Рынок и рыночный механизм

КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ:

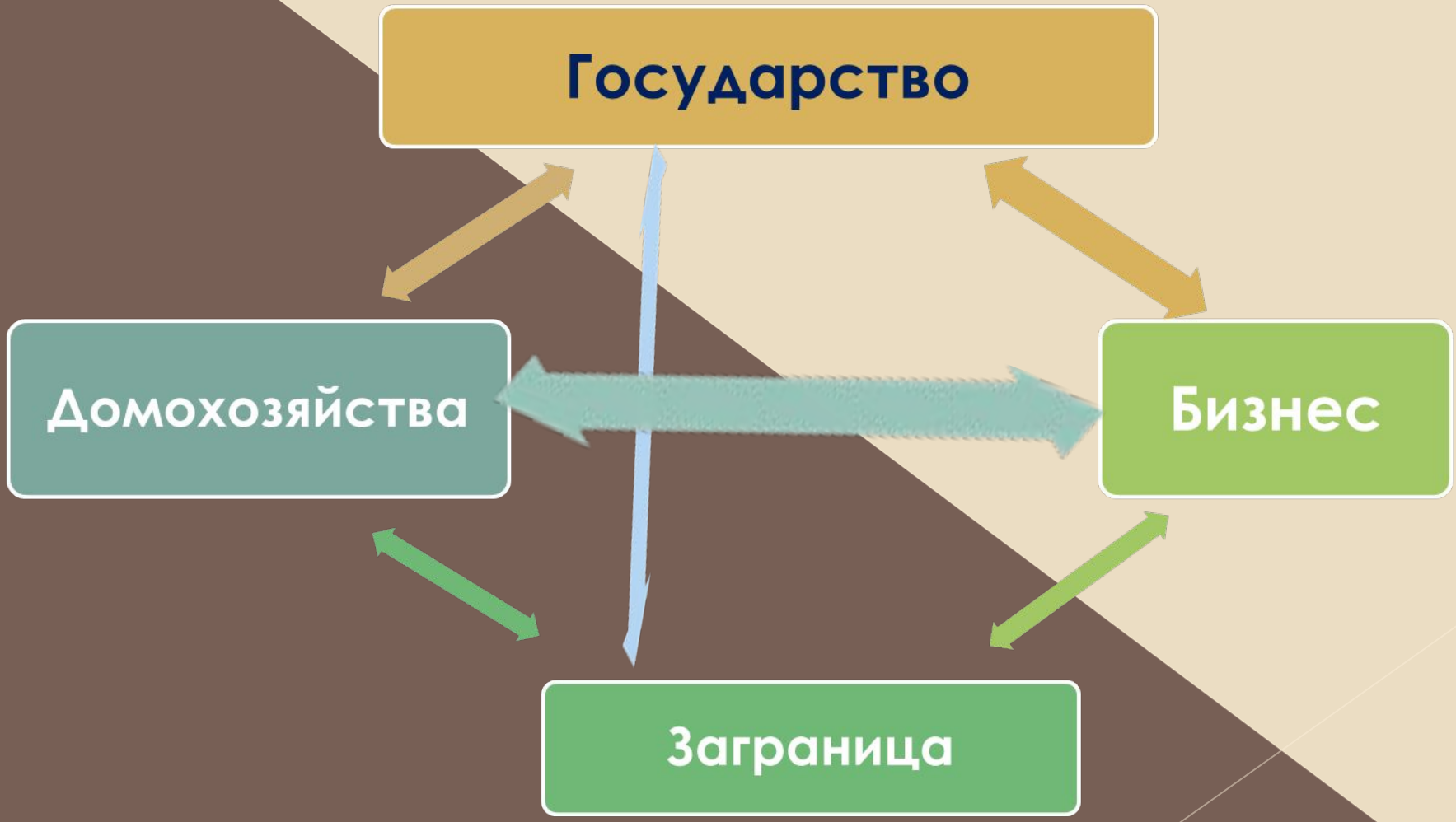
- ***Рынок и рыночная конъюнктура. Типы рыночных структур.***
- ***Спрос. Детерминанты спроса. Закон спроса. Эластичность спроса.***
- ***Предложение. Детерминанты предложения. Эластичность предложения.***
- ***Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.***

Рынок

представляет собой способ взаимодействия производителей и потребителей товаров и услуг, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов.

