



4. Экономические системы (economic systems)

- ЭС – это совокупность всех экономических процессов, совершающихся в обществе на основе сложившихся в нем отношений собственности и хозяйственного механизма.
- ОСНОВНЫЕ ТИПЫ ЭС:

ДОИНДУСТРИАЛЬНАЯ

ИНДУСТРИАЛЬНАЯ

ПОСТИНДУСТРИАЛЬНАЯ

I. Что такое экономическая система?



Что такое экономическая система?

ПО ФОРМЕ
СОБСТВЕННОСТИ

ПО
ПРЕОБЛАДАЮЩЕЙ
ОТРАСЛИ

ПО СПОСОБУ
КООРДИНАЦИИ

ПЕРВОБЫТНООБЩИННАЯ

АГРАРНАЯ

ТРАДИЦИОННАЯ

РАБОВЛАДЕЛЬЧЕСКАЯ

ИНДУСТРИАЛЬНАЯ

РЫНОЧНАЯ

ФЕОДАЛЬНАЯ

ПОСТИНДУСТРИАЛЬНАЯ

КОМАНДНАЯ
(ЦЕНТРАЛИЗОВАННАЯ)

КАПИТАЛИСТИЧЕСКАЯ

СМЕШАННАЯ

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

СОБСТВЕННОСТЬ

экономическая категория

СОБСТВЕННОСТЬ
отражает отношения между
людьми по поводу владения,
присвоения, распределения
и распоряжения объектом
собственности

юридическая категория

СОБСТВЕННОСТЬ -
это закрепленное законом
право субъекта на владение
имуществом



ПРАВО СОБСТВЕННОСТИ –
совокупность правовых норм, закрепляющих, регулирующих и охраняющих принадлежность материальных благ конкретным людям.

**ПРАВО
ВЛАДЕТЬ**



охраняемая законом
возможность
собственника иметь
какую-либо вещь

**ПРАВО
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ**



возможность
извлечь из вещи ее
полезные свойства,
получать от нее
доход

**ПРАВО
РАСПОРЯЖАТЬСЯ**



возможность
собственника
решать судьбу вещи

II. Традиционная экономическая система



**ПЕРВОБЫТНОЕ
ОБЩЕСТВО**

**РАБОВЛАДЕЛЬЧЕСКОЕ
ОБЩЕСТВО**



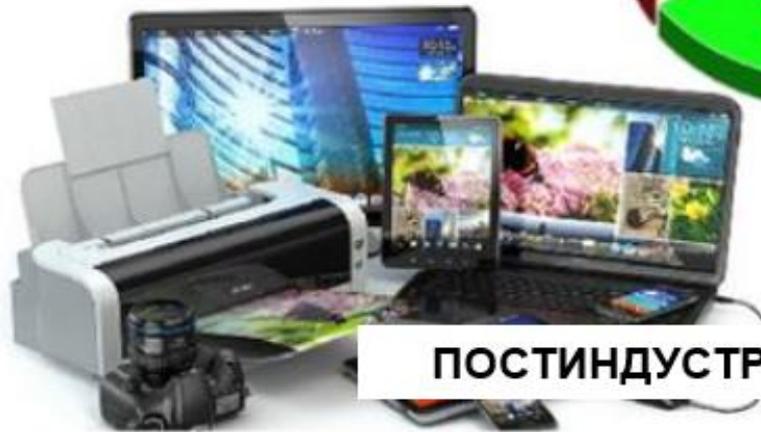
ФЕОДАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО

II. Традиционная экономическая система



III. Рыночная экономика

ИНДУСТРИАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО



ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО



III. Рыночная экономика



VI. Централизованная система (административно-командная экономика)



VII. Смешанная экономика



Рыночная экономика

ЧТО
ПРОИЗВОДИТЬ?

КАК
ПРОИЗВОДИТЬ?

ДЛЯ КОГО
ПРОИЗВОДИТЬ?

Товары, на
которые
сложились
высокие цены

С минимальными
затратами, чтобы
получить прибыль

Для того, кто
имеет деньги на
покупку товара



Рынок помогает эффективно удовлетворить потребности людей.

Рынок быстро реагирует на изменение условий производства.

Рынок способствует эффективному распределению ресурсов.

Рынок способствует внедрению новейших достижений научно-технического прогресса.



Рынок развивается циклично: периоды подъёма производства сменяются периодами спада.

Рынок делает невыгодным производство общественных благ.

Рынок способствует неравномерному распределению доходов.

Командная экономика (command economy)

Это система, в которой преобладает общественная (государственная) собственность на средства производства, коллективное принятие экономических решений, централизованное руководство экономикой посредством государственного планирования.

Централизованная система (административно-командная экономика)

ЧТО
ПРОИЗВОДИТЬ?

КАК
ПРОИЗВОДИТЬ?

ДЛЯ КОГО
ПРОИЗВОДИТЬ?

Принимаются
государственные
решения на
основе
планирования

С использованием
ресурсов,
принадлежащих
государству

Централизованное
распределение
благ по
уравнительному
принципу



Гарантирует определенный жизненный минимум, чем поддерживает уверенность в будущем

Исключает безработицу

Создает социальную стабильность



Негибкая система цен

Отсутствие экономических стимулов развития производства

Дефицит товаров

Затратный характер экономики

	Признаки отличия:	
	преобладающая форма собственности	механизм регулирования экономических отношений
Рыночная экономика	частная собственность на средства производства	рыночный (объективный)
Командная экономика	государственная форма собственности на средства производства	государственный (субъективный)



Смешанная экономика (mixed economy)

Это тип экономики, объединяющий элементы рыночной и командной экономических систем, то есть механизм рынка дополняется активной деятельностью государства.

VII. Смешанная экономика

**ЧТО
ПРОИЗВОДИТЬ?**

**КАК
ПРОИЗВОДИТЬ?**

**ДЛЯ КОГО
ПРОИЗВОДИТЬ?**

**Все вопросы решаются во взаимодействии
рыночного механизма и государственного
регулирования**

Тест на решение в рамках занятия (на листе написать свои ФИО, номер группы, решение теста. Сдать по окончании лекции)

1. Совместить исследуемую проблему/субъект и раздел экономики, его изучающей:
 - 1) Динамика цен в России за 2020-2022 гг.
 - 2) Покупка картофеля в супермаркете
 - 3) Уровень мировых затрат на очистку загрязнения воздуха в 2022 году
 - 4) Формирование цен на нефть странами ОПЕК
- А) Геоэкономика
Б) Мезоэкономика
В) Макроэкономика
Г) Микроэкономика

Тема 2: Рыночная система

1. Рыночная система: основные понятия.
 2. Виды рынков.
 3. Деньги, их история и функции.
 4. Понятие производственных возможностей общества.
Кривая производственных возможностей.
Альтернативные издержки.
-

Рыночная экономика (market economy)

Это система, которая основана на частной собственности, свободе выбора и конкуренции. Она строится на личном интересе, ограничивает роль правительства в экономике.

Экономическая свобода -

Это возможность индивида реализовать свои интересы и способности путем активной деятельности в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ.

-
- **Свобода потребителя** – свобода потребительского выбора на рынке товаров и услуг.

 - **Свобода предпринимательства** – человек сам определяет что, как и для кого производить, где, как, кому, сколько и по какой цене реализовать произведенную продукцию, каким образом и на что тратить полученную выручку.
-

-
- **Личный интерес (мотив)** – главный мотив и главная движущая сила экономики.
 - **У потребителя мотив (интерес)** – это максимизация полезности.
 - **У производителя мотив (интерес)** – это максимизация прибыли.
-

УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ РЫНКА

- **РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА-** в обществе происходит разделение индивидов, которые постоянно обеспечивают производство какой-то одной продукции и специализируются на ее выпуске
- **ОБМЕН –** явление постоянной взаимовыгодной передачи произведенных в обществе товаров и услуг для целей удовлетворения потребностей всех индивидов
- **САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТОВ –** обособленность хозяйствующих субъектов, которая способствует формированию личного интереса в результатах обмена и повышению эффективности производства

Виды конкуренции и их роль

Конкуренция – это процесс взаимодействия и взаимосвязи экономических субъектов, выступающий в форме экономического соперничества за лучшие условия производства; сбыта; право обладания экономическим благом, приносящим полезность.

По критерию формы конкуренция может быть внутриотраслевой и межотраслевой.

По методам осуществления конкуренция подразделяется на ценовую, неценовую, недобросовестную.

По степени ограничения конкуренции различают типы рыночных структур совершенной и несовершенной конкуренции.

Совершенная конкуренция (perfect competition)

предполагает:

- Множество продавцов и покупателей
- Однородность товаров и услуг
- Отсутствие ценовой дискриминации
- Полная мобильность всех ресурсов
- Абсолютная информированность о ценах

**ЕСЛИ ХОТЬ ОДНО УСЛОВИЕ НЕ ВЫПОЛНЯЕТСЯ,
КОНКУРЕНЦИЯ СТАНОВИТСЯ НЕСОВЕРШЕННОЙ**

Функции рынка:

- Посредническая (рынок является посредником между покупателем и продавцом, производителем и потребителем);
- Ценообразующая (на рынке устанавливаются цены на товары и услуги);
- Информационная (рынок дает производителям сведения о вкусах и предпочтениях потребителей);
- Регулирующая (рынок указывает, что, как, где, для кого производить);
- Стимулирующая (благодаря свободному ценообразованию и свободе выбора предлагаемых товаров и услуг совершенствуется производство, уменьшаются затраты);
- Оздоровливающая (санирующая) (некачественные и ненужные товары уходят с рынка).

