



Национальный
исследовательский

2019

**Томский
государственный
университет**

ТЕМА 3. Рыночный механизм

**Лектор:
Рыжкова Марина
Вячеславовна**

План лекции:

1. Товар (услуга)
2. Спрос
3. Предложение
4. Равновесная цена
5. Конкуренция

Вопрос 1. Товар и услуга

Товар - объект рыночных отношений между продавцами и покупателями

$$\begin{aligned} &\text{Товар} = \\ &\text{Потребительная стоимость} \\ &+ \\ &\text{Меновая стоимость} \end{aligned}$$

Основа меновой стоимости:

- 1) Затраты труда
- 2) Субъективная ценность

Услуга -

экономическое благо, предоставляемое в форме деятельности

Свойства:

<i>Товар</i>	<i>Услуга</i>
Материален	Нематериальна (неосвязаема)
Инвентаризируется (накопляется)	Не сохраняется
Отделим от производителя	Не отделим от производителя

Вопрос 2. Спрос

Спрос –

количество товара или услуги,

которое будет куплено ¹

на рынке при разных ценах ²

за определенный период времени ³

Обозначения:

Спрос – Demand – **D**

Цена – Price – **P**

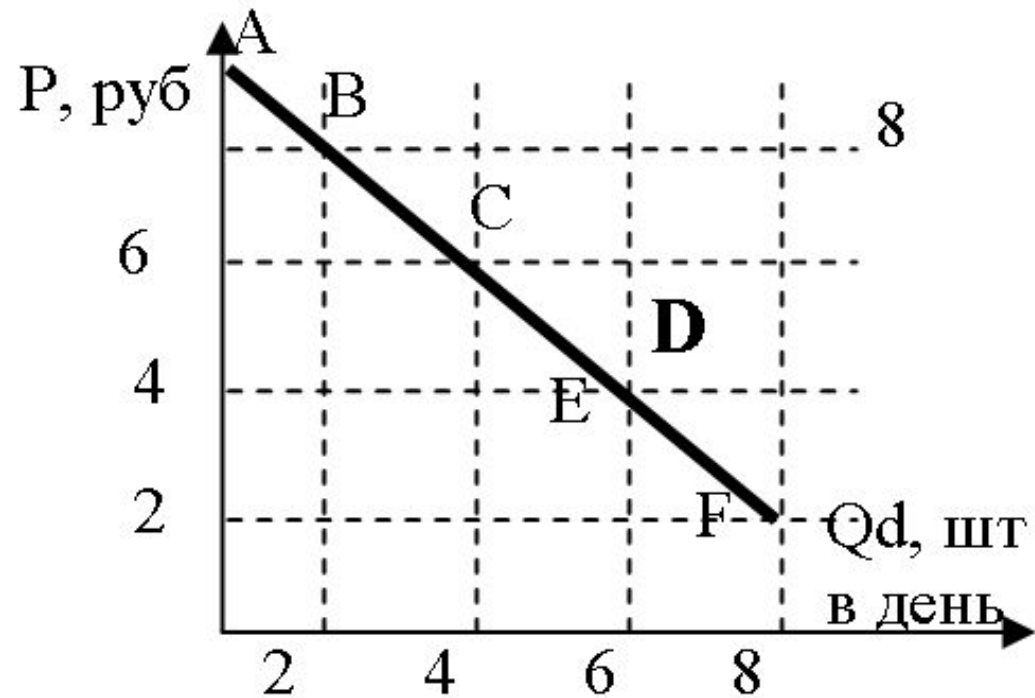
Объем спроса - Quantity of demand – **Qd**

Три формы представления спроса:

1. Таблица

Варианты	A	B	C	E	F
P, руб	10	8	6	4	2
Qd, шт в день	0	2	4	6	8

2. График



3. Функция

$$Qd = f(P)$$

$$Qd = a - b \cdot P$$

Наклон кривой спроса: $-1/b$ или d

$a > 0$

Закон спроса

$$Q_d = a - b \cdot P$$

Две формулировки:

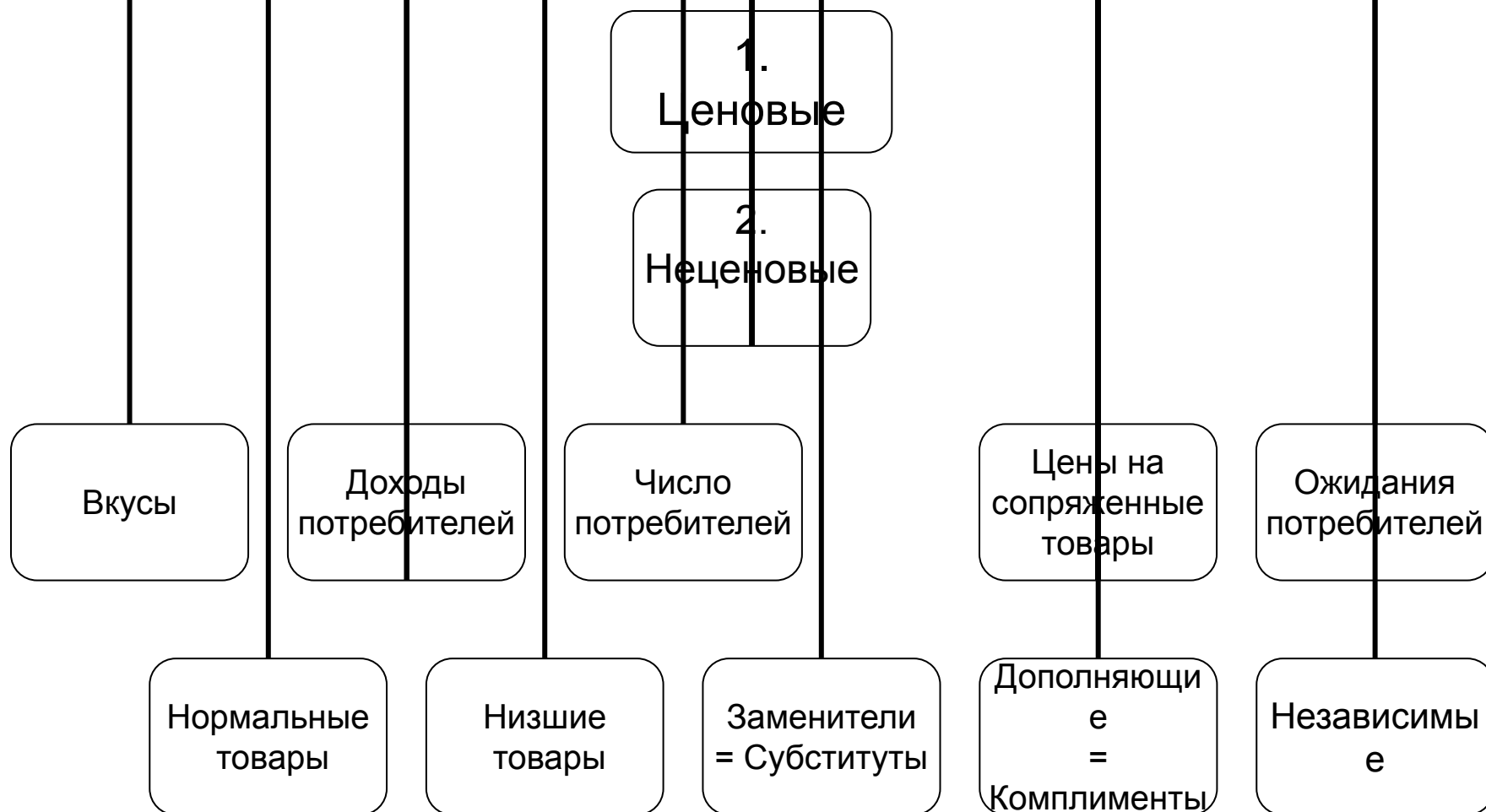
при снижении цены
объем спроса растет
при прочих равных
условиях (и наоборот)

обратная зависимость
между ценой и объемом
спроса при прочих равных
условиях

Обоснование

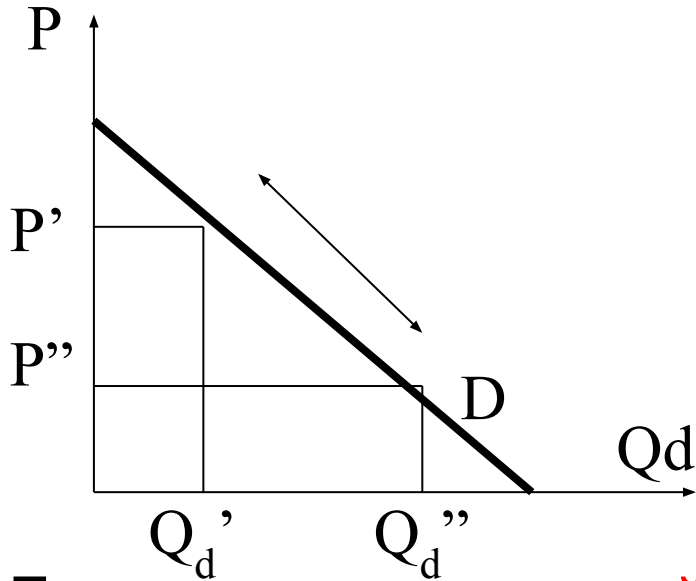
1. Здравый смысл
2. Закон убывающей предельной полезности
3. Эффект дохода и эффект замещения

Детерминанты спроса = факторы спроса:



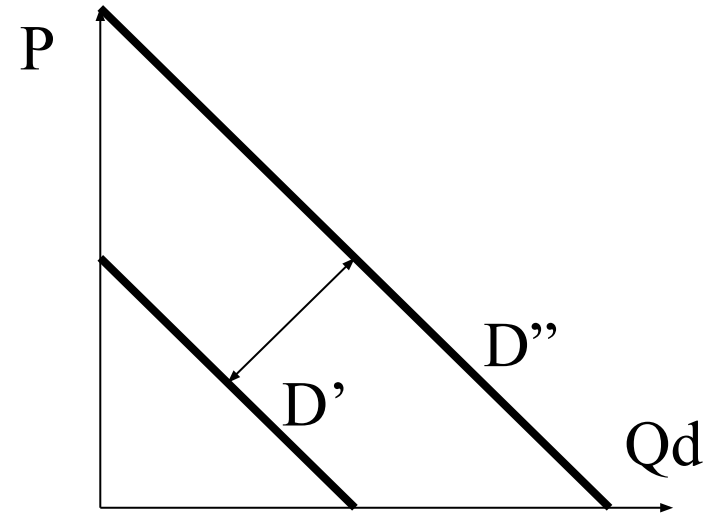
Воздействие на спрос:

Ценовые
детерминанты



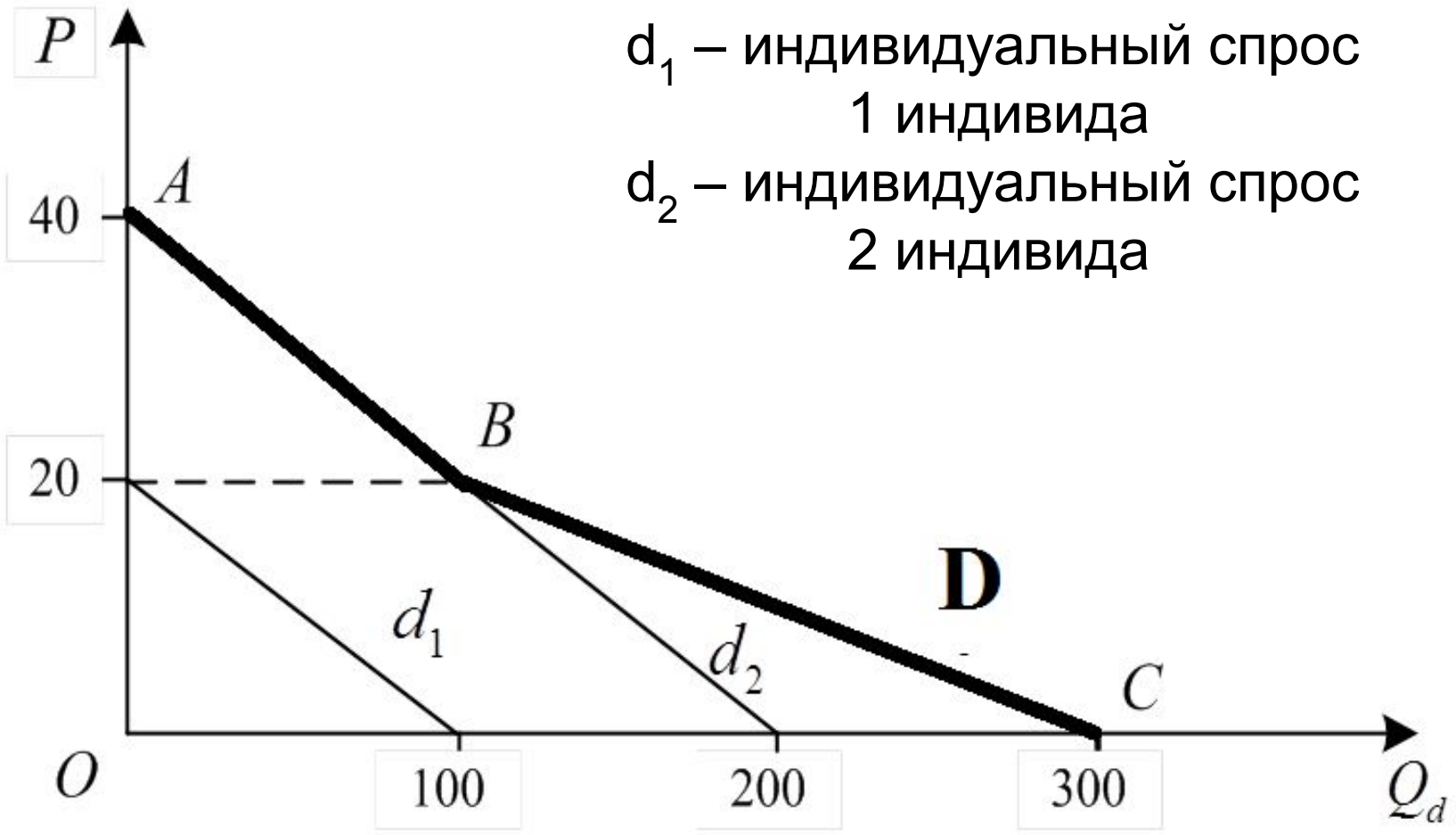
Движение **по кривой**

Неценовые
детерминанты



Движение **всей кривой**

Построение рыночного спроса:



При каждой цене объем спроса всех покупателей складывается!!!

Вопрос 3. Предложение

Предложение –

количество товара, которое производители

намерены¹ поставить на рынок

по разным ценам ²

за определенный период времени ³

Обозначения:

Предложение – Supply – **S**

Цена – Price – **P**

Объем предложения –

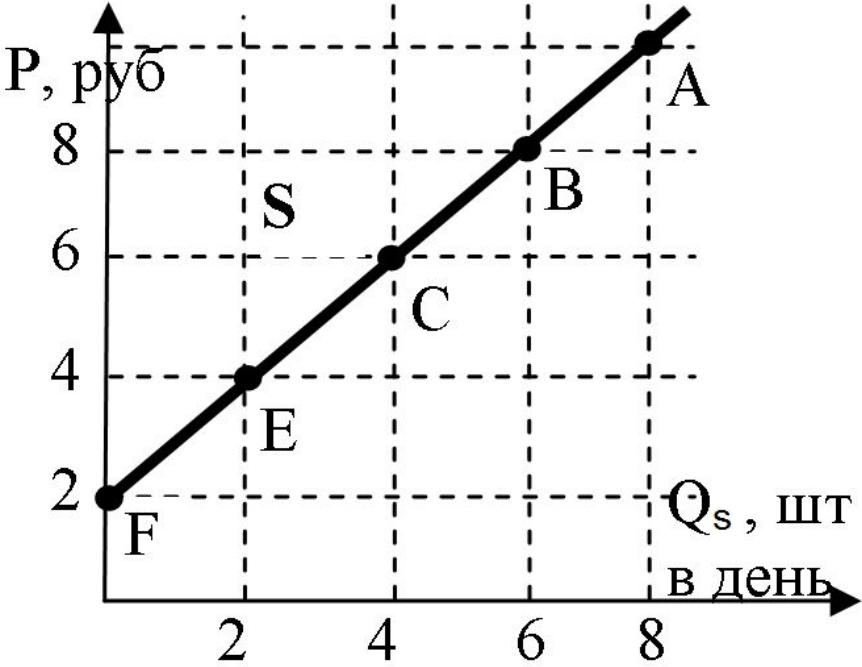
Quantity of supply – **Q_s**

Три формы представления предложения:

1. Таблица

Варианты	A	B	C	E	F
P, руб	10	8	6	4	2
Qs, шт в день	8	6	4	2	0

2. График



3. Функция

$$Q_s = f(P)$$

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

Наклон кривой предложения: $+1/b$ a - любое

Закон предложения

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

Две формулировки:

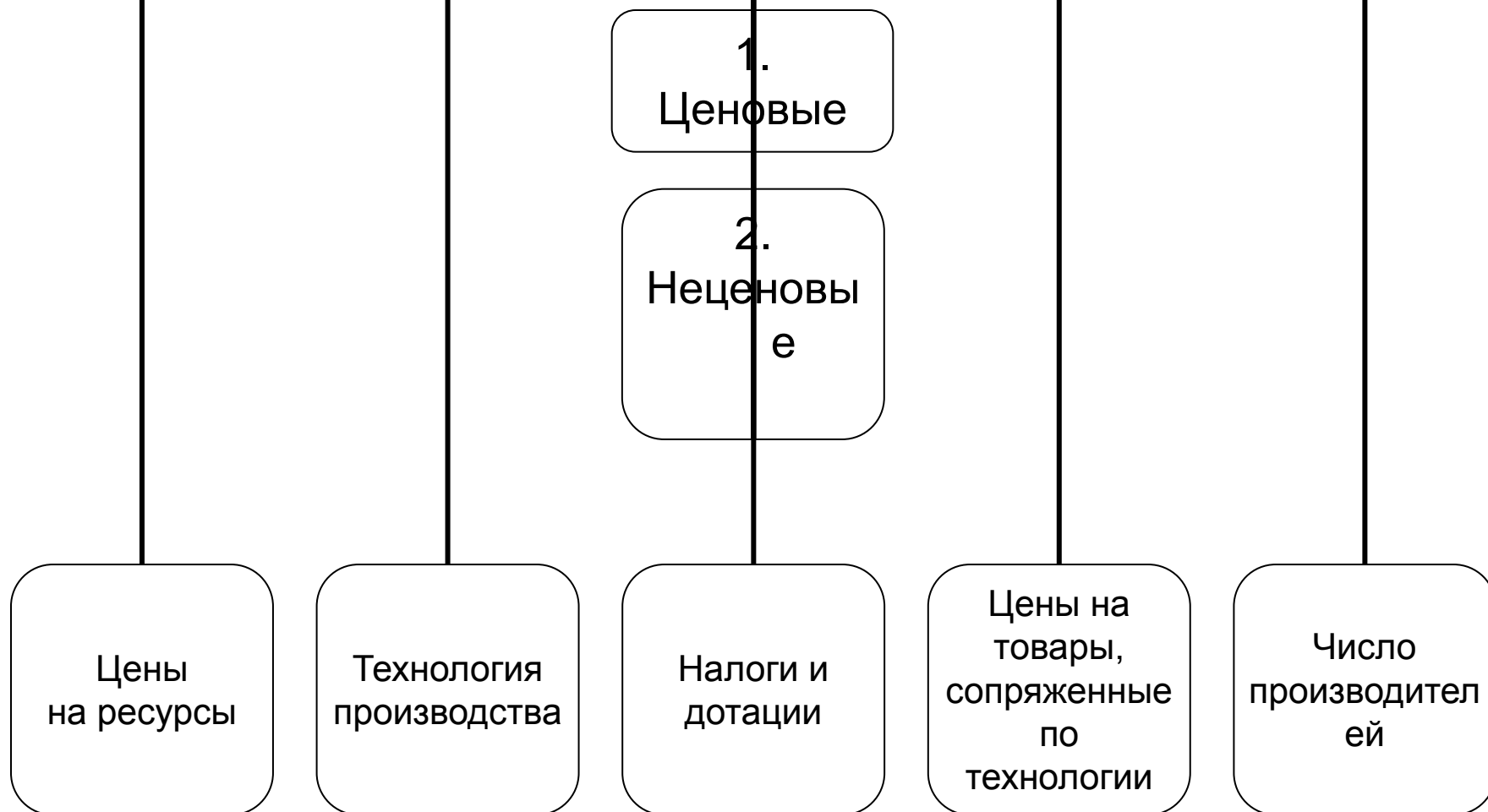
при снижении цены объем предложения падает
при прочих равных условиях
(и наоборот)

прямая зависимость между ценой и объемом предложения при прочих равных условиях (и наоборот)

Обоснование:

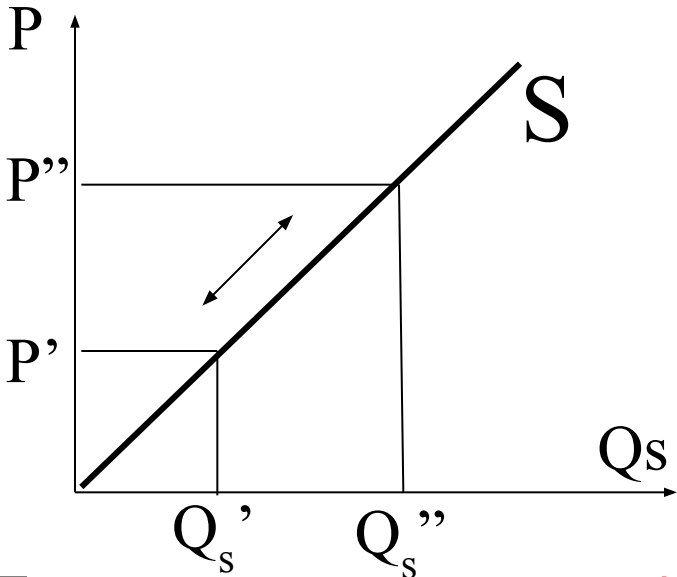
Цена = стимул

Детерминанты предложения = факторы предложения:



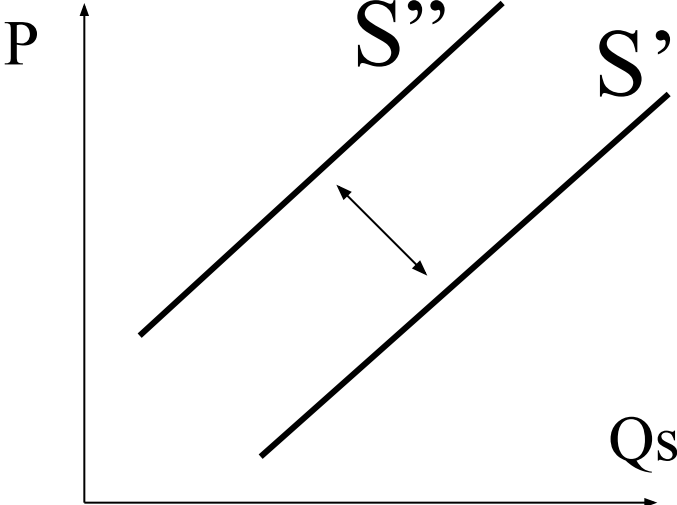
Воздействие на предложение:

Ценовые
детерминанты



Движение по кривой

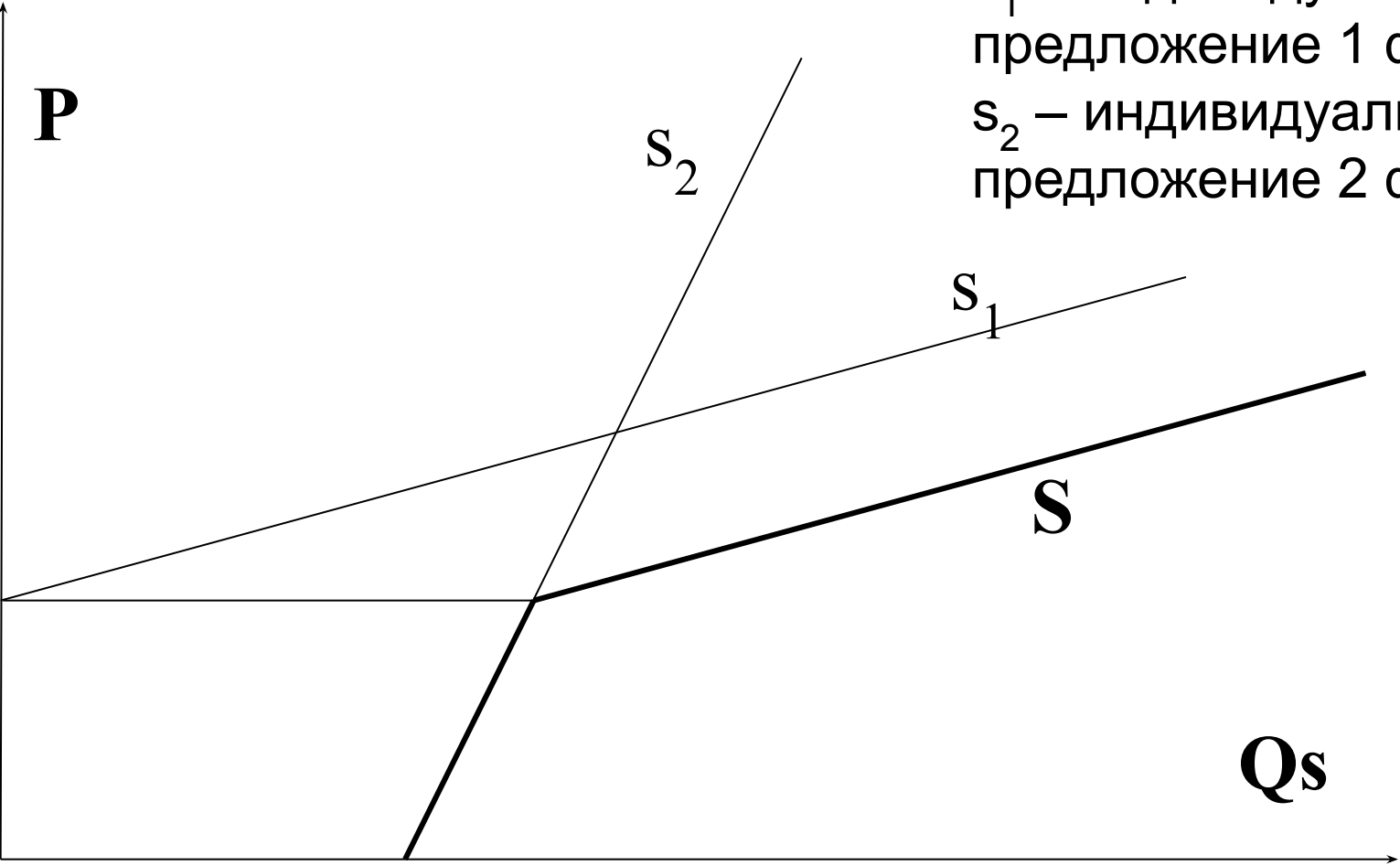
Неценовые
детерминанты



Движение всей кривой

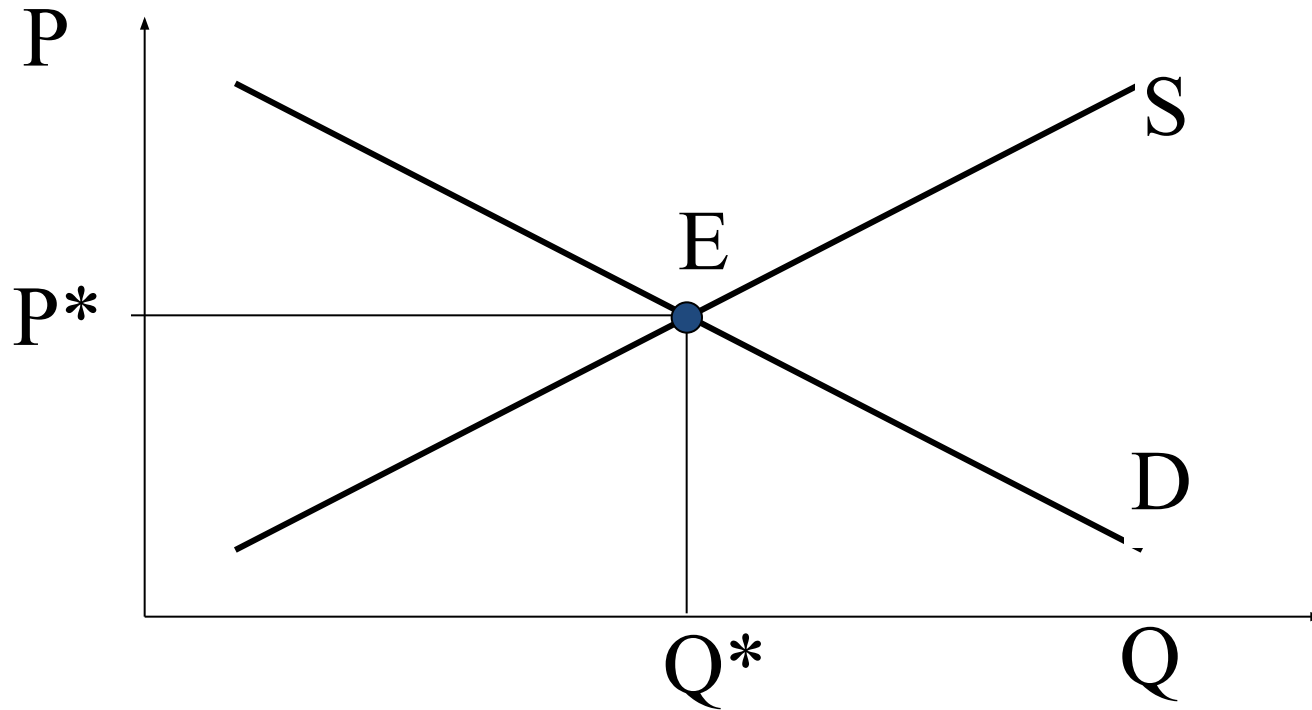
Построение рыночного предложения:

s_1 – индивидуальное предложение 1 фирмы
 s_2 – индивидуальное предложение 2 фирмы



При каждой цене объем предложения всех фирм складывается!!!

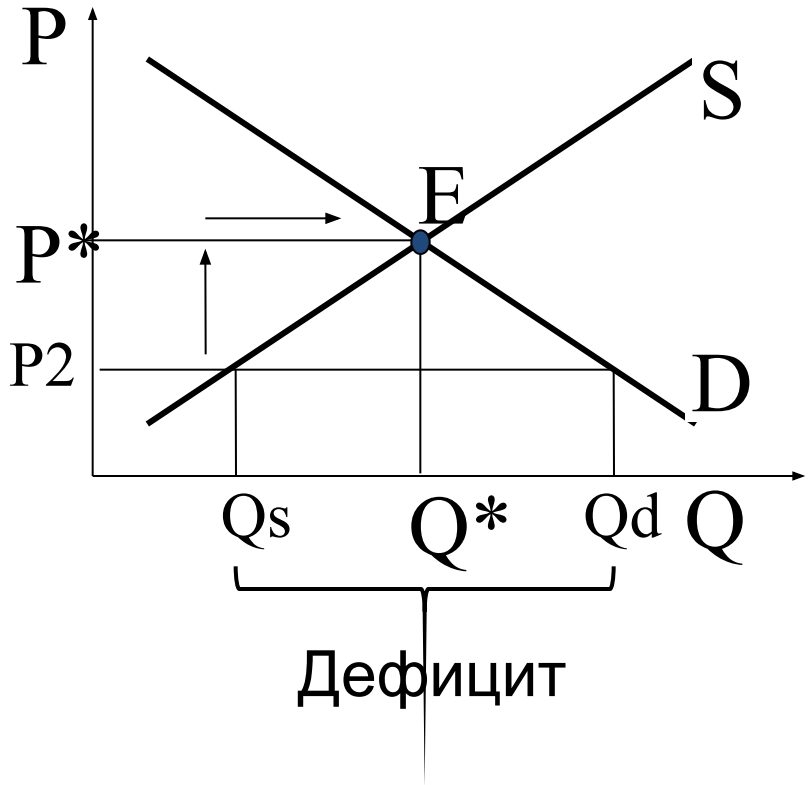
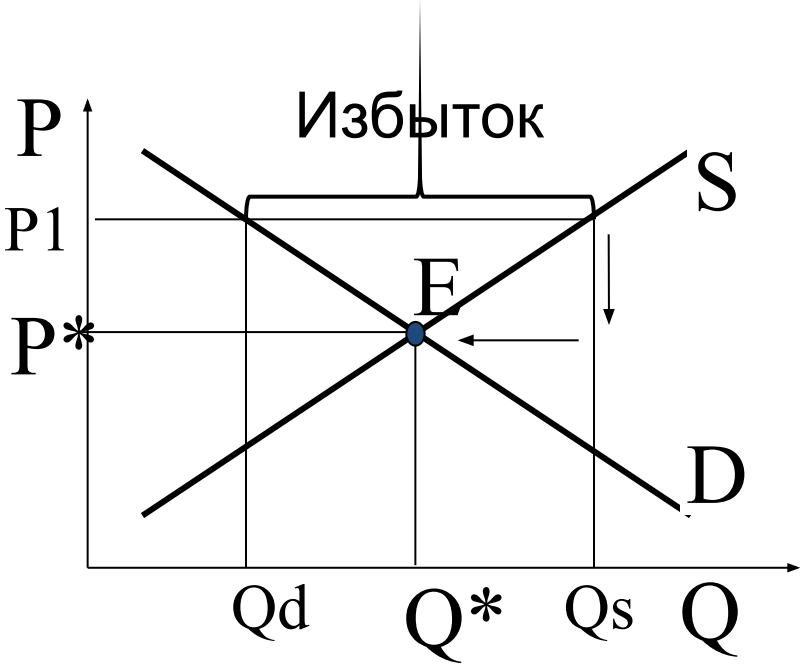
Вопрос 4. Равновесная цена



Обозначения: $P^* = P_e$
 $Q^* = Q_e$
E

Восстановление равновесия (Вальрас):