В общее понятие «рынок» мы включаем совокупность взаимосвязанных рынков, различающихся по характеру обращающихся товаров, составу продавцов и покупателей, механизмам формирования цен, широте охвата и т.д.

Основные субъекты рынка



Конъюнктура рынка

Совокупность экономических условий, при которых осуществляется процесс реализации товаров и услуг на рынке в каждый данный момент времени

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)**

Сравнительная характеристика рыночных структур

Характерные черты	Модель рынка			
	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм	Много	Много	Несколько	Одна
Типы продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	Уникальный (нет заменителей)
Контроль за ценой	Нет	Некоторый, в узких рамках	Ограничен взаимной зависимостью, значительный при тайном сговоре	Значительный
Условия вступления в отрасль	Очень легкие, без препятствий	Очень легкие	Наличие существенных препятствий	Вход блокирован
Неценовая конкуренция	Нет	Значительный упор на рекламу, торговые марки и т.п.	Очень типична, особенно при дифференциации продукта	Главным образов связи фирмы с общественными организациями
Примеры	В реальности практически не встречается	Розничная торговля, производство одежды	Производство автомобилей, бытовой техники, нефтяные магнаты	Энергетика, местные предприятия общественного пользования

Спрос

Спрос – это потребность в товаре, выраженная в денежной форме.

Спросом называется связь между количеством товара и ценой по которой данное количество товара хотят купить, то есть спрос – это **перечень**.

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:

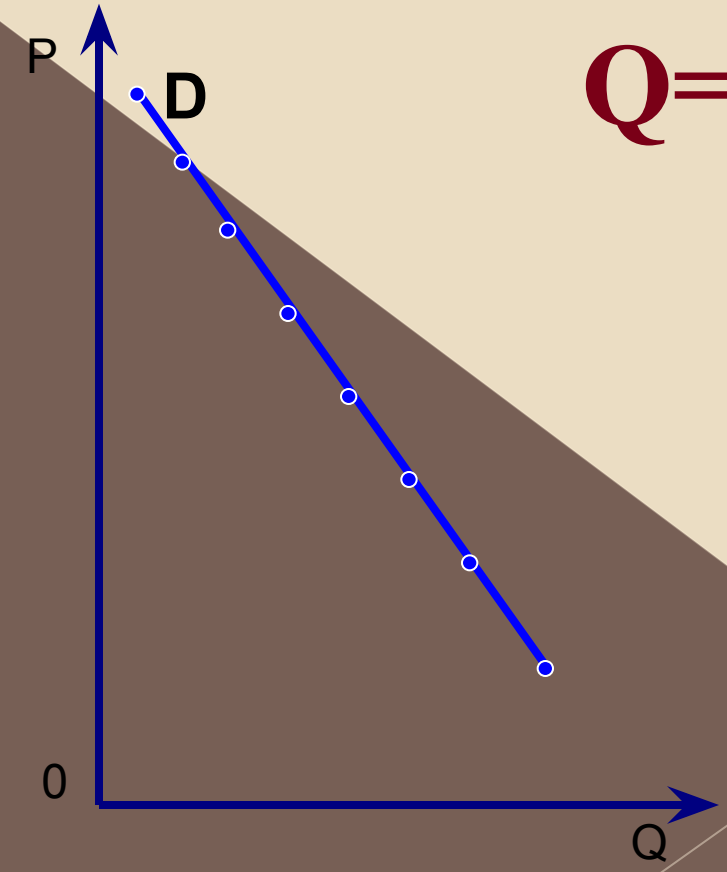
- **Предпочтения потребителей**
- **Доходы потребителей**
- **Цены на товары заменители и товары сопряженного спроса**
- **Структура населения**
- **Ожидания ценовых изменений**
- **Налоги и субсидии**

Спрос может быть представлен:

В табличной форме:

Цена (P), руб.	Количество (Q), кг.
10	20
15	17,5
20	15
25	12,5
30	10
35	7,5
40	5
45	2,5

В графической форме:



