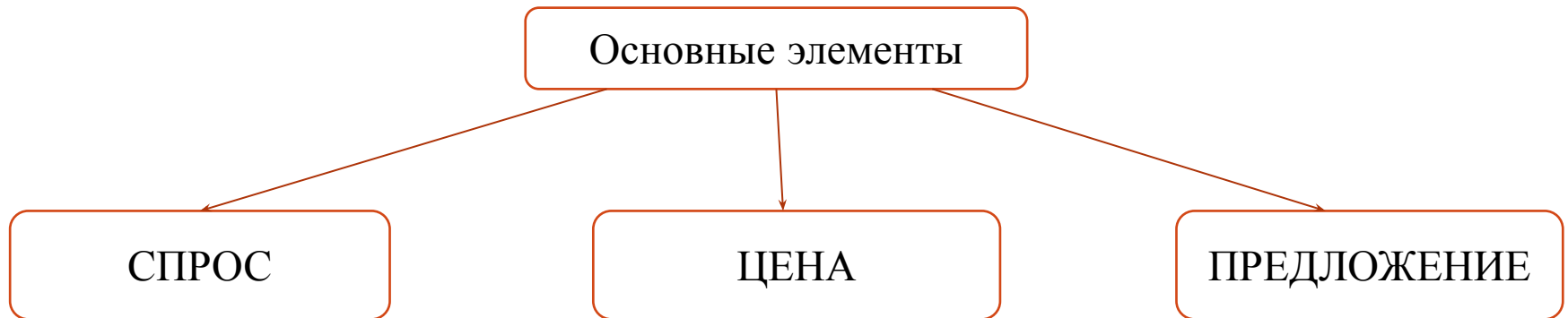


# **Рыночный механизм: сущность, особенности и элементы**

# 1. Рыночный механизм: определение, особенности и элементы

**Рыночный механизм** – это механизм формирования цен и распределения ресурсов, взаимодействия субъектов рынка по поводу установления цен, объема производства и реализации товаров. Основными элементами рыночного механизма считаются спрос, предложение, цена и конкуренция.

Еще одно, более простое, определение гласит, что рыночный механизм представляет собой механизм взаимосвязи основных элементов рынка: спроса, предложения и цены.



**Конкуренция** – соперничество, состязательность, борьба между производителями, поставщиками товаров и услуг за наиболее выгодные условия производства и сбыта. Она выступает в качестве формы взаимодействия рыночных субъектов и механизма регулирования пропорций, способствует максимизации прибыли и на этой основе расширению масштабов производства.

Все элементы рыночного механизма существуют не изолированно, а взаимодействуют. Их взаимодействие представляет собой **рыночный механизм**. Понятно, что спрос неразрывно связан с предложением, и оба они зависят от уровня цен. Конкуренция оказывает влияние на спрос, предложение и уровень цен. Таким образом, все элементы рыночного механизма находятся в единой системе.

## 2. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы спроса

**Спрос** — это платежеспособная потребность в каком-либо товаре или услуге.

**Величина спроса  $Q$**  — это количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах.

*Виды спроса:*

- Индивидуальный спрос
- Рыночный спрос
- Спрос на факторы производства (Спрос производства)
- Потребительский спрос

На величину спроса влияет огромное количество *факторов* (детерминантов). Спрос зависит от:

- использования рекламы
- моды и вкусов
- ожидания потребителей
- изменений предпочтений окружающей среды
- доступности товаров
- величины доходов
- полезности вещи
- цены установленной на взаимозаменяемые товары
- а также зависит от количества населения.

Различают экзогенный и эндогенный спрос.

- *Экзогенный спрос* — это такой спрос, изменения которого вызывается вмешательством правительства, либо внедрением каких-либо сил извне.
- *Эндогенный спрос (внутренний спрос)* -образуется внутри общества благодаря тем факторам, которые существуют в данном обществе.

