

Тема 3. Теория спроса и предложения

3.1. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос

3.2. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение

3.3. Рыночное равновесие. Равновесная цена

3.4. Эластичность спроса и предложения.

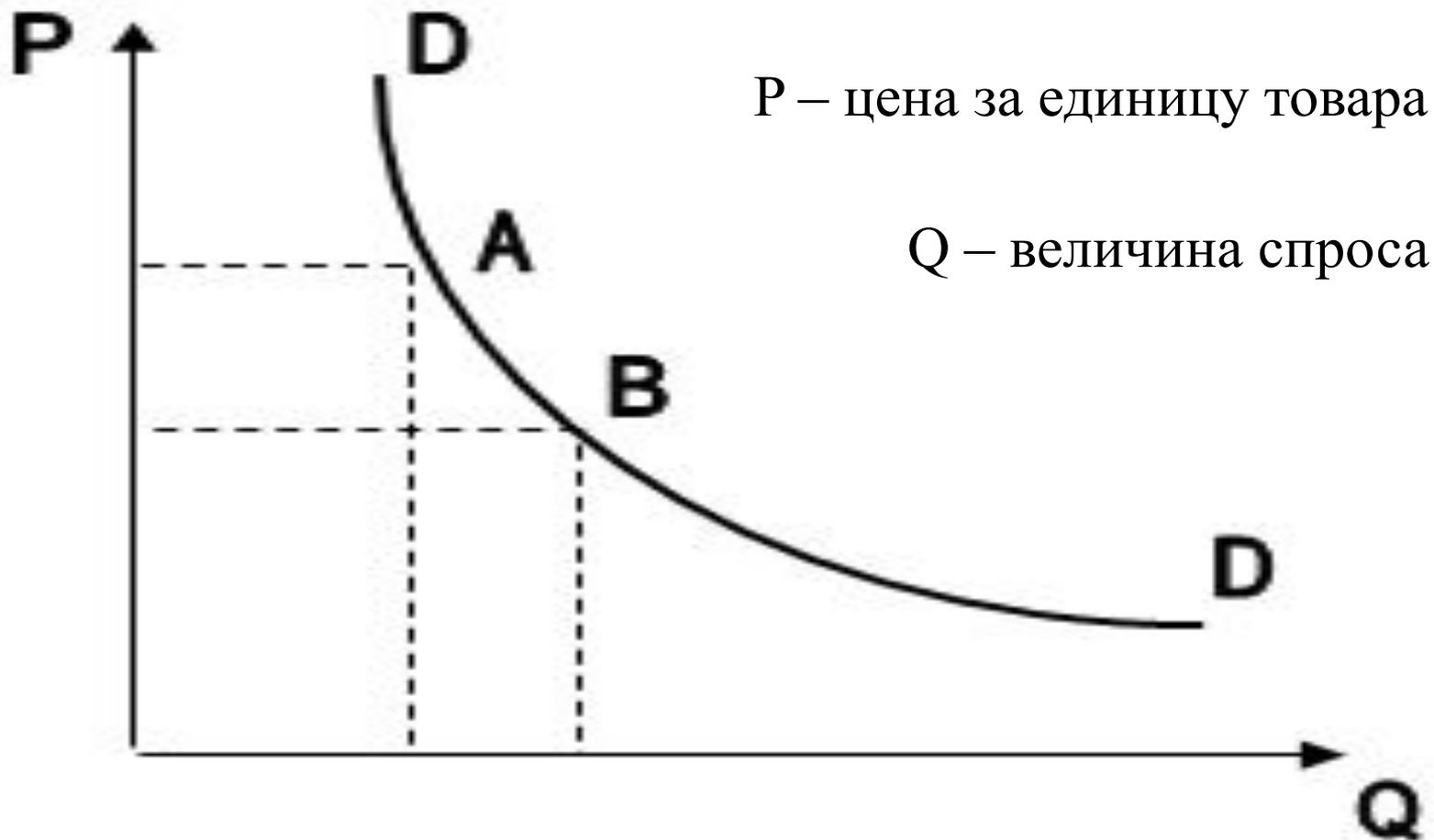
При изменении цены товара происходит два типа изменений

1. Изменение цены одного товара меняет средний уровень цен всех товаров, что изменяет реальный доход потребителя и заставляет его снизить уровень всех покупок, в том числе и покупок данного товара.
2. Изменение цены данного товара заставляет покупателя менять структуру покупок, уменьшать объём покупок данного товара и увеличить покупки других товаров.

Спрос – это количество продукта, которое потребители готовы и в состоянии купить по некоторой цене из возможных в течение определённого периода времени цен.

Закон спроса: при неизменности всех прочих параметров снижение цены ведёт к увеличению величины спроса и, наоборот, повышение цены (при прочих равных условиях) ведёт к соответствующему уменьшению величины спроса (обратная зависимость).

