рыночное равновесие: равновесный объем производства и равновесная цена. Изменение равновесия. Модели равновесия. Налоги и дотации. Введение максимума и минимума цен. Вмешательство государства.

Лекция 1.

Рынок. Определения.

1. **Рынок (market)** представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться.

2. **Рынок** — место встречи продавцов и покупателей; между ними осуществляется обмен по цене, о которой удалось договориться. При этом происходит добровольное отчуждение своей собственности и присвоение чужой. **Следовательно, рынок означает взаимную передачу прав собственности.**

3. **Рынок** выступает как специфическая форма взаимосвязи между обособленными в рамках общественного разделения труда производителями, каждый из которых хозяйствует самостоятельно, на свой страх и риск.

4. Рынок (market) можно определить как совокупность транзакций (сделок). Для осуществления сделки необходимо нести издержки, связанные с поиском информации, ведением переговоров, определением качественных и количественных характеристик покупаемого товара или услуги, спецификацией и защитой прав собственности, заключением контракта и т. д.

5. Основное определение. Рынок – форма организации общественного производства, которая обеспечивает взаимодействие производства и потребления посредством механизма цен, т.е. рынок – это экономический механизм, дающий возможность продавцам и покупателям обмениваться произведенными товарами и услугами.

Исторические условия возникновения рынка:

**Высокий уровень
развития
производительных
сил**

**Общественное
разделение труда
(капитализм)**

**Экономическая
обособленность
отдельных
производителей
(частная
собственность)**

РЫНОК

```
graph TD; A[Высокий уровень развития производительных сил] --> D[РЫНОК]; B[Общественное разделение труда (капитализм)] --> D; C[Экономическая обособленность отдельных производителей (частная собственность)] --> D;
```

Субъекты рынка:

Домохозяйства: являются собственниками всех факторов производства, находящихся в частной собственности, и проявляют следующие виды экономической активности: предложение факторов производства, потребление части полученного дохода и сбережение другой его части.

Фирмы (предприятия): субъекты хозяйствования, зарегистрированные внутри страны и проявляющие такие виды экономической активности, как спрос на факторы производства, предложение благ и инвестирование.

Государство: совокупность государственных институтов и учреждений, проявляющих следующие виды экономической активности: закупка благ, взимание налогов, предложение денег и общественных благ.

Объекты рынка: товары, услуги, факторы производства, деньги, ценные бумаги, социальные выплаты, информация, рабочая сила, человеческий капитал и др.

