

# Тема: «Эластичность предложения»

---



# В своей курсовой работе

- я подробно рассматриваю одно из этих понятий – предложение. В главе 1 своей работы я рассматриваю предложение как экономическую категорию, а также теории и школы предложения. В главе 2 я уделяю особое внимание сути закона предложения и эластичности предложения и ее видам.

# Экономические школы

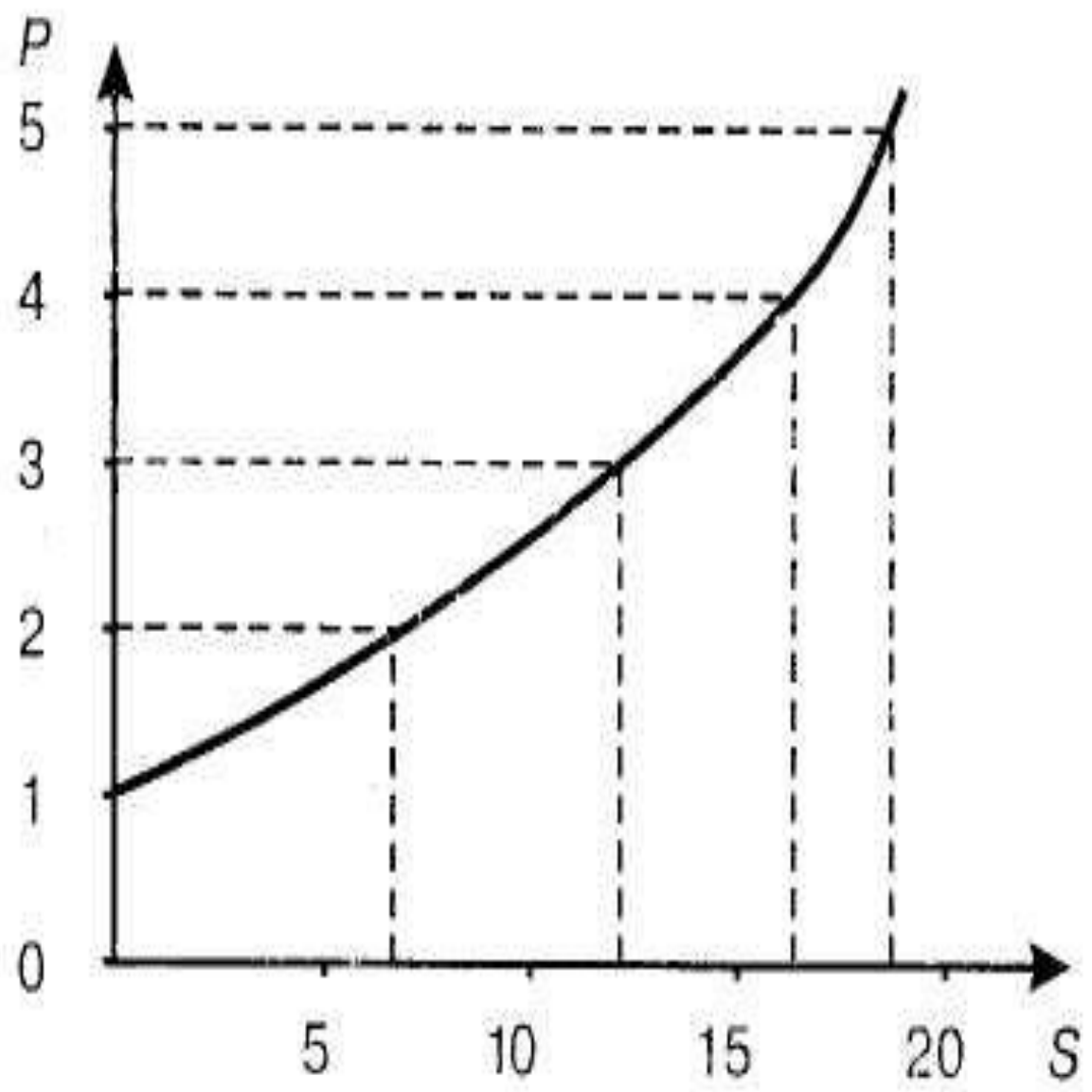
- О предложении говорили многие экономисты, такие как Вильфредо Парето (1848 -1923), Адам Смит (1723 - 1790), Альфред Маршалл (1842-1924). Этой проблемы касались лозанская школа (математическая школа), неоклассическая школа.

