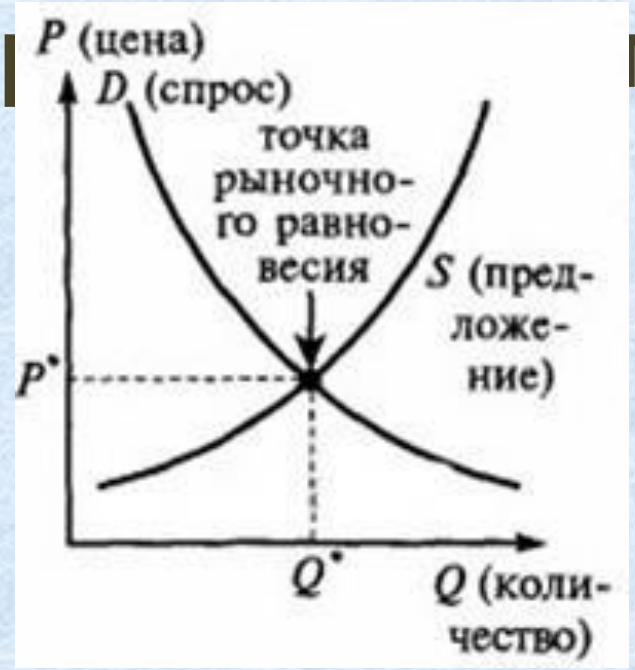
Рыночное равновесие

Рыночное равновесие — такое состояние экономики, когда количество товара, на который есть устойчивый спрос при определенной цене, равно количеству товара предлагаемого к [illegible] по востребованной цене.



Постулаты общей теории равновесия

- Свободная конкуренция
- Регулируемый рынок
- Производители стремятся к максимизации дохода, а покупатели – к удовлетворению потребностей и минимально возможным тратам.
- Рыночное равновесие есть результат взаимодействия государства, бизнеса, конечных потребителей

Рыночное равновесие

Общее

Частное

Частное равновесие возможно, когда производителями предлагаются отдельные виды товаров отдельным группам потребителей.

Общее равновесие характеризуется соответствием между совокупным производством товаров и величиной национального

Влияние налогов на рыночное равновесие

Налоги значительно влияют на доход социальных слоев, потому как эти граждане получают льготы и пособия от государства. Значит, растет общая покупательная способность населения. На предприятиях-производителях повышение налогов сказывается пагубно – они вынуждены компенсировать рост ставки за счет снижения объемов выпуска продукции. В результате спрос начинает превосходить

Рыночная структура – комбинация характерных отраслевых признаков организации рынка. Каждый тип рыночной структуры имеет ряд характерных для него признаков, которые влияют на то, как формируется уровень цен, как взаимодействуют продавцы на рынке и т.д. Кроме того, типы рыночных структур имеют различную степень конкуренции.

Ключевые характеристики типов рыночных структур:

- количество фирм-продавцов в отрасли
- размеры фирм
- количество покупателей в отрасли
- вид товара
- барьеры для входа в отрасль
- доступность рыночной информации
- возможность отдельной фирмы повлиять на рыночную цену

Характеристика рыночной структуры	*Типы рыночных структур*			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	**Олигополия**	**Чистая монополия**
Количество продавцов	Много	Много	Мало	Один или два (дуополия)
Размер фирм	Маленький	Маленький или средний	Большой	Различный (чаще большой)
Количество покупателей	Много	Много	Много	Различное (до одного)
Товар	Однородный	Дифференцированный	Однородный или дифференцированный	Уникальный
Контроль над ценами	Нет	Ограничен	Значительный	Полный
Барьеры для входа на рынок	Отсутствуют	Низкие	Высокие	Практически непреодолимы
Доступ к рыночной информации	Свободный	Свободный	Ограничен	Блокирован
Ценовая конкуренция	Нет	Ограниченная	Ограниченная	Нет
Неценовая конкуренция	Да	Да	Да	Нет
Примеры рынков	*С/х рынки, фондовые биржи, Форекс (международный валютный рынок)*	*Рынок пищевой промышленности, фармацевтический рынок, рынки одежды, обуви,*	*Автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов*	*Местные телефонные компании, предприятия ЖКХ, метрополитен*

© http://www.galyautdinov.ru