

Тема 5. Характеристика рыночного ценообразования

1. Индивидуальный и рыночный спрос.
2. Характеристика действия неценовых факторов спроса.
3. Рыночное предложение со стороны предприятий. Неценовые факторы предложения.
4. Спрос и предложение: определение рыночной цены.

1. Индивидуальный и рыночный спрос.

Определение спроса:

Спрос - это возможность и способность покупателей приобретать товары по определенной цене на рынке.

Виды спроса по масштабам:

индивидуальный спрос –

возможность и способность

**отдельного покупателя приобрести
товары по определенной цене;**

рыночный спрос –

**совокупность индивидуальных
спросов на данный товар.**

Состояния спроса:

***А) ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ
СПРОС*** – те денежные
средства, которые
покупатель предназначает
для покупок;

Б) ФАКТИЧЕСКИЙ СПРОС – те денежные средства, которые покупатель предъявляет рынку в данный момент времени (бюджет);

В) РЕАЛИЗОВАННЫЙ СПРОС – денежные средства, затраченные покупателем на покупки в данный момент времени.

Определение закона спроса:

чем выше цена на товар, тем меньше величина спроса на него, и, наоборот, чем ниже цена на товар, тем больше величина спроса на него.

Моделью закона спроса называют кривую (линию) спроса (см. Рис.5.1).