1 случай: $P_1 > P^*$ 2 случай: $P_2 < P^*$

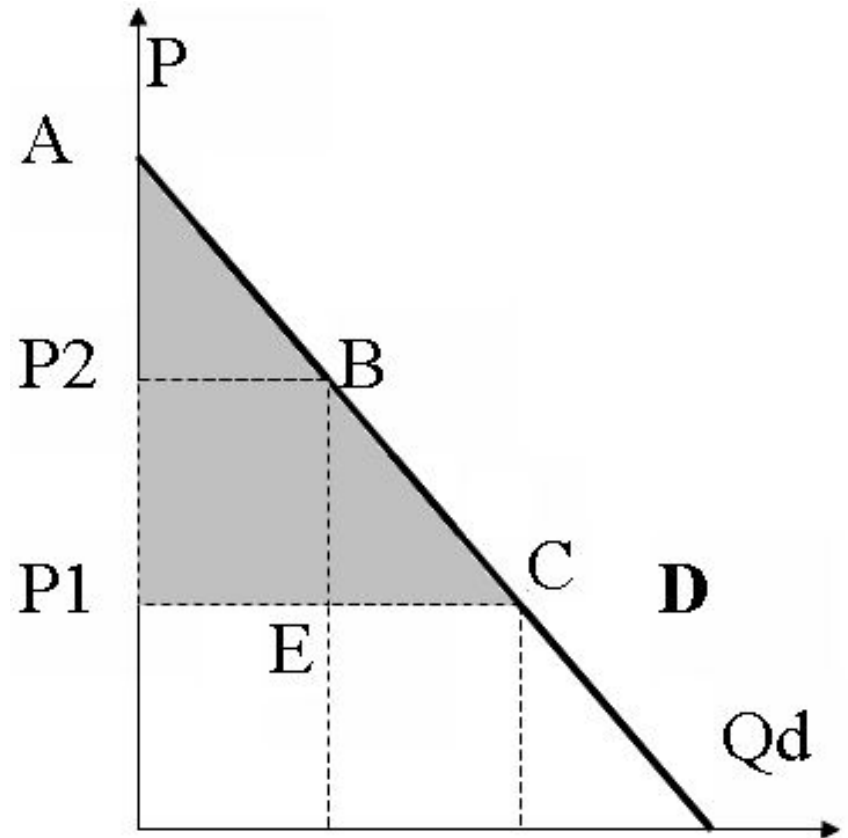


РЫНОЧНЫЕ ИЗЛИШКИ

Излишек потребителя

разница между максимальной суммой, которую потребители готовы были бы заплатить за запрашиваемое количество, и суммой, которую они платят в действительности

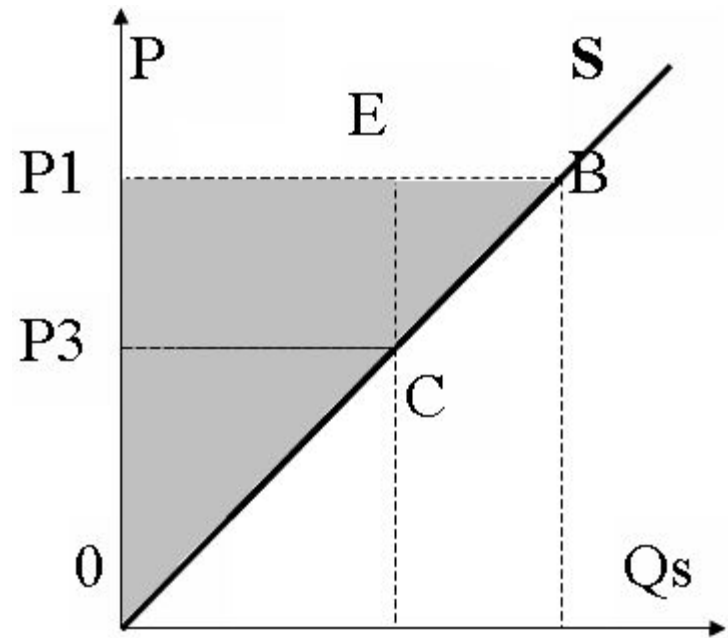
$$S_{\Delta}(ACP_1)$$



Излишек производителя

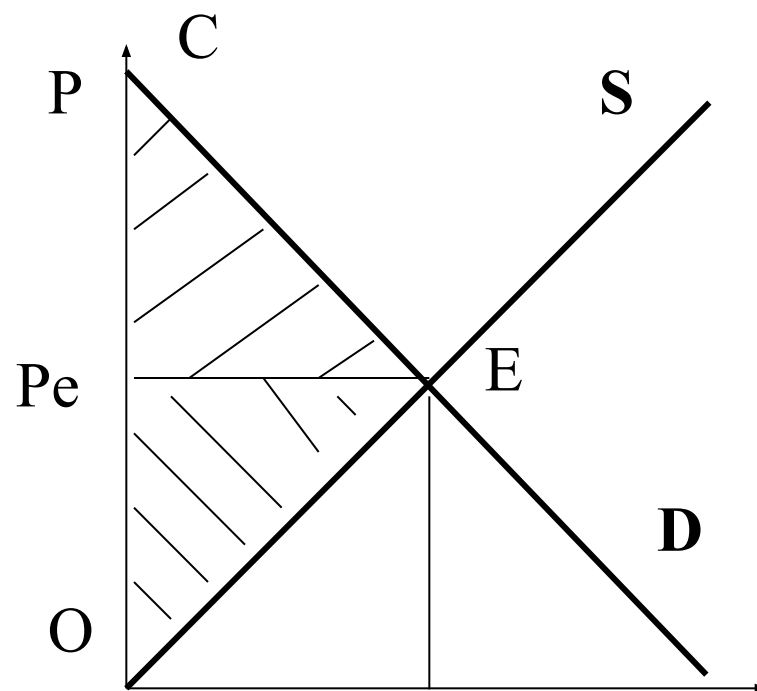
суммарная величина
превышения выручки
над экономическими
издержками
производства

