

Спрос - желание и возможность потребителей приобрести определенные товары за определенную цену.

► **Индивидуальный спрос** - спрос отдельного покупателя на конкретный товар.

Цена за ед.	Индивидуальные объемы спроса		
	Татьяна	Галина	Валентина
50	0	10	5
40	0	15	10
30	5	20	15
20	10	25	20
10	15	30	25

► **Рыночный спрос** - спрос всех покупателей на товар при каждой возможной цене

Цена за ед.	Рыночный объем спроса
50	15
40	25
30	40
20	55
10	70

Показатели спроса

Объем спроса

это то количество товара, которое потребители согласны купить по определенной цене

Qd

Цена спроса

максимальная цена, которую покупатель готов заплатить за определенное количество товара.

P

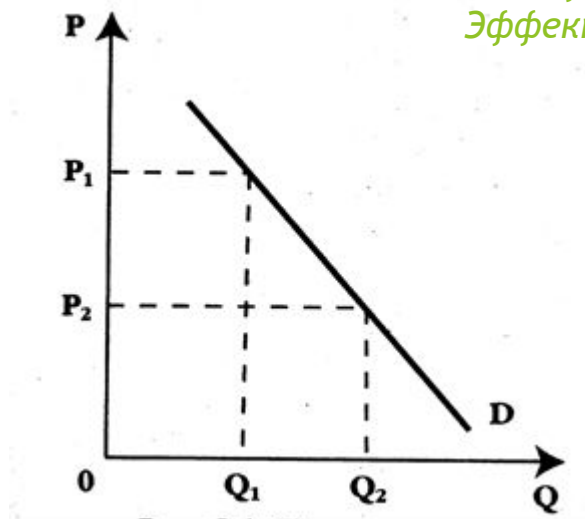
Факторы рыночного спроса

► Ценовые

1. Цена $D=f(P)$.

Закон спроса - это выражение обратной зависимости величины спроса на определенный товар от уровня цен на него (при прочих равных условиях).

Эффект дохода
Эффект замещения



► Неценовые

1. Доходы потребителей.
2. Потребительские вкусы.
3. Число покупателей.
4. Цены на сопряженные товары.
5. Потребительские ожидания.
6. Степень удовлетворения потребностей населения в данном товаре.

Ценовая эластичность спроса

показывает степень количественного изменения спроса в ответ на изменение цены.

Коэффициент эластичности спроса по цене

показывает на сколько процентов изменится объем спроса на товар при изменении цены товара на 1%.

$$E_{dp} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P}$$

где

E_{dp} - коэффициент эластичности,
 ΔQ_d - изменение спроса в %,
 ΔP - изменение цены в % .

или

$$E_{pd} = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_0 + P_1}{Q_0 + Q_1}$$

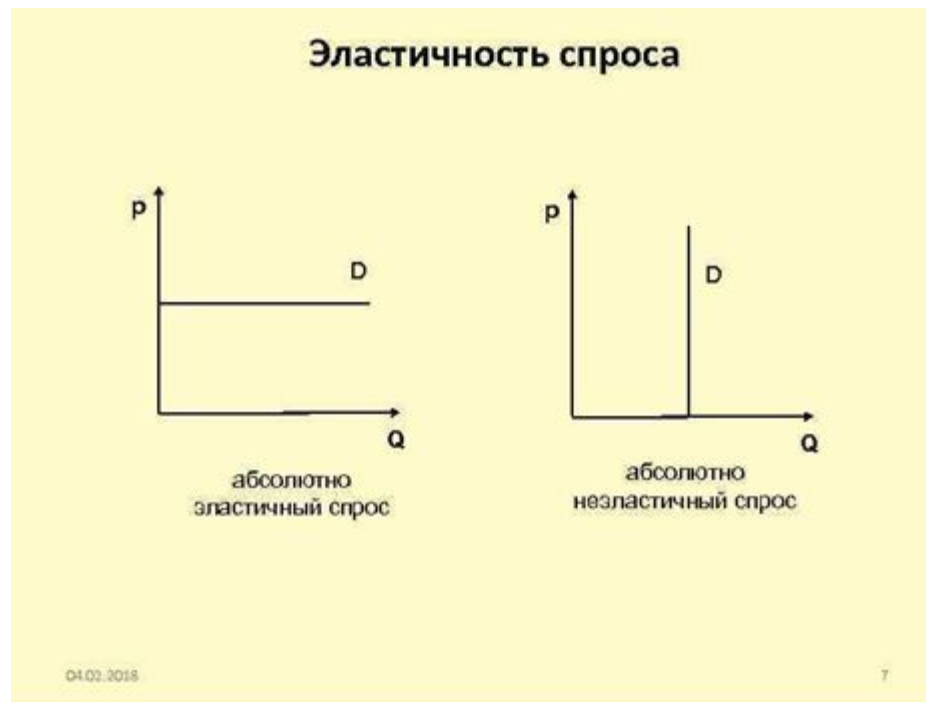
$E_p > 1$ - эластичный спрос (небольшое изменение цены вызывает значительное увеличение спроса);

$E_p < 1$ - неэластичный спрос (очень большое изменение цены лишь незначительно изменяет величину спроса);

$E_p = 1$ - унитарный спрос;

$E_p = 0$ совершенно неэластичный спрос (инсулин)

$E_p = \infty$ совершенно эластичный спрос (на чисто конкурентном рынке).