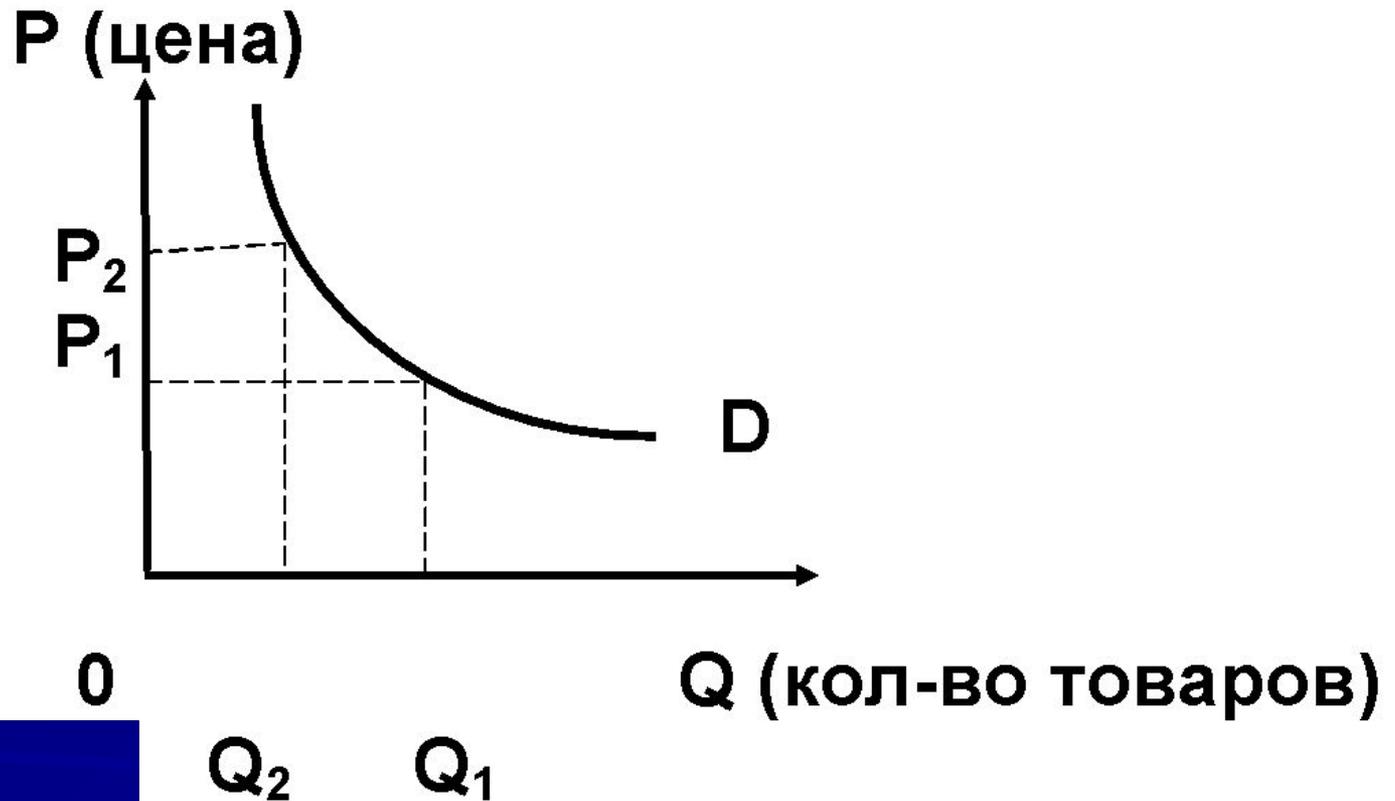


Рис.5.1. Кривая спроса

Кривая спроса имеет отрицательный наклон, так как закон спроса показывает обратную зависимость между ценой и объемом спроса на один вид товара.

Определение эффекта замещения:

При росте цены на данный товар покупатель стремится приобрести аналогичный, но более дешевый товар.

Определение эффекта дохода:

При росте цены на данный товар покупатель теряет в своем доходе, если доход будет измеряться через количество данного товара.

2. Характеристика действия неценовых факторов спроса

Определение неценовых факторов:

Неценовые факторы - это такие условия на рынке, когда спрос меняется по своему содержанию без изменения цены.

Неценовые факторы спроса:

**1) НАЛИЧИЕ ТОВАРОВ -
ЗАМЕНИТЕЛЕЙ (СУБСТИТУТОВ).**

Субститут – другой товар, который удовлетворяет ту же потребность, что и сравниваемый с ним товар.

ДДФ (действие данного фактора):

Если цена субститута повышается, спрос на сравниваемый товар будет увеличиваться, и, наоборот, при снижении цены субститута спрос на сравниваемый товар будет уменьшаться.

2) наличие товаров- дополнителей (комплементов).

**Комплемент – товар,
который необходим при
использовании
(потреблении)
сравниваемого товара.**

ДДФ:

Если цена компонента повышается, то спрос на сравниваемый товар уменьшается, и, наоборот, если цена компонента будет снижаться, то спрос на сравниваемый товар увеличивается.

3) ИЗМЕНЕНИЕ ДОХОДОВ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

Доходы делят все товары на две группы:

**1 гр. - НИЗШИЕ ТОВАРЫ –
относительно дешевые для
бюджета покупателя товары.**

2 группа – НОРМАЛЬНЫЕ
ТОВАРЫ – относительно дорогие
для бюджета покупателя товары.

ДДФ:

При повышении уровня доходов увеличивается спрос на нормальные товары и уменьшается спрос на низшие товары.

При понижении уровня доходов увеличивается спрос на низшие товары и уменьшается спрос на нормальные товары.

4) Ценовые ожидания покупателей -

**прогнозы покупателей на
счет изменения цен в
будущем периоде.**

ДДФ:

- Если покупатели ожидают повышение цены товара в будущем периоде, то в текущем периоде спрос увеличится.
- Если покупатели ожидают понижение цены товара в будущем периоде, то в текущем периоде спрос уменьшится.

Модель действия неценовых факторов спроса:

