

Механизм рыночной системы

Понятие эластичности

Конкуренция: сущность, типы и модели

Цель и задачи темы

- Цель:

- Изучить механизмы функционирования рыночной системы хозяйствования

- Задачи:

- Ознакомиться с понятием эластичности и показать её практическую значимость
- Показать влияние эластичности спроса на ценовую политику фирмы
- Охарактеризовать типы рыночных структур, их взаимосвязь и противоречивость в конкурентной борьбе

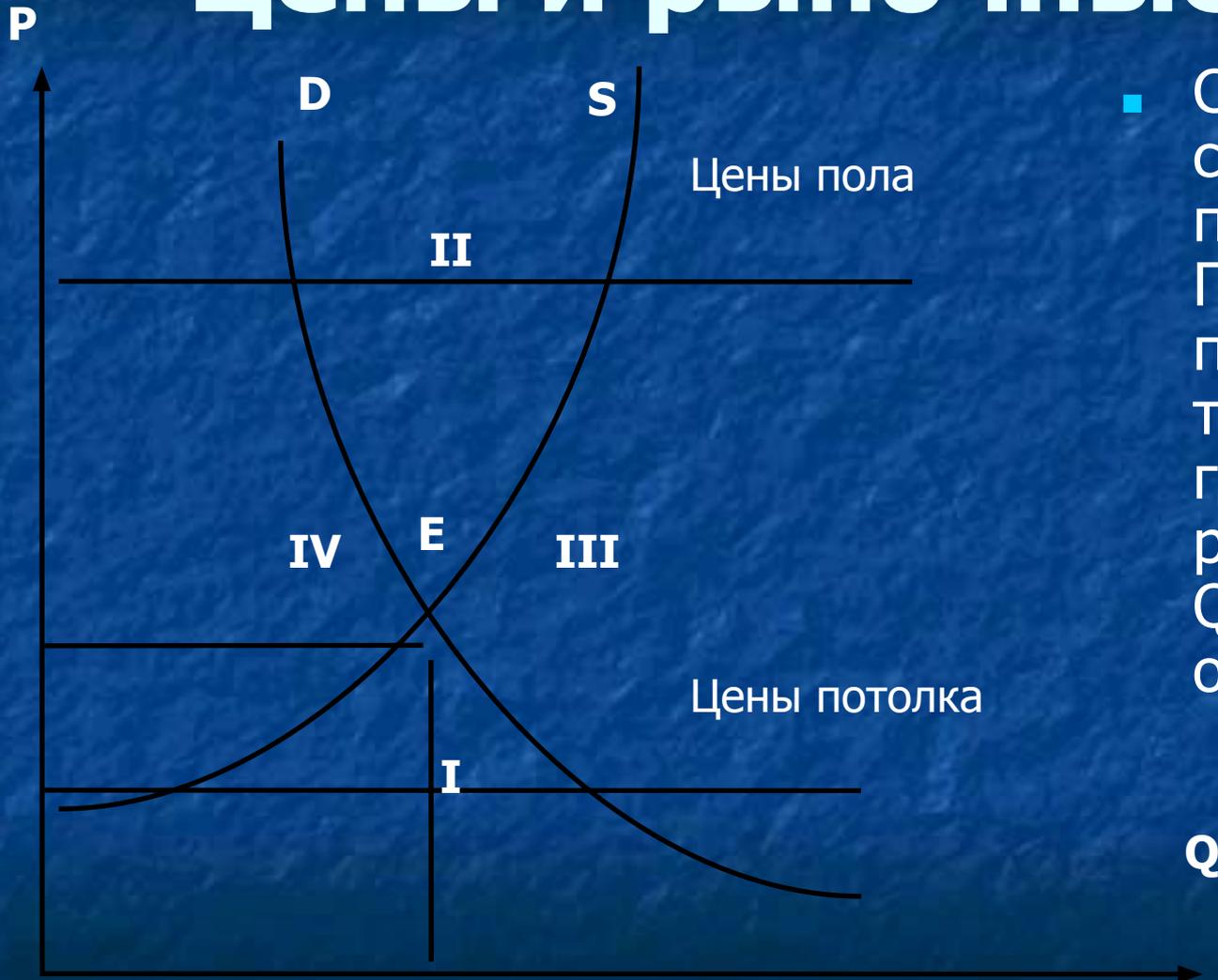
- Результат:

- Научиться понимать, каким образом конкурентная среда подводит к эффективности / неэффективности использования рыночных механизмов в регулировании деятельности хозяйствующих субъектов.

