

Лекция
РЫНОК.
СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

- 1. Рынок как механизм координации.**
- 2. Спрос и величина спроса. Кривая и функции спроса. Ценовые и неценовые факторы.**
- 3. Предложение и величина предложения. Кривая и функции предложения. Ценовые и неценовые факторы.**
- 4. Условия равновесия на рынке потребительских товаров и услуг. Равновесная цена. Устойчивость рынка.**
- 5. Понятие эластичности. Факторы, влияющие на эластичность.**

- ***Рыночная экономика*** – это особая форма организации хозяйства, при которой потребители и производители для решения основных проблем экономики взаимодействуют между собой посредством рыночного механизма.

- *Рынок и рыночная экономика* — это система экономических отношений между людьми, охватывающая процесс производства товаров и услуг по рыночным законам, а также процессы распределения, обмена и потребления по законам рынка (закон стоимости, закон спроса и закон предложения)

Условия возникновения и существования рынка (рынок - *market*):

- Общественное разделение труда и специализация производства
- Обособленность товаропроизводителей как собственников
- Свобода предпринимательства

ПРИЗНАКИ РЫНКА:

- **1. Экономическая самостоятельность** субъектов рыночных отношений: свобода выбора экономической деятельности как предпринимателями, так и наемными работниками; их равноправное партнерство по поводу купли-продажи своих товаров; преобладание развитой системы хозяйственных связей друг с другом.
- **2. Либеральные (свободные) цены:** никто не вправе законом устанавливать рыночные цены.

- 3. **Определяющее влияние потребителя на производителя**; отсутствие дефицита.
- 4. **Конкуренция** как экономический рычаг развития рыночной экономики.
- 5. Обязательное использование по экономическому назначению **рыночной инфраструктуры**: банков, бирж, страховых компаний
- 6. Превращение национальной экономики в **открытую систему** с привлечением иностранного капитала и участием в международных экономических организациях.

Функции рынка:

- 1. Рынок опосредует разделение труда между производителями различных товаров и услуг.
- 2. Информационная функция.
- 3. Стимулирующая функция
- 4. Санирующая функция

Функции рынка

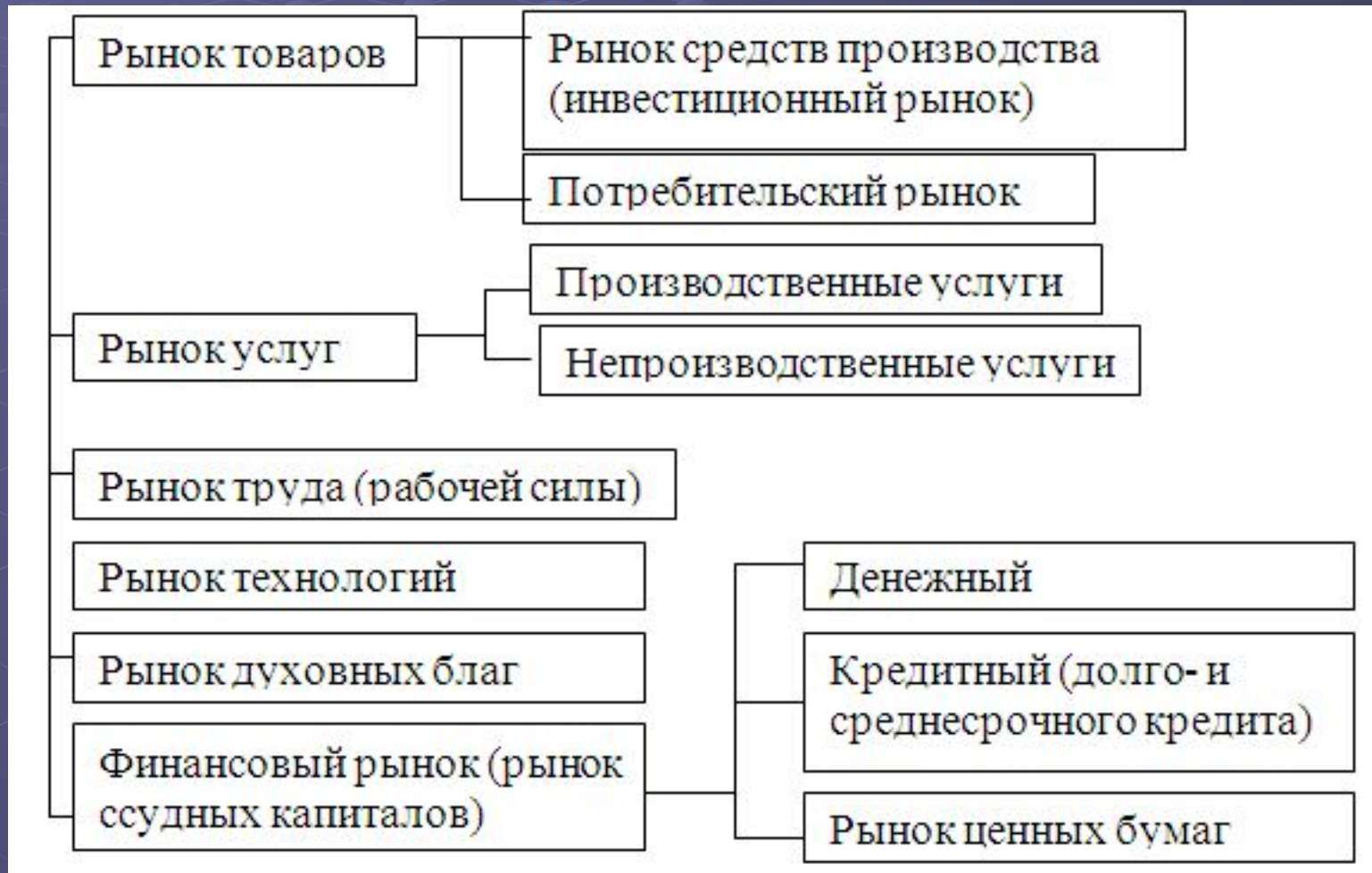
- Посредническая
между производителями и потребителями
- Ценообразование
реализуется в ходе конкуренции и установления равновесной цены
- Информационная
сообщает о размерах производства и удовлетворении потребительского спроса
- Регулирующая
перетекание капитала из менее выгодных областей в более выгодные
- Санирующая
освобождение экономики от неэффективной хозяйственной деятельности

Структура рынка

по территориальному признаку

- *Местный* рынок (в пределах города, села)
- *Региональный* (например, рынок Красноярского края)
- *Национальный* рынок (внутренний, страновой, т.е. в пределах страны)
- *Континентальный* (например, австралийский)
- *Мировой* (всемирный, планетарный)

Структура рынка по объектам купли-продажи



Структура рынка по характеру конкуренции и ценообразования

Модель рынка				
Характерная черта	Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм	Очень большое число	Много	Несколько	Одна
Тип продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	<u>Уникальный</u> ; нет близких заменителей
Контроль над ценой	Отсутствует	<u>Некоторый</u> , но в довольно узких рамках	<u>Ограниченный</u> взаимной зависимостью; значительный при тайном сговоре	Значительный
Условия вступления в отрасль	Очень легкие, препятствия отсутствуют	Сравнительно легкие	Наличие существенных препятствий	Блокировано
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Значительный упор на рекламу, торговые знаки, торговые марки и т.д.	Очень <u>типична</u> , особенно при дифференциации продукта	Главным образом реклама связи фирмы с общественными организациями
Примеры	Сельское хозяйство	Розничная торговля, производство одежды, обуви	Производство стали, автомобилей, сельскохозяйственного инвентаря, многих бытовых электроприборов	Местные предприятия общественного пользования