## Сущность предложения. Объем и структура предложения

- . Под предложением западные экономисты понимают чье-либо желание продать товар. Объем предложения при этом составляет то количество товара, которое продавцы готовы предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.
- *Предложение* — это товары, которые находятся на рынке или могут быть туда доставлены. Следует различать натурально-вещественную (по ассортименту) и стоимостную (выраженную в деньгах, ценах сумму товаров) формы товарного предложения.
- *Объем и структура предложения* характеризуют экономическую ситуацию на рынке со стороны продавцов (производителей) и определяются размерами и возможностями производства, а также той долей товаров, которая направляется на рынок, ибо часть производимой продукции потребляется в производстве.
- 
- *К товарному предложению* относятся все товары, находящиеся на рынке, включая товары в пути. Оно формируется за счет объема структуры товарной продукции производства, товарных запасов и импорта. На него оказывают влияние возмещение естественной убыли в торговле, расходы на уценку и снижение цен.
- 
- Объем предложения у каждого производителя, как правило, меняется *в зависимости от цены*. Если цена окажется низкой, то продавцы предложат мало товаров, придержат часть его на складе. Если же цена будет высокой, то они предложат рынку много товара. Когда же цена существенно возрастет и окажется очень высокой, то производители постараются увеличить предложение товара, попытаются сбывать даже бракованные изделия.
- Предложение товаров на рынке во многом зависит от издержек производства — производственных затрат, которые многие экономисты определяют как важнейший фактор, воздействующий на предложение.
- 
- 
- На объем предложения, кроме самого товара, оказывают влияние и такие факторы, как цены взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров, уровень технологии, деятельность государства, налоги, перспективные ожидания, степень монополизации производства и рынка и т.д.