В аналитической форме:

$$Q=25-0,5P$$

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

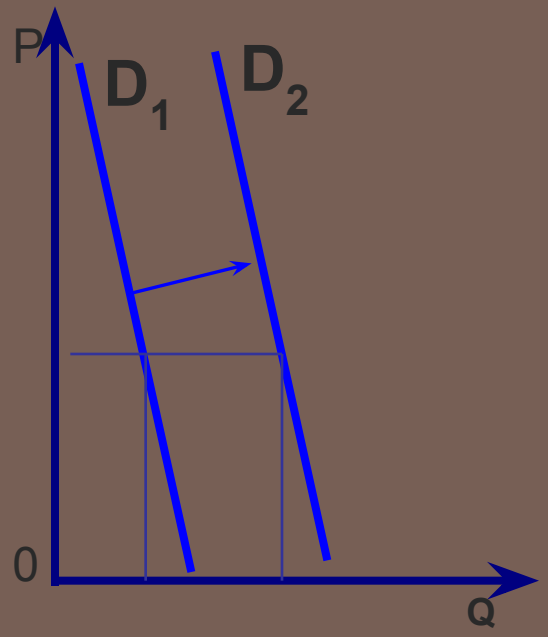
Изменение спроса

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

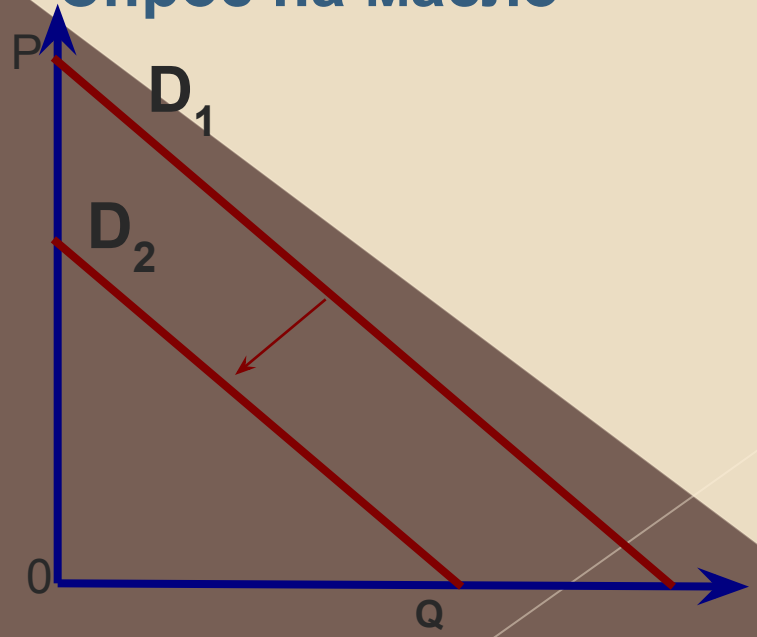
Пример:

Потребителей убедили, что маргарин полезнее масла

Спрос на маргарин



Спрос на масло



Эластичность –

Реакция изменения одной переменной на изменение другой переменной, причем изменение обеих переменных измеряется в процентах.

Коэффициент эластичности **– отношение относительного изменения зависимой переменной к относительному изменению независимой переменной.**

Ценовая эластичность спроса

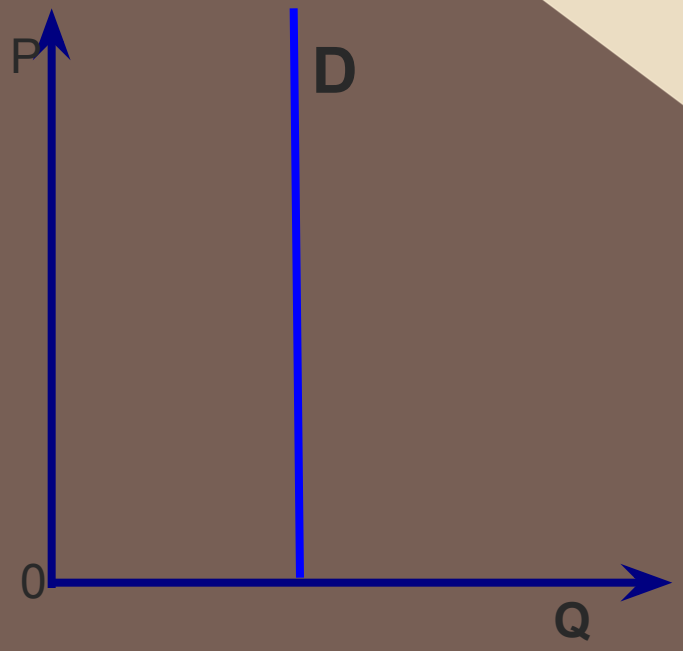
- **Ценовая эластичность спроса – мера реакции спроса на изменение цены**

