

# **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.**

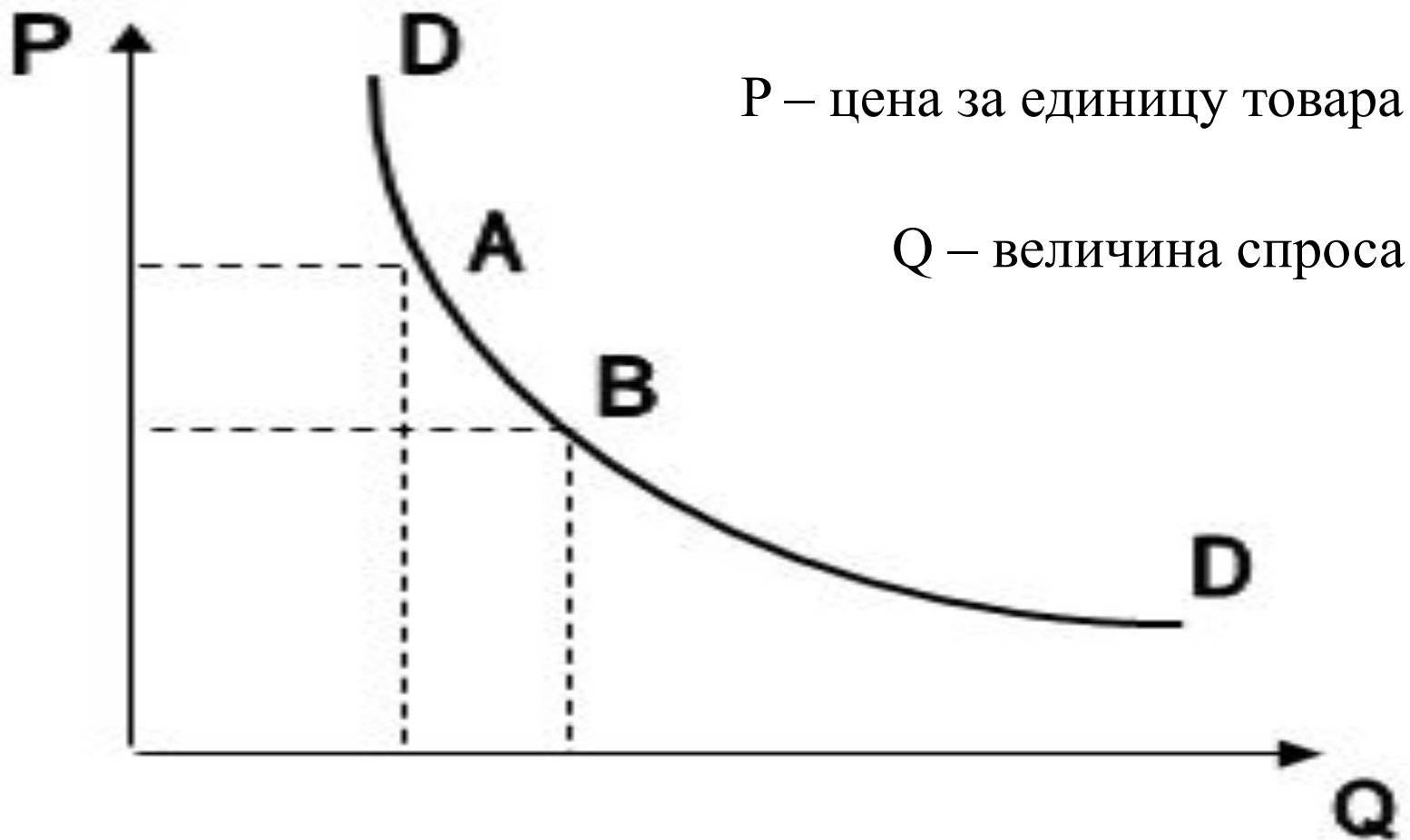
# При изменении цены товара происходит два типа изменений

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).