Функции рынка в экономике

Информационная

Посредническая

Регулирующая

Интегрирующая

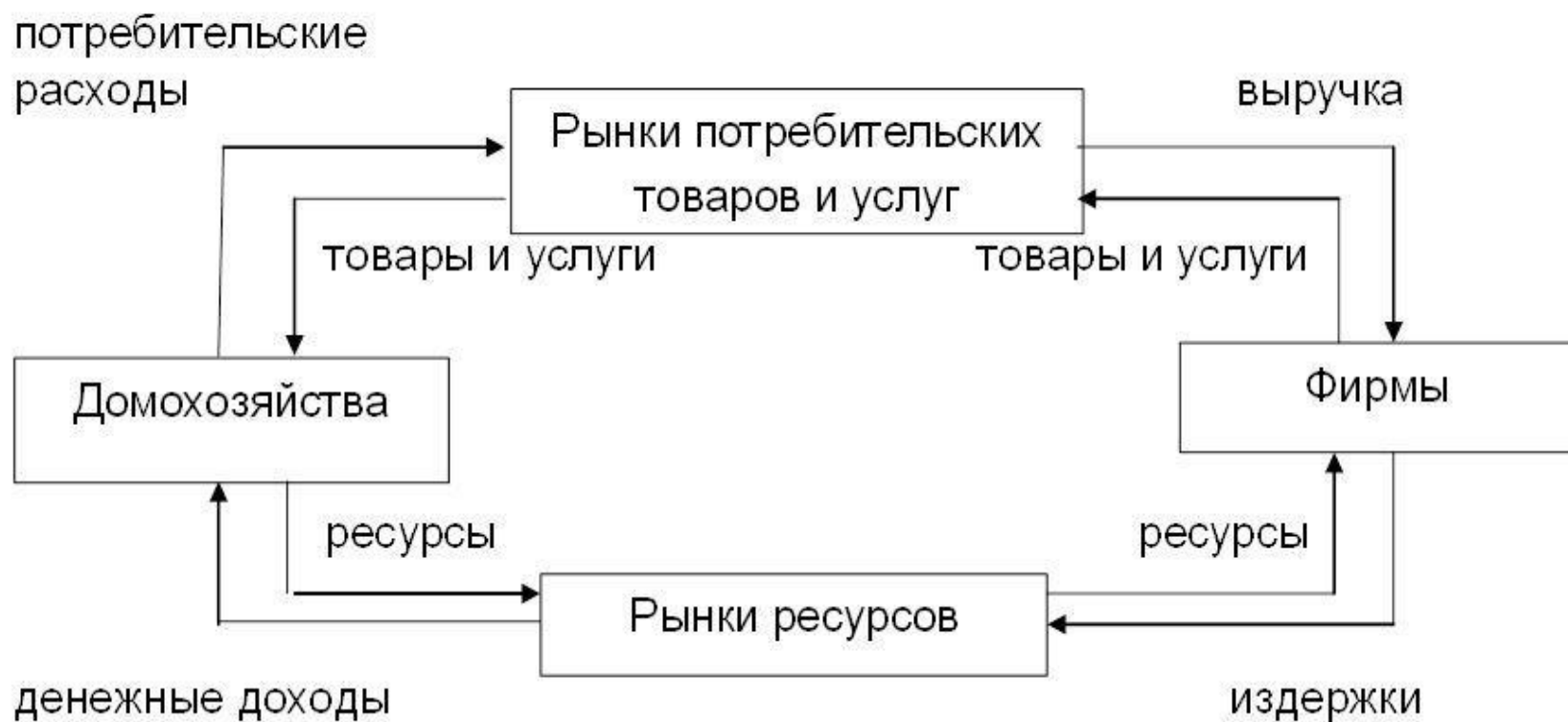
Стимулирующая

Санирующая

Признаки рынка



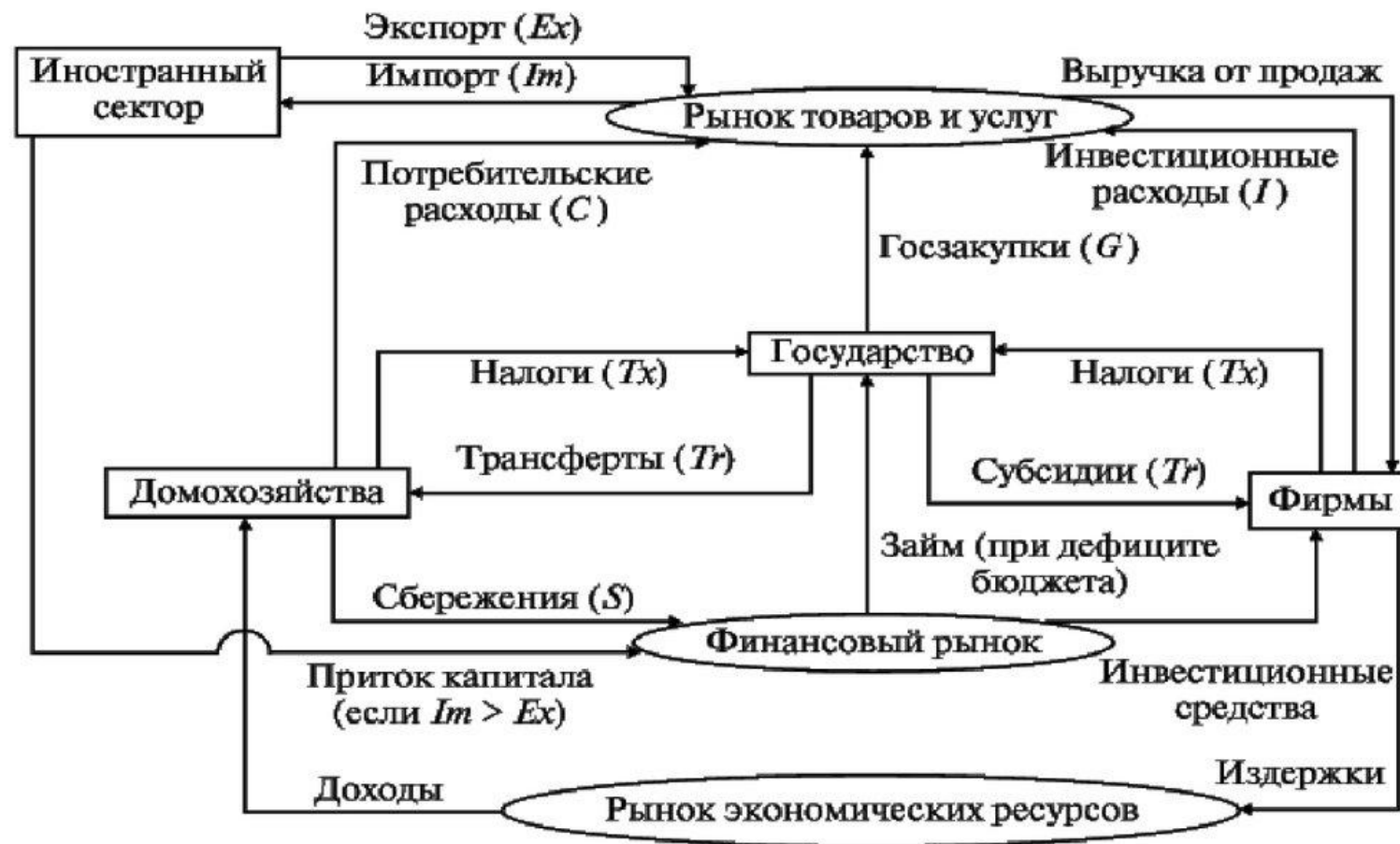
Простейшая модель рынка: модель кругооборота продукта и дохода: объекты рынок ресурсов и рынок товаров, субъекты – домохозяйства и фирмы. Механизм кругооборота предполагает строгое соответствие реального потока экономических благ встречному потоку платежей: $PQ = MV$



Простейшая модель кругооборота

Полная модель рынка, вкл. государство и иностранный сектор:

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРУГООБОРОТ ПОЛНАЯ МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА



Таким образом, *рынок* – это сфера экономической деятельности людей по распределению благ на основе добровольного обмена. Целью производства в условиях рыночной экономики является получение прибыли путем реализации товаров.

Поэтому на рынке все производители – это потенциальные продавцы, для которых нужды потребителей имеют значение только как возможности покупателей.

На рынке **производство** трансформируется в **предложение**, а **потребности** – в **спрос**.

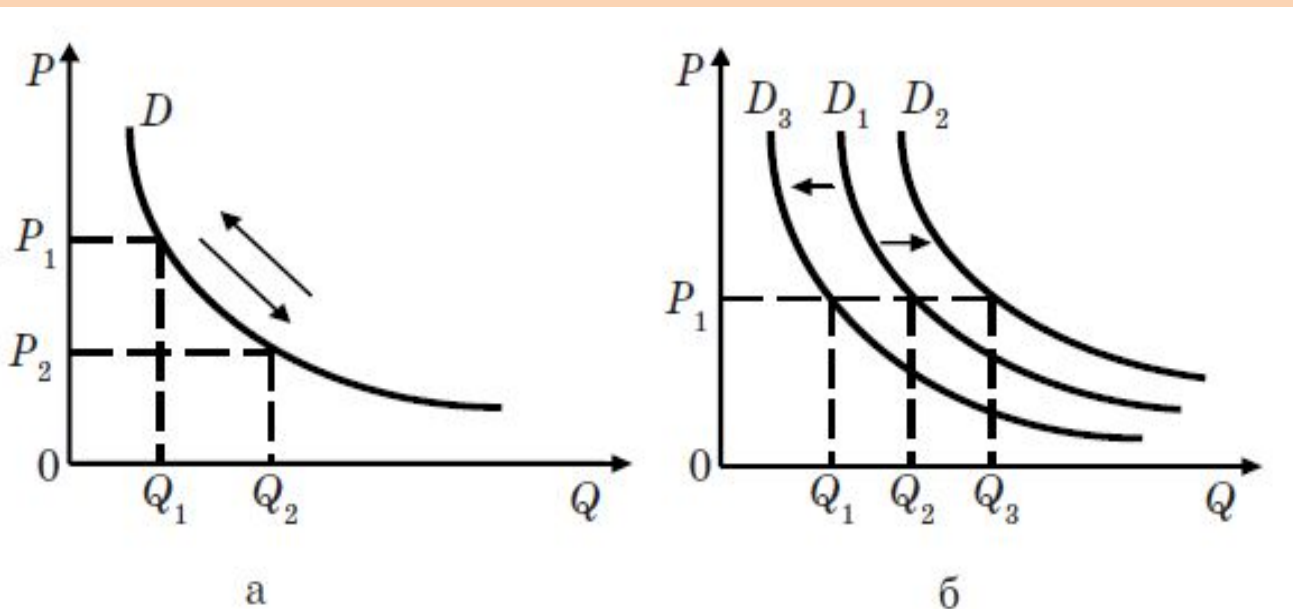
Спрос – это желание покупателя приобрести данный товар, подкрепленное его платежными возможностями. Это платежеспособные потребности.

Объем спроса – это такое количество товара, которое потребители готовы купить при данном уровне цены за определенный период времени.

Функция спроса – это зависимость объема спроса от каких-либо факторов, влияющих на него. К таким факторам относятся: цена товара, доходы потребителей, их вкусы и предпочтения.

Цена спроса – это максимальная цена, которую потребитель согласен заплатить за данный товар.

Закон спроса выражается в обратной зависимости между ценой и объемом спроса. Чем выше цена на товар, тем меньше, при прочих равных условиях, потребители купят этого товара, и наоборот.



P (price) – цена

Q (quantity) – объем, количество

D (demand) – спрос

Рис. 5.3. Кривая спроса:

а – изменение объема спроса; б – изменение спроса

Эластичность спроса показывает, насколько изменится спрос на товар при изменении какого-либо фактора, вызвавшего это изменение, на одну единицу. К таким факторам относятся: цена данного товара, доходы потребителей, цены других товаров. Для расчета коэффициента эластичности можно использовать различные методы.

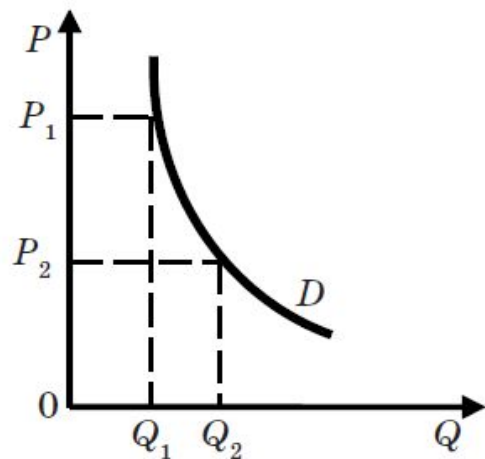
Эластичность спроса по цене (ценовая эластичность) есть отношение относительного изменения спроса к относительному изменению цены и показывает, на сколько процентов изменится величина спроса на товар при изменении цены на него на 1 %:

$$E_P^D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad \text{или} \quad E_P^D = \frac{-\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} = \left| \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \right|$$

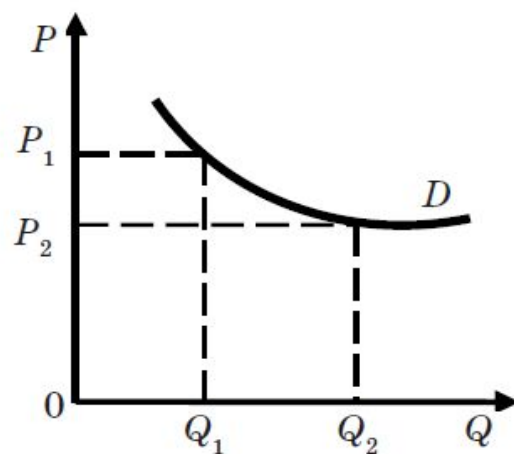
(точечная эластичность)

