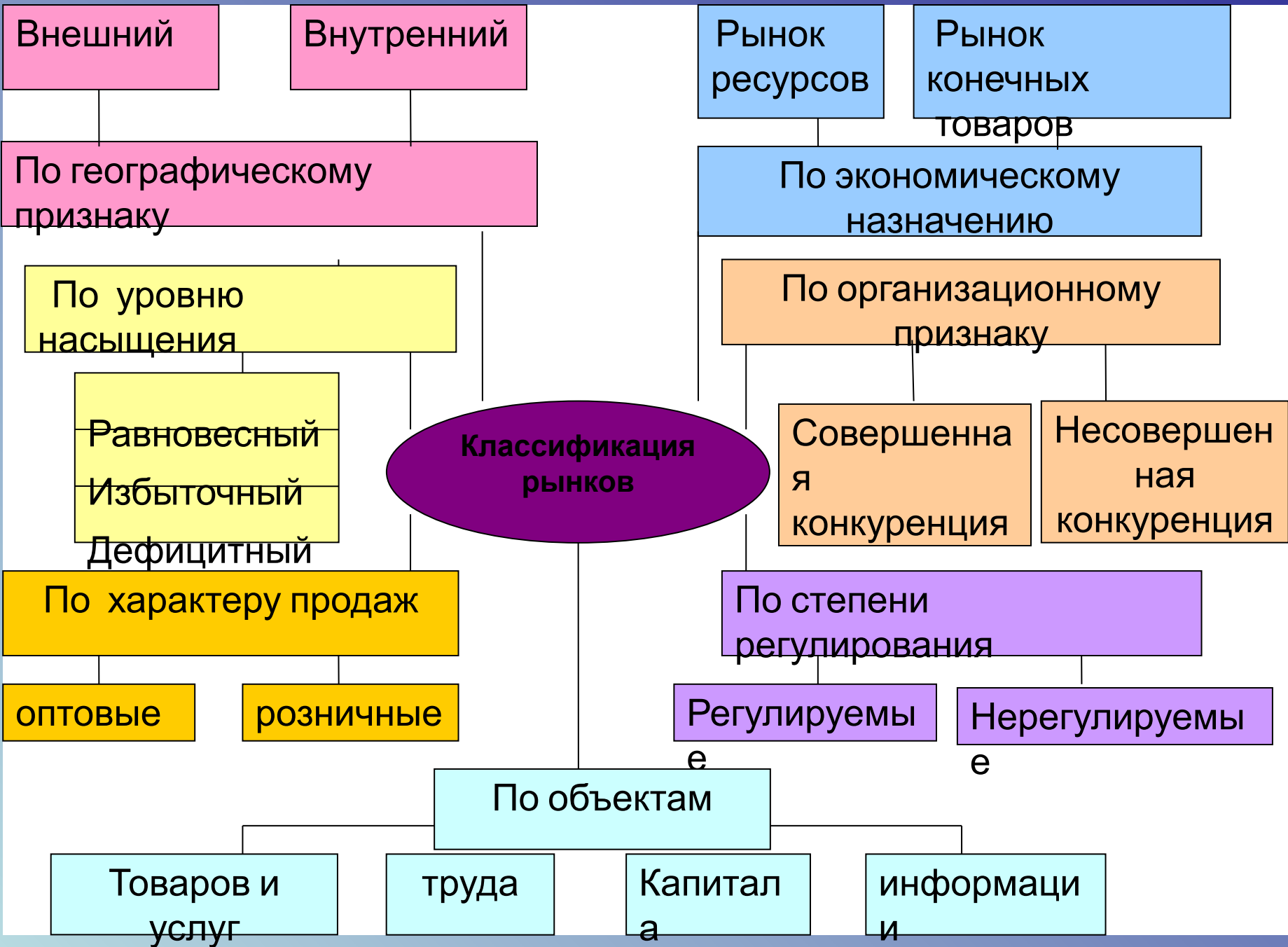


Тема: Спрос и предложение. Рыночные структуры

ПЛАН:

1. Основные рыночные структуры: совершенная и несовершенная конкуренция.
2. Спрос. Факторы спроса.
3. Предложение. Факторы предложения.
4. Рыночное равновесие.





Конкуренция (по степени свободы рынка)

Совершенная
(идеальный
рынок)

