



SATTAROV.
GROUP

**ОНЛАЙН - КУРСЫ
ПОДГОТОВКИ К ЕГЭ**

**Рынок и
рыночный механизм.
Закон спроса и
предложения**

Рынок -



- **представляет собой способ взаимодействия покупателей и продавцов товаров и услуг, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов.**

Условия возникновения рынка:



- Общественное разделение труда
- Специализация
- Экономическая обособленность субъектов
- Свободный обмен ресурсами

Функции рынка

- Ценообразующая
- Информационная
- Посредническая
- Регулирующая
- Санирующая

Виды рынков:

Неразвитый рынок

- Рыночные отношения носят случайный, эпизодический характер, чаще всего бартерный

Свободный (классический) рынок



- Большое число участников рыночных отношений и конкуренция между ними
- Свободный доступ к любой хозяйственной деятельности
- Мобильность факторов производства
- Наличие у участников информации о рынке
- Однородность одноименных товаров
- Невозможность влияния участников друг на друга неэкономическими методами
- Стихийное установление цен

Регулируемый рынок



- **Результат гуманизации и цивилизации общества. Государство стремится смягчить удары рынка по интересам отдельных членов общества, но не настолько, чтобы свести на нет мотивацию к эффективной хозяйственной деятельности и риску**

Деформированный рынок



- Ограничение доступа к отдельным видам деятельности
- Ограничение движения факторов производства
- Отсутствие самостоятельности в коммерческой деятельности
- Монополизм одной из сторон рыночных отношений
- Отсутствие сбалансированности между спросом и предложением
- Возможности неэкономического давления одних участников рынка на других

Конкуренция



- **Борьба за лучшие условия продаж и покупок, доступ к экономическим ресурсам.**

- **Виды конкуренции (формы структуры рынка) определяются в зависимости от:**
 - 1. Равенства сил экономических агентов, что определяется возможностью продавцов и покупателей влиять на цены и условия продаж**
 - 2. Степени однородности продукта**
 - 3. Наличия барьеров входа на рынок и выхода с него**

1. Совершенная (атомистическая) конкуренции

- ✓ Однородность продукции (обезличенность рынка)
- ✓ Малость и множественность
- ✓ Свобода входа и выхода, отсутствие барьеров
- ✓ Совершенная информированность

Теоретическая модель, аналоги которой в реальной экономической жизни подобрать трудно

2. Монополистическая конкуренция

- ✓ **Множество фирм и покупателей**
- ✓ **Выпускаемая продукция дифференцирована, реально или мнимо отличается рядом потребительских свойств, в то же время товары имеют близкие субституты**
- ✓ **Воздействие продавца на цену, возможно в ограниченных пределах, в которых сохраняется лояльность покупателя привычной марке**
- ✓ **Вход и выход из отрасли свободен, за исключением барьеров, создаваемых приверженностью потребителя марке**
- ✓ **Информация о состоянии рынка относительно доступна продавцам и покупателям**

Наиболее распространенная в реальности модель конкуренции

3. Олигополия

- ✓ **Множество покупателей и малое число фирм, которые могут воздействовать как на цену, так и на объемы продаж**
- ✓ **Выпускаемая продукция может быть как дифференцирована (автомобили, стиральные порошки), так и однородна (металлы, бензин и т.д.)**
- ✓ **Высокие барьеры входа на рынок. (Высокие разовые финансовые затраты при входе на рынок, ограничения в доступе к ресурсам, патенты и т.д.)**

Широко распространена в реальности

4. Монополия

- ✓ **Множество покупателей и единственный производитель товара, не имеющего на рынке близких субститутов**
- ✓ **Барьеры входа на рынок непреодолимы для остальных участников.**
- **Причины появления монополии:**
 - ▣ **Статусная монополия (законодательные ограничения, патенты)**
 - ▣ **Ситуационная монополия (Уникальность природных ресурсов, высокие транспортные издержки)**
 - ▣ **Естественная монополия (При существующем спросе в отрасли эффективен только один производитель)**

Спрос



- *Спрос* – это потребность в товаре, выраженная в денежной форме.
- Количество товара, которое покупатели хотят купить по данной цене называется *величиной (объемом) спроса*.

