

Лекция рассмотрена и одобрена на заседании предметно-методической секции № 4 от 17.01.21.

Разработчик: доцент кафедры ЭБ и УСЭП Л.В. Рахлина

Тема 5-6

Ценообразование в рыночной экономике.

Конкуренция и монополия.



Вопросы лекции:

1. Основы теории потребительского поведения. Закон убывания предельной полезности.
2. Рынок, его сущность и функции. Рыночный механизм. Теория спроса и предложения.
3. Эластичность спроса и предложения.
4. Основные функции цены. Виды цен и их взаимодействие.
5. Сущность конкуренции и ее виды. Самостоятельно.
6. Максимизация прибыли и оптимизация объема производства в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
7. Экономическая природа и причины возникновения монополии. Антимонопольное регулирование. Самостоятельно.

Литература:

- Экономика: учебное пособие / СПбУ МВД Рос. ; сост. М. П. Гуров [и др.]. - 4-е изд., доп. - СПб., 2017. - 304 с.
- Ларионов И. К., Герасин А. Н., Герасина О. Н., Герасина Ю. А., Дашков Л. П. Экономическая теория: учебник М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017., 740с. // (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).
- Экономика : учебное пособие / О.В. Шатаева, Е.Н. Акимова, О.Т. Шипкова, А.В. Савинов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 172 с. // (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).
- Борисов, Е. Ф. Экономика : учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2019.- 383 с.

Вопрос 1.

Основы теории потребительского поведения. Закон убывания предельной полезности.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ - ЭТО
ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА
РАЗНООБРАЗНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ.**

Действия людей в сфере приобретения потребительских благ субъективны и подчас непредсказуемы.

Особенности поведения потребителя:

- ❖ спрос потребителя зависит от уровня его доходов, влияющих на размер личного бюджета потребителя;
- ❖ каждый потребитель стремится получить за свои деньги «все что можно», т.е. максимизировать совокупную полезность;
- ❖ средний потребитель имеет отчетливую систему предпочтений, свой вкус и отношение к моде;
- ❖ на спрос потребителя влияет наличие или отсутствие на рынках взаимозаменяемых или взаимодополняемых товаров.

Два подхода к определению полезности товара:

1. *кардиналистический (количественный)* предполагает измерение полезности потребляемого блага в некоторых единицах- ютилях:

1 яблоко – 20 ютилей

2 яблока – 38 ютилей

2 яблока + 1 сухарик + 1 апельсин – 63 ютиля.

У. Джевонс, К. Менглер, Л. Вольрас

2. *ординалистический подход (порядковый)*. Согласно данному подходу полезность означает порядок предпочтений. Набор А предпочтительнее набора В означает, что набор А имеет большую полезность, чем набор В.

В. Парето, Дж. Хикс, И. Фишер

ПОЛЕЗНОСТЬ - ЭТО СУБЪЕКТИВНОЕ УДОВЛЕТВОРЕНИЕ, ИЛИ УДОВОЛЬСТВИЕ, ПОЛУЧАЕМОЕ ПОТРЕБИТЕЛЕМ ОТ ПОТРЕБЛЕНИЯ НАБОРА ТОВАРОВ И УСЛУГ.

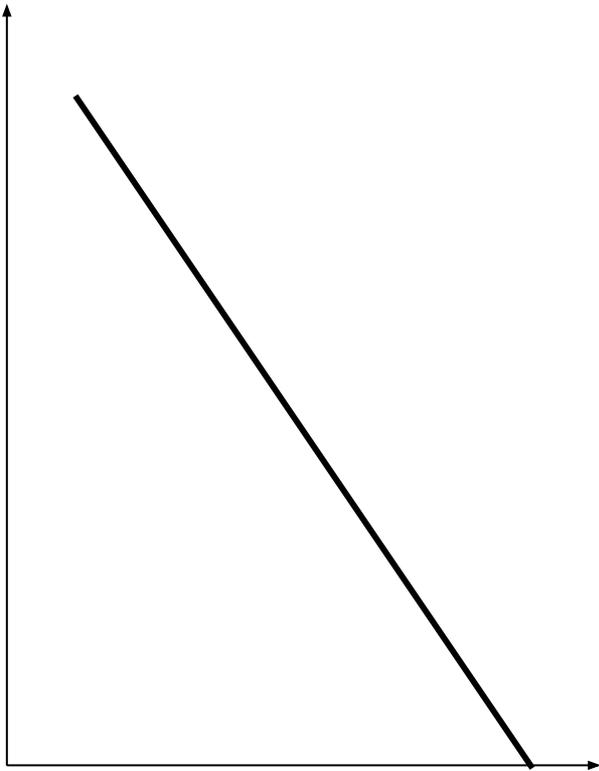
Различают общую и предельную полезность.

ОБЩАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (TOTAL UTILITY - TU) - ЭТО СОВОКУПНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ ОТ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВСЕХ НАЛИЧНЫХ ЕДИНИЦ БЛАГА.

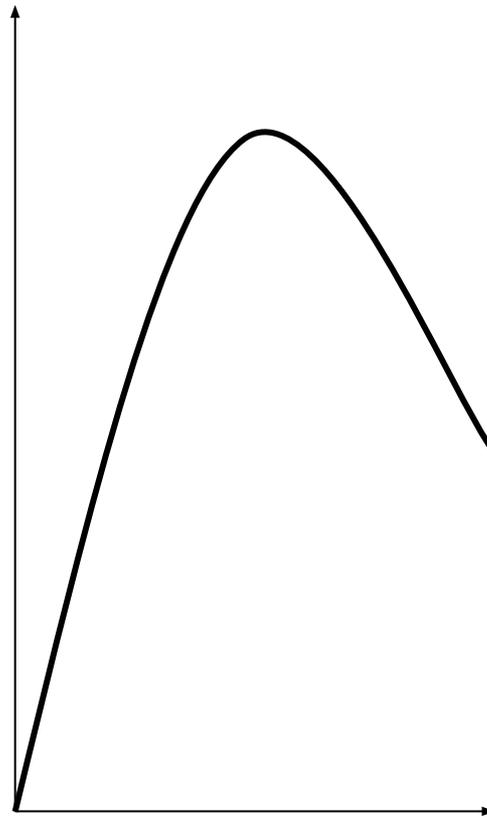
Общая полезность возрастает по мере увеличения количества потребляемых благ и, достигнув максимального уровня, соответствующего полному удовлетворению потребности, начинает убывать.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (MARGINAL UTILITY - MU) - ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ ОТ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОДНОЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЕДИНИЦЫ ТОВАРА ИЛИ УСЛУГИ.