Виды рынков

ТОВАРНЫЙ
РЫНОК

ФИНАНСОВЫЙ
РЫНОК

РЫНОК ТРУДА



ТОВАРНЫЙ РЫНОК (РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ)



РЫНОК ТОВАРОВ
ПРОИЗВОДСТВЕННОГО
НАЗНАЧЕНИЯ

РЫНОК ТОВАРОВ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО
НАЗНАЧЕНИЯ

ТОВАРНЫЙ РЫНОК (РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ)



РЫНОК
ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
УСЛУГ



РЫНОК
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
УСЛУГ

ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК (РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ)



ЦЕННЫЕ БУМАГИ

Ценные бумаги дающие их владельцу (акционеру) право на получение части прибыли в виде дивидендов

АКЦИИ

обыкновенные

привилегированные

Обыкновенные:
дают право на участие в управлении АО и получение дивидендов пропорционально вложенным средствам

Привилегированные:
дают право на получение гарантированного дохода в виде определённой доли от прибыли

АКЦИЯ

НАЗ ИМЕНАХ
РУБЛЕЙ
СУМ

— один миллион
— одна тысяча
— одна сотня
— одна десятая
— одна сотая
— одна тысячная

Генеральный директор
Генеральный бухгалтер

ЦЕННЫЕ БУМАГИ

ОБЛИГАЦИИ



Ценная бумага, владелец которой имеет право получить в оговоренный срок её номинальную стоимость, а также на получение процентов

ВЕКСЕЛЯ



Долговое обязательство о выплате долга в определенный срок в определенном размере

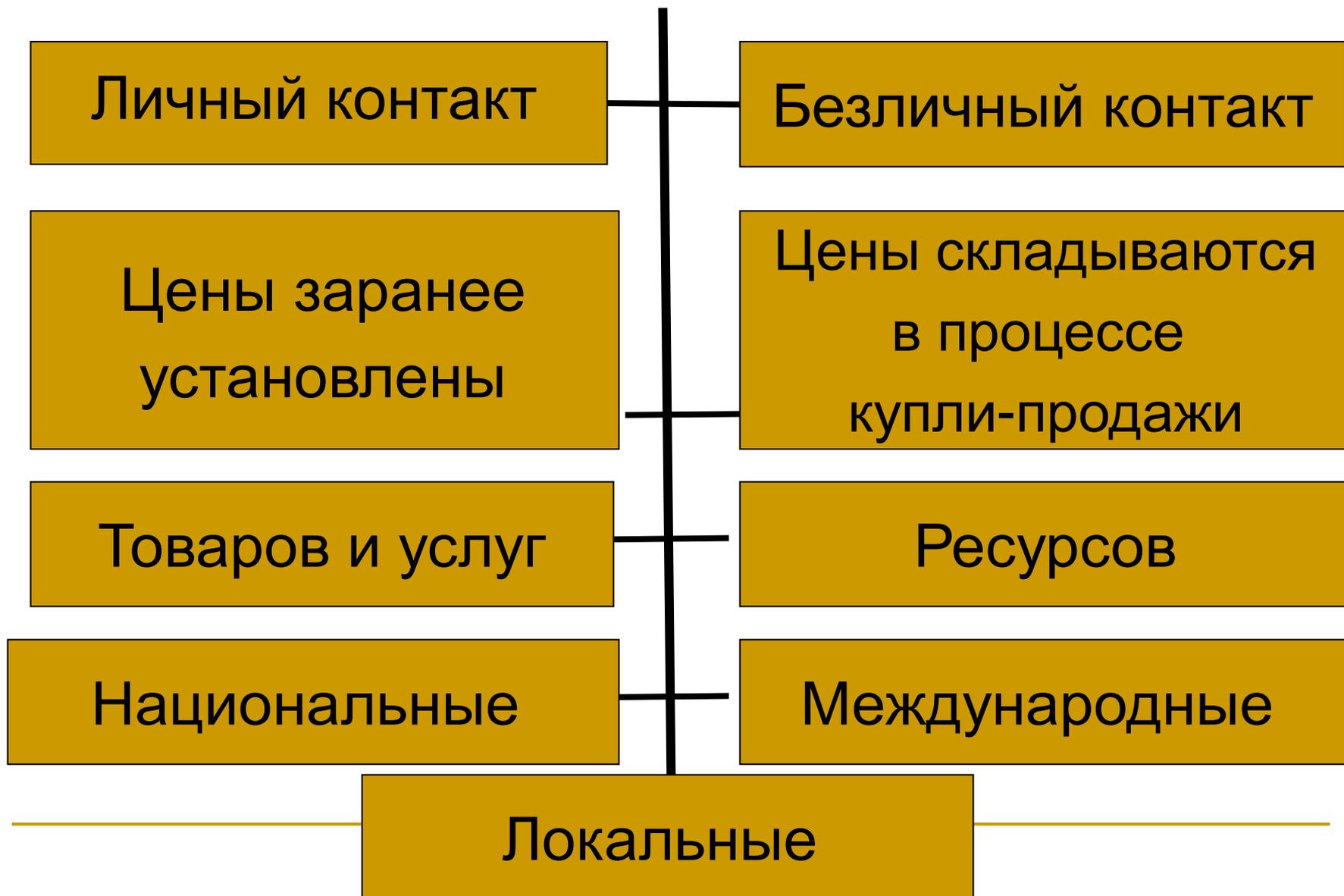
РЫНОК ТРУДА, КАК И РЫНКИ КАПИТАЛОВ, ТОВАРОВ, ЦЕННЫХ БУМАГ И Т. Д., ЯВЛЯЕТСЯ СОСТАВНОЙ ЧАСТЬЮ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

НА НЕМ РАБОТНИКИ И РАБОТОДАТЕЛИ **СОВМЕСТНО ВЕДУТ ПЕРЕГОВОРЫ** (КОЛЛЕКТИВНЫЕ ИЛИ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ) ПО ПОВОДУ:

- **ТРУДОУСТРОЙСТВА**
- **УСЛОВИЙ ТРУДА И**
- **ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ**



Формы рынков





Транзакционные издержки (transaction costs) –

это издержки в сфере обмена, связанные с передачей прав собственности.

Включают в себя:

- Расходы связанные с поиском информации;
- Затраты на ведение переговоров;
- Работа по изменению свойств товара (услуги);
- Издержки по защите прав собственности.

Альтернативные издержки (opportunity costs)



***Это издержки одного блага,
выраженные в другом благе,
которым пришлось пренебречь
(пожертвовать).***

Производственные возможности (production capacity)

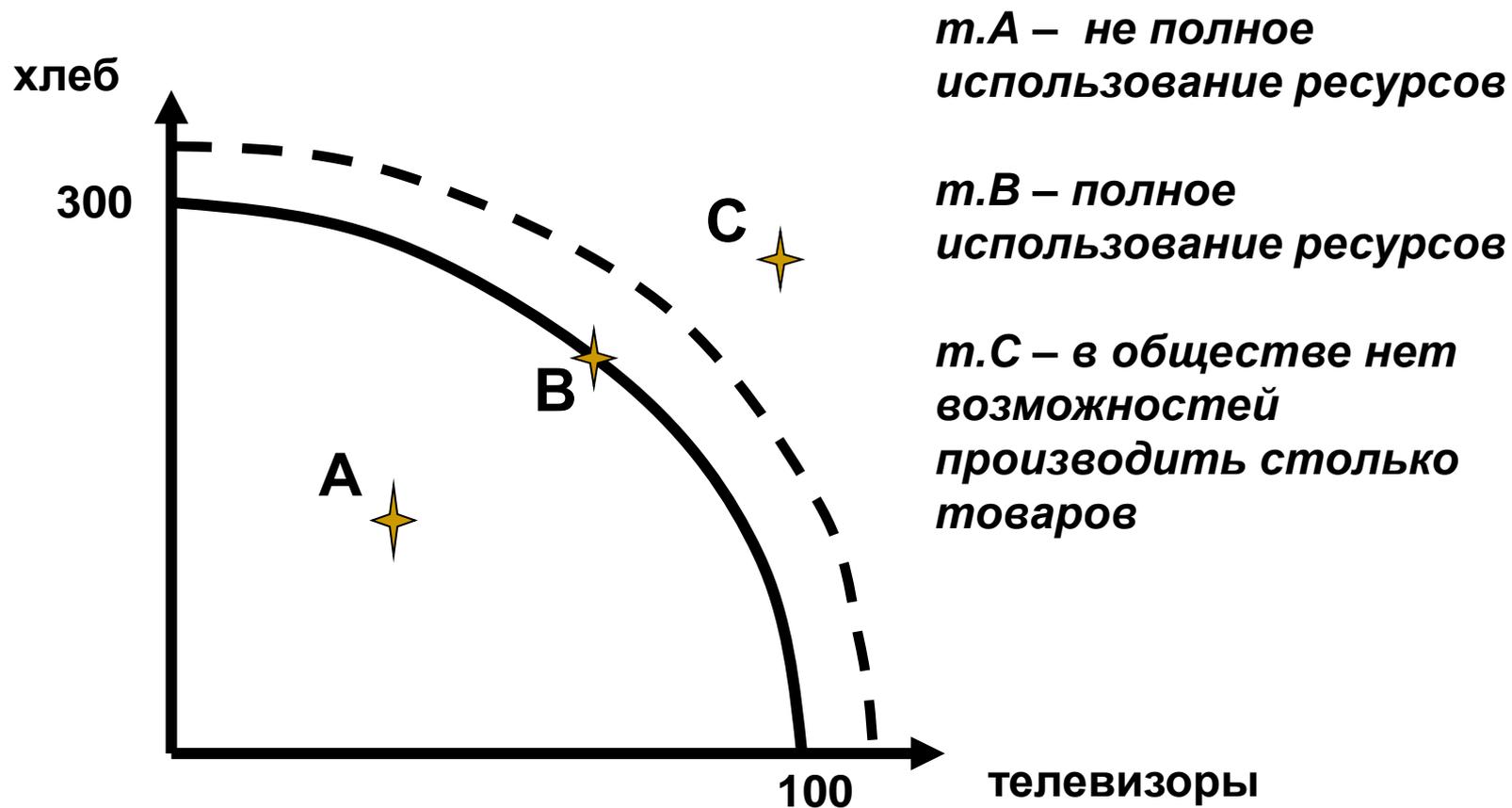
***Это возможности общества по
производству экономических
благ при полном и
эффективном использовании
всех имеющихся ресурсов при
данном уровне развития
технологии***

Кривая производственных возможностей (production possibility curve)

***показывает альтернативные
варианты производства благ
при полном использовании
ресурсов***



Кривая производственных возможностей



Современные экономические системы

- Экономическая цель потребителя – максимизировать удовлетворение всех потребностей
- Экономическая цель фирмы – максимизировать прибыль или минимизировать затраты
- Экономическая цель общества – экономический рост, повышение производительности, полная занятость и социально-экономическая стабильность

Виды и функции денег в рыночной системе

Полноценные деньги – обладают собственной стоимостью как самостоятельный товар (металлические деньги из благородных металлов)

Символические деньги – заменители денег, используемые правительством как символы ценности для наличных и безналичных расчетов (бумажные деньги и разменная монета)

- **Мера стоимости**
- **Средство обращения**
- **Средство платежа**
- **Средство накопления**
- **Мировые деньги**

Функции денег раскрывают их сущность.