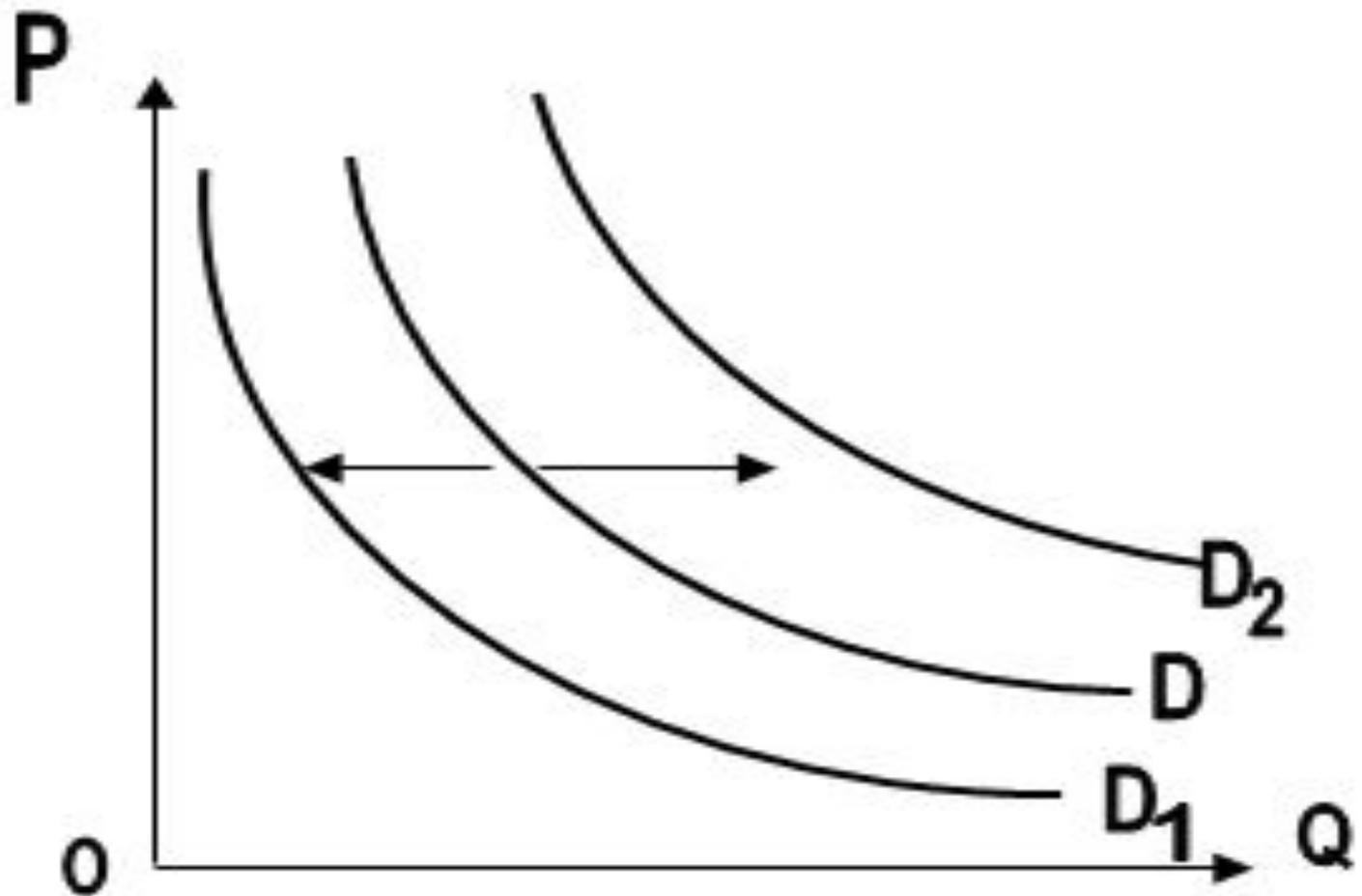
Кривая спроса



Кроме цены, на спрос влияют и другие факторы:

- увеличение (сокращение) доходов потребителя;
- изменение вкусов и предпочтений;
- ценовые и дефицитные ожидания;
- колебания расходов на рекламу;
- изменение цен товаров — субститутов и
комплементарных товаров;

Сдвиг кривой спроса вправо или влево



Движение вдоль кривой спроса отражает *изменение величины спроса*: чем выше цена, тем ниже величина и, наоборот, чем ниже цена, тем выше величина спроса.

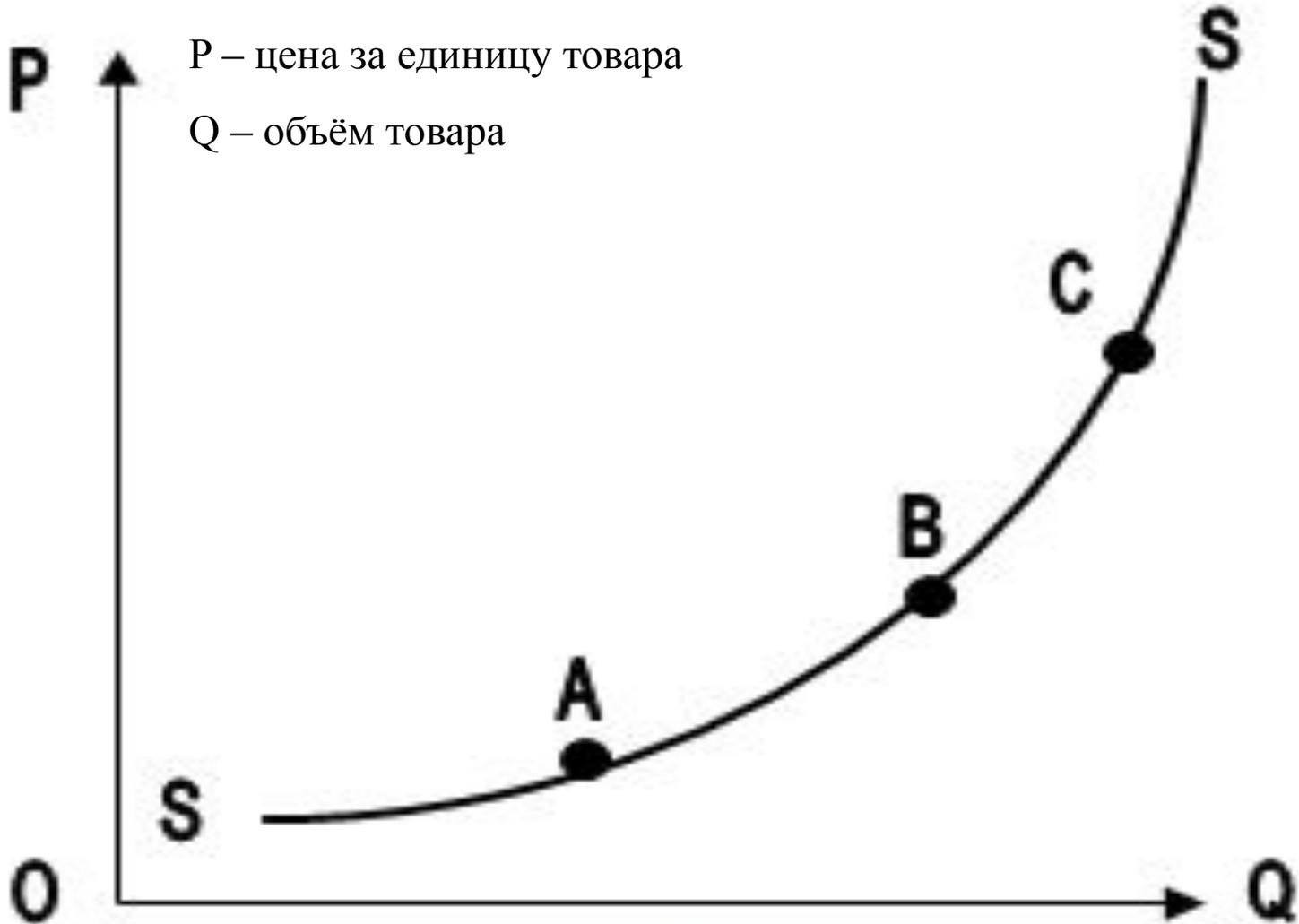
Сдвиг кривой спроса влево или вправо отражает *изменение спроса*: он происходит под влиянием факторов, определяющих кривую спроса.

3.2. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение

Предложение – количество продукта, которое производитель желает и способен произвести и доставить на рынок по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определённого периода времени.