Эластичность и общая выручка

существует прямая связь между ценовой эластичностью и общей выручкой ($TR=P*Q$)

При эластичном спросе

снижение цены приводит к увеличению общего дохода, увеличение цены приводит к уменьшению общего дохода.

При неэластичном спросе

повышение цены приведет к увеличению общего дохода, а ее снижение - к уменьшению общего дохода.

Факторы, определяющие эластичность:

наличие и доступность товаров-заменителей

временной фактор

доля расходов на товар в потребительском бюджете

важность товара для потребителя.

Доходы потребителей

Нормальные товары	Товары низшей категории
При повышении доходов спрос на эти товары растет	При повышении доходов спрос на эти товары падает

Коэффициент эластичности спроса по доходу

$E_{di} > 0$ нормальный товар

$0 < E_{di} < 1$ товар первой необходимости

$E_{di} > 1$ товар предмет роскоши

$E_{di} < 0$ товар низшего качества

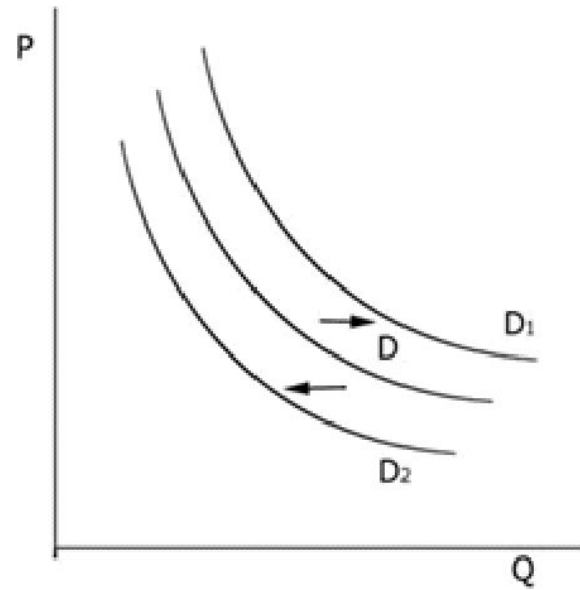
Эластичность спроса по доходу на российском продовольственном рынке

Товар	Коэффициент эластичности	Товар	Коэффициент эластичности
Хлеб, хлебобулочные изделия	0,278	Алкогольные напитки (без водки)	3,237
Мясо, мясные продукты	1,934	Водка и ликеро-водочные изделия	6,512
Рыба и рыбные продукты	0,496	Сыр	2,614
Растительное масло	-0,642	Чай	2,021
Сахар	0,651	Крупы и бобовые	0,439
Кондитерские изделия	2,625	Макаронные изделия	0,843
Картофель	0,258	Овощные консервы	3,132

Источник: Лапушинская Г.К., Баженова Т.Ю. Микроэкономика для менеджеров: концепция эластичности. С. 80

Перемещение кривой спроса под влиянием неценовых факторов

- Под влиянием неценовых факторов происходит изменение спроса. Перемещение кривой D в положение D_1 , при увеличении спроса,
- при уменьшении — в D_2 .



Спрос

Функциональный спрос

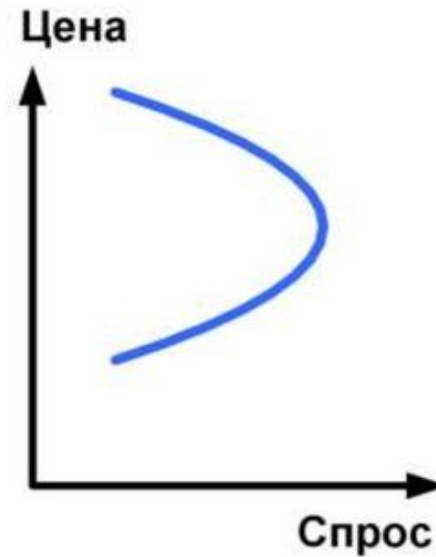
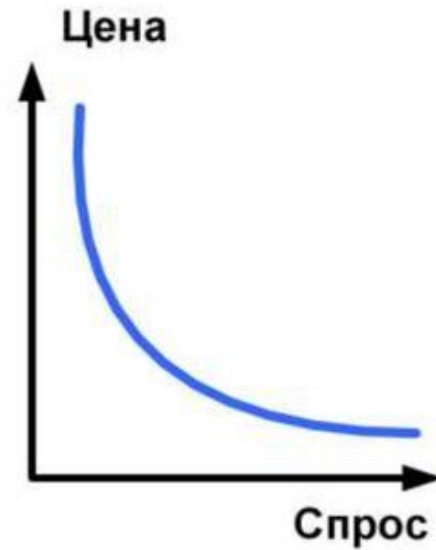
- ▶ Обусловленный исключительно присущими данному благу потребительскими качествами