Зависимость между величиной спроса и определяющими его факторами называют *функцией спроса*.

$$Q_d = Q_d (P_1 \dots P_n, I, E, R, N, T, X) \quad (1)$$

где:

$Q_d$  - величина спроса на рассматриваемый товар;

$P_1 \dots P_n$  - цены рассматриваемого и других товаров;

$I$  - потребительский доход;

$E$  - ожидания потребителей относительно будущих цен;

$R$  - денежный доход потребителей;

$N$  - количество потенциальных покупателей;

$T$  - вкусы и предпочтения потребителей;

$X$  - другие факторы.

Если все факторы, определяющие величину спроса считать неизменными для данного периода времени, то можно от общей функции спроса перейти к функции спроса от цены:

$$Q_d = Q_d(P) \quad (2)$$

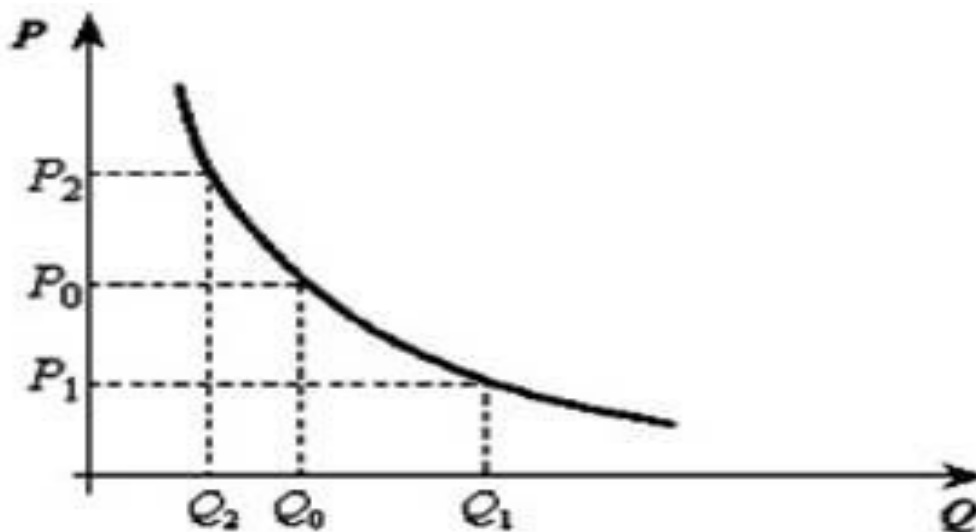


Рисунок 1 - Кривая спроса

При анализе *рыночной конъюнктуры* необходимо проводить четкое различие между спросом и величиной спроса, а также между изменениями величины спроса и изменениями в самом спросе на данный товар.

Изменение величины спроса наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменности всех прочит параметров (вкусов, доходов, цен на другие товары). На графике подобное изменение отражается движением вдоль кривой спроса из точки (стрелка №1).

Изменение спроса происходит при неизменности рыночных цен на рассматриваемый товар, т.е. под воздействием каких-либо неценовых факторов, и на графике отражается смещением кривой спроса вправо или влево (стрелка №2).