Закон предложения. - прямая связь между ценой и количеством предлагаемого продукта

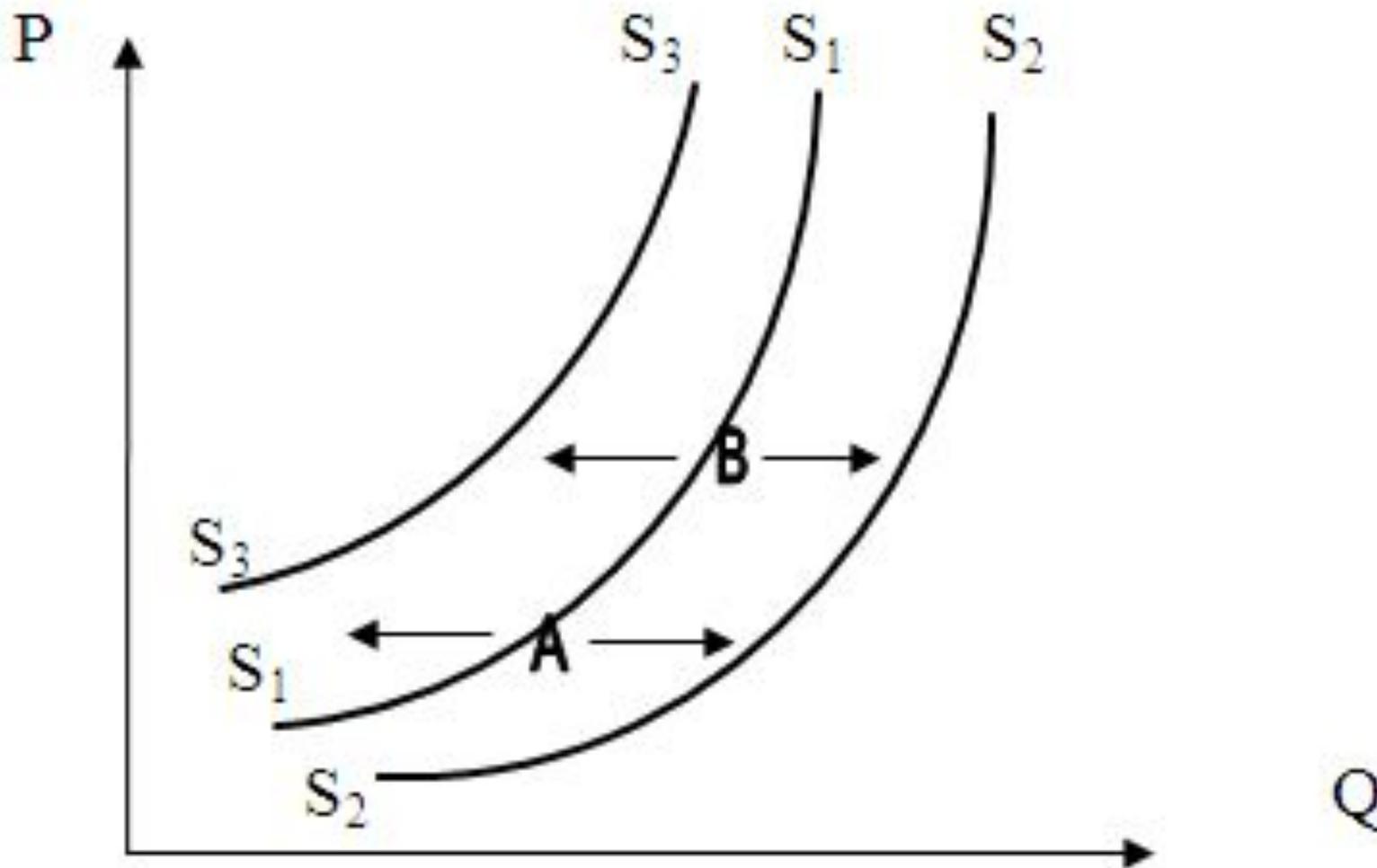
Изображённая кривая предложения S



Кроме цены, на предложение влияют:

1. Цены факторов производства
2. Технология производства.
3. Налоги и дотации.
4. Ожидания изменения цен.
5. Число продавцов на рынке.

Смещение кривой предложения



Изменение в предложении выражается в смещении всей кривой предложения вправо или влево (S_1 к S_2 ; S_1 к S_3).

Изменения величины предложения означают передвижение с одной точки на другую точку на постоянной кривой предложения. Причиной такого передвижения является изменение цены на рассматриваемый продукт (передвижение на кривой S_1 от точки А к точке В).

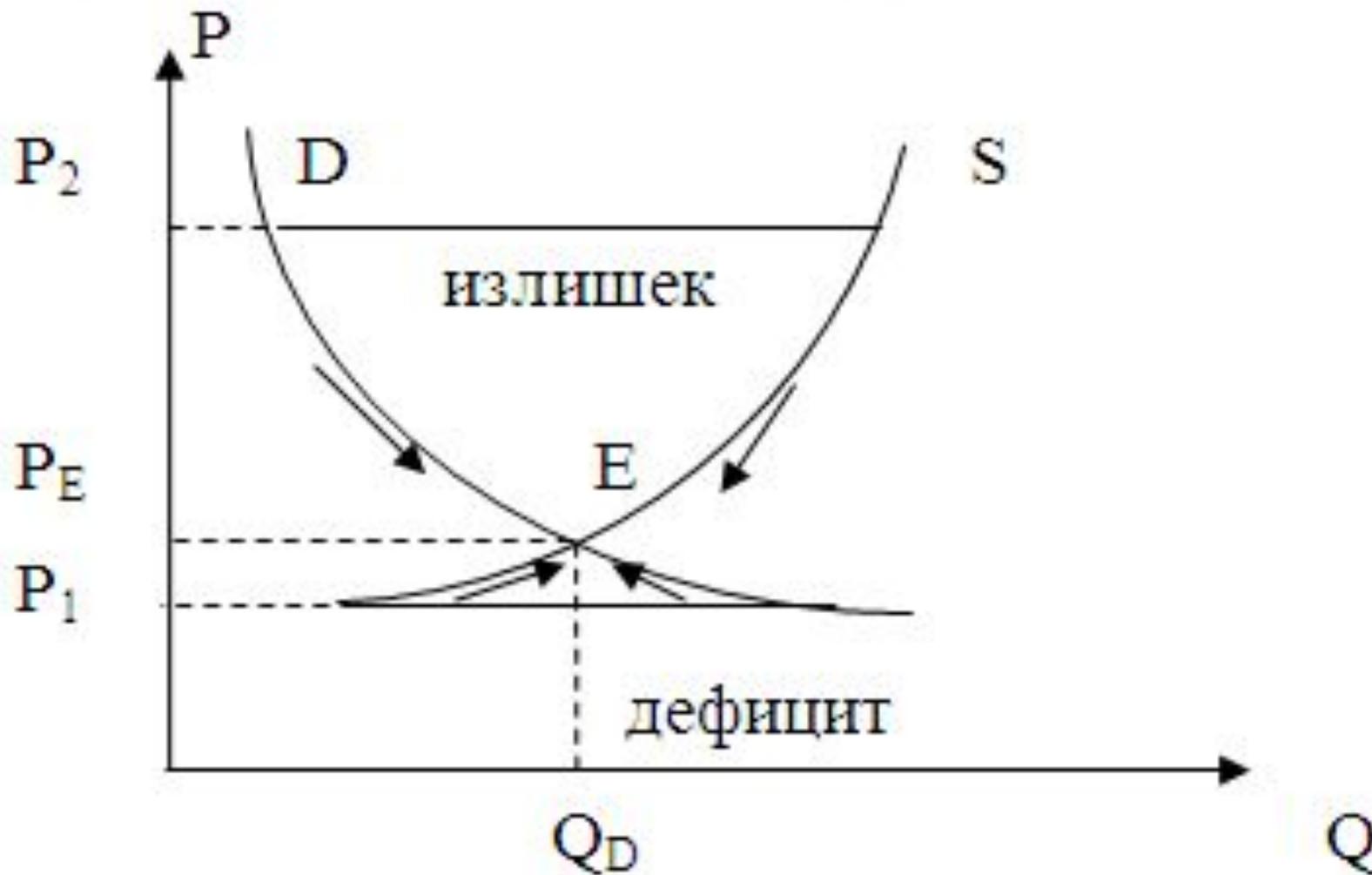
3.3. Рыночное равновесие.