Несовершенная

полиполия

Монополистическа
я

Олигополия

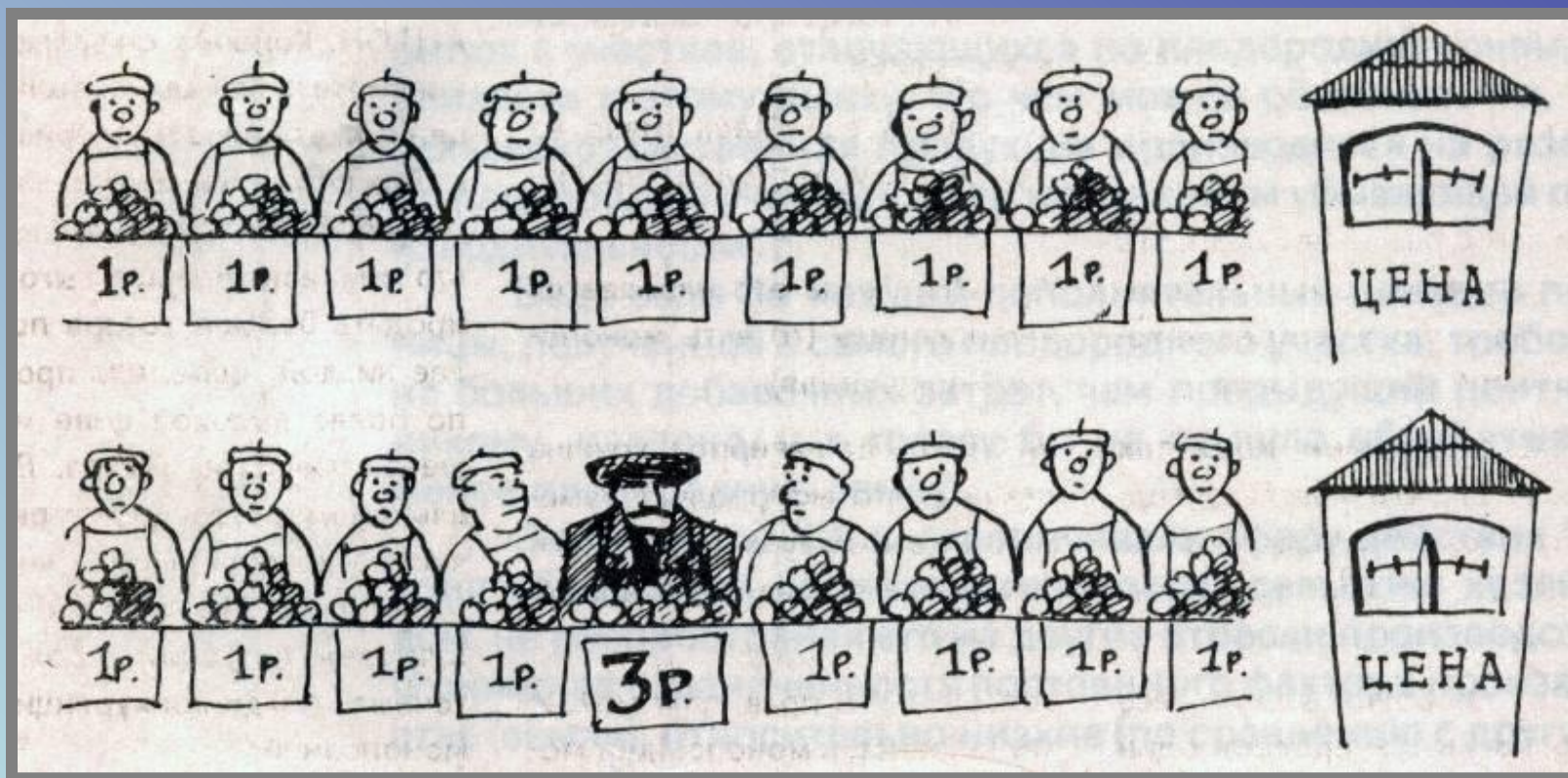
Монополия

Монопсония

конкуренция - экономическом соперничестве за право получения большей доли определенного вида ограниченных ресурсов.

Совершенная конкуренция-

рынок с множеством равноправных продавцов, предлагающих однородную продукцию, где отсутствуют входные барьеры в отрасль и продавец мало влияет на рыночную цену.



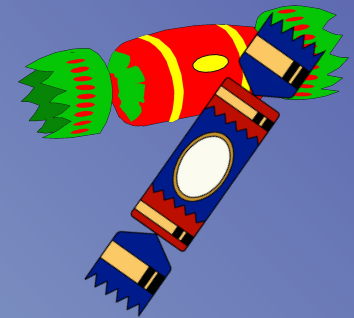
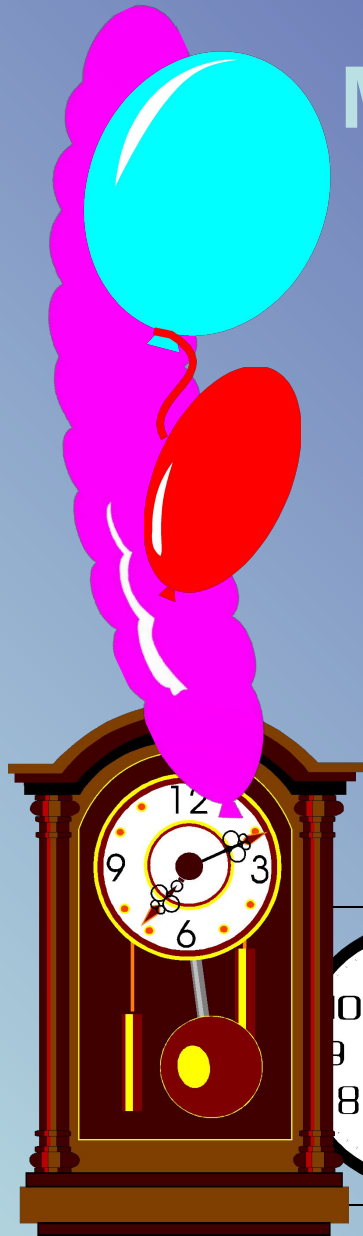
Рынок совершенной конкуренции

ПРИМЕРНО ОДИНАКОВЫЕ ЗАТРАТЫ НА ПРОИЗВОДСТВО	ЧИСЛО ФИРМ ВЕЛИКО, А ОБЪЁМЫ ИХ ПОСТАВОК НА РЫНКЕ НЕ ОЧЕНЬ РАЗЛИЧАЮТСЯ
ТОВАРЫ СХОДНЫ ПО СВОЙСТВУ И КАЧЕСТВУ	ВХОД НА РЫНОК И ВЫХОД ИЗ НЕГО НЕ СВЯЗАНЫ С БОЛЬШЫМИ ТРУДНОСТЯМИ
ТРАНСПОРТНЫЕ ЗАТРАТЫ И ЗАТРАТЫ ПО СБЫТУ ТОВАРОВ НЕ МОГУТ ПОМЕШАТЬ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ	ПРОДАВЦЫ И ПОКУПАТЕЛИ ОБЛАДАЮТ ВСЕЙ НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О ТОВАРАХ, ЦЕНАХ И ПРИБЫЛЯХ, КОТОРЫЕ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ОТ ПРОДАЖ

Условия возникновения совершенной конкуренции.

Монополистическая конкуренция

– это рынок с множеством производителей, предлагающих схожие, но не одинаковые (дифференцированные) товары и услуги.



1. Основные рыночные структуры: совершенная и несовершенная конкуренция.

Основа рыночной системы :

1. Право частной собственности
2. Частная хозяйственная инициатива
3. Рыночная организация распределения ограниченных ресурсов общества.

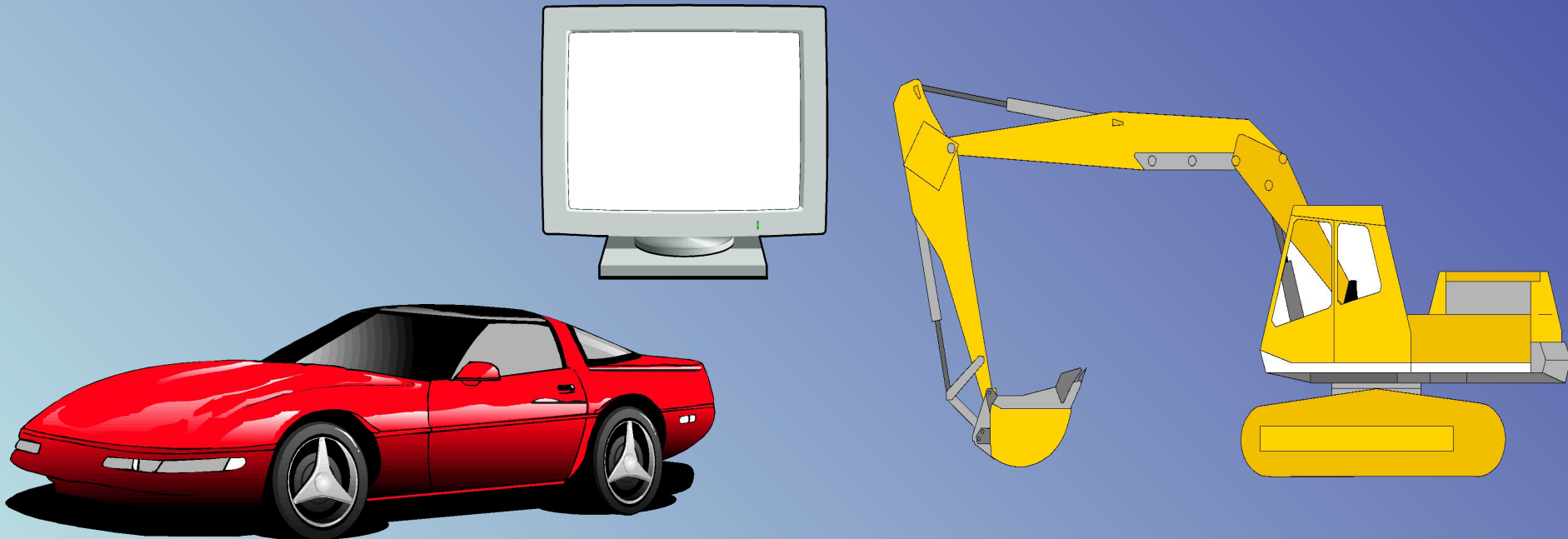
Частная собственность - право отдельных граждан и их объединений владеть, пользоваться и распоряжаться определенным объемом любых видов экономических ресурсов.