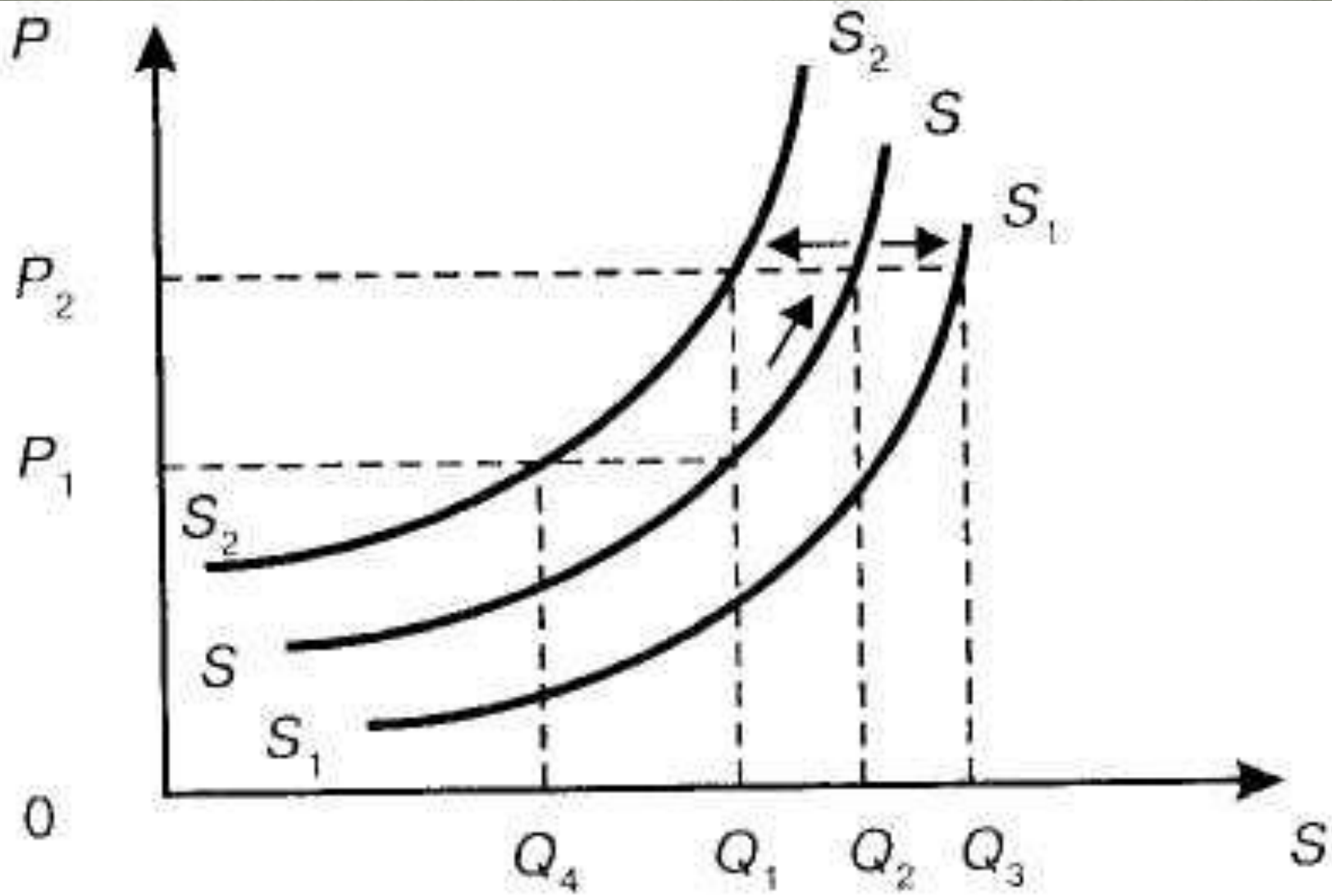
# Суть закона предложения

- На рынке складывается определенное соотношение между рыночными ценами и количеством товаров, которое производители желают предложить покупателям.
- Эту зависимость можно также отразить графически, применив систему координат. Пусть ось абсциссы ( $O$ ) служит для обозначения товара, доставленного на рынок, а ось ординат обозначает движение цены ( $P$ ). При ситуации, когда при цене 5 дол. за единицу товара предложение товара составит 18 единиц, при цене 4 дол. — 16 единиц, при цене 3 дол. — 12 единиц, при цене 2 дол. — семь единиц и при цене 1 дол. — ни одного изделия. График предложения получит форму кривой предложения.



S (supply) —  
предложение

- Кривая предложения показывает, какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени. На графике кривая предложения представляет собой плавно изогнутую и поднимающуюся кверху кривую. Она иллюстрирует зависимость между рыночными ценами и количеством продукции, которое производители изъявляют готовность произвести и продать. Эту зависимость Курно описал математически в виде формулы:
- $S = f(P)$ ,
- где  $S$  — предложение;  $P$  — цена;  $f$  — функция.
- Курно назвал ее законом изменения предложения. *Суть закона изменения предложения состоит в том, что объем предложения товара увеличивается при росте цены и уменьшается при ее снижении.*
- На кривую предложения всевозрастающее влияние оказывает технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменить предложение товара. Форма кривой предложения товара обусловлена во многом технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при изготовлении данного товара. Если мобильность производства и используемых в нем ресурсов высока, то кривая предложения имеет более пологий вид, т.е. незначительное изменение цен означает существенное увеличение предложения товара. Когда же увеличение производства требует больших затрат ресурсов и труда, кривая предложения более крутая.
- Предложение является функцией всех факторов, определяющих его изменение:
- $S = f(P, P_r, K, T, N, B)$ ,
- где  $P_r$  — цены ресурсов;  $K$  — характер применяемой технологии;  $T$  — налоги и субсидии;  $N$  — количество продавцов;  $B$  — прочие факторы.
- Таким образом, функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов.
- Необходимо различать изменение предложения и изменение объема предложения. Объем предложения меняется тогда, когда изменяется только цена товара. Изменение предложения происходит, когда изменяются другие факторы, которые раньше принимались за постоянные. Предположим, что используется новая технология, которая позволяет при тех же затратах выпустить больше продукции. Тогда кривая предложения сдвигается вправо в положение  $S_2$ . Сдвиг будет означать, что при каждой цене производитель предложит большее количество товара. Так, при цене  $P_1 - Q_2 > Q_1$ , а при цене  $P_2 - Q_3 > Q_2$





