

ТЕМА 4. СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

- 4.1. Закон спроса.
- 4.2. Закон предложения.
- 4.3. Рыночное ценообразование.
- 4.4. Целесообразность государственного регулирования цен.
- 4.5. Эластичность спроса и предложения.

4.1. ЗАКОН СПРОСА.

Спрос - это такое количество продукта, которое потребители будут покупать по разным возможным ценам (при прочих равных условиях) в течение определенного периода времени.

Спрос выражает намерения покупателей относительно покупки продукта.

Закон спроса - снижение цены (при неизменности всех прочих факторов) ведет к соответствующему возрастанию величины спроса и наоборот, повышение цены приводит к соответствующему уменьшению величины спроса, т.е. связь между ними обратная.

Следствие закона: при увеличении спроса цена возрастает и наоборот.

Обратная зависимость спроса от цены объясняется следующими **причинами:**

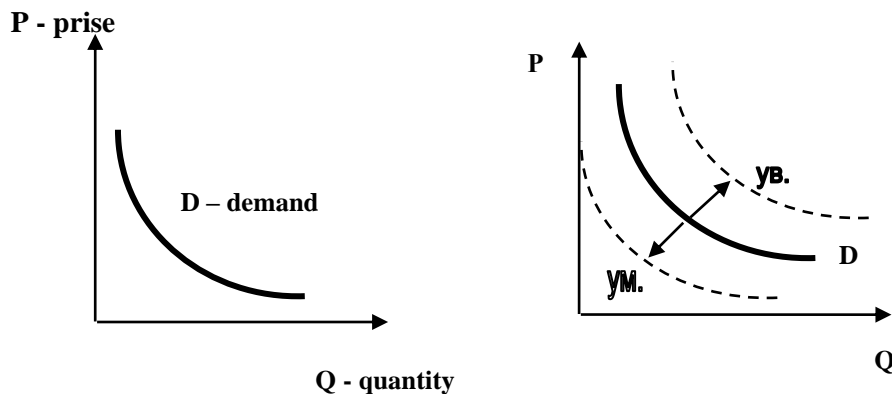
1) Высокая цена отбивает желание купить, а низкая - стимулирует покупку.

2) По закону убывающей предельной полезности каждая последующая единица продукта приносит потребителю все меньшее удовлетворение, поэтому потребители покупают дополнительное количество продукта только при условии снижения цены.

3) На спрос влияют эффект дохода и эффект замещения:

Эффект дохода - при снижении цены увеличивается покупательная способность потребителей и они на тот же доход могут купить больше товаров, что вызывает рост спроса.

Эффект замещения - при более низкой цене данный товар дешевле против аналогичных товаров - заменителей, цены на которые не изменились например, мясо, колбаса, мясные консервы), что вызывает рост спроса на этот товар.



На величину спроса могут влиять неценовые **факторы**: - **детерминанты**, смещающие кривую спроса:

1) Вкусы или предпочтения потребителей - мода (более модные товары пользуются повышенным спросом и наоборот).

2) Число потребителей на рынке (увеличение числа потребителей вызывает увеличение спроса и наоборот).

3) Денежные доходы потребителей (увеличение доходов приводит к увеличению спроса).

4) Цены на связанные с данным сопряженные товары (например, бензин сопряжен с автомобилем, чем меньше цена бензина, тем больше спрос на автомобили).

5) Ожидания потребителей относительно будущих цен и доходов (при прогнозе большой инфляции спрос на товары резко возрастает, т.к. потребители хотят уменьшить свои потери от инфляции и быстрее купить нужные товары пока не возросли цены. При прогнозе большого экономического роста и увеличении доходов спрос на товары возрастает, т.к. потребители начинают увеличивать покупки за счет уменьшения своих резервных денежных запасов в надежде на будущий рост своих доходов).