Частная хозяйственная инициатива – это право каждого владельца производственных ресурсов самостоятельно решать, каким образом и в какой мере их использовать для получения дохода.

Рынки – определенным образом организованная деятельность по обмену товарами.

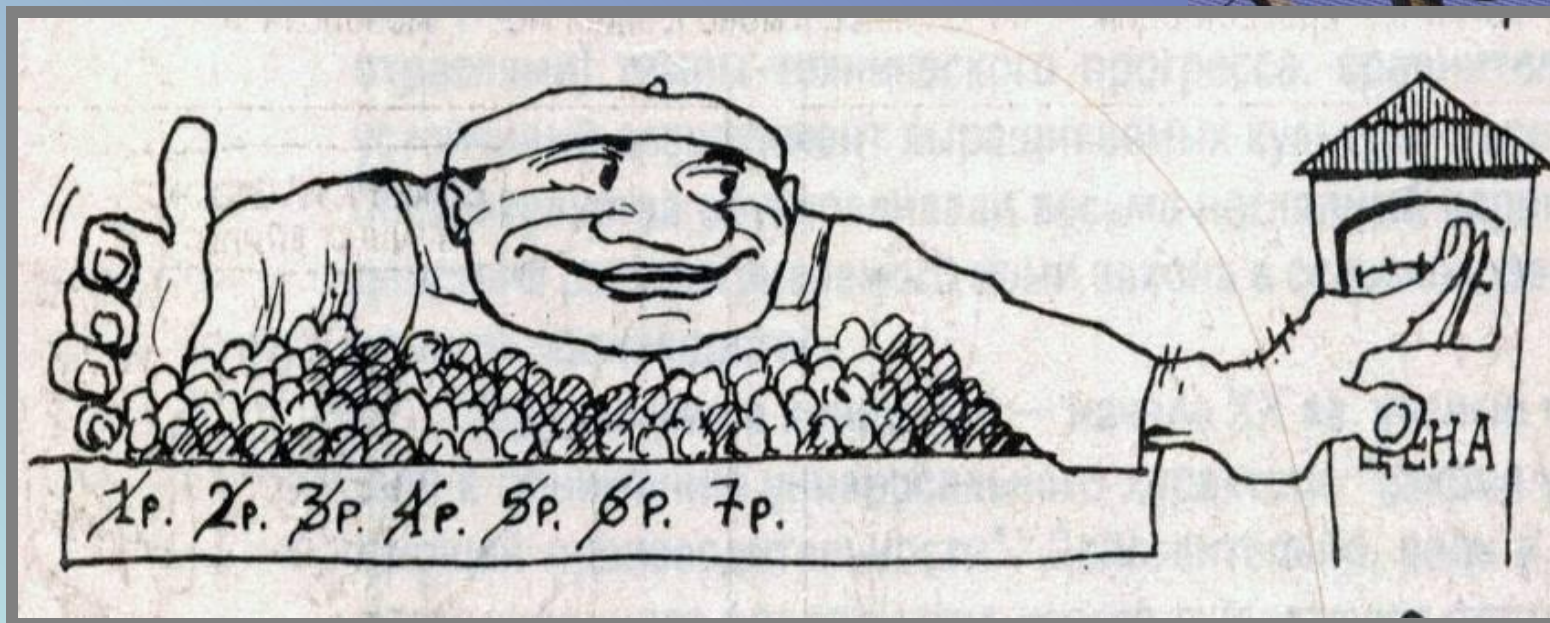
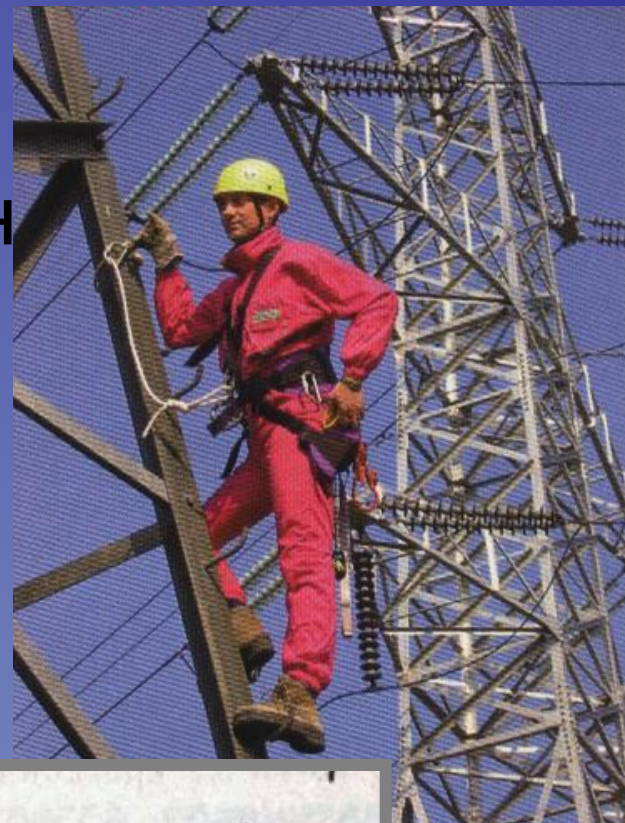
Олигополия - это

рынок, где господствует несколько крупных фирм (от 2 до 10), вход в отрасль для соперников крайне затруднен. При олигополии возможен ценовой сговор или ориентирование на цены лидера.

