

## ЛЕКЦИЯ 4. СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Спрос. Зависимость величины спроса от цены. Неценовые факторы спроса.
2. Предложение. Зависимость величины предложения от цены. Неценовые факторы предложения.
3. Рыночное равновесие. Изменения спроса и предложения и их влияние на цену.
4. Понятие эластичности. Эластичность спроса по цене и доходу. Эластичность предложения по цене.

### **Вопрос 1. Спрос. Зависимость величины спроса от цены. Неценовые факторы спроса.**

Основными ценообразующими факторами являются спрос и предложение.

**Спрос** – это представленная на рынке потребность в товарах, обеспеченная деньгами.

**Объем спроса** – это количество товара, которое покупатели в данный период времени по заданной цене могут приобрести на рынке. Объем спроса зависит от цены данного товара, цены других товаров (товаров-заменителей), доходов покупателей и их вкусов.

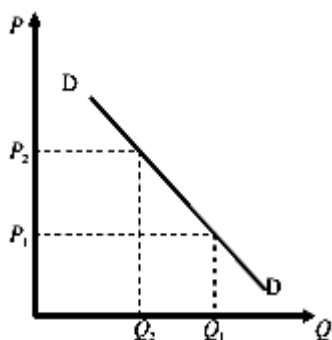
**Цена спроса** – это максимальная цена, которую покупатели готовы платить.

Каждому значению цены товара соответствует определенное значение объема спроса. Такая зависимость носит название функции спроса от цены:

$$Q_D = f(P).$$

Обратная зависимость между ценой товара и его количеством, которое покупатели хотят и могут приобрести, получила название **закона спроса**.

Кривая спроса  $D$  графически показывает объем спроса на товар при каждом значении цены (при прочих равных условиях) (рисунок 4.1).



Цене  $P_1$  соответствует объем спроса  $Q_1$ , цене  $P_2 > P_1$  соответствует объем спроса  $Q_2 < Q_1$ , т.е. чем больше цена, тем меньше объем спроса.

Так как между ценой на товар и объемом спроса на него существует обратная зависимость, **кривая спроса имеет отрицательный наклон**.

Существуют *исключение и несколько отклонений* от закона спроса. Суть первого – парадокса Гиффена – заключается в том, что повышение цены на определенные товары, в первую очередь, продукты питания, не ведет к уменьшению объема спроса на них

**Рисунок 4.1 – Кривая спроса** менее обеспеченной части населения.

Не укладывается в рамки закона спроса и эффект Веблена, суть которого сводится к тому, что повышение цены на ряд товаров (обычно предметы роскоши) приводит к росту объема спроса за счет увеличения объема так называемого престижного спроса. Престижный спрос возникает на те товары, которые, по мнению покупателей, подчеркивают их высокое социальное положение.

Ситуация, влекущая за собой отклонение от закона спроса, возможна и при действии эффекта ожидаемой динамики цен. Если потребители ожидают дальнейшего снижения цены на товар, понижение цены в данный момент времени может сопровождаться сокращением спроса. Если же потребители ожидают повышения цены в будущем, спрос может возрасти в настоящий момент времени.

Цена – не единственный фактор, формирующий спрос. Существуют и другие, неценовые факторы.

**К неценовым факторам спроса** относят:

- изменение доходов;
- цены на сопряженные товары;
- потребительские предпочтения;
- ожидания покупателей изменения их доходов или товарных цен;
- число покупателей.

Так как рынок предполагает наличие множества покупателей, следует различать индивидуальный и рыночный спрос. Рыночный спрос представляет собой сумму индивидуальных объемов

спроса при каждом значении цены.

## **Вопрос 2. Предложение. Зависимость величины предложения от цены. Неценовые факторы предложения**

**Предложение** – готовность продавца продать определенное количество того или иного товара в определенный период времени.

**Объем предложения** – количество какого-либо товара, которое желает продать на рынке отдельный продавец или группа продавцов в единицу времени при определенных условиях.

**Цена предложения** – это минимальная цена, по которой продавец согласен продать определенное количество данного товара.

Каждому значению цены товара соответствует определенное значение объема предложения (если все остальные факторы остаются неизменными). Такая зависимость носит название функции предложения от цены:  $Q_S = f(P)$ .

Прямая связь между ценой товара и объемом предложения при прочих равных условиях носит название закона предложения. Его графическое выражение представляет собой кривую предложения, имеющую положительный наклон.

На рисунке 4.2 изображена линия предложения SS некоторого товара.

При движении вдоль этой линии вправо вверх повышению цен соответствует увеличение объема предложения. Цене  $P_2 > P_1$  соответствует объем предложения  $Q_2 > Q_1$ . Чем выше цена товара, тем прибыльнее его производство, тем большее количество его производители готовы произвести и продать на рынке.



Рисунок 4.2 – Кривая предложения

Основные **неценовые факторы**, влияющие на предложение:

- цены на ресурсы.
- уровень технологии;
- динамика цен на другие товары;
- деятельность государства;
- численность производителей и структура рынка.

Различают индивидуальное и рыночное предложение. Рыночное предложение представляет собой сумму индивидуальных объемов предложения при каждом значении цены.

