

Тема 2

**Рынок как
экономическая
система.**

**Спрос и
предложение**

ПЛАН ЛЕКЦИИ

- 1. Общая характеристика рыночного механизма**
- 2. Основы теории спроса и предложения и их эластичность**
- 3. Теория потребительского поведения.**

**ЦЕЛЬ ЛЕКЦИИ
ОПРЕДЕЛИТЬ
СОДЕРЖАНИЕ
ОСНОВНЫХ
СОСТАВЛЯЮЩИХ РЫНКА
И ПОКАЗАТЬ МЕХАНИЗМ
ЕГО
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

- 1. Определить природу спроса и влияющих на него факторов.**
- 2. Определить природу предложения и влияющих на него факторов.**
- 3. Раскрыть механизм взаимодействия спроса и предложения.**
- 4. Дать характеристику рыночного равновесия.**
- 5. Выявить последствия вмешательства государства.**
- 6. Раскрыть содержание и свойства эластичности.**
- 7. Показать природу потребительского поведения и рассмотреть основные его**

ЛИТЕРАТУРА

1. Вэриан Х. Микроэкономика. Промежуточный уровень. - М., 1997. - Гл. 1, 6.
2. Курс экономической теории / Под ред. проф. А.В. Сидоровича. - 2-е изд. - М.: Дело и Сервис, 2011. Гл. 4-6.
3. Макконнелл К.Р., Брю СЛ. Экономикс. — М., 1992. — Т. 2. — Гл. 22.
4. Пиндайк Р.С, Рубинфельд Д.Л. Микроэкономика. — М.: Дело, 2001. - Гл. 2.
5. 50 лекций по микроэкономике. — М., 2010. - Гл. 2—10.
6. Тарануха Ю.В., Земляков Д.Н. Микроэкономика. - М.: Дело и Сервис, 2011. - Гл. 2.
7. Франк Р. Микроэкономика и поведение. - М., 2000. — Гл. 2.

ВОПРОС 1.

Общая

характеристика

рыночного

механизма

Хозяйство по форме производства

Натуральное

Блага производятся только для личного потребления или для потребления внутри хозяйственной единицы

Имеет замкнутый локальный характер

Инертно, консервативно, застойно, невосприимчиво к изменениям и нововведениям

Основная форма организации — община

Форма собственности — коллективная (общинная)

Основной способ координации — иерархия

Товарное

Зарождается в натуральном хозяйстве как обмен между общинами

Изначально возникает как бартерный обмен, затем развивается как товарно-денежный

Появляется общественное разделение труда: специализация и кооперация

Обмен приобретает форму купли-продажи на рынке

Доминирующая форма собственности — частная

Используются оба способа координации: стихийный порядок и иерархия

Способы координации в хозяйственных системах

Иерархия:

система приказов, поручений от центра «сверху вниз» к конкретному исполнителю. Основной механизм координации — власть, предстающая в виде руководителя, от чьего произвола зависит принятие решения. Решения принимаются одним лицом или несколькими. Иерархия — фирма, община, командная экономика

Спонтанный, или стихийный, порядок:

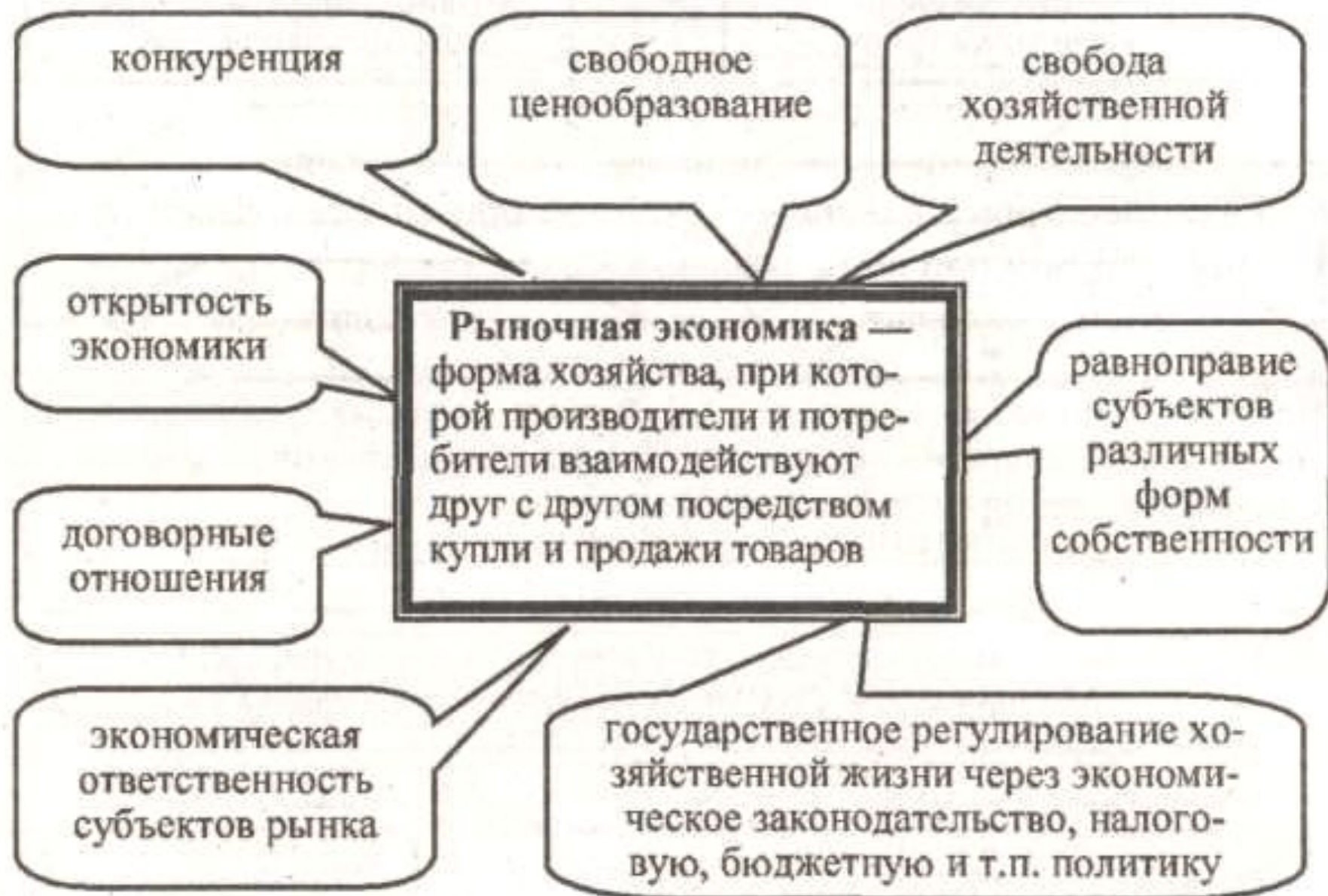
информация, необходимая потребителям и производителям, передается при помощи ценовых сигналов. Падение или повышение цены показывает, в каком направлении действовать, т.е. что, как, для кого производить. Цена выступает «маяком». Решения вырабатываются большим количеством участников. Спонтанный порядок — рынок

Выбор того или иного способа координации связан с понятием *транзакционных издержек*

Транзакционные издержки

- ◆ совершения сделки;
- ◆ эксплуатации экономической системы;
- ◆ взаимодействия индивидов;
- ◆ сопутствующие производству;
- ◆ поиска информации;
- ◆ заключения хозяйственного договора (контракта);
- ◆ измерения качества продукции;
- ◆ спецификации и защиты прав собственности;
- ◆ оппортунистического поведения

Основные черты рыночной экономики





ПРИНЦИПЫ РЫНОЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

(правила игры)

1. Частная собственность
2. Свобода выбора
3. Стремление к выгоде
4. Рассредоточение экономической власти
5. Цена как координирующий инструмент.
6. Ограниченная роль государства.

ИДЕОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

1. Индивидуальный выбор
2. Частные интересы
3. Рациональное поведение
4. Стремление к чистой выгоде
5. Приспособление (сотрудничество)

Рынок

способ координации хозяйственной деятельности, основанный на взаимодействии поставщиков и потребителей с использованием децентрализованного деперсонифицированного механизма ценовых сигналов

Основные рыночные агенты

Государство

Предоставление услуг по защите собственности
Производство общественных благ

Домохозяйства

Ресурсы

Предприятия

Потребление товаров и услуг

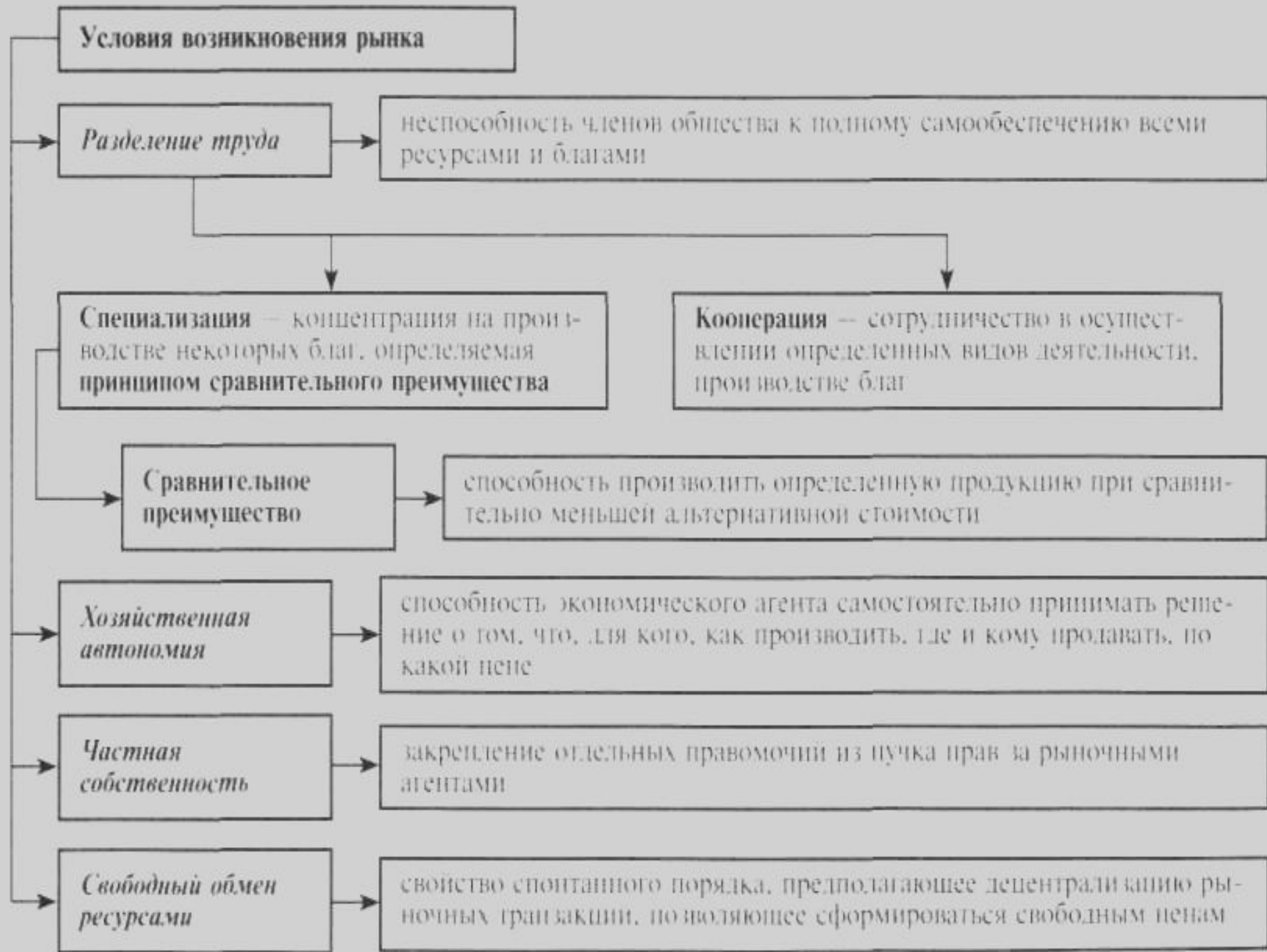
Товары, услуги

Производство товаров и услуг

Воспроизводство рабочей силы

Рабочая сила

Потребление рабочей силы
и ресурсов



Функции рынка

Аллокативная

размещение основных факторов производства

Стимулирующая

способствование научно-техническому прогрессу посредством механизма конкуренции

Дистрибутивная

дифференциация и распределение доходов

Оценочная

оценка продуктов посредством совершения транзакций

Санирующая

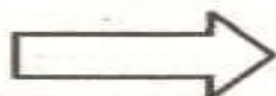
оздоровление рыночной среды посредством выживания наиболее эффективных рыночных агентов

Информационная

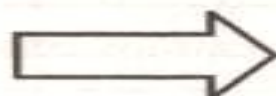
обеспечение взаимосвязи производителей и потребителей, предоставление информации для анализа, формирование ценовых сигналов, определение тенденции развития

Классификация рынков

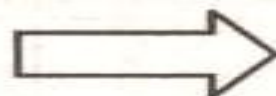
Р
Ы
Н
О
К



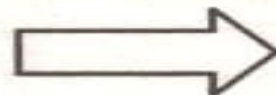
По экономическому назначению:
– товаров и услуг
– средств производства
– рынок рабочей силы (труда)
– финансовый
– научно-технических разработок



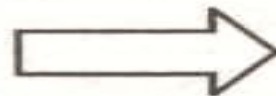
По степени ограничения конкуренции:
– совершенной конкуренции
– монополистической конкуренции
– чистой монополии
– олигополии



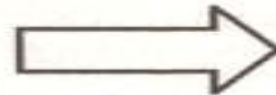
По географическому положению:
– местные
– национальные
– региональные
– мировые



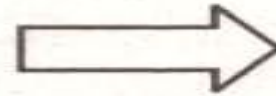
По отраслям:
– автомобильный
– нефтяной
– зерна и т.д.



По видам участников рыночных отношений:
– оптовой торговли
– розничной торговли
– государственных закупок



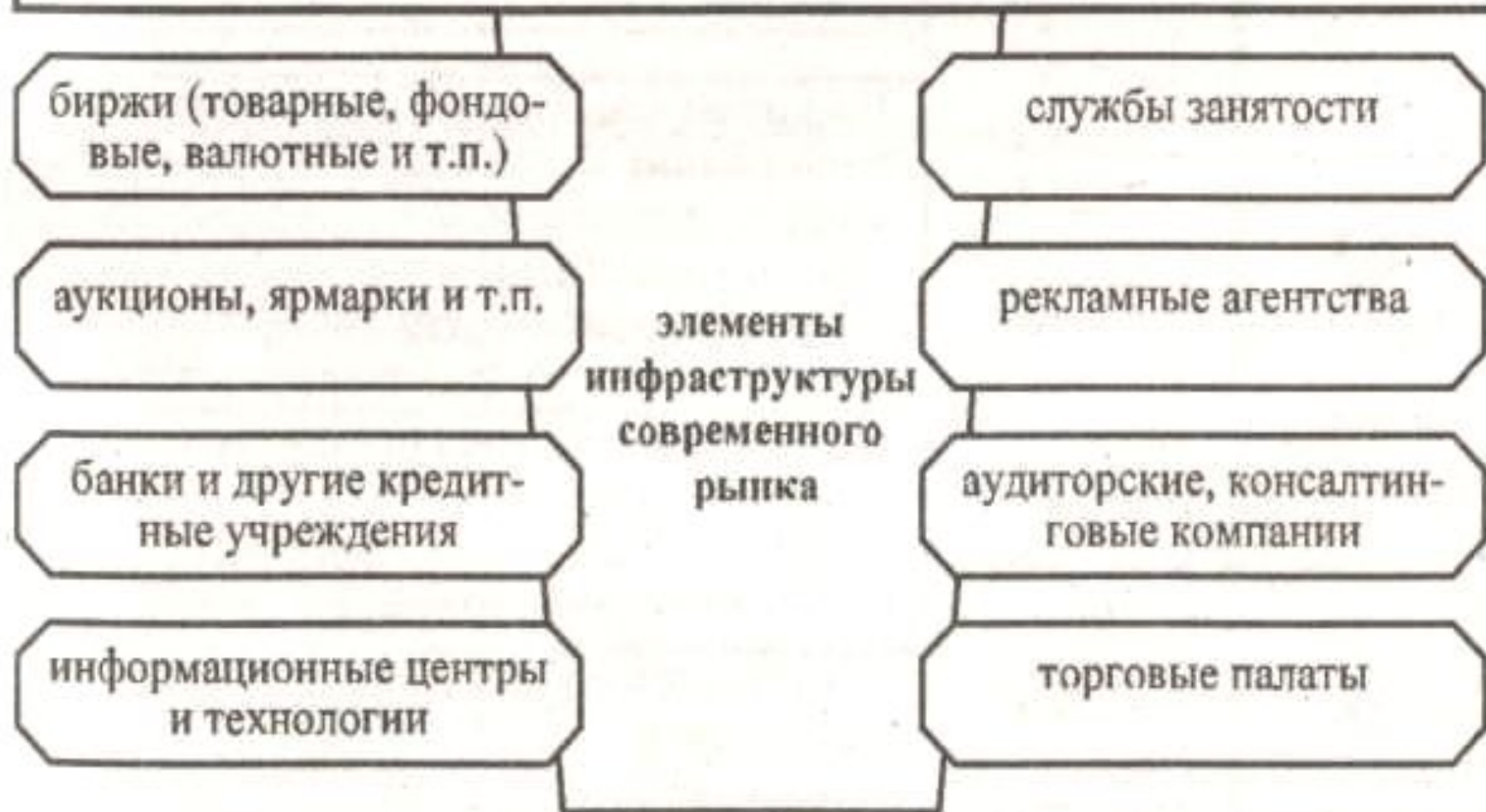
По степени участия государства:
– стихийные
– регулируемые



С учетом соблюдения законности:
– легальный
– теневой (нелегальный)

Рыночная инфраструктура

Рыночная инфраструктура — совокупность отраслей, систем, фирм, опосредующих акты купли-продажи, совершаемые на рынке



Основные недостатки рыночного механизма хозяйствования

Не обеспечивает кризисоустойчивости экономики: стихийность порядка приводит как к «перегреву» экономики, так и к необоснованному ослаблению экономической активности, порождает инфляцию и безработицу

Предполагает социальный дарвинизм: выживает сильнейший

Не гарантирует права на труд и доход, самореализации личности в обществе

Не предполагает заинтересованности предприятий в производстве общественно полезных, но не приносящих прибыли благ, игнорирует общественный интерес

Обеспечивает равенство прав при неравенстве распределения благ, предполагает дифференциацию доходов, расслоение общества

Не способствует развитию фундаментальной науки, проявляет заинтересованность только в прикладных исследованиях

Не создает механизмов, способствующих охране окружающей среды

Обладает внутренней склонностью к саморазрушению посредством стремления к монополизму, заложенному в рыночных агентах

Не способен адекватно функционировать без вмешательства государства, охраняющего рынок от внутренних и внешних разрушающих воздействий



Функции цены

Учетная

учитывает затраты производителя на выпуск товара

Соизмерительная

делает соизмеримыми несопоставимые товары

Распределительная

способствует распределению и перераспределению доходов посредством включения в цену надбавки производителя и налогов

Стимулирующая

стимулирует потребителей к покупкам посредством системы скидок-надбавок; стимулирует производителей к экономному использованию ресурсов: сырья, площадей, транспорта

В качестве критерия оптимального размещения капитала

способствует переливу капитала из одной отрасли в другую посредством заложенного в цене ценового сигнала (нормы прибыли). Перелив осуществляется в ту отрасль, где норма прибыли выше

Балансирования спроса и предложения

уравновешивает объем выпускаемой и потребляемой продукции, устраняя диспропорции между выпуском и приобретением (чрезмерные дефицит и затоваренность)



Деньги



абсолютно ликвидное общепризнанное средство обмена

Возникновение денег связано с развитием торговли, обмена

Бартер



наиболее простая форма торговли, предполагающая непосредственный обмен одного товара на другой

*Ограничения,
связанные с бартером*



- ♦ ограниченное число участников обмена;
- ♦ множество промежуточных обменных транзакций, необходимое для получения требуемого товара

Ограничения бартера снимаются товаром, обладающим наибольшей *ликвидностью*, который начинает выступать как товар-посредник при обмене

Ликвидность

Способность актива выступать в качестве средства платежа

Способность к сбыту, т.е. способность актива быть в короткие сроки реализованным по рыночной цене

Способность актива быть быстро обмененным на деньги

Факторы, влияющие на ликвидность

Круг лиц, имеющих потребность в товаре

Географический фактор

Количественное ограничение

Временной фактор

Деньги

результат естественной хозяйственной жизни людей

В качестве денег использовались: скот, зерно, пушнина, чаще всего — драгоценные металлы

Качества золота и серебра, позволившие им стать денежными металлами

Биметаллизм (использование золота и серебра как денежных металлов)

Монометаллизм (использование только одного металла в качестве денежного)

Однородность и однокачественность металлов

Сохраняемость (способность не терять свои свойства в быту)

Портативность (высокая ценность в небольшом объеме)

Делимость (ценность меняется пропорционально количеству)

Постоянство стоимости (относительная редкость драгоценных металлов в природе и высокая трудоемкость получения)

Функции денег

Счетная единица

выступают в качестве меры стоимости экономических благ

Средство обращения

являются посредником в обменных операциях, всеобщим эквивалентом; выполняют данную функцию мимолетно, переходя из рук в руки; бартерный обмен Т—Т превращается в денежный обмен Т—Д—Т

Средство накопления

покидают сферу обращения и превращаются в разные ценности, способные сохранять покупательную способность; в отсутствие инфляции деньги сами способны выполнять эту функцию, а не через своих «заменителей»

Средство платежа

при помощи них фиксируются обязательства и долги рыночных агентов

Мировые деньги

наиболее устойчивая денежная единица начинает выполнять функцию интернационального носителя стоимости, являясь посредником при обмене локальных валют; при ее помощи фиксируются обязательства государств и правительств

Типы конкуренции

Совершенная

- ◆ много покупателей и продавцов;
- ◆ факторы производства мобильны;
- ◆ нет барьеров входа на рынок и выхода с рынка;
- ◆ равный доступ всех к информации;
- ◆ однородность продукции

Несовершенная

- ◆ асимметричность рыночной информации;
- ◆ существуют барьеры входа-выхода;
- ◆ продукция неоднородна;
- ◆ количество участников ограничено с одной или другой стороны

Типы рыночных структур несовершенной конкуренции

Монополия

одна фирма, производящая уникальный товар, представляет всю отрасль; барьеры входа-выхода непреодолимые

Олигополия

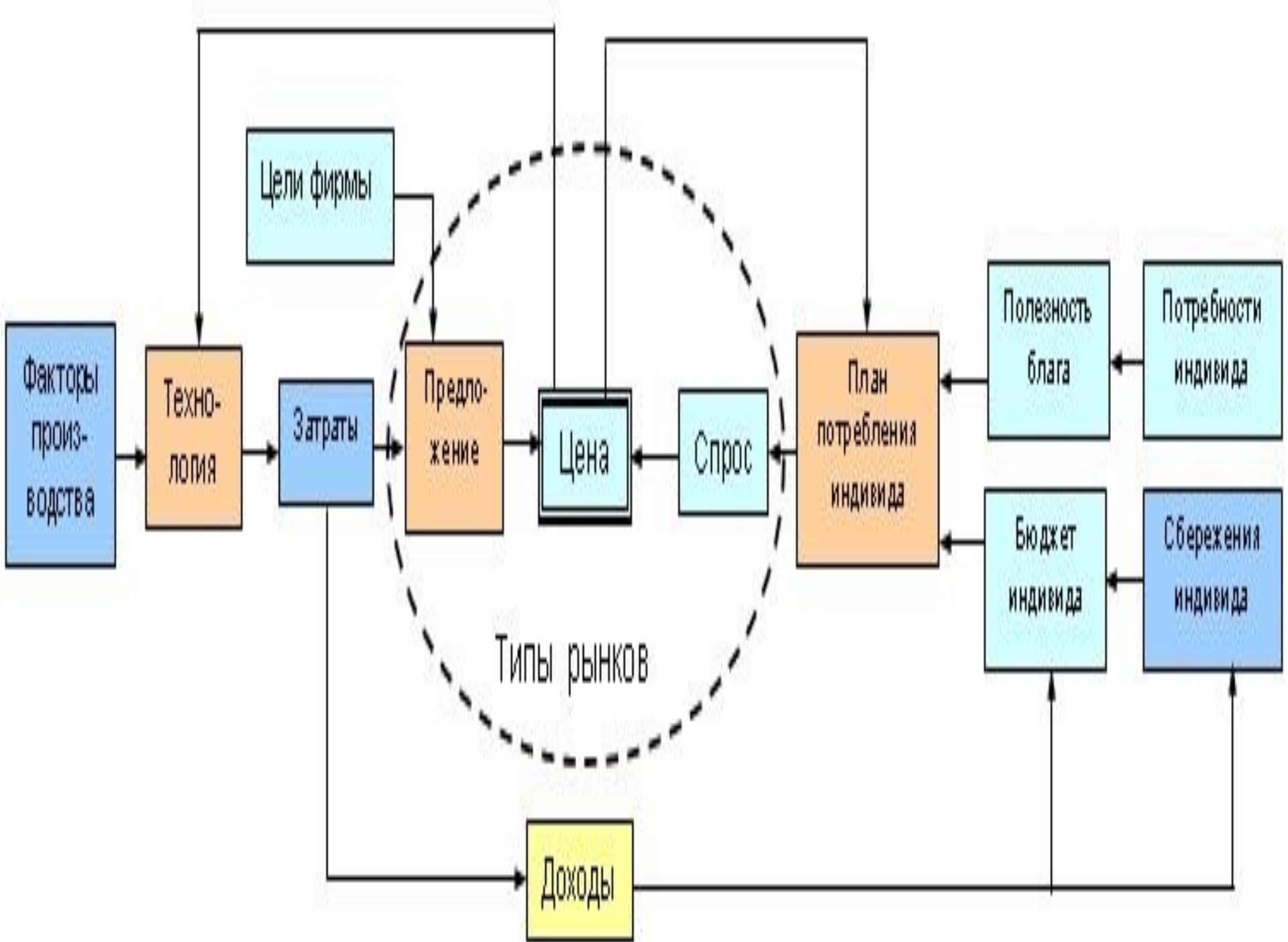
несколько фирм выпускают аналогичные товары; барьеры входа-выхода очень высокие