$$E = -\frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} \Leftrightarrow -\frac{\Delta Q}{\Delta P} \bullet \frac{P}{Q}$$

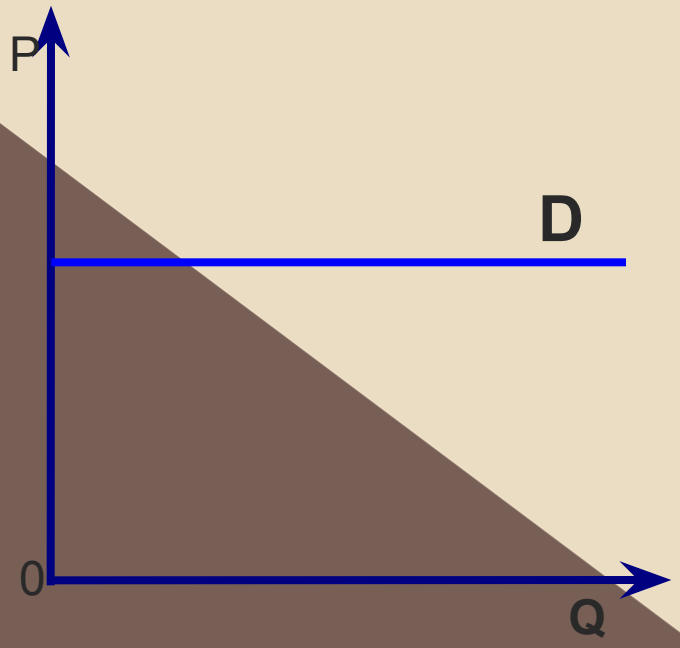
- **E<1 – спрос неэластичный, жесткий**
- **E=1 – спрос единичной эластичности**
- **E>1 – спрос эластичный**
- **Эластичность спроса зависит от времени приспособления потребителя к повышению цены. В длительном периоде эластичность спроса выше**

Эластичность спроса

Абсолютно жесткий спрос



Абсолютно эластичный спрос



Неценовая эластичность спроса

- ***Перекрестная эластичность спроса***

$$E = \frac{\Delta Q_A}{Q_A} : \frac{\Delta P_B}{P_B}$$

  - Если E>0 – товары-заменители (субституты)
  - Если E<0 – товары сопряженного спроса (дополняющие)
  - Если E = 0 – независимые товары

Неценовая эластичность спроса

- ***Эластичность спроса по доходу***

$$E = \frac{\Delta Q_A}{Q_A} : \frac{\Delta У}{У}$$

  - Если E<0 – товар низкокачественный
  - Если E>0 – товар нормальный:
    - 0 < E < 1 – товары первой необходимости
    - E = 1 – нормальные товары («второй необходимости»)
    - E > 1 – предметы роскоши

Предложение

Предложение — это количество товара, которое хотят и могут предложить на рынок продавцы за определенный промежуток времени при всех возможных ценах на этот товар.

Предложением называется связь между количеством товара и ценой по которой данное количество товара хотят продать, то есть предложение – это **перечень**.