4.2. ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ

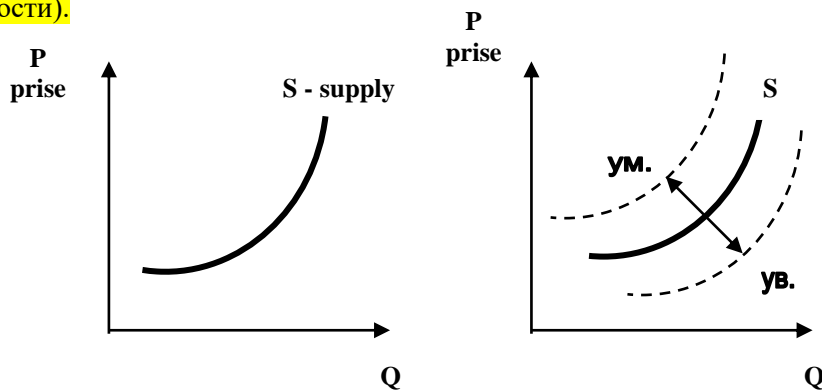
Предложение - это такое количество продукта, которое производители будут предъявлять к продаже по разным возможным ценам (при прочих равных условиях) в течение определенного периода времени.

Предложение выражает намерения производителей относительно продажи продукта.

Закон предложения - повышение цены (при неизменности всех прочих факторов) ведет к соответствующему возрастанию величины предложения и наоборот снижение цены приводит к соответствующему уменьшению величины предложения, т.е. связь между ними прямая.

Следствие закона: при увеличении предложения цена снижается и наоборот.

Прямая зависимость предложения от цены объясняется следующей **причиной:** производитель при большей цене за единицу товара получает большую выручку и прибыль при тех же издержках (себестоимости).



На величину предложения могут влиять неценовые **факторы – детерминанты**, смещающие кривую предложения:

1) Цены на ресурсы, используемые в производстве данного товара и входящие составной частью в издержки (при росте цен на ресурсы увеличиваются издержки, товары дорожают и предложение уменьшается).

2) Технология производства - как делать (совершенствование технологии повышает эффективность производства, снижает издержки на единицу продукции и цены, что способствует увеличению предложения).

3) Налоги и дотации (чем больше налоги на производителей, тем больше они повышают цены на товары, чтобы не потерять прибыль, что вызывает уменьшение предложения. Чем больше дотации от государства, тем меньше издержки на единицу продукции и цены на товары, что вызывает увеличение предложения).

4) Цены на сопряженные товары (чем больше цена бензина, тем больше цена сопряженного с ним автомобиля и меньше предложение автомобилей).

5) Число продавцов на рынке (чем больше продавцов, тем больше предложение).

6) Ожидаемое изменение цен на данные товары (при прогнозе роста цен предложение возрастает).

Закон спроса и закон предложения взаимосвязаны друг с другом: спрос определяет предложение и является главенствующим - чем больше спрос, тем больше предложение и наоборот.

Увеличение спроса за счет неценовых факторов приводит к росту цен на товары, что вызывает увеличение предложения, т.к. при этом растет прибыль производителей.

Снижение спроса за счет неценовых факторов способствует падению цен на товары, что вызывает уменьшение предложения, т.к. снижается прибыль производителей.

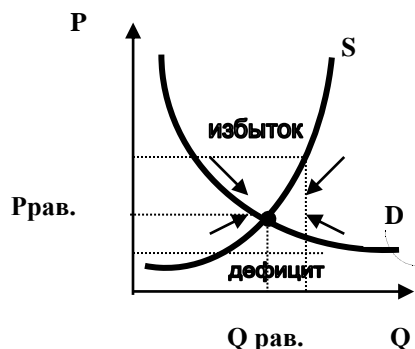
Уменьшение предложения за счет неценовых факторов приводит к дефициту товаров и повышению цен, что снижает спрос на товары.

Увеличение предложения за счет неценовых факторов приводит к избытку товаров на рынке и снижению цен, что вызывает увеличение спроса на товары.