А. Маршалл «Принципы политической экономии»

- Альфред Маршалл один из ведущих представителей неоклассической экономической теории, лидер “кембриджской школы” маржинализма.
- «...степень эластичности зависит от того, в какой мере его объем возрастает при данном уменьшении цены или сокращается при данном повышении цены».

Цены и рыночные зоны



- Совместим кривые спроса и предложения. Полученная точка пересечения E – точка равновесия, где P_1 – равновесная цена, а Q_1 – равновесный объем.

- I – зона возможных покупок, но невозможных продаж (дефицит);
- II – зона возможных продаж, но невозможных покупок (излишек);
- III – зона невозможных покупок и продаж (мертвая зона);
- IV – зона наиболее благоприятных сделок.
- При вмешательстве государства в установление цен говорят о *политическом ценообразовании*.

Понятие эластичности

- **Эластичность** – мера реакции одной экономической переменной на изменение другой.
- Различные товары отличаются друг от друга по степени реакции приобретаемого количества продукции на изменение цены. При этом выделяется три альтернативных варианта.

Варианты эластичности

- 1. **Эластичный спрос**, когда снижение цен на 1 % вызывает существенное (в процентном отношении) увеличение спроса на товары и услуги, т.е. спрос растет в большей степени, чем уменьшаются цены. Общая выручка фирмы (предприятия) в этом случае возрастает.
- 2. **Неэластичный (жесткий) спрос**.. при котором процент роста спроса меньше, чем процент снижения цен. Общая выручка снижается.
- 3. **Единичный эластичный спрос**, когда процентная величина снижения цен дает такой же процент увеличения спроса. Общий доход фирмы не изменяется.

Коэффициент эластичности

- Мерой эластичности служит её **коэффициент**, который показывает, в какой мере потребитель реагирует на изменение цен:
 - Он называется прямым коэффициентом эластичности по цене и определяется

$$E(p) = \frac{\delta Qd(\%)}{\delta P(\%)}$$

$E(p)$ – эластичность спроса по цене;

δQd (%) – процентное изменение спроса;

δP (%) – процентное изменение цены.

- При измерении процентного изменения экономических величин обычный способ вычисления неприменим, т. к. одинаковое количественное изменение в другом направлении дает иное процентное соотношение.
- Поэтому в экономической теории используют более универсальный метод, названный формулой средней точки Аллена.
- Тогда

$$\delta Qd(\%) = \frac{Qd_2 - Qd_1}{\frac{1}{2}(Qd_2 + Qd_1)} \times 100\%$$

где Q_2 и Q_1 – конечный и начальный спрос;

$$\delta P(\%) = \frac{P_2 - P_1}{\frac{1}{2}(P_2 + P_1)} \times 100\%$$

где P_2 и P_1 – конечная и начальная цена.