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:

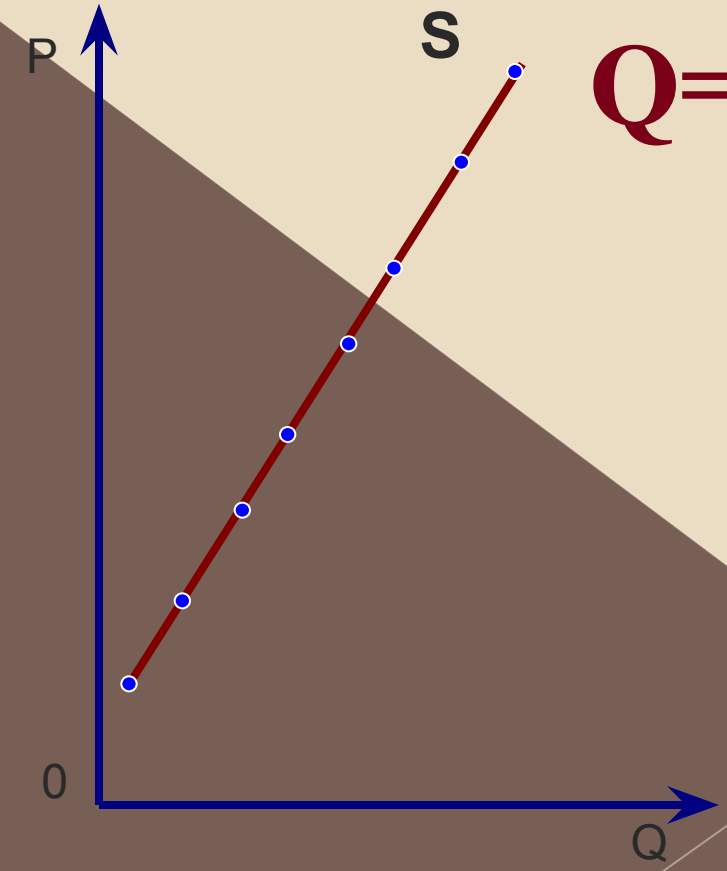
- **Цены на ресурсы**
- **Применяемые технологии**
- **Налоги и субсидии**
- **Численность производителей**
- **Ожидания ценовых изменений**

Предложение может быть представлено:

В табличной форме:

Цена (P), руб.	Количество (Q), кг.
10	2,5
15	5
20	7,5
25	10
30	12,5
35	15
40	17,5
45	20

В графической форме:



В аналитической форме:

$$Q=0,5P-2,5$$

Как правило,

величина предложения товара растет с ростом его цены и сокращается с ее снижением.

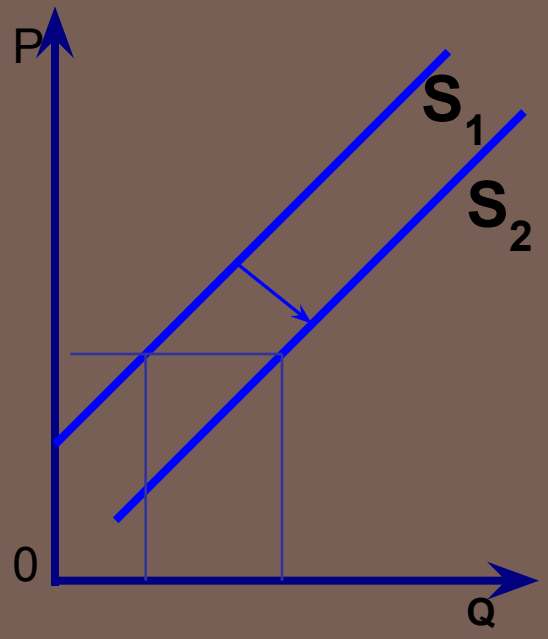
Рост цены на продаваемый товар ведет к тому, что:

1) **производитель готов нести повышенные издержки, чтобы поставить товар на рынок ⇒ 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**