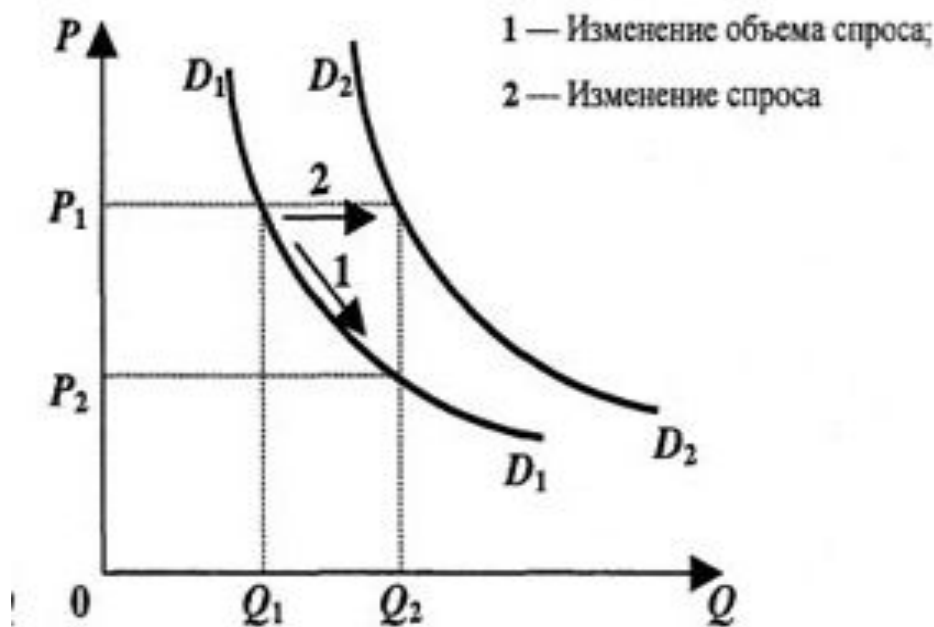


Рисунок 2 – Изменение кривой спроса



## *Неценовые детерминанты спроса*

Факторы, оказывающие воздействие на спрос при неизменных ценах на рассматриваемый товар, называются **неценовыми детерминантами спроса**.

Среди наиболее значимых неценовых детерминант экономисты выделяют:

1. Вкусы и предпочтения потребителей.

2. Доходы потребителей.

3. Число потребителей.

4. Цены на другие товары.

Различают условно три группы «других» товаров:

- нейтральные, т.е. оказывающие крайне низкое, близкое к нулю влияние на рынок основного товара, например, чай и фрезерные станки;
- заменители, удовлетворяющие аналогичные потребности, и потому являющиеся конкурентами для основного товара, например, чай и кофе;
- дополняющие, чье потребление обусловлено потреблением основного товара, например, чай и сахар.

5. Экономические ожидания потребителей.

Исследование неценовых факторов позволяет сформулировать закон спроса.

**Закон спроса.** Если цены на какой-либо товар увеличиваются, и при этом все прочие параметры остаются неизменными, то спрос будет предъявляться на все меньшее количество данного товара.

Действие закона спроса может быть объяснено на основе действия двух взаимосвязанных эффектов: *эффекта дохода* и *эффекта замещения*. Суть этих эффектов в следующем:

С одной стороны, рост цен сокращает реальный доход потребителя при неизменной величине его денежного дохода, снижает его покупательную способность, что ведет к относительному сокращению величины спроса на подорожавший товар (**эффект дохода**).

С другой стороны, этот же рост цен делает более привлекательными для потребителя другие товары, побуждает его заменить подорожавший товар более дешевым аналогом, что опять таки ведет к сокращению величины спроса на него (**эффект замещения**).

### 3. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы предложения

Анализ рыночного механизма будет односторонним без рассмотрения предложения, характеризующего экономическую ситуацию на рынке не со стороны покупателя, как спрос, а со стороны продавца.

**Предложение** - это совокупность товаров и услуг, которые находятся на рынке, и которые продавцы готовы продать покупателю по данной цене.

**Величина предложения** — это количество товаров и услуг, которое продавцы готовы продать в данное время, в данном месте и при данных ценах, но величина предложения не всегда совпадает с объемом производства и объемом продаж на рынке.

**Цена предложения** — это прогнозная минимальная цена, по которой продавец согласен продать определенное количество данного товара.

**Объем и структура предложения** характеризует экономическую ситуацию на рынке со стороны продавцов (производителей) и определяется размерами и возможностями производства, а также той долей товаров, которая направляется на рынок и при благоприятных экономических стечений обстоятельств может быть приобретена покупателями. К товарному предложению относят все товары, находящиеся на рынке, и в том числе относят товары находящиеся в пути.