Конкуренция

Ценовая

конкуренция

снижение цены за
аналогичную
продукцию по
сравнению с
другими
конкурентами

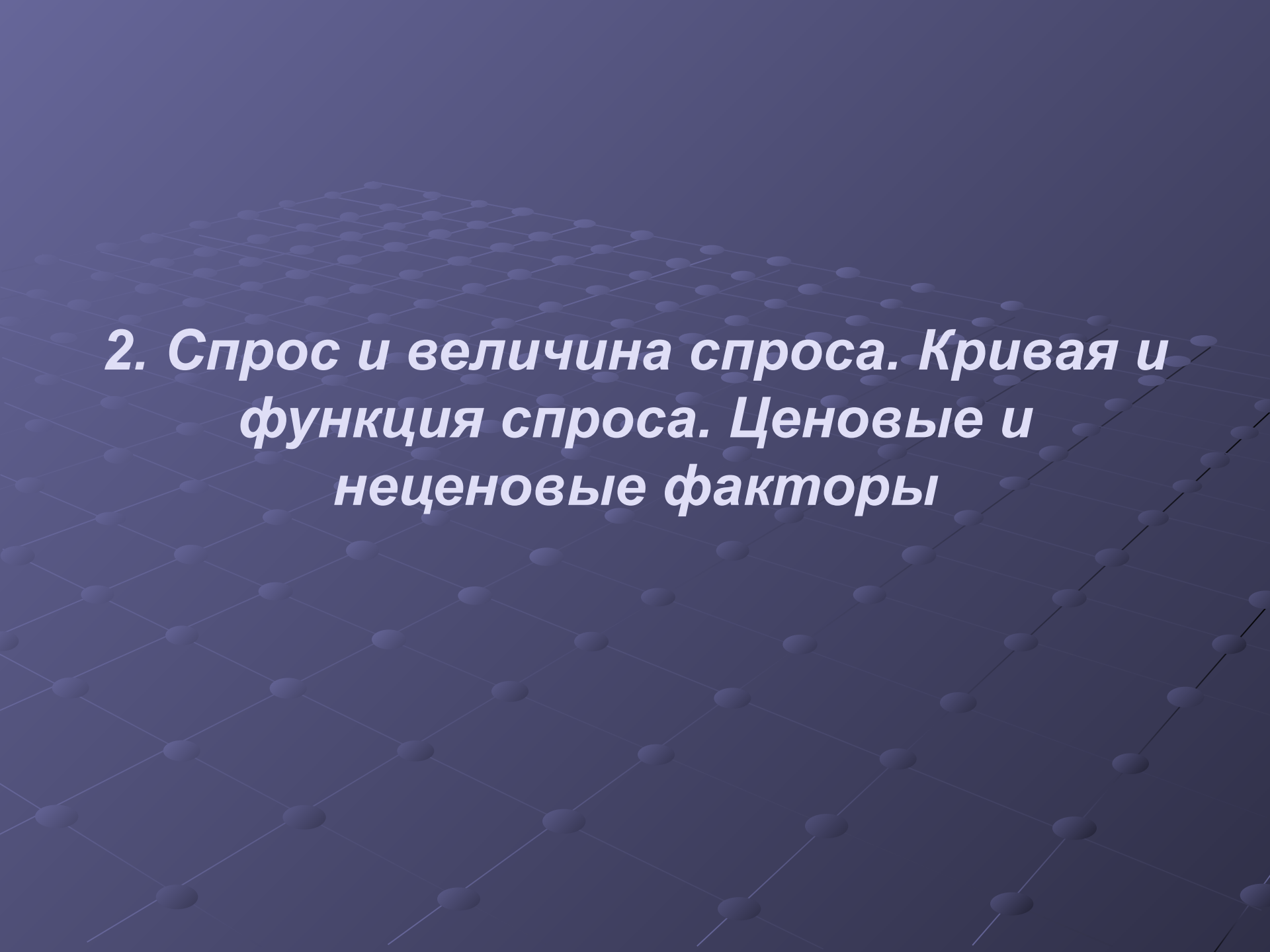
Неценовая

конкуренция

борьба за высокое
качество, широкая
реклама и т.д.

Элементы рынка:

1. **Спрос**
2. **Предложение**
3. **Цена**
4. **Конкуренция**



2. *Спрос и величина спроса. Кривая и функция спроса. Ценовые и неценовые факторы*

Как экономическая категория,
*Спрос demand (d) – это
платежеспособная
потребность.*

Величина (объем спроса) – Q_d –
это количество товара, которое
потребитель хочет и может
приобрести по определенной
цене за определенный период

Закон спроса (law of demand).

выявляет причинно обусловленную зависимость платежеспособности покупателя от изменения цен на рынке.

Его сущность: *при прочих равных условиях спрос изменяется в обратной зависимости от цены.*

Термин «*при прочих равных условиях*» означает, что все другие факторы, или переменные, рассматриваются как неизменные величины, или константы.

Кривая спроса (*demand curve*)

показывает, какое количество
экономического блага
готовы приобрести
покупатели по разным
ценам в данный момент

$$Q_d = a - b \cdot P$$

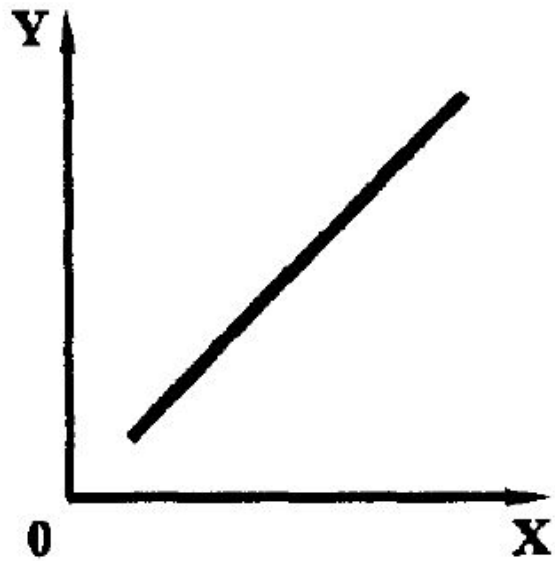
Где:

P (price) – цена спроса,

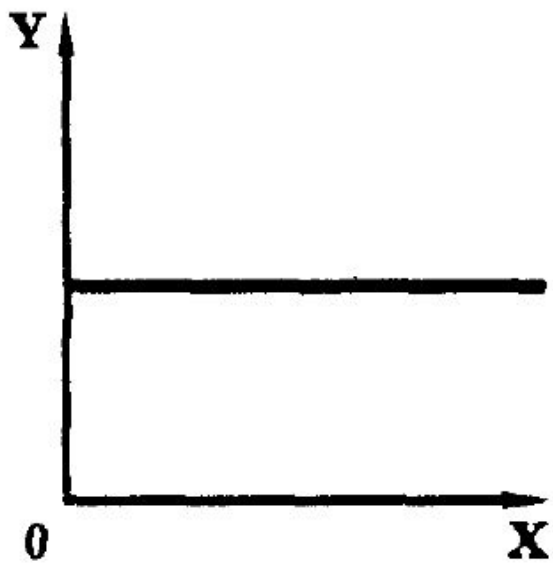
Q (quantity) – количество, величина
(объем) спроса,

d (demand) – спрос.