Дуговая эластичность — показатель средней реакции спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке D1D2:

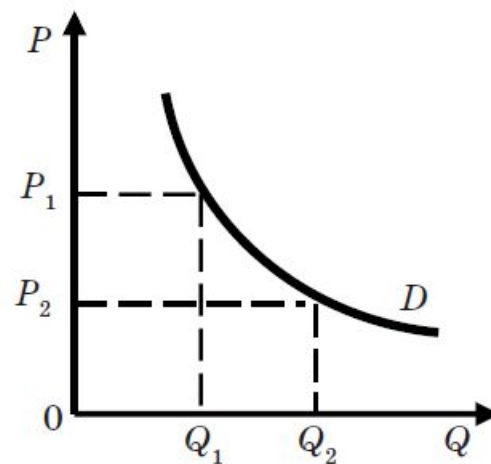
$$E_n^D = \frac{\Delta Q}{\bar{Q}} \cdot \bar{P} = \frac{-(Q_2 - Q_1)}{\bar{Q}} \cdot \frac{(P_1 + P_2)}{2}$$



а



б



в

Перекрестная ценовая эластичность - эластичность спроса одного товара в зависимости от изменения цены другого товара.

$$E_{xy}^D = \frac{\Delta Q_x}{Q_x} / \frac{\Delta P_y}{P_y} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{Q_x}$$

$E_{xy}^D > 0$, то x, y – взаимозаменяемые блага (субституты),

$E_{xy}^D < 0$, то x, y – взаимодополняемые блага (комплименты).

Чем выше эластичность спроса на товар x , тем выше степень взаимозаменяемости благ x, y .

$E_{xy}^D = +\infty$, то x, y - товары совершенные субституты,

$E_{xy}^D = -\infty$, то x, y – совершенные комплименты.

Эластичность спроса по доходу потребителя. Как правило, связь между изменением спроса на товар и изменением доходов потребителей прямая.

Исключения: товары с низкими потребительскими свойствами, неполноценные товары (так называемый эффект Гиффена).

$$E_I^D = \frac{\Delta Q}{Q} / \frac{\Delta I}{I}$$

$E_I^D < 0$, увеличение дохода приводит к падению спроса на товар, \Rightarrow товар **низкокачественный**,

$E_I^D > 0$, увеличение дохода приводит к увеличению спроса на товар, \Rightarrow товар **нормальный**.

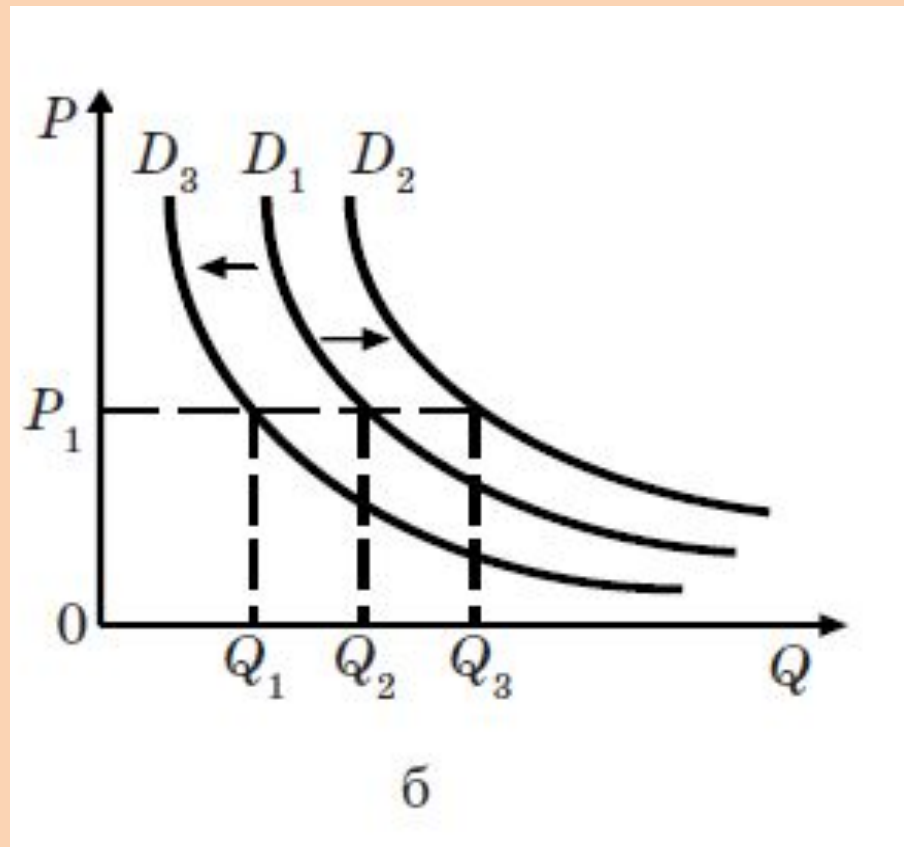
$0 < E_I^D < 1$, спрос на товар растет медленнее дохода \Rightarrow товар **первой необходимости**,

$E_I^D > 1$, спрос на товар опережает рост доходов и не имеет насыщения. \Rightarrow товар **роскоши**.

Факторы, определяющие спрос (кроме цены):

- Наличие товаров-заменителей (субститутов). Чем больше товаров-заменителей, тем более эластичен спрос.
- Изменение цен товаров-заменителей и товаров-комплиментов.
- Удельный вес данного товара в структуре бюджета потребителя. Чем больше удельный вес, тем выше ценовая эластичность.
- Размер дохода потребителя.
- Ожидания потребителя.
- Количество покупателей и их половозрастная структура.
- Качество и свойства товара: товар-роскошь, предмет первой необходимости.
- Размеры запаса: чем больше запас товара, тем более эластичен спрос.

Неценовые факторы спроса способствуют сдвигу кривой спроса вправо (влево)