**Объемом предложения** называют количество какого-либо товара, который желает продать на рынке отдельный продавец или группа продавцов в единицу времени при определенных экономических условиях

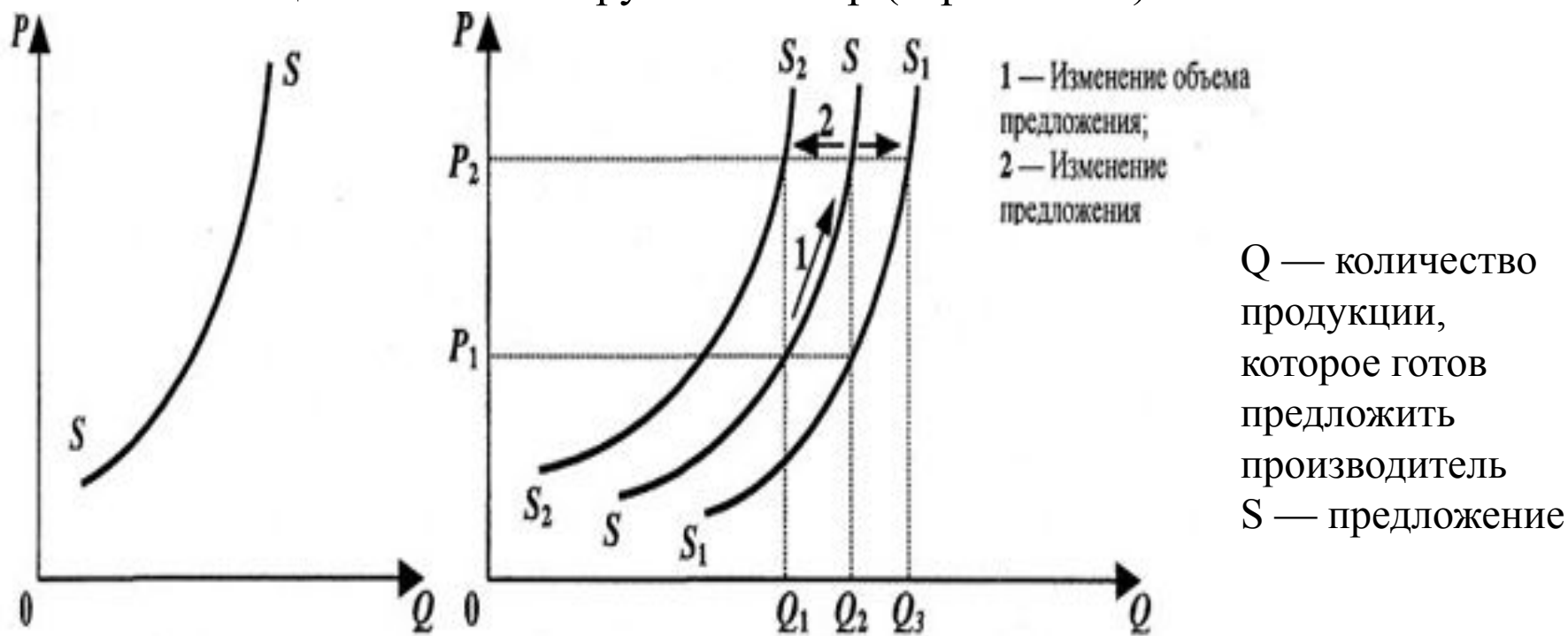
**Функция предложения от цены** характеризует зависимость объема предложения товара от его денежного эквивалента

**Кривая предложения** показывает, какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени.

Как и при рассмотрении спроса, не следует смешивать изменения объема предложения и изменения предложения:

*Изменение объема предложения* наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменных прочих факторов рыночной конъюнктуры и предполагает движение вдоль кривой предложения (стрелка №1)

*Изменение предложения*, напротив, означает изменение всей функции предложения за счет изменения каких-либо неценовых фактор при неизменной цене на анализируемый товар (стрелка №2)