4.3. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Закон рыночного ценообразования: в условия конкурентного рынка равновесная рыночная цена определяется по соотношению спроса и предложения. Она является компромиссом между продавцом и покупателем и устраивает их обоих.

Для объяснения механизма рыночного ценообразования построим объединенный график спроса и предложения.



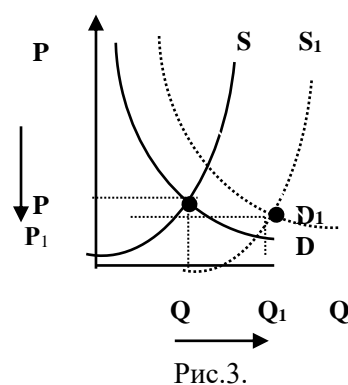
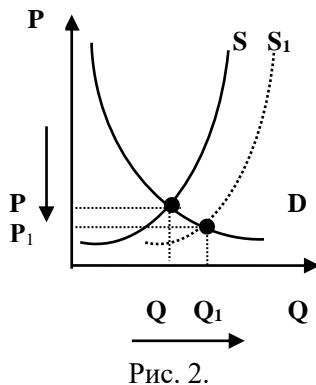
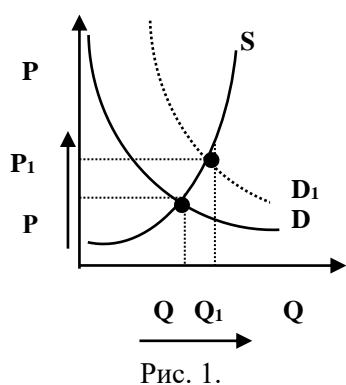
При любой цене **выше равновесной** величина предложения будет больше величины спроса, возникает **избыток продукции**. Это вызывает падение цены, уменьшение предложения производителей и увеличение спроса потребителей. Избыток ликвидируется, равновесие восстанавливается.

При любой цене **ниже равновесной** предложение меньше спроса, возникает **недостаток (дефицит) продукции**. Это вызывает повышение цены, рост предложения производителей и снижение спроса потребителей. Дефицит исчезает, равновесие восстанавливается.

Точка пересечения кривых спроса и предложения показывает **равновесную рыночную цену** на продукт и его равновесное предложение и спрос. **В точке равновесия спрос равен предложению**. Только в этой точке не будет ни дефицита, ни избытка продукции.

На конкурентном рынке без вмешательства государства (по установлению цен) спрос уравнивается с предложением **автоматически**, цена выполняет **уравновешивающую функцию**.

Если спрос и предложение меняются под воздействием неценовых факторов, общее изменение рыночной цены зависит от соотношения изменения спроса и предложения. Для нахождения новой рыночной цены нужно построение графика.



-При увеличении спроса и том же предложении рыночная цена увеличивается (рис.1).

-При увеличении предложения и том же спросе рыночная цена уменьшается (рис.2).

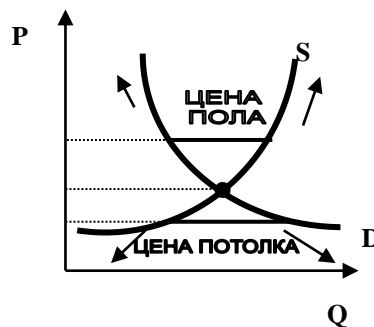
-Если предложение увеличивается в большей степени, чем спрос, то рыночная цена снижается (рис.3).

В чисто рыночной экономике **государственное вмешательство в механизм рыночного ценообразования имеет отрицательные последствия для общества** (т.к. мешает потребителям и производителям найти компромисс друг с другом в виде равновесной рыночной цены, уравновесить спрос и предложение и лучше удовлетворить спрос населения).

4.4. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН.