Нефункциональный

- ▶ Возникает у потребителя не в силу потребительских характеристик товара, а под влиянием каких-либо других факторов
 1. Спрос обусловленный внешними воздействиями на полезность товара.
 - *Эффект массового потребления*
 - *Эффект сноба*
 - *Эффект показательного потребления*
 2. Спекулятивный спрос (в условиях реального или искусственно нагнетаемого дефицита того или иного товара, когда рыночное предложение по какой-либо причине оказывается недостаточным)
 3. Нерациональный (объединяет все покупки, которые не планируются потребителем, а происходит под воздействием внезапного минутного желания, каприза, прихоти)

Эффект Веблена (цена показатель качества) Теория праздного класса

ЗАКОН СПРОСА



Предложение - желание и возможность производителей (продавцов) произвести и предъявить к продаже товар по определенной цене в течение определенного времени.

- ▶ **Индивидуальное предложение** - это предложение товара на рынке от-дельном продавцом.
- ▶ **Рыночное предложение** - предложение товара всеми продавцами на рынке.

Показатели	
объем предложения	цена предложения
то количество товаров, которое готовы продать продавцы по определенной цене	минимальная цена, по которой продавцы согласны продать определенное количество товаров
	P

Факторы рыночного предложения

► Ценовые:

1. Цена

Закон предложения выражает отношение прямой зависимости величины предложения определенного товара от уровня цены на него.



► Неценовые:

1. цены на ресурсы;
2. изменения в технологии производства;
3. налоги и субсидии;
4. цены на другие товары;
5. ожидания;
6. число продавцов;
7. природные условия.

Ценовая эластичность предложения - показывает степень количественного изменения предложения в ответ на изменение цены

➔ Коэффициент эластичности предложения по цене показывает на сколько процентов изменится объем предложения товара при изменении цены товара на 1%.

$$E_{sp} = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P}$$

E_{sp} - коэффициент эластичности предложения,
 ΔQ_s - изменение предложения в %,
 ΔP - изменение цены в % .

- ▶ Если $E_s > 1$ - эластичное предложение (предложение изменяется в большей степени, чем цена);
- ▶ $E_s < 1$ - неэластичное предложение (изменение предложения меньше, чем изменение цены);
- ▶ $E_s = 1$ - унитарный предложение;
- ▶ $E_s = 0$ совершенно неэластичное предложение
- ▶ $E_s = \infty$ совершенно эластичное предложение

Факторы, влияющие на ценовую эластичность предложения

наличие резерва производственных мощностей

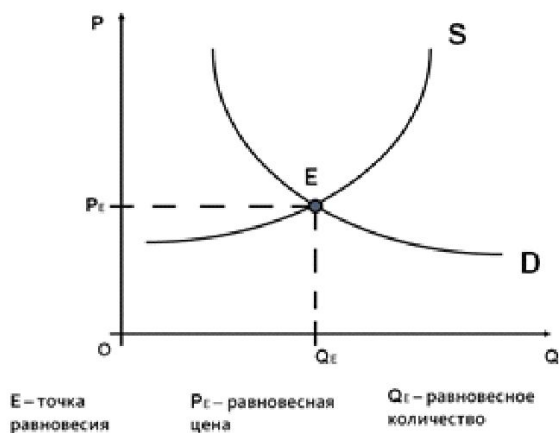
уровня запасов

виды товаров и количество времени, имеющегося в распоряжении производителей, для того, чтобы приспособиться к изменению цены

Рыночное равновесие - это такая ситуация на рынке, при которой конкурентные силы спроса и предложения устанавливают цену, уравнивающую их объемы.



Равновесие на рынке.