Ф У Н К Ц И И Д Е Н Е Г	Мера стоимости	▶	Деньги выражают стоимость товаров и измеряют их цены
	Средство обращения	▶	Деньги служат посредником при обмене товаров
	Средство платежа	▶	Деньги используются в качестве долгового обязательства
	Средство накопления и сбережения	▶	Деньги накапливаются и сберегаются для последующих платежей
	Мировые деньги	▶	Деньги используются в международных расчетно-кредитных отношениях и как резервные средства

Рыночная система:

спрос и предложение

1. **Спрос и предложение**
2. **Равновесие спроса и предложения**
3. **Эластичность спроса и предложения**

1. Спрос и предложение (demand & supply)

СПРОС – способность и желание покупателей приобретать товар при разных ценах

Закон спроса – это обратная зависимость между ценой и величиной спроса.

Кривая спроса – это кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени.

Расписание спроса – таблица, отражающая зависимость между ценой товара и требуемым его количеством.

Весь объем спроса можно разделить на три большие категории исходя из характеристик покупателя:

- Потребительский спрос – покупателями выступают конечные потребители;
- Промежуточный спрос – приобретение для дальнейшей перепродажи (передачи) конечным потребителям;
- Производственный спрос – приобретение сырья, комплектующих, услуг для использования в производственном процессе, дальнейшей переработки.

Рассматривая взаимосвязь спроса и предложения, следует признать первичность именно спроса. Случай, когда вновь появившееся предложение чего-то приводит к появлению нового вида спроса можно объяснить тем, что новинка оказывается способной удовлетворить уже существующую, хотя, возможно, еще не заявленную потребность (так называемый скрытый спрос).

В повседневном же обиходе часто используются такие понятия как:

- Повседневный спрос;
- Периодический спрос;
- Эпизодический спрос;
- Реальный спрос;
- Потенциальный спрос;
- Удовлетворенный спрос;
- Неудовлетворенный спрос;
- Формирующийся спрос.

Суть перечисленных понятий довольно точно определена в их названиях. Кроме того, можно выделить еще **НЕГАТИВНЫЙ СПРОС** – такое определение применяют к товарам отвергаемым большинством потребителей при любом уровне цены и качества этих продуктов (пример – иголки для патефонов).

Функция спроса –

это функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него различных факторов.

$$Q_d = f (P, I, Z, W, P_{sub}, P_{com}, N, B)$$

где Q_d – спрос;

P – цена (Ценовой фактор спроса!!!);

I – доход;

Z – вкусы;

W – ожидания;

P_{sub} – цена на товары-субституты;

P_{com} – цена на комплементарные товары;

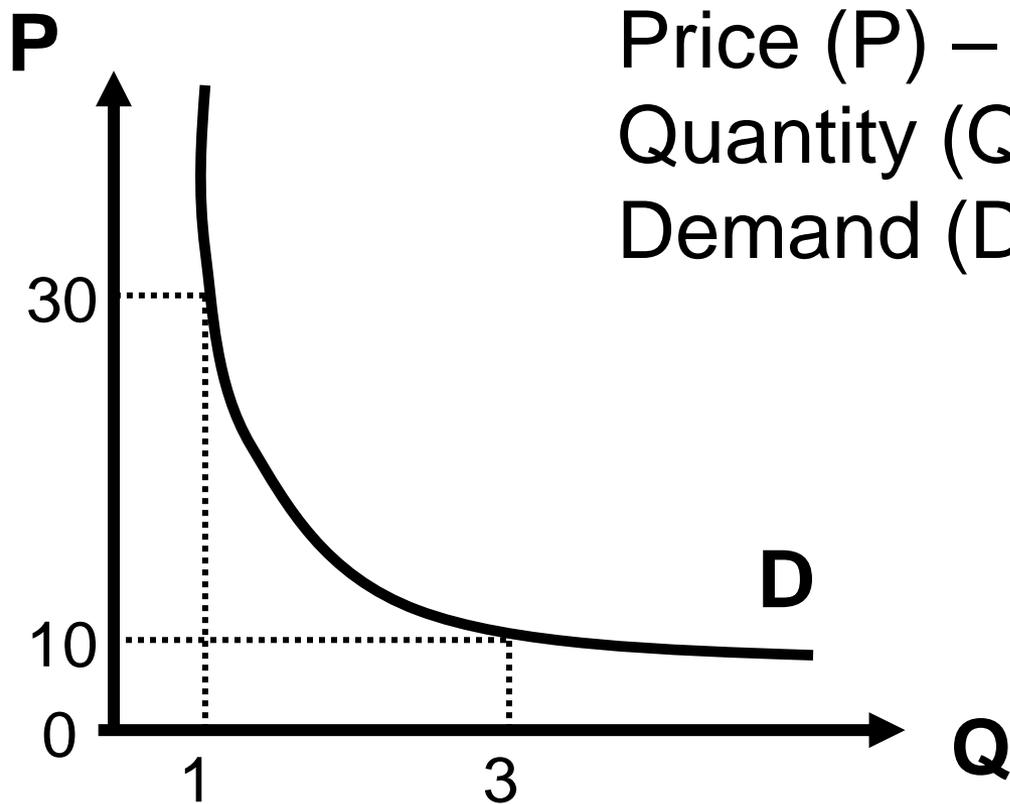
N – количество покупателей;

B - прочие факторы. 100



Цена. Если цена на упаковку мороженого увеличится до 100 рублей, вы, очевидно, ограничите его покупки, возможно, компенсируете желание съесть что-нибудь холодненькое замороженным йогуртом. Если цена на упаковку мороженого упадет до 15 рублей, вы позволите себе не одну, а две-три порции в день. Уровень спроса уменьшается, когда растет цена, и увеличивается, когда цена падает; принято говорить, что объем спроса обратно пропорционален цене товара. Зависимость между ценой и объемом спроса справедлива для большинства товаров, фактически она настолько всеобъемлюща, что экономисты называют ее законом спроса: при прочих равных условиях, когда цена на товар возрастает, объем спроса на товар уменьшается.

Кривая спроса



Price (P) – цена

Quantity (Q) – количество

Demand (D) - спрос

НЕЦЕНОВЫЕ Факторы, влияющие на спрос:

1. Увеличение (или сокращение) доходов потребителей;
2. Изменение вкусов и предпочтений;
3. Ценовые и дефицитные ожидания;
4. Изменение цен товаров-субститутов и комплементарных товаров;
5. Рост (или уменьшение) количества покупателей;
6. Прочие факторы (случайные и сезонные факторы).



Доход. Как отразится на предъявляемом вами спросе на мороженое потеря вами работы? Весьма вероятно, что он снизится. Уменьшение дохода ведет к сокращению и ваших расходов: очевидно, что вам придется ограничить себя в потреблении некоторых, а скорее всего большинства, товаров. Когда при снижении доходов потребителей спрос на товар уменьшается, такой товар называют **нормальным товаром**.

Кроме нормальных, на рынке присутствуют и товары, спрос на которые растет, несмотря на то что доходы потребителей снижаются. Такие товары называют **низшими товарами**. Пример низшего товара — поездки на автобусе. Если ваши доходы снижаются, вы откладываете покупку автомобиля, прекращаете пользоваться услугами такси и начинаете изучать маршруты городских автобусов.



Вкусы. Самый очевидный фактор вашего спроса — ваши вкусы. Если вам нравится мороженое, вы покупаете его в огромных количествах. Обычно экономисты даже не пытаются объяснить вкусы людей, так как предпочтения формируются под воздействием исторических и психологических факторов, исследование которых — за пределами предмета экономике. Тем не менее экономисты изучают последствия изменения вкусов.

Ожидания. Ожидания будущего могут повлиять на ваш текущий спрос на товары и услуги. Например, если вы ожидаете получить в следующем месяце в дополнение к стипендии денежный перевод от родителей, вы, возможно, не откажете себе в использовании некоторой части текущих сбережений на мороженое. Если вы узнали, что с завтрашнего дня цены на мороженое понизятся, сегодня вы, вероятно, купите его несколько меньше.

Цены на взаимосвязанные товары. Предположим, что цена на замороженный йогурт снижается. Закон спроса говорит, что вы, вероятно, увеличите его закупки. В то же время вы, скорее всего, будете покупать меньше мороженого. Так как мороженое и замороженный йогурт относятся к классу холодных, сладких, кремообразных десертов, они удовлетворяют схожие потребности. Если снижение цены одного товара ведет к уменьшению спроса на другой товар, оба товара называются **взаимозаменяющими (субститутами)**. Другие пары товаров-субститутов составляют хот-доги и гамбургеры, свитера и теплые рубашки, билеты в кинотеатр и видеокассеты.



Предположим, что снижается цена на фруктовые сиропы. В соответствии с законом спроса вы будете покупать больше фруктовых сиропов. А поскольку вы предпочитаете потреблять их вместе с мороженым, вы будете покупать больше мороженого. Когда уменьшение цены одного товара ведет к повышению спроса на другой товар, такие товары называют **взаимодополняющими**. Другие пары взаимодополняющих товаров образуют бензин и автомобили, компьютеры и программное обеспечение, горные лыжи и билеты на подъемники.

Нормальный товар — товар, объем спроса на который при прочих равных условиях возрастает при увеличении дохода.

Низший товар — товар, объем спроса на который при прочих равных условиях возрастает при уменьшении доходов потребителей.

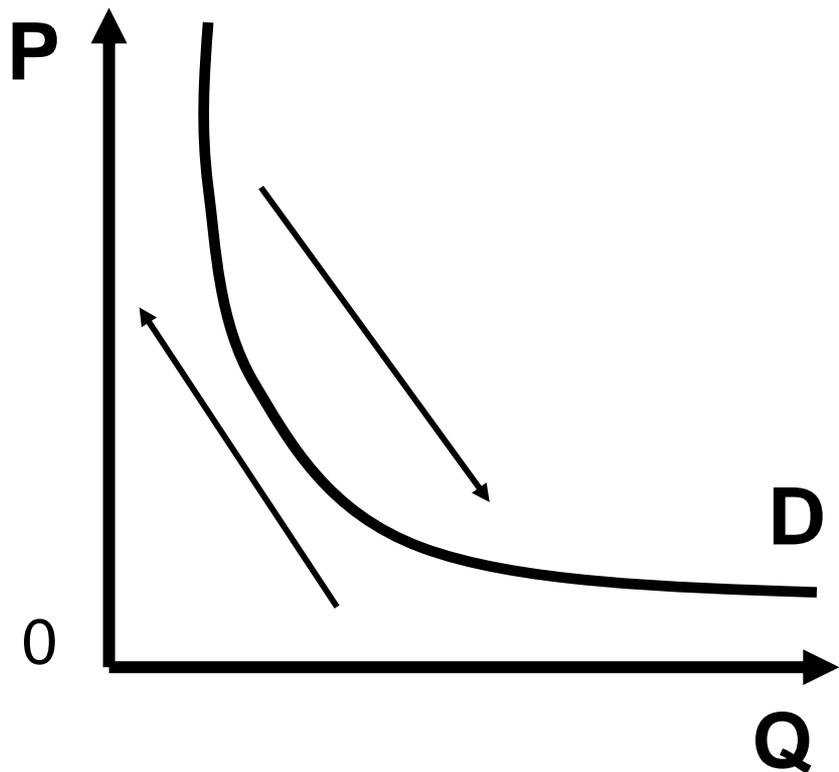


Количество покупателей Предположим, что в летнее время родители отправили своих детей погостить к бабушке в деревню. Соответственно, число потребителей мороженого в деревне летом заметно увеличилось, соответственно вырос и спрос на этот продукт.

