**Задание:**

1. Законспектировать тему
2. Составить конспект на тему: Эластичность спроса и предложения.
3. Отправить оба конспекта на почту [londonharry228@gmail.com](mailto:londonharry228@gmail.com) до 20.00

**Рыночный механизм. Рыночное равновесие.**

*Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе*

**Производство** — это процесс создания экономических благ для удовлетворения потребностей человека. Оно включает сферы: первичную (сельское хозяйство, добычу ископаемых, производство электроэнергии), вторичную (дальнейшую обработку сырья и материалов в отраслях обрабатывающей промышленности), третичную (торговлю, связь, транспорт, услуги).

**Обмен** — процесс движения материальных благ и услуг от одного участника экономической деятельности к другому. Он соединяет производителей и потребителей, через обмен формируется система экономических отношений в условиях рыночной экономики.

**Потребление** — завершающий акт хозяйственной деятельности. Это конечная цель производства. Домашние хозяйства предъявляют спрос на потребительские товары, предприятия (фирмы) — на инвестиционные товары.

Изучение экономического кругооборота, его структуры помогает представить общую картину функционирования экономики, характер взаимосвязи между ее отдельными сферами и секторами, выявить их роль и взаимовлияние.

***Закон спроса***

**Спрос** – это вид зависимости величины покупок, которые покупатели готовы совершить на рынке определенного вида благ в определенный период времени, от уровня цены на эти блага (при прочих неизменных условиях).

**Закон спроса** – состоит в том, что повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, и наоборот; отсюда следуют выводы:

1. Повышение цены не всегда гарантирует увеличение выручки от продаж, а снижение не всегда грозит падением этой выручки.

2. При определении цены на свой товар любой должен прикинуть: сколько он сможет выручить при такой цене исходя из существующей чувствительности спроса на этот товар к изменениям цены.

**Спрос, являясь платежеспособной потребностью, на практике может принимать различные виды**:

* *Нерегулярный* – спрос, основанный на сезонной, почасовой потребности (например, незагруженность транспорта днем, перегруженность в часы "пик").
* *Нерациональный*– спрос на товары, которые вредны для здоровья или антисоциальны (сигареты, наркотики, огнестрельное оружие).
* *Отрицательный* – спрос, когда большая часть рынка недолюбливает товар или услугу (прививки, медицинские операции).
* *Скрытый* – спрос, возникающий тогда, когда многие потребители испытывают желание в чем-либо, но не могут его удовлетворить, так как товаров и услуг на рынке недостаточно (безвредные сигареты, безопасные жилые районы, экологически чистый автомобиль).
* *Падающий спрос* – явление постоянное (снижается посещаемость музеев, театров и т.п.).

**Факторы, влияющие на спрос**

1.Цена (Закон спроса)

2.Тип товара

3.Доходы покупателей

4.Численность покупателей

5.Перспективные ожидания, связанные с инфляцией, правительственной политикой, неблагоприятными климатическими условиями и др.

6.Привычки, вкусы, традиции и предпочтения покупателей, которые часто меняются под воздействием моды или же остаются традиционными, несмотря на другие измениния.

7.Полезность товара и его качество.

8.Реклама.

9.Сезонность

На рынке всегда взаимодействуют спрос и предложение. Совокупный спрос является агрегированной функцией спроса всех фирм, функционирующих в экономике, поскольку спрос исходит лишь со стороны бизнеса. Функциями спроса называются функции, отражающие зависимость объема спроса на отдельные товары и услуг от совокупности факторов, влияющих на него. **Важным показателем функции спроса является коэффициент эластичности.**

Ко­эффициент эластичности спроса от дохода показывает на сколько процентов изменится спрос, если доход увеличится на 1% при про­чих не изменяющихся факторах. Коэффициенты эластичности спроса от дохода различны по величине для разных товаров, вплоть до отрицательных значений, когда с ростом доходов спрос уменьшается.

**Предложение** — отражает то количество товара, которое производители согласны представить на рынок по данной цене.

**Закон предложения** — при прочих равных условиях, повышение цены приводит к росту величины предложения; снижение цены — к снижению величины предложения.

*Факторы формирования предложения*

1. Цена товара с определенными свойствами и технологией изготовления.

2. Величина затрат, необходимых для производства товара.

Аргументация достоверности закона предложения.

1. Когда цена на товар растет, производители, заинтересованные в увеличении прибыли, начнут расширять свое производство. Кроме того, в отрасль, где растут цены, устремятся производители из других отраслей, изымая свои капиталы из менее прибыльного дела. Открытие новых предприятий еще больше увеличит объем предложения.