Монополистическая конкуренция

много фирм производят похожие, но дифференцированные товары, отличающиеся торговой маркой; каждая является монополистом своей торговой марки; барьеры входа-выхода низкие

Характеристика моделей рынка в зависимости от степени конкурентности

Критерии	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм	Очень большое	Большое	Несколько	Одна
Тип продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	Уникальный, без близких заменителей
Контроль над ценой	Отсутствует	Имеется в узких рамках	Ограниченный	Значительный
Условия входа в рынок	Очень легкие	Сравнительно легкие	Наличие препятствий	Блокировано
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Упор на рекламу и торговые марки	Очень развита	Главным образом реклама
Примеры	Сельское хозяйство	Розничная торговля	Производство стали, автомобилей	Местные предприятия общественного пользования



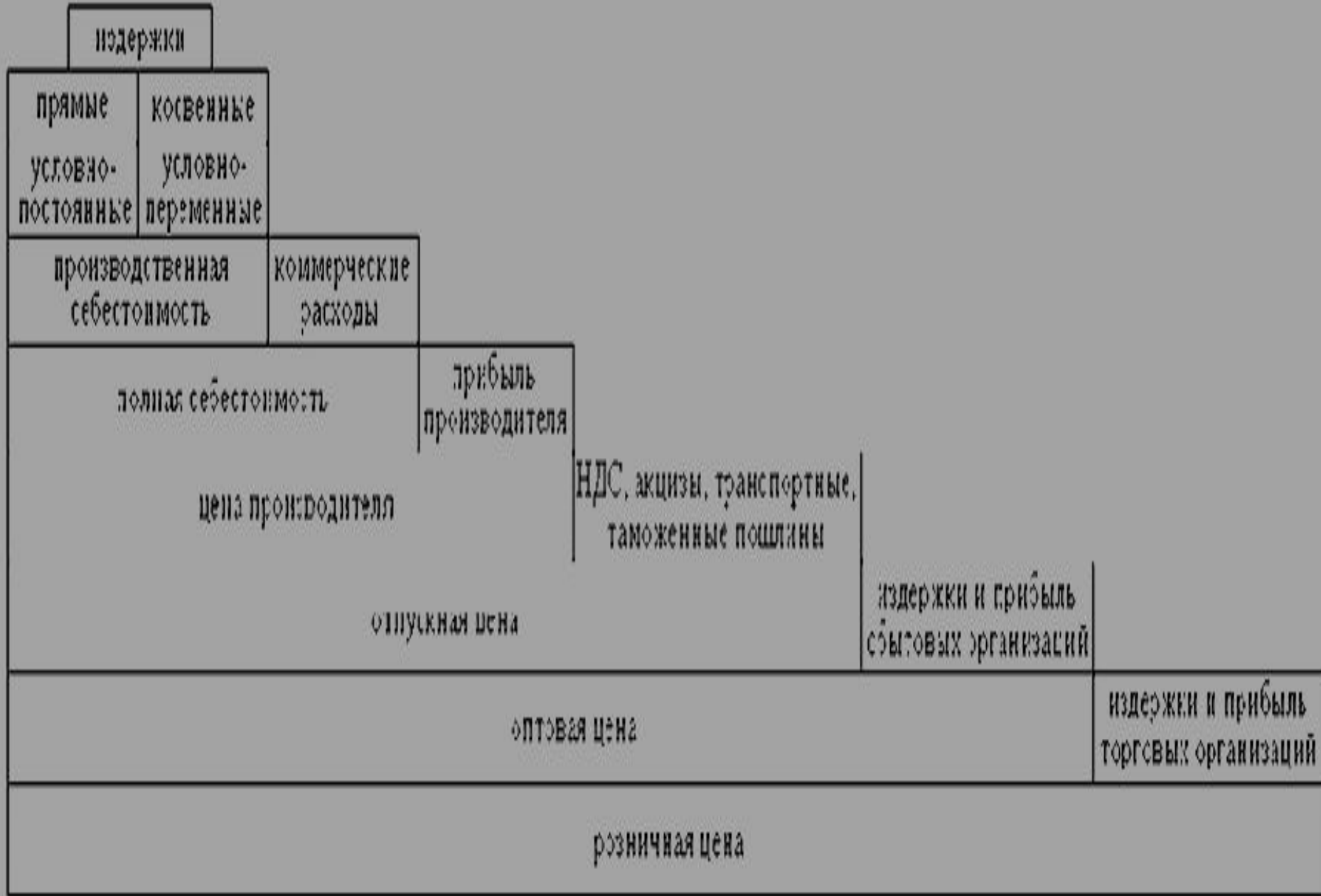


СХЕМА ФОРМИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ЦЕНЫ

ВОПРОС 2.

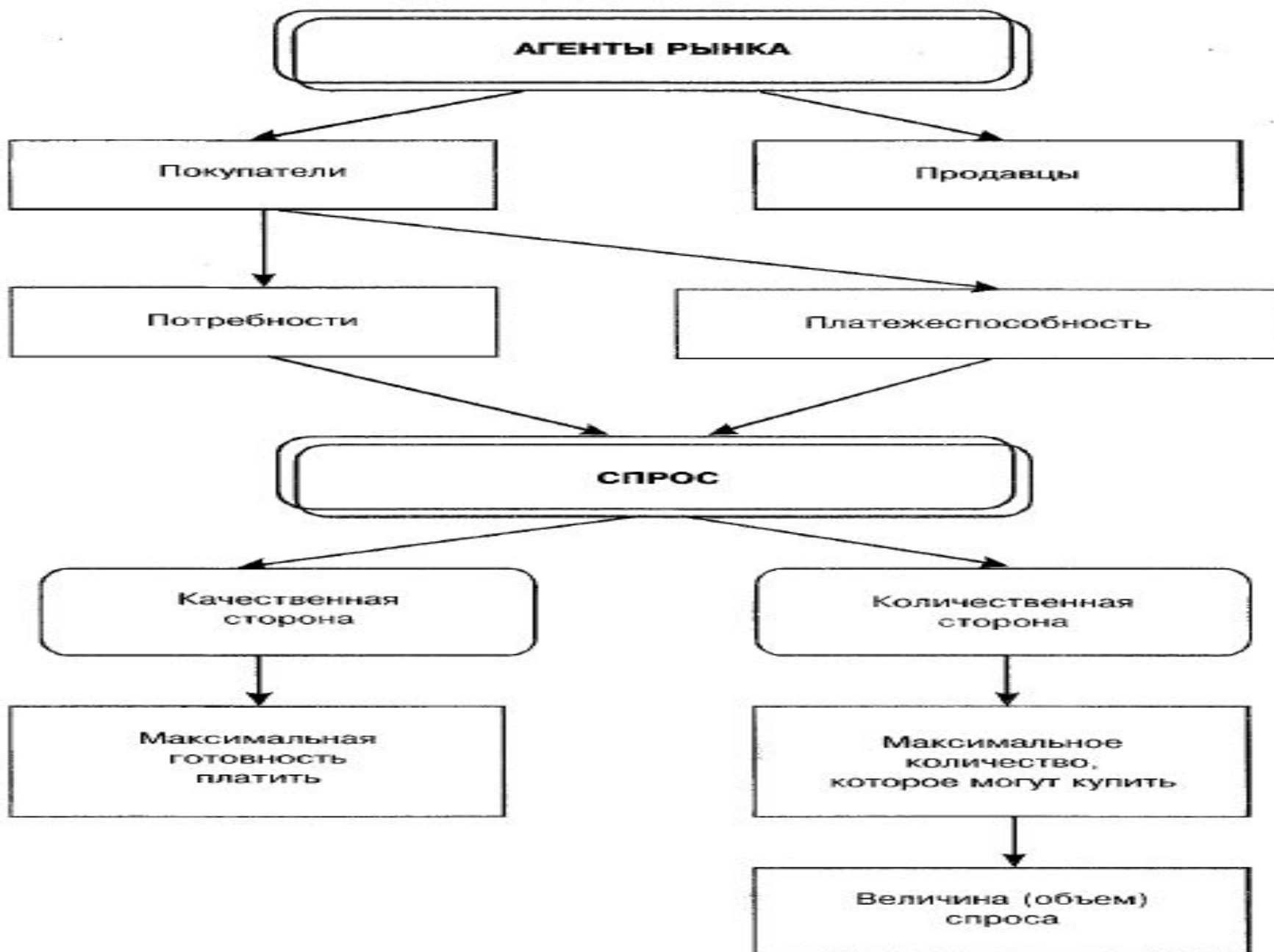
Основы теории

спроса и

предложения и

их эластичность

ПРИРОДА РЫНОЧНОГО СПРОСА



Величина спроса

количество товаров определенного вида, потребность в котором обеспечена денежными средствами потребителей

Закон спроса

при прочих равных условиях при повышении цены спрос предъявляется на меньшее количество товара и, наоборот, при снижении цены спрос предъявляется на большее количество товара

при прочих равных условиях, если на рынок поступает большее количество товара, то он может быть реализован по меньшей цене

Уравнение кривой спроса

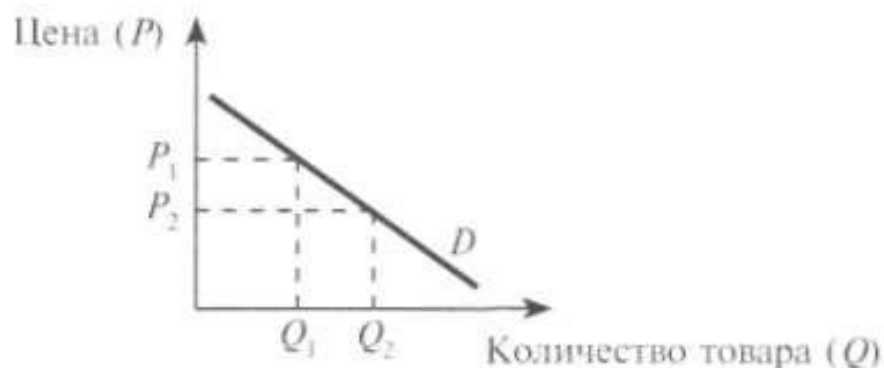
$$Q_D = a - b \times P,$$

где Q_D — величина спроса, предъявляемого на товар;

a — коэффициент параллельного переноса, при изменении которого происходит сдвиг кривой спроса;

b — тангенс угла наклона, при изменении которого меняется угол наклона кривой спроса к оси Q ;

P — цена единицы товара



Эффект дохода



воздействие, оказываемое изменением цены товара на реальный доход потребителя, количество продукта, которое потребитель приобретет

Эффект замещения



влияние, которое оказывает изменение цены на относительную дороговизну и количество товара, которое потребитель купит, при условии, что его доход окажется неизменным. При повышении цены на нормальные блага объем покупок подорожавших благ снизится вследствие их замены благами, цены на которые не увеличились

Эффект дохода и эффект замещения действуют совместно: в разных ситуациях наблюдается более сильное влияние того или иного эффекта

Эффект Гиффена



увеличение цены на низший товар, занимающий существенное место в структуре потребления, приводит к увеличению объемов потребления этого товара, например картофеля (товар Гиффена)

Эффект Веблена



увеличение цены на дорогостоящий товар приводит к росту объемов его потребления, поскольку он приобретается ради престижа

Эффект сноба



определенная категория людей снижает потребление тех товаров, цены на которые упали, так как они не желают быть «как все», хотя объем потребления товара растет

ФАКТОРЫ И ФУНКЦИЯ СПРОСА

СПРОС КАК ПОТОК

Определение временного периода

Определение условий формирования

Детерминанты спроса

- Цена блага (P)
- Цена субститутов (P_s)
- Цена дополняющих благ (P_c)
- Доходы потребителей (I)
- Вкусы (T)
- Ожидания потребителей (E)

Функция спроса

$$Q_d = F(P, P_s, P_c, I, T, E)$$

Зависимость величины спроса от его факторов

Прямая функция спроса

Изменение величины спроса в зависимости от изменения цены

$$Q_d = a - bP$$

Обратная функция спроса

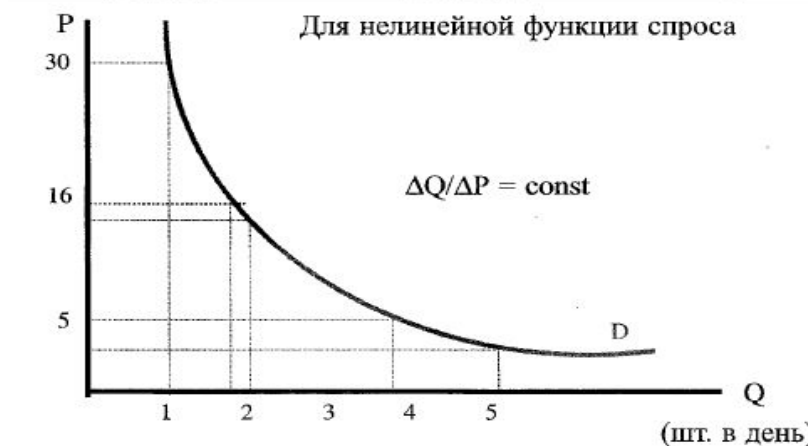
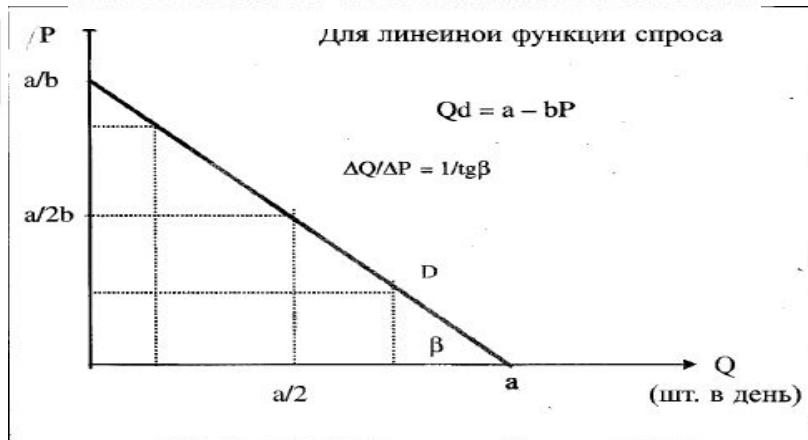
Изменение цены в зависимости от изменения величины спроса

$$P_d = a/b - (1/b) Q$$

Для линейной функции спроса

Цена, руб /шт	Объем спроса, штук в день
35	0
30	750
25	1400
20	2000
15	2800
10	4150
7	5500
5	6000
3	6300
0	6610

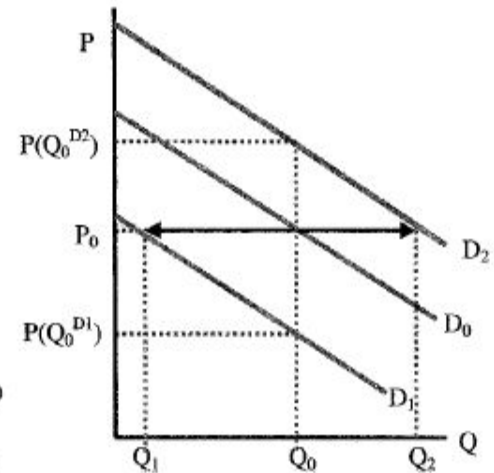
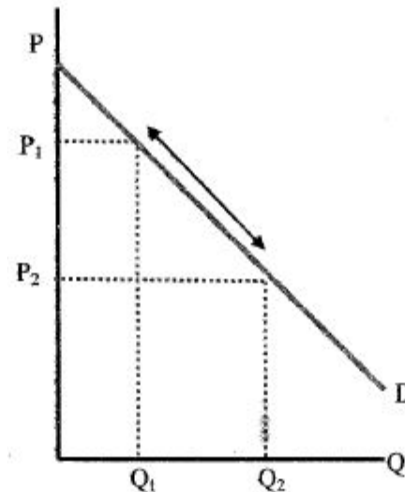
ГРАФИЧЕСКОЕ ОТОБРАЖЕНИЕ СПРОСА



ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ СПРОСА И ИЗМЕНЕНИЯ В СПРОСЕ



ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ СПРОСА И ИЗМЕНЕНИЯ В СПРОСЕ



ОСОБЕННОСТИ КРИВОЙ СПРОСА



СДВИГ ЛИНИИ СПРОСА

Факторы	Изменение спроса	Сдвиг линии спроса
Изменение цен на товары-заменители	Рост цен на товар-заменитель	Сдвиг линии спроса вправо
	Снижение цен на товар-заменитель	Сдвиг линии спроса влево
Изменение цен на дополняющий товар	Рост цен на дополняющий товар	Сдвиг линии спроса влево
	Снижение цен на дополняющий товар	Сдвиг линии спроса вправо
Доходы покупателей	Увеличение доходов покупателей	Сдвиг линии спроса вправо
	Снижение доходов покупателей	Сдвиг линии спроса влево
Мода	Товар вышел из моды	Сдвиг линии спроса влево
Реклама	Фирма увеличивает расходы на рекламу своего товара	Сдвиг линии спроса вправо
Сезонные изменения	В холодное время года используется больше электроэнергии	Сдвиг линии спроса вправо
Ожидания покупателей	Покупатели думают, что товар скоро подорожает	Сдвиг линии спроса вправо

Спрос (D) на товар или услугу: желание и способность покупателей купить какое-либо количество этого товара или услуги по определенной цене

Формы проявления

Цена спроса (P):

максимальная цена, которую согласны доплатить покупатели за определенное количество товара

Объем спроса (Q_D):

то количество товара, которое захотят купить покупатели по определенной цене

Зависимость между Q_D и P

Закон спроса:

обратная зависимость между ценой и объемом спроса

$P \uparrow \textcircled{NO} Q_D \downarrow$

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СПРОС

Изменения дохода потребителя

Изменения цены блага

Модель рационального выбора

Изменения индивидуального спроса

Линия доход—потребление

Линия цена—потребление

Кривая Энгеля

Кривая индивидуального спроса

Индивидуальный спрос

D^A

D^B

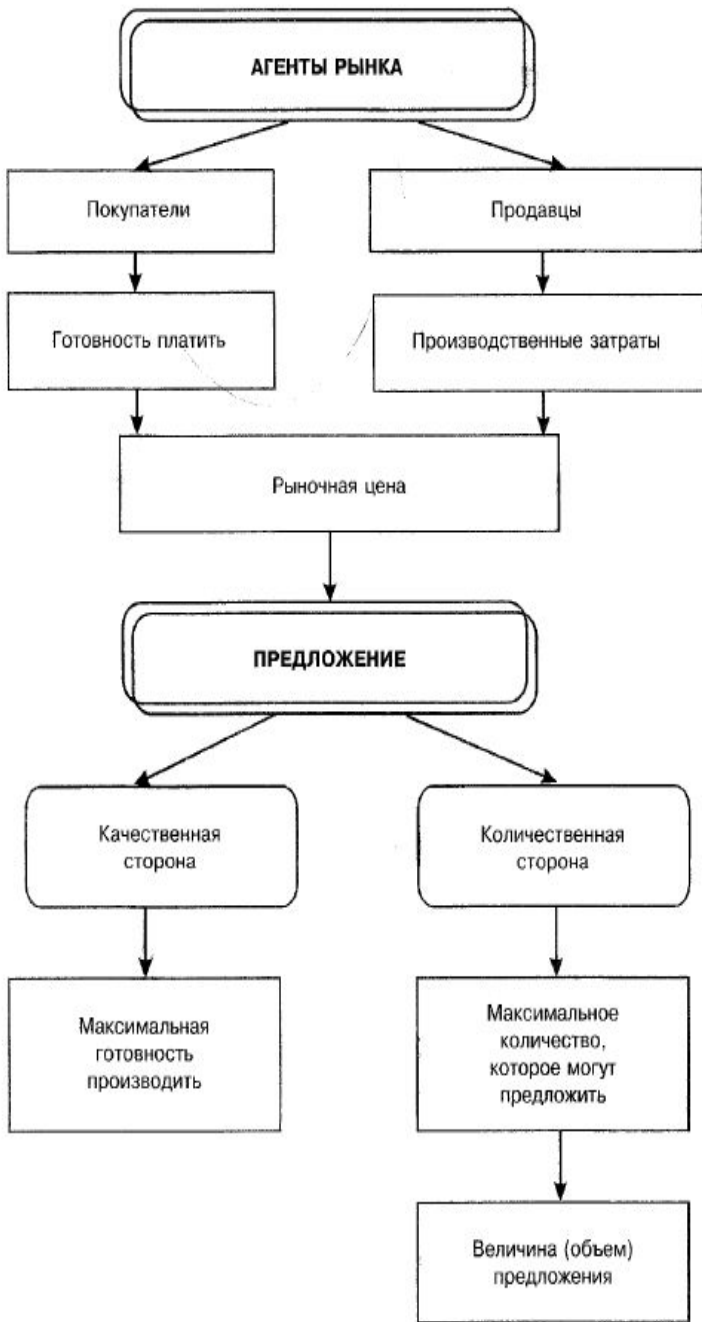
D^C

D^N

Горизонтальное суммирование

Рыночный спрос

ПРИРОДА РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ



Величина предложения

количество товаров, которое может быть представлено рынку производителями

Закон предложения

при прочих равных условиях при увеличении цены на товар величина предложения данного товара на рынке увеличивается

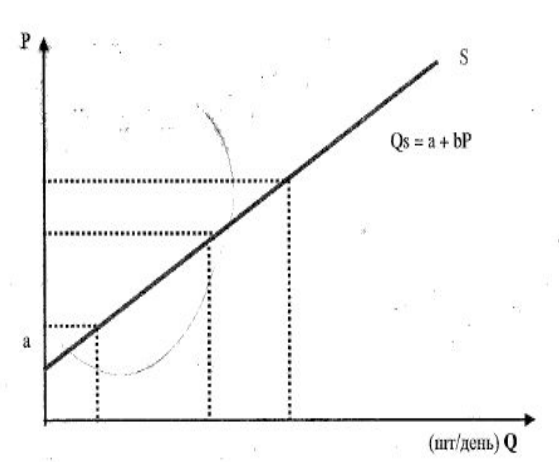
Уравнение кривой предложения

$$Q_s = a + b \times P$$

где Q_s – величина предложения товара,
 a – коэффициент параллельного переноса, при изменении которого происходит сдвиг кривой предложения,
 b – тангенс угла наклона, при изменении которого меняется угол наклона кривой предложения к оси Q .
 P – цена единицы товара

Цена, руб/шт	Объем предложения, штук в день
35	4650
30	4500
25	4100
20	3600
15	2800
10	2000
7	1000
5	200
3	0
0	0

ГРАФИЧЕСКОЕ ОТОБРАЖЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ФАКТОРЫ И ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ДЕТЕРМИНАНТЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Цена блага (P)

Цена субститутов (P_s)

Цена дополняющих благ (P_c)

Издержки производства (C)

Налоги (T)

Ожидания производителей (E)

ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

$$Q_s = F(P, P_s, P_c, C, T, E)$$

Зависимость величины предложения от его факторов

Прямая функция спроса

Обратная функция спроса

Изменение величины предложения от цены

Изменение цены от величины предложения

$$Q_s = a + bP$$

$$P_s = (1/b) Q - a/b$$

Для линейной функции предложения

Предложение (S): готовность производителей продать определенное количество товаров или услуги по определенной цене