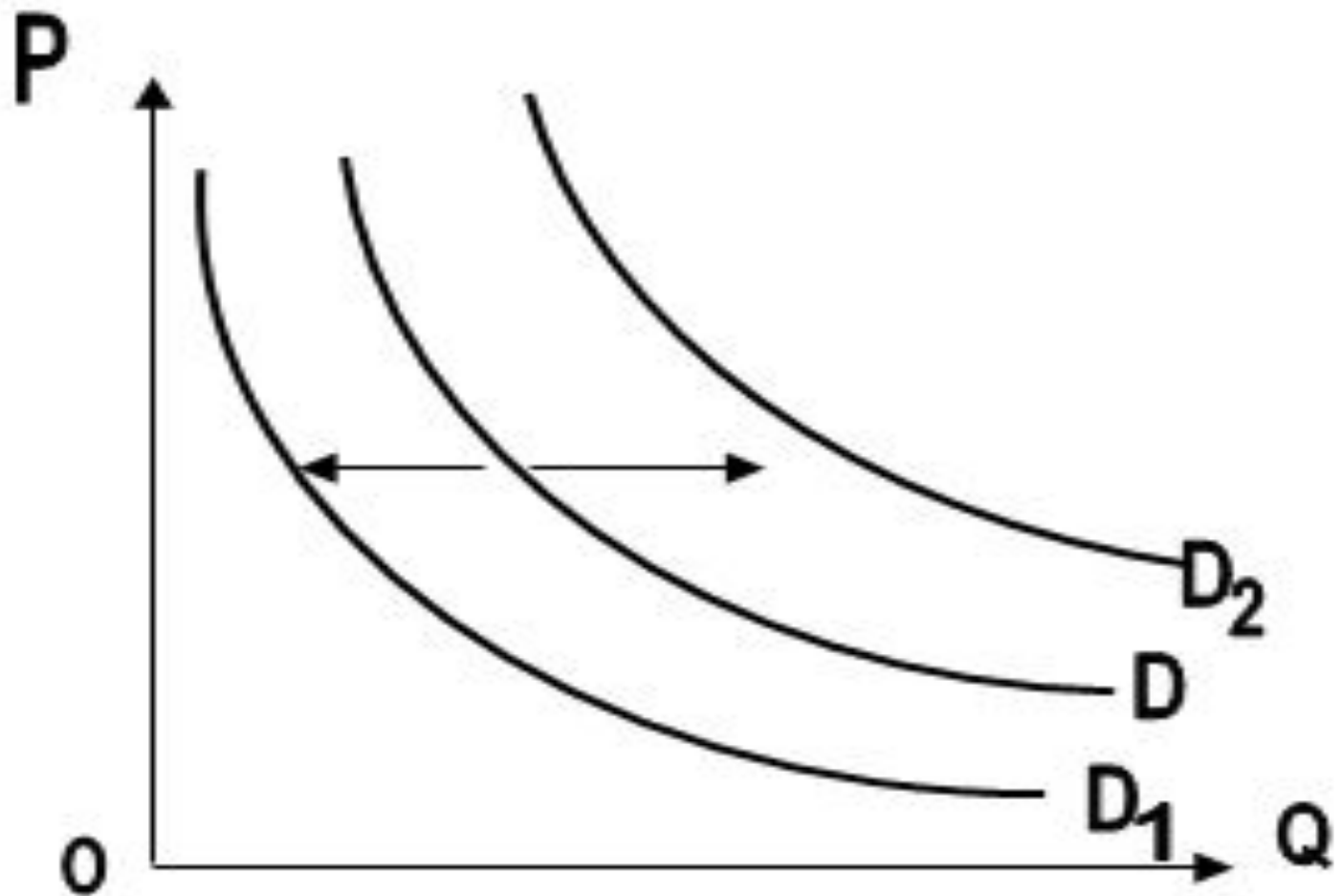
# Кривая спроса



## **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.