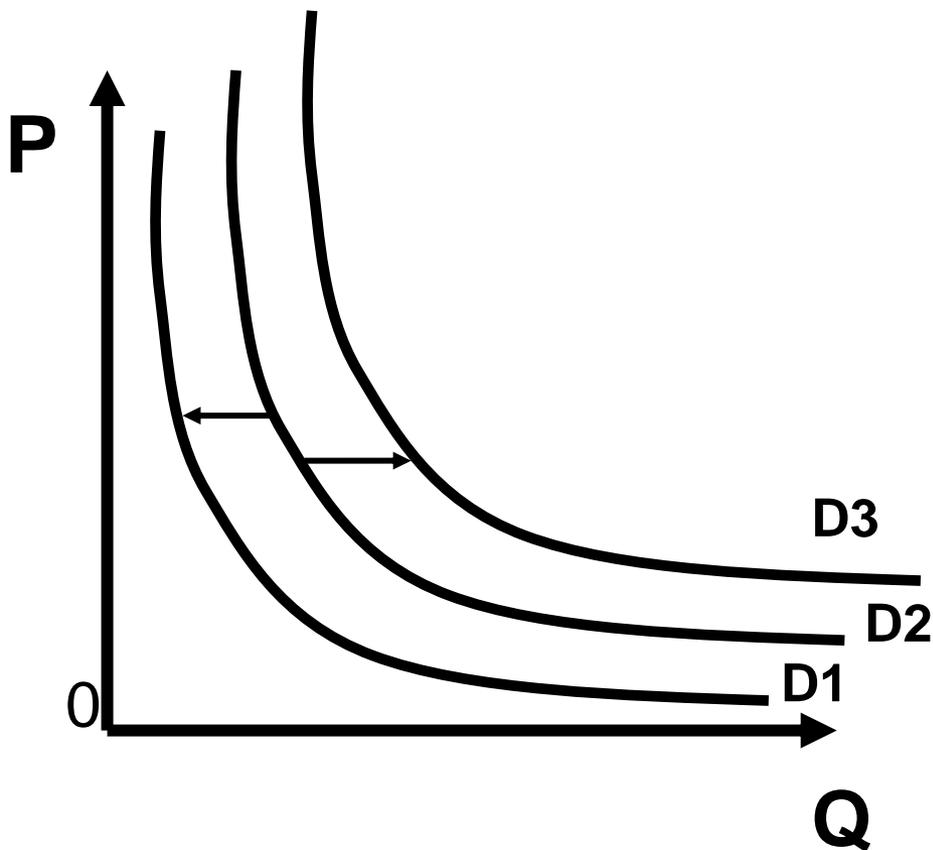
Прочие факторы Например, в летнее время жаркая погода сильно увеличивает желание охладиться, чтобы избежать перегревания и повысить комфортность в условиях зноя. Соответственно, сезонный спрос на мороженое сильно зависит от погоды. Другой пример стороннего фактора: в России накануне Пасхального праздника ежегодно возрастает спрос на яйца.



Кривая спроса



Движение по кривой спроса
(изменение величины спроса
при изменении ЦЕНЫ товара)



Сдвиг кривой спроса
(изменение спроса при
изменениях НЕЦЕНОВЫХ
ФАКТОРОВ спроса)

Ситуации, воздействующие на спрос

Как изменится спрос на товар, если:

1. Урожай яблок в этом году очень высок
2. Цены на яблоки повысились на 20% из-за повышения таможенных сборов
3. Таможенные сборы на ввозимые яблоки повысятся через 2 месяца на 15%
4. Возросло количество вегетарианцев в стране на 8%
5. Бюджетникам повысили заработную плату в среднем на 30%
6. Сильно подешевели бананы

РЫНОЧНЫЙ СПРОС

Рыночный спрос — суммарное значение всех индивидуальных требований определенного товара или услуги. Рыночный спрос является суммой двух индивидуальных спросов. Кривая рыночного спроса определяется сложением индивидуальных кривых спроса по горизонтали.

В основе рыночного спроса лежит спрос индивидуальный, а значит, он определяется факторами, воздействующими на требования отдельных покупателей. Объем спроса на рынке зависит не только от цены товара, но также от доходов покупателей, их вкусов, ожиданий и цен на взаимосвязанные товары и число потребителей. Кривая рыночного спроса показывает, как изменяется общий объем спроса на товар по мере изменения его цены.

Формирование рыночного спроса

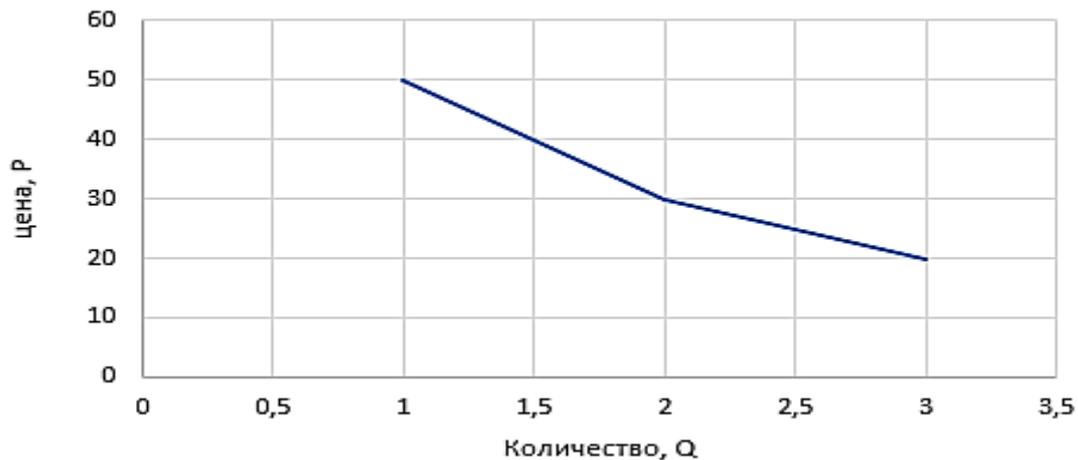
Петя, Толя и Наташа пошли гулять в выходной. Увидев киоск с пирожками, они захотели перекусить. У Пети очень мало денег. Он готов купить пирожок в случае, если его цена не выше 20 рублей. Наташа не слишком голодна, и приобретет пирожок, если он стоит не более 30 руб. Толя так голоден, что готов купить пирожок даже по цене 50 руб. Постройте график спроса этой компании на пирожки.

Задача на расчет рыночного спроса (решение)

Расписание спроса компании:

фактор	Цена 20 руб.	Цена 30 руб.	Цена 50 руб.
Петя	+		
Толя	+	+	+
Наташа	+	+	
Итого спрос	3	2	1

Кривая спроса на пирожки



предложение

ПРЕДЛОЖЕНИЕ – способность производителей и продавцов предлагать к обмену товар при разных ценах

Закон предложения – это прямая зависимость между ценой и количеством предполагаемого продукта.

Кривая предложения – это кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени.



Представьте, что вы управляете компанией "Радость студента", которая производит и продает мороженое. Что определяет количество мороженого, которое вы хотите произвести и продать? Вот некоторые возможные ответы.

Цена. Один из определяющих объем предложения мороженого факторов — его цена. В тех случаях, когда на мороженое устанавливается высокая цена, рентабельность производства увеличивается и его предложение возрастает. Ваша компания переходит на работу в две смены, вы покупаете новое оборудование и нанимаете дополнительных рабочих. Напротив, в случае установления низких цен на продукцию доходность бизнеса снижается и вы сокращаете производство мороженого. Возможно, вы даже захотите выйти из дела, и ваш объем предложения сократится до нуля.

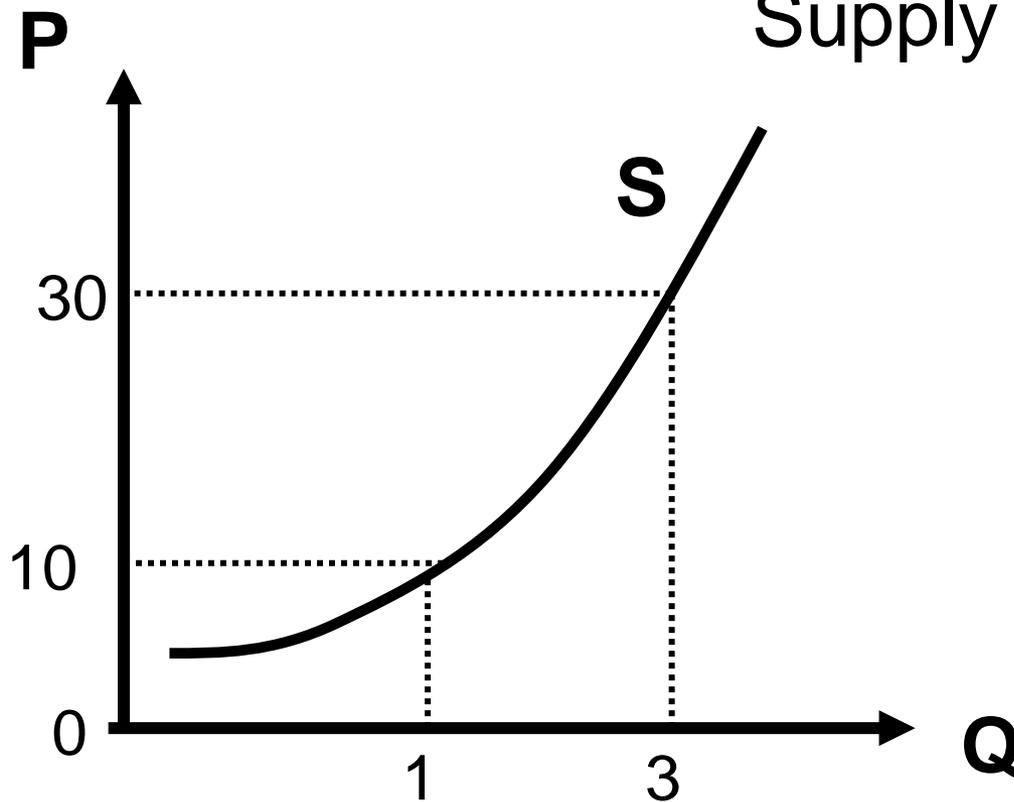
Так как увеличение цены ведет к росту объема предложения и его уменьшению при снижении цены, мы говорим, что объем предложения прямо пропорционален цене товара. Зависимость между ценой и объемом предложения называют **законом предложения**: при прочих равных условиях увеличение цены товара ведет к росту его предложения.