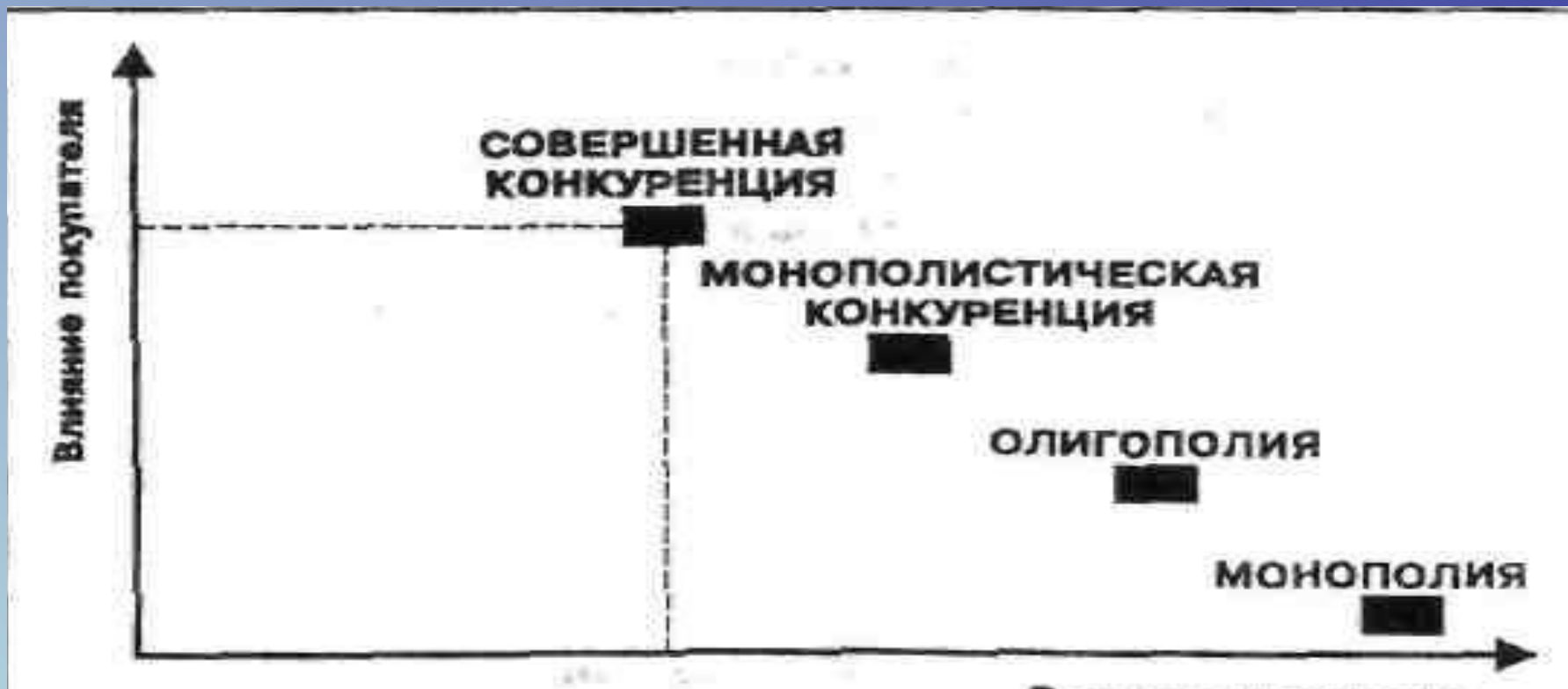


Монополия- это

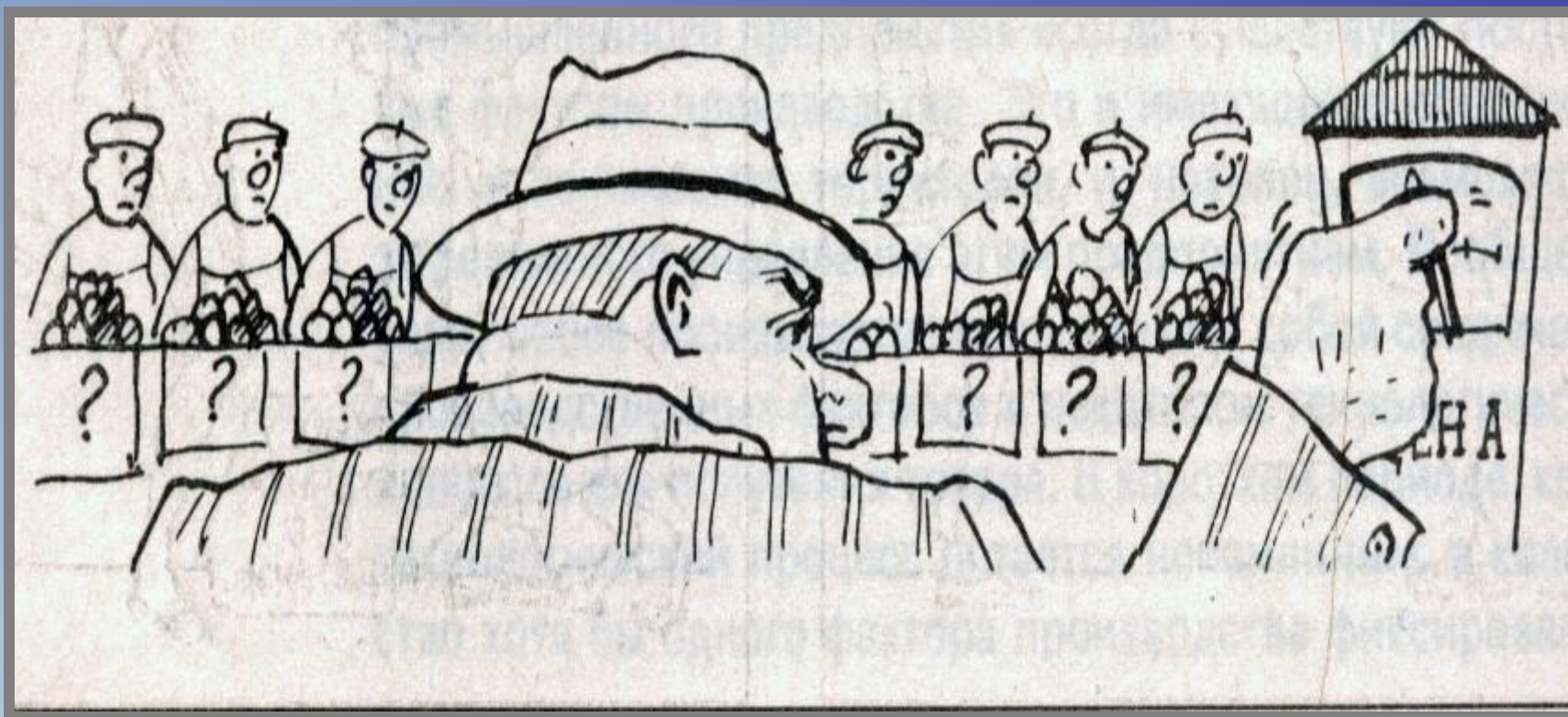
рынок где имеется только один
производитель, который
полностью контролирует
объем производства и очень
сильно влияет на цену.