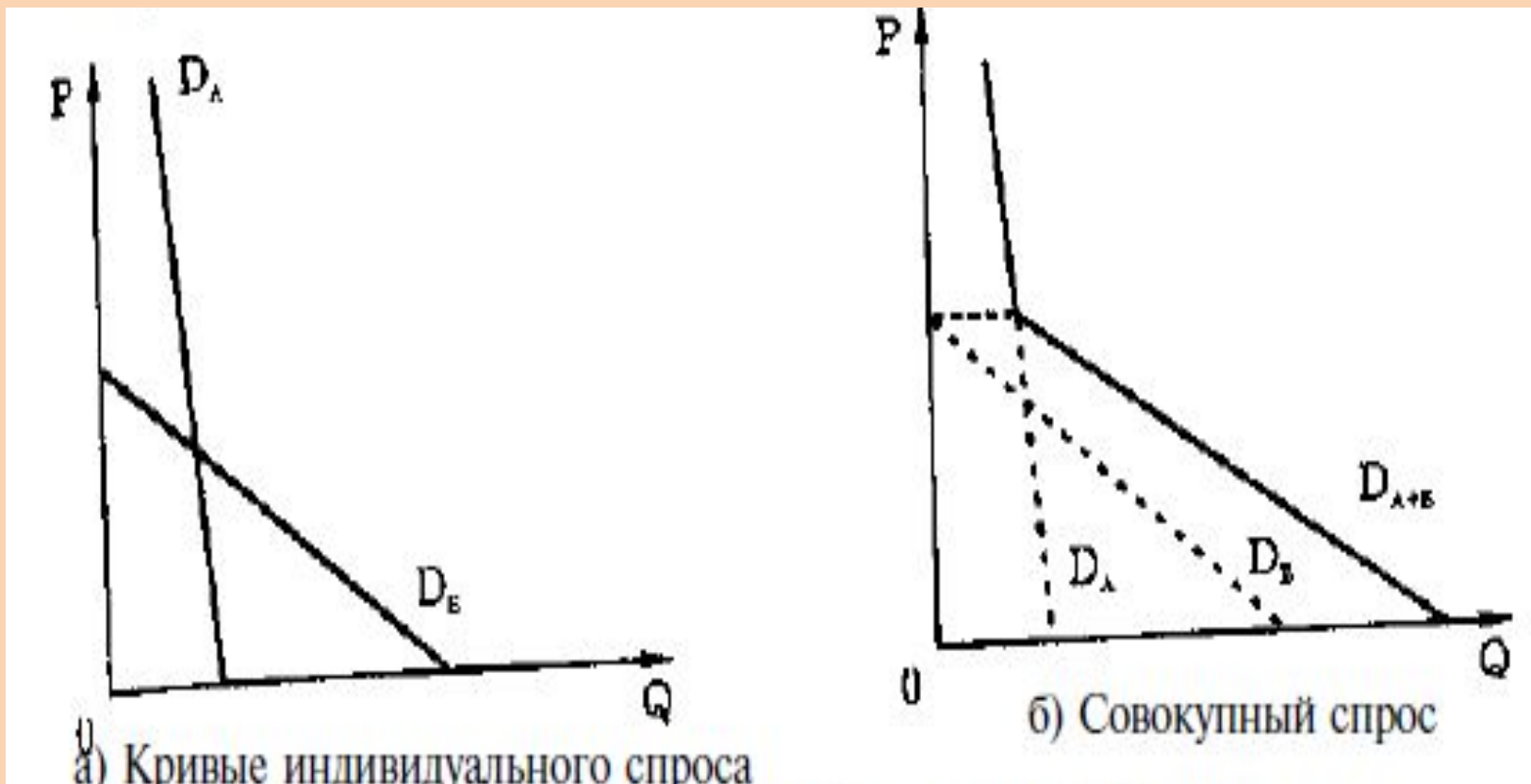


Пример. Увеличение доходов потребителя (при отсутствии инфляции) означает повышение спроса, то есть сдвиг кривой из положения 1 в положение 2.

Пример 2. Рост цен на товары-субституты повышает спрос на данный товар, на товары-комплименты — понижает спрос.

Индивидуальный спрос – спрос (функция спроса) отдельного потребителя по отдельной цене.

Рыночный спрос – это сумма индивидуальных функций спроса (функций спроса), предъявляемых потребителями по разным ценам.



Пример: индивидуальный спрос и рыночный спрос на йогурт.

Таблица 8.2. Рыночный спрос на йогурт (данные произвольные)

Цена за 1 упаковку, грн	Величина индивидуального спроса, шт.			Рыночный спрос
	I покупатель	II покупатель	III покупатель	
5	1	2	3	6
4	2	3	4	9
3	4	5	6	15
2	7	8	9	24
1	11	12	13	36

Эффект Гиффена (исключение из закона спроса): спрос на некоторые товары растет в случае их удорожания, и наоборот, снижается, в случае их удешевления. Такие **товары называются неполноценными (малоценными)**. Достигается это за счет экономии на других товарах.

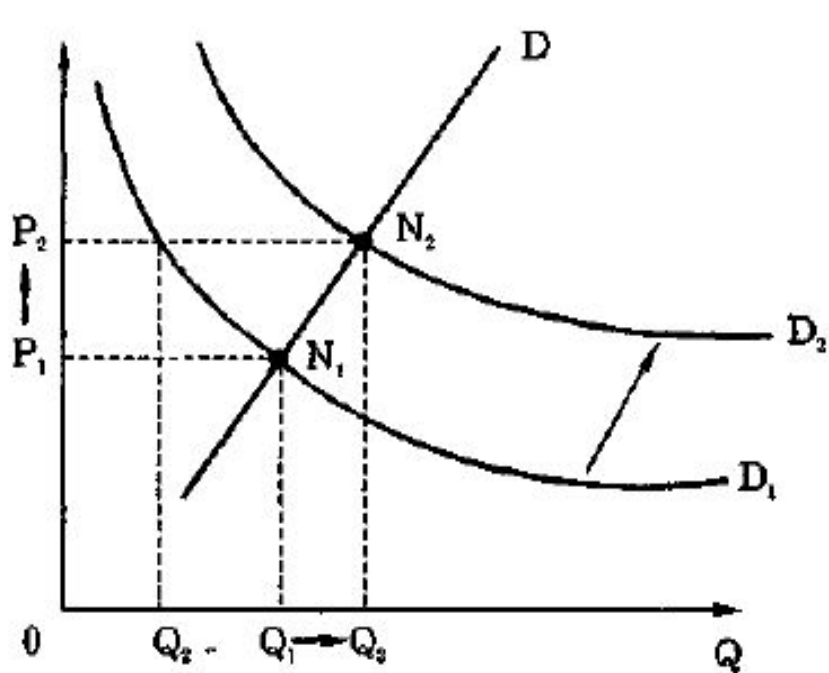
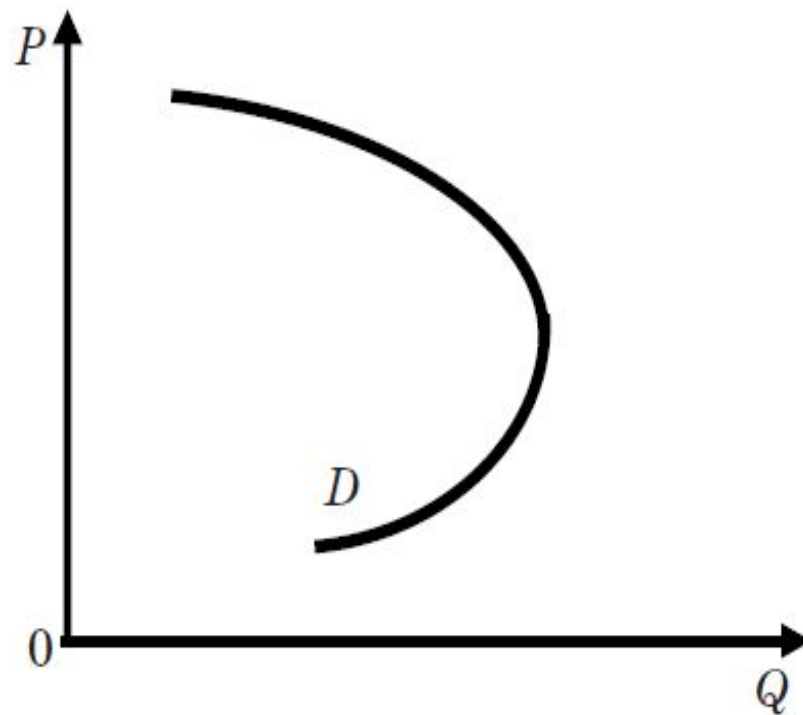


Рис. 4—16. Парадокс Гиффена



В Голландии в 1910 году спрос на картофель из-за неурожая рос несмотря на рост цен. В России товары Гиффена: чай и хлеб, в Китае: рис и макароны.

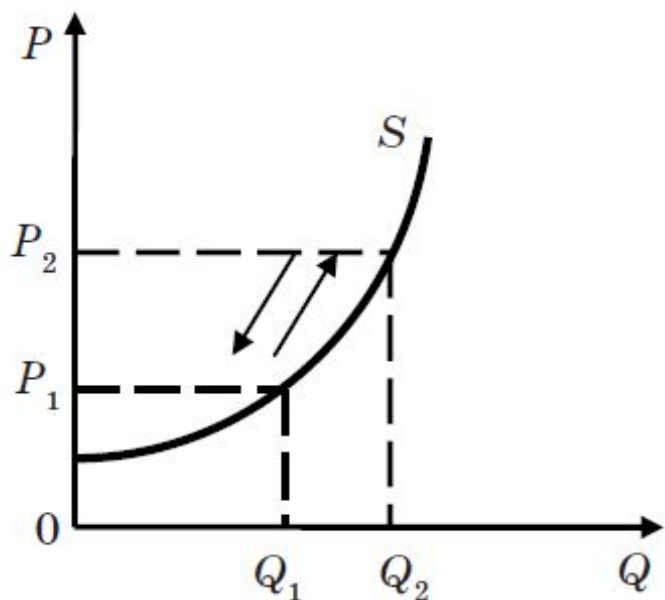
Предложение – это готовность производителей представить для продажи какое-то количество товара на определенных условиях.