Кривая предложения

Price (P) – цена

Quantity (Q) – количество

Supply (S) - предложение



Функция предложения –

это функция, определяющая предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов.

$$Q_s = f (P, P_r, K, T, N, B)$$

где Q_s – предложение;

P – цена (ценовой фактор предложения!!!);

P_r – цены ресурсов;

K – характер применяемой технологии;

T – налоги и субсидии;

N – количество продавцов;

B - прочие факторы.

Неценовые Факторы, влияющие на предложение:

1. Цены факторов производства (ресурсов);
 2. Технология;
 3. Ценовые и дефицитные ожидания;
 4. Размер налогов и субсидий;
 5. Рост (или уменьшение) количества продавцов.
-

Цены на ресурсы. Для производства мороженого компания "Радость студента" использует различные ресурсы: молоко, сахар, добавки, производственное оборудование, здание и труд рабочих. Когда цена одного или нескольких ресурсов возрастает, производство становится менее прибыльным и фирма предлагает меньше мороженого. Если цены на ресурсы значительно выросли, возможно, вам придется закрыть фирму, а значит, ваше предложение сократится до нуля. Таким образом, предлагаемое количество товара обратно пропорционально цене используемых для его производства ресурсов.



Технология. Технология превращения ресурсов в мороженое — еще одна детерминанта объема предложения. Внедрение автоматизированной производственной линии, например, привело бы к снижению затрат труда и издержек фирмы и увеличению объема предложения мороженого.

Ожидания. Предложение мороженого в настоящее время, возможно, зависит от ваших ожиданий, связанных с будущим. Например, если вы считаете, что вскоре цена мороженого возрастет, вы уменьшите поставки и увеличите запасы готовой продукции.



Налоговая нагрузка на производителей Высокий уровень налогов и отсутствие субсидий производителям означает повышение их затрат на производство. Чем выше затраты, тем меньшее количество фирм сможет обеспечить безубыточное производство

Количество производителей Чем больше фирм предлагают свою продукцию на рынок, тем большее ее количество в натуральном выражении становится доступным для приобретения.



РАСПИСАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ



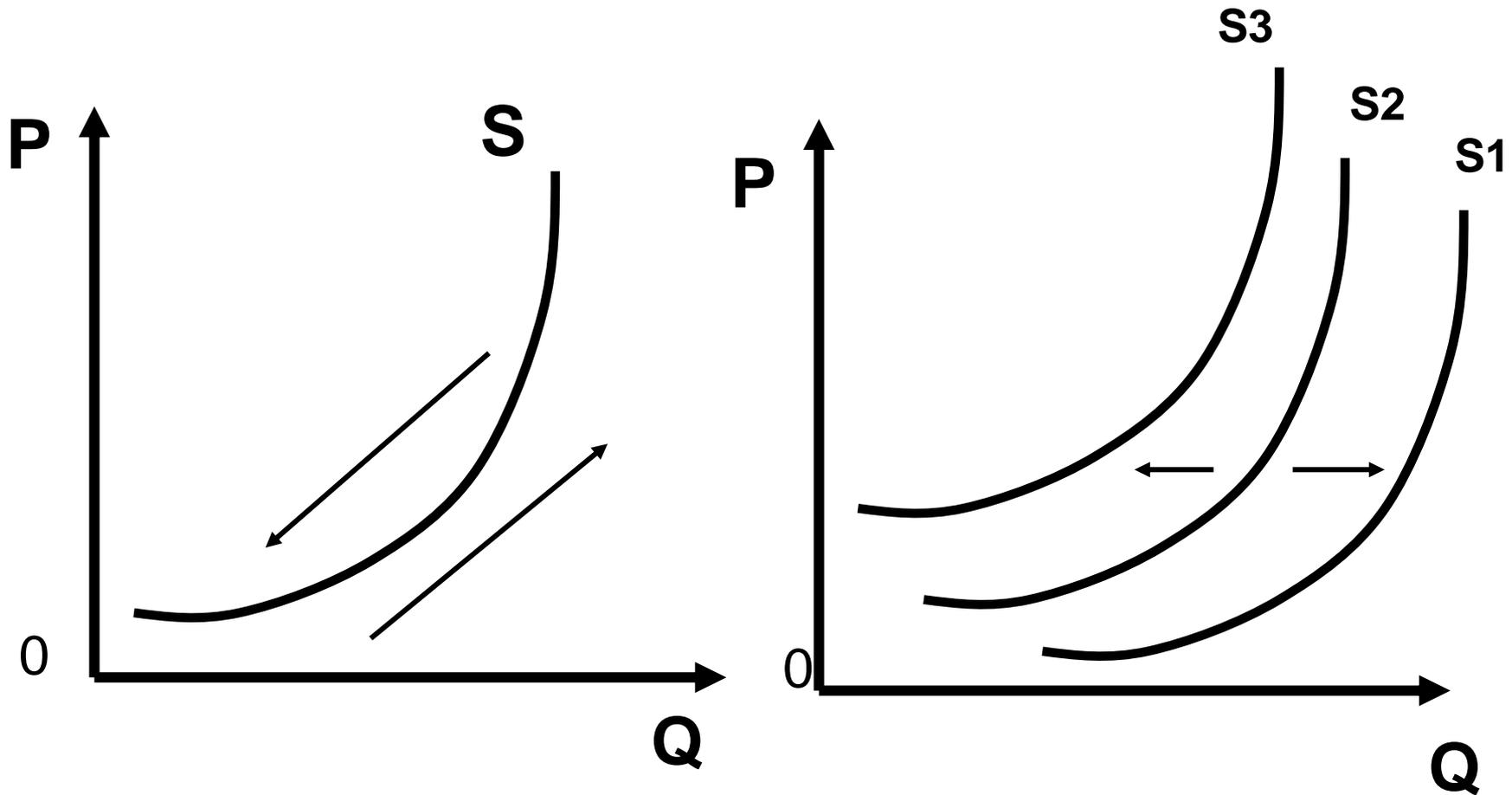
Кривая, отражающая зависимость между ценой товара и объемом его предложения, называется **кривой предложения**. Кривая направлена вверх, поскольку ceteris paribus более высокая цена означает больший объем

предложения.

Как рыночный спрос является суммой спроса всех покупателей, рыночное предложение — совокупность предложений всех продавцов. Объем рыночного предложения зависит от факторов, которые определяют предложение отдельных продавцов: цены товара, цен на ресурсы, используемые для производства товара, уровня технологий и ожиданий, а кроме того, от количества поставщиков. Расписание предложения показывает изменение объема предложения при изменении цены, когда другие детерминирующие его переменные считаются постоянными.

Кривая предложения показывает зависимость объема предложения товара от изменений его цены. Так как более высокая цена ведет к увеличению объема предложения, кривая предложения направлена вверх.

Кривая предложения



Движение по кривой предложения (при изменении ЦЕНЫ товара)

Сдвиг кривой предложения (при изменении НЕЦЕНОВЫХ ФАКТОРОВ)

Как изменится предложение товара, если:

1. Урожай яблок в этом году очень высок
2. Цены на яблоки повысились на 20% из-за повышения спроса на яблоки
3. Инсектициды и удобрения подорожали на 15%
4. Государство ввело налоговые льготы для сельхозтоваропроизводителей
5. Бюджетникам повысили заработную плату в среднем на 30%
6. Построены новые склады для качественного хранения фруктов

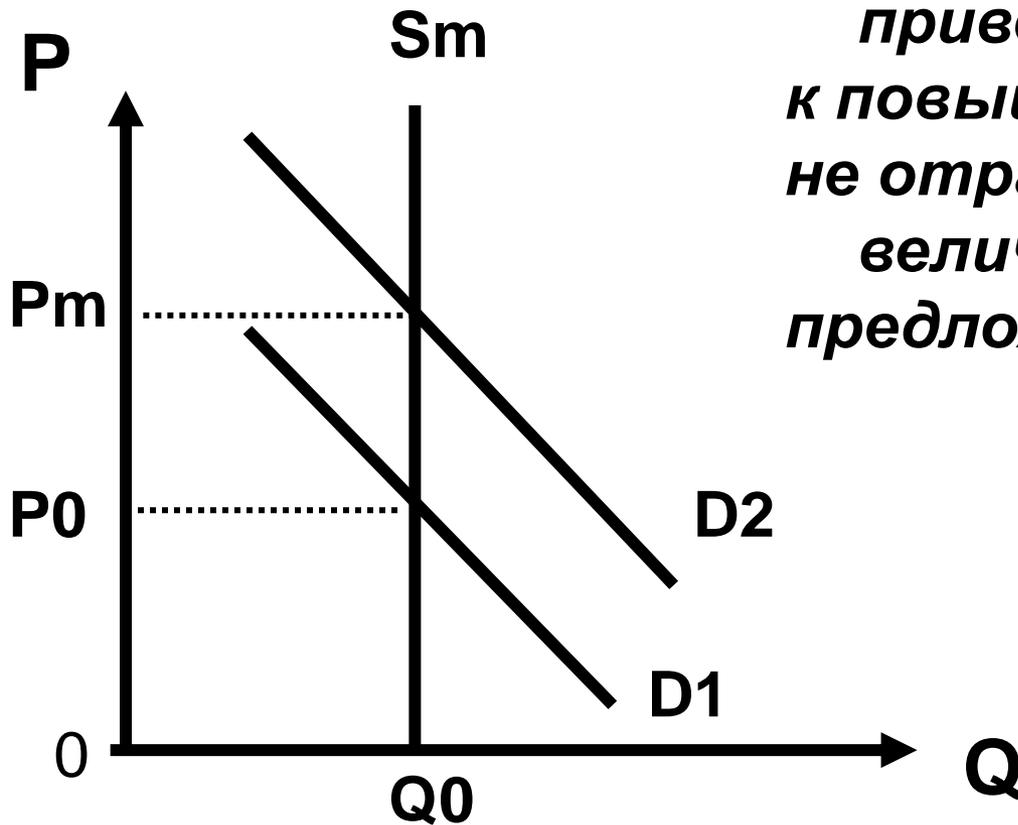
Периоды времени в экономике

Кратчайший период – все факторы производства постоянны.