Влияние покупателя на цену товара



Монопсония- монополия покупателя



Когда подобная ситуация может возникнуть?

2. Спрос. Факторы спроса

Термин платежеспособный спрос в экономику ввел английский экономист Томас Роберт Мальтус.



Спрос - это количество товаров, которые потребители готовы купить по определенной цене за определенный период времени

Графическое выражение между ценой товара и спросом на него называют кривой спроса

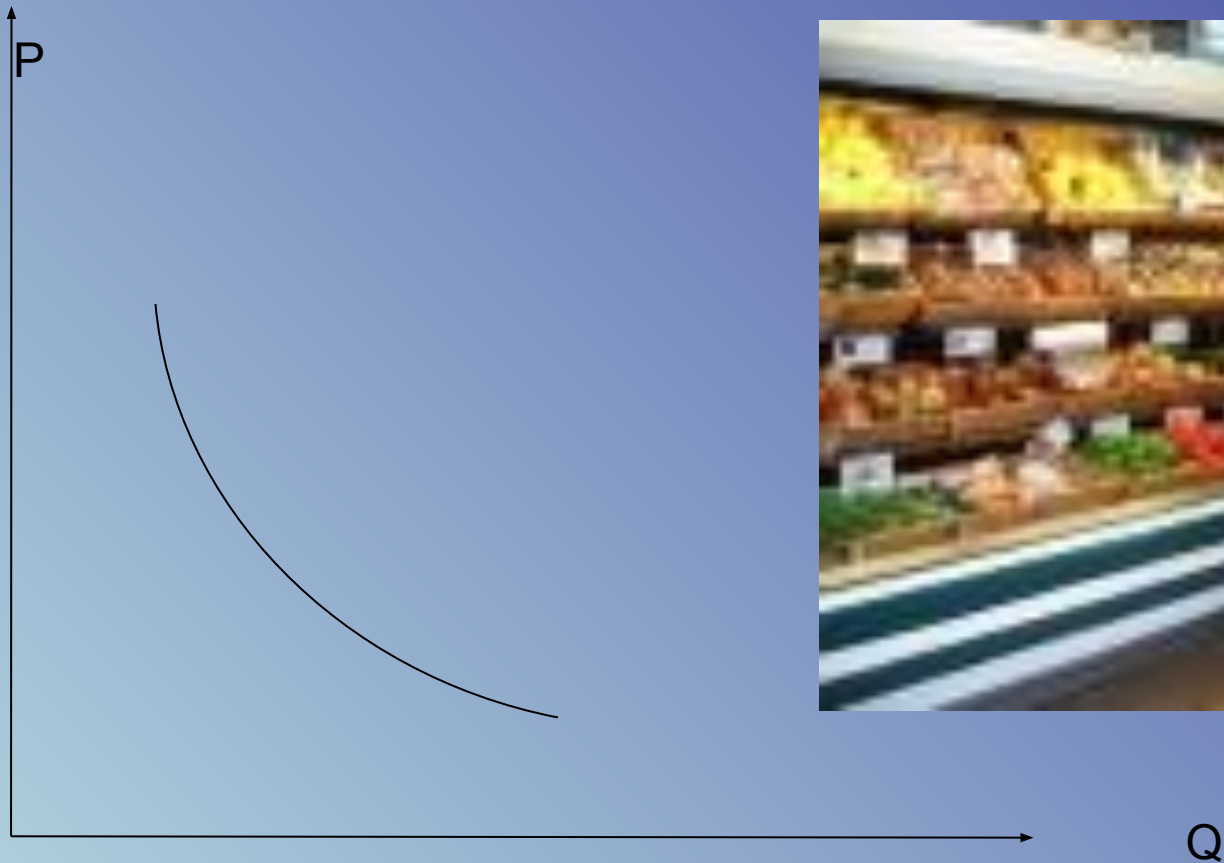


Рисунок 1. Кривая спроса. P - цена товара; Q- объем спроса

Закон спроса - чем выше цена, тем меньше величина спроса

Закон спроса **не действует** при:

- ажиотажном спросе (при ожидании повышения цен),
- для некоторых дорогостоящих товаров – предметов роскоши,
- при переключении спроса на более качественный и дорогостоящий товар



три эффекта объясняющие обратную зависимость между изменением цены товара и спросом на него:

- 1) эффект роста выгоды.** Покупатель всегда соотносит объем затрат (цены на покупку) и объем полезности этого товара. При изменении цены изменяется состояние расходов на товар и его полезность к большей выгоде покупателя.
- 2) Эффект дохода.** При постоянном объеме располагаемого дохода снижение цены на данный товар означает для покупателя относительное расширение его дохода по отношению к данному товару, т.е. потребитель при снижении цены на товар захочет приобрести больше этого товара.
- 3) Эффект замещения.** Если упала цена на определенный товар, это вызывает подорожание других товаров при неизменности их цен, т.е. при снижении цены на товар он становится дешевле других, поэтому его приобретение становится относительно более выгодным.

Характер спроса меняется тогда, когда изменяются факторы, имевшие ранее постоянные величины