Объем предложения – это такое количество товара, которое производители готовы, т. е. могут и желают, продать на рынке за определенный период времени при данном уровне цены.

Функция предложения – это зависимость объема спроса от каких-либо факторов, влияющих на него. К таким факторам относятся: цена товара, доходы потребителей, их вкусы и предпочтения.

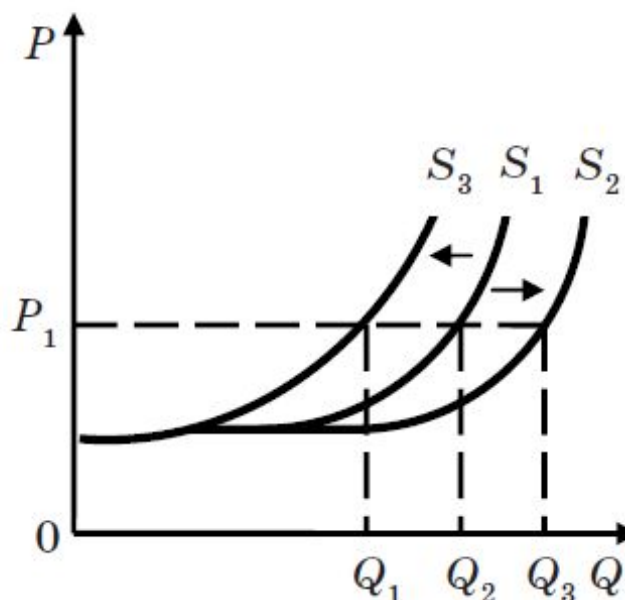
Цена предложения – это минимальная цена, по которой продавец согласен продать определенное количество товара

Закон предложения выражается в прямой зависимости между ценой и объемом предложения. Чем выше цена на товар, тем больше, при прочих равных условиях, продавцы этого товара будут готовы его продать.



а

S (supply) – предложение



б

Рис. 5.6. Кривая предложения:
а – изменение объема предложения;
б – изменение предложения

**Цена
определяет
объем
предложения,
неценовые
факторы
определяют
само
предложение.**

Исключения из закона предложения:

1) Рынок рабочей силы (W, L).

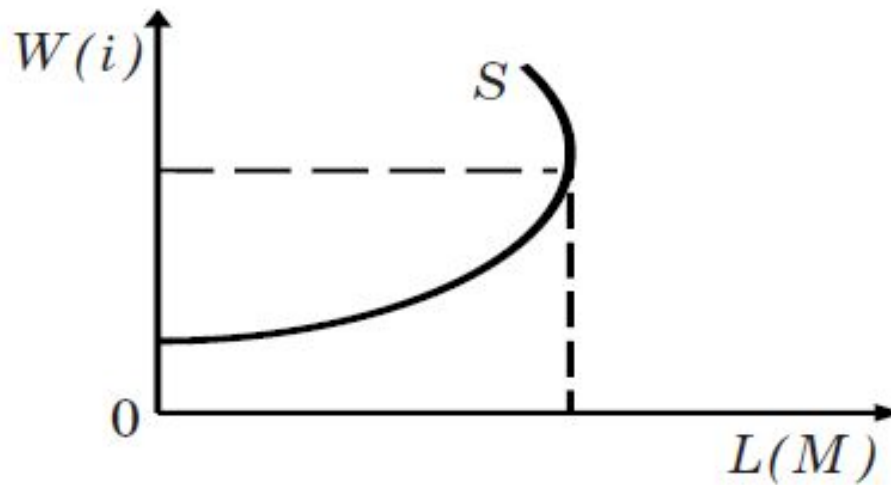
Предложение труда L со стороны работника растет с ростом заработной платы W до тех пор, пока ценность каждой дополнительной единицы заработной платы будет выше каждого часа остающегося свободного времени. Как только наступит обратная ситуация, предложение труда L начнет сокращаться даже при дальнейшем росте оплаты труда.

2) Рынок финансовых (денежных) ресурсов (i, M).

Объем сбережений денег (M) домохозяйств будет расти с увеличением ставки $i\%$ -та до тех пор, пока ставка $\%$ -та i не станет настолько большой, что можно будет, не увеличивая объем сбережений денег M , получать достаточные доходы на удовлетворение текущего потребления.

Исключения из закона предложения:

- 1) Рынок рабочей силы (W, L).
- 2) Рынок финансовых (денежных) ресурсов (i, M).



W (wage) – зарплата

L (labour) – труд

i (interest) – процент

M (money) – деньги

**Рис. 5.7. Предложение
на рынке ресурсов двойного спроса**

Факторы, определяющие предложение (кроме цены):

- изменение технологии производства;
- изменение цен на применяемые ресурсы;
- изменение цен на товары-заменители;
- количество производителей (продавцов);
- введение налогов (субсидии) на производство;
- природные условия (погода для сельского хозяйства);
- ценовые и дефицитные ожидания хозяйствующих субъектов;
- фактор времени, прочие факторы.

Зависимость предложения от фактора времени:

Производитель на рынке зависим от потребителя, поскольку вынужден заранее затрачивать ресурсы на производство товаров. Возможность увеличения (снижения) предложения сильно зависит от конъюнктуры рынка и ресурсов самого производителя. =>

Фактор времени оказывает существенное влияние:

- 1) в кратчайшем периоде факторы производства постоянны;
- 2) в краткосрочном – сырье, рабочая сила переменные факторы производства, остальные постоянны;
- 3) В долгосрочном – все факторы производства переменны (производственный капитал, число производителей).

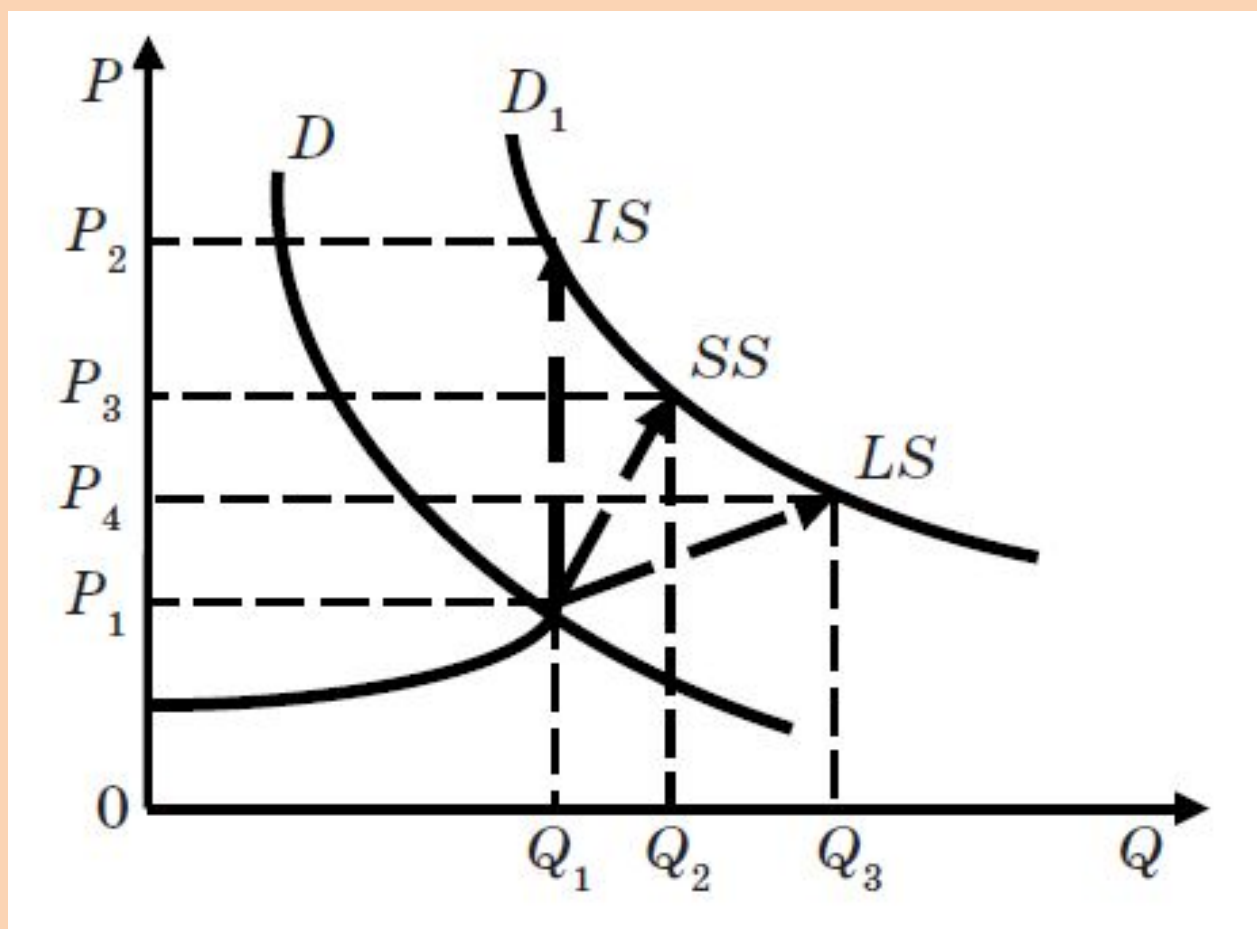
Покупательский спрос не зависит от фактора времени.