Равновесная цена.

Равновесие на рынках – это такая ситуация, при которой продавцы и покупатели удовлетворены текущим сочетанием цен и объёмом продаж или покупок.

Если по каким-то причинам цена равновесия не установилась, то на рынке возникают силы, направленные на установление такой цены

График равновесия цены и отклонения от неё



Е – точка равновесия, в которой:

$$\left. \begin{array}{l} P_E = P_S = P_D \\ Q_E = Q_S = Q_D \end{array} \right\}$$

P_E – равновесная цена; P_S – цена предложения; P_D – цена спроса;

Q_E – равновесный объём; Q_S – объём предложения; Q_D – объём спроса.

Равновесная цена (E)

– цена, уравнивающая спрос и предложение в результате конкуренции, цена, при которой на рынке нет ни излишков, ни дефицита данного товара, цена товара, при которой решение производителей о продаже и решения потребителей о покупке взаимно согласуемы.

Рыночное равновесие существует там и тогда, когда уже исчерпаны возможности изменения рыночной цены или количества продаваемых товаров.

3.4. Эластичность спроса и предложения

Эластичность спроса по цене –

чувствительность величины спроса на товар к его цене. Эластичность спроса по цене означает быстроту (степень) изменения цен.

Эластичность спроса по цене (ценовая эластичность спроса E_d) измеряется как процент изменения количества (Q) к проценту изменения цены (P).

Эластичность измеряется *коэффициентом эластичности.*

Коэффициент эластичности спроса по цене всегда отрицателен, т.к. цена и величина спроса находятся в обратной зависимости.

$$E_D = \frac{\Delta\%Q_D}{\Delta\%P} = \frac{\text{процентное изменение спроса}}{\text{процентное изменение цены}}$$

Коэффициент эластичности спроса по цене показывает, на сколько процентов поднимется или опустится величина спроса на данный товар при изменении его цены на 1%.

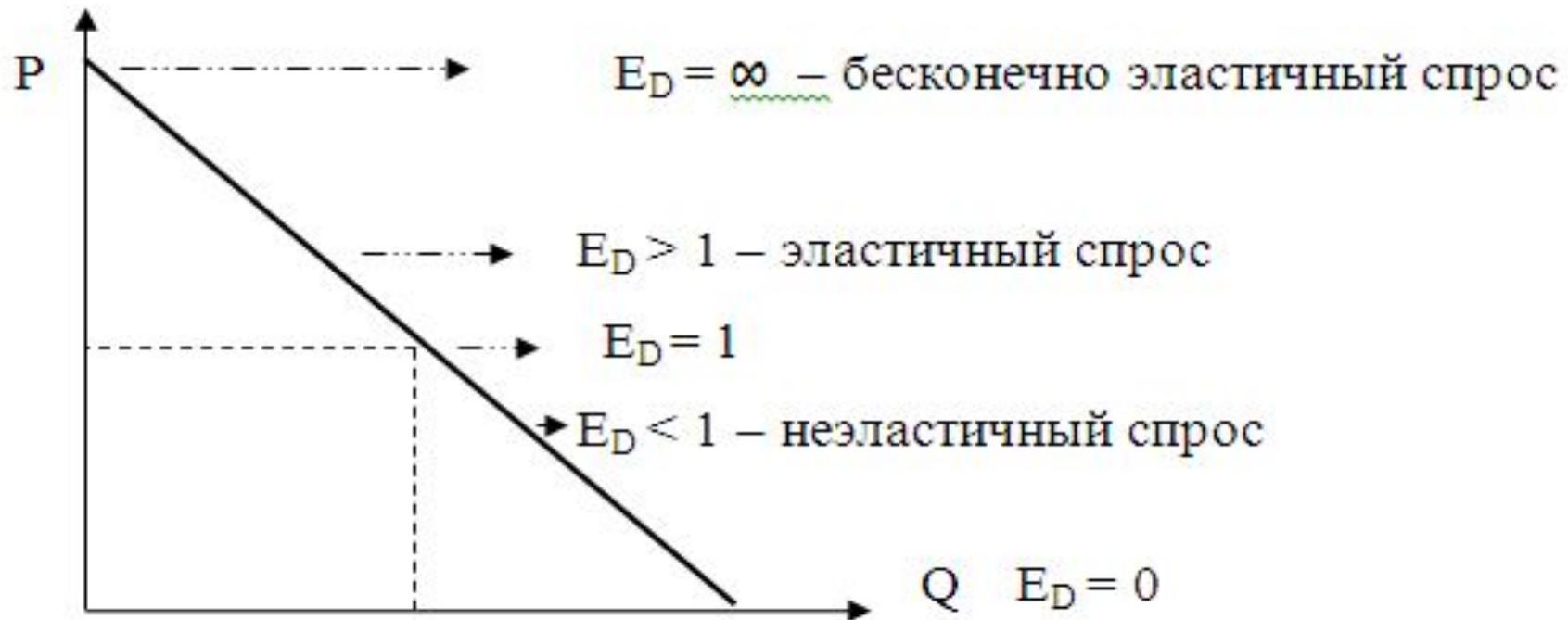
Например, надо определить, насколько изменится количество продаж автомобиля, если его цена возросла на 10%. Предположим, по цене 5 рублей продавалось 2000 единиц товара, а по цене 4 рубля 4000 единиц товара. В этом случае:

$$E_D = \frac{2000}{6000 \cdot 2} : \frac{1}{9 \cdot 2} = \frac{2000}{3000} : \frac{1}{4,5} = 3,0$$

Варианты эластичности спроса

- Когда спрос на товар – Q , увеличился (уменьшился) на столько же процентов, на сколько процентов уменьшилась (увеличилась) цена – P , т.е. $\Delta P = \Delta Q$, то при этом $E_D = 1$ – *эластичность единична*;
- Когда величина спроса изменяется на больший процент, чем цена – *спрос эластичен*, $E_D > 1$;
- Когда величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цены – *спрос неэластичен*, $E_D < 1$;
- Когда величина спроса не изменяется при любом изменении цены, *спрос совершенно неэластичен*, $E_D = 0$;
- Когда величина спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены, *спрос бесконечно эластичен*, $E_D = \infty$.

Изменение эластичности спроса по цене



Разные товары имеют разный коэффициент эластичности. Так, товары для поддержания жизни человека (предметы питания) имеют слабую эластичность спроса по цене. Предметы роскоши более чувствительны к снижению цен.

Коэффициент эластичности является *подвижным*

Даже спрос на один и тот же товар может иметь разную эластичность при изменении условий рынка.

Эластичность спроса неодинакова на разных участках кривой спроса.

Так, при высоких ценах на товар спрос более эластичен, а при низких ценах – менее эластичен. Если спрос полностью насыщен, эластичность приближается к нулю.