## **Вопрос 3. Рыночное равновесие. Изменения спроса и предложения и их влияние на цену**

Рынок – это механизм взаимодействия покупателей и продавцов, соотношение спроса и предложения. На рынке интересы покупателей сталкиваются с интересами продавцов. Интерес покупателя состоит в том, чтобы купить качественный товар по более низкой цене. Производитель-продавец заинтересован в продаже товаров с максимальной прибылью. Когда интересы производителей и потребителей совпадают, возникает **равновесие рынка**, т. е. ситуация, когда предложение и спрос совпадают при приемлемой для потребителя и производителя цене.

**Равновесие** – закон каждого конкурентного рынка. Благодаря равновесию на каждом товарном рынке, поддерживается стабильность экономической системы в целом. Уравновешивание спроса и предложения может происходить стихийно или под регулирующим воздействием государства.

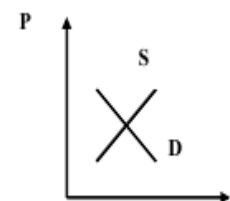


Рисунок 4.3 – Равновесие спроса и предложения

В результате взаимодействия спроса и предложения устанавливается **равновесная цена**. Она фиксируется в точке, в которой пересекаются кривые спроса и предложения. Эта точка называется точкой равновесия, а соответствующая ей цена – равновесной (рисунок 4.3).

Если рыночная цена ниже равновесной, то возникает дефицит, при котором величина спроса превышает величину предложения. Когда же рыночная цена выше цены равновесия, образуется избыток товаров, при котором объем предложения превышает объем спроса.

Если цена поднимется выше точки равновесия, она будет стимулировать наращивание про-

изводства, образуется избыток товара. Между производителями данного товара начнется конкуренция, в результате которой цена на него начнет снижаться, приближаясь к точке равновесия.

Если же цена установится ниже равновесной, она обострит конкуренцию между покупателями. Это приведет к повышению цены, расширению производства и возвращению цены к ее равновесному значению. Так происходит колебание спроса и предложения вокруг цены равновесия и благодаря конкуренции устанавливается рыночное равновесие.

#### **Вопрос 4. Понятие эластичности. Эластичность спроса по цене и доходу. Эластичность предложения по цене**

**Эластичность** выражает изменения соотношения спроса и предложения в зависимости от различных факторов.

**Эластичность спроса** характеризует степень изменения величины спроса при изменении цены товара или дохода покупателей. **Эластичность спроса по цене** показывает, насколько изменится объем спроса на товар в результате изменения цены этого товара. Ценовая эластичность спроса определяется как частное от деления процентного изменения величины спроса на процентное изменение цены. Эластичность спроса по цене можно определить с помощью соответствующего коэффициента, который показывает, на сколько процентов изменится объем спроса на товар при изменении его цены на 1 %.

Разные товары отличаются друг от друга по степени реакции спроса на изменение цены. В зависимости от этого различают товары эластичного спроса, товары неэластичного спроса и товары единичной эластичности спроса. Если с изменением цены объем спроса и, соответственно, продаж изменится на больший процент, чем изменилась цена, то спрос на этот товар будет *эластичным*. Если же изменение цены вызовет незначительное изменение спроса, на меньший процент, чем изменилась цена, то спрос на этот товар *неэластичен*. *Единичная эластичность спроса* имеет место тогда, когда изменение цены вызывает соответствующее изменение величины спроса. В этом случае коэффициент эластичности спроса по цене равен единице.

На эластичность спроса влияют следующие **факторы**: наличие товаров-заменителей; значимость товара для потребителя; доступность товара; степень интенсивности потребности, удовлетворяемой данным товаром.

**Эластичность спроса по доходу** измеряется как отношение процентного изменения спроса на товар к процентному изменению доходов потребителей. Эластичность спроса по доходу можно определить с помощью соответствующего коэффициента, который показывает, насколько изменится спрос на товар при изменении дохода потребителей на 1 %.

**Эластичность предложения** измеряет степень реакции поставщиков товаров на изменение цен. Предложение эластично, когда оно изменяется в большей степени, чем изменилась цена. Предложение неэластично, если его изменение меньше, чем изменение цены.

Эластичность предложения зависит от многих факторов – это резервы производственных мощностей; уровень товарных запасов; количество времени у производителей для того, чтобы отреагировать на изменение цен.

Поскольку предложение связано с изменением производственного процесса, оно медленнее адаптируется к изменению цены, чем спрос. Поэтому фактор времени является важнейшим в определении показателя эластичности предложения. При оценке эластичности предложения рассматриваются краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды.

Под краткосрочным понимается период слишком короткий для осуществления производителем каких-либо изменений в объеме выпускаемой продукции. Предложение в этом случае является неэластичным. Среднесрочный период достаточен для расширения или сокращения производства на уже существующих производственных мощностях, но недостаточен для введения новых мощностей. Эластичность предложения в этом случае повышается. В долгосрочном периоде производитель в состоянии изменить свои производственные мощности, осуществить структурную перестройку производства, обновить оборудование. За это время также возможен приток в отрасль новых фирм или их уход. Эластичность предложения здесь достигает максимальной величины.