Если государство в *интересах потребителей* установит **низкие цены на продукцию** без права их повышения (цены потолка), то образуется дефицит продукции. Способность рынка к саморегулированию нарушается. Увеличивается число потребителей с низкими доходами, которые сразу раскупают всю продукцию. Производители при низких ценах имеют низкую прибыль и сворачивают производство, образуется еще больший дефицит. Появляются очереди и черный рынок (где все можно купить по более высоким ценам). Страдает основная масса потребителей, т.к. их спрос не удовлетворяется. Государство не может нормировать распределение продуктов (карточная система) и усилить борьбу с черным рынком, но это малоэффективно.

Если государство в *интересах производителей* установит **высокие цены на продукцию** без права их понижения (цены пола), то образуется излишек продукции. Способность рынка к саморегулированию нарушается. Увеличивается предложение товаров, уменьшается спрос на них, т.к. потребители с низкими доходами вынуждены отказаться от покупок. Образуется еще больший излишек. Страдает основная масса потребителей, их спрос не удовлетворяется. Государство может установить ограничение на производство продукции или само закупает излишки за счет бюджета.



Таким образом, в чисто рыночной экономике устанавливаемые государством цены мешают производителям и потребителям найти компромисс друг с другом в виде равновесной рыночной цены и не способствуют лучшему удовлетворению спроса, т.е. снижают степень удовлетворения общественных потребностей.

Вопреки сказанному государство может регулировать рыночное ценообразование для оптимизации темпов и пропорций экономического развития, борьбы с инфляцией и безработицей, повышения конкурентоспособности продукции, стабилизации социальной системы и смягчения социальной напряженности в обществе.

Государственная ценовая политика включает следующие элементы ценового регулирования:

1. Установление заниженных тарифов на услуги государственных служб (железнодорожный транспорт, почта, телеграф ...) для повышения жизненного уровня населения.
2. Установление заниженных цен на продукцию государственных предприятий, сырьевые и топливно-энергетические ресурсы (минеральное сырье, уголь, электроэнергия, монопольные подакцизные товары, военная и космическая продукция) для недопущения повышения цен на продукцию, в производстве которой используются указанные ресурсы.
3. Регулирование (занижение) цен олигополистов (при сговоре) и монополистов для недопущения получения сверхприбыли этими производителями и лучшего удовлетворения общественного спроса.
4. Снижение таможенных пошлин и установление субсидий на экспортируемую продукцию для повышения ее конкурентоспособности за рубежом.
5. Повышение таможенных пошлин на импортируемую продукцию с целью повышения цен на нее для защиты отечественных производителей.
6. Регулирование налогов на добавленную стоимость и акцизов на отдельные виды продукции для пополнения госбюджета и стимулирования развития отдельных отраслей.
7. Наблюдение за ценами товаров потребительской корзины для измерения стоимости жизни и установления минимальной заработной платы, пенсий и пособий.

Следовательно в ряде случаев государство может регулировать процесс рыночного ценообразования, только очень осторожно и взвешенно, чтобы не подорвать стимулов к производству у производителей и не допустить снижения жизненного уровня потребителей.

4.5. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

4.5.1 Ценовая эластичность спроса

Степень реакции потребителей на изменение рыночной цены может быть различной для разных продуктов и разных пределов изменения цены.

Ценовая эластичность спроса (E_d) - показывает чувствительность спроса потребителей к изменению цены. и рассчитывается по формуле:

$$E_d = I_d\% / I_p\%$$

- $I_d\%$ - процентное изменение количества спрашиваемой продукции,
- $I_p\%$ - процентное изменение цены.

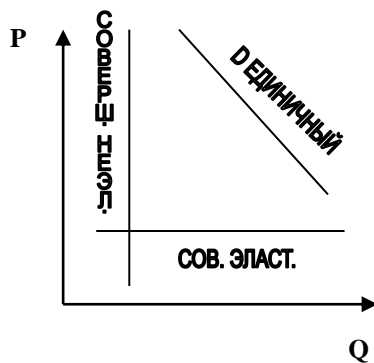
$$I_d\% = I_d / D_{\text{перв.}}$$

- I_d - изменение количества спрашиваемой продукции
- $D_{\text{перв.}}$ - первоначальное количество спрашиваемой продукции.

$$I_p\% = I_p / P_{\text{перв.}}$$

- I_p - изменение цены,
- $P_{\text{перв.}}$ - первоначальная цена.