Графики

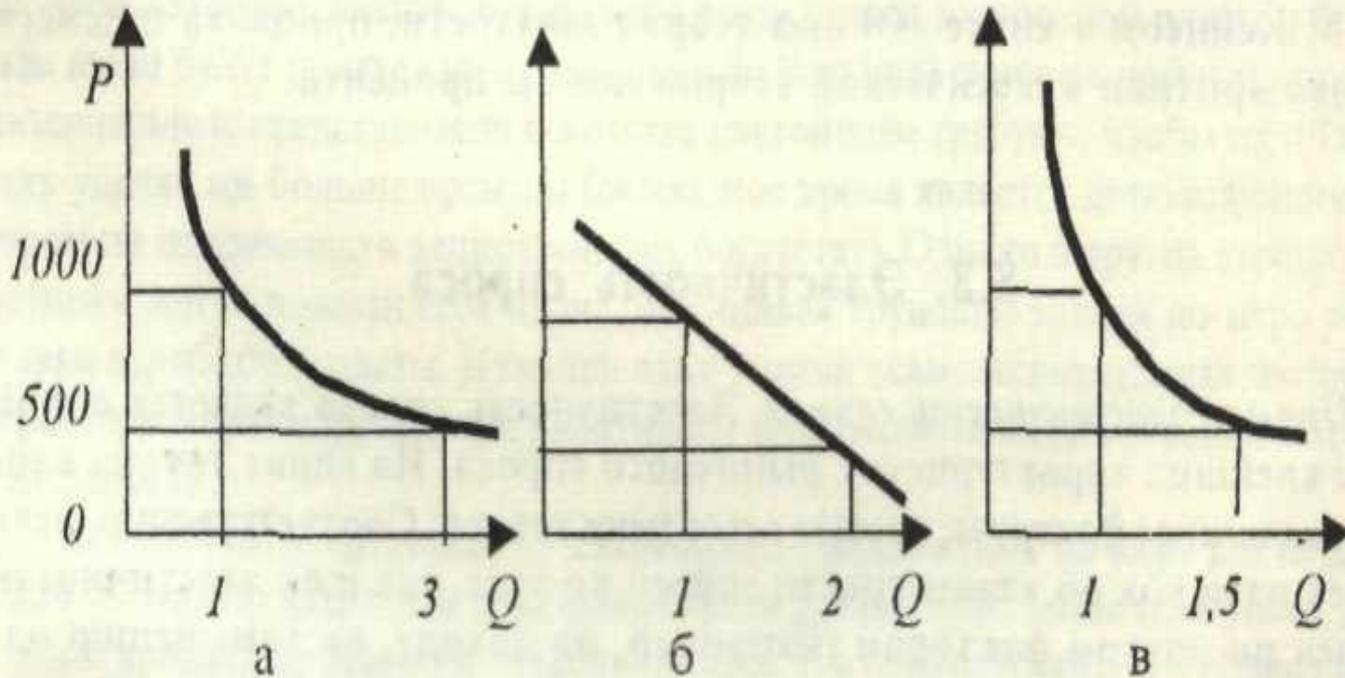


Рис. 6.7. Кривые эластичности спроса: а — эластичный; б — единичный эластичный; в — неэластичный

Виды эластичности

- 1. Эластичность спроса по цене
 - Эластичный
 - Неэластичный
- 2. Эластичность спроса по доходу
- 3. Перекрестная эластичность
- 4. Эластичность предложения

ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

- показывает, на сколько изменится в процентном отношении величина спроса на тот или иной товар при изменении его цены на 1%.
- **Спрос эластичен** если при изменении цены товара на 1% величина спроса на него изменится более чем на 1%.
- Например, если при подорожании велосипедов на 10% величина спроса на них упадет на 15% или при снижении цены на 25% величина" спроса повысится на 40%, говорят, что спрос на этот товар окажется эластичным по цене.

Спрос неэластичен

- **Спрос неэластичен**, если при изменении цены товара на 1% величина спроса на него изменится менее чем на 1%.
- Например, если все сорта растительного масла подорожают на 50%, а объем спроса снизится только на 20%, можно будет сделать вывод, что спрос на растительное масло неэластичен по цене.
- Информация об эластичности или неэластичности спроса на товар очень важна для предпринимателей, целью которых является увеличение дохода, или выручки от продажи товара, которую можно подсчитать, умножив цену одной единицы товара на количество реализованных товаров:

- $Y = P \times Q$

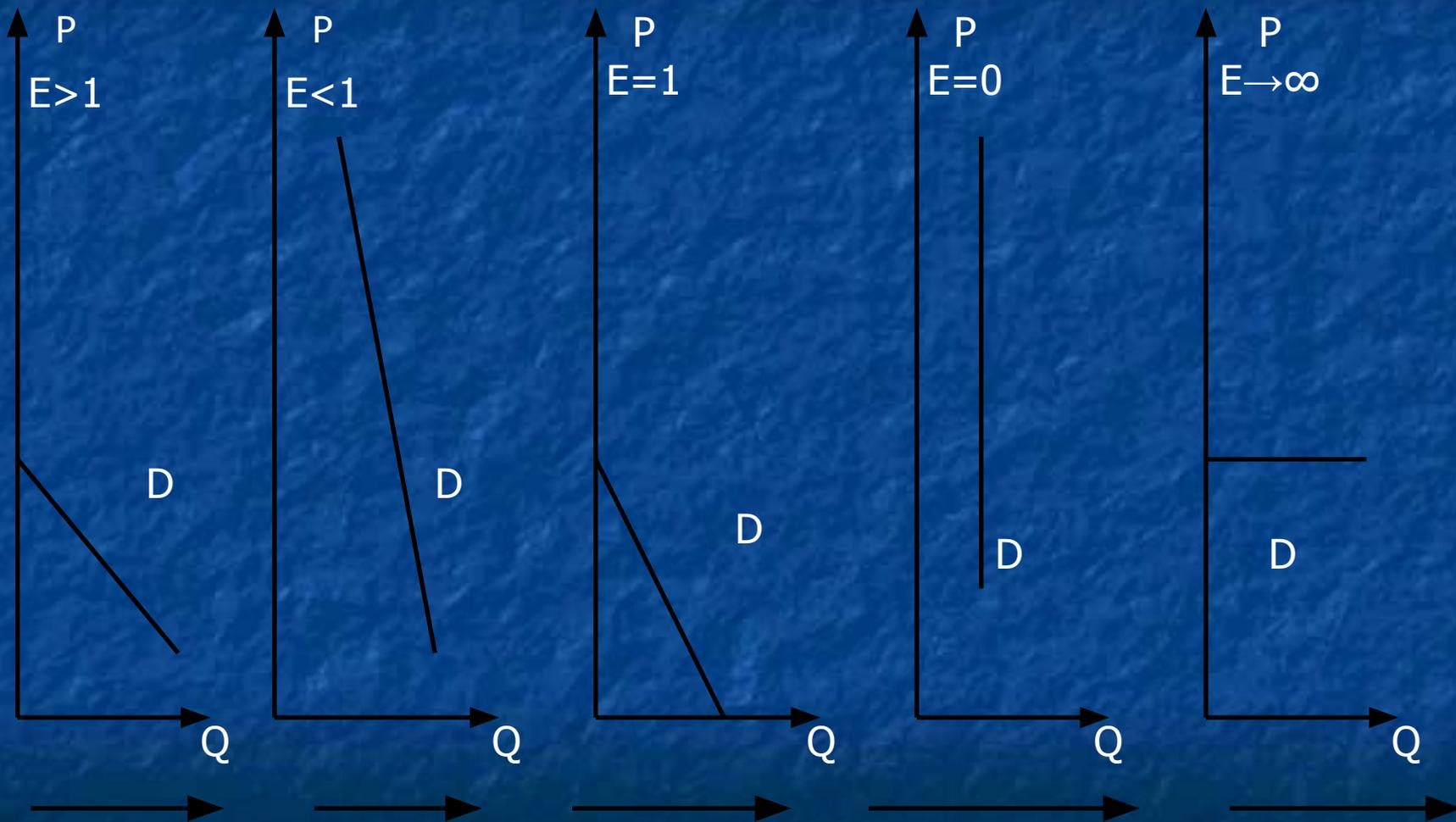
где Y — доход, или выручка от продажи товаров;

- P — цена единицы товара;
- Q — количество проданного товара.

Виды эластичности

- Выделяют несколько видов эластичности спроса по цене в зависимости от величины коэффициента эластичности:
- $E > 1$ – эластичный спрос (на товары роскоши);
- $E < 1$ – неэластичный спрос (на предметы первой необходимости);
- $E = 1$ – спрос с единичной эластичностью (зависит от индивидуального выбора);
- $E = 0$ – совершенно неэластичный спрос (соль, медикаменты);
- E – совершенно эластичный спрос (в условиях совершенного рынка).

Эластичность спроса



Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса

- Почему спрос на одни товары эластичен, а на другие неэластичен? Объясняется это действием целого ряда факторов.
- **1. Наличие заменителей.** Чем больше у товара заменителей, тем более эластичным оказывается спрос на него.
- Например, если подорожают все сорта стиральных порошков, то хозяйственное мыло станет *относительно* дешевле и хозяйки станут покупать больше мыла и меньше порошка.
- Спрос на стиральный порошок окажется эластичным.

Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса

- **2. Степень необходимости данного товара для потребителя.**
- Чем более необходим товар, тем ниже степень эластичности спроса на него. Скажем, бензин для автомобилистов является товаром первой необходимости. Если цена на бензин повысится, владельцы автомобилей не смогут отказаться от его покупки.
- Поэтому спрос на бензин неэластичен.
- С другой стороны, существует ряд товаров, относящихся для рядового покупателя к разряду предметов роскоши.
- Для людей со средними доходами спрос на эти товары будет эластичным относительно цены.
- Но для людей с высокими доходами подобные товары являются предметами престижа, и случается так, что при повышении их цены объем спроса не только не сокращается, но и может возрасти.

Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса

- 3. Степень эластичности спроса на товар зависит и от того, какую долю в бюджете потребителя составляют расходы, связанные с покупкой этого товара.
- Мыло, зубная щетка и зубная паста сравнительно недороги, расходы, связанные с покупкой этих предметов, составляют незначительную долю в доходах среднего россиянина, поэтому повышение цен на них не отразится существенным образом на бюджете его семьи. Следовательно, спрос на эти товары неэластичен.
- С другой стороны, стоимость автомобиля, мебели достаточно высока, доля ее в бюджете потребителя значительна, поэтому спрос на эти товары эластичен по цене.

Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса

- **4. Фактор времени** также оказывает влияние на эластичность спроса.
- Как правило, спрос более эластичен в долгосрочном периоде, так как люди постепенно находят заменители подорожавшему товару, а порой и меняют свои привычки и пристрастия в потреблении.
- Так, при значительном увеличении арендной платы за жилье в краткосрочном периоде объем спроса не изменится, но постепенно определенная часть людей подыщет себе более скромное жилье, меньшего размера.
- Например, в США ценовая эластичность спроса на жилье в краткосрочном периоде составляет 0,3, т. е. спрос неэластичен, но в долгосрочном периоде он становится эластичным, коэффициент составляет уже 1,88.

Эластичность спроса по доходу

- Это числовой параметр, который показывает, какова реакция потребителя на изменения в его доходах при неизменности цен:

$$Ed(y) = \frac{\delta Qd(\%)}{\delta Y(\%)}$$

где $\delta Y(\%)$ – процентное изменение дохода

Значение эластичности по доходам

- Оно тесно связано с понятием нормальных товаров и товаров низшего качества.
- Для нормальных товаров повышение дохода вызывает повышение спроса.
- Поскольку в этом случае доход и спрос меняются в одном направлении, то эластичность спроса по доходу является положительной.
- Наоборот, для товаров низшего качества увеличение дохода вызывает уменьшение спроса.
- Доход и спрос меняются в противоположных направлениях, поэтому в этом случае эластичность спроса по доходу является отрицательной.
- На отдельные группы товаров (соль, спички) спрос не увеличивается при увеличении дохода, эластичность является нулевой.

Перекрестная эластичность

- Она характеризует чувствительность спроса на один товар при изменении цен на другой:

$$E(k) = \frac{\delta Q_1(\%)}{\delta P_2(\%)}$$

где $E(k)$ – перекрестная эластичность;
 $\delta Q_1(\%)$ – процентное изменение спроса на один товар;
 $\delta P_2(\%)$ – процентное изменение цены на другой товар.

Перекрестная эластичность.

- С помощью коэффициента эластичности можно определить следующие виды перекрестной эластичности:
 - а) $E(k) > 0$ для товаров-субститутов;
 - б) $E(k) < 0$ для товаров-комплементов;
 - в) $E(k) = 0$ для индифферентных (независимых) товаров.

Эластичность предложения

- **Эластичность предложения** товара (по цене) – это процентное соотношение между изменением в цене и изменением предложения:

$$Es(p) = \frac{\delta Qs(\%)}{\delta Ps(\%)}$$

Предложение эластично

- **Предложение эластично**, если при изменении цены на 1% его объем изменится более чем 1%.
- Например, если при повышении цены на мороженое на 10% величина предложения его вырастет на 15%
- или, наоборот,
- при снижении цены на него на 20% объем предложения сократится на 27%, следует заключить,
- что предложение мороженого эластично по цене.

Предложение неэластично

- **Предложение неэластично**, если при изменении цены товара на 1% объем его предложения изменится менее чем на 1%.
- Например, если цена на нефть вырастет на 40%, а объем предложения увеличится на 32%,
- или при снижении цены на 30% объем поставок уменьшится на 27%, это свидетельствует, что предложение нефти неэластично.