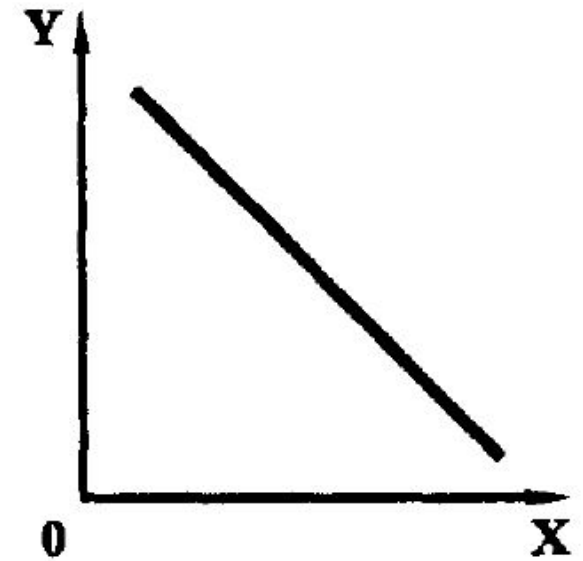
Положительный наклон



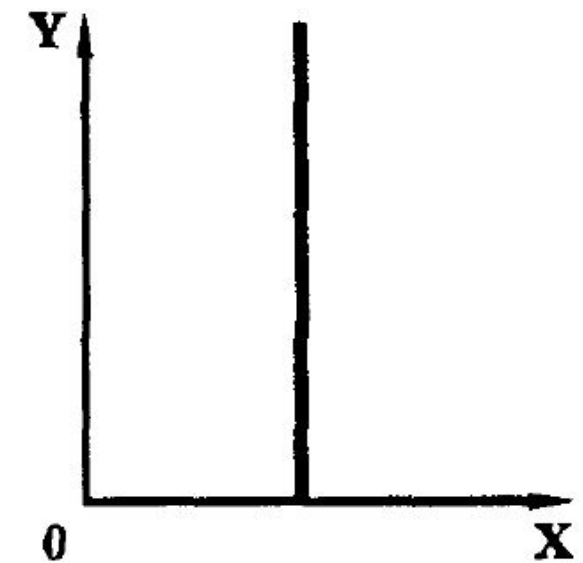
Наклон = 0



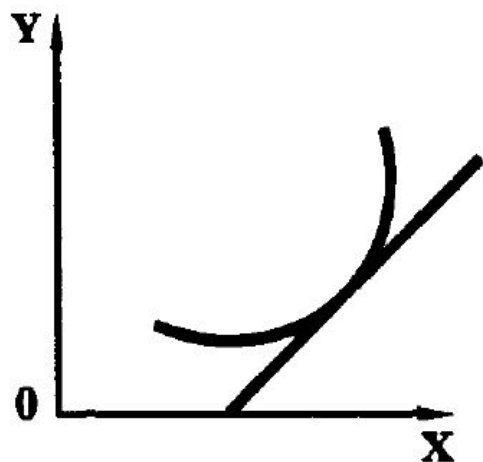
Отрицательный наклон



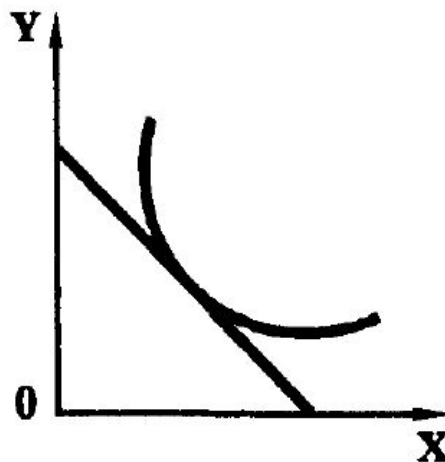
Наклон = ∞



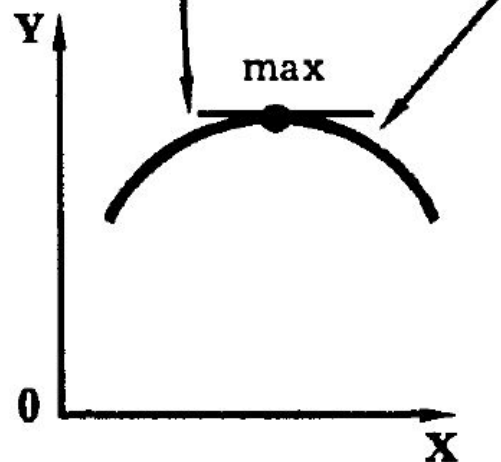
Положительный наклон



Отрицательный наклон



Положительный наклон



Отрицательный наклон

Отрицательный наклон



Рис. 1—11. Определение наклона кривых

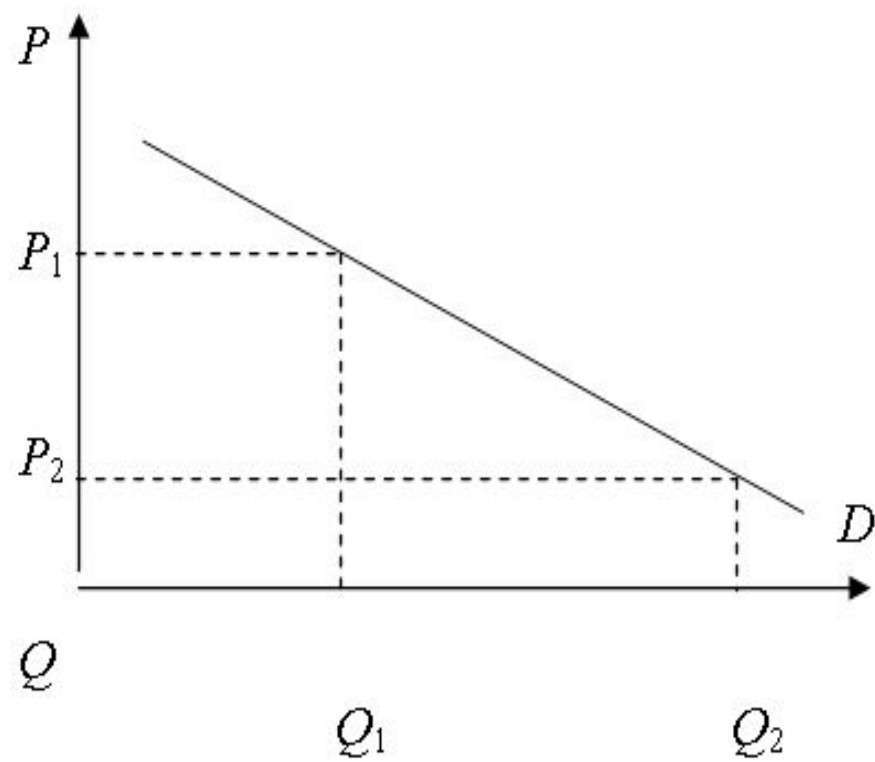
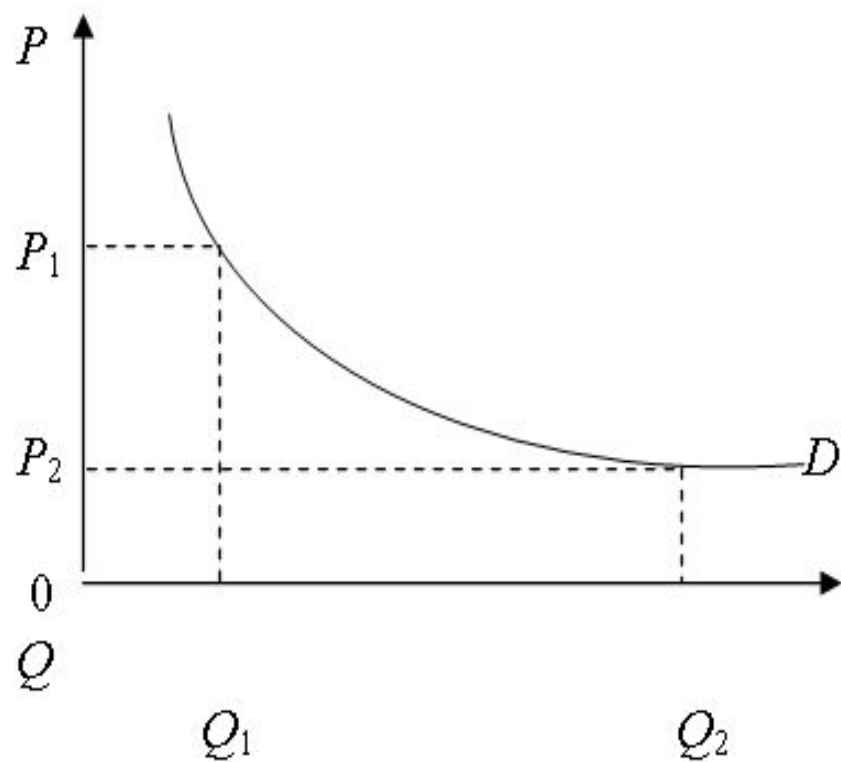
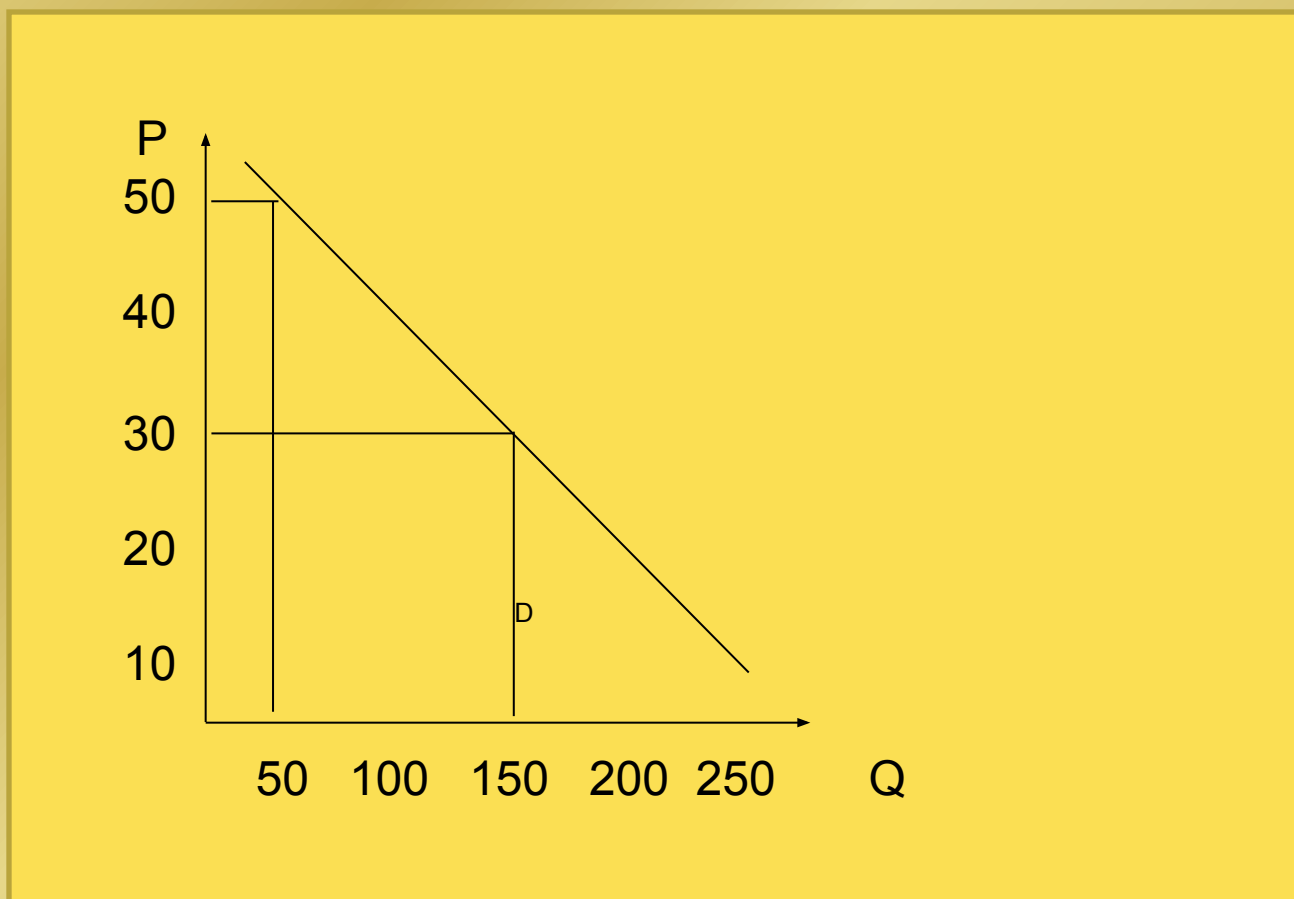