- *При эластичном спросе снижение цены увеличивает совокупную выручку, а повышение цены уменьшает совокупную выручку.*
- *При неэластичном спросе снижение цены уменьшает совокупную выручку, а повышение цены увеличивает совокупную выручку.*

Величина чувствительности объёма продаж к изменению рыночных цен зависит от следующих факторов

1. Количество дешёвых товаров – заменителей (товаров – субституттов).
2. Фактор времени.
3. Долговременность использованием товаром.
4. Важность товара для покупателя.
5. Степень насыщения рынка товарами.
6. Величина доходов потребителей.

Перекрёстная эластичность спроса по цене

Проявляется при рассмотрении взаимодополняемых и взаимозаменяемых товаров.

Показателем такого рода эластичности спроса является **коэффициент перекрёстной эластичности спроса.**

Может иметь положительное, отрицательное и нулевое значения

- ΔQ_X – процентное изменение количества спрашиваемого товара X;
- ΔP_Y – процентное изменение цены товара Y.

$$E_{XY}^D = \frac{\Delta\%Q_X}{\Delta\%P_Y} \times \frac{P_Y}{Q_X}$$

Взаимозаменяемые товары имеют $E_{xy}^d < 0$.

Например, с повышением цен на автомобили спрос на бензин уменьшится. Чем больше отрицательное значение коэффициента перекрёстной эластичности, тем больше взаимодополняемость товара.

Независимые товары имеют $E_{xy}^d = 0$. Это означает, что никакое изменение цены на один товар не отразится на спросе другого товара. Например, с ростом цены на хлеб спрос на цемент не изменится.

Эластичность спроса по доходу.

Существует прямая связь между типом покупаемых товаров (услуг) и доходом. Согласно закону Энгеля, с увеличением дохода доля его, расходуемая на предметы первой необходимости, уменьшается, а доля расходов на предметы роскоши увеличивается. В соответствии с этим, доля дохода, расходуемая на продукты питания, может служить показателем благосостояния данной группы населения.

Спрос эластичный по доходу, если процентное изменение дохода меньше процентного изменения величины спроса.

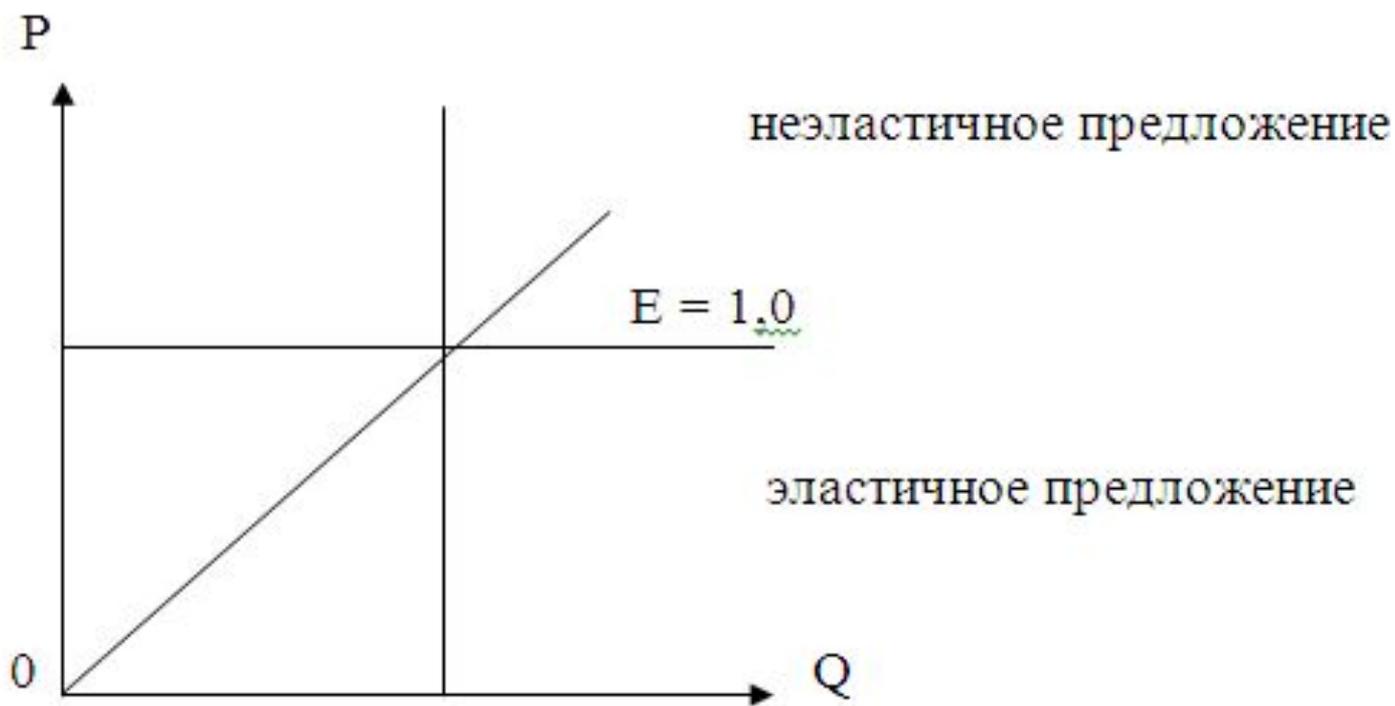
Спрос неэластичный по доходу, если процентное изменение дохода больше процентного изменения величины спроса.

Эластичность предложения по цене

Эластичность предложения по ценам оценивает реакцию производителя (продавцов) на изменение цен. Мерой этого изменения выступает *коэффициент эластичности предложения*, который рассчитывается как отношение объёма предложения (в %) к росту цен (в %)

$$E_S^P = \frac{\% \Delta Q_S}{\% \Delta P} = \frac{\text{процентное изменение предложения}}{\text{процентное изменение цены}}$$

Когда же малейшее уменьшение цены товара вызывает сокращение предложения до нуля, а малейшее увеличение цены обуславливает увеличение предложения, то мы имеем дело с *абсолютно эластичным предложением*.



На эластичность предложения влияют следующие факторы

- **Мобильность экономических ресурсов**, т.е. подвижность, способность к быстрому действию, передвижению. Чем выше мобильность ресурсов, тем быстрее производитель может организовывать дополнительные поставки товара на рынок, тем эластичнее его предложение.
- **Фактор времени**. Эластичность по цене увеличивается на долгосрочном периоде. Если фирмы ожидают, что в будущем спрос увеличится, они будут вкладывать в производство менее мобильные ресурсы. А также с течением времени улучшается адаптация производителей к новым условиям рынка, структура предложения приходит в соответствие со структурой спроса.
- **Характер технологии**. Товары со сложной технологией менее эластичны.
- **Характер товара**. Скоропортящиеся товары менее эластичны, чем товары длительного хранения.

Тема 4. РЫНОЧНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ХОЗЯЙСТВА: ПОТОК ТОВАРОВ И ДОХОДОВ

4.1. Условия возникновения рынка

4.2. Виды рынков, их структура

4.3. Функции рынка

4.4. Кругооборот товаров и услуг

4.5. Понятие, условия и виды конкуренции

4.1. Условия возникновения рынка

Первое условие: разделение труда и специализация трудовых функций

Разделение и специализация труда – это относительное обособление людей для выполнения конкретных видов работ в узкой отрасли деятельности для более производительного использования специфических различий, свойственных всем видам ограниченных ресурсов.