Формы проявления

Цена предложения (P): минимальная цена, по которой продавцы готовы продать определенное количество товаров

Объем предложения (Q_s): то количество товара, которое готовы продать продавцы по определенной цене

Зависимость между Q_s и P

Закон предложения: прямая зависимость между ценой и объемом предложения
 $P \uparrow \Rightarrow Q_s \uparrow$

ОСОБЕННОСТИ КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

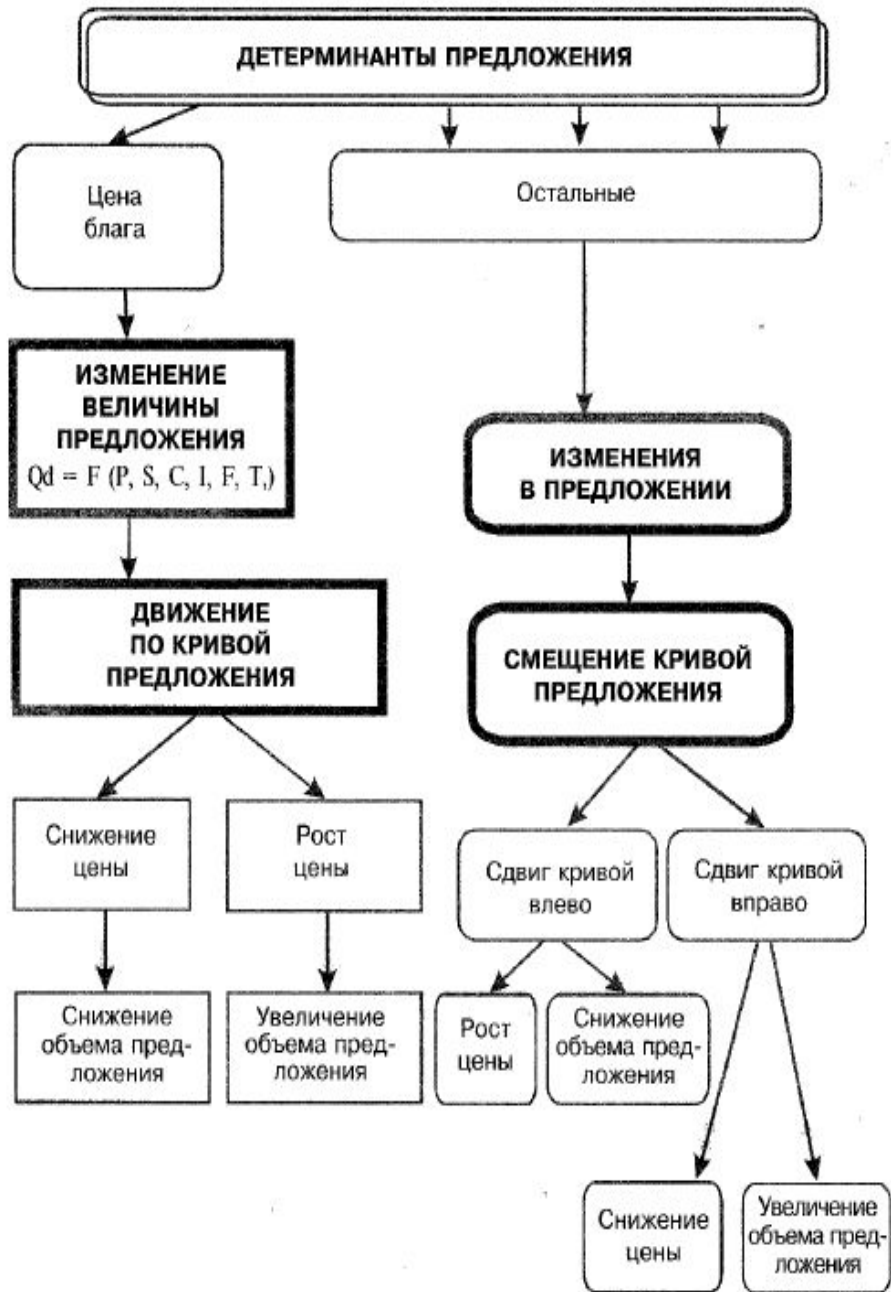
Отражение уровня затрат производителя

Отражение убывающей производительности

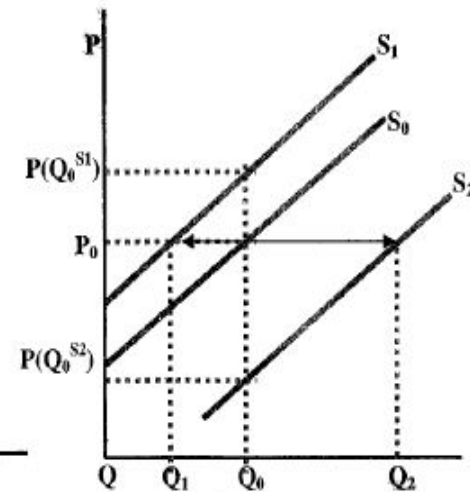
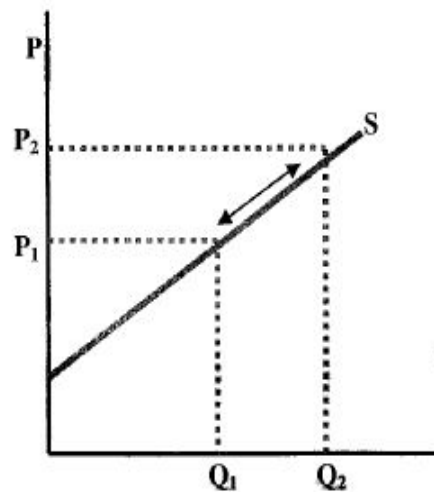
Отражение закона предложения

Изменение величины предложения блага находится в прямой зависимости от изменения цены блага

ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ В ПРЕДЛОЖЕНИИ



ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ В ПРЕДЛОЖЕНИИ

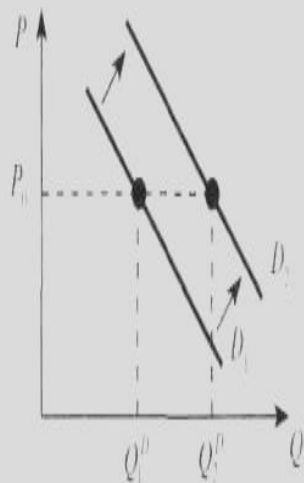


Чем выше будет цена, тем большее количество производителей будет предлагать рынку свою продукцию.

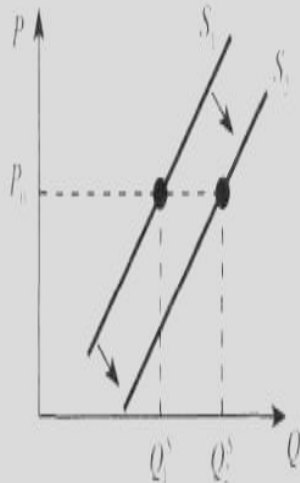
Высокая цена привлекает в отрасль новых производителей и усиливает стимулы к производству товаров у действующих в отрасли производителей.

До определенного предела рост цены стимулирует производство, однако при чрезмерно высоких ценах производитель может снизить объем производства, поскольку сверхвысокий уровень дохода снижает стимул к производству и производитель может опасаться заговаривания и, следовательно, снижения цен.

Сдвиг кривой спроса



Сдвиг кривой предложения



СДВИГ ЛИНИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

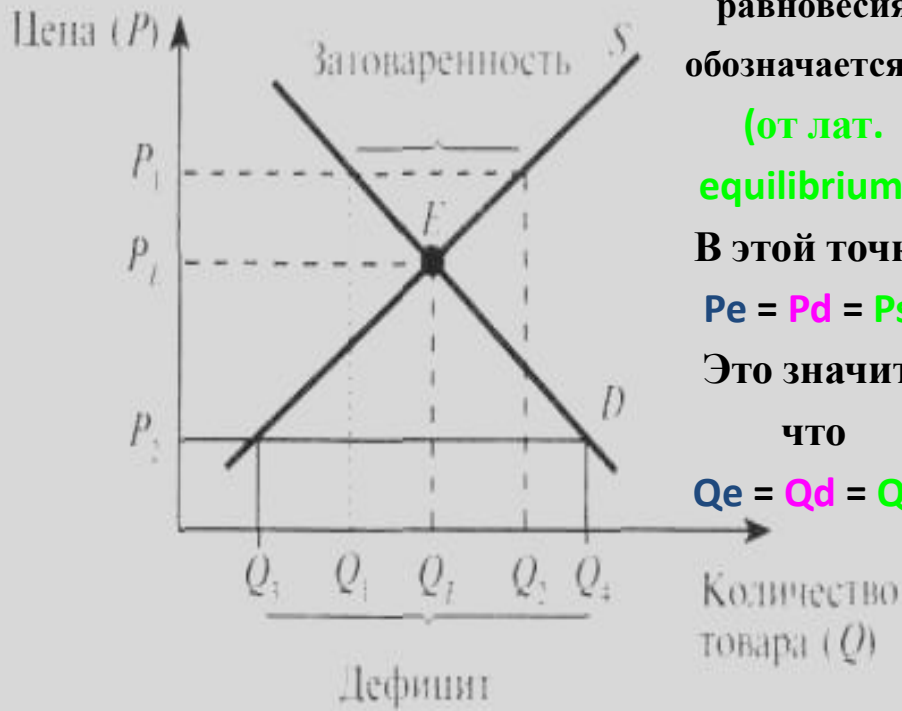
Факторы	Изменение предложения	Сдвиг линии предложения
Изменение цен на факторы производства	Рост цен на факторы производства	Сдвиг линии предложения влево
	Снижение цен на факторы производства	Сдвиг линии предложения вправо
Технический прогресс	Внедрение новых технологий, оборудования	Сдвиг линии предложения вправо
Сезонные изменения	Благоприятные погодные условия приведут к увеличению предложения продукции в сельском хозяйстве	Сдвиг линии предложения вправо
Налоги	Введение налога на товар	Сдвиг линии предложения влево
Дотации (субсидии)	Установление дотации на производство товара	Сдвиг линии предложения вправо
Увеличение спроса на другие товары	Рост спроса на другие товары	Сдвиг линии предложения влево
Ожидания производителей	Производители думают, что спрос на их товар сократится	Сдвиг линии предложения влево

К сдвигу кривой спроса может привести: изменение предпочтений и вкусов, уровня доходов, полезности и цен других товаров (особенно субститутов)

К сдвигу кривой предложения приводят: изменение и затрат производства, цен на ресурсы, уровня налогообложения; появление новых технологий; погодные условия

Рыночное равновесие

состояние рынка, при котором значения величин спроса и предложения равны



Точка равновесия обозначается **E** (от лат. **equilibrium**).
В этой точке **$P_e = P_d = P_s$** ,
Это значит, что **$Q_e = Q_d = Q_s$** .

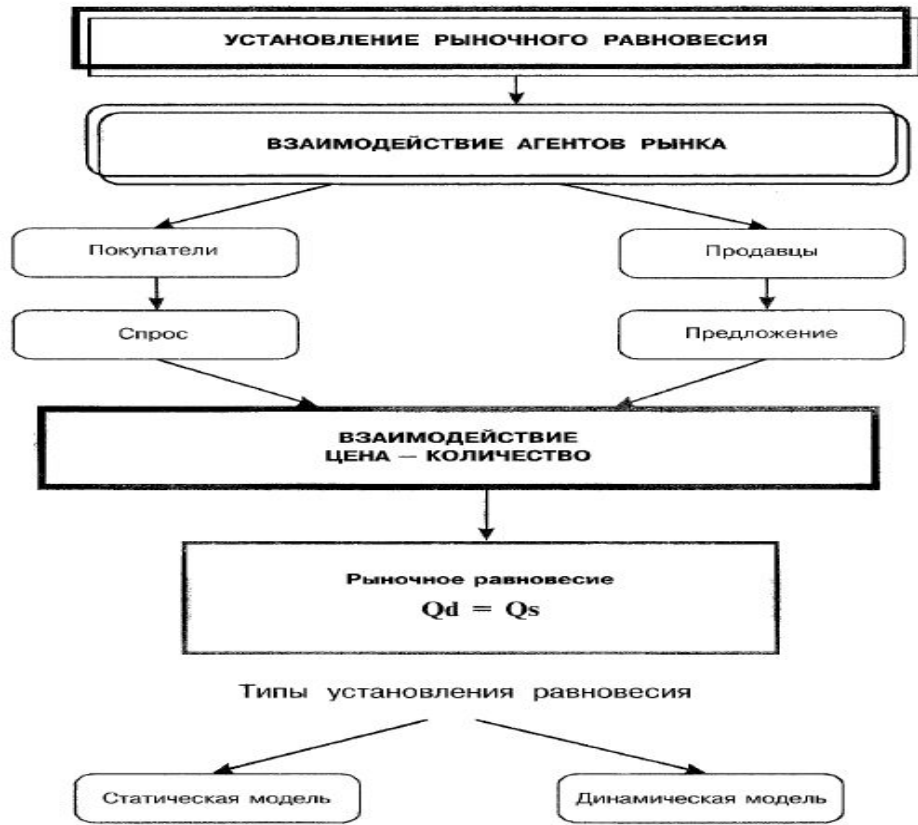
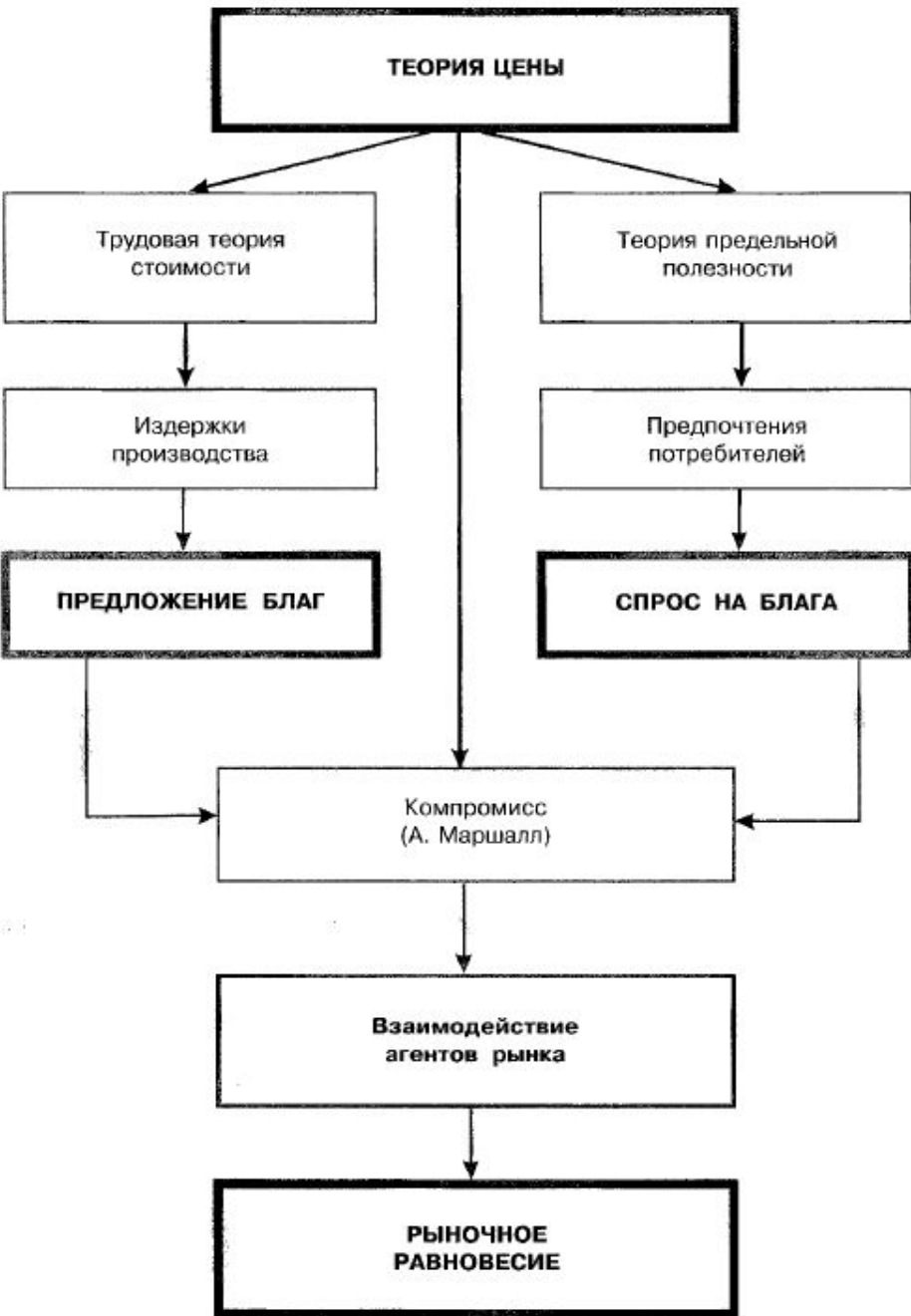
E — точка равновесия;
 P_e — равновесная цена;
 Q_e — равновесное количество товара;
 P_1 — цена, выше равновесной;
 $Q_2 - Q_1$ — затоваренность (превышение величины предложения над величиной спроса);
 P_2 — цена, ниже равновесной;
 $Q_3 - Q_4$ — дефицит (превышение величины спроса над величиной предложения)

Рыночное равновесие устанавливается в точке пересечения графиков спроса и предложения. В точке равновесия рыночное движение прекращается. Однако такое состояние рынка недостижимо: наблюдаются колебания цены и объема предлагаемой рынку продукции вокруг точки равновесия.

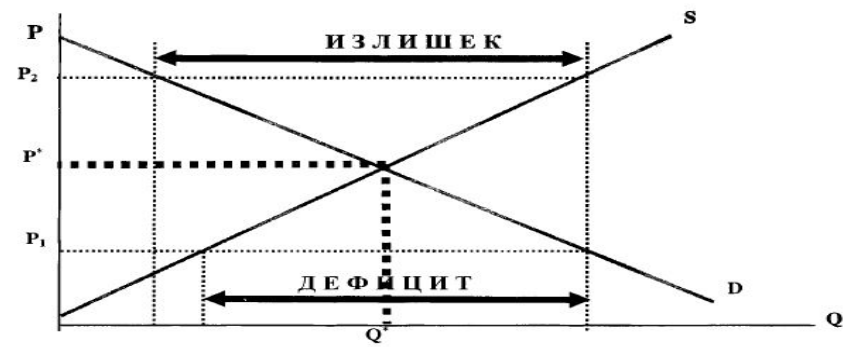
Графическая модель рыночного равновесия позволяет определить **излишек потребителя** и **излишек производителя**.

КОНЦЕПЦИЯ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ

РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ



УСТАНОВЛЕНИЕ СТАТИЧЕСКОГО РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ



Превышение цены спроса над ценой предложения способствует перераспределению ресурсов в пользу отраслей с высоким платежеспособным спросом

Высокие цены свидетельствуют об относительной редкости благ, побуждая к расширению их производства и тем самым к лучшему удовлетворению общественных потребностей.

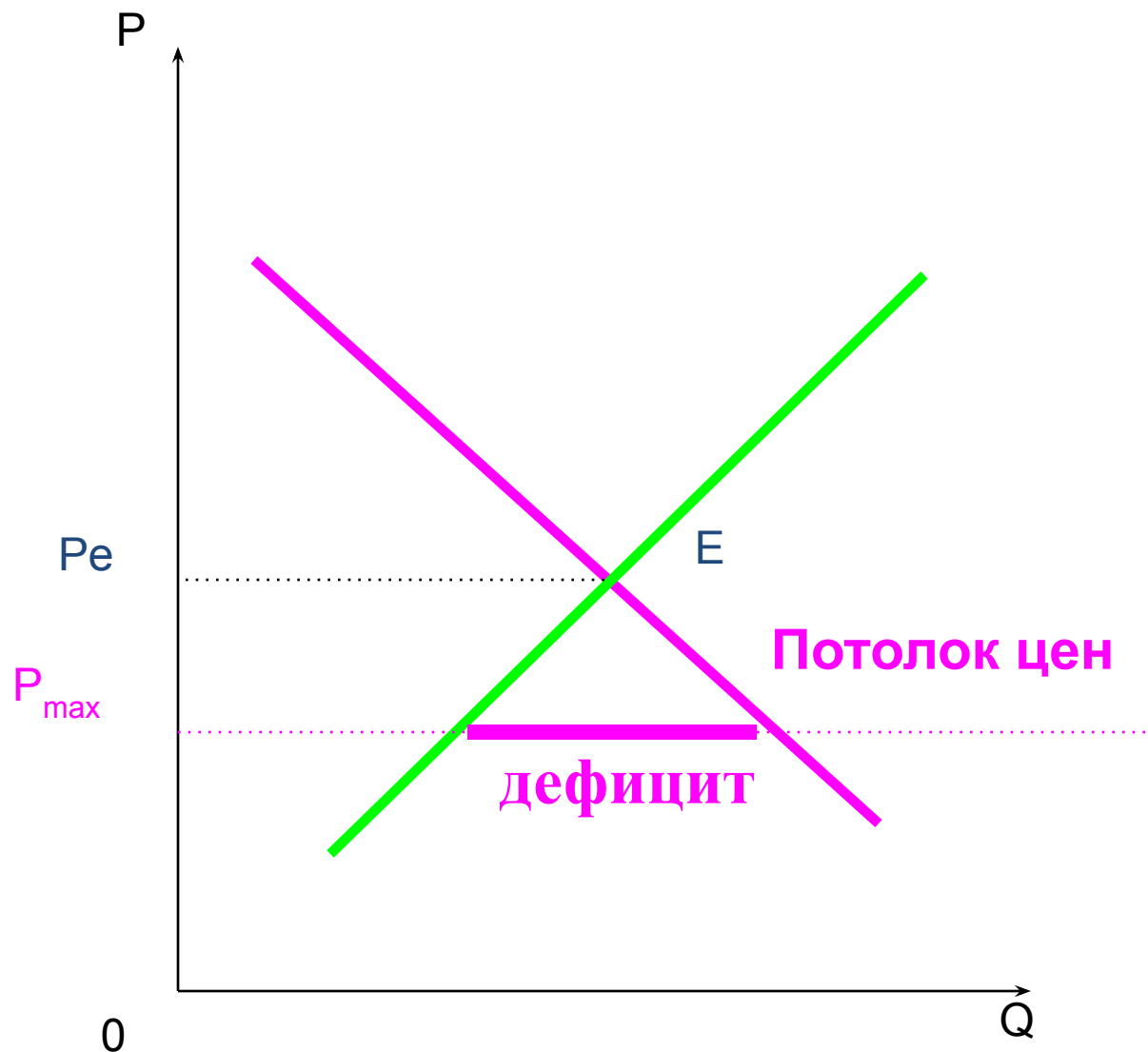
Так как равновесная цена значительно превышает издержки у тех производителей, затраты которых ниже средних, то она способствует перераспределению ресурсов от худших производителей к лучшим, повышая эффективность функционирования национальной экономики в целом

Тем не менее, потребители далеко не всегда полагают, что существующие цены оптимальны.

