

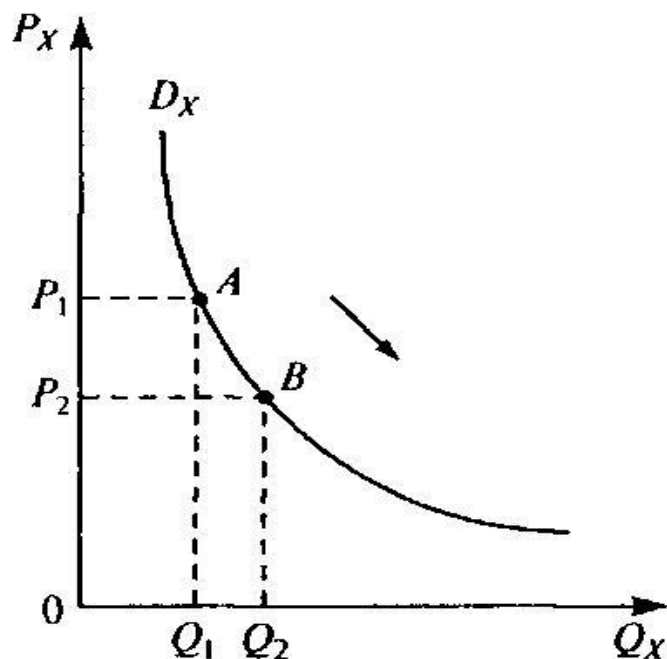
## III. Спрос. Предложение. Цена

Совокупность отношений товарного обмена устанавливающих непосредственные связи между производителями и потребителями, называется **рынком**.

Основными параметрами рынка являются - **Спрос, предложение, цена**.

# Теория спроса.

Спрос (D) - то количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести при данных ценах, в течении определенного времени.



Кривая спроса

Согласно закону спроса, с увеличением цены спрос на товар падает и наоборот, снижение цены ведет к росту спроса на товар.

# Теория предложения.

Предложение (S) - то количество товаров и услуг, которое продавцы готовы предложить при данном уровне цен в определенный промежуток времени.

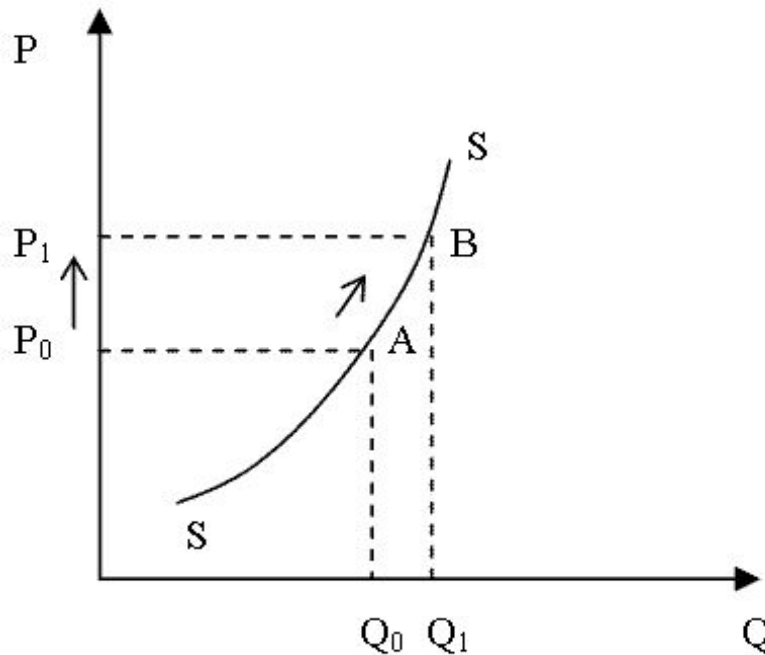


Рис. 1.2.1. Кривая предложения

Согласно закону предложения, при увеличении цены, предложение растёт, а при падении уменьшается.

# Теория равновесия.

Рыночное равновесие - состояние рынка, при котором спрос на товар соответствует его предложению, и ни один хозяйствующий субъект не заинтересован в изменении этого состояния