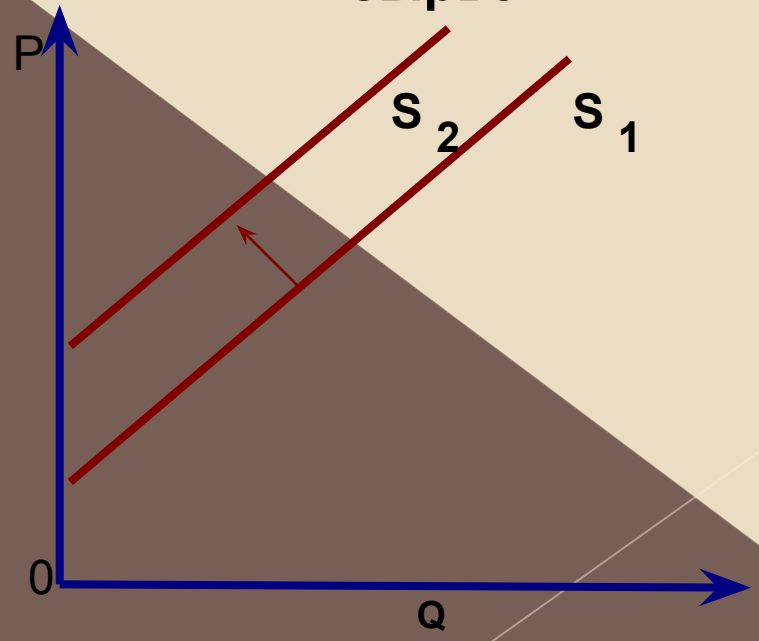
Изменение предложения

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



Эластичность предложения

- **Эластичность предложения – мера реакции предложения на изменение цены**

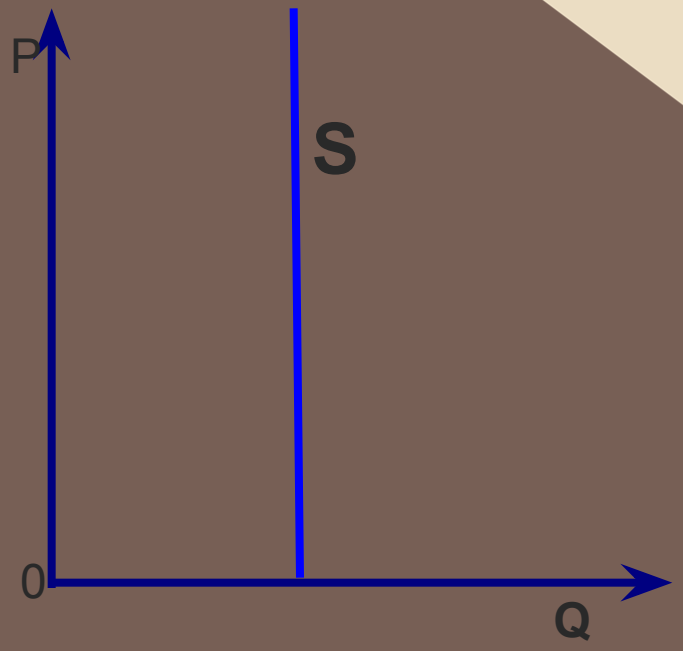
$$E = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} \Leftrightarrow \frac{\Delta Q}{\Delta P} \bullet \frac{P}{Q}$$

- **E<1 – предложение неэластичное**
- **E>1 – предложение эластичное**

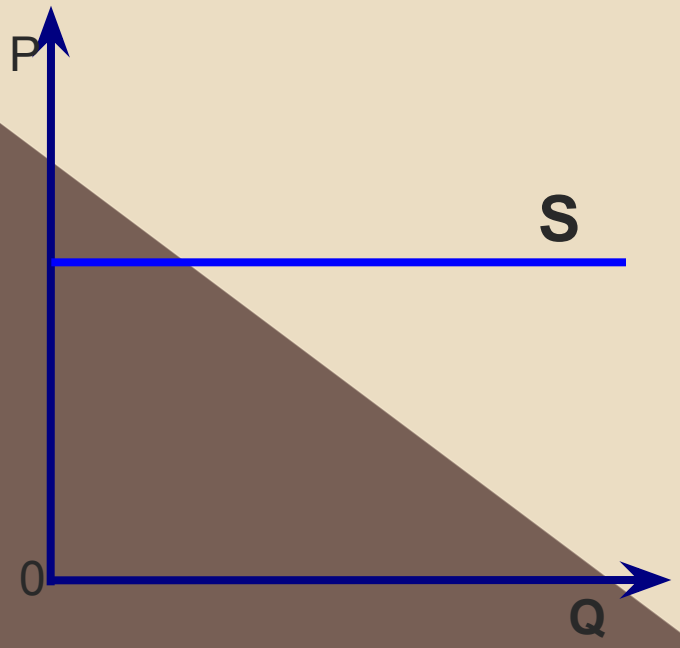
- **Эластичность предложения зависит от технологии производства и времени, необходимого поставщикам для перераспределения ресурсов в пользу производства того или иного товара**