А) Предельная полезность
MU



б) Общая полезность
TU



Изменение величины полезности от объёма потребляемых благ находит отражение в законе убывающей предельной полезности.

Закон убывающей предельной полезности

гласит, что по мере роста количества потребляемого блага общая полезность от потребления возрастает, но всё в меньшей пропорции, а предельная полезность – будет сокращаться.

Выявленная закономерность вошла в экономическую науку как первый закон Госсена (1810-1858).

Второй закон Госсена. Лицо максимизирует свою полезность, когда распределяет имеющиеся у него денежные средства между различными благами так, что достигает равного удовлетворения от последней единицы денег, истраченной на каждый из товаров.

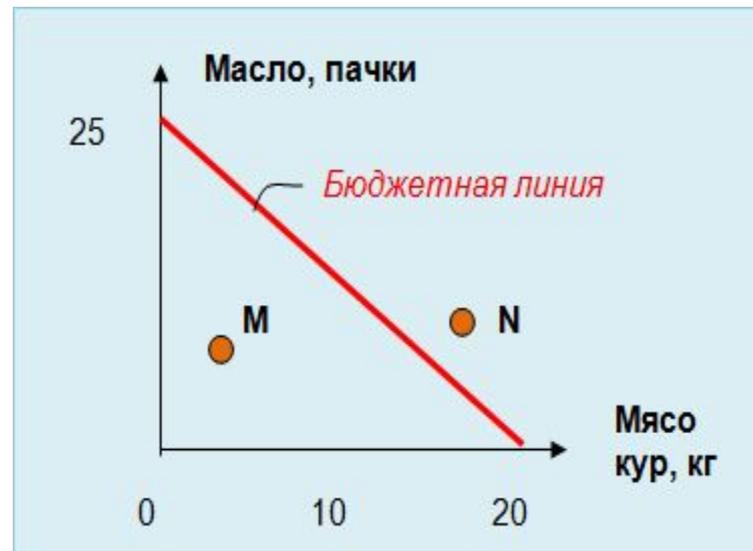
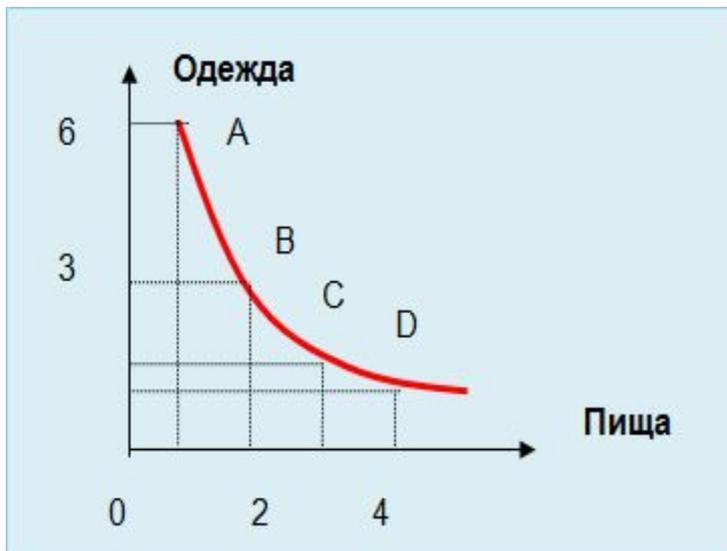
Чтобы получить максимум полезности от потребления заданного набора благ за ограниченный период времени, нужно каждое из них потребить в таких количествах, при которых предельная полезность всех потребляемых благ будет равна одной и той же величине.

Потребитель так должен израсходовать свой доход, чтобы отношение предельной полезности к цене было одинаковым для всех товаров, при этом доход должен быть истрачен полностью:

$$MU_x/P_x = MU_y/P_y,$$

где MU — предельная полезность товаров X и Y, а P — их цена.

Кривая безразличия – это кривая, показывающая различные комбинации двух товаров, имеющих одинаковую полезность, т.е. потребителю безразлично какой набор товаров выбрать.



Бюджетное ограничение (бюджетная линия) – это линия, показывающая все комбинации товаров, которые могут быть приобретены при данных доходах и данных ценах.

Уравнение бюджетной линии

$$P_A * A + P_B * B = I,$$

где P_A – цена товара А, А – количество товара А,

P_B – цена товара В, В – количество товара В.

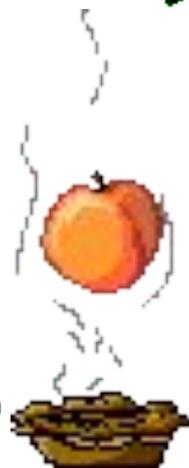
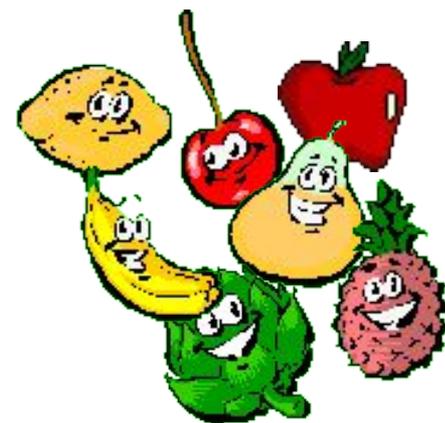
I – доход потребителя

Вопрос 2.

Рынок, его сущность и функции. Рыночный механизм. Теория спроса и предложения.