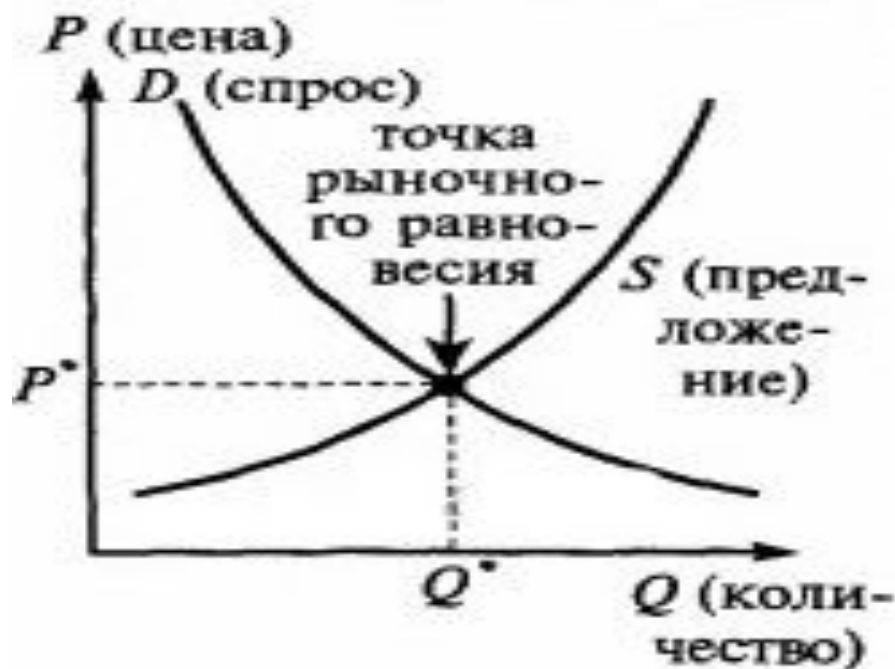
*Закон предложения* — объем предложения товара увеличивается при росте цены и уменьшается при ее снижении.

*К неценовым факторам предложения относят:*

- Изменение издержек производства в результате технических нововведений, изменения источников ресурсов, изменения связанные с налоговой политикой, а также характеристики, которые влияют на формирование стоимости факторов производства.
- Выход на рынок новых фирм.
- Изменения цен на другие товары приводящих к уходу фирмы из отрасли.
- Природные катастрофы
- Политические действия и войны
- Перспективные экономические ожидания
- Фирмы занятые в отрасли при увеличении цены задействуют резервные или быстровводимые новые мощности, что автоматически приводит к увеличению предложения.
- В случае продолжительного увеличения цены в эту отрасль устремятся другие производители, что еще больше увеличит производство и как факт возможно увеличение предложения.

## 4. Взаимодействие спроса и предложения. Равновесие на рынке. Равновесная цена

**Рыночное равновесие** — состояние, при котором ни у кого, из экономических субъектов не возникает побуждений к его изменению. Применительно к спросу и предложению точка равновесия будет находится в точке пересечения кривых спроса и предложения.



Взаимодействие спроса и предложения формирует цены на рынке. При пересечении кривых спроса и предложения определяется точка равновесия.

**Равновесная цена** – цена, при которой количество товара, предлагаемого продавцами, совпадает с количеством товара, которое готовы купить покупатели. Данная цена устраивает продавца и покупателя.

В точке равновесия величины спроса и предложения совпадают. На основании этого можно сформулировать условие равновесия:  $Q_d = Q_s$ .

Если условие равновесия не соблюдается, то на рынке может сложиться положение дефицита или избытка товара.

**а)** избыток товара:  $Q_d < Q_s$ ,  $P_{тов} > P_p$ ; при увеличении предложения цена товара снижается.

**б)** дефицита товара:  $Q_d > Q_s$ ,  $P_{тов} < P_p$ ; с увеличением спроса цена товара на рынке повышается.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**  
**УДАЧИ!**