Обмен продуктов своего труда на продукты труда других людей необходим для удовлетворения значительной доли потребностей человека. Именно в этом смысле принято считать разделение труда одной из объективных причин возникновения рынка и присущих ему отношений обмена.

Рыночный обмен — это процесс заинтересованного сопоставления затрат труда, воплощенного в товаре: оценка его количества и качества, признания затрат уместными и полезными, взаимовыгодными и эквивалентными.

Второе условие возникновения рынка – *это экономическая обособленность про изводителей*

- Для возникновения рыночных отношений важную роль играет наличие права частной собственности на экономические ресурсы и прежде всего ресурсы земли и орудий труда для обособленного хозяйствования.
- Разрушение традиций частной собственности на землю разрушало и саму рыночную систему.

Третье условие эффективного функционирования рыночного хозяйства – экономическая самостоятельность.

- **Экономическая свобода** определяется тем, сколько у людей имеется не ограниченных никем возможностей выбора благ и характера хозяйственного поведения.
- Для покупателя **экономические свободы** касаются:
 - выбора желаемого продукта из множества предлагаемых благ;
 - отыскания продавца, который лучше обслужит и продаст товар по сходным условиям.
- Для продавца **свобода** заключается:
 - в выборе сферы хозяйственной деятельности разрешенной законом;
 - в выборе наиболее подходящего покупателя;
 - в возможности распоряжаться деньгами, вырученными от продажи

4.2. Виды рынков, их структура

Инфраструктура рынка (совокупность институтов):

- правовая система, которая организует правовое регулирование рынка и охраняет интересы субъектов рыночных отношений. Основу этой системы составляет Гражданский кодекс, выполняющий роль экономической конституции.
- органы государственного контроля и регулирования. Здесь имеются в виду учреждения по санитарному, эпидемиологическому и экологическому контролю; налоговая система; органы финансово-кредитной политики государства.
- ассоциации, союзы потребителей, предпринимателей и работников (профессиональные союзы). Они повышают степень организованности, цивилизованности и эффективности действий рыночных агентов.
- свое общее устройство хозяйственной жизни. Это – торговые предприятия, биржи, банки и т. п. Они связывают производителей, торговых посредников и покупателей в единое целое.

Такая целостность придает рынку новое качество – **способность к саморегулированию.**

Саморегулирование осуществляется с помощью цен, изменяющихся по определенным законам.

Рынок как развитая система отношений товарного обмена представляет собой систему отдельных взаимосвязанных рынков, элементов «большого» рынка. Рынок имеет сложную структуру и охватывает своим влиянием все сферы экономики.

Структура рынка

По экономическому назначению рынка	<ul style="list-style-type: none">• рынки товаров и услуг• рынки средств производства• рынки труда• рынки научно-технических разработок• рынки ценных бумаг
По товарным группам	<ul style="list-style-type: none">• рынки товаров производственного назначения• рынки товаров народного потребления• рынки продовольственных товаров• рынки факторов производства
По территориальному признаку	<ul style="list-style-type: none">• внутрирегиональные• межрегиональные• республиканские• межреспубликанские• международные

Структура рынка (продолжение)

По степени ограничения конкуренции	<ul style="list-style-type: none">• монопольные• олигопольные• свободные• смешанные
По характеру продаж	<ul style="list-style-type: none">• рынки оптовой торговли• рынки розничной торговли• рынки госзакупок сельскохозпродукции
По соблюдению законности	<ul style="list-style-type: none">• легальные, официальные рынки• нелегальные, «теневые», «черные» рынки

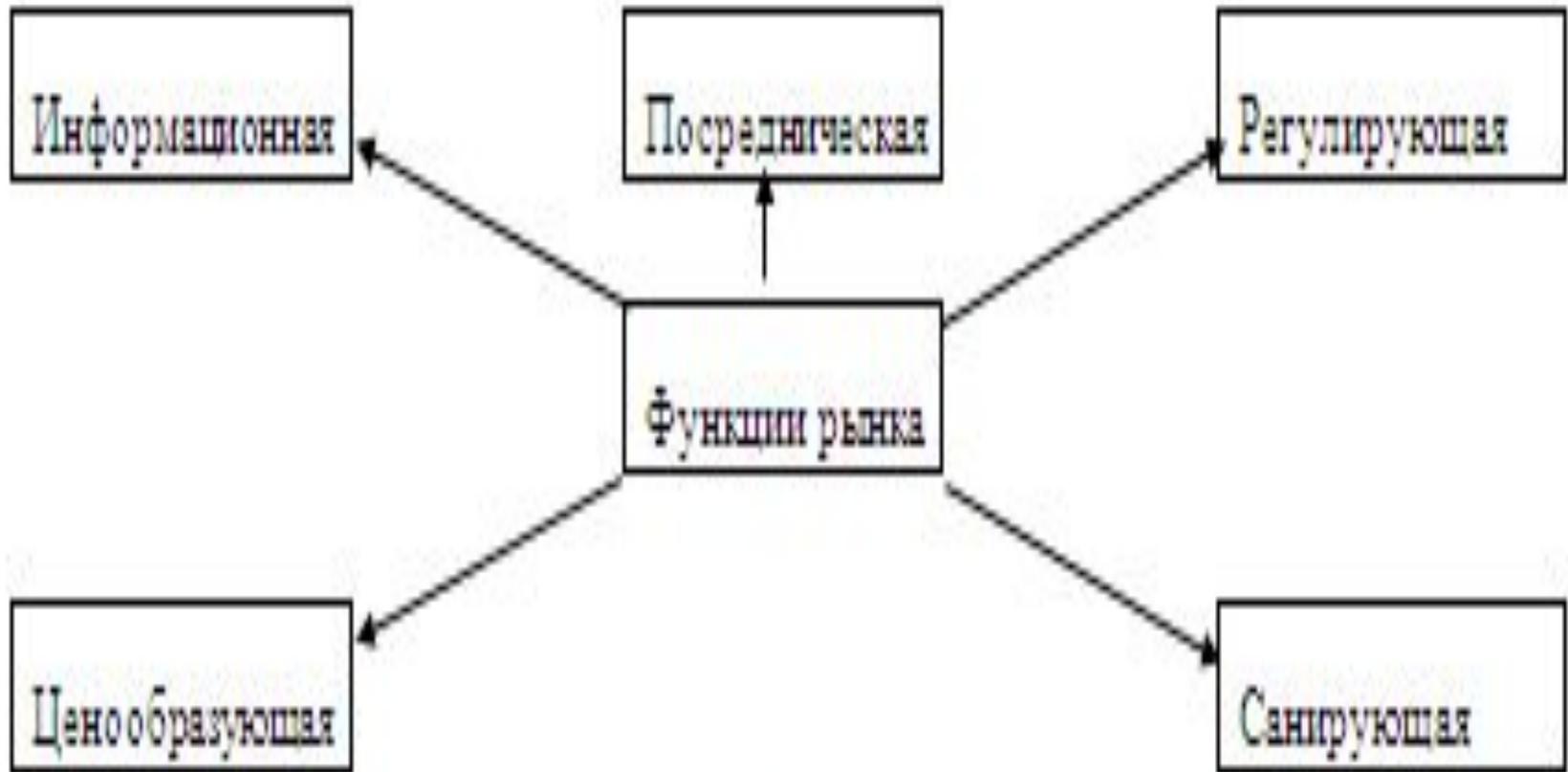
Виды рынков

Рынки товаров и услуг	<ul style="list-style-type: none">• товары потребительского назначения: продовольственные и непродовольственные;• рынки услуг: бытовые, транспортные, коммунальные;• рынки жилья и зданий непроизводственного назначения.
Рынки факторов производства	<ul style="list-style-type: none">• рынки недвижимости;• орудий труда;• сырья и материалов;• энергетических ресурсов;• полезных ископаемых.
Финансовые рынки	<ul style="list-style-type: none">• рынки капиталов, т. е. инвестиционные рынки;• кредитные рынки;• рынки ценных бумаг, представленные акциями, облигациями, опционами, варантами, фьючерсными контрактами и др.;• валютно-денежные рынки.