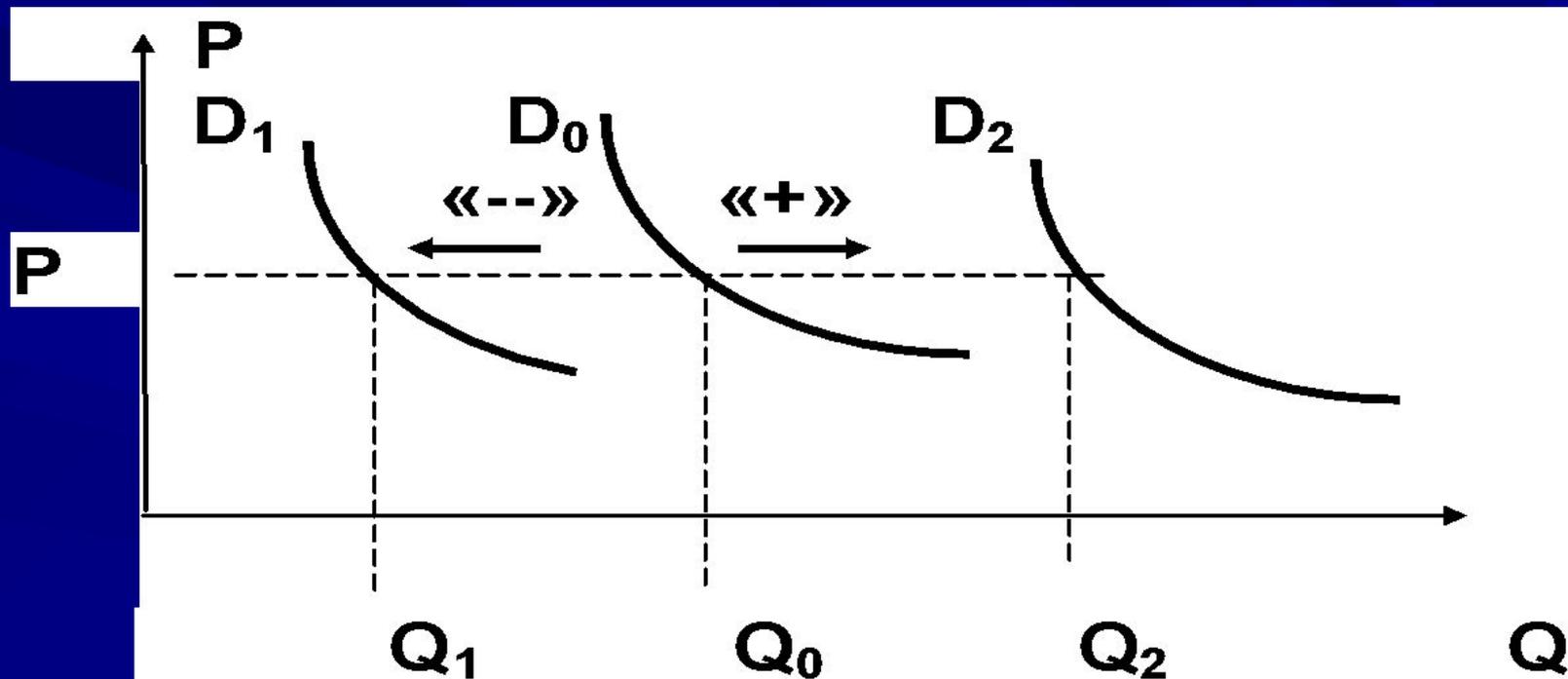


Рис.5.2. Сдвиги кривой спроса под действием неценовых факторов.

**3. Рыночное предложение со
стороны продавцов.
Неценовые факторы
предложения.**

Определение предложения:

**Предложение – это
возможность и
способность продавцов
предлагать товар по
определенной цене.**

Виды предложения по масштабам:

Индивидуальное предложение – возможность и способность отдельного продавца предлагать товар по рыночной цене.

Рыночное предложение –

**совокупность
индивидуальных
предложений товара в
данной отрасли.**

**Состояния рыночного
предложения товаров:**

**1) Потенциальное
предложение -
производственные
возможности фирм по
созданию товаров.**

2) Фактическое предложение

поставленная фирмами
продукция на рынок на
определенную дату (за
определенный период
времени).

3) Реализованное предложение -

**проданный фирмами
объем продукции на
определенную дату (за
определенный период
времени).**

Определение закона предложения:

чем выше цена товара, тем больше его будут предлагать, и наоборот, чем ниже цена на товар, тем меньше его будут предлагать.