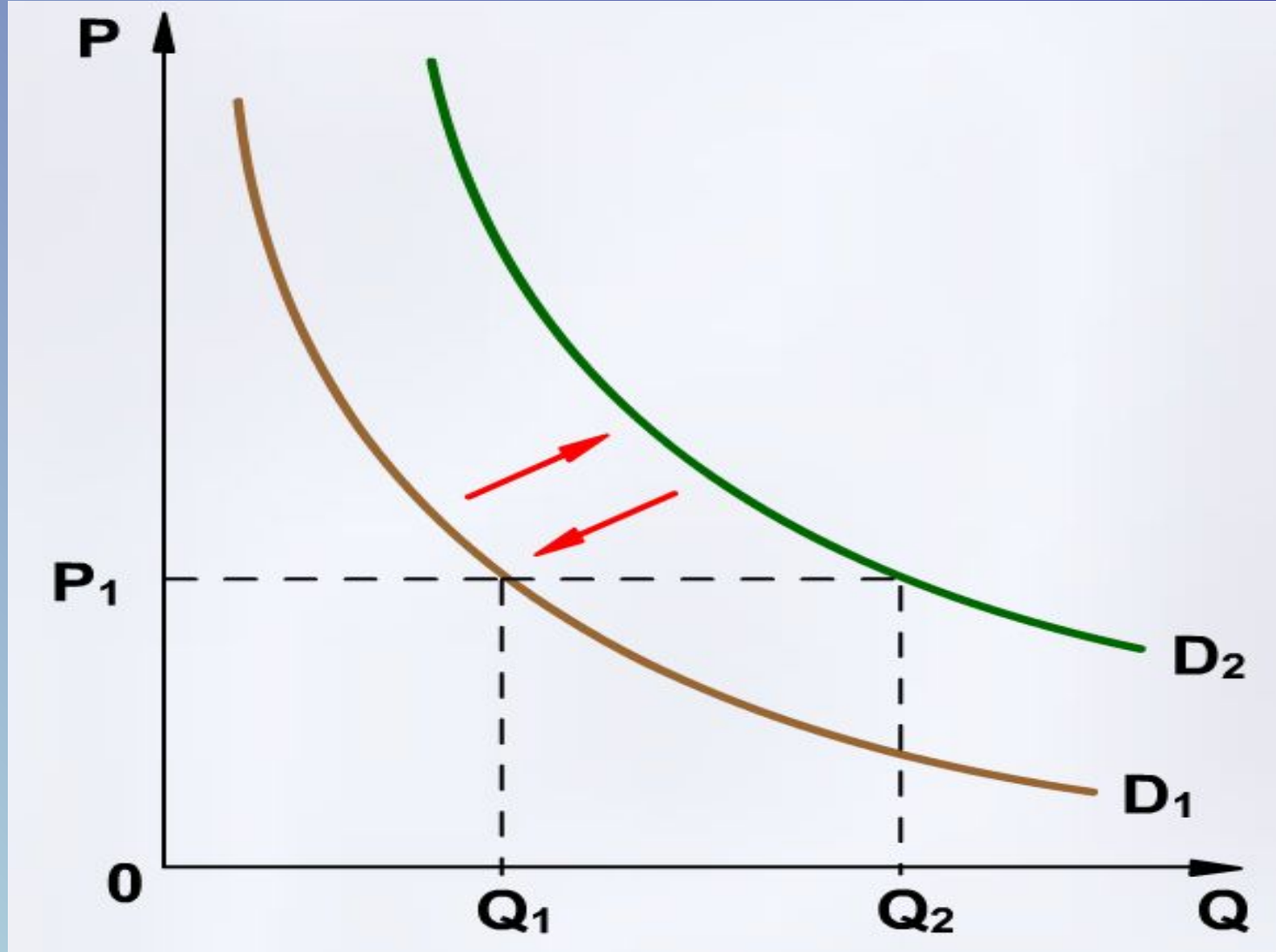
На спрос оказывают влияние

неценовые факторы:

- ❖ величина и динамика изменения дохода потребителя;
- ❖ изменение вкусов и предпочтений;
- ❖ размер рынка;
- ❖ ценовые и дефицитные ожидания;
- ❖ наличие товаров-заменителей и товаров

Если спрос увеличится, кривая спроса сдвинется вправо, если спрос уменьшится, кривая спроса сдвинется влево

Изменение спроса



Изменение спроса выражается в "движении" кривой спроса, в ее смещении вправо или влево.

Факторы спроса

т.е. от чего зависит спрос:

1. Полезность товара.
2. Цены товара (обратная зависимость);
3. Доходы покупателя (чем больше доходы, тем больше спрос, который предъявляет покупатель);
4. Количество товаров;
5. Цены на дополняющие или заменяющие товары (например, автомобиль и бензин, масло и маргарин, другие сорта мяса);
6. Ожидания покупателей относительно динамики цен в будущем (например, сезонное повышение или понижение цен);
7. Мода, привычки, вкусы, традиции и предпочтения покупателей;
8. Численность и возраст покупателей.

1. **Спрос на товар – это**

- А) количество проданных товаров**
- Б) желание и возможность потребителя приобрести товар или услугу**
- В) потребность покупателей в каком-либо товаре**
- Г) желание человека приобрести товар**

2. Если спрос падает, куда сдвигается кривая спроса?

А) влево

Б) по вращению часовой стрелки

В) вправо

Г) против вращения часовой стрелки

3. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет:

А) падение спроса на второй товар

Б) рост спроса на второй товар

В) рост предложения второго товара

Г) падение предложения второго товара

3. Предложение. Факторы предложения

Люди имеют возможность купить на рынке нужные им товары благодаря тому, что эти товары предлагаются им к продаже.

Предложение- количество товаров, которое производители готовы продать по определенной цене за определенное время. Какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в разное время показывает кривая предложения. Она представляет собой изогнутую поднимающуюся кверху кривую.



Закон предложения:

повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен – к ее уменьшению.