- 
- Если увеличиваются налоги, растут издержки потребления, кривая предложения смещается влево в положение  $S_2 S_2$ . Сдвиг будет означать, что при каждой цене производитель предложит меньшее количество товара ( $Q_4$ ).

# Эластичность предложения

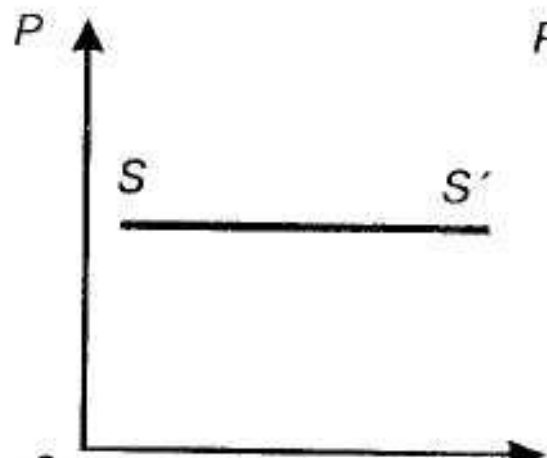
## Эластичность предложения

- 
- «Эластичность» в русском языке обозначает гибкость, плавность. Необходимость использования этого термина в экономической теории обусловлена тем, что экономический анализ удобнее вести не на основе показателей в физических единицах, имеющих количественные ограничения, а на основе показателей, устанавливающих зависимость между относительными, процентными изменениями параметров, исключающих такие ограничения.
- Термин «эластичность» в экономической науке используется для измерения соотношения взаимообуславливаемых переменных: цен и количества (объема) проданных или купленных товаров. На пример, если цена на телевизор возросла на 5%, насколько изменится количество их продаж за тот или иной интервал времени? Или, как изменится спрос на телевизоры, если доходы населения возрастут на 10%?
- Наиболее удобной, унифицированной единицей измерения эластичности выступает *процент*. Процентное исчисление способно показать степень изменения любой экономической переменной, независимо от того, какими были исходные единицы измерения – в деньгах, тоннах, штуках, метрах. В предпринимательской практике чаще всего используют процентное изменение одной переменной в результате; 1%-ного изменения другой.
- Степень изменения объема предложения в зависимости от изменения цены характеризует *эластичность предложения по цене*. Мерой этого изменения является *коэффициент эластичности предложения*, который рассчитывается как отношение объема предложения (в %) к росту цен (в %), т.е. по формуле:
- где  $E$  – коэффициент эластичности предложения,  $S$  – предложение,  $P$  – цена.
- Измерив эластичность предложения по цене, можно получить ответ на вопрос, насколько производство той или иной продукции реагирует на изменение цены.
-