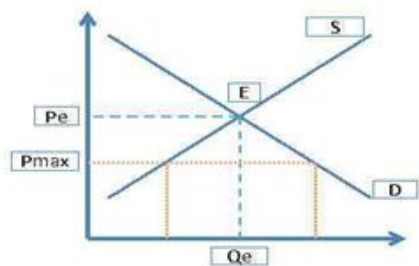


Централизованно устанавливаемые цены

Верхний потолок цены

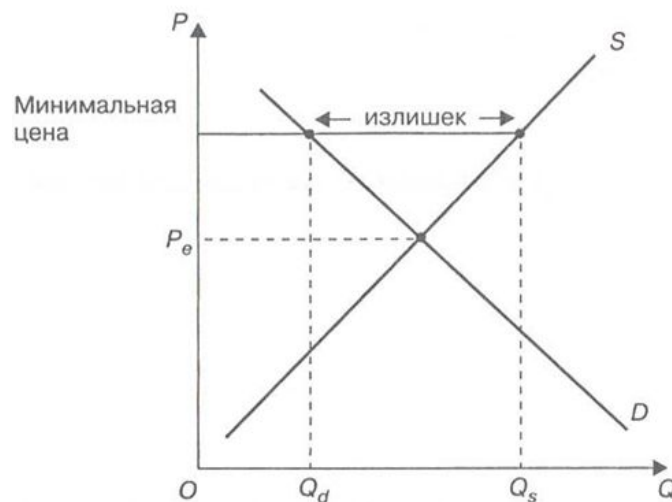
- максимальную цену, которую продавцу разрешается запрашивать за свой товар.

Верхний ("потолок") предел цены установлен на уровне P_{max} , т.е. ниже уровня P_e . (товарный дефицит)



Нижний потолок цены -

минимальная цена, устанавливаемая государством и превышающая цену равновесия.



Конкуренция -

это соперничество, борьба между товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, между потребителями за товары производителей, а также производителями и потребителями за источники доходов.

Функции:

- Регулирующая
- Стимулирующая
- Инновационная
- Санирующая
- Контролирующая

Виды конкуренции

Классификационный признак	Виды конкуренции
По субъектам	Конкуренция среди продавцов Конкуренция среди покупателей Конкуренция среди продавцов и покупателей
По отраслевому признаку	Внутриотраслевая конкуренция Межотраслевая конкуренция
По методам конкурентной борьбы	1. Ценовая конкуренция Неценовая конкуренция 2. Добросовестная Недобросовестная
По структуре рынка	Совершенная конкуренция Несовершенная конкуренция (монополистическая конкуренция, олигополия, монополия).

Типы рыночных структур

Признаки	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число участников	множество мелких фирм	много средних по размеру фирм	несколько крупных фирм	одна крупнейшая фирма
Тип продукта	одинаковый	дифференцированный	одинаковый или дифференцированный	уникальный
Условия вступления в рынок	очень легкие свободные	сравнительно легкие	существенные препятствия	очень трудные
Контроль за ценами	отсутствует	ограничен возможностью замены товара	приоритет ценового лидера	полный контроль

Монополия

исключительное право на осуществление какого-либо вида деятельности, предоставляемое только определенному лицу, группе лиц или государству

Формы:

- ▶ **Естественная** основана на положительной экономии от масштаба, которая столь значительна, что одна фирма может обеспечить продукцией весь рыночный спрос при меньших издержках, чем несколько конкурирующих фирм (ПАО «Газпром», ПАО «РЖД»)
- ▶ **Легальная** защищена патентом, срок действия права на изобретение в РФ составляет 20 лет, на полезную модель - 10 лет, на промышленный образец - 5 лет (можно продлевать, максимальный срок 20 лет)
 - ▶ **Локальная** обусловлена высокими транспортными расходами, способствующими формированию изолированных рынков
 - ▶ **Искусственная** создаваемые ради получения монополистических выгод в формах картелей, синдикатов, трестов, концернов

Монополизация экономики – это объективный процесс, который имеет свои позитивные и негативные стороны

Выигрыш от монополий всегда меньше, чем те потери, которые несет потребитель

Важная задача государства – борьба с монополизацией и поддержка конкуренции

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

СИСТЕМА МЕР, НАПРАВЛЕННАЯ НА УСИЛЕНИЕ И ЗАЩИТУ КОНКУРЕНЦИИ ПУТЕМ ОГРАНИЧЕНИЯ МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ ФИРМ

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

- Антимонопольного законодательство - регулирование структуры отраслей через запрещение предполагаемых слияний фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии
- Административный контроль - объединяет способы воздействия на монополизированное производство.

(ФЗ №135 «О защите конкуренции» от 26.07.2006: **Доминирующим положением** признается положение хозяйствующего субъекта, дающее такому хозяйствующему субъекту возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и доля которого на рынке определенного товара **превышает 50%**.

Таким субъектам **запрещено**: - **установление, поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара;**

- **изъятие товара из обращения, если результатом такого изъятия явилось повышение цены товара;**

- **создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам и т. д.**

- **Организационный механизм** - предполагает антимонопольную профилактику путем либерализации рынков

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России)

является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы

<https://fas.gov.ru>

Управление Федеральной антимонопольной службы по Воронежской
области

<https://voronezh.fas.gov.ru>