Рис. 1. Графики кривой спроса:
 P – цена, Q – количество приобретаемого товара

- Пример: $Q_d = 300 - 5P$

Цена (P), руб.	Объем спроса (Qd), ед.
10	250
20	200
30	150
40	100
50	50

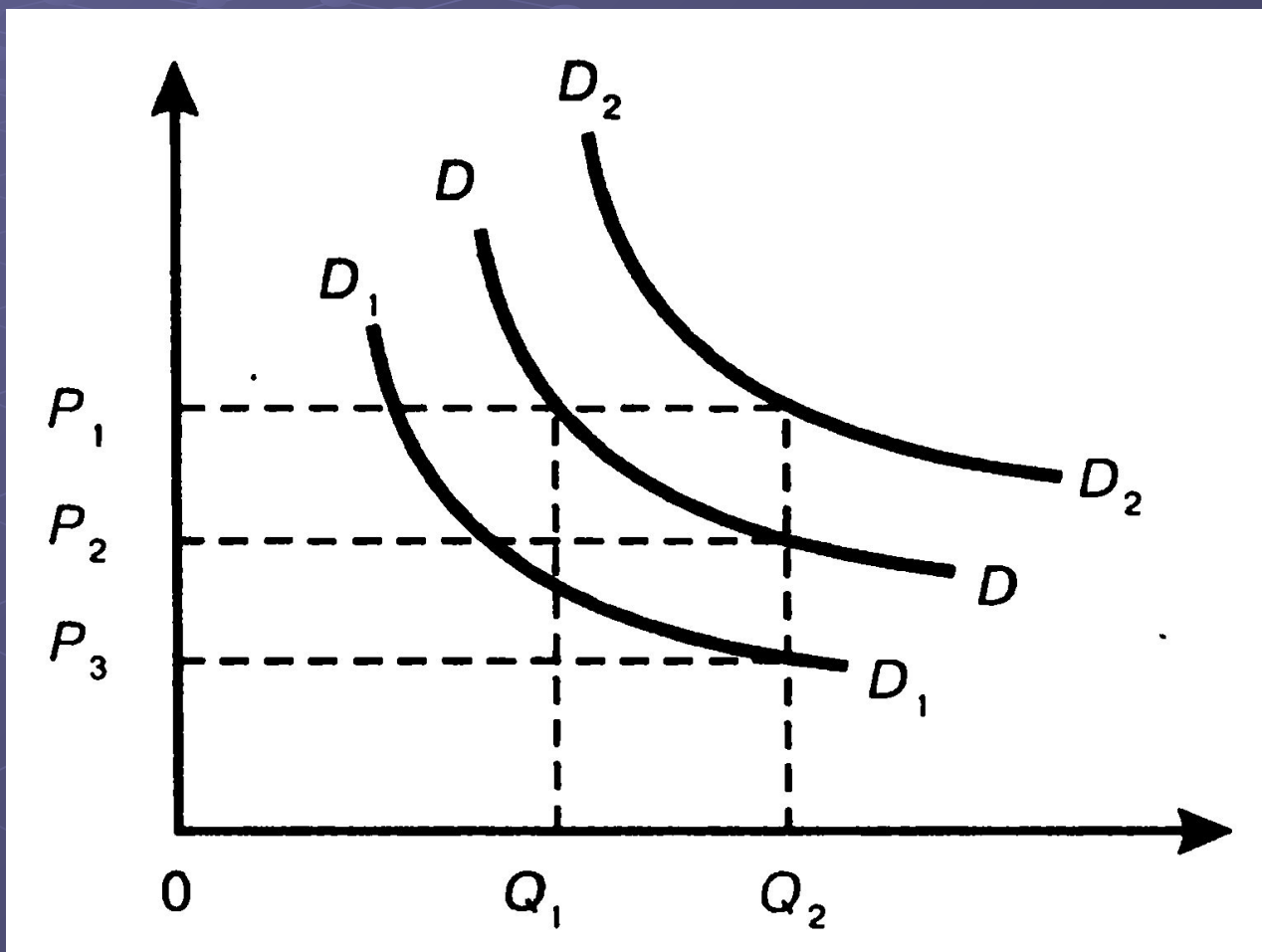
График индивидуального спроса на отдельный товар



К неценовым факторам относятся:

- 1. Изменения в доходах населения.
- 2. Изменения в структуре населения.
- 3. Изменение цен на другие товары.
- 4. Изменение вкусов потребителей, моды, привычек, а также другие факторы, не связанные с ценой.

Изменение положения кривой спроса под влиянием неценовых факторов



3. Предложение и величина предложения. Кривая и функция предложения. Ценовые и неценовые факторы

Предложение (supply) – это
желание и способность
продавцов предоставлять
товары для продажи на рынке.

- **Суть закона предложения** (*law of supply*): при прочих равных условиях предложение изменяется в прямой зависимости от изменения цены, т.е. по мере роста цены производители предлагают к продаже большее количество товаров и услуг, а по мере их падения – меньшее.

- **Кривая предложения**

(*supply curve*) – кривая, которая показывает, какое количество благ готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени; она имеет положительный наклон, свидетельствующий о реакции производителей на рыночные стимулы.

Функция предложения (*supply function*)

$$Q_s = a + b * P$$

Где:

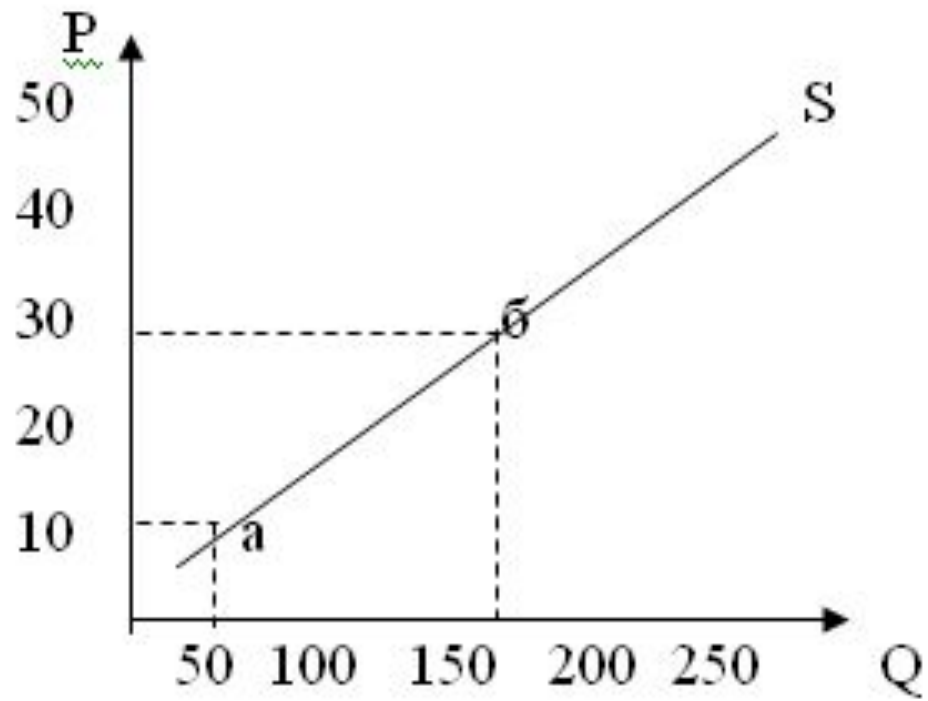
S (supply) – предложение,

P(price) – цена предложения,

Q(quantity) – количество, величина
(объем) предложения

Пример: $Q_s = 5P$

Цена, руб.	Объем предложения, ед.
10	50
20	100
30	150
40	200
50	250



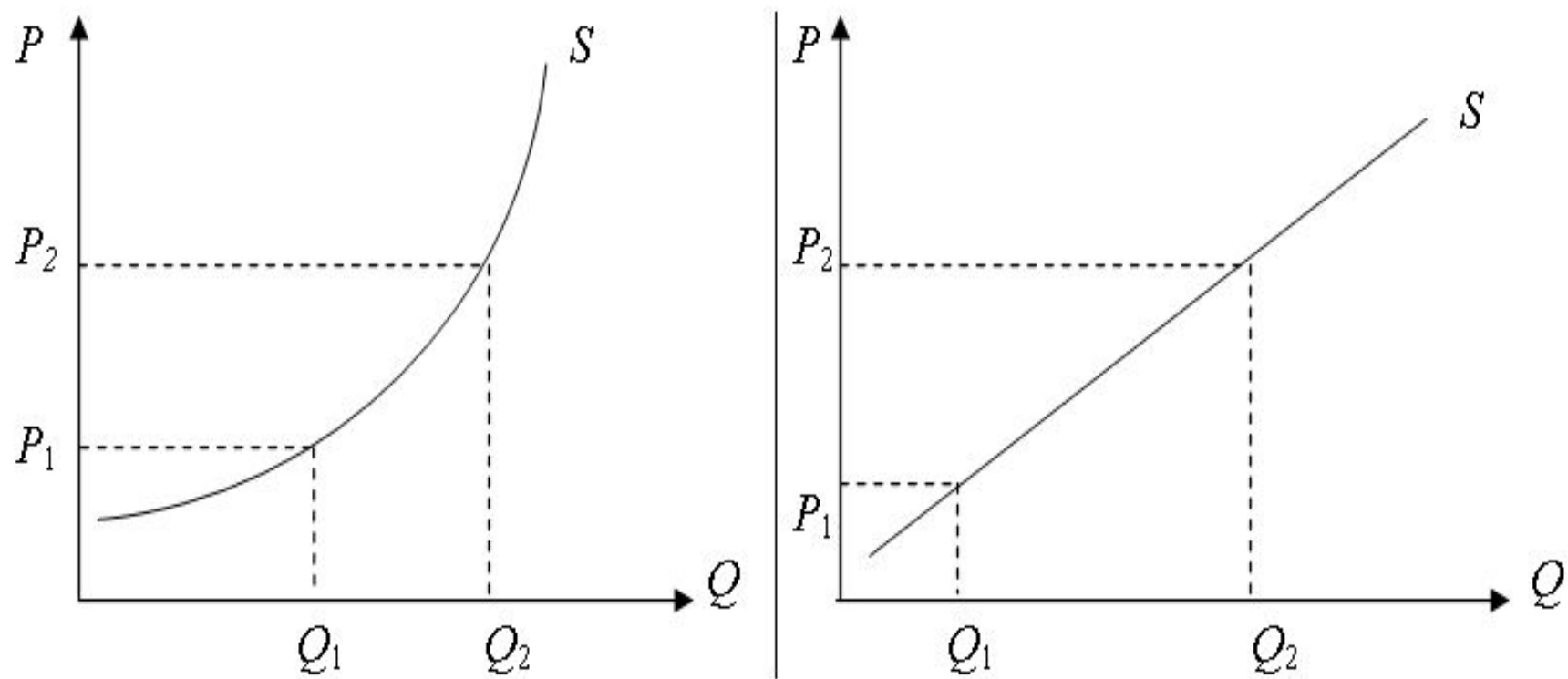
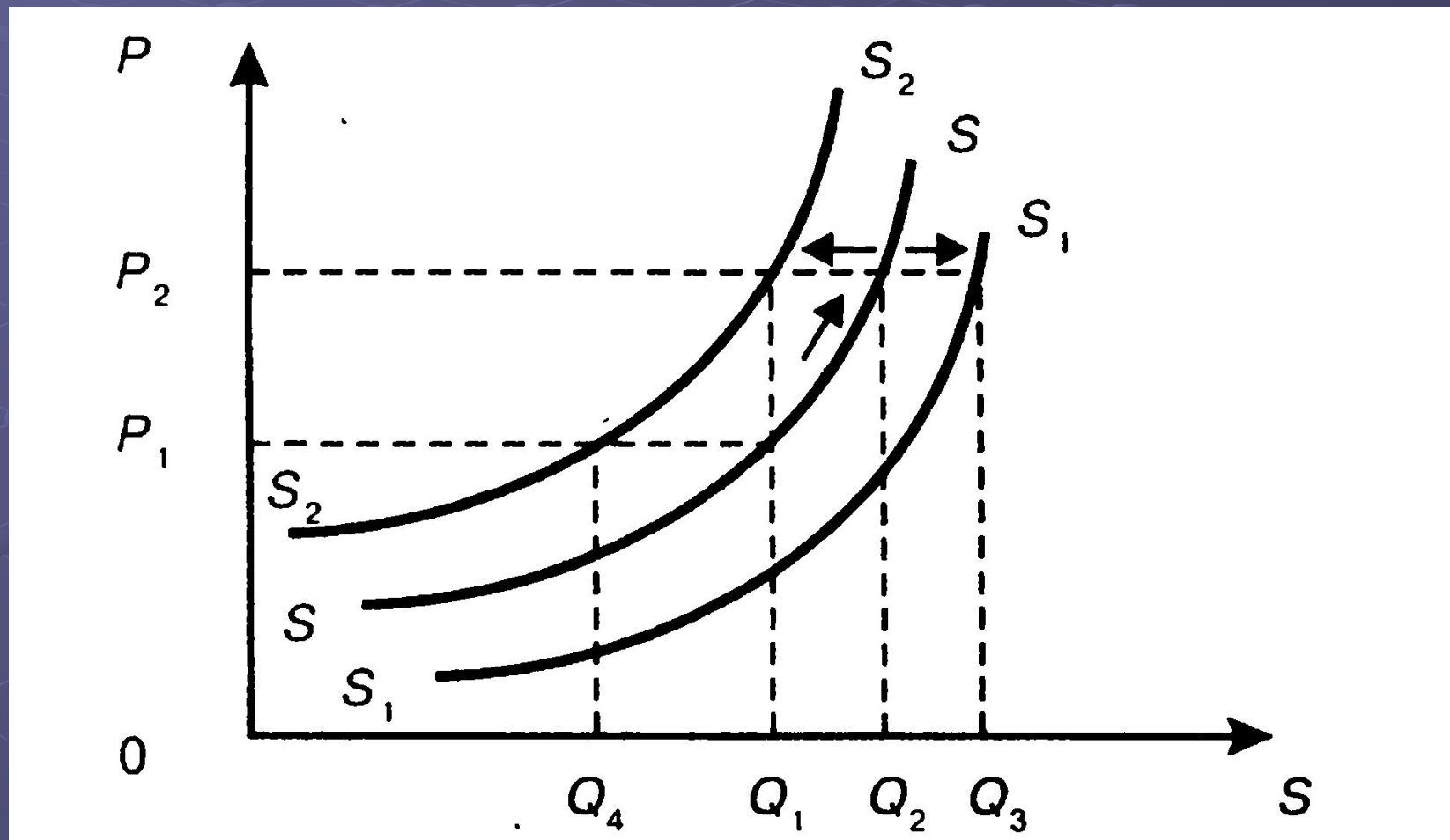


Рис. 2. Кривая предложения

Неценовые факторы:

- 1. Цены на ресурсы
- 2. Налоги и субсидии.
- 3. Количество продавцов на рынке.
- 4. Природные катастрофы, войны.

Изменение положения кривой предложения под влияние неценовых факторов

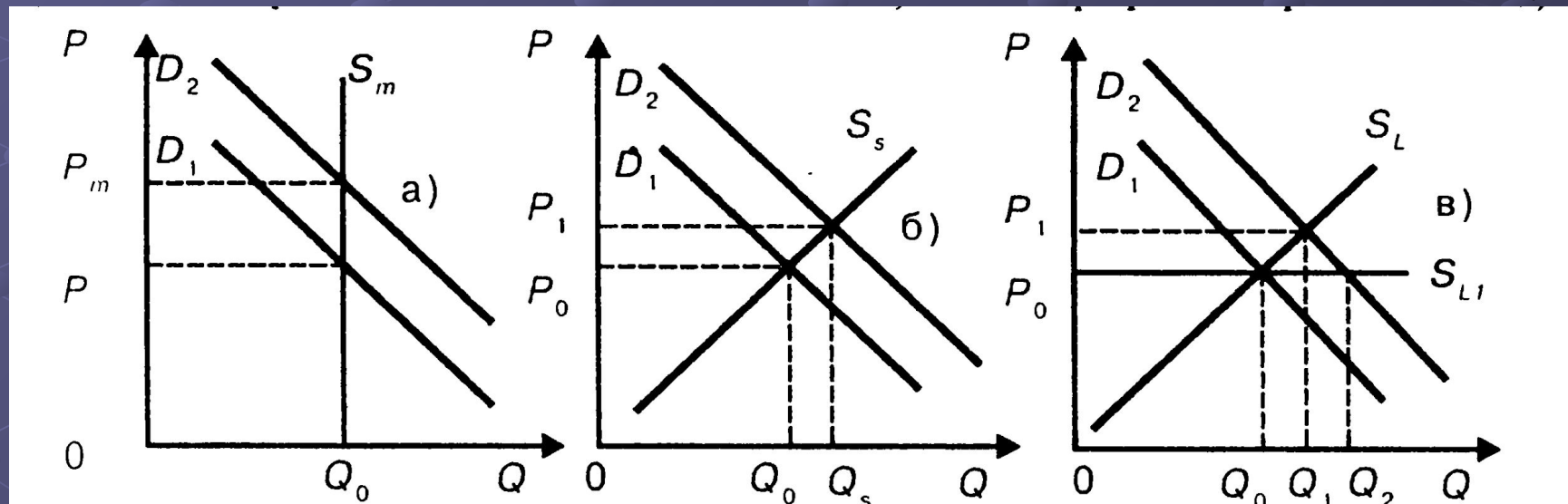


Для понимания функции предложения имеет значение фактор времени.