Эластичность предложения

Абсолютно неэластичное предложение



Абсолютно эластичное предложение



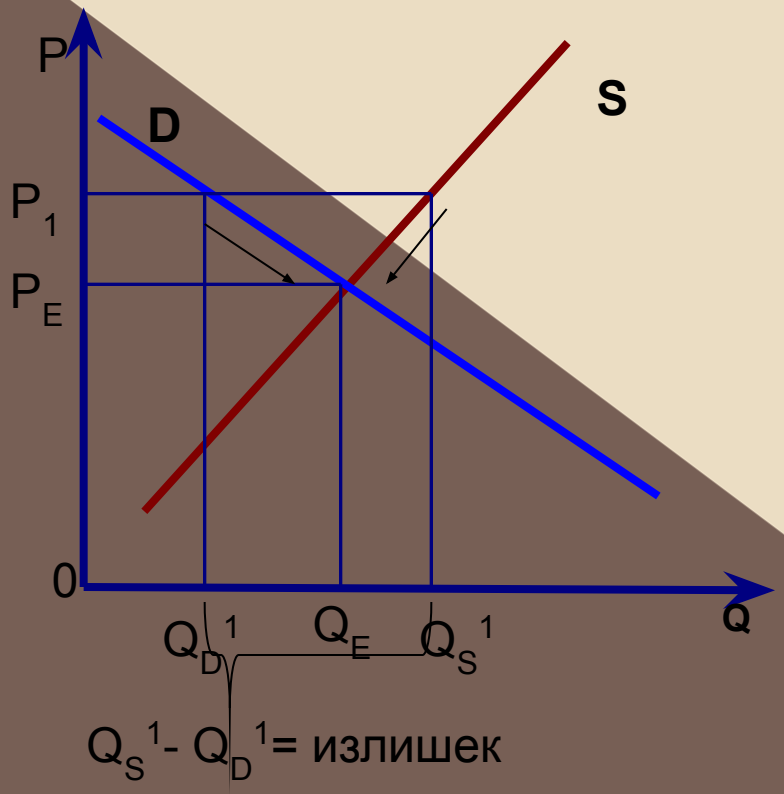
Рыночное равновесие

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

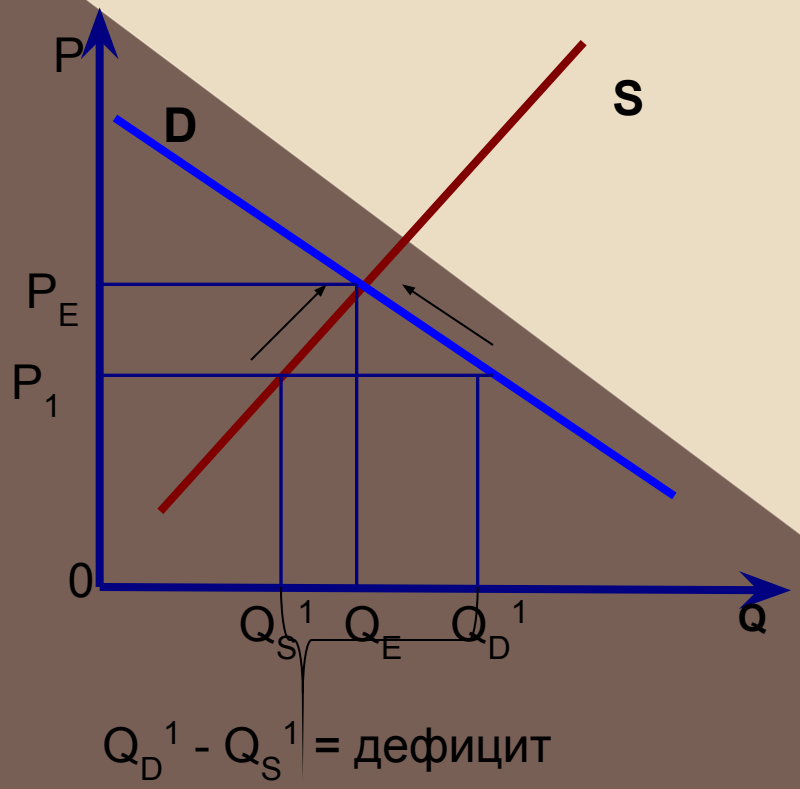
Такая цена (и ситуация в целом) называется *равновесной*, поскольку отклонение от нее заставит рыночные силы восстановить данную цену и соответствующий ей объем продаж

Как устанавливается равновесие?