Модель закона предложения – кривая (линия) предложения

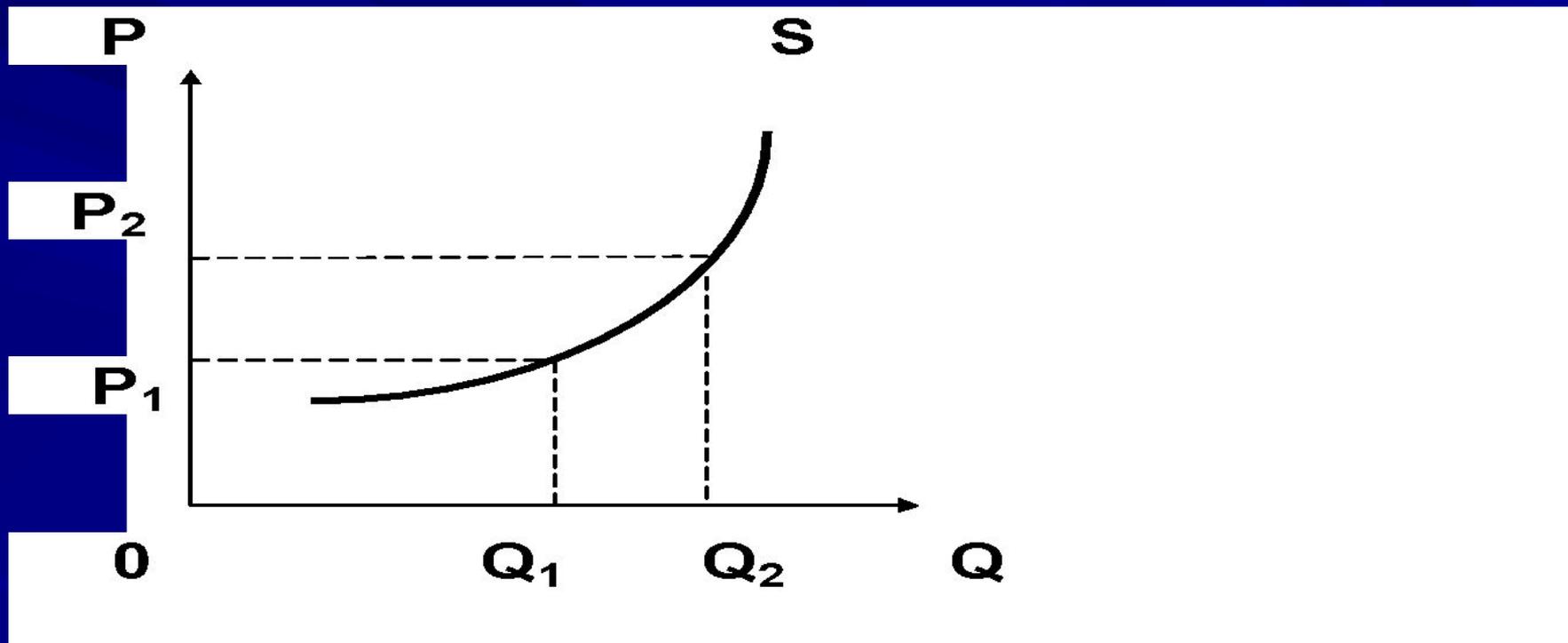


Рис.5.3. Кривая предложения

Неценовые факторы предложения – условия рынка и экономики, изменение которых приводит к изменению состояния предложения при постоянной цене товара.

1) ЦЕНА НА РЕСУРСЫ.

ДДФ:

**Если цена на ресурсы
возрастает, то предложение
уменьшается и наоборот.**

2) Налоги для фирм отрасли

ДДФ:

С ростом налогов предложение уменьшается, и, наоборот, с понижением уровня налогов предложение увеличивается.

3) Изменение технологии

ДДФ:

Улучшение технологии производства товаров ведет к снижению удельных затрат на продукцию и к увеличению предложения, а ухудшение технологии - к уменьшению предложения.

4) Ценовые ожидания продавцов

ДДФ:

Если продавцы ожидают роста цен в будущем периоде, то в текущем периоде предложение уменьшается, и наоборот.

4. Рыночная цена: сущность, функции и виды цен

Рыночная цена – цена товара, когда величина спроса равна величине предложения.