- ❖ **Спрос (demand, D) — количество товара и услуг, которые покупатели готовы приобрести на рынке по определённой цене, в определённый момент времени, независимо от того, действует ли он рационально или под воздействием внешней среды.**
- ❖ **Общественная потребность, выраженная в денежной форме и обеспеченная платежными средствами;**

Школьная столовая



Закон спроса

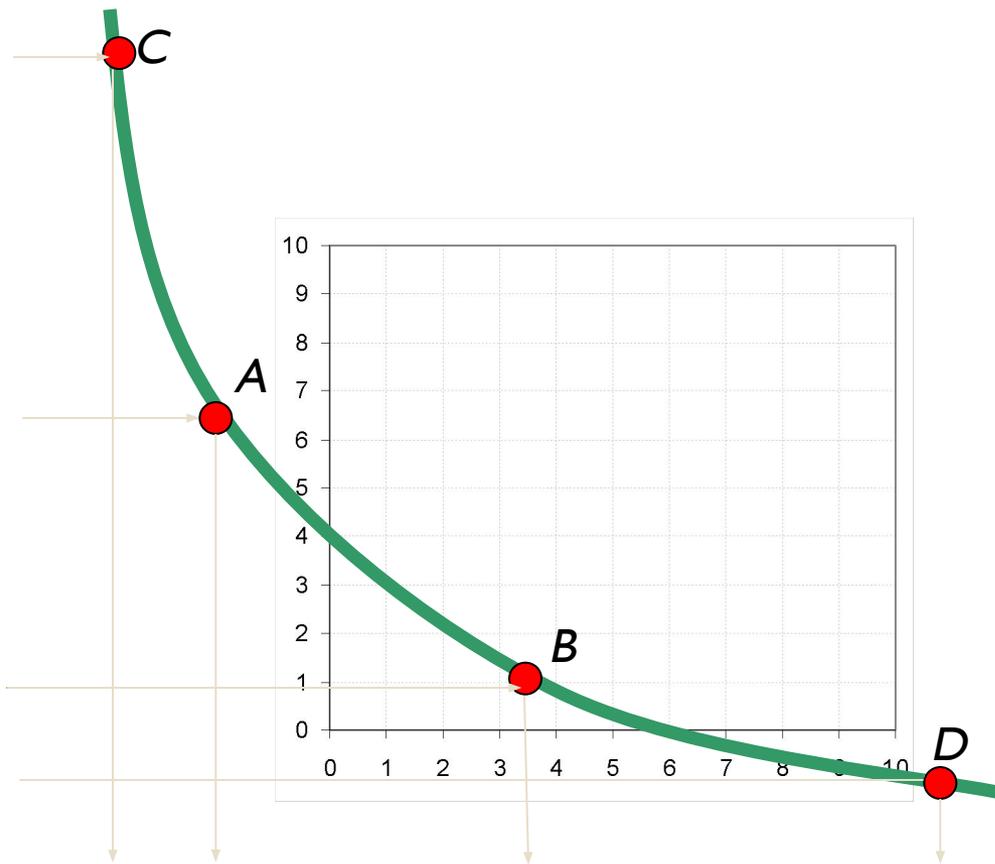
Это принцип поведения, в соответствии с которым потребители склонны покупать больше товаров, если цена на данный товар снижается и меньшее количество товаров, если цена на данный товар повышается.

**ЧЕМ НИЖЕ ЦЕНА, ТЕМ
БОЛЬШЕ СПРОС!!!**



Кривая спроса

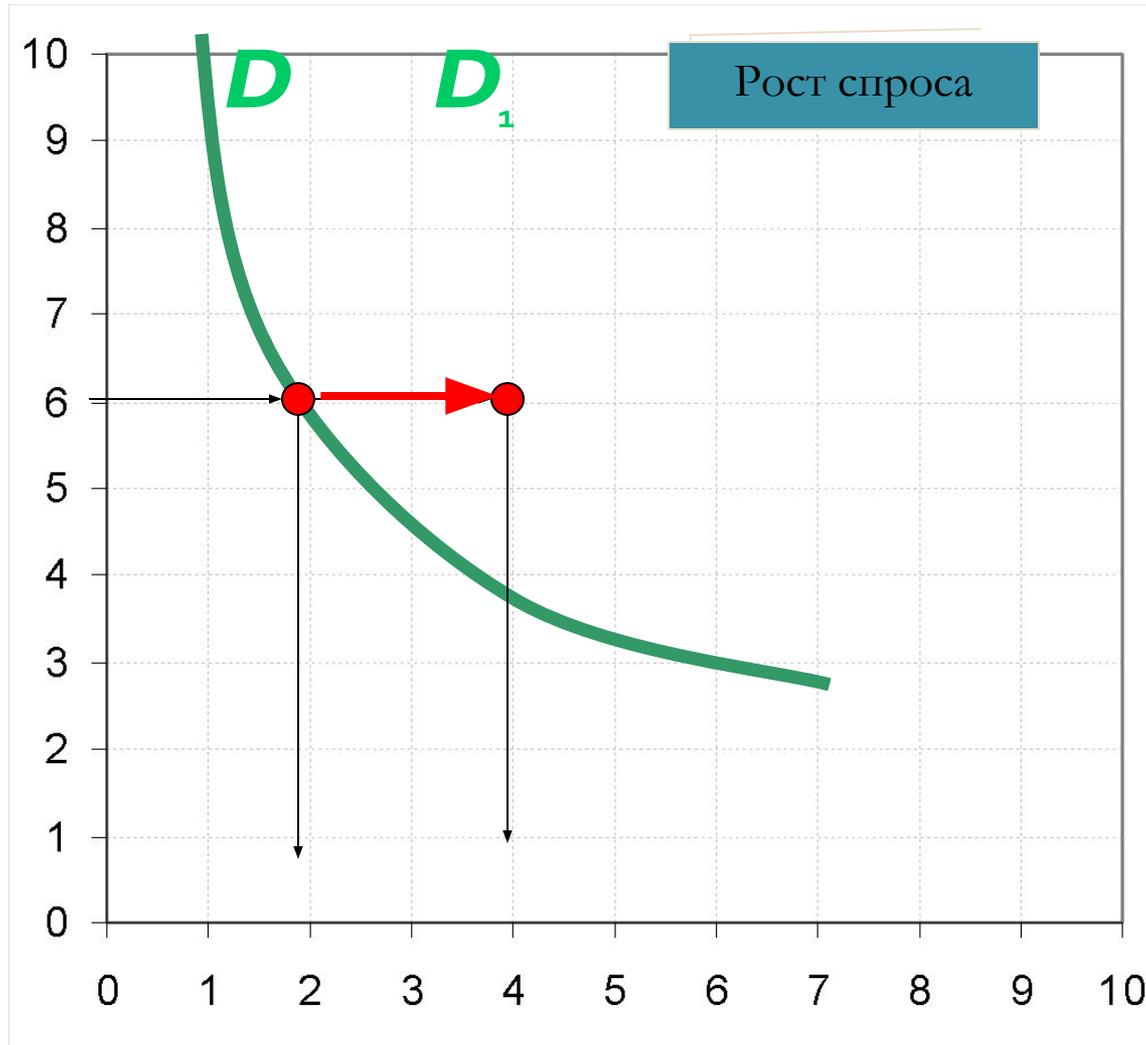
P



Q

Изменение спроса.