Различают рыночные периоды:

- Кратчайший (мгновенный)
- Краткосрочный (среднесрочный)
- Долгосрочный (длительный)

Изменение цен и объема предложения в кратчайший (а), короткий (б) и длительный (в) периоды



***4. Условия равновесия на
рынке потребительских
товаров и услуг. Равновесная
цена. Устойчивость рынка***

Равновесие (equilibrium) – ситуация, когда планы покупателей и продавцов на рынке полностью совпадают, т. е. при данной цене величина предложения равна величине спроса

$$P_d = P_s = P_e, Q_d = Q_s = Q_e$$

Равновесная цена
(*equilibrium price*) –
цена, уравнивающая
спрос и предложение в
результате действия
конкурентных сил

Функции равновесной цены:

- 1) Информационная
- 2) Нормирующая
- 3) Стимулирующая

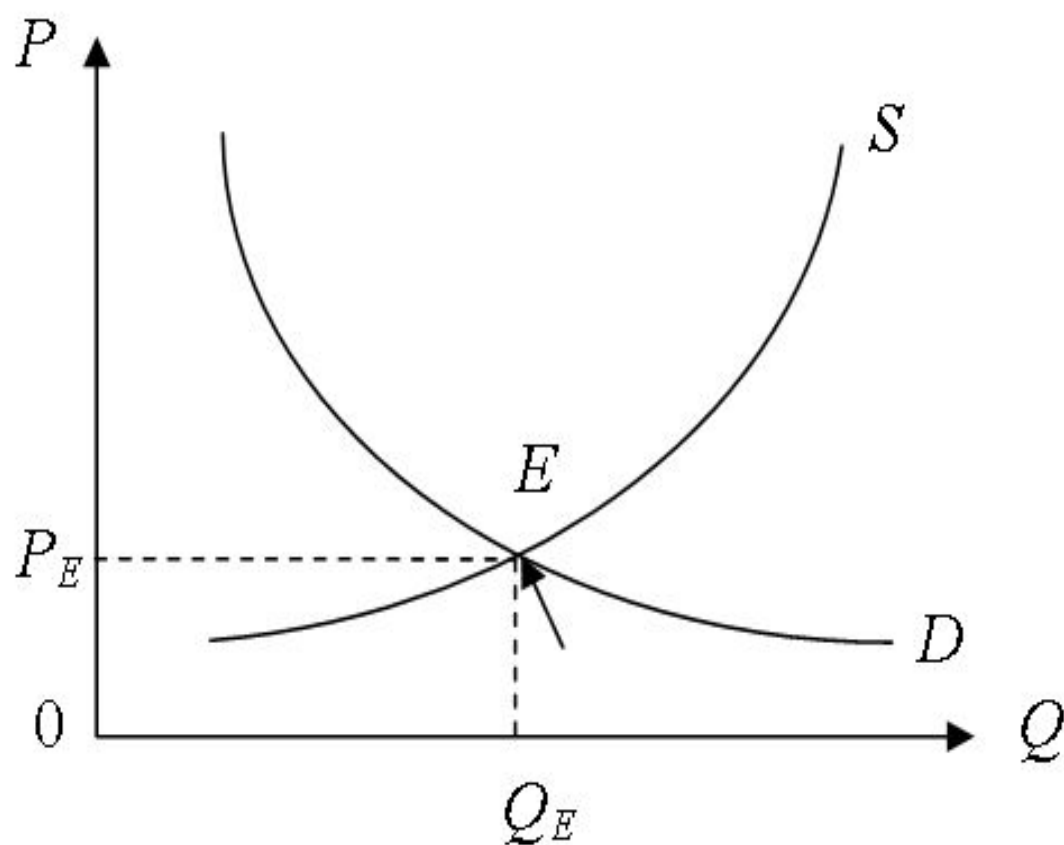
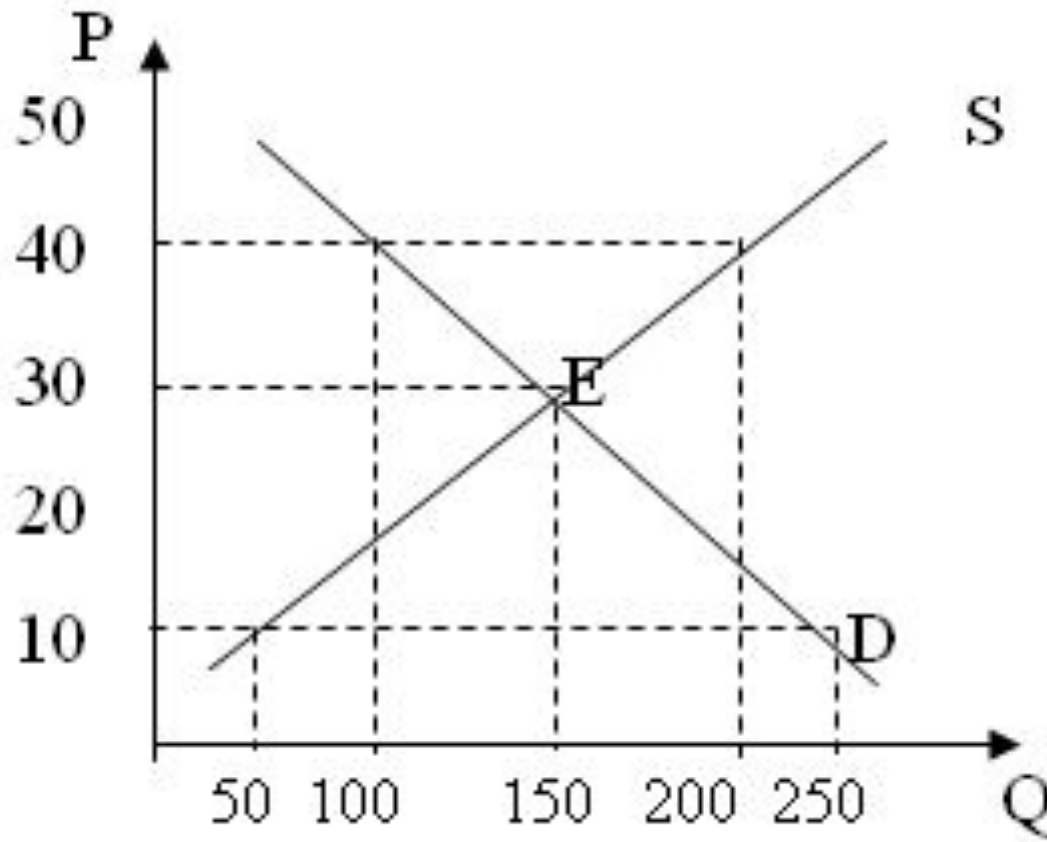


Рис. 3. | Установление равновесной цены и равновесного объема производства в экономике