- Одним из определяющих элементов эластичности предложения какого-либо товара или услуги является мобильность факторов его производства и выпуска, то есть легкость, с которой необходимые факторы производства могут быть привлечены из других отраслей.
- Второй важный фактор – это время. Как и в случае спроса, эластичность предложения по цене имеет тенденцию увеличиваться на долгосрочных временных интервалах.
- Частично это связано с мобильностью ресурсов, но также зависит и от применяемых технологий, состояния производственной базы и т. д.

Практическое применение теории эластичности

- Эластичность спроса и поведение фирм
- Ранее уже отмечалось, что знание теории эластичности необходимо прежде всего представителям маркетинговых служб фирм. Оно дает возможность построить ценовую стратегию, принять верное решение относительно того, снижать или повышать цены, если целью фирмы является увеличение дохода.
- Эластичность спроса на продукцию фирмы, как правило, выше, чем эластичность рыночного спроса на данный вид продукции в целом. Это объясняется наличием у покупателя выбора на рынке между различными видами схожего товара.

Теория эластичности и налоговая политика государства

- Другое применение теории эластичности находит при определении налоговой политики государства.
- Одним из важнейших источников доходов государственного бюджета являются косвенные налоги, которые включаются в цену производимого товара и которые ведут поэтому к повышению цены этого товара.
- После его продажи сумма денег, соответствующая сумме налога, поступает в бюджет и может использоваться для различных целей, например для поддержания малоимущих, развития социальной сферы, финансирования отраслей народного хозяйства и т. д.

Распределение налогового бремени при эластичном и неэластичном спросе.

- Кто должен нести большую тяжесть налогового бремени: тот, кто производит товары и услуги, или тот, кто их покупает? На этот вопрос нет и не может быть простого и однозначного ответа.
- Многие будут зависеть от экономического положения, в котором находится данная страна, от задач, которые стоят перед правительством, от того, должно ли оно принимать меры против инфляции, и т. д.
- Роль конкуренции

Место и роль конкуренции в рыночной системе

- **Конкуренция** – общественная форма столкновения субъектов рыночного хозяйства в процессе реализации их индивидуальных экономических интересов.
- Конкуренция в экономике выполняет ряд функций:
 - выявляет и устанавливает рыночную стоимость товара;
 - сводит конкретный труд к общественно необходимому;
 - содействует выравниванию индивидуальных стоимостей и прибыли в зависимости от производительности труда и эффективности управления производством.

Особенности конкуренции

- Посредством конкуренции происходит распределение не только факторов производства, но и доходов в соответствии с вкладом и эффективностью деятельности хозяйствующих субъектов.
- Эффективное использование ресурсов позволяет производителям получать высокие доходы, при неэффективном использовании ресурсов они несут убытки и могут быть вытеснены с рынка.

Типы конкурентного поведения рыночных субъектов

- креативное (созидательное) – поведение, направленное на создание предпосылок, обеспечивающих превосходство над соперниками;
- приспособленческое – учитывающее инновационные изменения в производстве (копирование) и упреждающее действия соперников;
- обеспечивающее (гарантирующее) – поведение, направленное на сохранение достигнутых позиций

Виды конкуренции

- 1. Добросовестная и эффективная
- 2. Внутриотраслевая и межотраслевая
- 3. Ценовая и неценовая
- 4. Совершенная и несовершенная
- 5. Добросовестная и недобросовестная.

Добросовестная и эффективная

- Для современного рынка характерна регламентированная конкуренция, которую принято называть *добросовестной и эффективной*.
- Это обозначает то, что на рынке никто из производителей не может монополизировать производство или продажу,
- не ущемляются права потребителей и действия хозяйственных субъектов не противоречат законам.

Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция

- В промышленно развитых странах, где рыночные отношения имеют давнюю историю, конкуренция приобретает самые разные формы.
- Прежде всего выделяют *внутриотраслевую* и *межотраслевую конкуренцию*.

Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция

Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция

Прзнаки	Внутриотраслевая конкуренция	Межотраслевая конкуренция
Субъекты	Предприятия одной отрасли	Предприятия разных отраслей
Объекты	Лучшие условия производства и сбыта	Сферы наиболее прибыльного вложения капитала
Предпосылки	Различие индивидуальной стоимости однородных товаров	Различие нормы прибыли в отраслях экономики
Результат	Рыночная цена и рыночная стоимость на однородные товары	Средняя прибыль и цена производства

Ценовая конкуренция

- Борьба между производителями за получение дополнительной прибыли посредством уменьшения издержек производства и снижения цен на продукцию без изменения ее ассортимента и качества.
- Ценовая конкуренция проявляется в использовании:
 - демпинга (продажа товара по ценам ниже его себестоимости),
 - ценовой дискриминации (предоставлении одного и того же товара по разным ценам для разных групп населения),
 - лизинга (долгосрочного договора аренды), дифференциации качества товара при одной и той же цене и другого.