P



Q

Факторы, оказывающие влияние на спрос:

Ценовые факторы



–изменение цены при неизменности других факторов–

определяют **величину** спроса

Неценовые факторы



–изменение других факторов при неизменной цене–

определяют **функцию** спроса

Неценовые факторы

- Изменение вкусов и предпочтений потребителей;
- Динамика изменения доходов покупателей;
- Цены на другие товары, которые потребляют одновременно с рассматриваемым товаром;
- Наличие товаров-заменителей;
- Ценовые ожидания потребителей.

Эффекты в законе спроса :

- Эффект дохода
- Эффект замещения
- Эффект убывания предельной полезности



Нормальные товары – это товары, потребление которых увеличивается при росте доходов потребителя и уменьшается при сокращении его доходов.

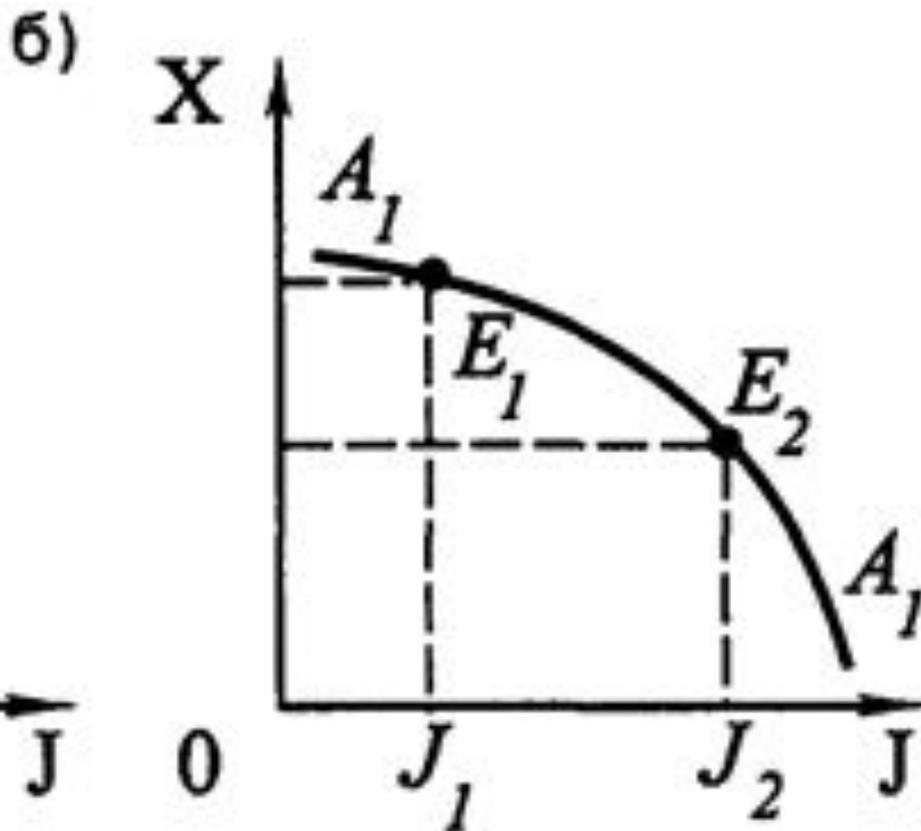
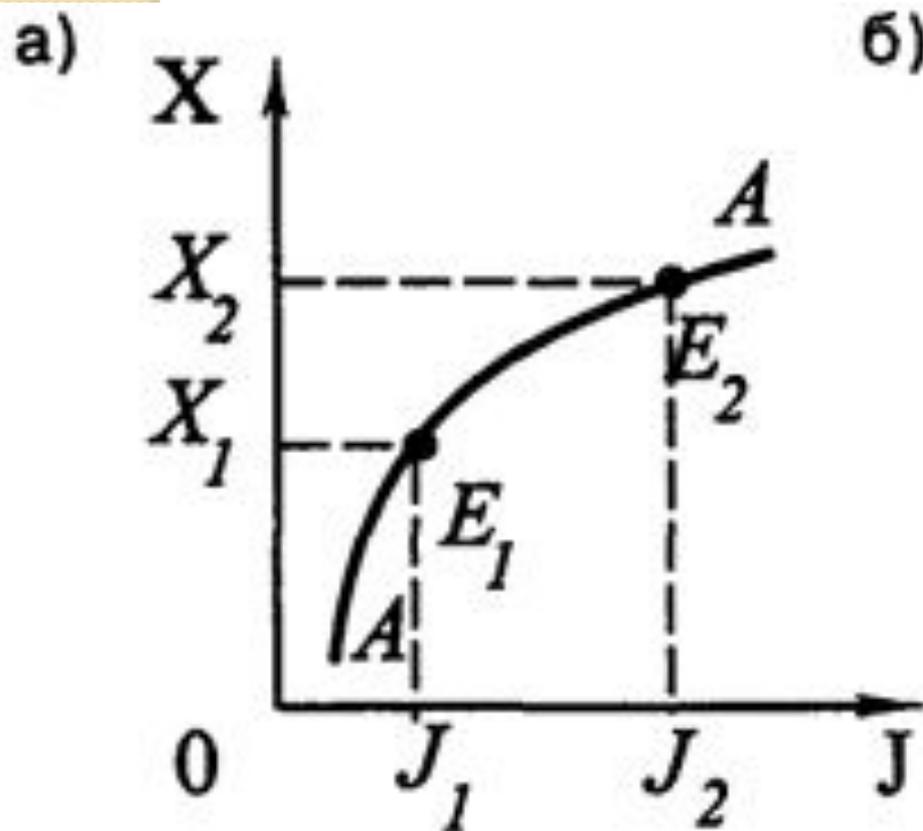
Взаимозаменяющие товары (товары сбституты) – это такие товары, для которых рост цены одного товара сопровождается увеличением спроса на другой товар (масло и маргарин; чай и кофе).

Взаимодополняющие товары (комплементарные товары) – это такие товары, для которых рост цены одного товара приводит к снижению спроса на другой товар (обувь и крем для обуви; стиральная машина и стиральный порошок для машины-автомат).