Зависимость предложения от фактора времени:

IS – предложение в кратчайшем периоде;

SS – предложение в краткосрочном периоде;

LS – предложение в долгосрочном периоде;

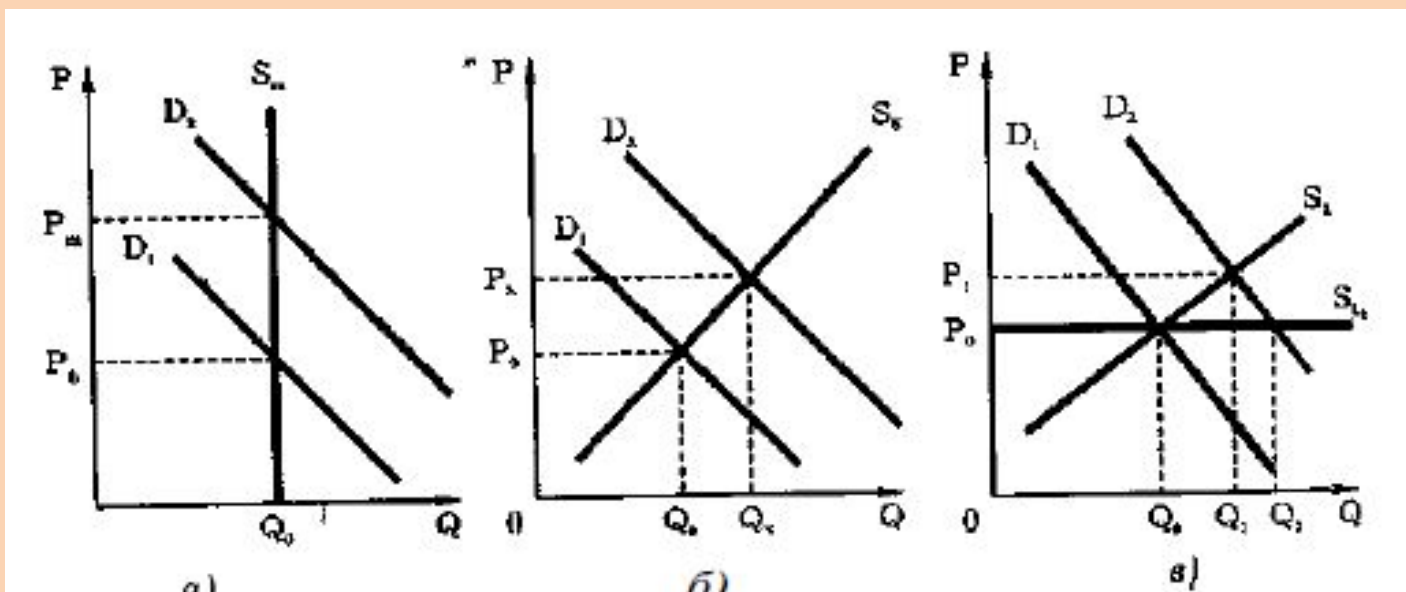


Зависимость предложения от фактора времени:

1) в кратчайшем периоде повышение (понижение) спроса приводит к повышению (понижению) цен, но не отражается на величине предложения;

2) в краткосрочном периоде повышение спроса обуславливает не только рост цен, но и увеличение объема производства, так как фирмы успевают изменить некоторые факторы производства в соответствии со спросом;

3) в долгосрочном периоде увеличение спроса приводит к значительному росту предложения при постоянных ценах или несущественном повышении цен.



Эластичность предложения показывает, насколько изменится предложение товаров (услуг) при изменении какого-либо фактора, вызвавшего это изменение, на одну единицу.

Эластичность предложения по цене есть отношение относительного изменения предложения к относительному изменению цены и показывает, на сколько процентов изменится величина предложения на товар (услугу) при изменении цены на него на 1 %:

$$E_P^S = \frac{\Delta Q}{Q} / \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad (\text{прямая зависимость})$$

Эластичность предложения по цене:

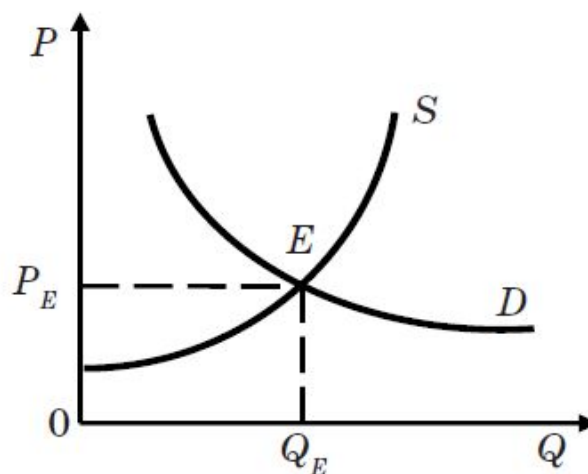
а) Кратчайший период – предложение совершенно неэластично ($E_p = 0$). Повышение (понижение) спроса приводит к повышению (понижению) цен, но не отражается на величине предложения.

б) Краткосрочный период – предложение более эластично ($1 \geq E_p > 0$). Повышение спроса обуславливает не только рост цен, но и увеличение объема производства, так как фирмы успевают изменить некоторые факторы производства в соответствии со спросом.

в) Долгосрочный период – предложение почти совершенно эластично ($E_p = \infty$). Увеличение спроса приводит к значительному росту предложения при постоянных ценах или незначительном повышении цен.

Рыночное равновесие.

Рыночное равновесие можно определить как состояние, при котором все желающие продать товар по данной цене его продали, а все желающие его купить по той же цене – купили. На рис. 5.9 этому состоянию соответствует точка E – точка пересечения линий спроса и предложения. Рыночному равновесию соответствует равновесный объем продукта Q_E и равновесная цена



E (equilibrium) – равновесие P_E – равновесная цена
 Q_E – равновесный объем продукта

Рис. 5.9. Равновесие спроса и предложения

Равновесный объем продукта – это такой его объем, который производители согласны предложить на рынке в данный период времени и при данном уровне цены, а потребители согласны купить за этот же период времени и при данной цене. Равновесному объему продукта соответствует равенство цены спроса и цены предложения ($PS = PD$).