Детерминанты спроса

● **Величина спроса зависит в первую очередь от цены товара**

● **На спрос воздействуют неценовые факторы, изменяющие характер связи между ценой и величиной спроса:**

- **Предпочтения потребителей**
- **Доходы потребителей**
- **Цены на товары заменители и товары сопряженного спроса**
- **Структура населения**
- **Ожидания ценовых изменений**
- **Налоги и субсидии**

Закон спроса.

Величина спроса на товар увеличивается со снижением цены этого товара, и наоборот, снижается с ростом его цены.

● Эффект замены

Любой товар имеет заменители (субституты). Рост цен заставляет потребителя переходить к относительно более дешевым заменителям, понижение – наоборот, замещать в потреблении данным товаром другие

● Эффект дохода

Снижение цены ведет к росту дохода данного потребителя и подключению к рыночному спросу на данный товар менее обеспеченных покупателей

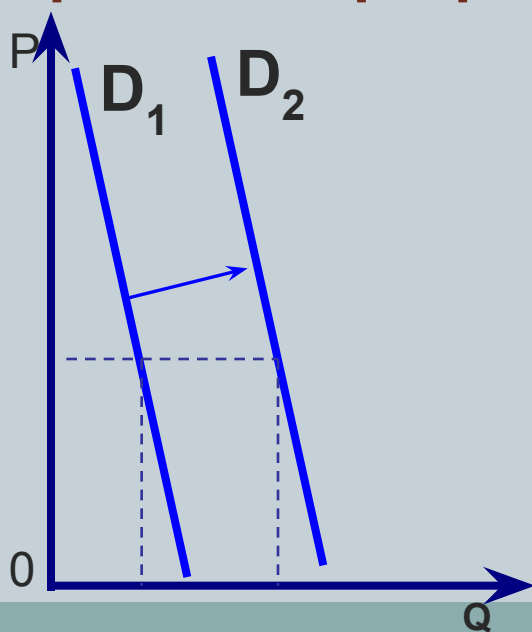
Изменение спроса

Изменение неценовых параметров ведет к *изменению функции спроса*, что на графике отражается не движением вдоль кривой, а сдвигом всей кривой спроса.

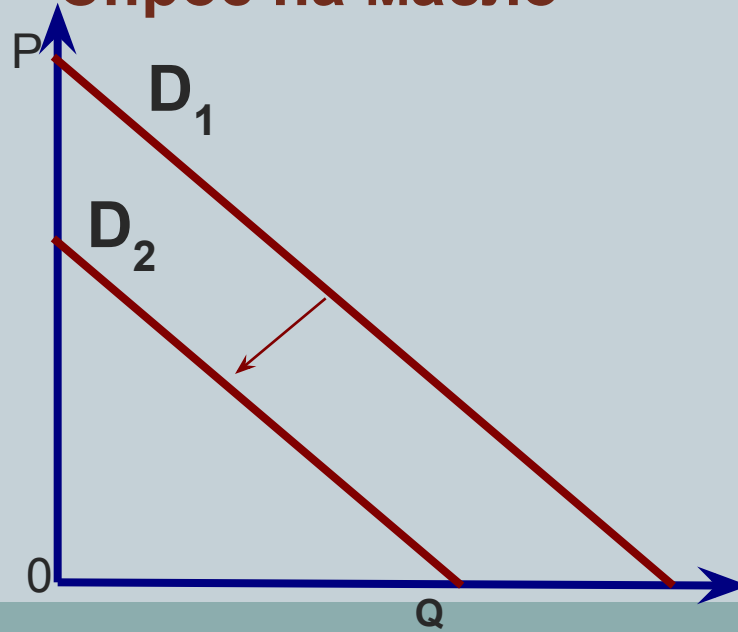
Пример:

Потребителей убедили, что маргарин полезнее масла

Спрос на маргарин



Спрос на масло



Предложение



- **Предложение** — это количество товара, которое хотят и могут предложить на рынок продавцы за определенный промежуток времени при всех возможных ценах на этот товар.
- **Величина (объем) предложения** — это то количество товара, которое производители хотят продать по данной цене.