Кривые Энгеля:

а) AA - для качественного блага;

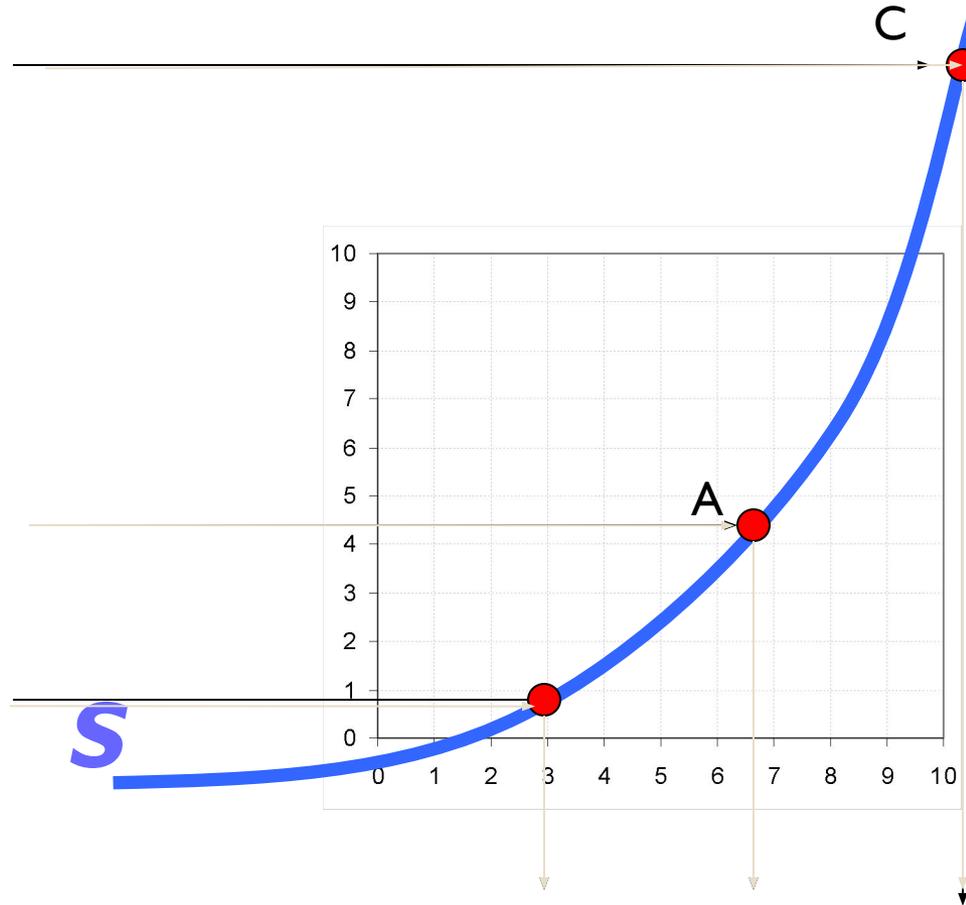
б) A_1A_1 - для некачественного блага



- ❖ **Предложение (supply, S) — количество товаров и услуг, которое продавцы готовы (хочет и может) продать на рынке по определенной цене, в данный момент времени.**
- ❖ Предложение формирует спрос через ассортимент произведенных товаров и через их цены.

Кривая предложения

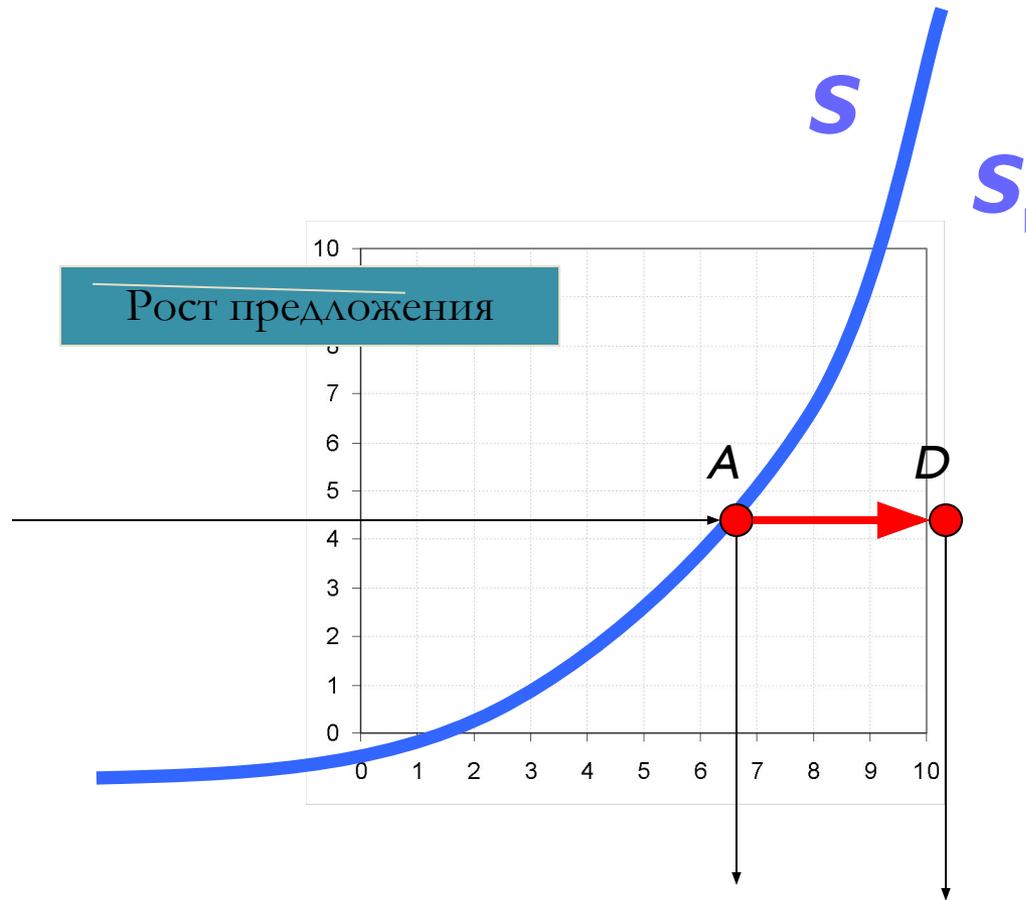
P



Q

Изменение предложения

P



Q

Закон предложения

(law of supply) — величина предложения находится в прямой зависимости от цены:

Чем выше цена — выше предложение, чем ниже цена — ниже предложение



Факторы, оказывающие влияние на предложение

Ценовые факторы



–изменение цены при неизменности других факторов–

определяют **величину** предложения

Неценовые факторы



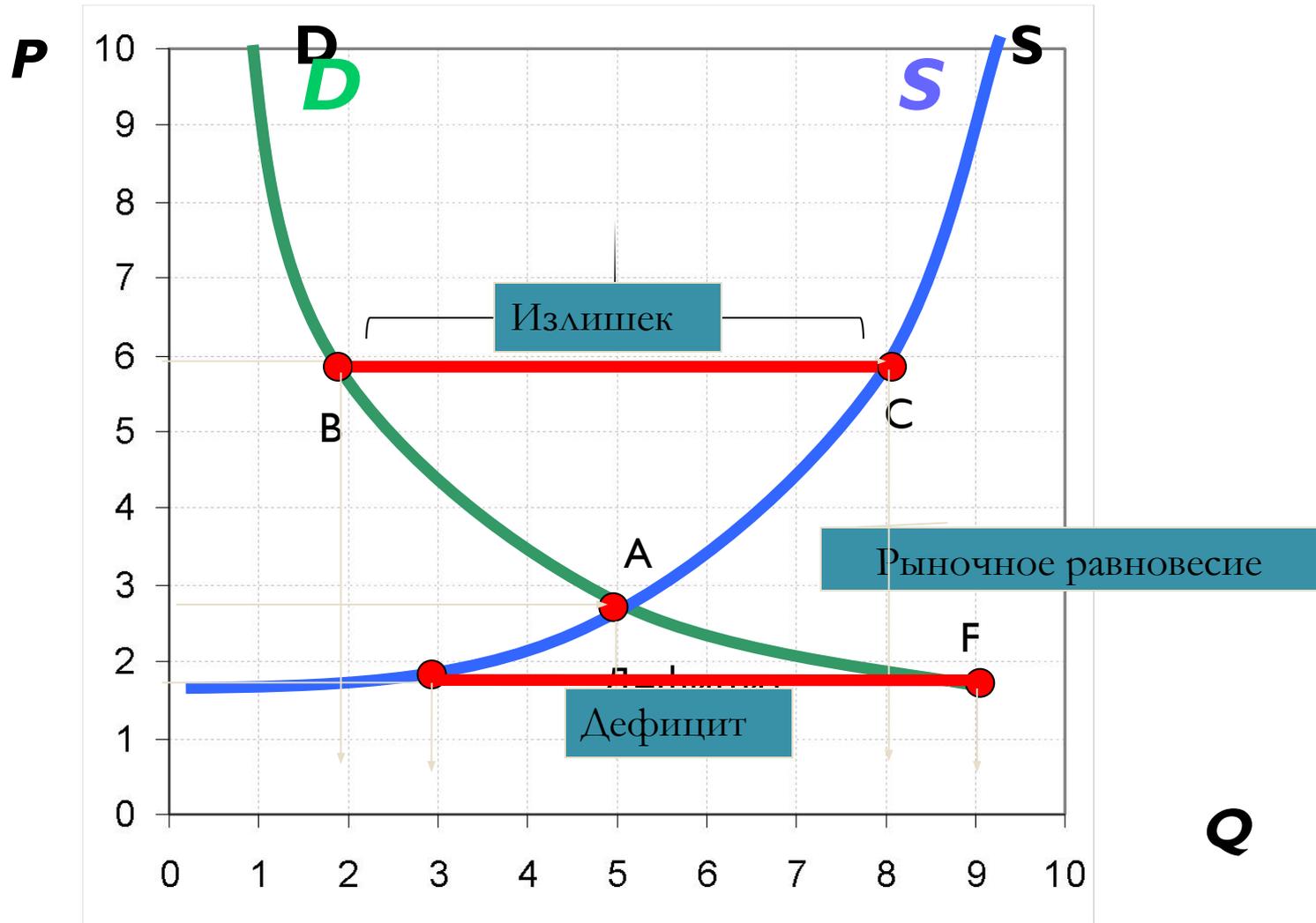
–изменение других факторов при неизменной цене–

определяют **функцию** предложения

Неценовые факторы

- Рост объемов производства;
- Улучшение условий производства, новая технология производства;
- Цены факторов производства;
- Ценовые и дефицитные ожидания;
- Количество производителей-продавцов на рынке данного товара;
- Величина налог на бизнес.

Рыночное равновесие



Рыночное равновесие (market equilibrium) – это ситуация на рынке, характеризующаяся совпадением планов покупателей и продавцов, когда величина спроса и величина предложения совпадают.

Виды рыночного равновесия:

1. Устойчивое;
2. Неустойчивое.

Вопрос 3

Эластичность спроса и предложения.

Эластичность – это мера реакции одной переменной на изменения другой переменной.

Эластичность спроса по цене (E^D_p) 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;
- Заметное для покупателя изменение уровня цен);
- Современность и осведомленность покупателей о рынке интересующих товаров;
- Фактор времени;
- Удельный вес товара в расходах потребителя.

Товары с эластичным спросом по цене:

- Предметы роскоши (драгоценности, деликатесы)
- Товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета (мебель, бытовая техника)
- Легкозаменяемые товары (мясо, фрукты)

Товары с неэластичным спросом по цене:

- Предметы первой необходимости (лекарства, обувь, электричество)
- Товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета (карандаши, зубные щётки)
- Труднозаменяемые товары (хлеб, электрические лампочки, бензин)

Виды спроса по эластичности.

- $E_p^D = 0$. Совершенно неэластичный спрос;
- $E_p^D < 1$. Неэластичный спрос;
- $E_p^D = 1$. Единичная эластичность.;
- $E_p^D > 1$. Эластичный спрос;
- $E_p^D = \infty$. Совершенно эластичный спрос.

$$E_p^d = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

$$E_p^D = \frac{\Delta Q}{Q_{cp}} \div \frac{\Delta P}{P_{cp}}$$

Коэффициент перекрестной эластичности характеризует степень изменения спроса на один товар при изменении цены другого товара на 1%.

В зависимости от характера взаимосвязи анализируемых товаров коэффициент может быть положительным, отрицательным или равен нулю:

Если $E > 0$, то товары являются взаимозаменяющими (например масло и маргарин). Повышение цены на один товар ведет к увеличению спроса на другой, его заменяющий.