Краткосрочный период – некоторые факторы являются переменными (сырье, рабочая сила и др.).

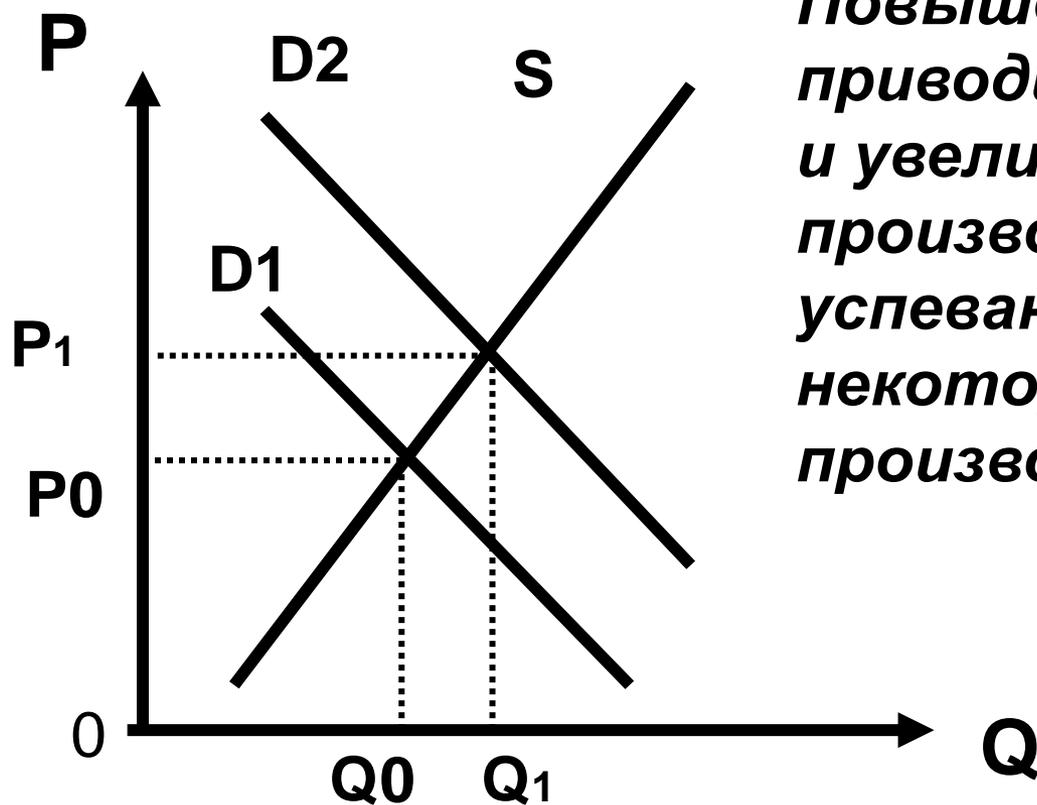
Долгосрочный период – все факторы переменны (включая производственные мощности, число фирм в отрасли и т.д.)

Кривая предложения в условиях кратчайшего рыночного периода



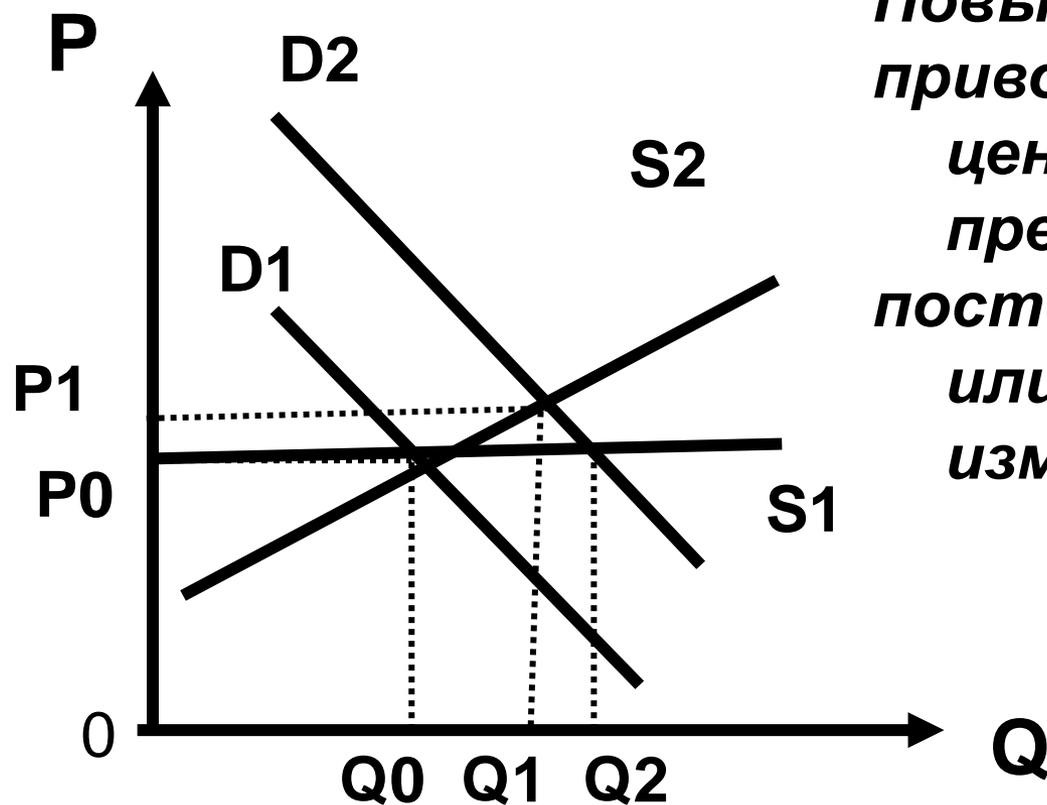
Повышение спроса приводит к повышению цен, но не отражается на величине предложения.

Кривая предложения в условиях краткосрочного рыночного периода



Повышение спроса приводит к повышению цен и увеличению объемов производства, т.к. фирмы успевают изменить некоторые факторы производства.

Кривая предложения в условиях долгосрочного рыночного периода

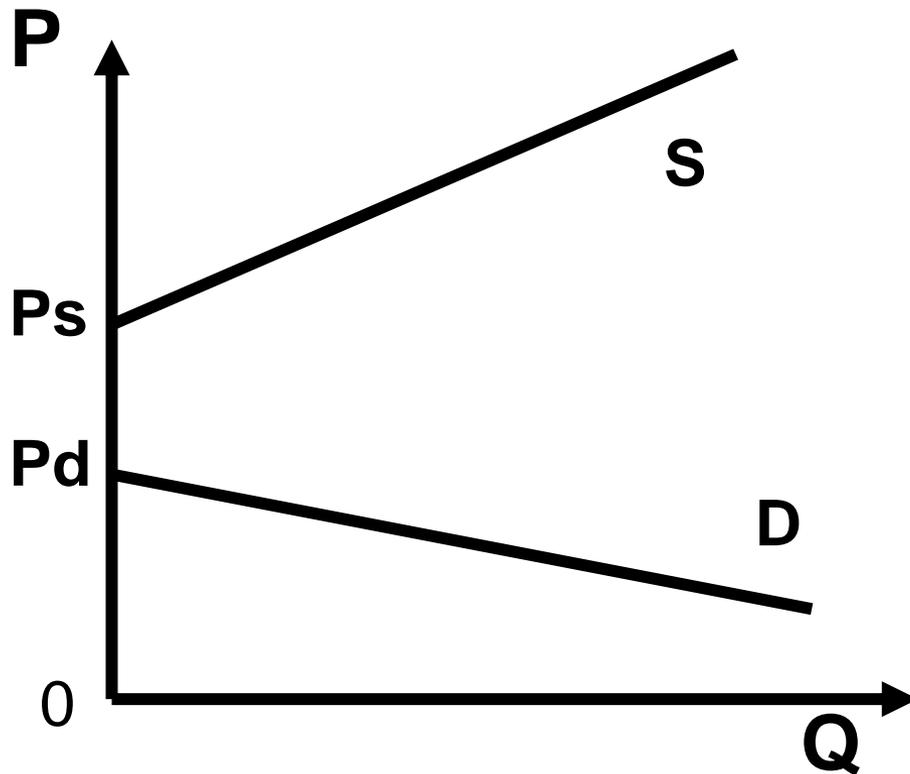


*Повышение спроса
приводит к повышению
цен и росту
предложения при
постоянных ценах (S1)
или несущественном
изменении цен (S2).*

3. Равновесие спроса и предложения

В условиях неразвитой рыночной экономики:

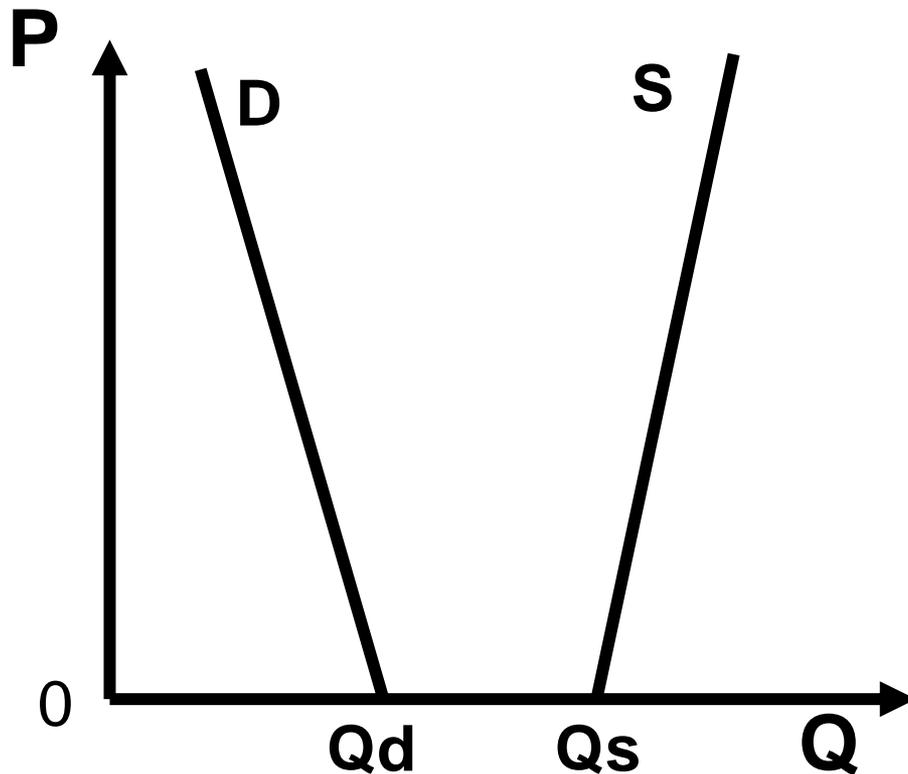
1. P_s выше P_d



Рынок для данного товара еще не сложился: покупатели еще недостаточно богаты, чтобы предъявить спрос на него.