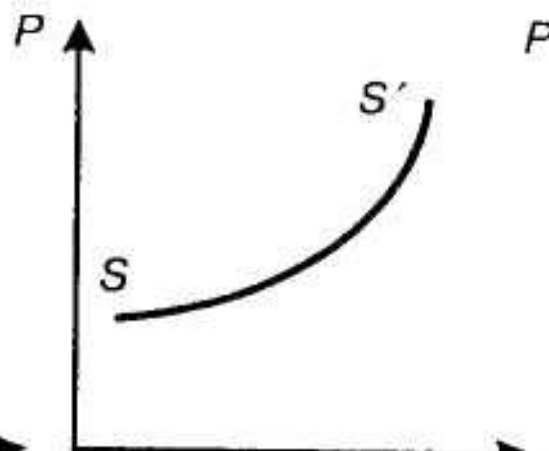
# Виды эластичности предложения

- **Виды эластичности предложения**

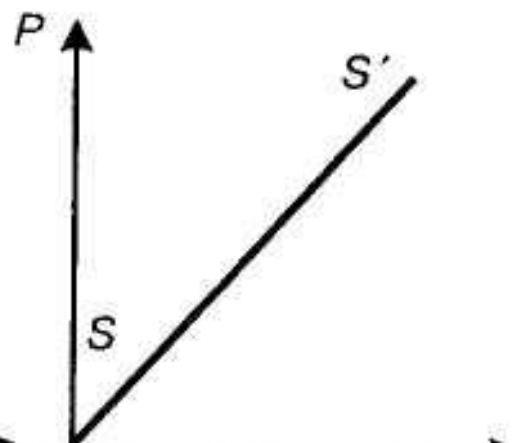
- 
- Предложение, поскольку оно связано с изменением производственного процесса, медленнее адаптируется к изменению цены, чем спрос. Поэтому фактор времени является важнейшим в определении показателя эластичности.
- Обычно при оценке эластичности предложения рассматриваются три временных периода:
  - краткосрочный,
  - среднесрочный,
  - долгосрочный.
- Под краткосрочным понимается период, слишком короткий для осуществления каких-либо изменений в объеме выпускаемой продукции.
- Среднесрочный период достаточен для расширения или сокращения производства на уже существующих производственных мощностях, но недостаточен для введения новых мощностей.
- Долгосрочный период предполагает расширение или сокращение фирмой своих производственных мощностей, а также приток новых фирм в отрасль при расширении спроса на данную продукцию или уход из нее при сокращении последнего.
- Эластичность предложения служит показателем относительного изменения предложения в соответствии с относительным изменением рыночной цены. Если предлагаемое количество товара остается неизменным для перепродажи по любой цене, то имеет место неэластичное предложение. Когда же малейшее уменьшение цены товара вызывает сокращение предложения до нуля, а малейшее увеличение цены обуславливает увеличение предложения, то имеем дело с абсолютно эластичным предложением.
- Различают пять вариантов эластичности предложения (рис.3). Эластичность предложения равна нулю, когда кривая предложения вертикальна. Здесь предложение не изменяется от того, что возрастает цена. Например, кривая предложения картины Шишкина "Утро в лесу" является совершенно неэластичной, так как в наличии имеется фиксированное количество (одна картина), которое не может быть увеличено, как бы высоко ни поднялась цена. Эластичность предложения обычно бывает больше на протяжении длительного времени, чем в короткие сроки. Это вызвано приспособлением производителей к более высокой цене. Эластичность предложения меняется под воздействием технического прогресса, изменения качественного и количественного состава используемых ресурсов. Усиление ограниченности ресурсов, применяемых при производстве того или иного товара, ведет к уменьшению значения эластичности предложения.



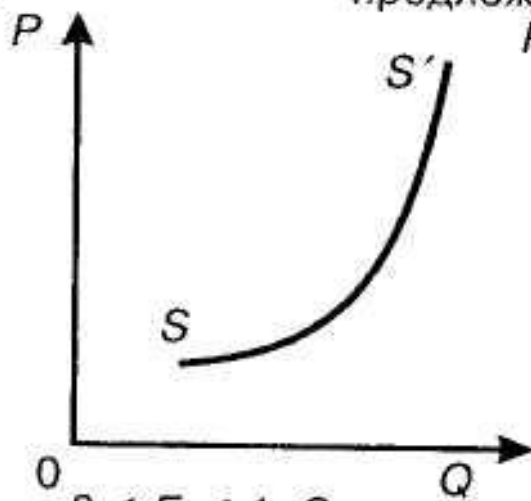
$E_s = \infty$ . Полностью эластичное предложение