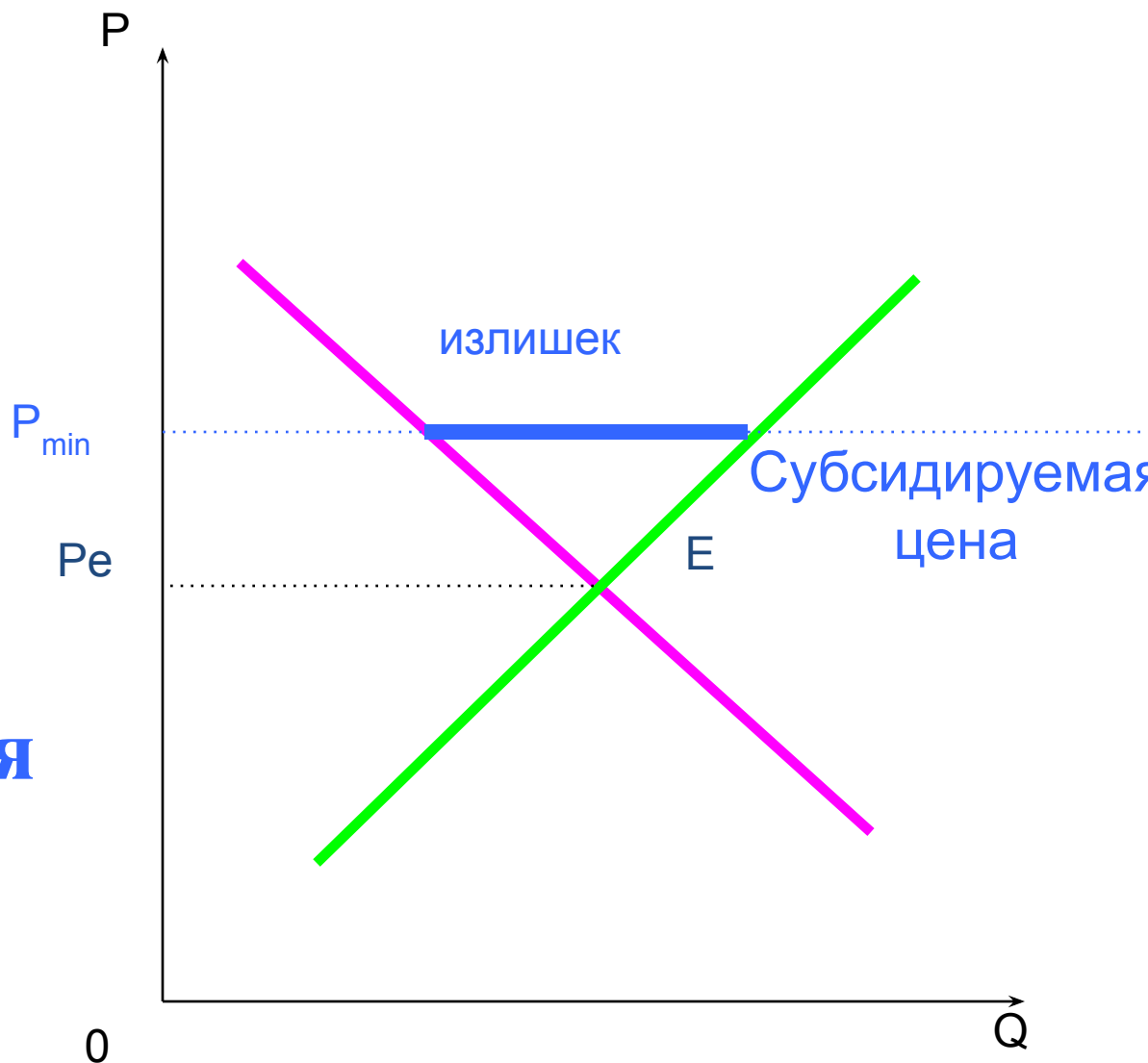
**Общественное недовольство
существующими равновесными
ценами образует плодотворную
почву для государственного
вмешательства в рыночное
ценообразование**

**На практике это выливается в
установление **максимальных**
или **минимальных** цен**

Если
установленная
государством
максимальная
цена («потолок
цены»)
находится ниже
равновесного
уровня, то
образуется
дефицит товара:

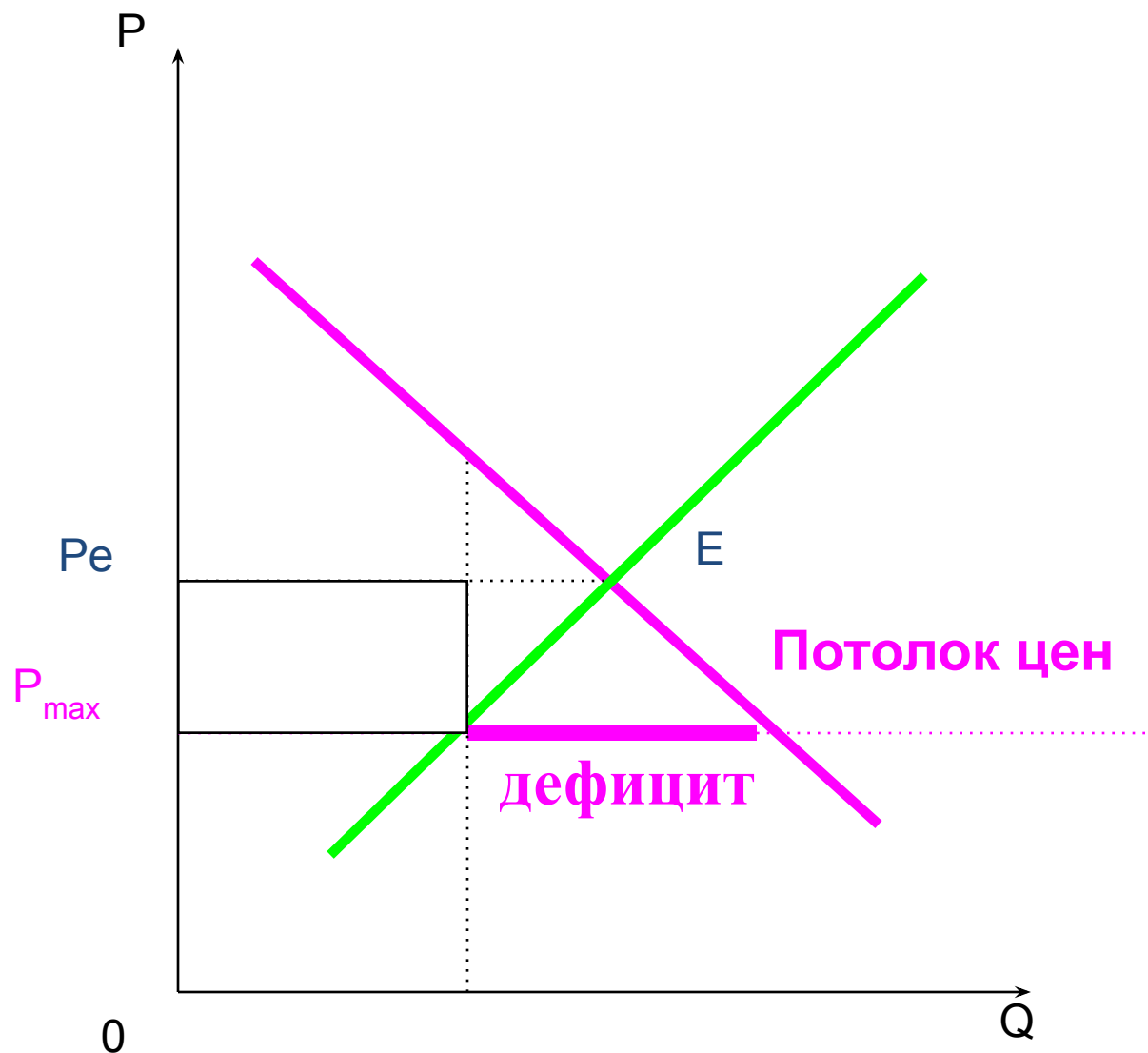


Если
государство
устанавливает
минимум цены
выше
равновесного
уровня
("субсидируемая
цена"), то
образуется
излишек



Фиксация цен означает отключение
механизма рыночной координации

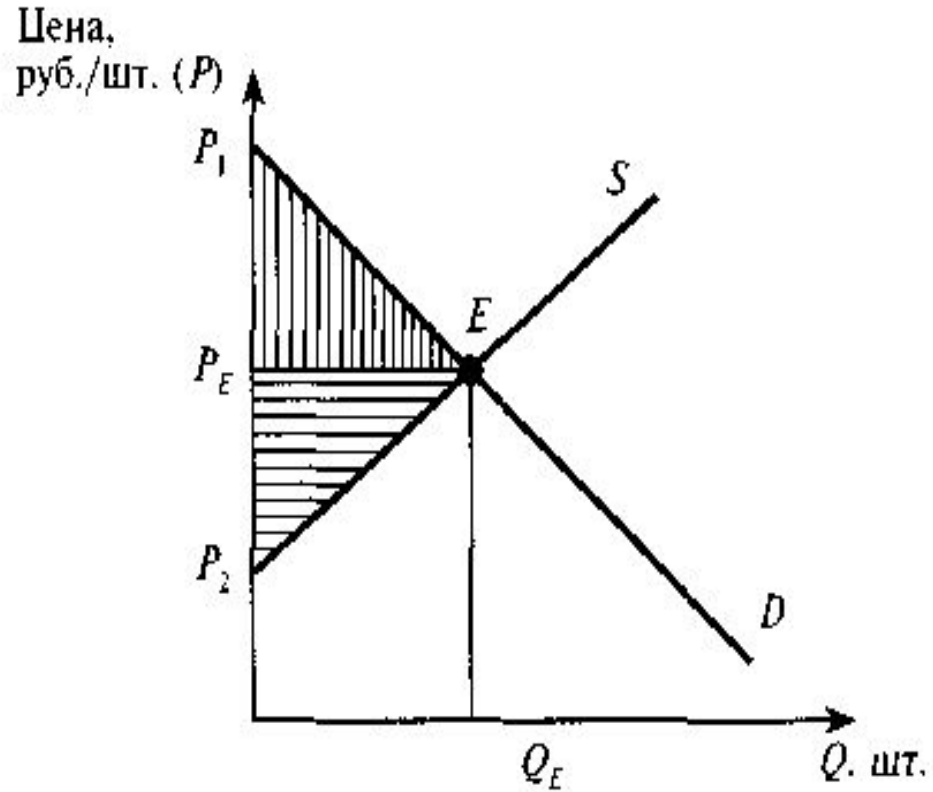
В условиях, когда цена находится ниже равновесного уровня, дефицит не ослабевает, а усиливается, к денежным затратам потребителя добавляются неденежные:



Связаны с поисками товаров, стоянием в очередях и т.д. — все они являются омертвленными затратами, которые не служат расширению производства дефицитного товара.

В случаях, когда цена **выше равновесной, возникает необходимость дополнительных мер, стимулирующих ограничение предложения и увеличение спроса, чтобы сократить разрыв между **субсидируемой** и **равновесной** ценами.**

И в том, и в другом случае рыночная экономика начинает функционировать *менее эффективно*, чем в условиях конкуренции.

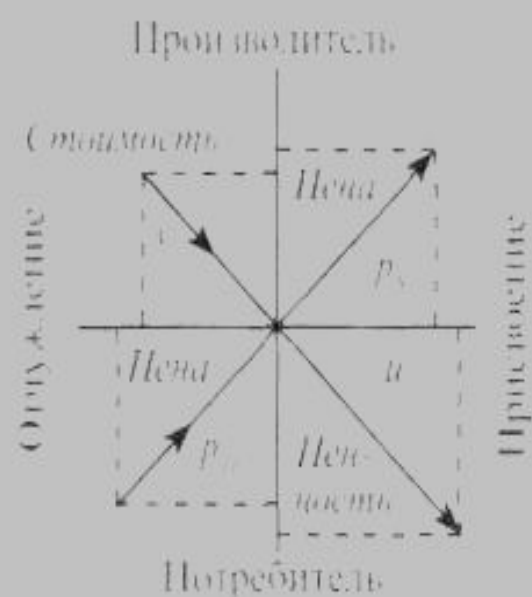


P_1 — цена, по которой ни один потребитель не приобрел бы товара;
 P_2 — цена, по которой ни один производитель не продал бы товар;
 P_E — цена, по которой предлагается рынку и покупается на рынке одинаковое количество товара Q_E

Излишек потребителя — это площадь треугольника P_1P_EE , т.е. сумма, которую сэкономили потребители, купившие товар по равновесной цене, хотя они были готовы купить товар и по более высокой цене (вертикальная штриховка).

Излишек производителя — это площадь треугольника P_2P_EE , т.е. доход сверх того, на который согласился бы производитель, если бы он продавал товар по цене ниже равновесной (горизонтальная штриховка).

Излишек производителя и излишек потребителя доказывают обоюдную выгодность обмена по равновесным ценам.



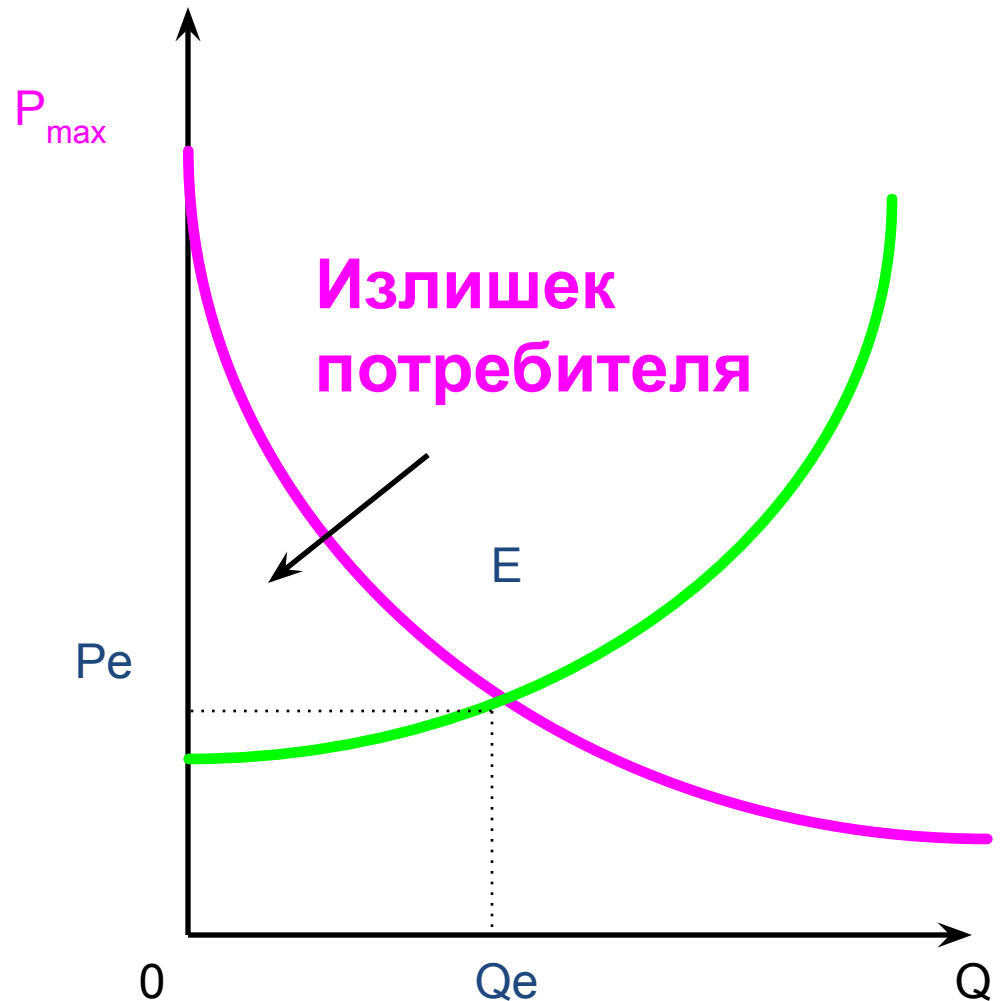
Производитель стремится снизить стоимость производимых товаров, что показано посредством отрезка c , но стремится установить цену как можно выше, что отражается с помощью отрезка p_s ; потребитель стремится сократить свои расходы и уплатить меньшую цену, что показано посредством отрезка p_d , но получить как можно большую полезность при этом, что отражается с помощью отрезка u .

Цена предстает как компромисс между стремлением производителя увеличить свою выгоду и стремлением потребителя сократить свои затраты; равновесие в данной модели — это равенство $p_d = p_s$.

Излишек производителя можно представить как $\sum_{i=1}^n (p_s - c)$.

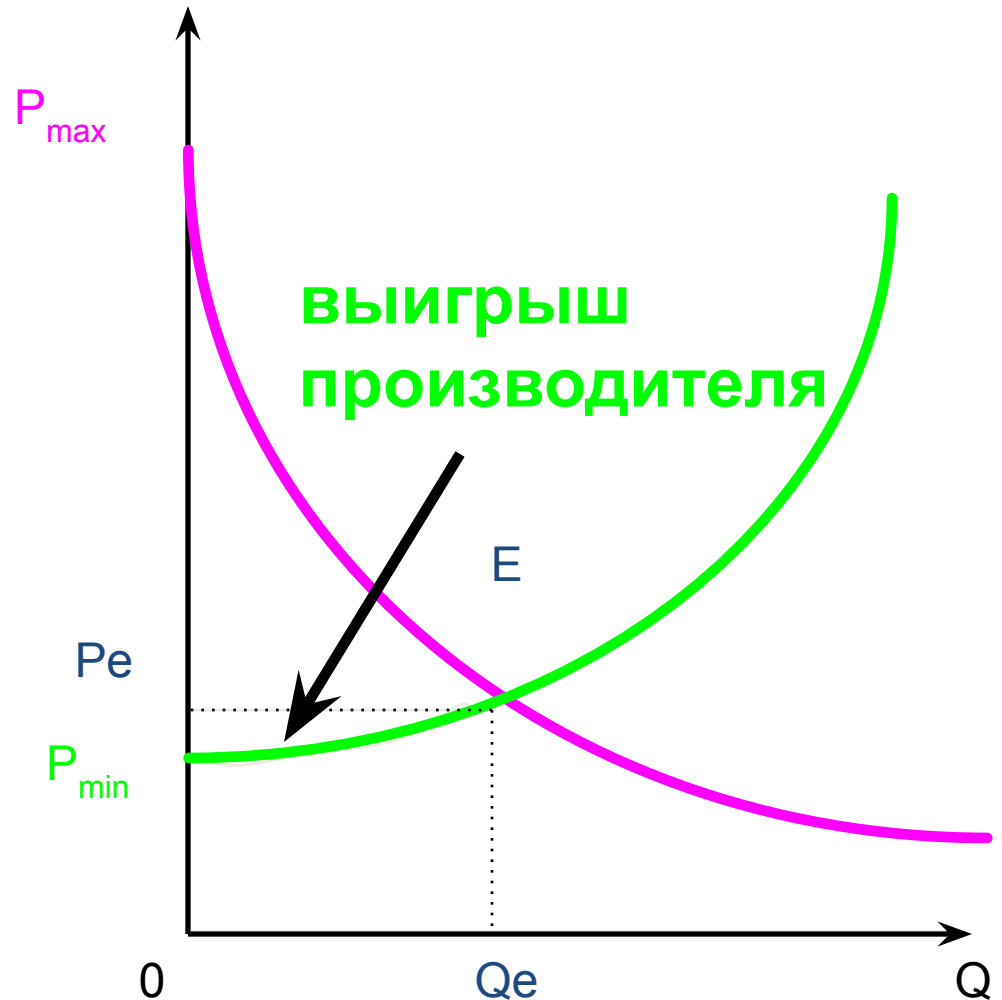
Излишек потребителя можно представить как $\sum_{i=1}^n (u - p_d)$.

Поскольку цена равновесия обычно ниже максимально предлагаемой потребителями цены, величину **излишка (выигрыша) потребителя** графически можно изобразить через площадь $P_{\max} E P_e$.



В свою очередь, равновесная цена обычно выше минимальной цены, которую могли бы предложить наиболее передовые фирмы.

Разница между
общей выручкой
(площадью
прямоугольника
 $0P_eEQ_e$) и
совокупными
издержками
(площадь $0P_{min}EQ_e$)
и составляет
излишек
(выигрыш)
производителя
(площадь P_eEP_{min})

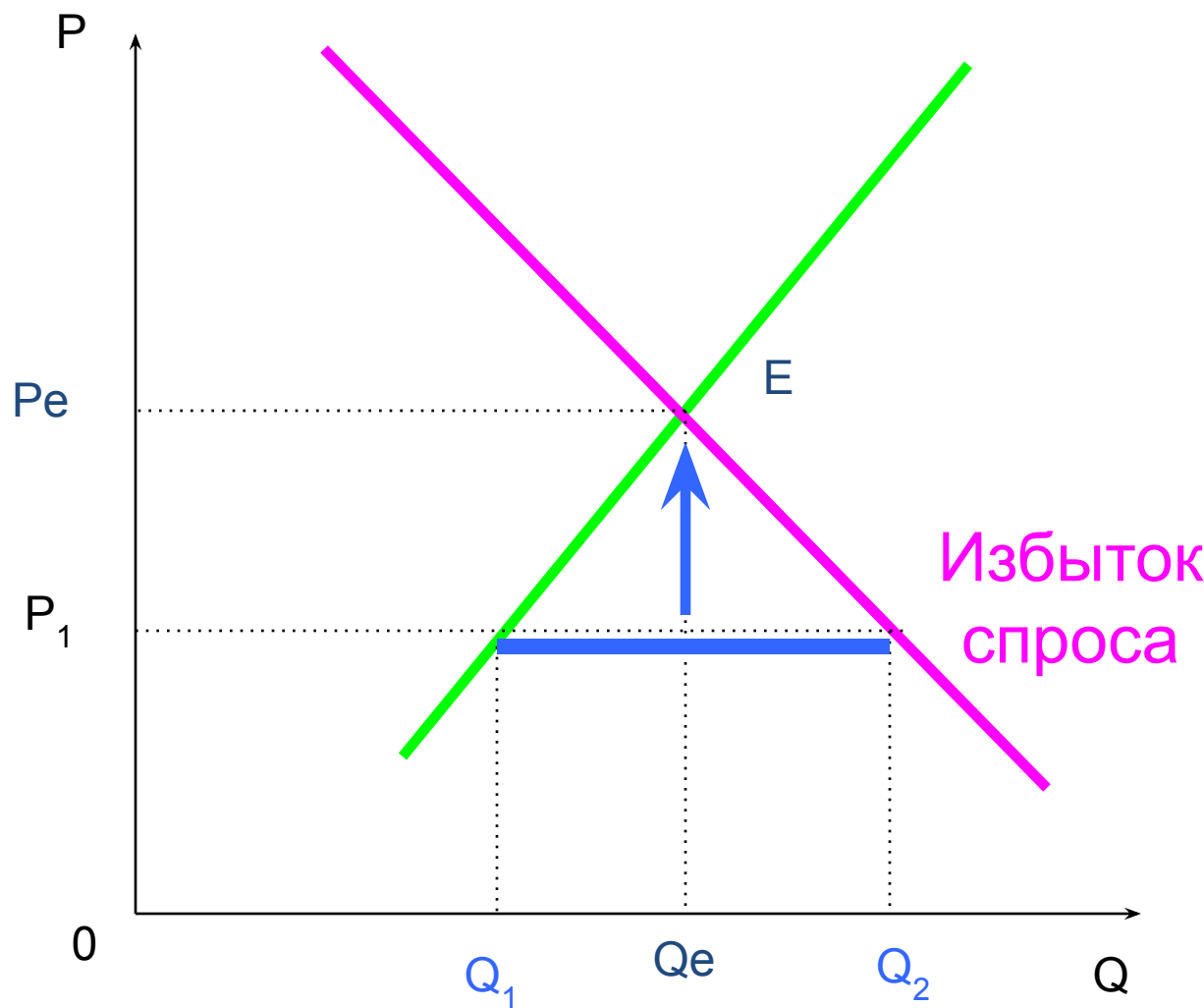


**Существует два основных
подхода к анализу
установления равновесной
цены:**

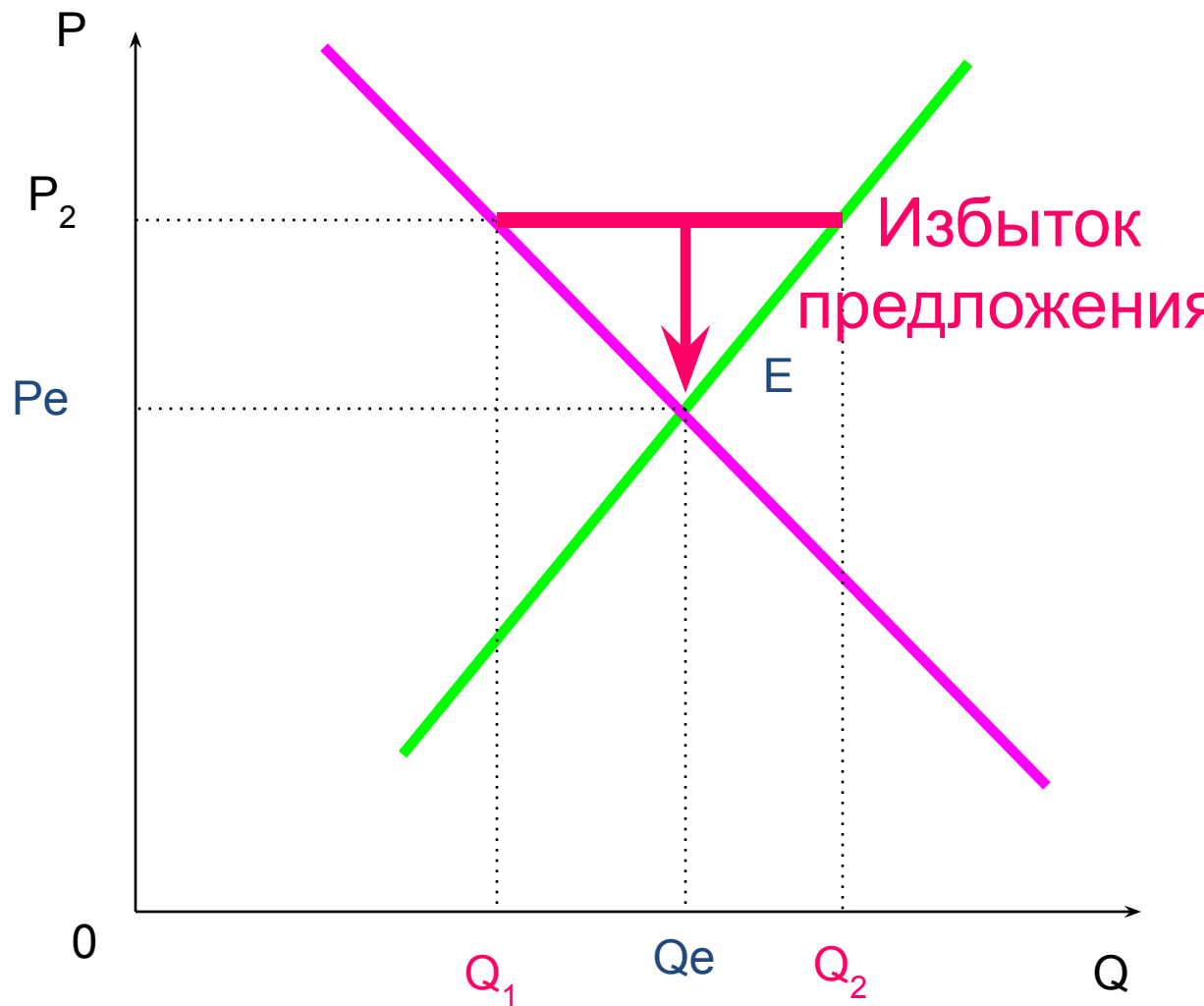
Л. Вальраса и А. Маршалла.