2. Равновесие спроса и предложения

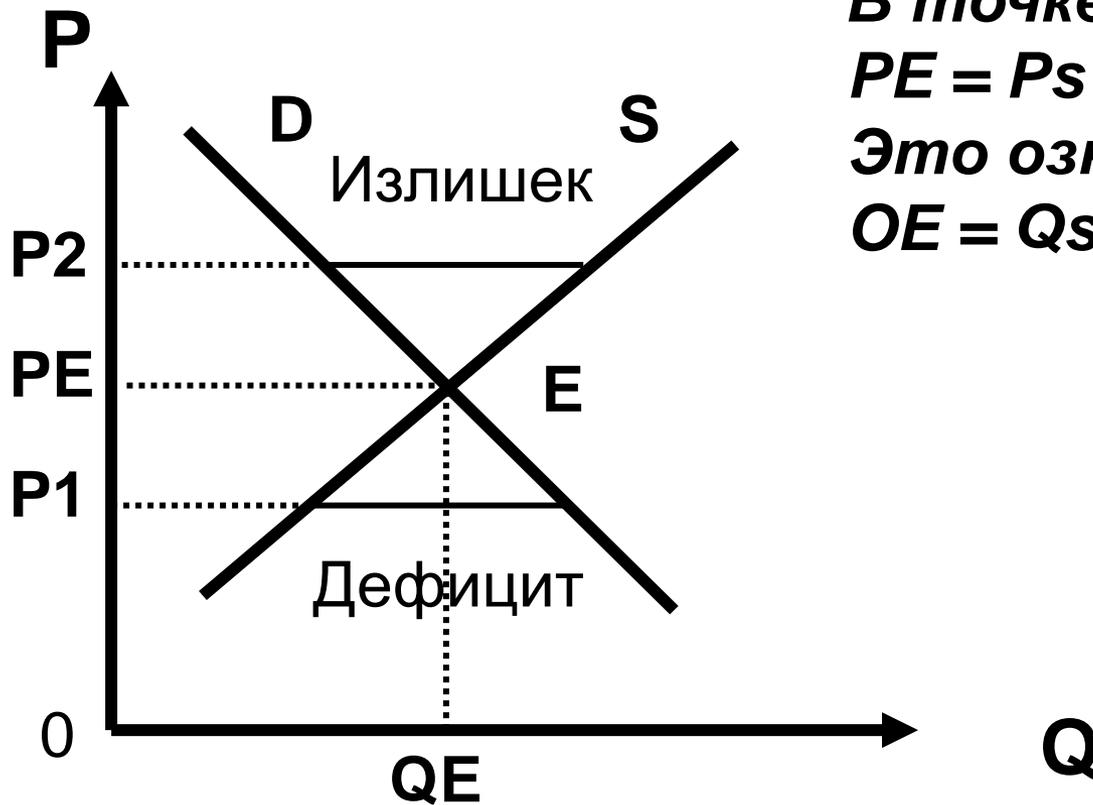
В условиях неразвитой рыночной экономики:
2. Q_s не соответствует Q_d



Объем спроса настолько мал, что производителям невыгодно поставлять товар в столь микроскопических количествах.

Равновесная цена (equilibrium price)-

цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил.



В точке равновесия:

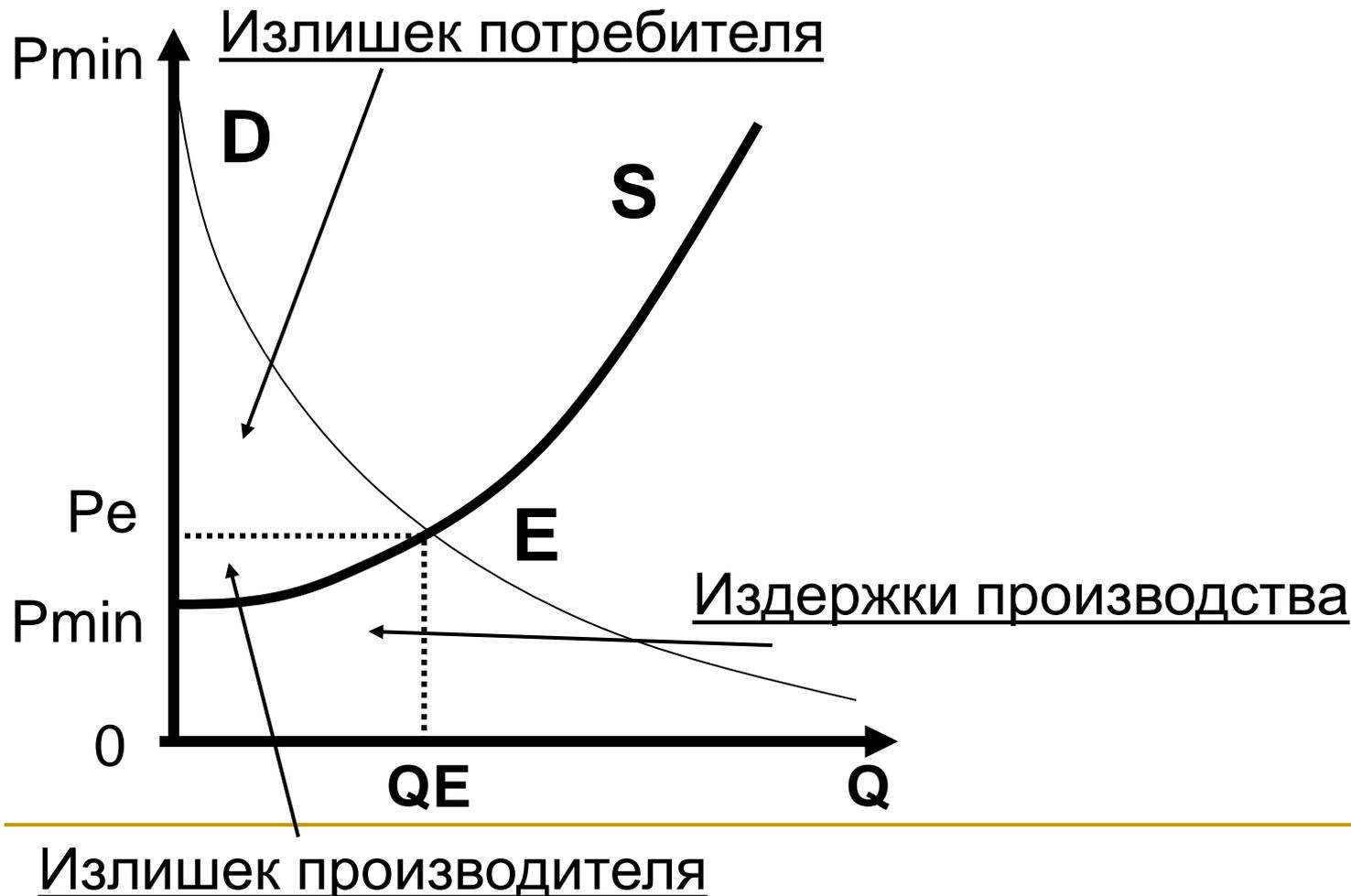
$$P_E = P_s = P_d.$$

Это означает, что

$$Q_E = Q_s = Q_d.$$

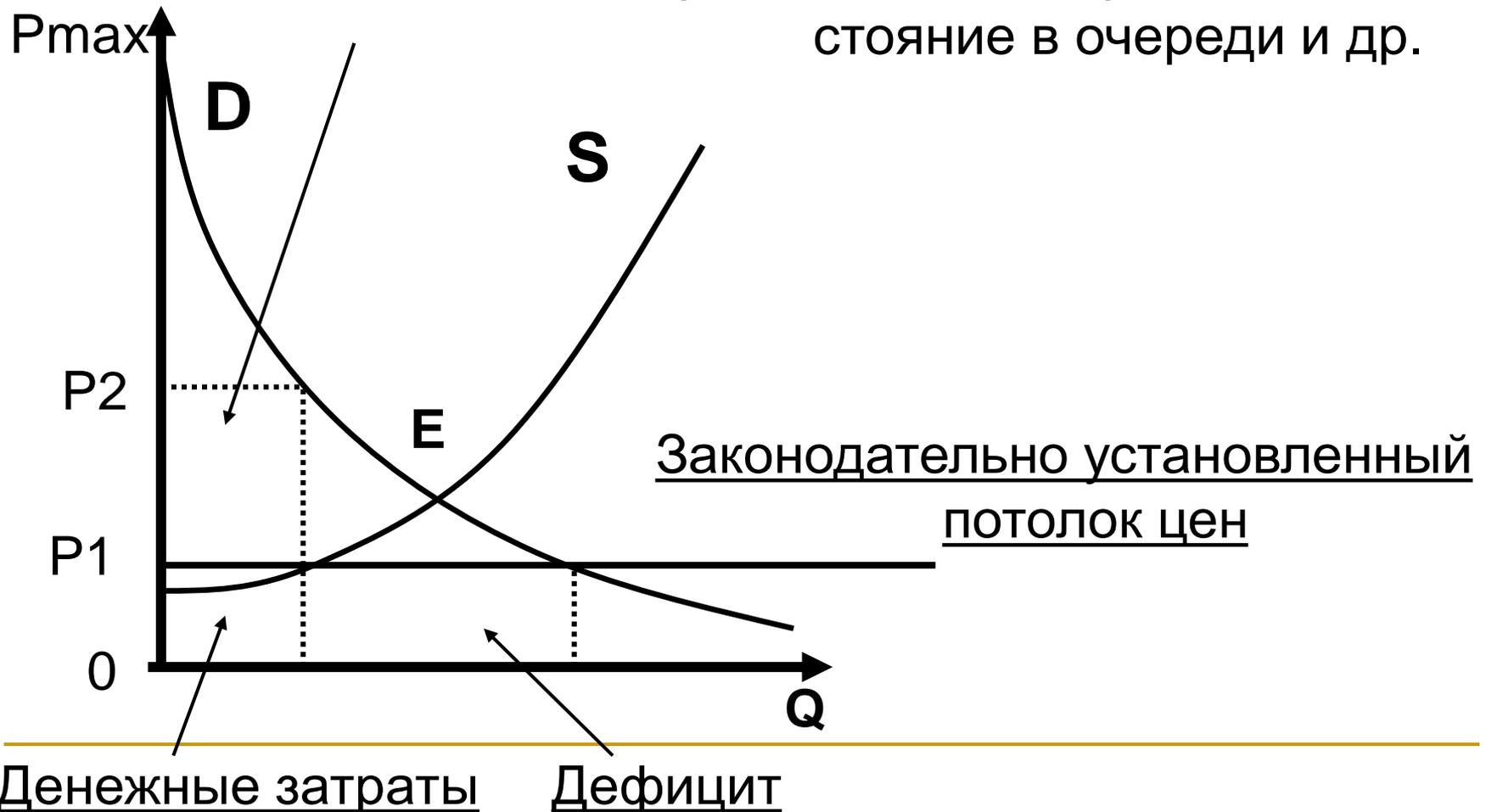
Словарь определяет слово "**равновесие**" как ситуацию, в которой уравниваются разнонаправленные силы. Данное определение описывает и рыночное равновесие. При равновесной цене количество товара, которое покупатели желают и имеют возможность приобрести, в точности соответствует объему, который продавцы желают и имеют возможность продать. Цену равновесия иногда называют ценой чистого рынка, потому что она удовлетворяет всех участников рынка: покупатели приобрели все, что они желали купить, а продавцы реализовали все товары, которые они стремились продать.

Излишек потребителя, издержки и излишек производителя



Дефицит и излишек при государственном вмешательстве в ценообразование

Неденежные затраты: поиск товара, стояние в очереди и др.



3. Эластичность спроса и предложения

- **Эластичность спроса** показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на один процент.

$$Edp = \left| \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} \right| = \left| \frac{\text{изменение } Q \text{ в } \%}{\text{изменение } P \text{ в } \%} \right|$$

где Edp – эластичность спроса по цене,
 $\Delta Q/Q$ – относительное изменение спроса
 $\Delta P/P$ – относительное изменение цены.

Предположим, что цена стаканчика мороженого выросла с \$ 2,00 до \$ 2,20 и теперь вы покупаете не 10 стаканчиков в месяц, а 8 пачек. Мы рассчитываем изменение цены, выраженное в процентах, как

$$\text{изменение цены} = (2,20 - 2,00) / 2,00 \times 100 \% = 10 \%$$

Аналогичным образом мы рассчитываем и изменение объема спроса, выраженное в процентах, как

$$\text{изменение объема спроса} = (10 - 8) / 10 \times 100 \% = 20 \%$$

В этом случае эластичность спроса по цене составит

$$\text{ценовая эластичность спроса} = 20\% / 10\% = 2.$$

В этом примере эластичность спроса по цене, равная 2, означает, что изменение объема спроса в два раза больше, чем изменение цены.

Так как объем спроса на товар обратно пропорционален его цене, знак изменения объема спроса, выраженного в процентах, всегда противоположен знаку выраженного в процентах изменения цены. В нашем примере изменение цены, выраженное в процентах, составляет плюс 10 % (увеличение цены), а изменение объема спроса, выраженное в процентах, составляет минус 20 % (уменьшение спроса). По этой причине эластичность спроса по цене иногда считают отрицательным числом. Мы будем следовать общепринятой практике и считать ценовую эластичность положительным числом (математики назвали бы ее абсолютным значением). При этом условии большее значение эластичности спроса по цене означает пропорционально большее изменение объема спроса по сравнению с изменением цены.

Значения эластичности спроса

Если **Edp > 1**, то спрос эластичный, т.е. спрос растет или падает быстрее цены.

Если **Edp < 1**, то спрос неэластичный (жесткий), т.е. спрос растет (падает) медленнее, чем изменяются цены.

Если **Edp = 0**, то изменение цены не вызывает никакого изменения спроса.

Если **Edp = 1**, то изменение цены вызывает аналогичное изменение спроса

Факторы, влияющие на эластичность спроса

- 1. Наличие товаров-субститутов.** Чем больше у товара заменителей (например, среди товаров народного потребления), тем выше будет эластичность спроса на данный товар, а чем более уникальный товар (например, лекарство от диабета), тем менее эластичен спрос на него.
- 2. Удельный вес товара в бюджете потребителя.** Чем больше товар или услуга занимает долю в бюджете (например, машины, недвижимость), тем выше будет эластичность спроса на данный товар, а чем ниже стоимость товара (например, канцтовары), тем спрос менее эластичен на него.
- 3. Размер дохода**
- 4. Качество товара: предмет роскоши или первой необходимости.**
- 5. Фактор времени на удовлетворение потребности**

Перекрестная эластичность –

это эластичность спроса на одно благо относительно цен на другое благо

$$E_{x, y} = \frac{\Delta Q_x / Q_x}{\Delta P_y / P_y} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

Если $E_{x, y} > 0$, то это взаимозаменяемые блага.

Если $E_{x, y} < 0$, то это взаимодополняемые блага.

Эластичность спроса по доходу –

$$E_i = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta I / I}$$

Если $E_i < 0$, то увеличение дохода приводит к падению спроса на данное благо, значит это низкокачественное благо.

Если $E_i > 0$, то благо является нормальным.

Если $0 < E_i < 1$, то спрос на благо растет медленнее дохода, значит это базисное благо первой необходимости.

Типы экономических благ в зависимости от их связи с доходом

низкокачественное благо – экономическое благо, единственным достоинством которого является низкая цена. При росте доходов потребитель стремится от него отказаться

базисное благо первой необходимости – благо, в котором человек нуждается в силу физиологических причин, потребность в котором ограничена, и без которого человек не может обойтись ни при каких условиях

нормальное благо (предмет роскоши) – экономическое благо, спрос на который растет вместе с доходом потребителя

Временной горизонт. На длительных отрезках времени значение эластичности спроса по цене товаров повышается. Когда растет цена на бензин, объем спроса на него первые несколько месяцев уменьшается незначительно, но со временем человек приобретает более экономичный автомобиль, чаще пользуется общественным транспортом или переезжает ближе к месту работы. Рассматривая динамику спроса на бензин в течение нескольких лет, мы приходим к выводу, что его потребление значительно уменьшится.

Эластичность предложения показывает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цены на один процент.

$$Esp = \left| \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} \right| = \left| \frac{\text{изменение } Q \text{ в } \%}{\text{изменение } P \text{ в } \%} \right|$$

где E_{sp} – эластичность предложения по цене,
 $\Delta Q/Q$ – относительное изменение спроса
 $\Delta P/P$ – относительное изменение цены.

Ценовая эластичность предложения зависит от возможности продавцов гибко варьировать объемы производимой продукции. Например, прибрежная полоса земли характеризуется неэластичным предложением, поскольку расширить ее практически невозможно. Напротив, такие товары, как книги, автомобили и телевизоры, характеризуются эластичным предложением, поскольку фирмы-производители имеют возможность при повышении цен на продукцию расширить производство.

Ключевая детерминанта, определяющая ценовую эластичность предложения на большинстве рынков, - рассматриваемый временной период. Предложение обычно более эластично в долгосрочном периоде, чем в краткосрочном. Компаниям требуется некоторое время на расширение или сокращение производственных мощностей. Таким образом, в краткосрочном периоде объем предложения слабо реагирует на изменения цен. Напротив, достаточно протяженный отрезок времени позволяет компаниям ввести в строй новые производства или закрыть старые, а значит, в долгосрочном периоде объем предложения существенно реагирует на изменения цен.

ценовая эластичность предложения = изменение объема предложения, % / изменение цены товара, %

Предположим, что цена 1 л молока возросла с \$ 3,00 до \$ 3,30, а месячный объем производства увеличился с 10 тыс. л до 11,5 тыс. л. Мы рассчитываем изменение цены, выраженное в процентах, как

$$\text{изменение цены} = (3,30 - 3,00) / (3,00 \times 100\%) = 10 \%$$

Аналогично рассчитываем изменение объема предложения, выраженное в процентах

$$\text{изменение объема предложения} = (11500 \text{ л} - 10000 \text{ л}) / (10000 \text{ л} \times 100\%) = 15 \%$$

В этом случае ценовая эластичность предложения равна

$$\text{ценовая эластичность предложения } 15\% / 10\% = 1,5$$

Эластичность предложения по цене составила 1,5, то есть она больше 1; следовательно, объем предложения изменился в большей пропорции, чем цена товара.

Задачи на определение равновесной цены и объема производства (0-2 балла). Присылать решение преподавателю файлом в форум ЭК в срок до 22.09.2023)

Задача 1

Спрос и предложение товара описываются уравнениями:

- $Q_d = 600 - 25P$
- $Q_s = 100 + 100P$

Найдите параметры равновесия на рынке данного товара

Задачи на определение равновесной цены и объема производства

Задача 2.

Спрос и предложение на обеды в студенческой столовой описываются уравнениями:

- $Q_d = 2400 - 100P$
- $Q_s = 1000 + 250P$

Вычислите равновесную цену и количество проданных обедов по такой цене

Задачи на определение равновесной цены и объема производства

Задача 3.

По условиям решения задачи 2.

Если, заботясь о студентах, администрация установила цену в 3 руб. за обед, то какие последствия такого решения (в модели предыдущей задачи)

Задачи на определение равновесной цены и объема производства

Задача 4.

В результате повышения цены на товар с 10 до 12 руб. объем спроса сокращается с 8 до 6 тыс. штук. Определить тип и коэффициент эластичности спроса по цене.