Детерминанты предложения

- **Величина предложения зависит в первую очередь от цены товара**
- **На предложение воздействуют неценовые факторы, изменяющие характер связи между ценой товара и объемом его предложения:**
 - **Цены на ресурсы**
 - **Применяемые технологии**
 - **Налоги и субсидии**
 - **Численность производителей**
 - **Ожидания ценовых изменений**

**Как правило,
величина предложения товара растет с
ростом его цены и сокращается с ее
снижением.**

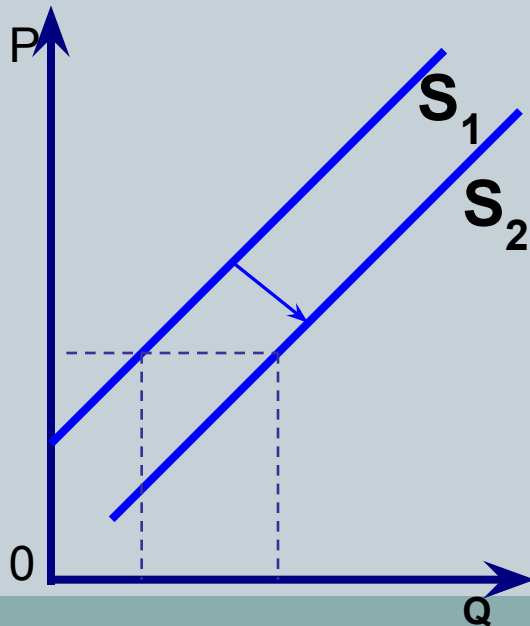
Рост цены на продаваемый товар ведет к тому, что:

- 1) производитель готов нести повышенные издержки, чтобы поставить товар на рынок \Rightarrow он готов увеличивать дополнительно привлекаемые ресурсы, даже при растущих ценах на них**
- 2) Отрасль становится привлекательной для вложений, растет число производителей и увеличивается выпуск за счет замещения выпуска менее выгодных товаров**

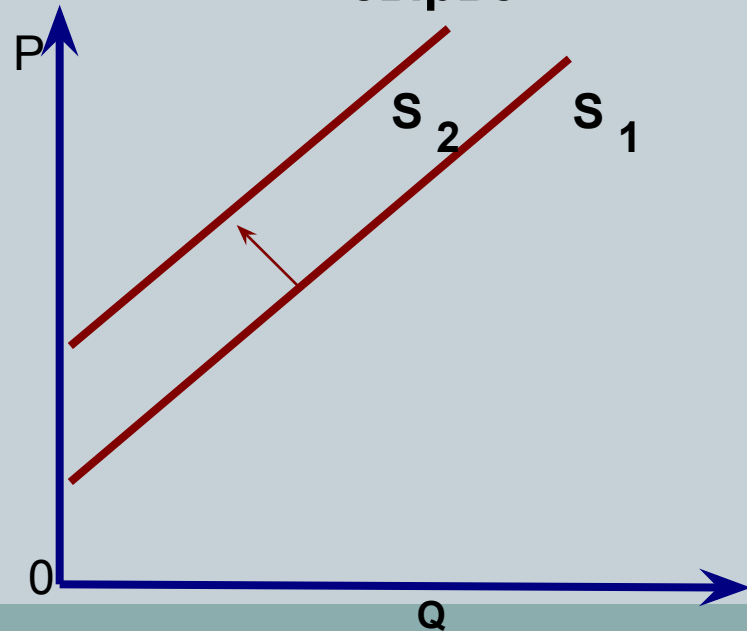
Изменение предложения

- Изменение неценовых параметров ведет к **изменению функции предложения**, что на графике отражается не движением вдоль кривой, а **сдвигом** **всей кривой предложения**.

Внедрение новой технологии,
понижающей издержки



Рост цен на применяемое сырье



Рыночное равновесие



При определенной цене каждого конкретного товара величина спроса на этот товар совпадет с величиной его предложения.

Такая цена (и ситуация в целом) называется *равновесной*, поскольку отклонение от нее заставит рыночные силы восстановить данную цену и соответствующий ей объем продаж