Виды рынков (продолжение)

Рынки интеллектуального продукта	<ul style="list-style-type: none">• инновации;• изобретения;• информационные услуги;• произведения литературы и искусства
Рынки рабочей силы	<p>• движение трудовых ресурсов в соответствии с</p> <ul style="list-style-type: none">• уровнем образования;• профессией;• квалификацией.
Региональные рынки	<ul style="list-style-type: none">• местные: внутренние, национальные рынки;• внешние: международные рынки;

4.3. Функции рынка



Функция информационная

Через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит рынок дает участникам производства объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок. Это позволяет каждому предприятию постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.

Функция посредническая

Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обмениваться результатами своей деятельности. Без рынка практически невозможно определить, насколько взаимовыгодной является та или иная технологическая и экономическая связь между конкретными участниками общественного производства. В нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика (с точки зрения качества продукции, ее цены, сроков поставки, послесбытового обслуживания и других параметров). В то же время продавцу предоставляется возможность выбрать наиболее подходящего покупателя.

Функция ценообразующая

Поступающие обычно на рынок продукты и услуги одного назначения содержат неодинаковое количество материальных и трудовых затрат. Но рынок признает лишь общественно необходимые затраты, только их согласен оплатить покупатель. Следовательно, здесь формируется отражение общественно необходимой стоимости. Благодаря этому устанавливается подвижная связь между стоимостью и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, потребностях, конъюнктуре.

Функция регулирующая

- связана с воздействием рынка на все сферы экономики, и, прежде всего, на производство. Важную роль в рыночном регулировании имеет соотношение спроса и предложения, существенно влияющее на цены. Растет цена – это сигнал к расширению производства, падает цена – сигнал к его сокращению. В результате стихийные действия предпринимателей приводят к установлению оптимальных экономических пропорций. Действует регулирующая «невидимая рука

Функция санирующая

Рынок немислим без конкуренции. С помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и эффективным. В результате этого непрерывно повышается средний уровень устойчивости всего хозяйства в целом.

Преимущества рыночного ведения хозяйства

- эффективное распределение ресурсов: рынок направляет ресурсы на производство необходимых обществу товаров;
- возможность успешного функционирования при наличии ограниченной информации: достаточно иметь данные о цене и издержках производства;
- гибкость, высокую адаптивность к изменяющимся условиям;
- оптимальное использование результатов НТП. Товаропроизводители идут на риск, разрабатывают новые товары, вводят новейшие технологии, что позволяет иметь преимущества перед конкурентами;
- свободу потребителей и предпринимателей в хозяйственной жизни;
- способность удовлетворять разнообразные потребности, повышать качество товаров и услуг.

4.4.Кругооборот товаров и услуг

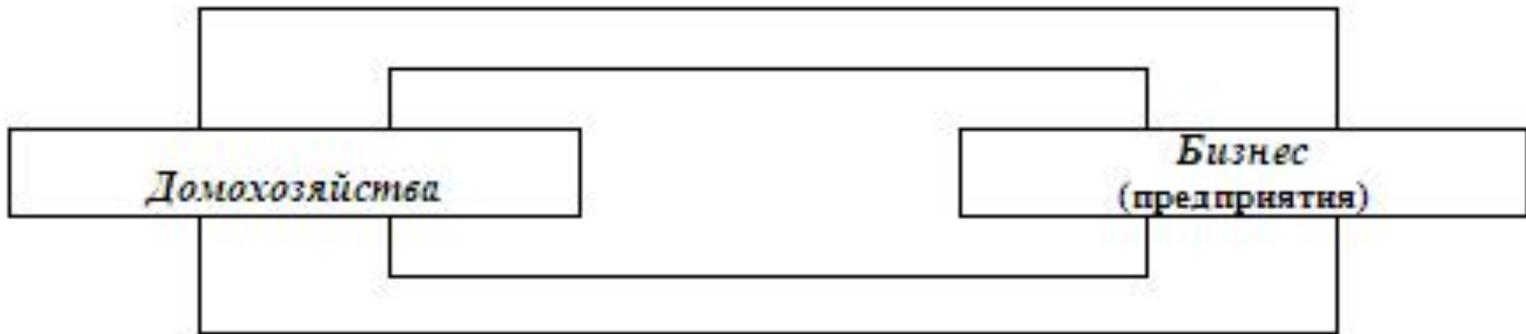
Выделяют четыре сферы экономической деятельности:

*производство ⇒ распределение ⇒ обмен ⇒
потребление*

Современная экономика – это постоянное движение массовых потоков товаров, денег и доходов, которые перемещаются навстречу друг другу. Если их количественные и качественные параметры совпадают и соответствуют потребностям людей, их обмен состоится.

Движение расходов и доходов, денег, ресурсов и продуктов в сфере экономической жизни образует **экономический кругооборот**.

В упрощенной схеме кругооборота все ресурсы принадлежат домашним хозяйствам.