**Главным в подходе Л.
Вальраса является разница
в объеме спроса
(предложения)**

Если существует
избыток спроса
 $Q_2 - Q_1$ при цене
 P_1 , то в
результате
конкуренции
покупателей
происходит
повышение
цены до тех
пор, пока не
исчезает
избыток.

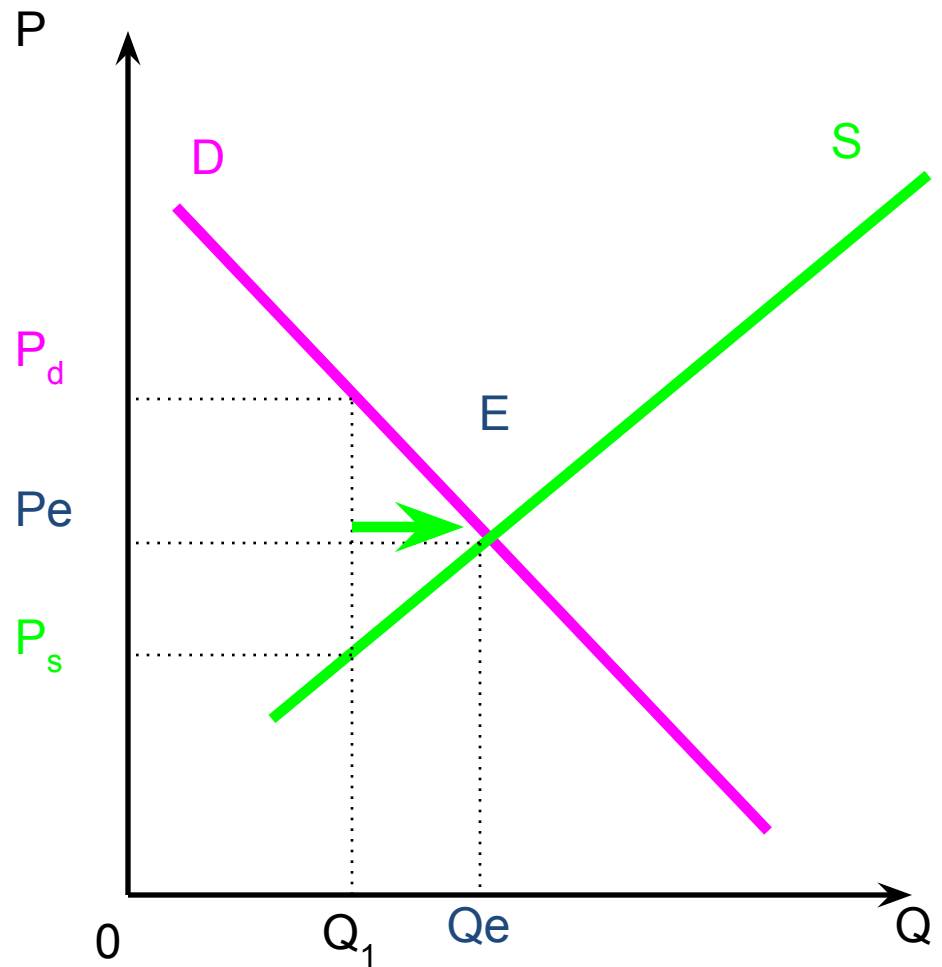


**В случае
избытка
предложения Q_2
- Q_1
(при цене P_2)
конкуренция
продавцов
приводит к
исчезновению
избытка за счет
понижения
цены.**

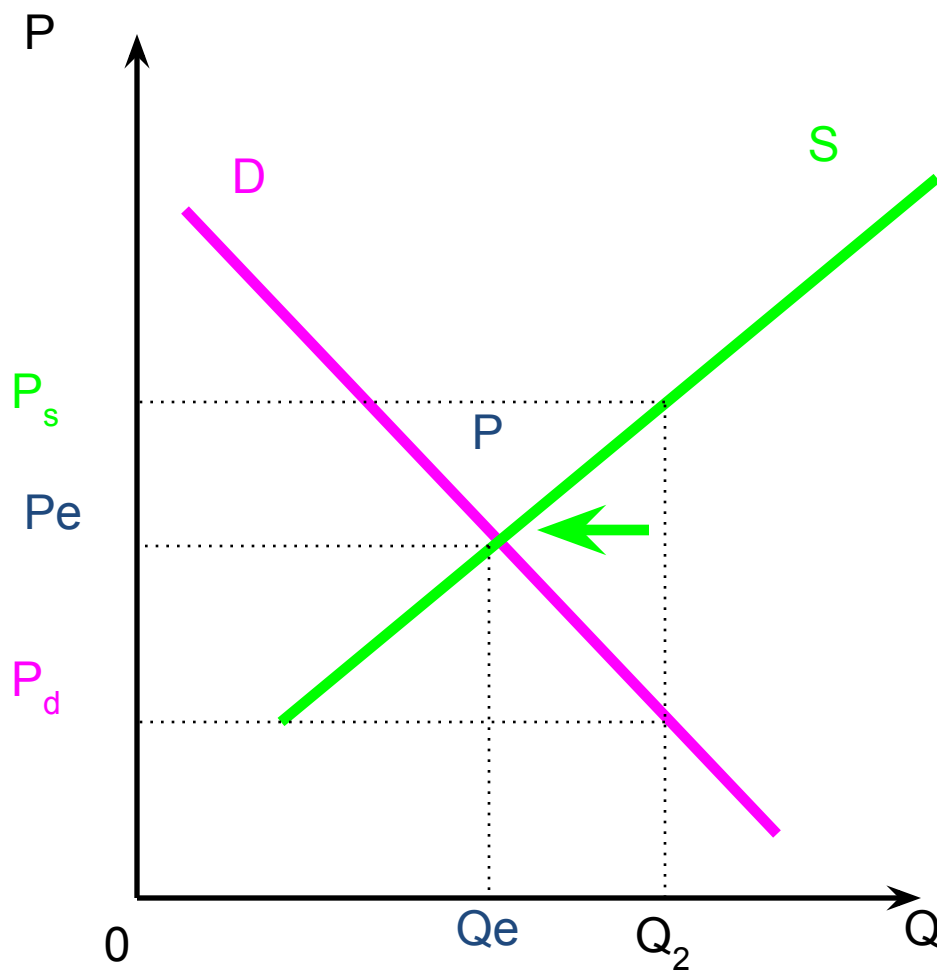


Проиллюстрируем равновесие по А. Маршаллу:

Если объем предложения ниже равновесного уровня Q_e , цена спроса выше цены предложения, например, при Q_1 : $P_d > P_s$, что побуждает продавцов **увеличить объем предложения.**



Если объем превышает равновесный уровень, цена предложения выше цены спроса, например, при Q_2 : $P_s > P_d$, что заставляет продавцов **снижать объем предложения.**



Эластичность

коэффициент, отражающий изменение величины спроса или предложения в зависимости от существенных факторов, таких как цена или доход

Эластичность спроса

Эластичность спроса по цене

$$E_p^D = \left| \frac{\Delta Q(\%)}{\Delta P(\%)} \right|$$

где $\Delta Q(\%)$ – изменение величины спроса в процентах;
 $\Delta P(\%)$ – изменение цены в процентах

Как правило, значение эластичности спроса по цене будет отрицательным, поскольку уменьшение цены приводит к увеличению значения спроса и наоборот.

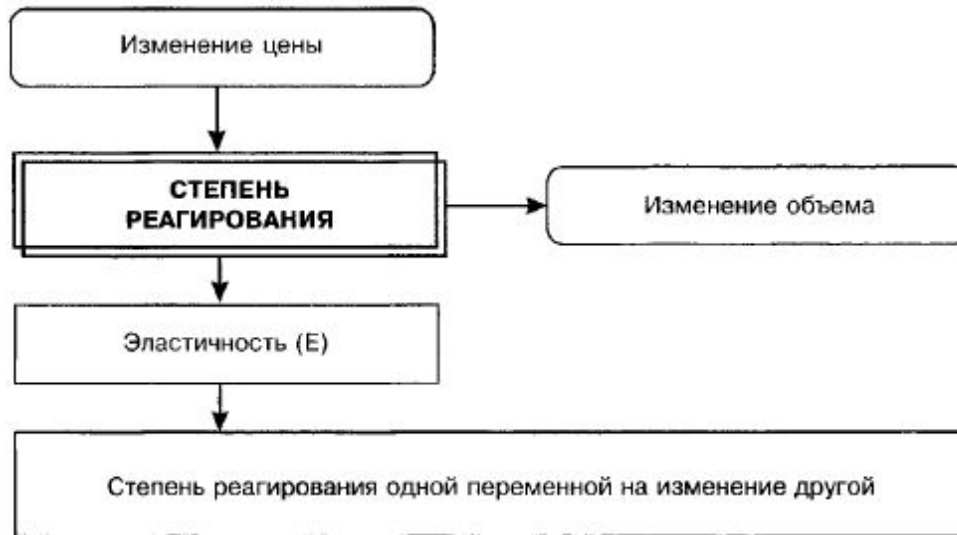
В зависимости от значения коэффициента эластичности выделяют:

- ♦ эластичный спрос с $E_p^D > 1$;
- ♦ спрос с единичной эластичностью, $E_p^D = 1$;
- ♦ неэластичный спрос с $E_p^D < 1$.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ

ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ

(ТЕМПОВЫЙ МЕТОД)



$$E_{y(x)} = (\% \Delta Y) / (\% \Delta X)$$
$$(\% \Delta Y) = \Delta Y / Y; \quad (\% \Delta X) = \Delta X / X$$

1. Точечная эластичность

$$E_{y(x)} = (\Delta Y / Y) / (\Delta X / X)$$

2. Дуговая эластичность (эластичность центральной точки)

$$E_{y(x)} = \frac{\Delta Y}{(Y_1 + Y_2) / 2} : \frac{\Delta X}{(X_1 + X_2) / 2}$$

ВИДЫ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА

1. Ценовая эластичность спроса

$$E^D_P = (\Delta Q / Q) / (\Delta P / P) = (P / Q)(\Delta Q / \Delta P)$$

2. Эластичность спроса по доходу

$$E^D_I = (\Delta Q_D / Q_D) / (\Delta I / I) = (I / Q)(\Delta Q / \Delta I)$$

3. Перекрестная эластичность

$$E^P_A = (\Delta Q_A / Q_A) / (\Delta P_B / P_B) = (P_B / Q_A)(\Delta Q_A / \Delta P_B)$$

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

Относительное (в %) изменение величины спроса при однопроцентном изменении цены

Факторы эластичности спроса

Степень заменяемости

Удельный вес в доходе потребителя

Тип блага

Фактор времени

Высокая

Низкая

Высокий

Низкий

Предмет необходимости

Предмет роскоши

Короткий период

Длинный период

**УВЕЛИЧЕНИЕ
ЭЛАСТИЧНОСТИ
СПРОСА**

**СНИЖЕНИЕ
ЭЛАСТИЧНОСТИ
СПРОСА**

Ценовая эластичность спроса

Ценовая эластичность спроса — степень изменения спроса под влиянием изменения цены, измеряется коэффициентом эластичности (E_d).

$$E_d = -\Delta Q/Q : \Delta P/P,$$

где $\Delta Q/Q$ — относительное изменение спроса (в %);

$\Delta P/P$ — относительное изменение цены (в %)

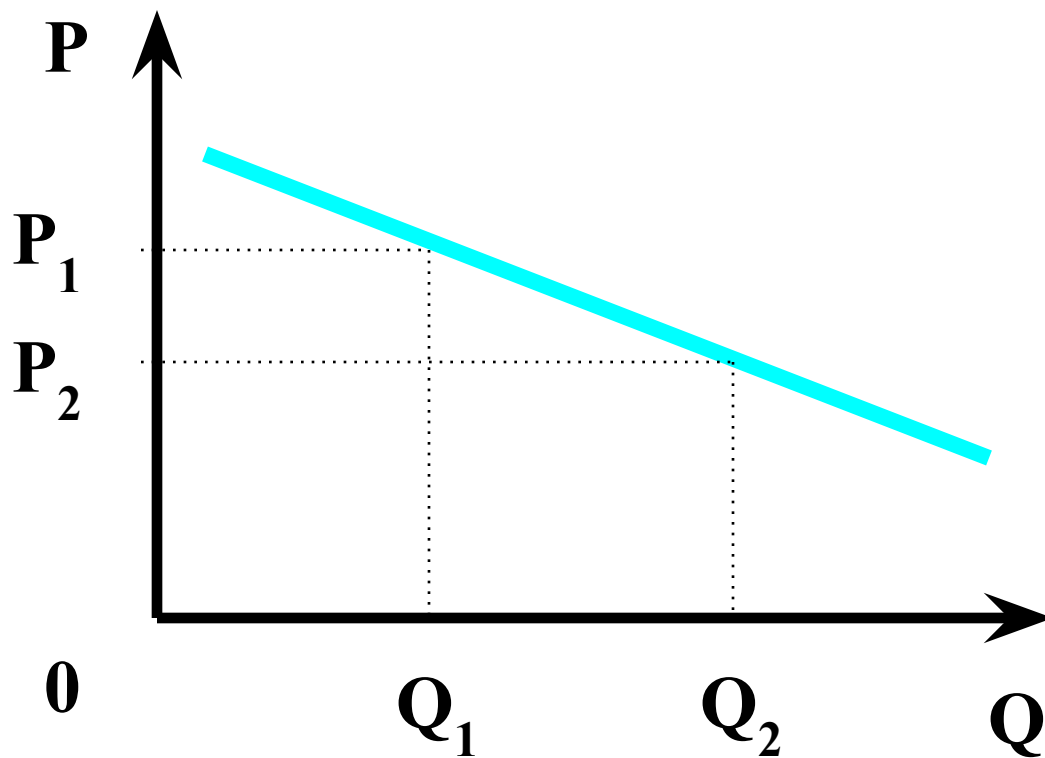
Виды ценовой эластичности спроса

Вид эластичности	Соотношение изменения цены и спроса	Коэффициент эластичности	Изменение выручки от реализации ($P \times Q$) при снижении цены
Совершенно неэластичный спрос	Цена изменяется — спрос постоянен	$E_d = 0$	Уменьшается
Неэластичный спрос	Цена изменяется больше, чем спрос	$E_d < 1$	Уменьшается
Единичная	Цена и спрос изменяются одинаково	$E_d = 1$	Не изменяется
Эластичный спрос	Цена изменяется меньше, чем спрос	$E_d > 1$	Увеличивается
Совершенно эластичный спрос	Спрос изменяется, цена постоянна	$E_d = \infty$	Увеличивается

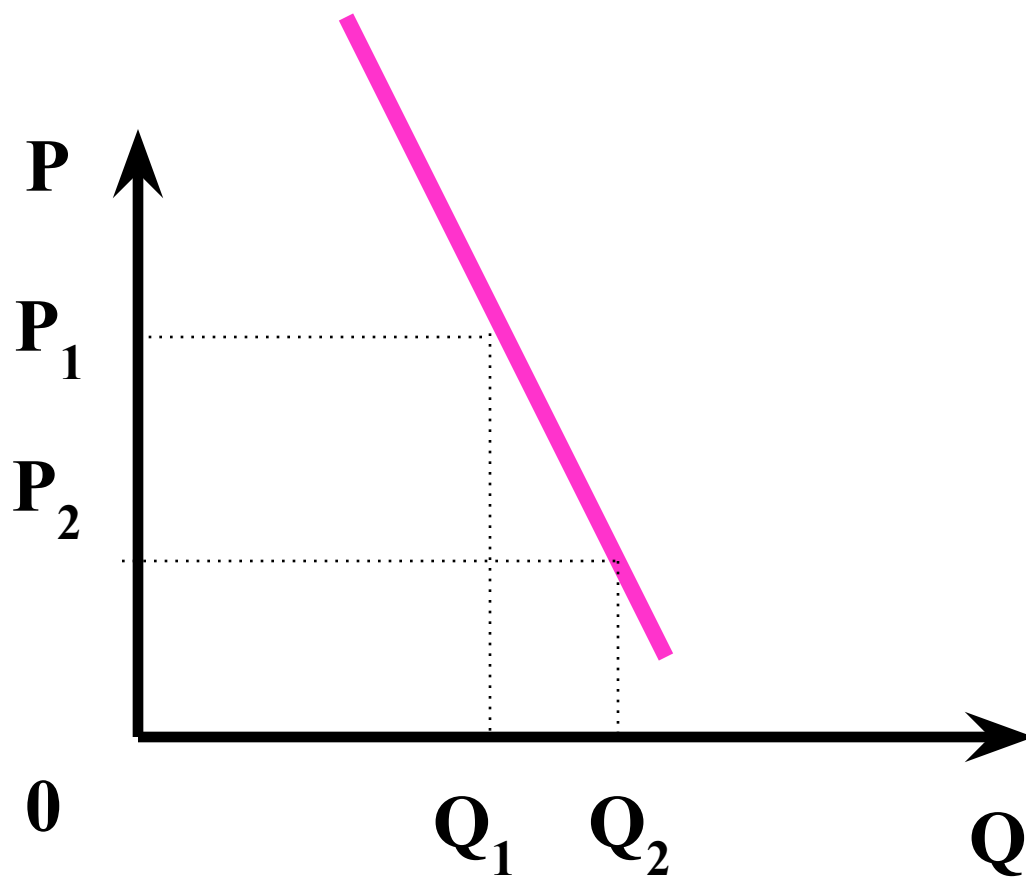
Факторы, влияющие на степень ценовой эластичности спроса:

- количество заменителей данного товара: чем больше заменителей, тем выше эластичность
- удельный вес данного товара в доходе потребителя: чем выше доля товара, тем выше эластичность
- значимость товара: спрос на товары первой необходимости менее эластичен
- время, имеющееся у покупателя: чем больше у покупателя времени, тем выше эластичность его спроса

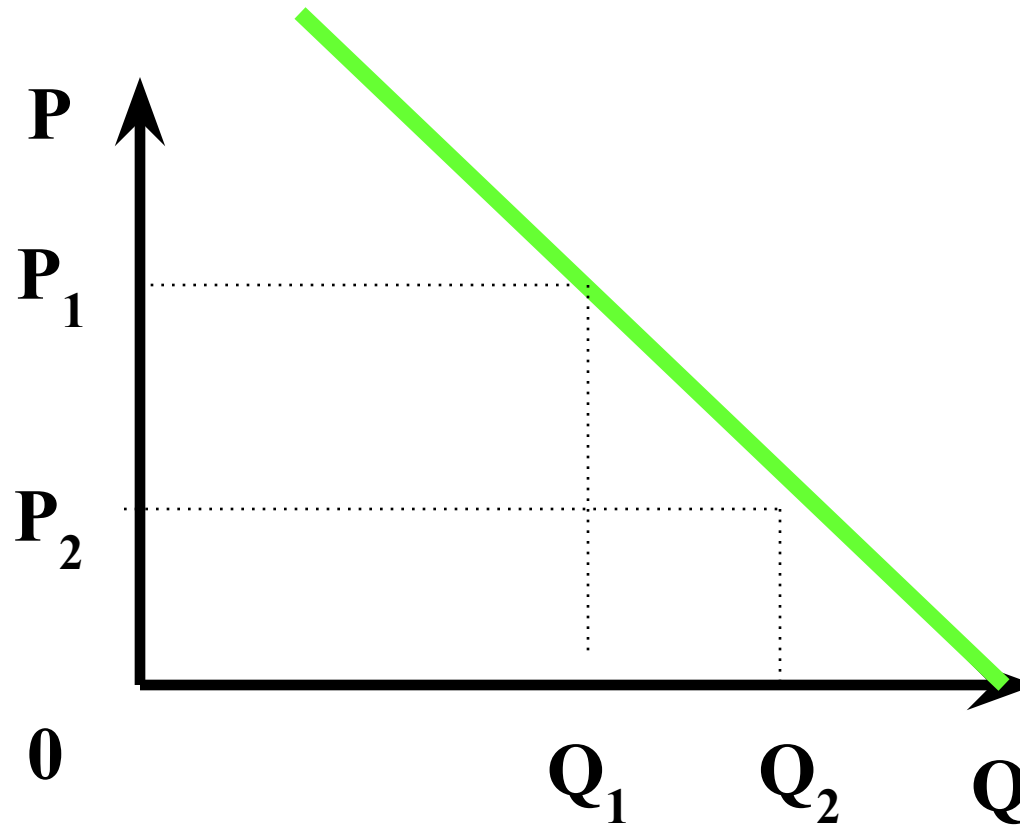
Если $E_p(D) > 1$, то говорят, что **спрос эластичный**:



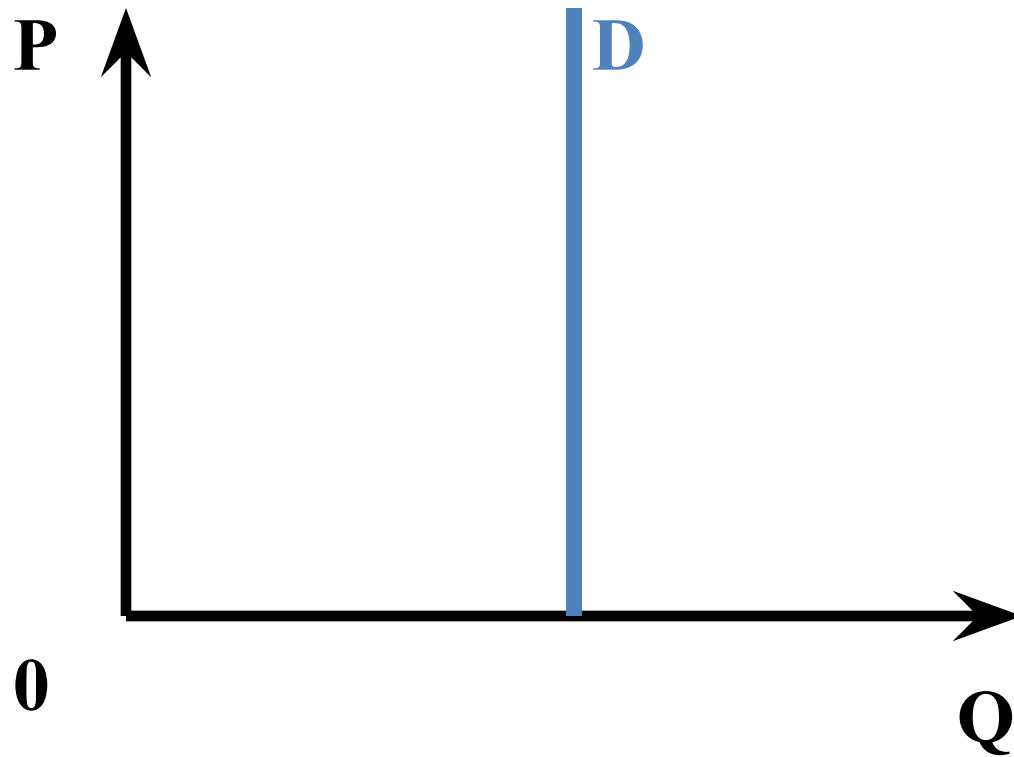
Если $E_p(D) < 1$, то говорят, что **спрос неэластичный**