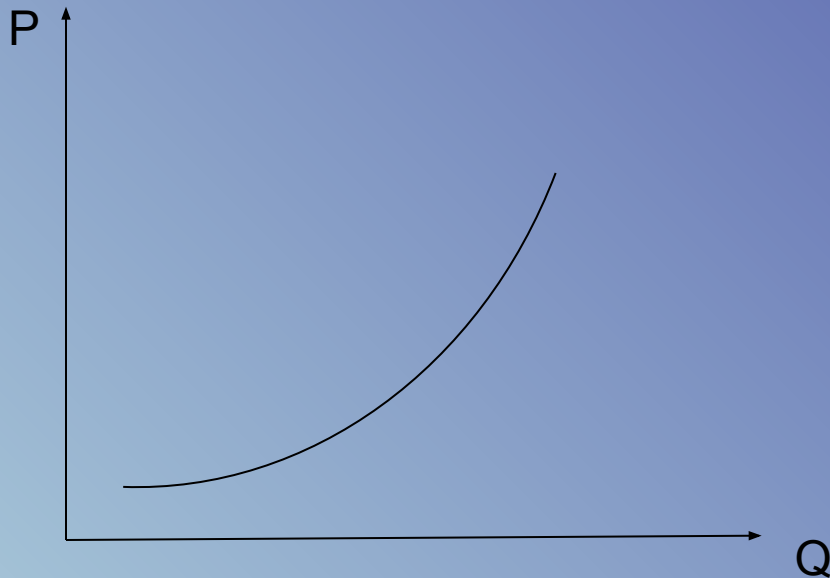


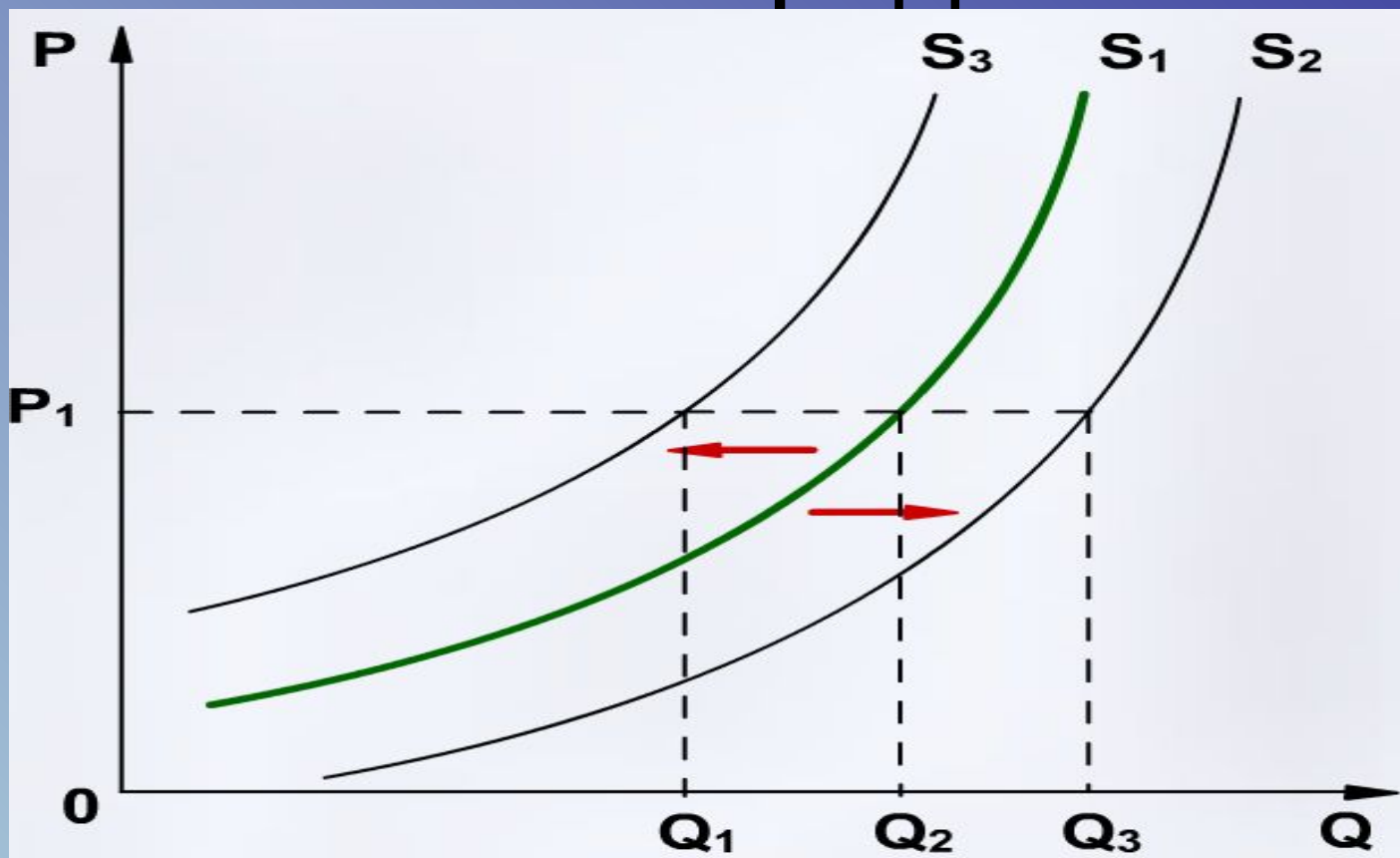
Рисунок 2.Кривая предложения. P - цена товара; Q-количество товаров.

На предложение оказывают влияние неценовые факторы:

- ❖ цены факторов производства;
- ❖ технология;
- ❖ количество производителей-продавцов;
- ❖ ценовые и дефицитные ожидания агентов рыночной экономики;
- ❖ Изменение государственной налоговой политики.

Если условия постоянны, то изменение цены означает движение вдоль кривой предложения.

Изменение предложения



Если перечисленные факторы изменяются, то кривая предложения перемещается: рост предлагаемого количества товара по различным ценам вызывает ее перемещение вправо и вниз, его сокращение - вызывает перемещение этой кривой влево и вверх

Факторы, влияющие на формирование предложения:

1. Цена товара (чем выше цена, тем больше предложение);
2. Цена факторов производства (например, на ресурсы, необходимые для производства данных товаров);
3. Величина налогов;
4. Цены других товаров (а значит, выгодность их производства);
5. Уровень технологии, следовательно, величина издержек на производство данного товара.

1. Закон предложения утверждает, что:

- А) при увеличении цены предложение возрастает и наоборот**
- Б) увеличение предложения товара вызывает снижение цены на товар**
- В) рост доходов населения вызовет увеличение предложения**
- Г) при прочих равных условиях рост цены на товар вызовет увеличение объема**

3. Рыночное равновесие

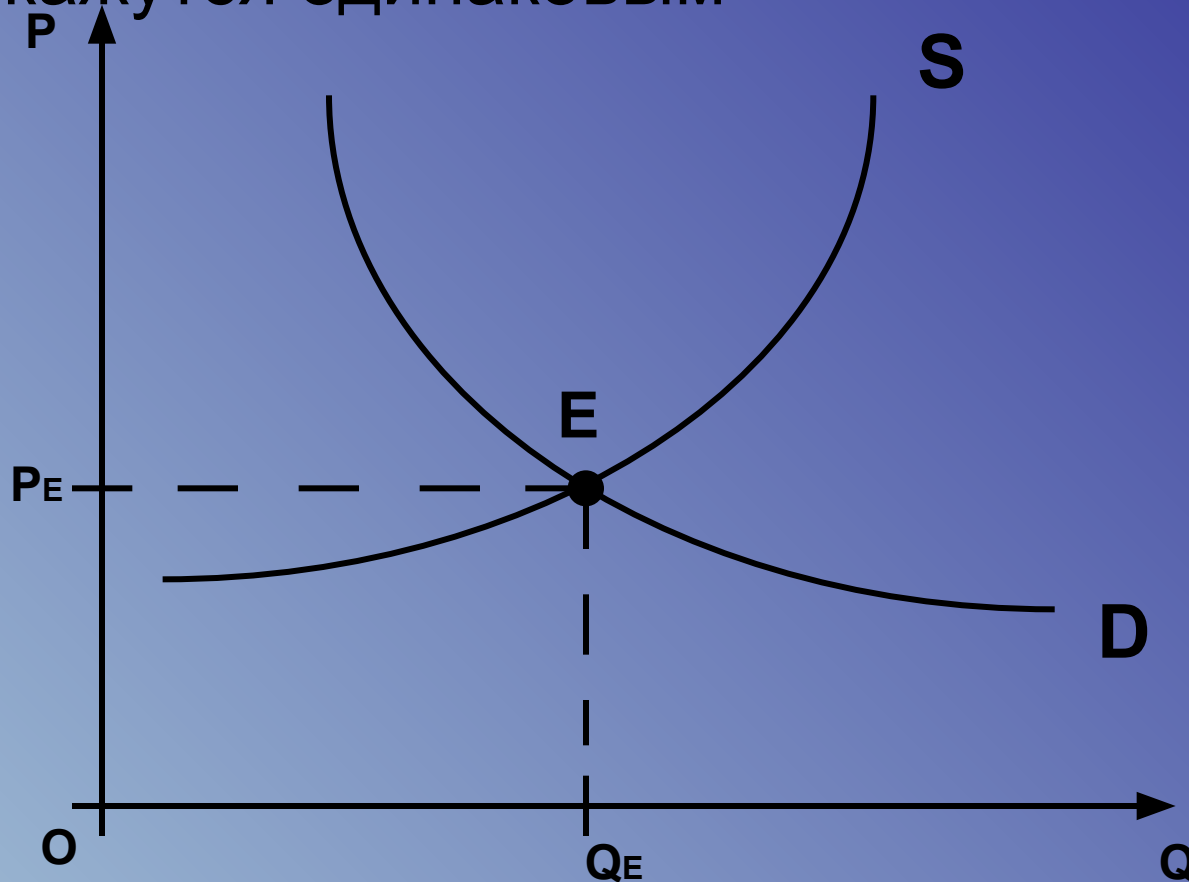
На рынке встречаются продавец и покупатель, каждый со своей предполагаемой ценой. Какая же цена будет одновременно приемлемой для всех покупателей и всех продавцов? Эту цену будут называть рыночно или равновесной ценой.