Неценовая конкуренция

- **Неценовая конкуренция** – это борьба между субъектами рынка на основе:
 - технического превосходства,
 - высокого качества и надежности изделий,
 - более эффективных методов сбыта,
 - использования маркетинга,
 - расширения видов предоставляемых услуг и гарантий покупателям и других приемов.

- Конкуренция очень сильно зависит от количества производителей-продавцов и покупателей. В экономической теории различают совершенную и несовершенную конкуренцию.

- **Совершенная конкуренция**

- **Несовершенная конкуренция** существует тогда, когда возможен контроль над определенной долей рынка.

- Несовершенная конкуренция включает следующие виды:

- монополия – власть одного продавца (монопсония – власть одного покупателя);
- олигополия – власть нескольких крупных фирм (олигопсония – власть нескольких крупных покупателей);
- монополистическая конкуренция – соревнования между разными по силе и влиянию продавцами.

Совершенная конкуренция

- **Совершенная конкуренция** означает такое состояние экономической системы,
- когда влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало (менее 1 %), что им можно пренебречь.

Несовершенная конкуренция

- Несовершенная конкуренция включает следующие виды:
 - монополия – власть одного продавца (монопсония – власть одного покупателя);
 - олигополия – власть нескольких крупных фирм (олигопсония – власть нескольких крупных покупателей);
 - Дуополия – рыночная структура, в которой действуют только две фирмы. Частный случай олигополии.
 - монополистическая конкуренция – соревнования между разными по силе и влиянию продавцами.

Формы конкуренции и типы рыночных ситуаций

Формы конкуренции и типы рыночных ситуаций

Основные черты	Совершенная конкуренция	Чистая монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
1	2	3	4	5
Количество фирм на рынке	Множество независимых	Одна крупная	Несколько крупных	Достаточно много
Тип продукта	Стандартизированный	Уникальный	Стандартизированный	Дифференцированный

Формы конкуренции и типы рыночных ситуаций

1	2	3	4	5
Контроль над ценой	Отсутствует	Полный контроль	Влияние ценового лидера	Влияние ограничено
Вход в отрасль	Относительно легкий	Очень трудный	Трудный	Вход и выход возможны

Типы конкурентного поведения рыночных субъектов

- Монополии – крупные хозяйственные объединения, контролирующие отрасли и рынки за счет
- высокой степени концентрации производства и капитала
- установления монопольных цен и извлечения монопольных прибылей.

■ Основные направления демомополизации и содействия развитию конкуренции в России предполагают:

- контроль за соблюдением антимонопольных требований при создании, реорганизации и ликвидации хозяйствующих субъектов;
- контроль за крупными продажами и покупками акций, которые могут привести к доминирующему положению хозяйствующих субъектов (свыше 35%);

Основные направления демонополизации и содействия развитию конкуренции в России предполагают:

- предоставление льготных кредитов, а также уменьшение налогов или освобождение от них хозяйствующих субъектов, впервые вступающих на данный товарный рынок;
- финансирование мероприятий по расширению выпуска дефицитных товаров в целях устранения доминирующего положения отдельных хозяйствующих субъектов;
- привлечение иностранных инвестиций, учреждение совместных предприятий, создание и развитие свободных экономических зон.

Естественная монополия

- Особое значение в антимонопольной практике имеет регулирование деятельности естественных монополий.
- *Естественная монополия* имеет место тогда, когда все рыночное предложение товаров и услуг сосредоточено в руках одного продавца и создание конкурентной среды экономически неэффективно.

Выводы

- Отсутствие конкурентной среды делает неэффективным использование рыночных механизмов в регулировании деятельности естественных монополий.
- Методы регулирования:
 - тарифная политика
 - ограничение неконтролируемой частной монополии государственной монополией
 - изменение направления рентных доходов в пользу государства, а также на согласование действий федеральных и региональных решений.