$$S_{\Delta}(P_1, BO)$$



Рыночные излишки и влияние государства

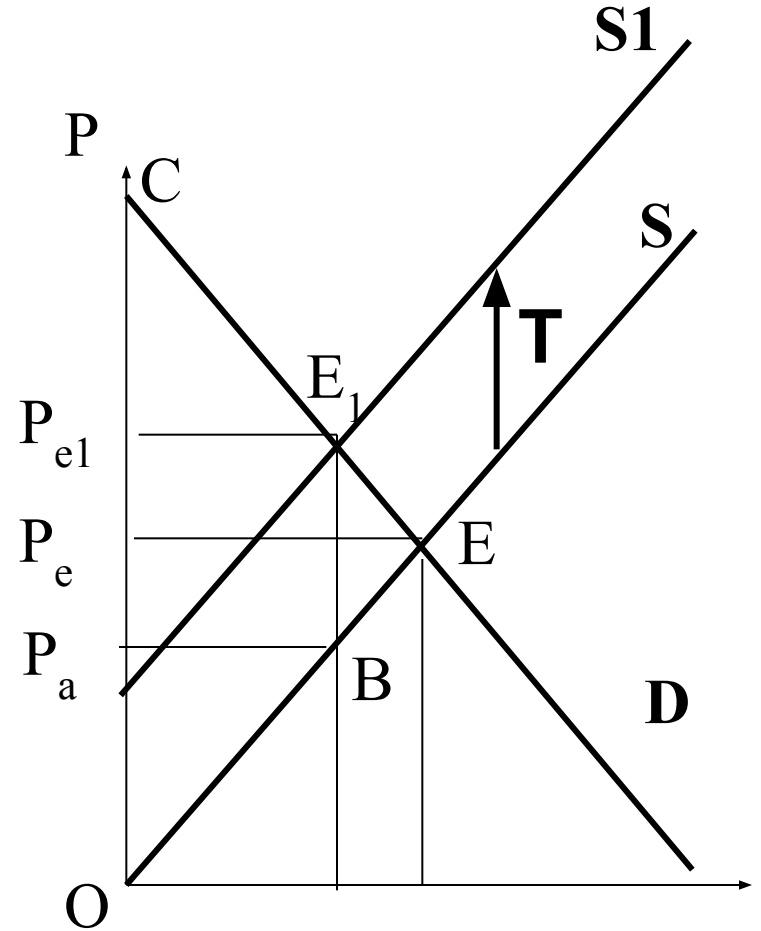
Без вмешательства
государства



Рыночные излишки и влияние государства

Государство вводит налог
на производителя = **T**

Излишек потребителя	$P_{e1}CE_1$
Излишек производителя	OP_aB
Рыночный излишек	OCE_1B
Сумма налога	$P_aP_{e1}E_1B$
Чистые потери общества	BE_1E



Функции равновесной цены:

1. Информационная
2. Стимулирующая
3. Распределительная
4. Координирующая

Вопрос 5. Конкуренция

Конкуренция –
соперничество
между
участниками
рынка за лучшие
условия
производства,
купли и продажи
товаров и услуг



Виды конкуренции

Конкуренция

Внутриотраслевая

Межотраслевая

Методы конкурентной борьбы:

1. Добросовестная

2. Недобросовестная

Ценовая

Неценовая

По продукту

По условиям
продажи



Методы конкурентной борьбы:

2. Недобросовестная

Характеристики:

- получение преимуществ
- противоречит законодательству РФ, обычаям делового оборота
- убытки конкурентов

Методы конкурентной борьбы:

2. Недобросовестная конкуренция - это

- 1) Дискредитация
- 2) Введение в заблуждение
- 3) Некорректное сравнение
- 4) Подделка товарных знаков, имитация
- 5) Интеллектуальная собственность
- 6) Разглашение коммерческой тайны

О защите конкуренции: Федеральный закон РФ от 26.07.06 № 135-ФЗ. – Гл. 2.1

Барьеры - ...

1. Нестратегические	2. Стратегические
<p>1.1. Положительная отдача от масштаба и минимально эффективный выпуск;</p> <p>1.2. Предпринимательские союзы;</p> <p>1.3. Патенты, авторские права, товарные знаки;</p> <p>1.4. Эластичность и темпы роста спроса;</p> <p>1.5. Иностранная конкуренция;</p> <p>1.6. Институциональные барьеры и т.д.</p>	<p>2.1. Ценообразование, ограничивающее вход;</p> <p>2.2. Дифференциация продукта;</p> <p>2.3. Дополнительные инвестиции в оборудование;</p> <p>2.4. Долгосрочные контракты</p> <p>2.5. Недостаток спроса</p>

Естественная М.

Легальная М.

Административная М.

Искусственная М.

Временная М.

Локальная М.

Предпринимательские союзы - ...

Название	Отличительная черта
Картель	соглашение об объемах производства, ценах, рынках сбыта
Концерн	объединение вокруг сильного головного предприятия, общность интересов, договора, капитал, участие в совместной деятельности.
Трест	теряют свою производственно-торговую самостоятельность
Синдикат	однородная продукция, коллективный сбыт через единую торговую сеть

Антимонопольная политика -

комплекс государственных мер, направленных на защиту конкуренции путем предупреждения и пресечения :

- 1) монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
- 2) ограничения конкуренции со стороны государственных органов

Федеральная антимонопольная служба (ФАС)
<http://www.fas.gov.ru/>

О защите конкуренции:
Федеральный закон РФ от 26.07.06 № 135-ФЗ.

Функции ФАС (Ст. 23 выборочно) -

- 1) возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства
- 2) выдает хозяйствующим субъектам предписания
- 10) устанавливает доминирующее положение хозяйствующего субъекта и
- 8) ведет реестр по ним (см. на сайте)

Доминирующее положение (Ст. 5) -

- возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке,

и (или)

- устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов,

и (или)

- затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Вопросы:

1. Вы собрали на даче картофель и положили его в погреб. Является ли картофель товаром?
2. Спрос порождает предложение, а предложение – спрос. Почему же мы рисуем два отдельных графика?
3. Зачем нужна конкуренция? Без нее же спокойнее.

Спасибо за внимание!

Лекция закончена.

Прошу задавать ваши вопросы.