рыночное равновесие-

ситуация, когда спрос и предложение на рынке
окажутся одинаковым

**Равновесная
цена** -это цена,
позволяющая
продать весь
объем товаров,
который
изготовители
согласны при
такой цене
предложить на
продажу ($S=D$)

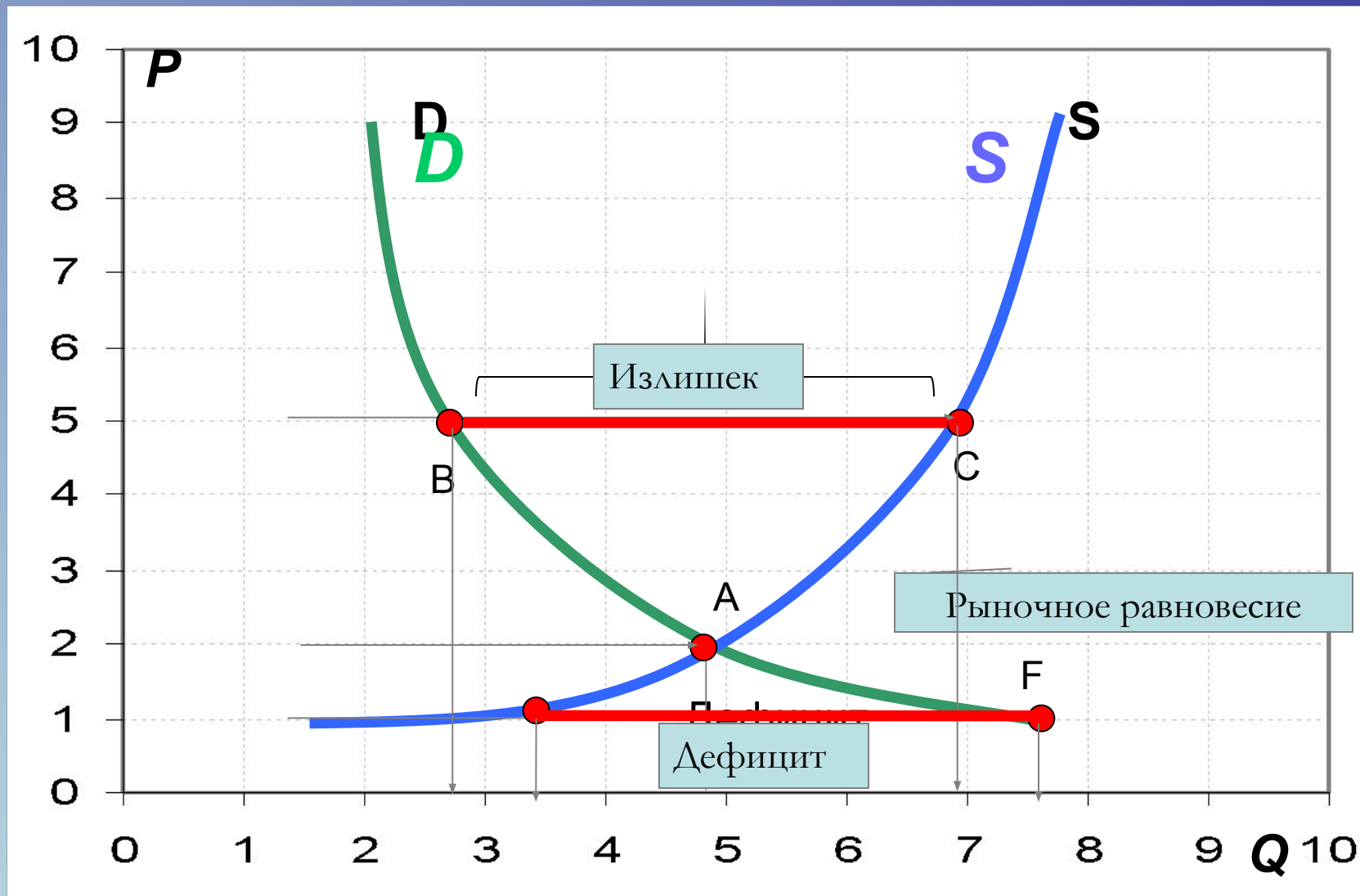


E – точка
равновесия

P_E – равновесная
цена

Q_E – равновесное
количество

Рыночное равновесие



Если цена товара на рынке выше равновесной, то спрос снижается, в результате на рынке возникает избыток товара, что в свою очередь приводит к снижению цены до уровня равновесия.

Если цена ниже равновесной, то предложение падает, а спрос растет. Такая ситуация на рынке приводит к дефициту товара.

Механизмы рынка

В реальности на рынке формируется две цены:

- **цена спроса** (та максимальная цена, по которой покупатель согласен купить товар);
- **цена предложения** (та минимальная цена, по которой производитель готов продать товар).

Рыночная цена колеблется в промежутке между этими двумя величинами.

Таким образом, цена, спрос и предложение являются активными регуляторами рыночного механизма производства и обмена товаров.

Беседа по вопросам

1. что такое рынок?
2. Что такое спрос
3. что такое предложение
4. Назовите закон спроса
5. Назовите закон предложение
6. Когда наступит рыночное равновесие?
7. Что такое равновесная цена?

Домашнее задание

Учебник 11 кл. §3, пересказ, повт. § 1-2; 4,

Написать эссе по теме:

*«Нажить много денег – храбрость,
сохранить их – мудрость, а умело
расходовать их - искусство» (Б.Ауэрбах),*

подготовиться к электронному
тестированию по изученным темам
раздела «Экономика»

Оцените свою работу на занятии



Спасибо за внимание!