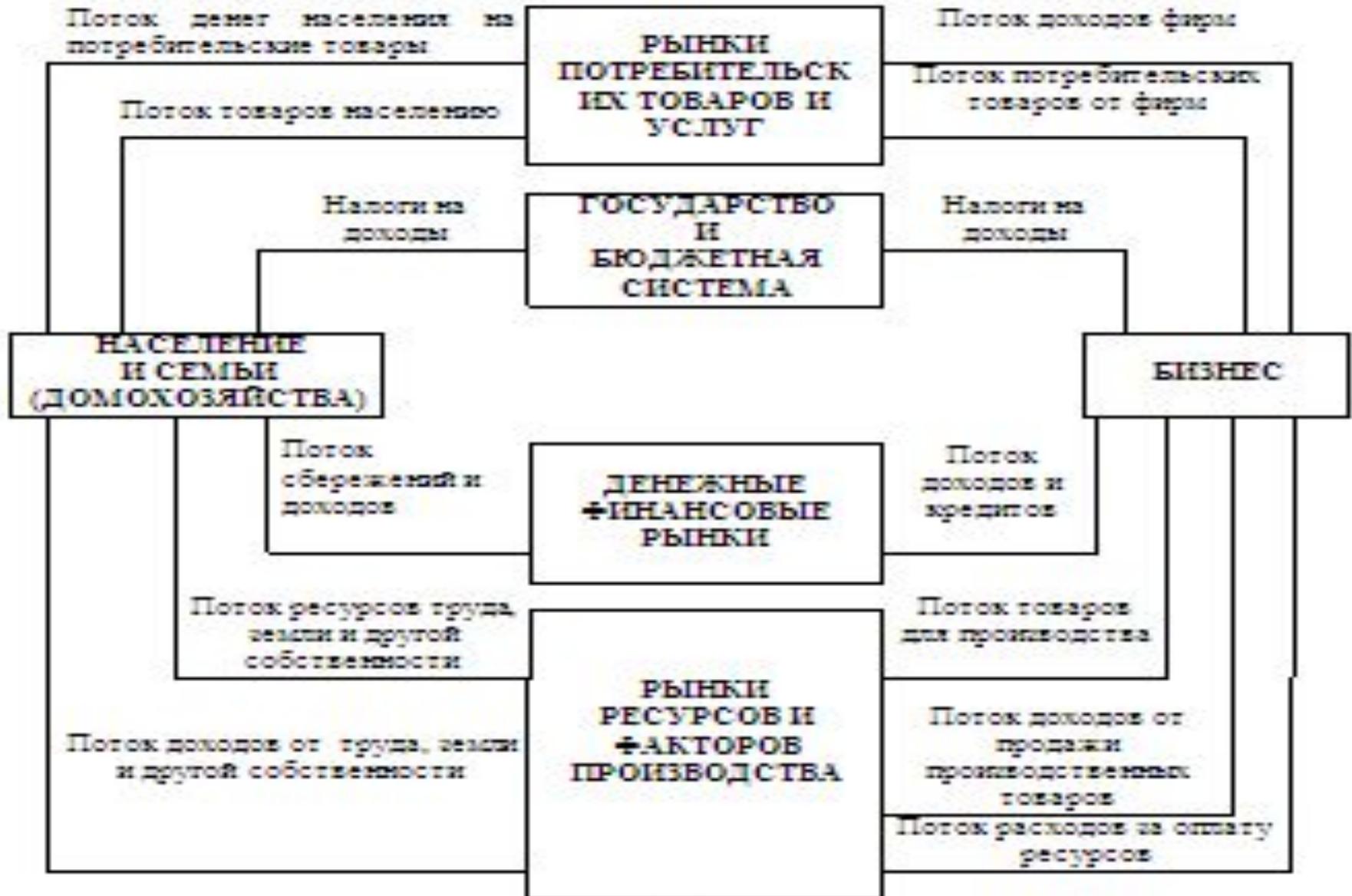


Они предоставляют рабочую силу, капитал, природные ресурсы и т.д. Предприятия, когда они предлагают эти ресурсы, выступают в роли домашних хозяйств.

Хозяйственный кругооборот

- представляет собой совокупность сделок по купле-продаже хлеба и одежды, оплате транспортных и бытовых услуг. В каждом отдельном случае оплачиваемая часть дохода соответствует затрачиваемой части расходов. Это же равенство сохраняется в результирующем показателе кругооборота, в котором суммируются все сделки за год.

Кругооборот товаров, доходов и расходов с участием государства



4.5. Понятие, условия и виды конкуренции

Конкуренция – это соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции.

Внутриотраслевая конкуренция – это соперничество между предпринимателями, занятыми производством и реализацией одинаковой или взаимозаменяемой продукции.

Межотраслевая конкуренция – это другой вид соперничества между предпринимателями, вложившими свои средства в отрасли, выпускающие различные виды продукции. Каждый предприниматель оценивает результаты своей деятельности по главному критерию – норме прибыли, которая позволяет сопоставлять результаты с затратами.

Формы рыночных структур

Совершенная (чистая) конкуренция возникает при следующих условиях:

-существует множество мелких фирм, предлагающих на рынке однородную продукцию, при этом потребителю безразлично, у какой конкретно фирмы он приобретает эту продукцию;

-доля каждой фирмы в общем объеме рыночного предложения данной продукции настолько мала, что любое ее решение о повышении или понижении цены не отразится на цене рыночного равновесия;

-вступление новых фирм в отрасль не встречает каких-либо препятствий или ограничений; вход и выход из отрасли абсолютно свободен;

-нет ограничений на доступ той или иной фирмы к информации о состоянии рынка, ценах на товары и ресурсы, затратах, качестве товаров, технике производства и т.д.

Несовершенная конкуренция

характеризуется следующими признаками:

- незначительное количество фирм в каждой сфере предпринимательской деятельности,
- возможность какой-то группы предпринимателей (или даже одного предпринимателя) произвольно влиять на конъюнктуру рынка;
- существуют жесткие барьеры для проникновения на конкретные рынки новых предпринимателей;
- отсутствуют близкие заменители продукции, выпускаемой привилегированными **производителями.**

Монополистическая конкуренция

представляет синтез признаков совершенной и несовершенной конкуренции. Для нее характерно:

- большое количество мелких фирм предлагающих разнородную продукцию с одинаковыми потребительскими свойствами;
- вход на рынок, как и уход с него, обычно не связан с какими-либо трудностями;
- развита неценовая конкуренция;
- существуют различия в качестве, внешнем виде и других параметрах товаров, производимых разными фирмами, которые делают эти товары в чем-то уникальными, хотя и взаимозаменяемыми.

Монополистическая конкуренция означает не монополию на весь рынок продукта, а уникальность некоторых разновидностей товара.

Монополия является прямой противоположностью конкуренции (от греч. Monos – один и poleo – продаю). В условиях монополии:

одна фирма является единственным продавцом данной продукции, не имеющей близких заменителей;

барьеры для вступления в отрасль других фирм практически непреодолимы.

Моносония возникает, если в единственном числе выступает покупатель (от греч. Monos – один и orsonia – закупка).

В условиях монополии, как правило, выигрывает продавец; моносония же обеспечивает привилегию для покупателей.

Олигополия (от греч. *Oligos* — немногий и *poleo* — продаю)

широко распространена в ряде отраслей стран с рыночной экономикой. Эта конкурентная модель предполагает:

- существование на рынке нескольких крупных фирм;
- продукция фирм может быть как разнородной (автомобили), так и однородной (алюминий, сталь);
- вступление новых фирм в отрасль, как правило, затруднено;
- взаимная зависимость фирм в принятии решений

Ценовая конкуренция

- ведется путем маневрирования ценами в целях наиболее выгодного использования рыночной конъюнктуры. В частности, в зависимости от обстановки и степени прочности своего дела конкурент может использовать монопольно высокую цену, приносящую ему монопольно высокую прибыль, или временно использовать монопольно низкую цену для вытеснения с рынка менее могущественного конкурента.

Неценовая конкуренция использует средства, не имеющие непосредственного отношения к ценам. Сюда относятся улучшение качества продукции, реклама, организация выставок и ярмарок, упаковка, послепродажное обслуживание, система доставки и т.п.

Добросовестная конкуренция соблюдает правовые и этические нормы взаимоотношений с партнерами.

Недобросовестная конкуренция ведется методами технического шпионажа, переманиванием специалистов, подкупом работников конкурента, путем ложной рекламы, использования чужого товарного знака и т.п.