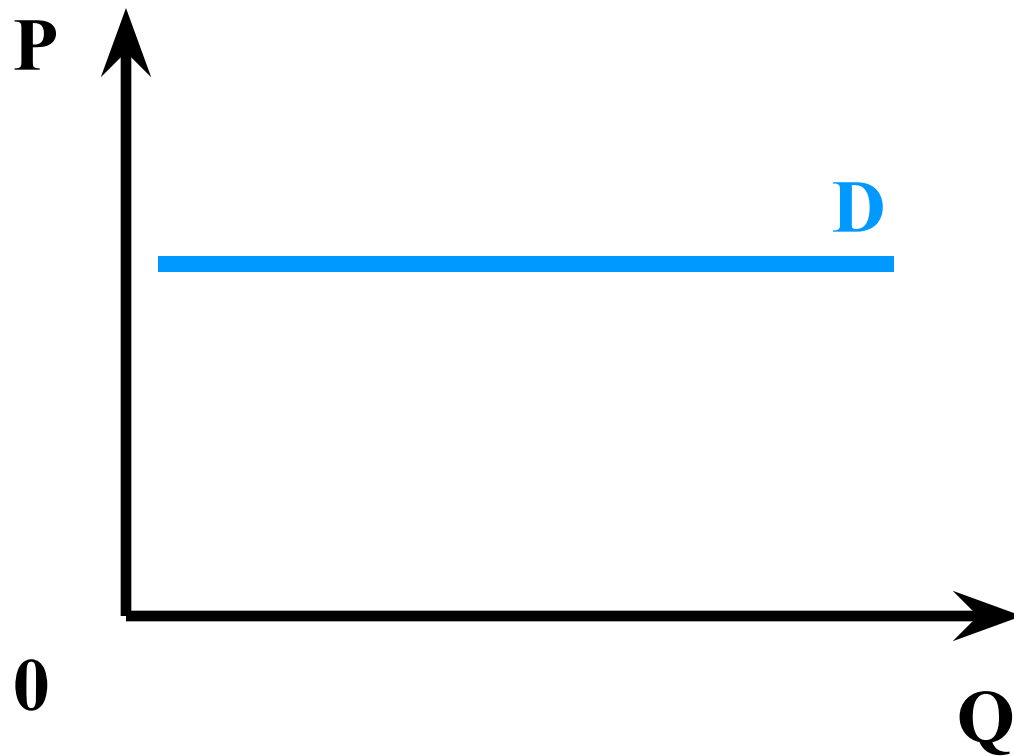
Если $E_p(D)=1$, то говорят, что спрос пропорциональной (единичной) эластичности:



Если $E_p(D)=0$, то говорят, что
спрос совершенно
неэластичный:



Если $E_p(D) \rightarrow \infty$, то говорят, что
спрос совершенно эластичный:



НЕКОТОРЫЕ ЭМПИРИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА

	По цене	По доходу
Бытовое электричество		
для краткосрочного периода (SR)	-0,06	+0,06
для долгосрочного периода (LR)	-0,52	+0,88
Сигареты	-0,3	+0,5
Кофе	-0,15	+0,29
Посуда		
для краткосрочного периода (SR)	-1,2	
для долгосрочного периода (LR)	-1,3	
Радио-, телеприемники (SR)	-1,2	
Автомобили (LR)	-0,2	
Медицинские услуги	-0,6	
Жилье	-0,4	

В зависимости от значения коэффициента перекрестной эластичности выделяют три типа товаров

$$E_{AB}^{DA} > 0$$

товары-*субституты* (взаимозаменяемые товары)

$$E_{AB}^{DA} < 0$$

товары-*комплементы* (взаимодополняющие товары)

$$E_{AB}^{DA} = 0$$

независимые товары (цена одного товара не меняет спроса на другой)

Эластичность спроса по доходу

коэффициент, отражающий изменение величины спроса на товар, при изменении дохода потребителя

$$E_I^D = \frac{\Delta Q(\%)}{\Delta I(\%)}$$

где $\Delta Q(\%)$ — изменение величины спроса в процентах;

$\Delta I(\%)$ — изменение величины дохода потребителя в процентах

При увеличении дохода относительная цена блага уменьшается, а при снижении — увеличивается.
Этот коэффициент отражает действие эффекта дохода и эффекта замещения



КЛАССИФИКАЦИЯ БЛАГ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЗНАЧЕНИЯ ЭЛАСТИЧНОСТИ

Значение эластичности	По доходу	Перекрестная
$E^D_1 < 0$	Неполноценное благо	Взаимодополняющие блага
$E^D_1 > 0$	Нормальное благо	Взаимозаменяемые блага
$0 < E^D_1 < 1$	Блага первой необходимости	
$E^D_1 > 1$	Предмет роскоши	
$E^D_1 \equiv 0$	Нейтральное благо	Независимые блага

Эластичность предложения

Эластичность предложения

коэффициент, отражающий изменение количества предлагаемого рынку товара в зависимости от изменения цены на него

$$E_p^S = \frac{\Delta Q(\%) }{\Delta P(\%)}$$

При исследовании эластичности предложения необходимо говорить о трех ситуациях:

- 1) мгновенный период — предложение неэластично;
- 2) краткосрочный период — предложение низкоэластично;
- 3) длительный период — предложение эластично.

Эластичность предложения зависит: от наличия незагруженных производственных мощностей, эффективности товаропроводящей системы, наличия сырьевых и человеческих ресурсов.

Гибкость цены

коэффициент, отражающий изменение цены при изменении количества предлагаемого рынку товара или объема спроса, предъявляемого на товар

Предложение **эластично**,
если $E_p(S) > 1$.

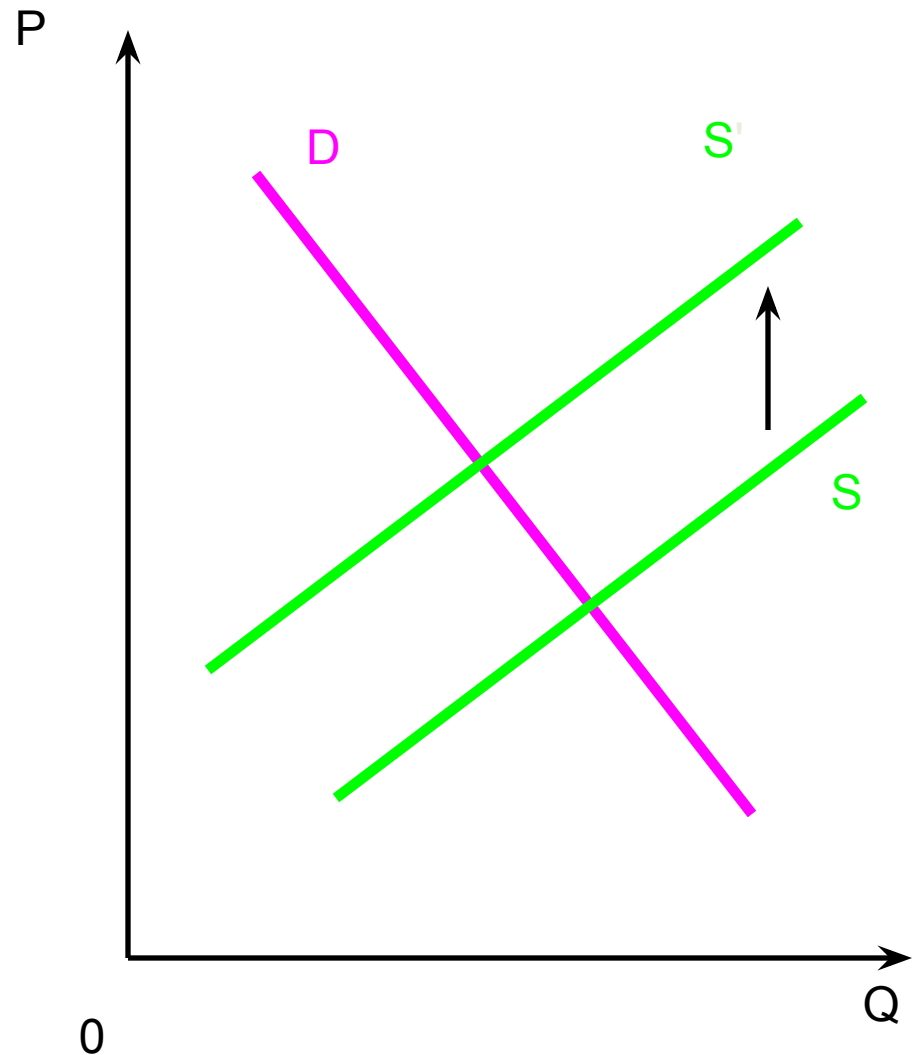
Предложение **неэластично**,
если $E_p(S) < 1$.

Предложение **совершенно
неэластично**, если $E_p(S) = 0$.

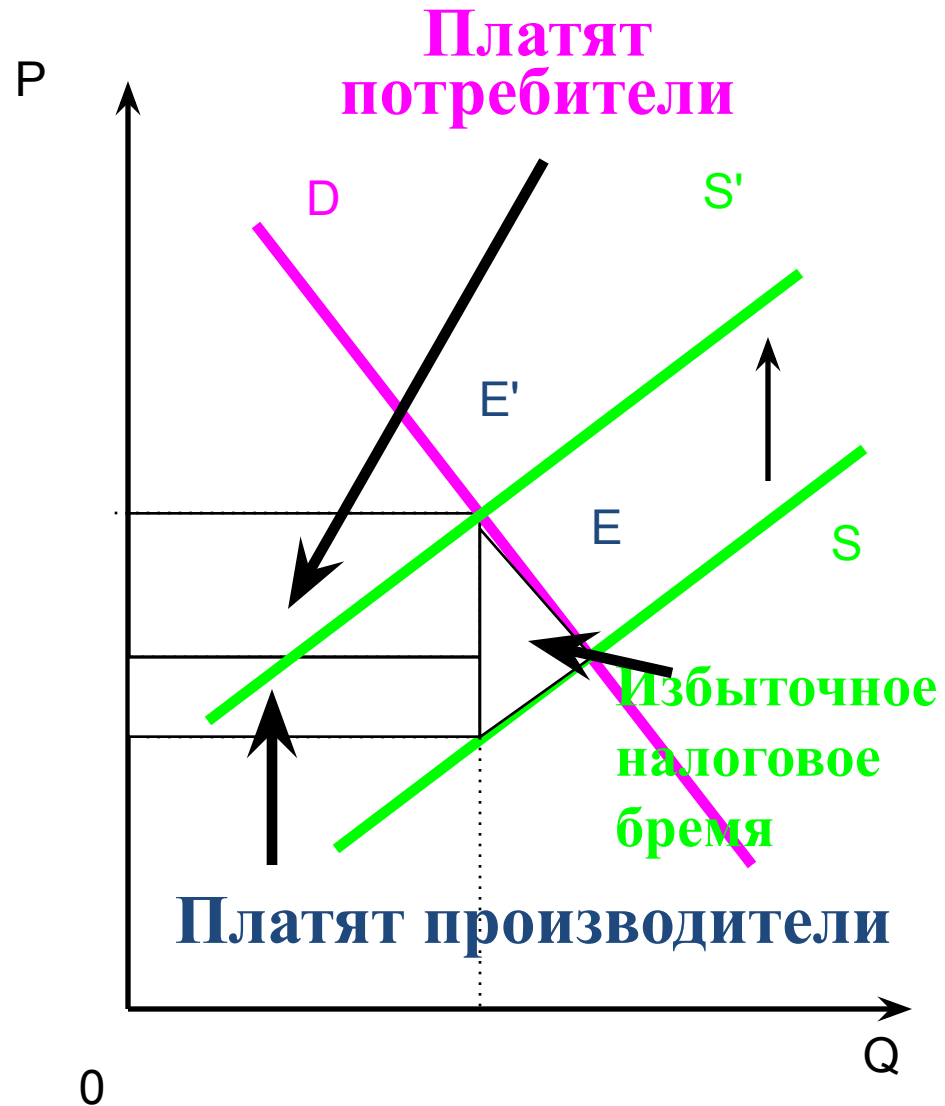
В этом случае объем
предложения **не реагирует** на
изменение цены.

Ценовая эластичность предложения имеет важное значение для определения экономической политики фирм и правительства. Это наглядно видно на примере **налоговой политики государства.**

Допустим,
государство
вводит
определенную
(фиксированную)
сумму налога на
единицу товара,
что ведет к
смещению кривой
предложения **S**
вверх до **S'**:

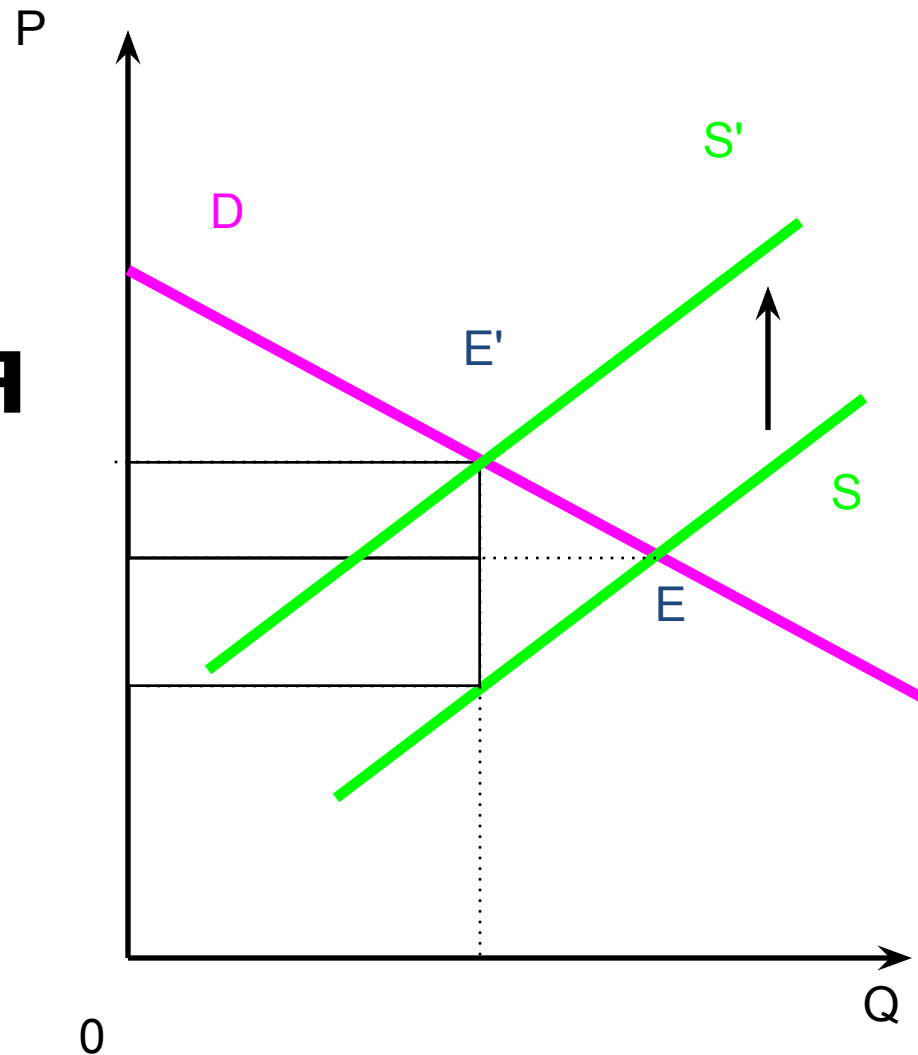


Сумма налога распределяется между **потребителями** и **производителями**, а также включает **избыточное налоговое бремя**, являющееся омертвленными издержками и представляющими чистую потерю для общества

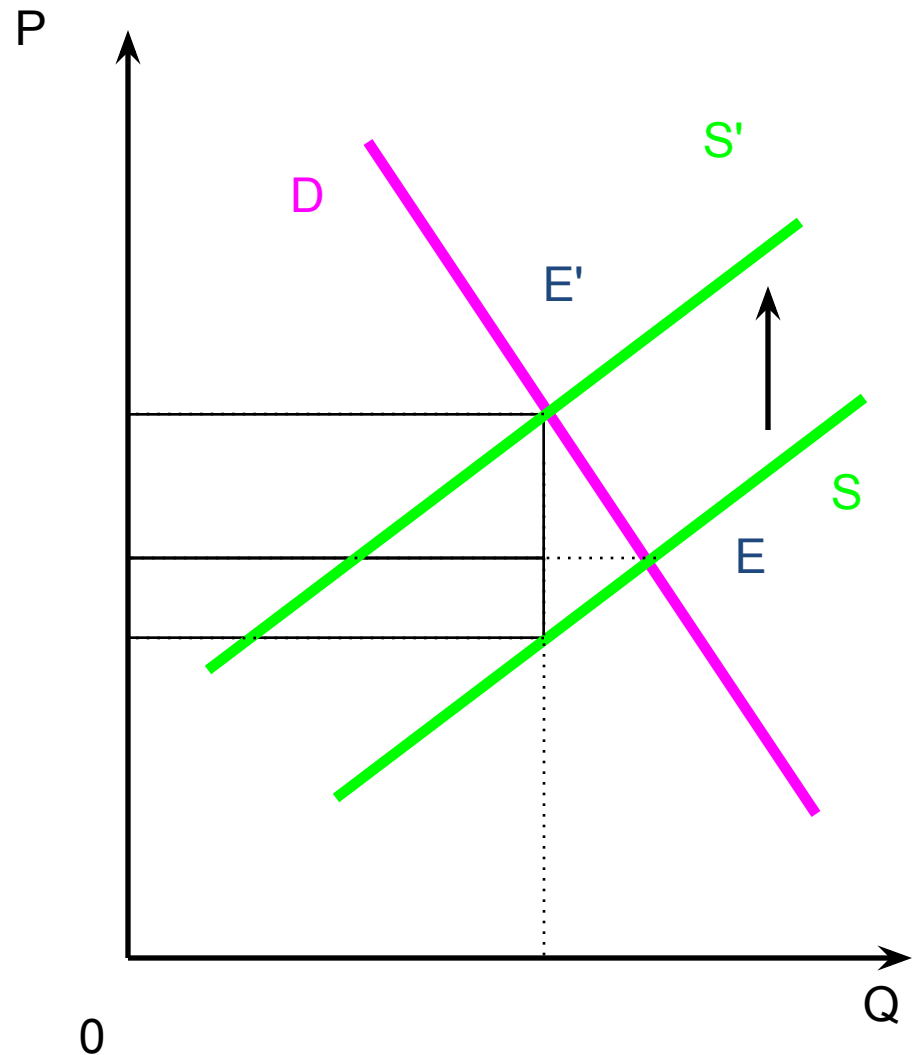


**Эластичность при этом играет
большую роль, так как
позволяет определить,
какую часть налога
выплачивают
предприниматели,
а какую — потребители**

В случае
эластичного
спроса большая
часть налога
выплачивается
производителем
М



**В случае
неэластичного
спроса
большая часть
налога
выплачивается
потребителем.**



**Подобное явление легко
объяснить, так как в случае**

эластичного спроса

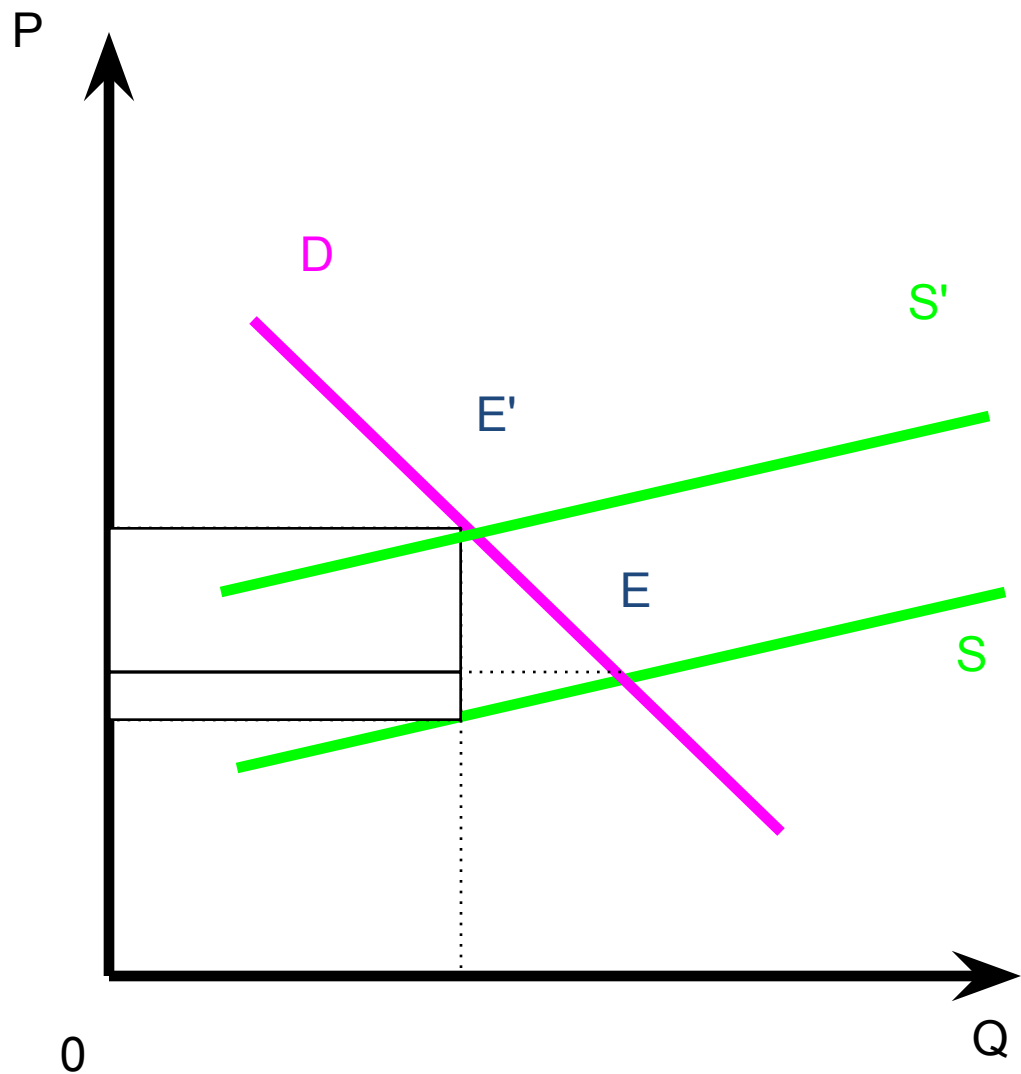
**потребители при росте цены
на данный товар будут
стремиться переключить свой
спрос на товары-субституты.**

В случае неэластичного спроса

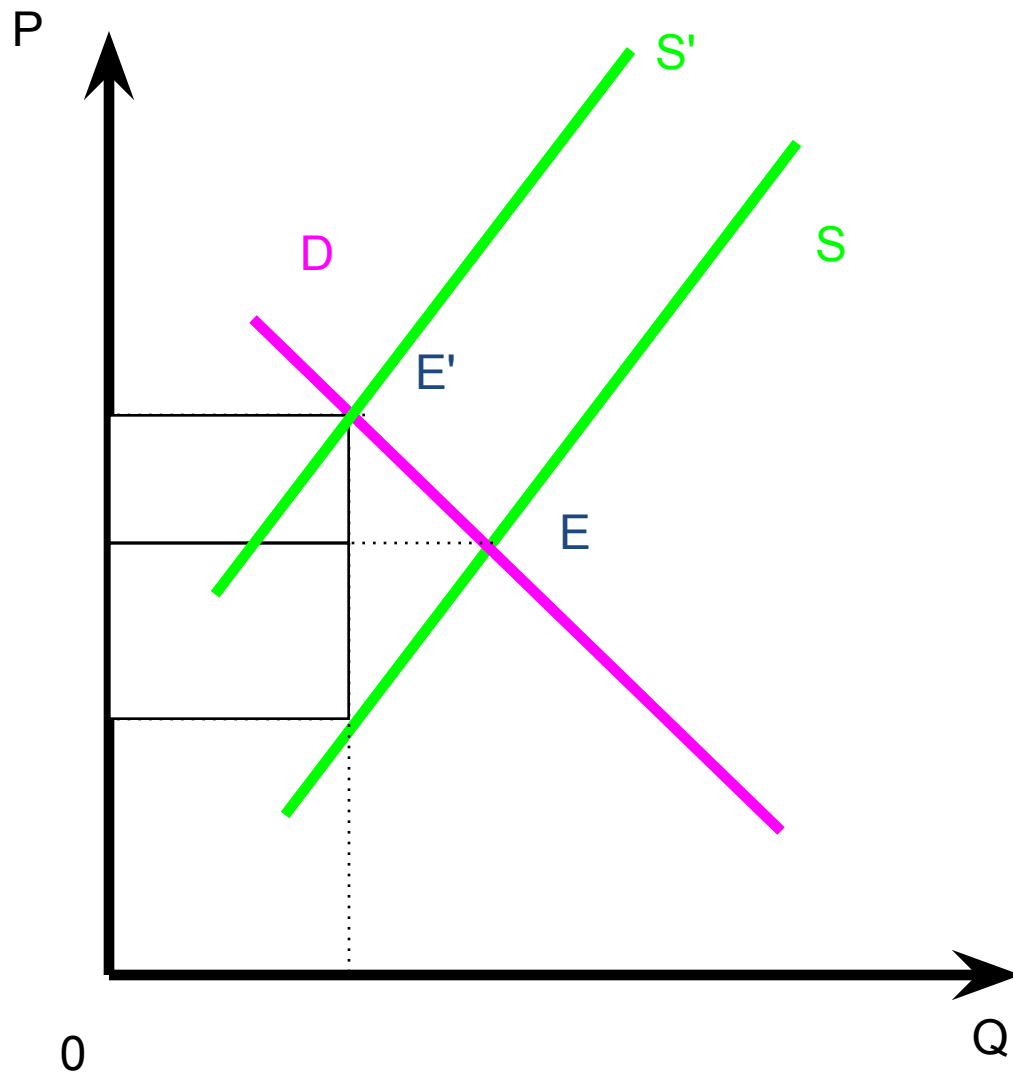
это будет сделать гораздо

труднее

Наоборот,
если
предложение
эластично,
большая
часть налога
падает на
потребителей.