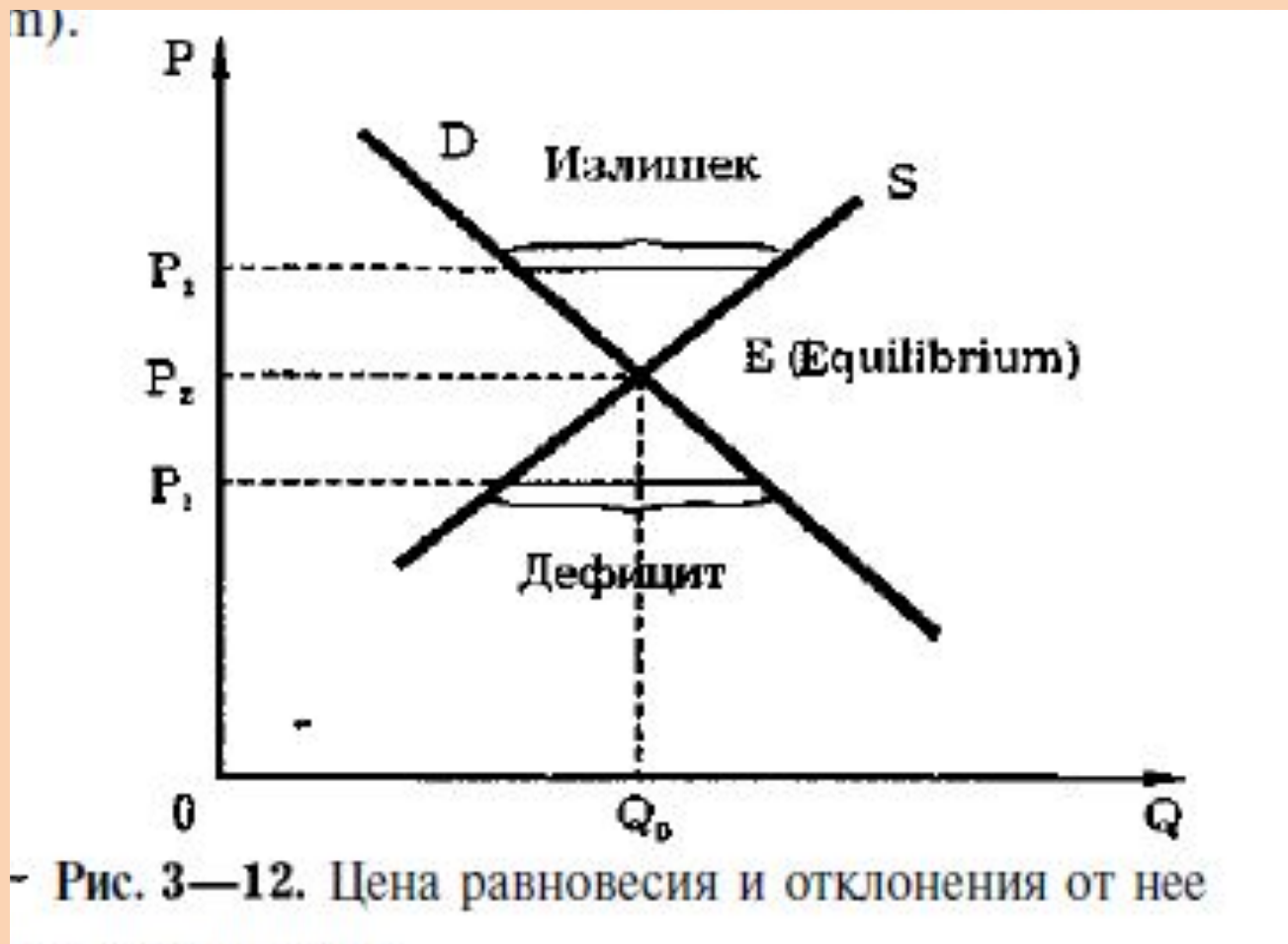
Равновесная цена – это цена, по которой производители согласны предложить такое количество продукта за данный период времени, какое потребители согласны купить по этой цене за этот же период времени. Равновесной цене соответствует равенство объема предложения и объема спроса ($QS = QD$).

Равновесная цена устанавливается под действием конкурентных сил. В равновесной рыночной цене проявляется единство интересов производителя (продавца) и потребителя (покупателя).

Отклонения от рыночного равновесия:

$Q_S > Q_D$ – на рынке образуется излишек товаров;

$Q_D > Q_S$ – на рынке образуется дефицит товаров.



Излишек потребителя и производителя:

Q_E – равновесный объем, P_E – равновесная цена.

P_{max} – максимальная цена, которую могут заплатить потребители.

P_{min} – минимальная цена, по которой готовы продавать производители.

$0 - P_E - E - Q_E$ – макс.

выручка производителей.

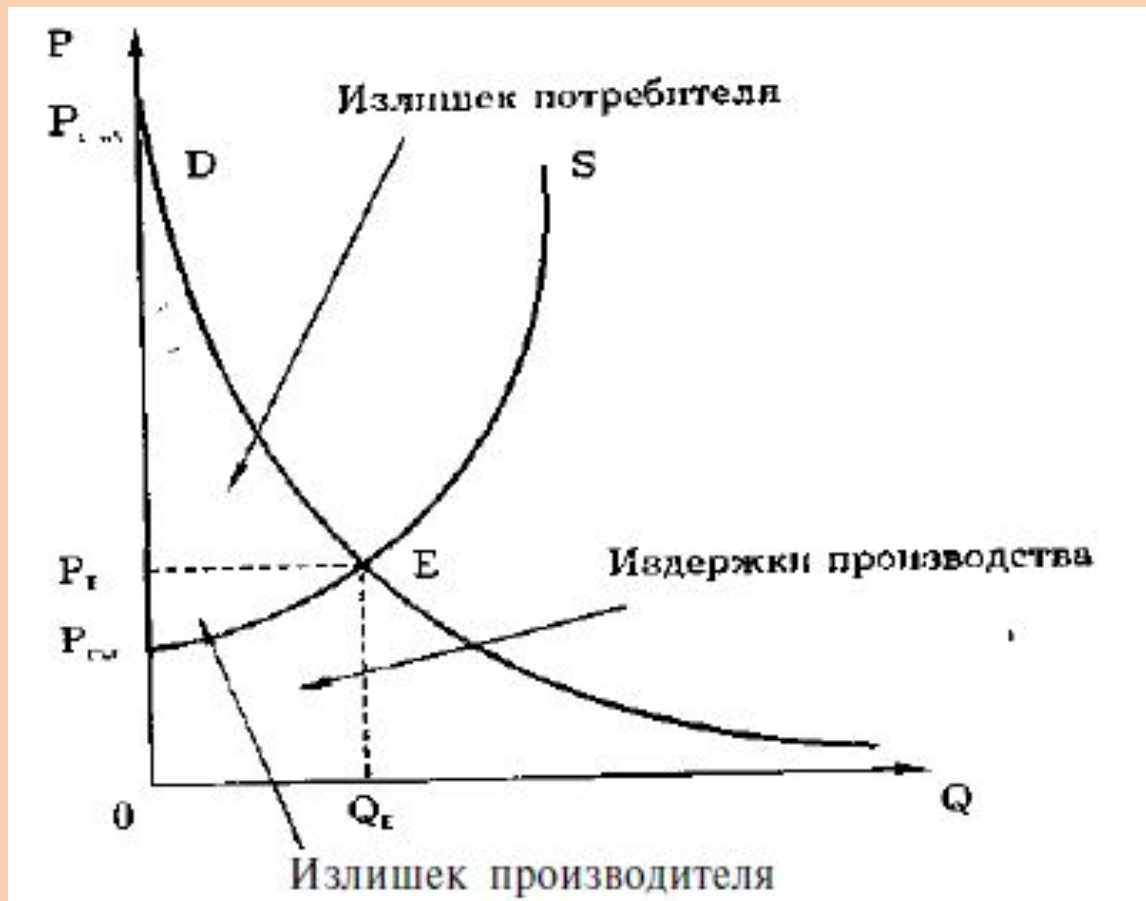
$0 - P_{min} - E - Q_E$ – макс.

издержки производства.