Если небольшое изменение цены приводит к значительным изменениям количества покупаемой продукции, то **спрос эластичный**. Если существенное изменение цены приводит к небольшому изменению количества покупаемой продукции, то **спрос не эластичный**.



Если $E_d \rightarrow \max$ - спрос совершенно эластичный.

$E_d > 1$ - спрос эластичный.

$E_d = 1$ - единичная (пропорциональная) эластичность.

$E_d < 1$ - спрос не эластичный.

$E_d \rightarrow \min$ - спрос совершенно неэластичный.

Чем больше E_d , тем более эластичный спрос и наоборот.

Выделяют ряд **факторов ценовой эластичности спроса**:

1. Заменяемость продукции (чем больше хороших заменителей данного товара, тем спрос на него более эластичный).
2. Удельный вес затрат на продукцию в доходе потребителя (чем больше удельный вес, тем больше эластичность спроса).
3. Степень необходимости продукции (спрос на предметы первой необходимости - не эластичный, а на предметы роскоши - эластичный).
4. Время (краткосрочный спрос - неэластичный, долгосрочный спрос - эластичный).

4.5.2. Перекрестная эластичность спроса.

Перекрестная эластичность (E_{xy}) показывает чувствительность потребительского спроса на один продукт (X) к изменению цены на другой продукт (Y):

$$E_{xy} = I_{dx} \% / I_{py} \%$$

- $I_{dx} \%$ - процентное изменение количества спрашиваемого продукта X ,

- $I_{py} \%$ - процентное изменение цены продукта Y .

Определение E_{xy} позволяет определить степень взаимозаменяемости и взаимодополняемости товаров.

Если $E_{xy} > 0$ - продукты взаимозаменяемые (масло и маргарин).

$E_{xy} = 0$ - продукты независимы друг от друга - нейтральные (масло и автомобили).

$E_{xy} < 0$ - продукты взаимодополняемые (бензин и автомобиль).

4.5.3. Эластичность спроса по доходу.

Эластичность спроса по доходу (E_d) показывает чувствительность потребительского спроса на продукты при изменении дохода потребителей (жизненного уровня, состояния экономики):

$$E_d = \Delta Q_d \% / \Delta I \%$$

- ΔQ_d % - процентное изменение количества спрашиваемой продукции.

- ΔI % - ное изменение дохода потребителя %.

Если $E_d > 0$ - то данный товар относится к высшей категории качества и является перспективным для производителей при улучшении экономики и увеличении доходов населения.

$E_d = 0$ - данный товар независим от уровня доходов.

$E_d < 0$ - данный товар относится к низкой категории качества и является неперспективным для производителей при улучшении экономики и увеличении доходов населения.

E_d - применяется при прогнозировании перспективы производства тех или иных товаров в зависимости от состояния экономики страны.

4.5.4. Эластичность предложения.

Эластичность предложения (E_s) показывает чувствительность производителей по выпуску продукции к изменению рыночных цен.

$$E_s = \Delta Q_s \% / \Delta P \%$$

- ΔQ_s % - процентное изменение количества предлагаемой продукции.

- ΔP % - процентное изменение цены.

Если производители чувствительны к изменению цен - предложение эластичное и наоборот.

$E_s > 1$ - предложение эластично

$E_s = 0$ - единичная эластичность предложения

$E_s < 1$ - предложение неэластично

Важнейшим фактором, влияющим на эластичность предложения, является **количество времени**, имеющегося в распоряжении производителя для реагирования на изменение цены:

1. В краткосрочном периоде предложение неэластично;

2. В долгосрочном периоде предложение эластично.