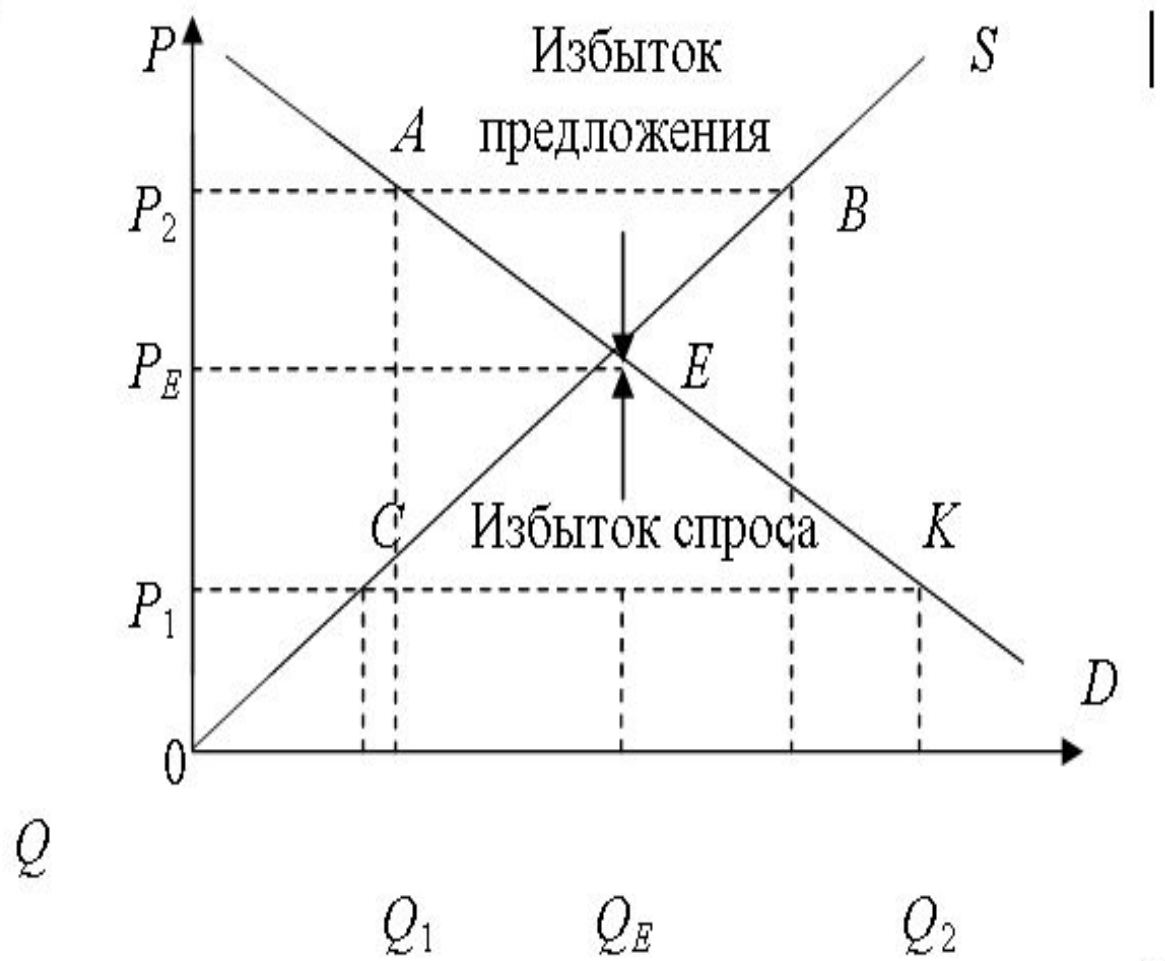
Цена, руб.	Объем спроса, ед.	Объем предложения, ед.
10	250	50
20	200	100
30	150	150
40	100	200
50	50	250

Рыночное равновесие.

Взаимодействие спроса и предложения



⊕



□

Рис. Модель формирования равновесной цены по Л.Вальрасу

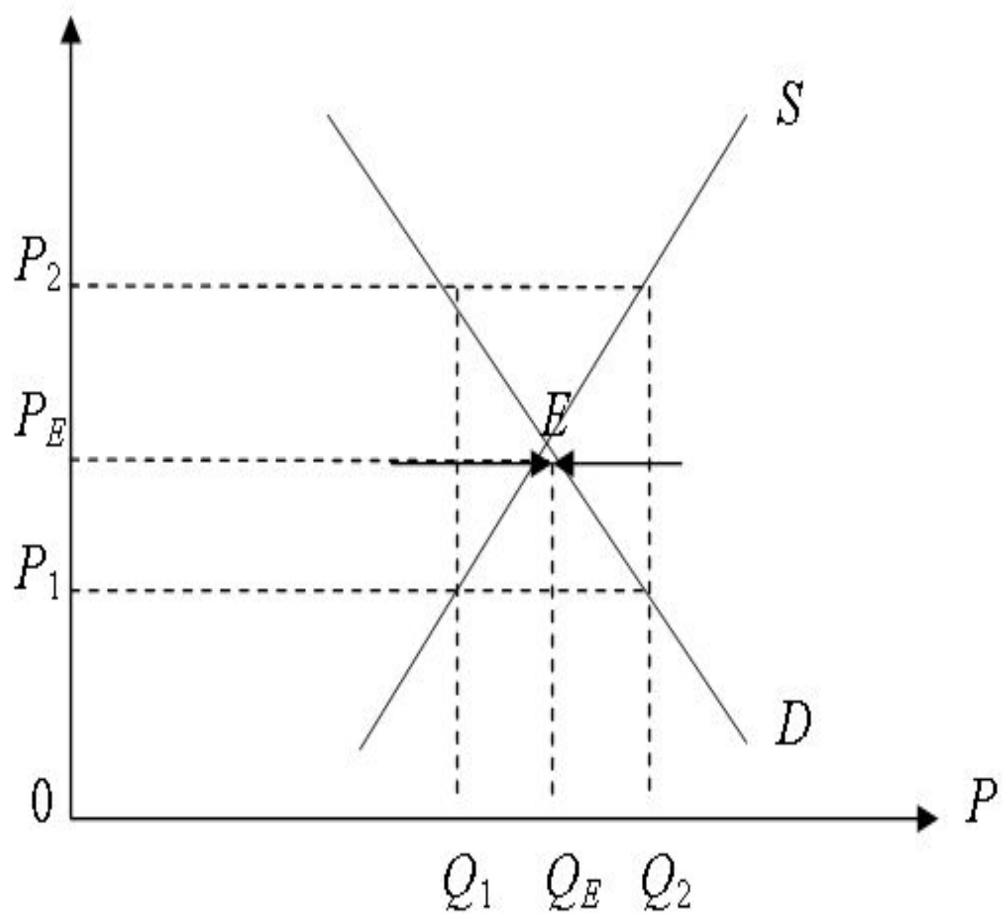



Рис. Модель формирования равновесной цены по А. Маршаллу



**5. Понятие эластичности.
Факторы, влияющие на
эластичность**

Эластичность –

**мера реакции одной
переменной на изменение
другой, выраженная как
отношение их процентных
изменений**

Эластичность спроса:

- эластичность спроса по цене*
- эластичность спроса по доходу*
- перекрестная эластичность*

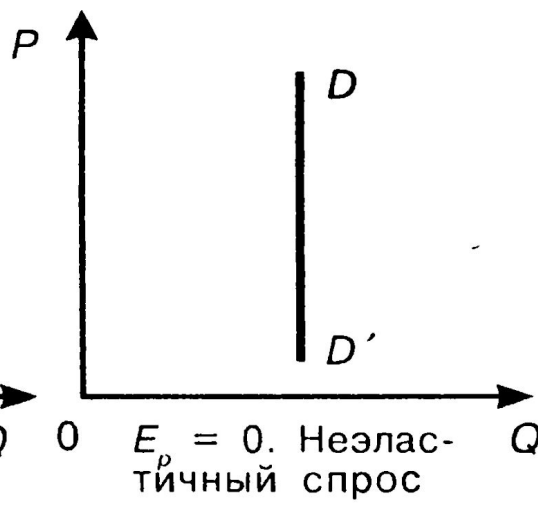
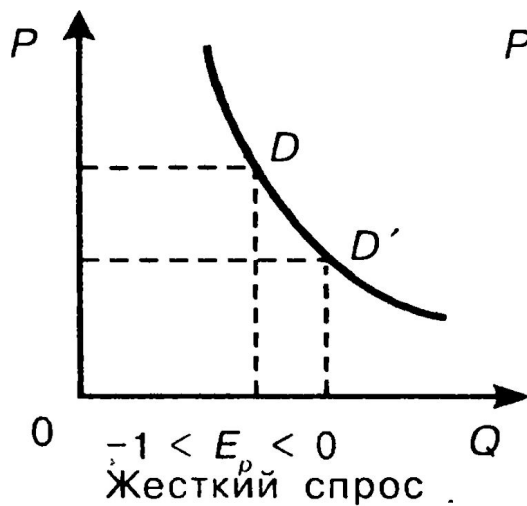
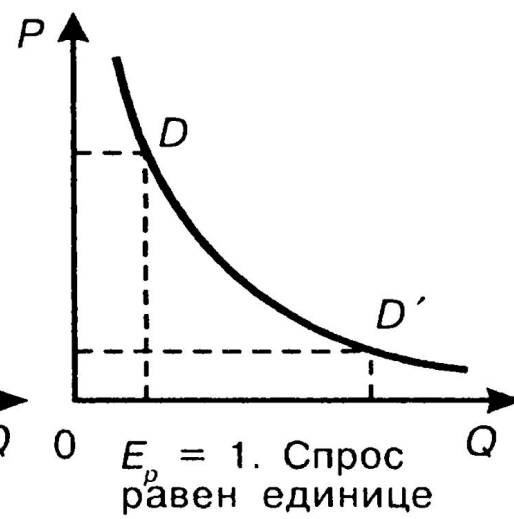
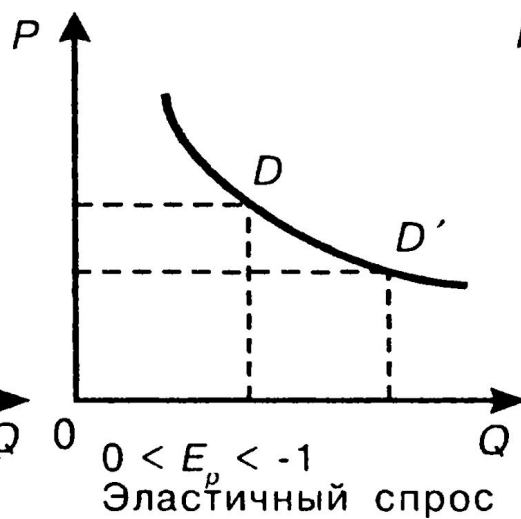
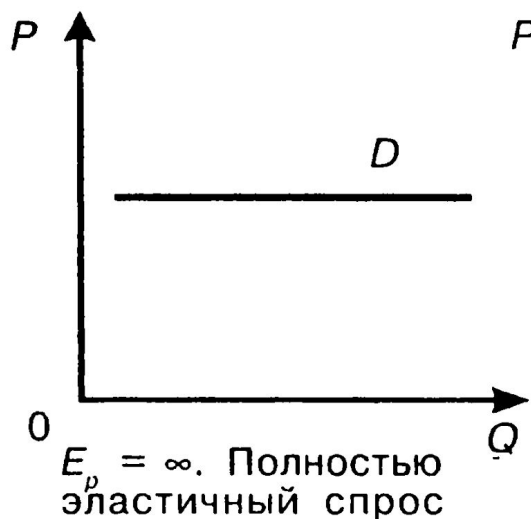
Степень чувствительности спроса к изменению цены называется *ценовой эластичностью спроса*. Она определяется по формуле:

$$E_{DP} = \frac{\Delta Q_D}{Q_D} \cdot 100\% : \frac{\Delta P}{P} \cdot 100\%,$$