Если $E < 0$, то товары считаются взаимодополняющими (например джин и тоник). Повышение цены на один товар ведет к сокращению спроса на другой.

Если $E = 0$, то товары считаются независимыми друг от друга и повышение или понижение цены на один товар не оказывает практически никакого влияния на величину спроса на второй товар.

Эластичность спроса по доходу можно определить по аналогии с ценовой эластичностью спроса как степень количественного изменения дохода на 1%.

$$\varepsilon_I^Q = \frac{\Delta Q\%}{\Delta I\%}$$

В силу того, что рост дохода увеличивает возможности совершения покупок, спрос на большинство товаров с увеличением доходов возрастает, т.е. эластичность спроса по доходу является положительной.

Если при этом коэффициент эластичности по абсолютному значению крайне мал ($0 < E < 1$), то речь идет о товарах первой необходимости.

Если же - достаточно велик ($E > 1$), то о предметах роскоши.

Эластичность предложения (E^S_p) показывает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цены на 1%

Факторы, влияющие на эластичность предложения:

- способность к длительному хранению и стоимости хранения (для товара, который не может храниться длительное время, эластичность предложения будет низкой);
- особенности производственного процесса (если производитель товара может либо расширить его производство при повышении цены, либо переключиться на выпуск другой продукции при понижении его цены, то предложение этого товара является эластичным);
- Фактор времени (производитель не в состоянии мгновенно реагировать на изменение цены, так как требуется определенное время, чтобы нанять дополнительных рабочих, закупить оборудование, сырье и т.д.)

Виды предложения по эластичности.

- $E^S_p = 0$. Абсолютно неэластичное предложение - сырьевые товары (нефть, газ, руда);
- $E^S_p = 1$. Единичная эластичность;
- $E^S_p > 1$. Эластичный предложение. Нормальные товары;
- $E^S_p = \infty$. Совершенно эластичный предложение - факторы производства (труд, капитал)

$$E^S_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

Вопрос 4.

Основные функции цены. Виды цен и их взаимодействие.

Сущность цены выражается в:

1. Цена является денежным выражением стоимости товара
2. Основой цены служит субъективная полезность товара, его потребительная стоимость.
3. Цена целиком обуславливается соотношением спроса и предложения на рынке, то есть способностью данного товара быть обмененным на определенное количество другого товара или всеобщего товарного эквивалента — денег

Цена – денежная сумма, взимаемая за конкретный товар, то есть сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а продавец – продать его.

Виды цен:

- Оптовые – те, по которым предприятие продает свою *продукцию* крупной (оптовой) партией другому предприятию или сбытовой компании
- Закупочные – оптовые цены, применяемые при закупке сельскохозяйственной продукции государством у предприятий или фермеров.
- Розничная – это цена, которая устанавливается на товары, продаваемые в малом количестве для личных нужд населения (а проще говоря, в розницу).
- На тарифы и услуги – различаются также по сферам торговли: оптовой и розничной.
- Нетто – то есть та, что не включает расходы по перевозке, страхованию и т.п., устанавливаемая на месте продажи.
- Брутто – цена товара или услуги, определяемая с учетом условий сделки (наличие налогов, скидок, вида «франко» стоимости страхования и т.д.).

- Договорные (контрактные) – те, что устанавливаются по соглашению сторон
- Биржевые (котировки) – стоимость на товары, участвующих в биржевых торгах
- Ярмарочные и выставочные
- Аукционные – цены, устанавливаемые в ходе торгов на аукционе
- Трансфертные – используются при осуществлении сделок между подразделениями одной организации
- Базисные – исходная база при установлении стоимости на аналогичные товары.
- Справочные – те, что публикуются в справочниках, а также в каталогах, проспектах и прейскурантах – являются указателями для формирования цен на аналогичную продукцию
- Расчетные – используются в договорах, заключаемых при продаже нестандартной продукции
- Фактическая – та, по которой прошла сделка с применением разного рода скидок и надбавок.

Ценовой механизм состоит из двух взаимодействующих частей:

- ✓ сами цены: их сущность, виды, структура, функции, величина и динамика изменения;
- ✓ ценообразование как способ, правила установления, формирования новых и изменения действующих цен

Функции цены на рынке:

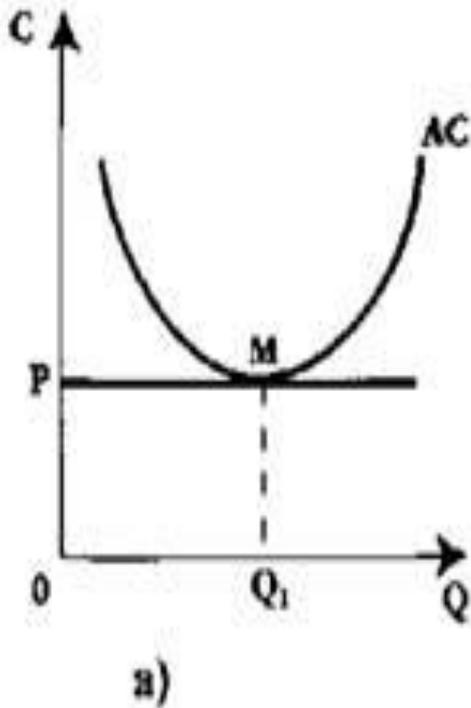
- **измерительная.** Цена показывает количество денег, уплачиваемое и получаемое за единицу товара или услуги;
- **соизмерительная.** Используя данную функцию цены, можно сравнивать товары, дифференцировать их на дорогие и дешевые, сопоставлять ценности разных товаров;
- **учетная.** Мир товаров с помощью цен переводится из натурально-вещественной в стоимостную форму. Цена становится вспомогательным инструментом учета.
- **регулирующая.** Цена уравнивает спрос и предложение, увязывая их с денежно-платежной способностью производителя и потребителя.;
- **социальная.** От уровня и динамики цен зависит прожиточный минимум и потребительский бюджет семьи;
- **стимулирующая.** Стимулирующее воздействие цены заключается в том, что ее уровень побуждает к применению наиболее экономичных методов производства и наиболее полному использованию ресурсов, с одной стороны, и рациональному поведению потребителей (спроса) — с другой.

Вопрос 6.

Максимизация прибыли и оптимизация
объема производства в условиях
совершенной и несовершенной
конкуренции.



Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

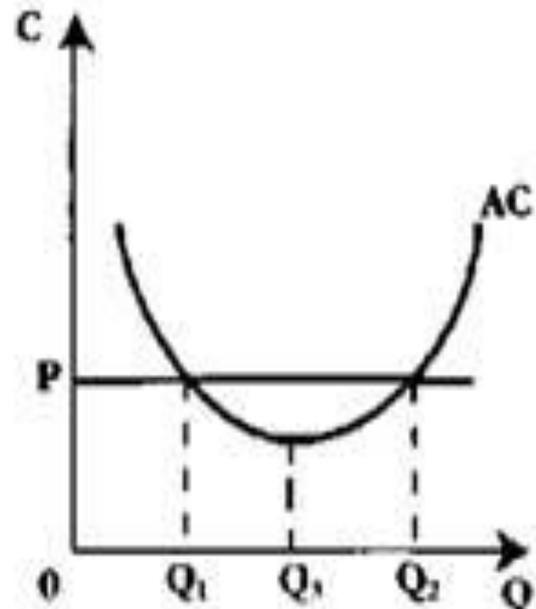


- Если линия цены P лишь касается кривой средних затрат AC в минимальной точке M , то фирма в состоянии лишь покрыть свои минимальные средние затраты.

Точка M в данном случае является точкой нулевой прибыли, т.е. фирма вообще не получает никакой прибыли.

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

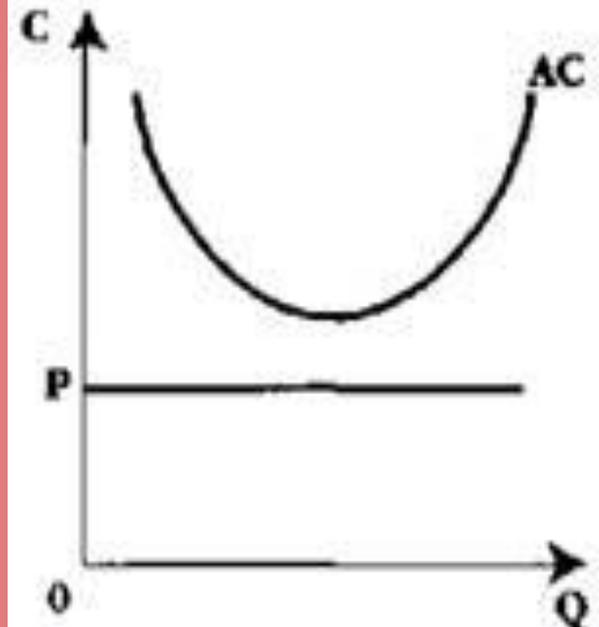
2.
Если средние издержки ниже цены, то фирма при определенных объемах производства



(от Q_1 до Q_2)
получает в среднем прибыль более высокую, чем нормальная прибыль, т. е. сверхприбыль, или квазирендту.

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

3. Если средние издержки фирмы при любом объеме производства выше рыночной цены, то данная фирма терпит убытки и разорится, если не будет реорганизована или не уйдет с рынка.



Динамика средних издержек характеризует положение фирмы на рынке, однако сама по себе не определяет линии предложения и точки оптимального объема производства.

Условие равновесия фирмы

- как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде : $MC = MR$.

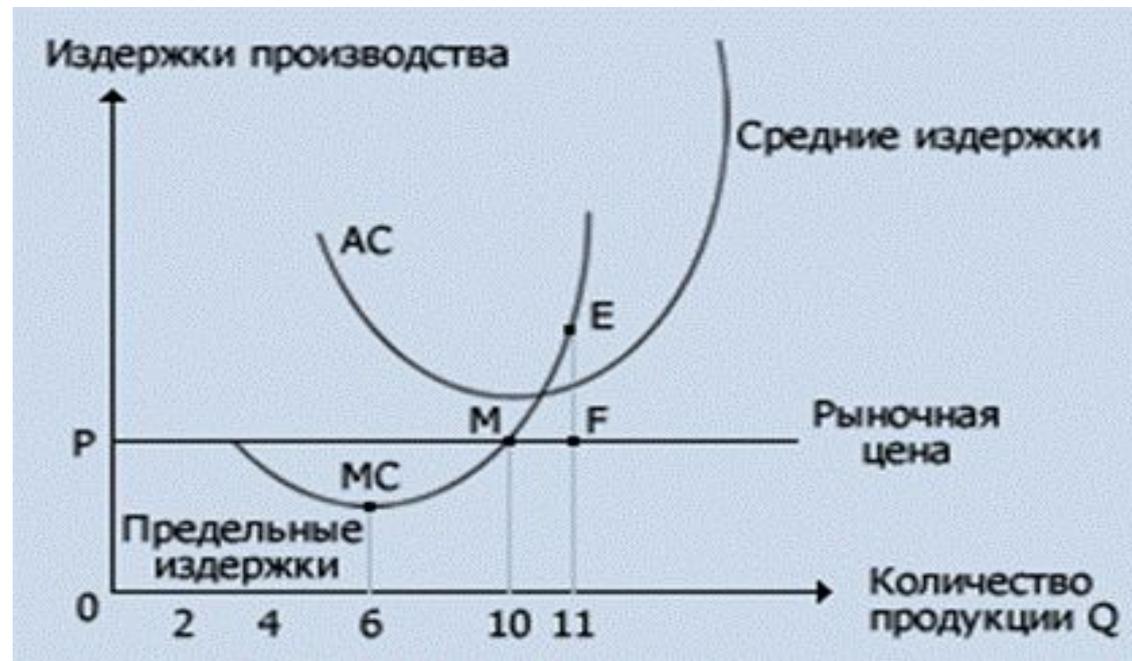
На рынке совершенной конкуренции предельный доход всегда равен цене, поэтому условие равновесия фирмы приобретает вид:

$$MC = P$$

главной задачей деятельности фирмы является максимизация прибыли. В этих целях она должна выбрать объем выпуска продукции, при котором разница между валовой выручкой (TR) и валовыми издержками (TC) будет наибольшей.

Оптимальный размер производства продукции (для рынка совершенной конкуренции), при котором прибыль становится максимальной, соответствует равенству средних и предельных издержек $MR=MC$, где $MR=P$, это равенство приобретает вид $MC=P$.

Оптимальный размер производства продукции (для рынка несовершенной конкуренции), при котором прибыль становится максимальной, достигается при соотношении: $P > MR = MC < AC$.



Спасибо за внимание!