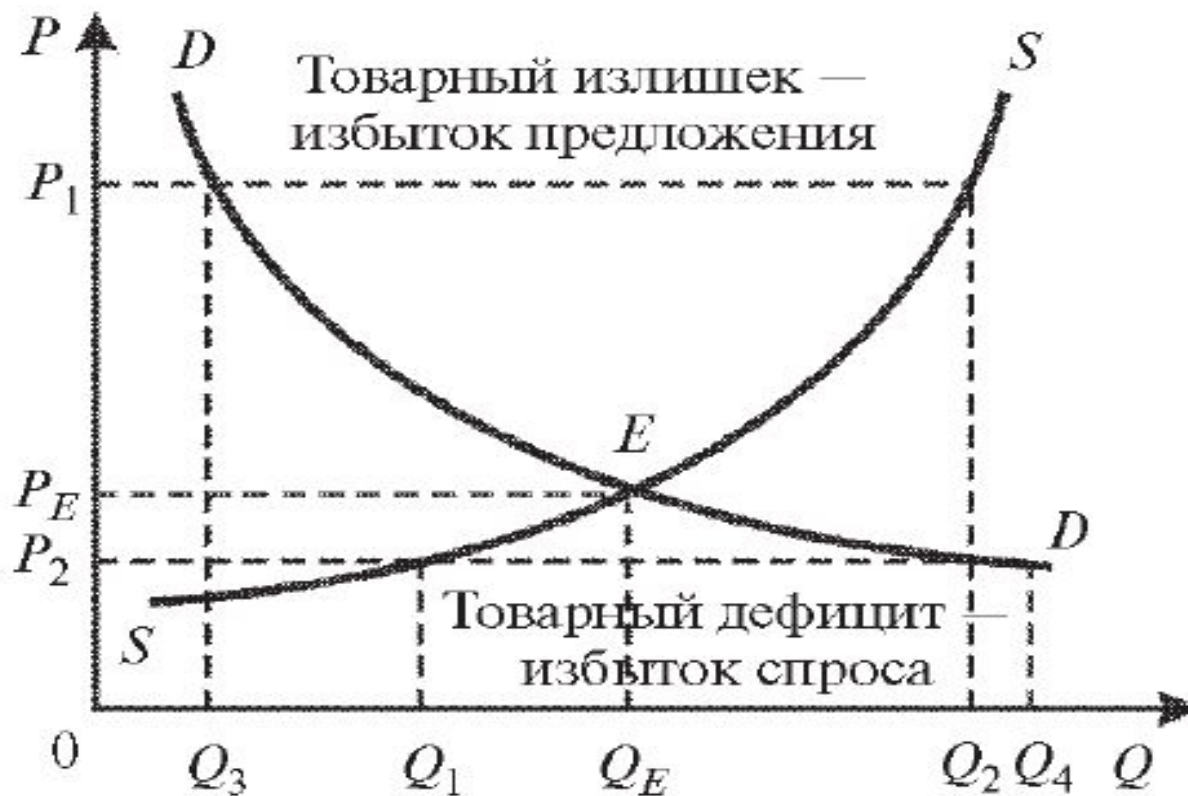


График равновесия на рынке

- При цене равновесной - спрос равен предложению.
- При цене выше равновесной – предложение больше спроса (Возникает излишек)
- При цене ниже равновесной - спрос больше предложения (Возникает дефицит)

# Предприятия в современной экономике.

## Издержки и прибыль.

- I. Объем производства и его показатели.
- II. Издержки производства и их виды.
- III. Доход фирмы и условия равновесия.

Издержки производства- расходы фирмы, связанные с производством товаров и услуг, их величина зависит от объема затраченных ресурсов и их цены.

# Различают:

- Экономические издержки производства (Альтернативные, вмененные, издержки упущенных возможностей).  
Включают в себя: внешние и внутренние издержки.
- Нормальная прибыль - минимальная плата, которой вознаграждаются предпринимательские способности применяемые в данной фирме.
- Бухгалтерская и экономическая прибыль.

- Бухгалтерская - разность между общей выручкой от реализации продукции и внешними издержками производства.
- Экономическая – Разность между общей выручкой от реализации продукции и всеми экономическими издержками включая внешние, внутренние и нормальную прибыль.

Издержки делятся на краткосрочный и долгосрочный период.

В краткосрочном периоде факторы производства остаются постоянными.

В долгосрочном периоде фирма может внести изменения во все факторы производства.



# Совершенная и несовершенная конкуренция.

- I. Теория потребительского поведения
- II. Конкуренция и ее функции
- III. Совершенная конкуренция
- IV. Виды несовершенной конкуренции
- V. Антимонопольная деятельность государства

Потребительское поведение- процесс формирования спроса отдельного потребителя на различные товары и услуги.

Потребительский выбор- выбор максимизирующий совокупную разность в условиях ограниченности ресурсов.

Рационально потребительское поведение предполагает, что потребитель максимизирует абсолютную потребность в условиях существующего у него бюджетного ограничения.

# Конкуренция и ее функции.

## Функции конкуренции:

1. Эффективное распределение ограниченных ресурсов, в соответствии с потребностями общества.
2. Стимулирование эффективности производства.
3. Распределение доходов в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов производства.
4. Установление равновесной рыночной цены.

## Конкуренция бывает:

- Добросовестная - ведет к выигрышу потребителя и выражается в повышении качества продукции, снижении издержек производства.
- Недобросовестная - укрепление рыночного положения фирмы за счет использования нерыночных методов конкурентной борьбы. В зависимости от степени развитости конкуренций и методов конкурентной борьбы, различают 2 типа рынка: Совершенный и несовершенный

Совершенная конкуренция  $\Rightarrow$  Монополистическая  $\Rightarrow$  Олигополия  $\Rightarrow$

$\Rightarrow$  Монополия

# Совершенная конкуренция.

Для рыночной структуры этого рынка характерно наличие значительного числа продавцов и покупателей.

1. Незначительная доля объема предложения со стороны отдельного продавца.
2. Продажа всеми продавцами стандартной, унифицированной продукции.
3. Одинаковая информация о положении дел на рынке, для всех участников рынка.
4. Мобильность всех ресурсов, предполагающая свободу вступления в отрасль и выход из нее.

Несовершенная конкуренция- тип рыночной структуры, в котором не выполняется хотя бы одно из условий совершенной конкуренции.

Характерная черта	Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Число фирм	1 фирма	3-5 фирм	Неограниченно
Тип продуктов	Уникальный	Стандартизированный	Дифференцированный
Контроль над ценами	Монопольный	Ограниченный взаимозависимостью	Незначительный
Условия вступления в отрасль	Вступление блокировано	Существенные препятствия	Сравнительно легкие
Типичные отрасли	Местные предприятия натурального хозяйства	Металлургия, автомобилестроение, электроника	Пищевая, легкая промышленность, розничная торговля