Если же предложение неэластично, то большая часть налога падает на производителей



Это можно объяснить так:

Эластичность предложения

означает, что производители без труда смогут переключить свои ресурсы на производство какого-либо другого товара или услуги.

В случае неэластичного предложения перераспределение ресурсов происходит медленнее и с большим трудом, поэтому больше всего от налога пострадают производители.

ВОПРОС 3.

Теория

потребительск

ого поведения.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТОИМОСТИ ТЕОРИЕЙ ТРУДОВЫХ ЗАТРАТ

Товар - это потребительное благо, проявляющееся как таковое посредством обмена

Эффект "поросенка"

Рыночные силы предложения

(издержки производства товара)

Потребительная стоимость	Конкретный труд	Частный труд	Инд. рабочее время
-----------------------------	--------------------	-----------------	-----------------------

П Р О Т И В О Р Е Ч И Е

Меновая стоимость	Абстрактный труд	Обществен- ный труд	Общественно необходимое рабочее время
----------------------	---------------------	------------------------	---

ТОВАР

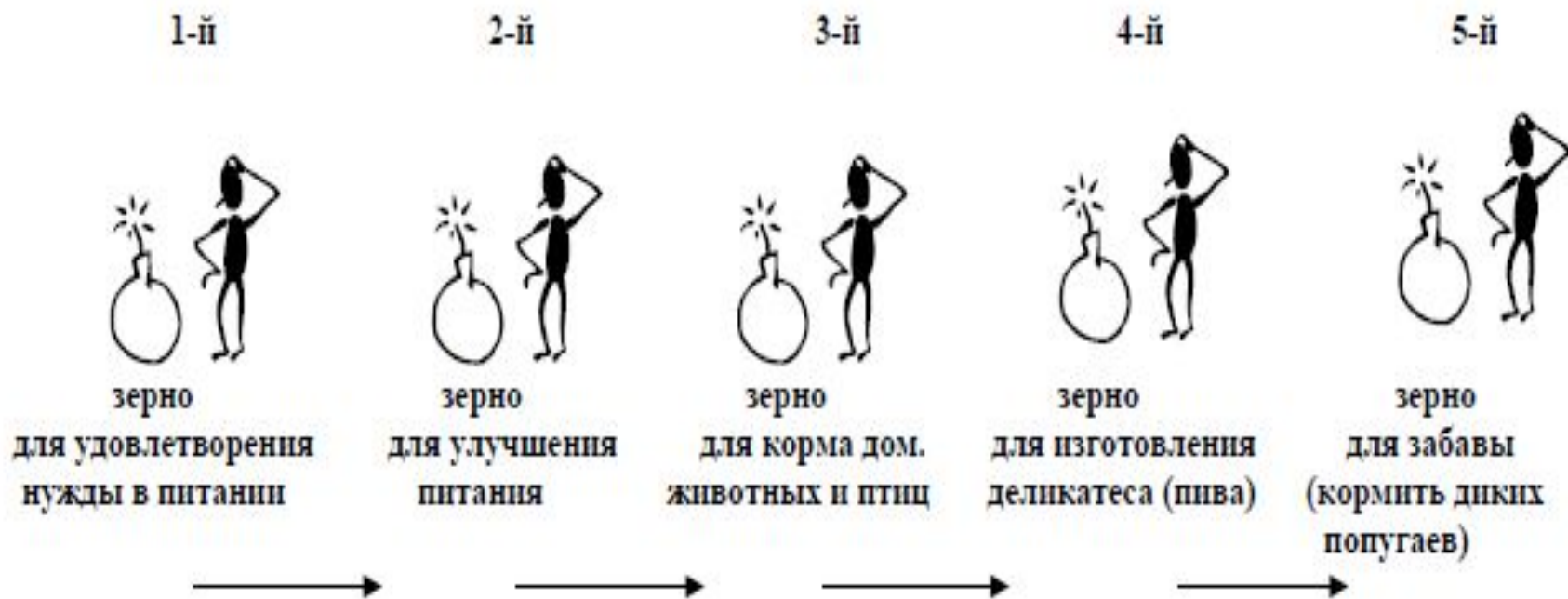
ДЕНЬГИ

Стоимость товара определяется ОНРВ, требуемым для изготовления какой-либо потребительной стоимости при имеющихся общественно нормальных (средних) условиях производства и при среднем в данном обществе уровне умелости и интенсивности труда

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТОИМОСТИ ТЕОРИЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ (ТЕОРИЕЙ ПРЕДПОЧТЕНИЙ)

Рыночные силы спроса
(предельная полезность товара)

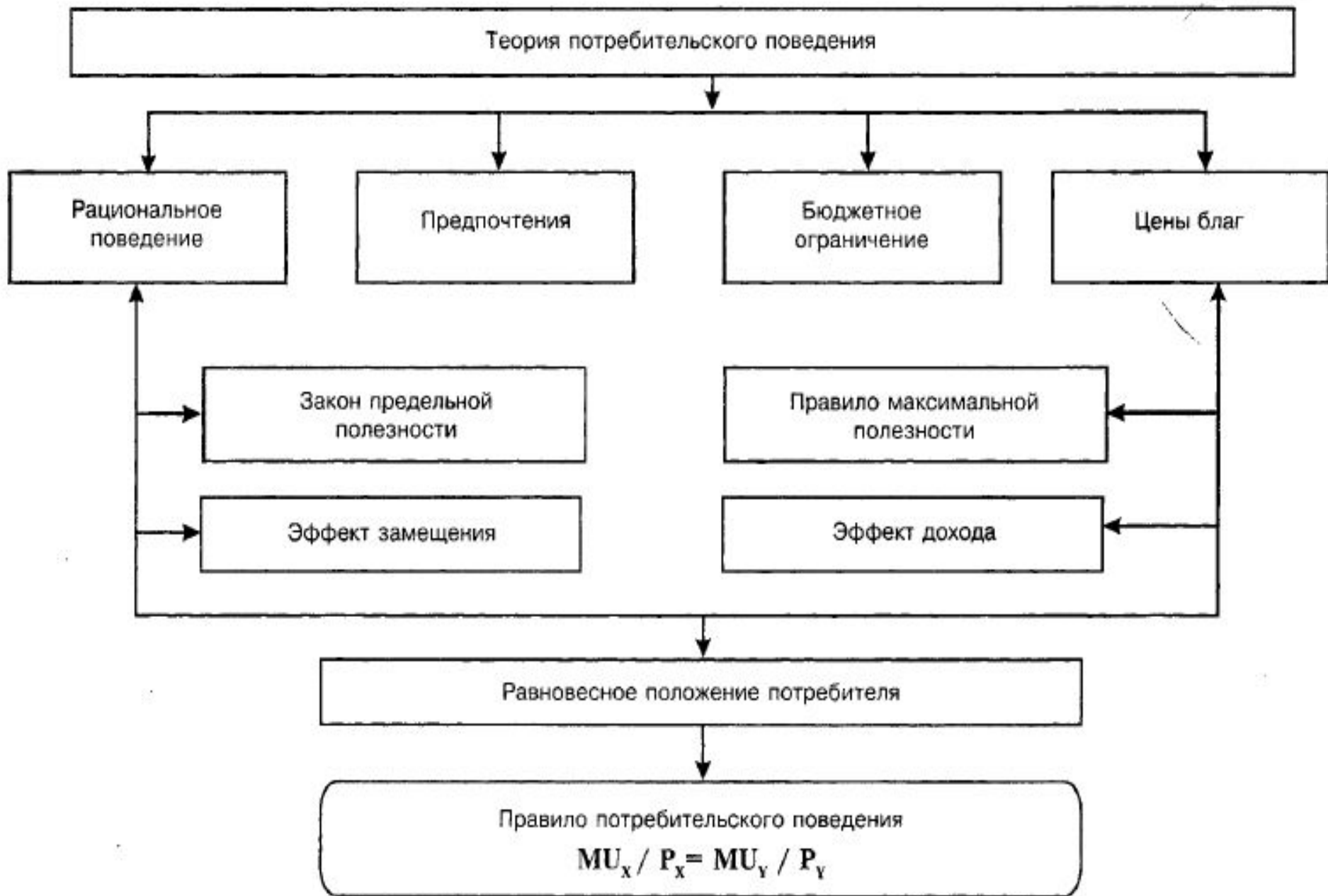
ЭФФЕКТ «МЕШКА»



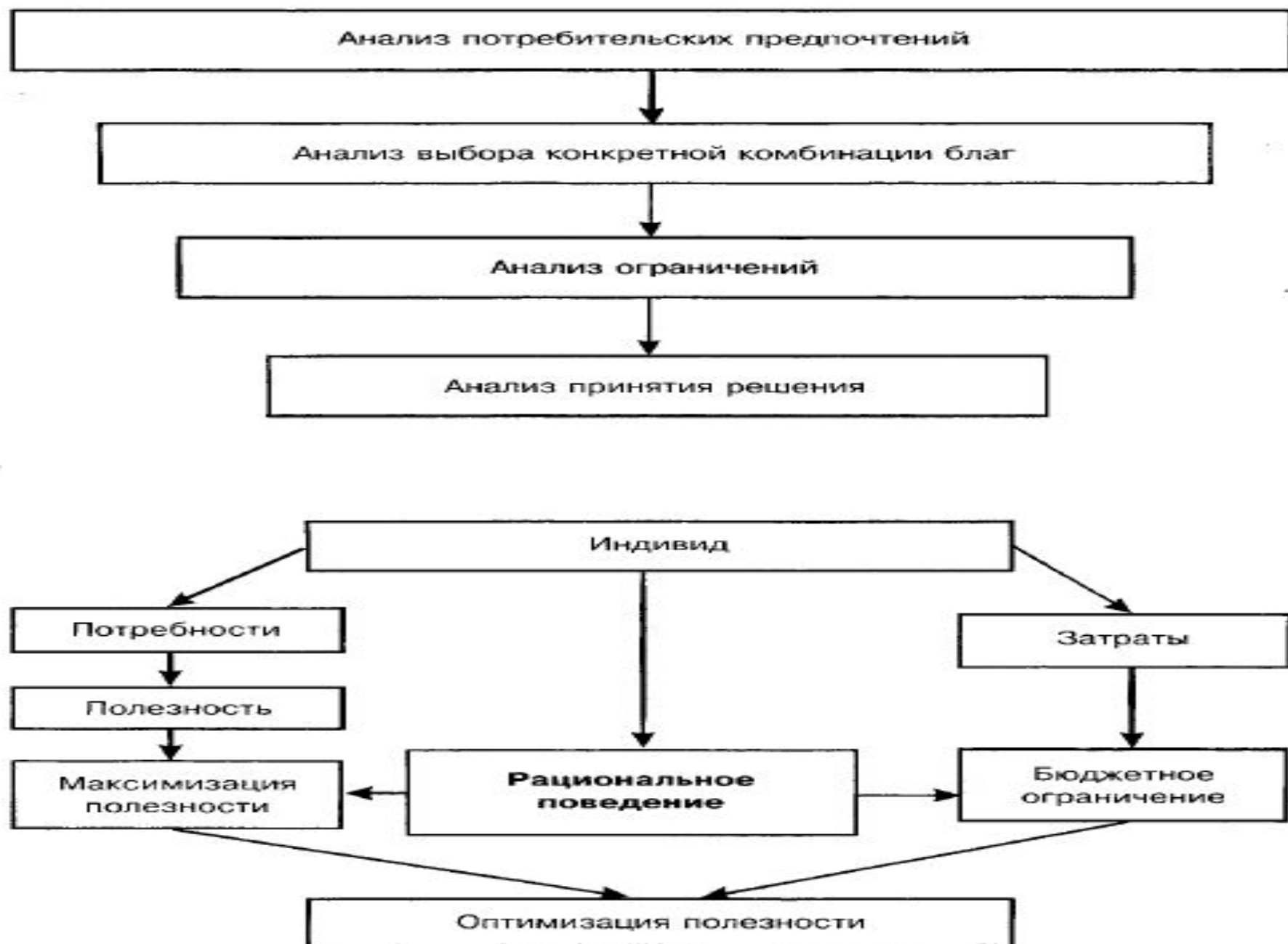
УБЫВАНИЕ НАСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОТРЕБНОСТИ

СТОИМОСТЬ ТОВАРА определяется важностью той конкретной потребности, которая занимает последнее место в ряду потребностей, удовлетворяемых всем наличным запасом материальных благ данного рода

ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ



ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ АНАЛИЗА



Потребительское поведение

Потребительское поведение — процесс формирования спроса отдельного потребителя на товары и услуги



Потребительский выбор — выбор такой комбинации товаров, которая обеспечит максимальную общую полезность и при этом не позволит выйти за пределы своего бюджета (дохода)

Потребительские предпочтения

Принципы поведения потребителя

Рациональность — интуитивное стремление потребителя к самому эффективному способу удовлетворения своих желаний

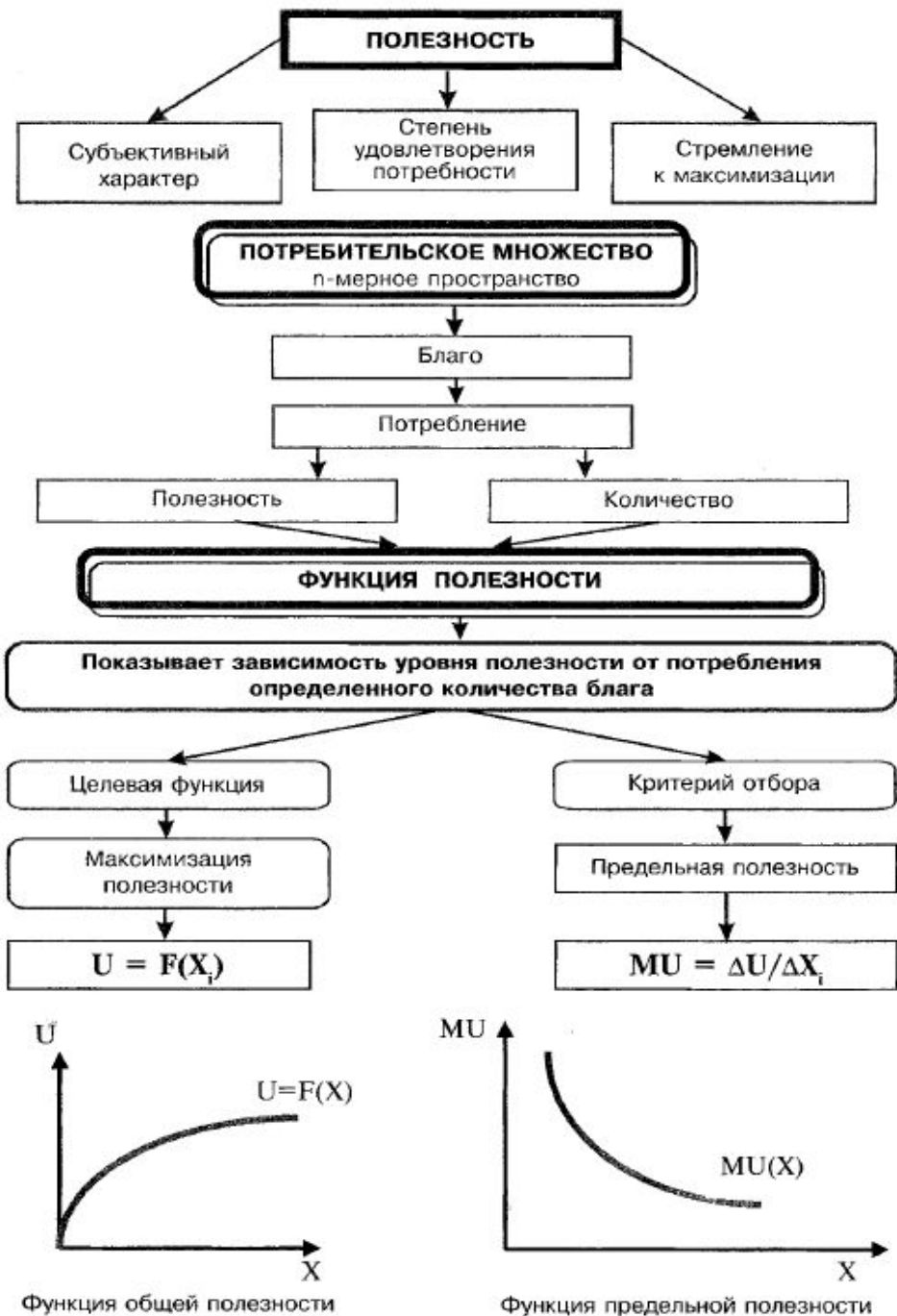
Потребитель в состоянии сравнивать предпочтительность различных наборов благ

Транзитивность — если набор товаров А предпочтительнее набора В, а набор В предпочтительнее набора С, то набор А предпочтительнее набора С

Убывающая предельная полезность — с увеличением количества потребляемых благ их предельная полезность снижается

Ненасыщаемость — чем больше благ потреблено, тем лучше

ФУНКЦИЯ ПОЛЕЗНОСТИ



ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ПОЛЕЗНОСТИ



Источники ценности

Полезность как способность удовлетворить потребность

Редкость как причина сохранения напряженности потребностей

Первый закон Госсена — закон убывающей полезности

Каждая новая единица блага имеет все меньшую и меньшую полезность, снижая тем самым предельную полезность каждой предыдущей единицы блага до своего уровня

Второй закон Госсена — закон максимизации полезности

Лицо максимизирует полезность, если распределяет имеющиеся у него ресурсы для приобретения благ таким образом, что предельные полезности каждого блага равны

Предельная полезность

дополнительная полезность каждой дополнительной единицы блага определенного рода

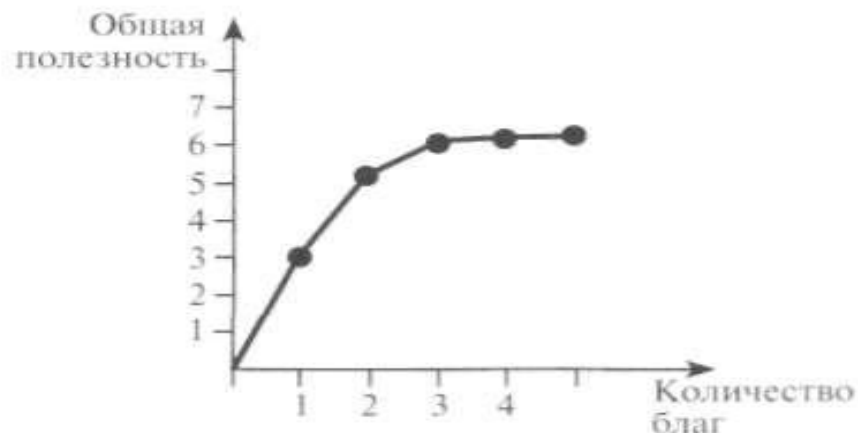
Сторонники теории предельной полезности

Кардиналисты (искали способ измерения полезности в абсолютных величинах, например ютилях (от англ. *utility* — полезность), денежных единицах)

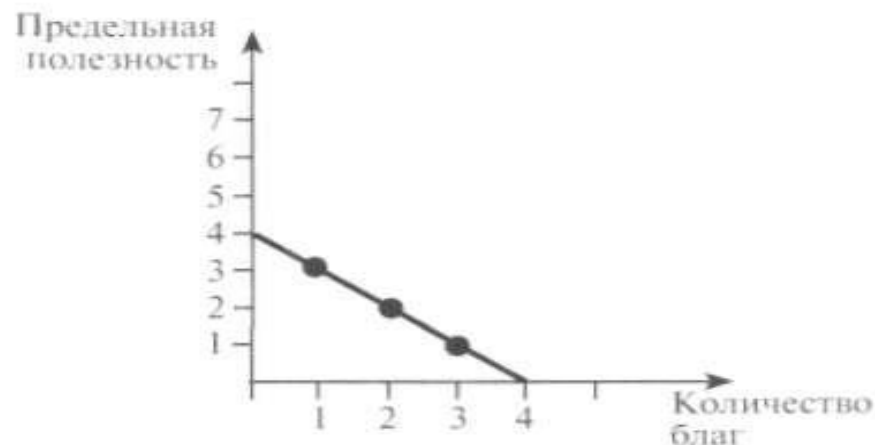
Ординалисты (отказались от поиска абсолютных единиц, рассматривали разные сочетания благ и их предпочтения потребителями)

Кардиналистский подход к теории предельной полезности

Общая полезность
получается путем суммирования предельных полезностей всех единиц блага



Предельная полезность —
полезность каждой отдельной единицы блага

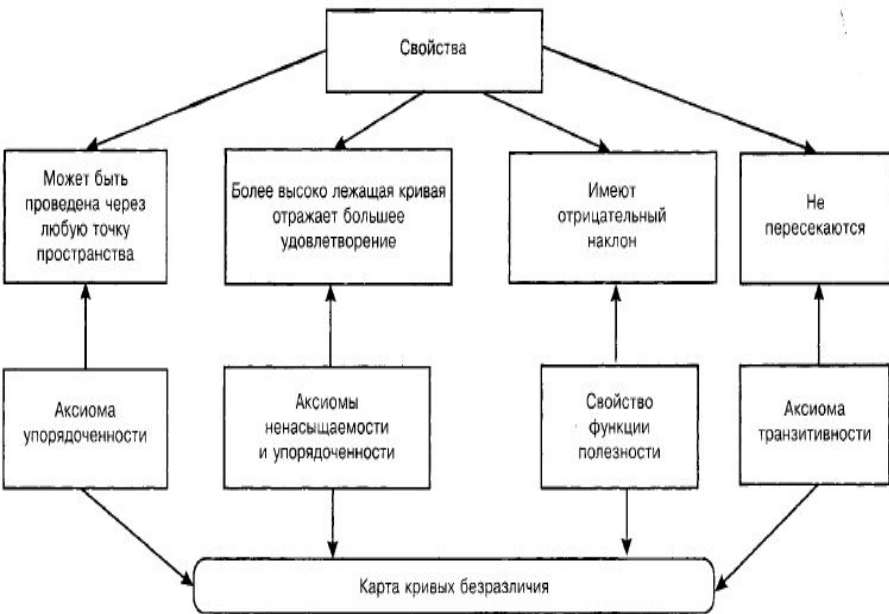


Равновесие потребителя (состояние, в котором потребителем достигнута цель максимизации полезности) выражается следующей формулой:

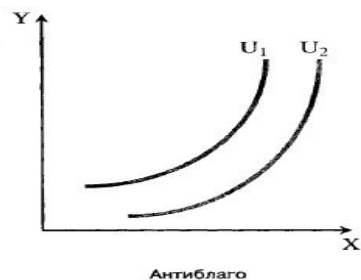
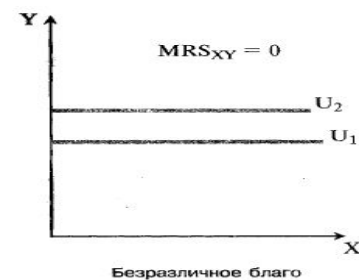
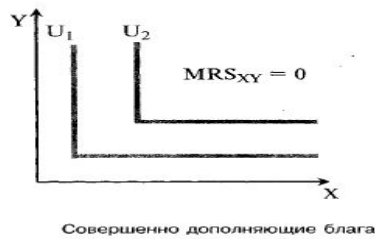
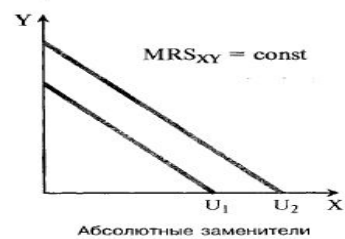
$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