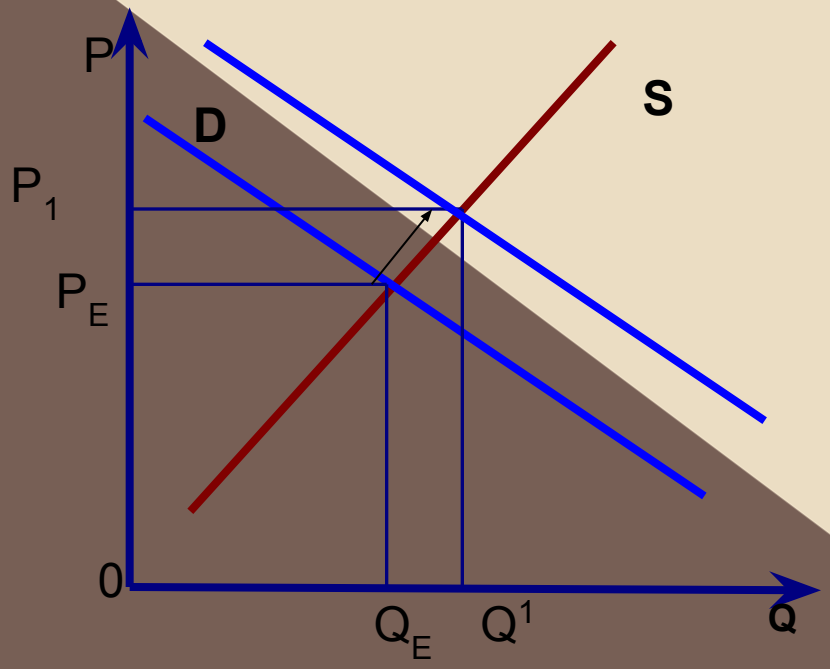
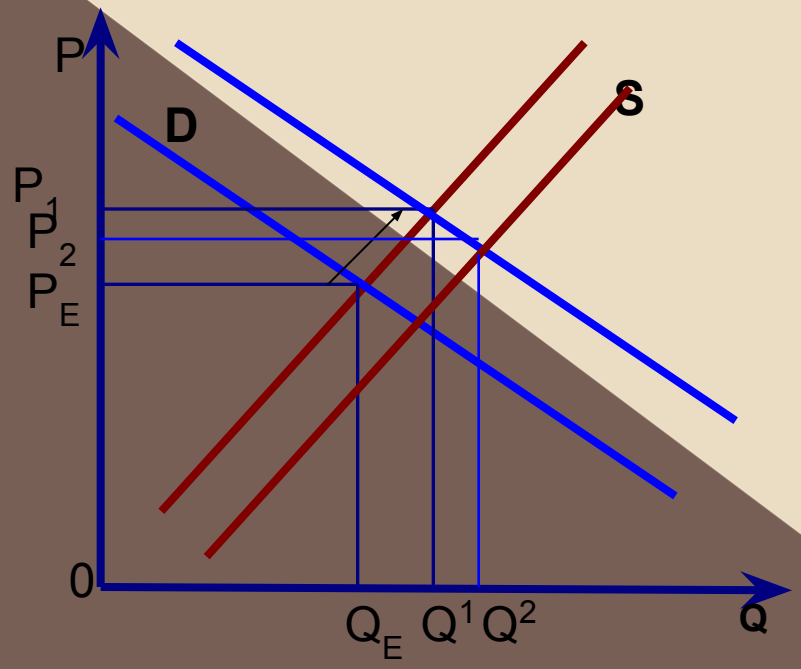
ределяет цену? Спрос или предложение?
ика ножниц режет бумагу?



Как устанавливается равновесие?



Как устанавливается равновесие? Сдвиг кривой спроса.



Как устанавливается равновесие?
Сдвиг кривой спроса. Долговременный период