2. Рост объема предложения связан с ростом цены товара еще и потому, что производство каждой дополнительной единицы товара требует дополнительных затрат. Следовательно, дополнительная продукция будет производиться, если будет расти цена товара. Расширение производства может продолжаться до тех пор, пока дополнительные затраты не превысят дополнительный доход, полученный от производства еще одной дополнительной единицы продукции.

***Равновесие*** – это ситуация, при которой интересы продавца и покупателя на рынке полностью совпадают, так что при данной цене величина предложения равна величине спроса.

*Устойчивость равновесия* — способность рынка приходить в состояние равновесия путём установления прежней равновесной цены и равновесного объёма.

*Виды устойчивости*

* Абсолютная
* Относительная
* Локальная (колебания цен происходят, но в определённых пределах)
* Глобальная (устанавливается при любых колебаниях)

**Эластичность спроса по цене** показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на 1 %. На эластичность спроса по цене влияют следующие факторы:

* Наличие товаров-конкурентов или товаров-заменителей (чем их больше, тем больше возможность найти замену подорожавшему товару, то есть выше эластичность);
* Незаметное для покупателя изменение уровня цен;
* Консерватизм покупателей во вкусах;
* Фактор времени (чем больше у потребителя времени на выбор товара и обдумывание — тем выше эластичность);
* Удельный вес товара в расходах потребителя (чем больше доля цены товара в расходах потребителя, тем выше эластичность).

**Эластичность спроса по доходу** показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении дохода на 1 %. Она зависит от следующих факторов:

1.Значимость товара для бюджета семьи.

2.Является ли товар предметом роскоши или предметом первой необходимости.

3.Консерватизм во вкусах.

***Перекрестная эластичность спроса -***это отношение процентного изменения спроса на один товар к процентному изменению цены на какой-либо другой товар.

Различают три вида перекрестной эластичности спроса по цене:

* положительная;
* отрицательная;
* нулевая.

**Положительная** перекрестная эластичность спроса по цене относится к взаимозаменяемым товарам (товарам-субститутам). Например, масло и маргарин являются товарами-заменителями. Чем больше взаимозаменяемость двух благ, тем больше величина перекрестной эластичности спроса по цене.

**Отрицательная** перекрестная эластичность спроса по цене относится к взаимодополняемым благам (сопутствующим, комплементарным благам). Это блага, которые используются совместно. Например, обувь и гуталин. Чем больше взаимодополняемость благ, тем больше будет абсолютное значение отрицательной перекрестной эластичности спроса по цене.

**Нулевая** перекрестная эластичность спроса по цене относится к благам, которые не являются ни взаимозаменяемыми, ни взаимодополняемыми. Этот вид перекрестной эластичности спроса по цене показывает, что потребление одного блага не зависит от цены на другое.

**Эластичность предложения** — степень изменения в количестве предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене. Процесс возрастания эластичностипредложения в долгосрочном и краткосрочном периодах раскрывается через понятия мгновенного, краткосрочного и долгосрочногоравновесия.

Коэффициент эластичности предложения — числовой показатель, отражающий степень изменения количества предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене.

**Эластичность предложения зависит от:**

* особенности производственного процесса(позволяет производителю расширить производство товара при повышении цены на него или переключиться на выпуск другого товара при снижении цен);
* временно́го фактора (производитель не в состоянии быстро реагировать на изменения цен на рынке);
* зависит и от (не)способности данного товара к длительному хранению.

**Структура рынка** — в экономике, конфигурация отраслей в зависимости от количества компаний, производящих идентичные продукты.

**Разновидности структур рынка***:*

* Монополистическая конкуренция, или конкурентный рынок, где существует большое количество компаний, каждая из которых имеет небольшую долю рынка и слабо дифференцированные продукты.
* Олигополия— рынок, на котором доминирует небольшое количество компаний, которые вместе контролируют подавляющую долю рынка.
* Дуополия— частный случай олигополии всего двух компаний.
* Олигопсония— рынок, на котором присутствует много продавцов, однако мало покупателей.
* Монополия— рынок, на котором присутствует только один производитель товара или услуги.
* Естественная монополия— монополия, в которой эффект масштаба чем больше повышает эффективность, тем больше размер компании. Компания является естественной монополией, если она способна самостоятельно обслуживать целый рынок с меньшей себестоимостью, чем любое сочетание двух и более компаний меньшего размера, или более узко специализированных компаний.
* Монопсония— рынок, на котором присутствует только один покупатель.
* Совершенная конкуренция- теоретически возможная структура рынка с ничем не ограниченной конкуренцией (или полным отсутствием барьеров входа); неограниченное количество производителей и покупателей в сочетании с совершенно эластичной кривой спроса.