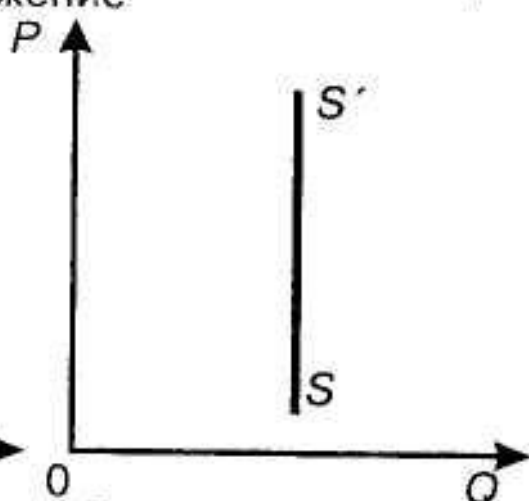
$1 < E_s < \infty$ . Относительно эластичное предложение



$E_s = 1$ . Эластичность равна единице



$0 < E_s < 1$ . Относительно неэластичное предложение



$E_s = 0$ . Жесткое (абсолютно неэластичное) предложение

# Заключение

## ● Заключение

- 
- Любой рынок состоит из покупателей, желающих приобрести товары, и поставщиков, желающих товары продать. Каждая из этих сторон стремится максимально полно удовлетворить собственные потребности при любой установленной на товар цене, однако каждая из них находится во власти своего сдерживающего фактора: покупатели сдерживаются ограниченностью своего бюджета, а поставщики – ограниченностью своих технологических возможностей. Наличие этих сдерживающих факторов приводит к тому, что при неизменности всех прочих условий, но изменении цены на товар, спрос и предложение будут изменяться. Характерная кривая спроса, отражающая зависимость количества товара, которое покупатели готовы купить, от цены на данный товар, является убывающей. Характерная кривая предложения, отражающая зависимость количества товара, которое поставщики готовы продать, от цены на данный товар, является возрастающей. Конкретное положение кривой спроса и кривой предложения в осях {цена, количество} определяется рядом неценовых параметров спроса и неценовых параметров предложения. Степень чувствительности изменений спроса и предложения к изменениям цены на товар или любого неценового параметра принято описывать коэффициентом эластичности. Если существующая на рынке цена на данный товар ниже или выше цены, для которой объем спроса совпадает с объемом предложения, то образуется соответственно дефицит или профицит товара на рынке, при существовании которых отслеживание покупателями и поставщиками своих интересов по максимально полному удовлетворению своих потребностей приводит к изменению существующей цены в направлении к равновесной цене, что не исключает варианта колебаний цены на товар вокруг равновесного значения при слишком больших корректировках первоначальной цены.
- В настоящей работе за кадром в силу ограниченности темы остались многие конкретные ситуации, в которых взаимодействие и структура спроса и предложения имеют, естественно, свои особенности.
- Например, для рынка ресурсов, используемых для производства другого товара, принципиальной является прибыль от последующих поставок готовых изделий, и увеличивать потребление ресурсов (т.е. значение спроса на них) целесообразно лишь пока прирост их общей стоимости за счет покупки дополнительной единицы ресурса меньше, чем прирост дохода от продажи дополнительного количества готовых изделий, поставленных благодаря данной дополнительной единице купленного ресурса. Для выяснения, каким образом себя будет вести кривая рыночного (отраслевого) долгосрочного предложения, принципиальным становится влияние роста отрасли на цены используемых в данной отрасли ресурсов; если благодаря своим увеличившимся размерам отрасль получает возможность приобретать необходимые ресурсы по более низким ценам, то кривая долгосрочного отраслевого предложения будет убывающей.
- Или, например, при выяснении характера кривой совокупного спроса, т.е. объемов национального производства, которые готовы купить все потребители страны при различном совокупном уровне цен, становится принципиальным влияние изменений уровня цен в стране на процентные ставки, инфляционные ожидания потребителей и спрос на импортные товары. При выяснении характера кривой совокупного предложения определяющим становится наличие в стране свободных для дополнительного использования ресурсов.