где E_{DP} – коэффициент эластичности спроса по цене;
 ΔQ_D – измененный объем спроса, ΔP – изменение цены.

Основные формы эластичности	Значение эластичности	Выручка	Цена товара, услуги
Абсолютно эластичный спрос	$Ed = \infty$	↑	цена не зависит от спроса
Эластичный спрос	$Ed > 1$	↑	
Единичная эластичность	$Ed = 1$	не изменяется	не изменяется
Неэластичный спрос	$Ed < 1$	↓	↓
Нулевая эластичность (абсолютно неэластичный спрос)	$Ed = 0$	↑	спрос не зависит от цены

Зависимость формы кривой спроса от эластичности спроса



Точечная эластичность может быть определена, если провести касательную к кривой спроса. Наклон кривой спроса в любой своей точке, как известно, определяется значением тангенса угла касательной с горизонтальной осью (рис. 5.23).

$$E_p^D = |\Delta Q/Q| / (\Delta P/P) = - (\Delta Q/\Delta P) \times (P/Q).$$

Значение точечной эластичности обратно пропорционально тангенсу угла наклона.

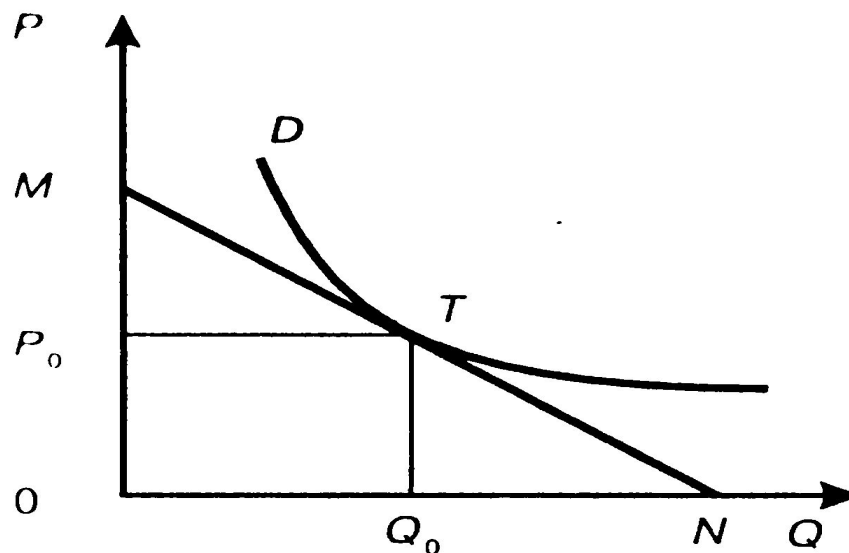
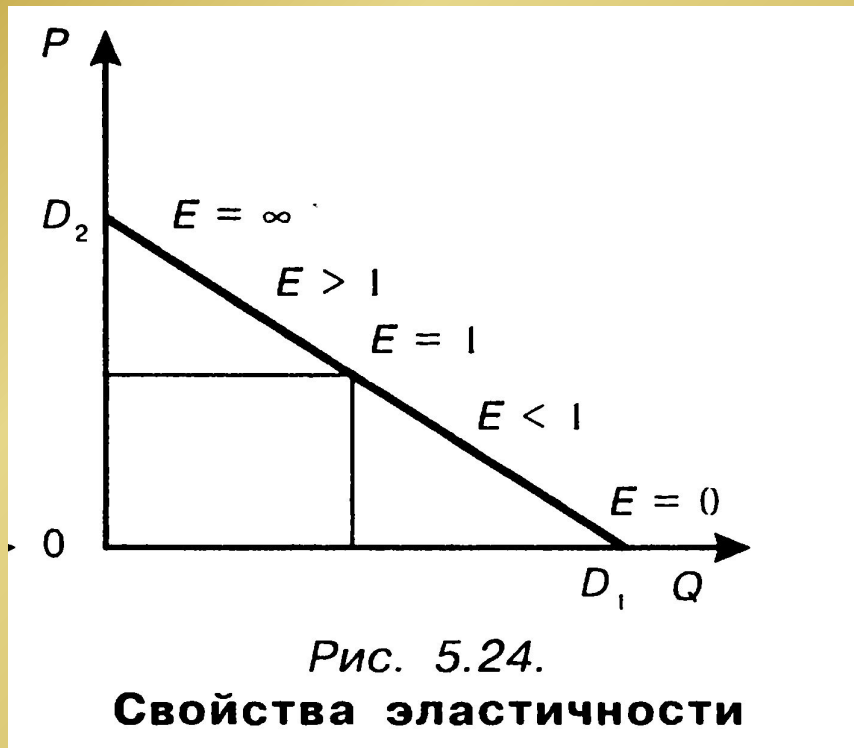


Рис. 5.23.

Точечная эластичность

Дуговая эластичность — показатель средней реакции спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке D_1D_2 :

$$E_p^D = - (\Delta Q / \Delta P) \times (P / Q) = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times \\ \times [0,5(P_2 + P_1) / 0,5(Q_2 + Q_1)] = \\ = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times [(P_2 + P_1) / (Q_2 + Q_1)].$$



Эластичность спроса по доходу (E_{DJ}) – отношение процентного изменения объема спроса на товар и процентному изменению дохода, т.е.

$$E_{DJ} = \frac{\Delta Q_d}{Q_d} \cdot 100 \% : \frac{\Delta J}{J} \cdot 100 \%,$$

где, ΔJ – измененный доход.

Перекрестная эластичность ($E_{D_{AB}}$) – процентное изменение спроса на товар (A) относительно изменения цен на товар (B):

$$E_{D_{AB}} = \frac{\Delta Q_A}{Q_A} \cdot 100 \% : \frac{\Delta P_B}{P_B} \cdot 100 \%$$

Формы перекрестной эластичности

Положительная

свойственна взаимозаменяемым товарам

С ростом цены одного товара количество другого товара, на который предъявляется спрос, растет (рост цен на одну марку автомобиля повышает спрос на другую)

Отрицательная

свойственна взаимодополняющим товарам

С ростом цены одного товара потребление другого падает (бензин — автомобиль)

Нулевая

свойственна товарам, не являющимся ни взаимодополняемыми, ни взаимозаменяемыми

Рост цен на один товар никак не связан ни с потреблением, ни с изменением спроса на другой товар

Степень изменения объема предложения в зависимости от увеличения цены характеризует *эластичность предложения*.

$$E_s = \frac{\Delta Q_s}{Q_s} \cdot 100\% \frac{\Delta P}{P} \cdot 100\%,$$

где ΔQ_s – измененная величина предложения.

Цена



Цена спроса:

максимальная цена,
по которой покупатель
может купить товар

Цена предложения:

минимальная цена, по
которой продавец
может продать товар

Рыночная цена:

- цена, при которой объем спроса равен объему предложения
 - не должна опускаться ниже цены предложения
 - не должна подниматься выше цены спроса

СТОИМОСТЬ



Потребительская

СТОИМОСТЬ:

полезность вещи, ее
способность
удовлетворить ту или
иную потребность

Меновая

СТОИМОСТЬ:

количественное
отношение, в котором
обмениваются товары

Конкуренция

Ценовая конкуренция

снижение цены за
аналогичную
продукцию по
сравнению с другими
конкурентами

Неценовая конкуренция

борьба за высокое
качество, широкая
реклама и т.д.

Рынок, на котором только один продавец, где покупатель вынужден платить назначенную цену

Монополия

Олигополия	Рынок, на котором преобладают несколько крупных фирм
Картель	Предприятия одной отрасли заключают соглашение о ценах, рынках сбыта и т.д.
Синдикат	Предприятия одной отрасли сохраняют собственность на средства производства, но теряют коммерческую самостоятельность
Концерн	Форма корпорации, имеющая многоотраслевой характер