=>

$P_{min} - P_E - E$ – излишек
(экономия) производителя
а

$P_{max} - P_E - E$ – излишек
(экономия) потребителя,
если он купил по цене P_E ,
вместо P_{max} .



Равновесие по Маршаллу (долгосрочный период).

Равновесие на рынке устанавливается в силу разницы цен P спроса и предложения и конкуренции производителей за цену.

Если цена спроса $P_1 >$ цены предложения P_2 , то эта разница стимулирует производителей увеличить предложение с Q_1 до Q_E . Дополнительный объем предложения приведет к установлению цены на уровне P_E .

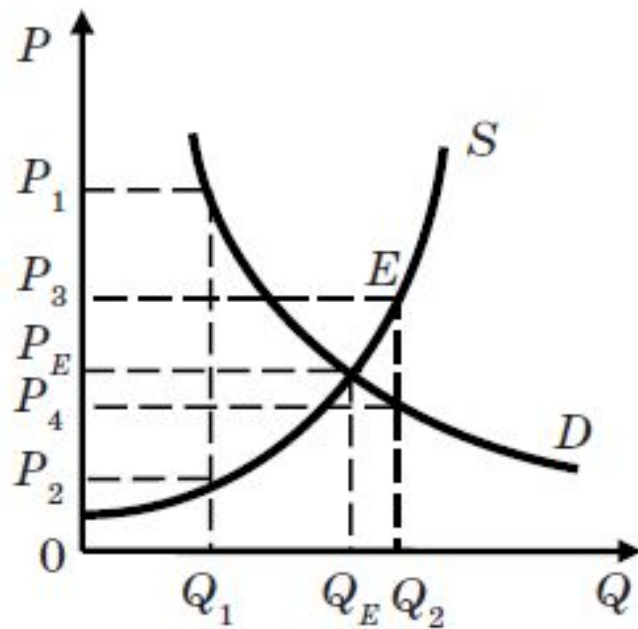
Если цена спроса $P_4 <$ цены предложения P_3 , то производители будут вынуждены снижать объем предложения, а потребители объем спроса до Q_E , когда цена достигнет равновесного уровня P_E .

Равновесие по Вальрасу (краткосрочный период).

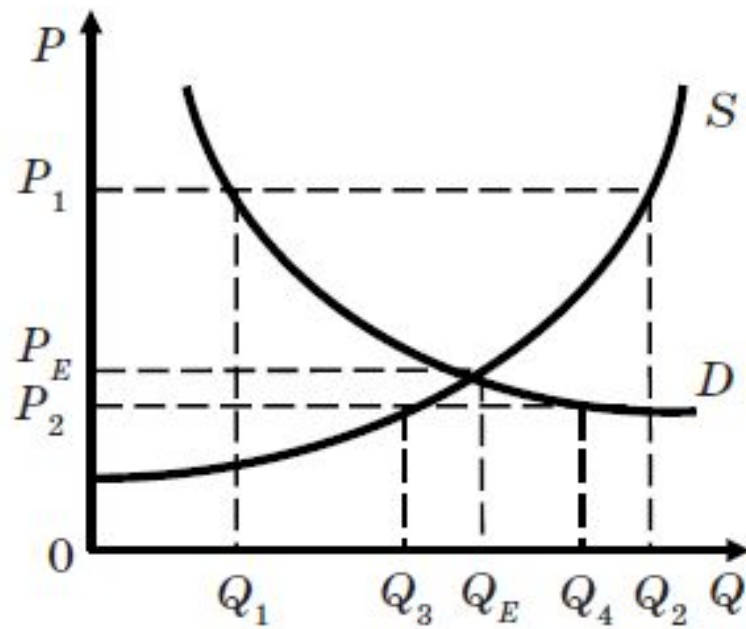
Равновесие на рынке устанавливается при наличии разницы между объемом спроса и предложения Q и конкуренции потребителей за объем.

Если возникает излишек товаров, когда предложение $Q_2 >$ спроса Q_1 , то производители будут вынуждены снижать цену с P_1 до P_E , спрос потребителей начнет расти и установится на Q_E .

Если возникает дефицит товаров, когда спрос $Q_4 >$ предложения Q_3 , то потребители будут увеличивать цену вынуждены P_2 до P_E , а производители смогут увеличить предложение, до равновесного объема Q_E , с равновесной ценой P_E .



а



б

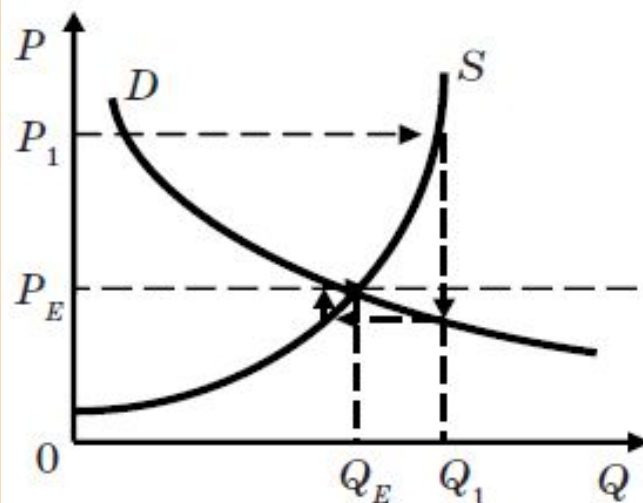
Рис. 5.10. Саморегулирование рыночного равновесия:
а – равновесие по Маршаллу;
б – равновесие по Вальрасу

Устойчивое и неустойчивое равновесие:

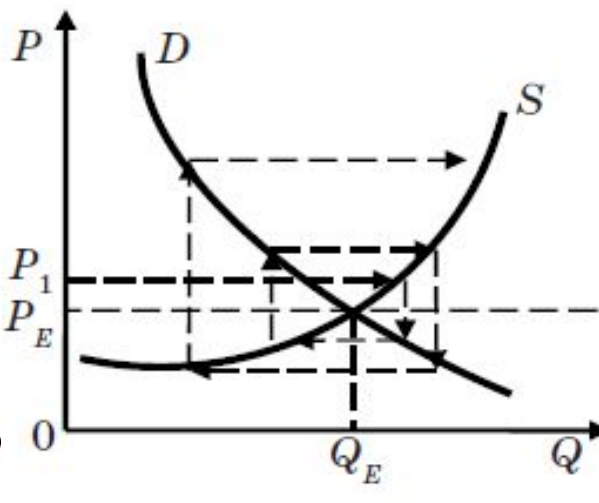
а) спрос более эластичен, чем предложение, т.е. он сильнее реагирует на изменение цены – ***равновесие устойчивое.***

б) предложение более эластично, чем спрос, т.е. оно сильнее реагирует на изменение цены – ***равновесие неустойчивое.***

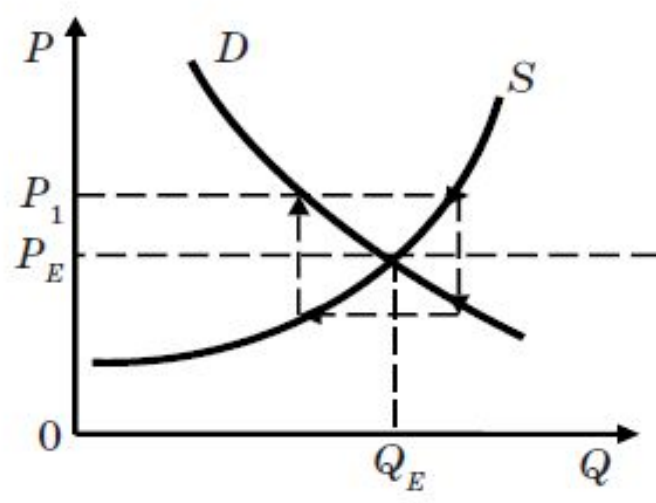
в) Возможна ситуация на рынке, когда эластичность спроса и предложения одинаковы – ***регулярные колебания цены около равновесного состояния.***



а



б



ДЗ:

**Налоги и дотации. Введение максимума и минимума цен.
Вмешательство государства.**