Модель рыночной цены

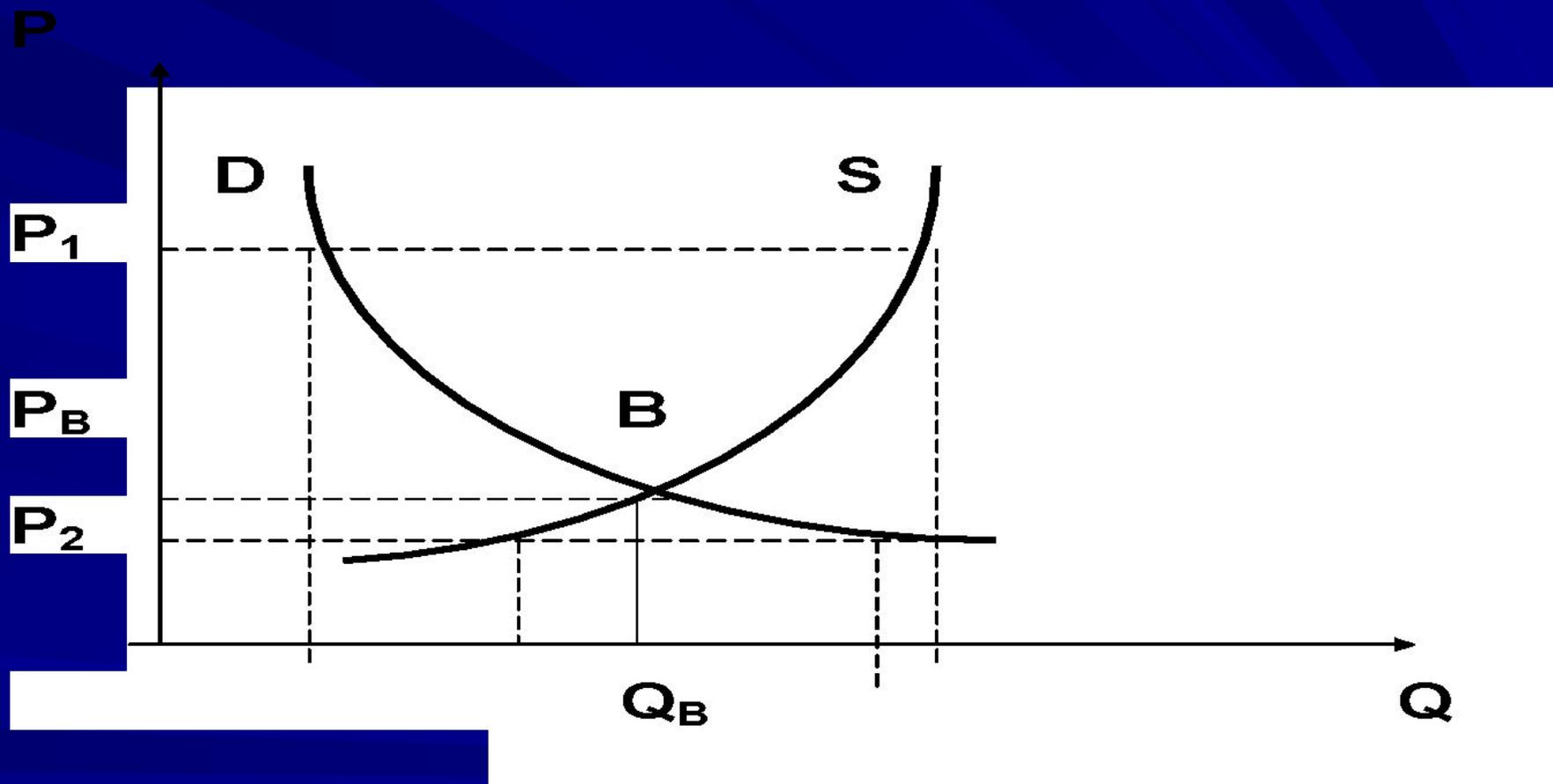


Рис.5.5. Определение рыночной цены

Нарушения равновесной цены:

1-я ситуация

Если на рынке установить цену выше равновесной (P_2), то такая ситуация называется *перепроизводством (излишком)* на рынке (предложение больше спроса).

2 ситуация:

Если на рынке установить цену ниже равновесной, то такая ситуация называется дефицитом (спрос больше предложения).

Функции цены:

а) распределительная – с ее помощью продавец и покупатели распределяют свои ресурсы;

**б) учетная – цена учитывает
затраты производителя,
продавца.**

**в) стимулирующая – цена
заставляет продавцов
искать возможности
устоять на рынке,
открывать новые рынки.**

Виды цен:

а) цены спроса – те, которые удовлетворяют покупателей;

б) цены предложения – те, которые удовлетворяют продавцов.