MU — предельная полезность некоторого блага;
 P — цена некоторого блага

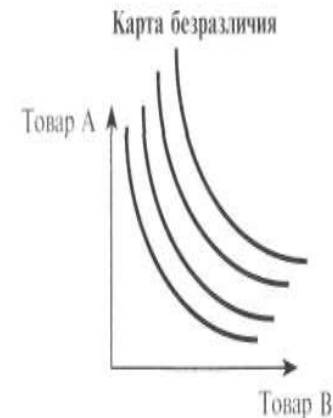
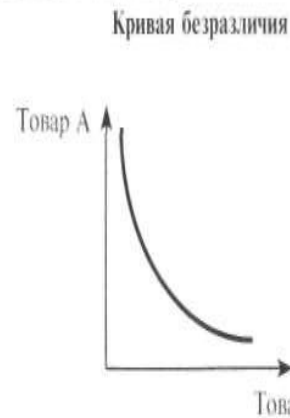
КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ



ВИДЫ КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

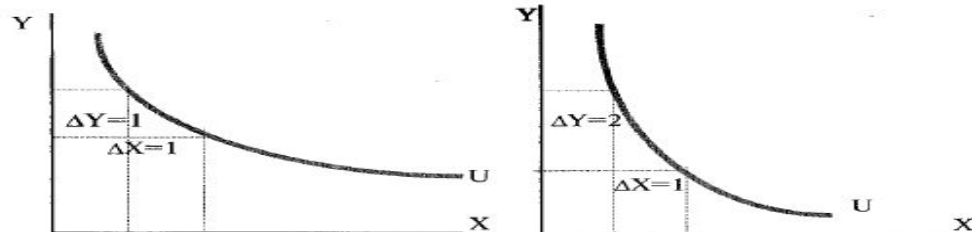


Ординалистский подход к теории предельной полезности



ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ЗАМЕЩЕНИЯ

Наклон кривой безразличия показывает относительные предпочтения потребителя к благам набора или наборам благ



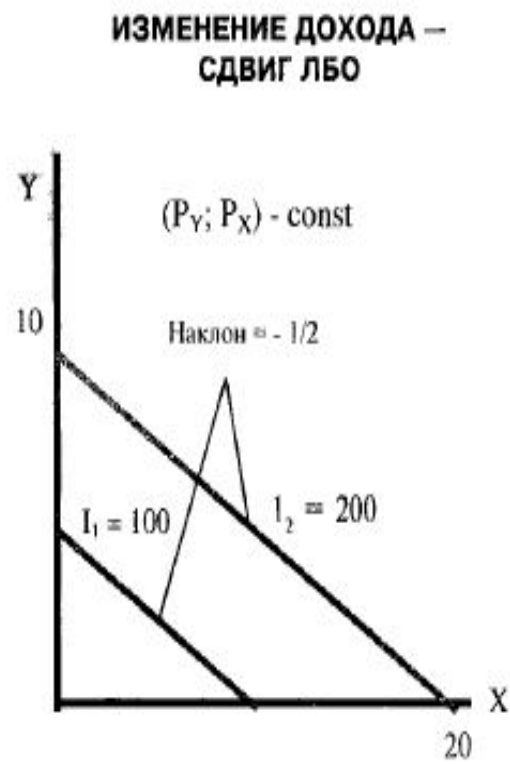
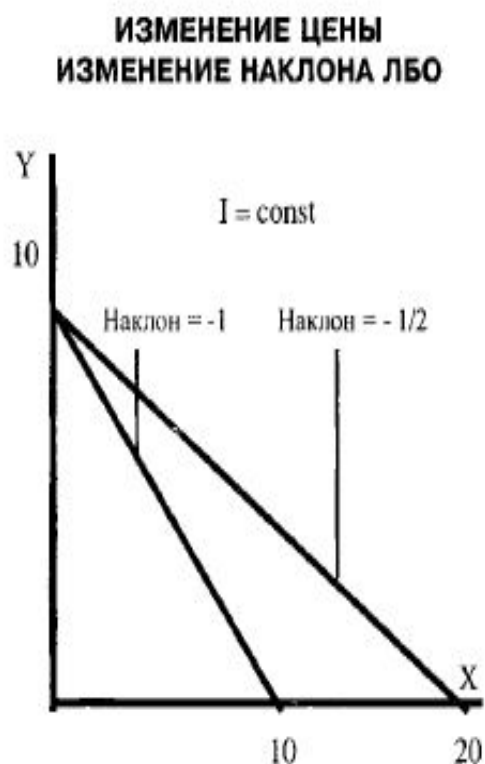
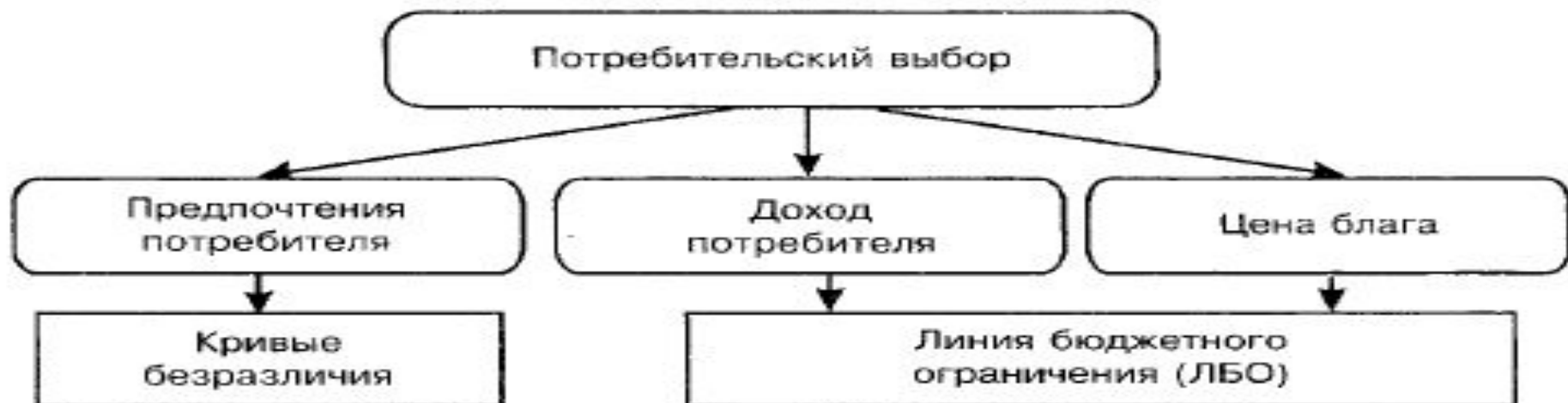
Норма замещения благ без изменения удовлетворения потребителя

Предельная норма замещения (MRS)

$$MRS_{XY} = -\Delta Y / \Delta X \quad \text{при } U = const$$

$$MU_X / MU_Y = -\Delta Y / \Delta X = MRS_{XY}$$

БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ



ОПТИМИЗАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

ОПТИМИЗАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

Нахождение на ЛБО

Наилучшее сочетание благ

$$P_X / P_Y$$

$$MRS_{XY} = MU_X / MU_Y$$

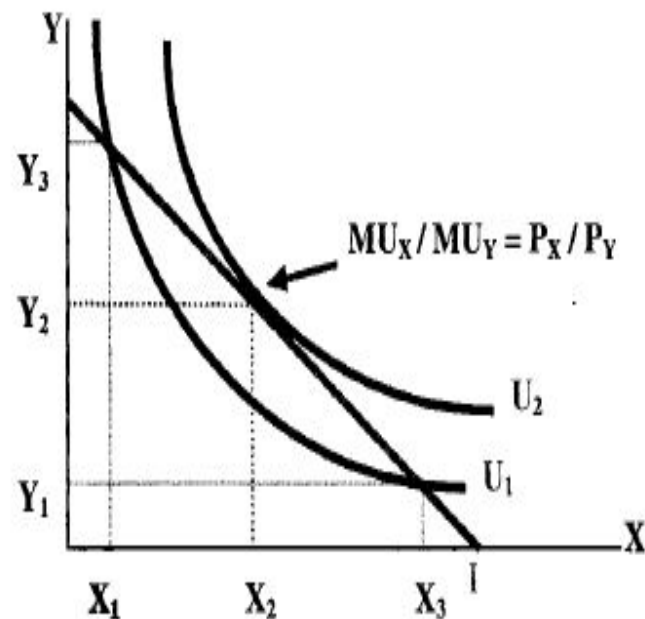
Наклон линии
бюджетного ограничения

Наклон кривой безразличия

$$MRS_{XY} = MU_X / MU_Y = P_X / P_Y$$

Равновесие потребителя

$$MU_X / P_X = MU_Y / P_Y$$



ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

Условия

Внутреннее решение

Эквимаргинальный принцип

ЭФФЕКТ ДОХОДА И ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ

Изменения цены блага

Относительное изменение
цены блага

Изменение объема
потребления блага

**ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ
ПОТРЕБЛЕНИЯ**

Эффект замещения

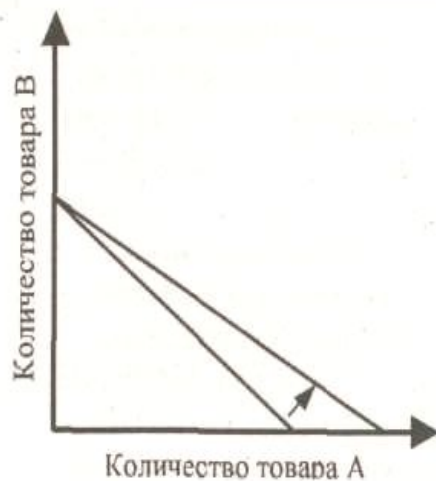
Изменение
покупательной способности

Изменение дохода
потребителя

**ИЗМЕНЕНИЕ ОБЪЕМА
ПОТРЕБЛЕНИЯ**

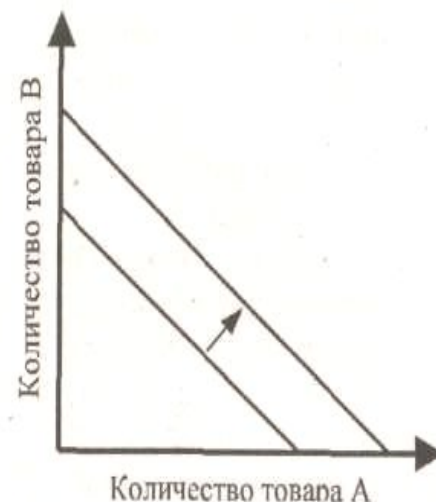
Эффект дохода

При снижении цены товара А он станет относительно дешевле других товаров, а потому и более привлекательным для потребителя. В этом случае потребление товара А увеличится за счет других товаров. С понижением цены товара А изменится ценовое соотношение между товарами А и В, т.е. бюджетная линия изменит угол наклона.



Эффект дохода от снижения
цены товара А

При прочих равных условиях понижение цены на товар А приведет к росту благосостояния потребителя. Иначе говоря, понижение цены товара А равносильно увеличению дохода потребителя. В таких условиях он может купить больше как товара А, так и других товаров. Поэтому бюджетная линия сдвинется параллельно вверх.



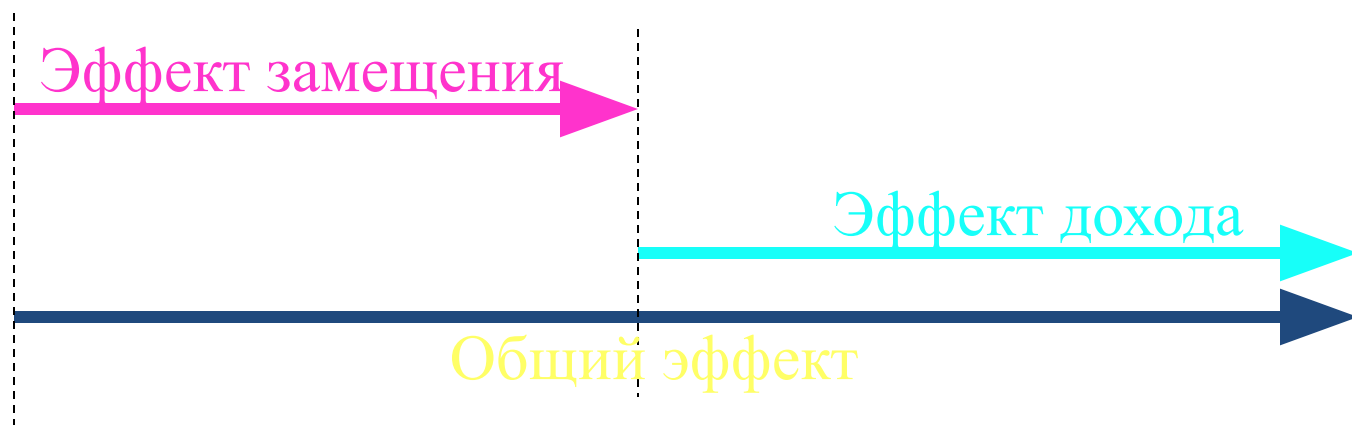
Эффект дохода от снижения
цены товара А

Эффект замещения всегда имеет одно направление: если относительная цена блага **растет**, то рациональный потребитель старается **уменьшить** его потребление.

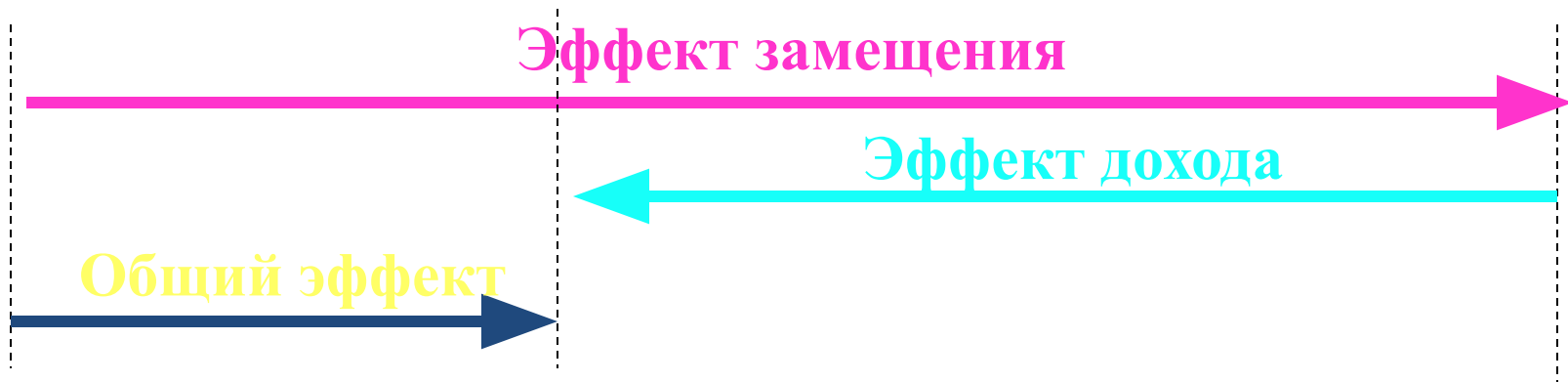
Именно он вносит основной вклад в **отрицательный наклон** кривой спроса.

Эффект дохода может иметь разные направления при изменении

Если направление **эффекта дохода** совпадает с направлением **эффекта замещения**, то такие **товары называются нормальными**.

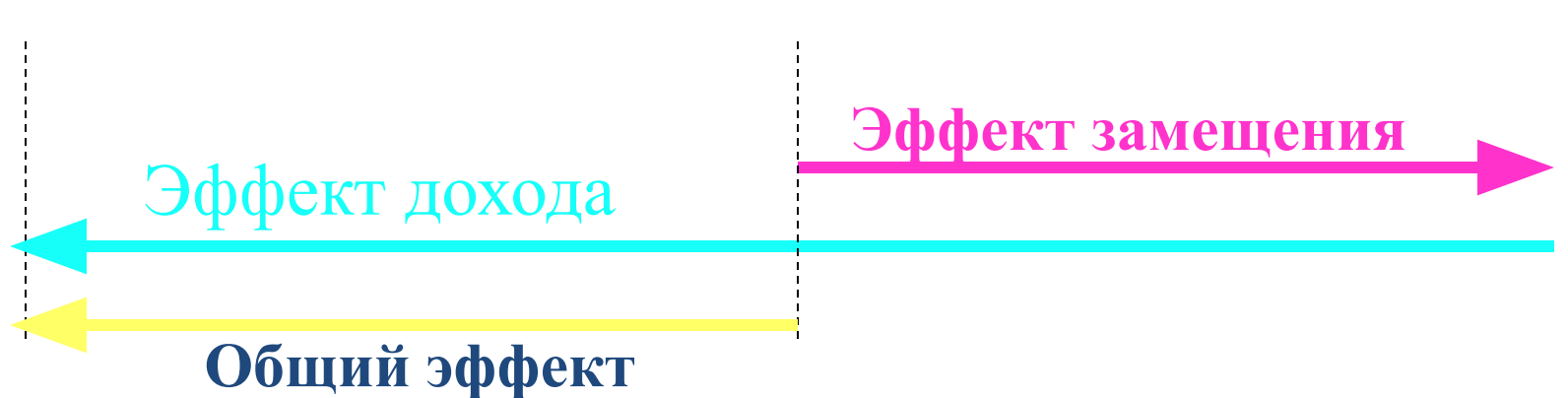


Если направление **эффекта дохода** не совпадает с направлением **эффекта замещения**, **противоположно ему**, то такие товары называются **низшими товарами**.
Для низших товаров **эффект дохода** не увеличивает, а сокращает **общий эффект**.

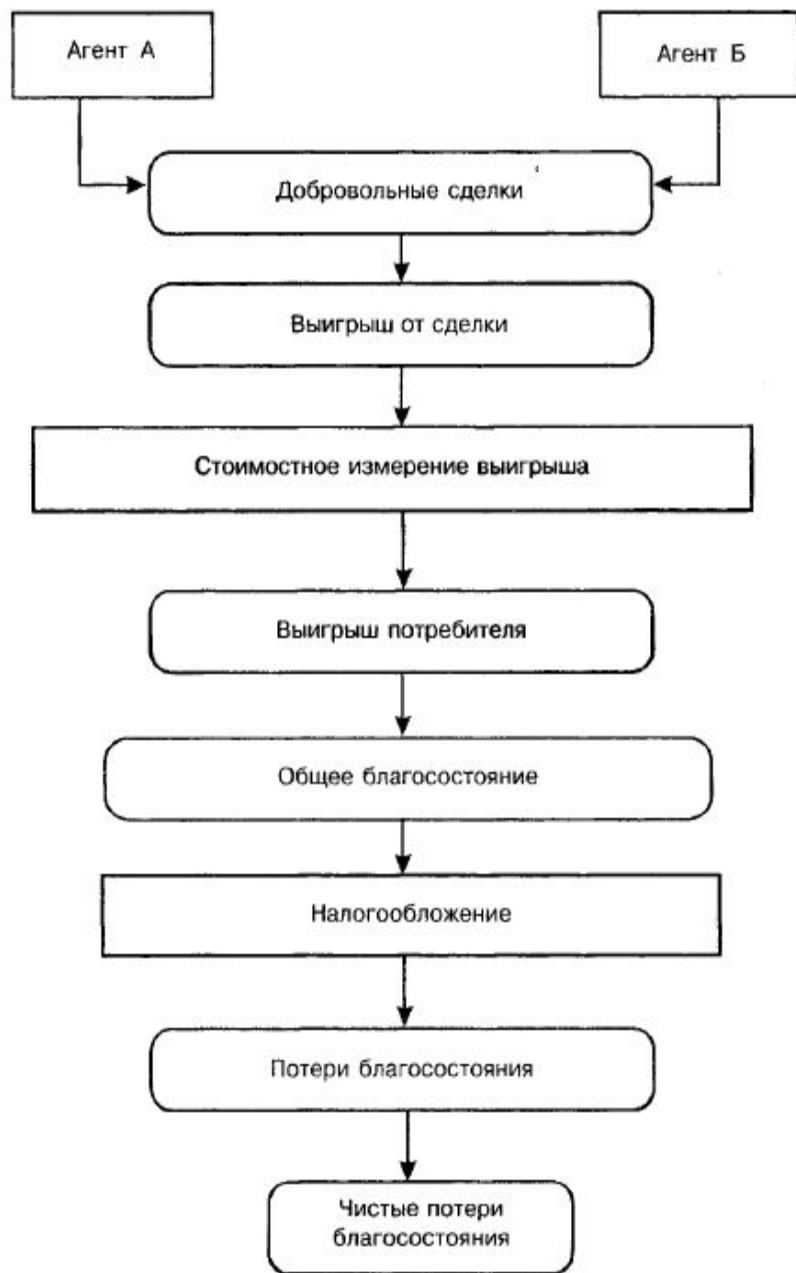


Если направление **эффекта дохода** не совпадает с направлением **эффекта замещения** и **перекрывает его**, то такие товары называются **товарами Гиффена**.

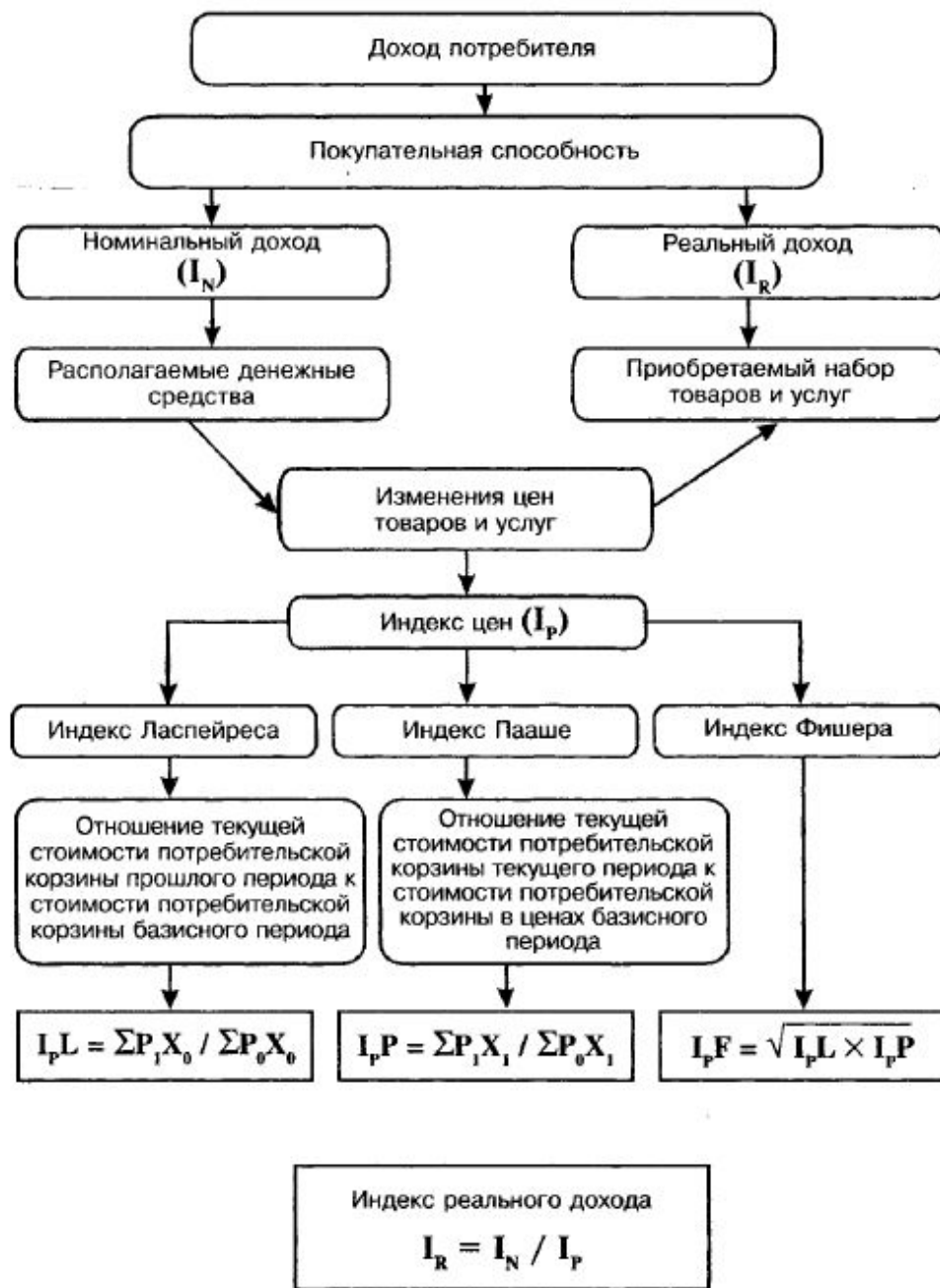
Для **товара Гиффена** рост цены на товар сопровождается **увеличением объема спроса**



ПРОБЛЕМА БЛАГОСОСТОЯНИЯ



ОЦЕНКА БЛАГОСОСТОЯНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



КРУГООБОРОТ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПОТОКОВ