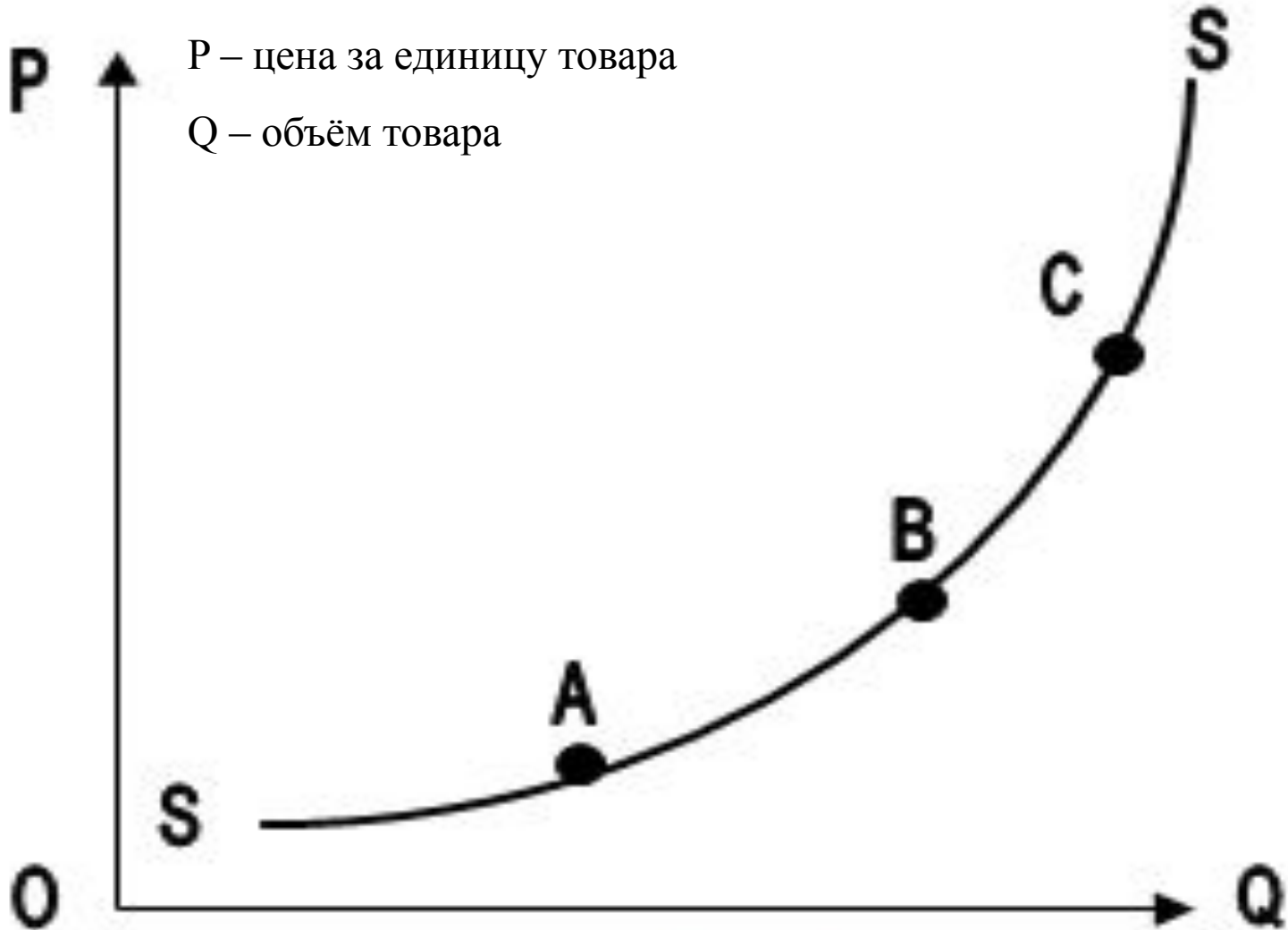
## 3.2. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение

*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



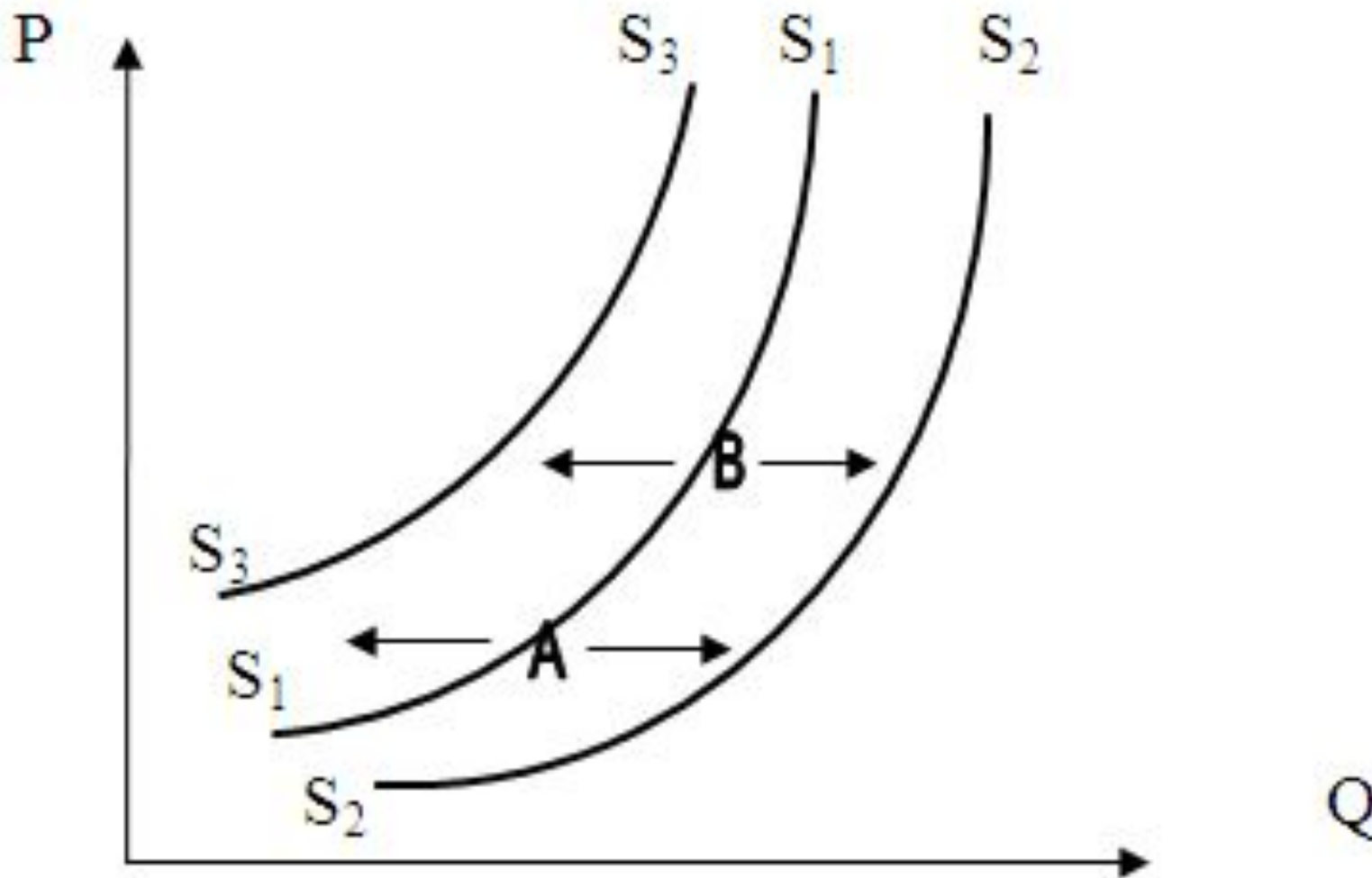
# Изображённая кривая предложения S



# 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).

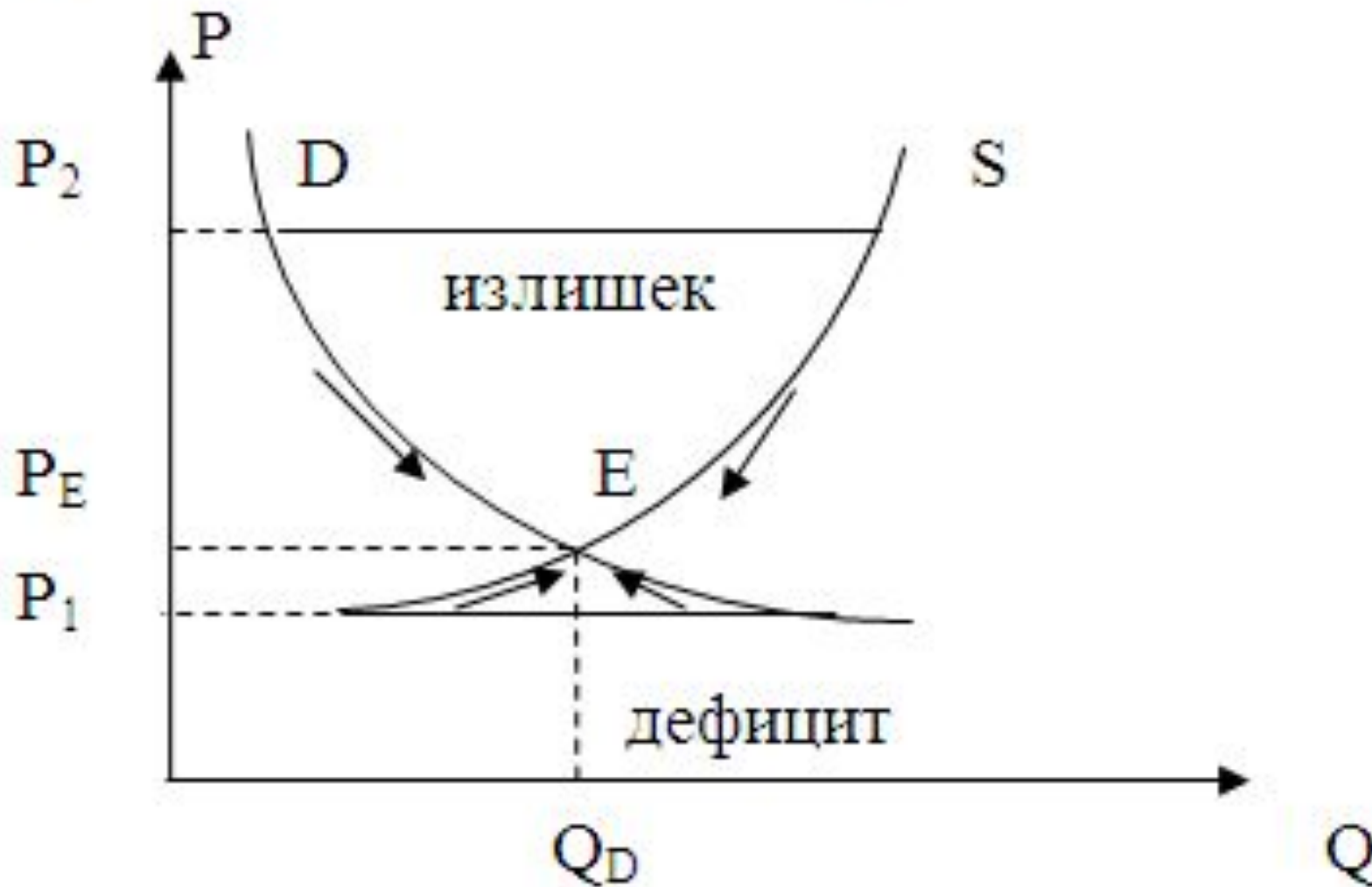
## **3.3. Рыночное равновесие.**

### **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%.

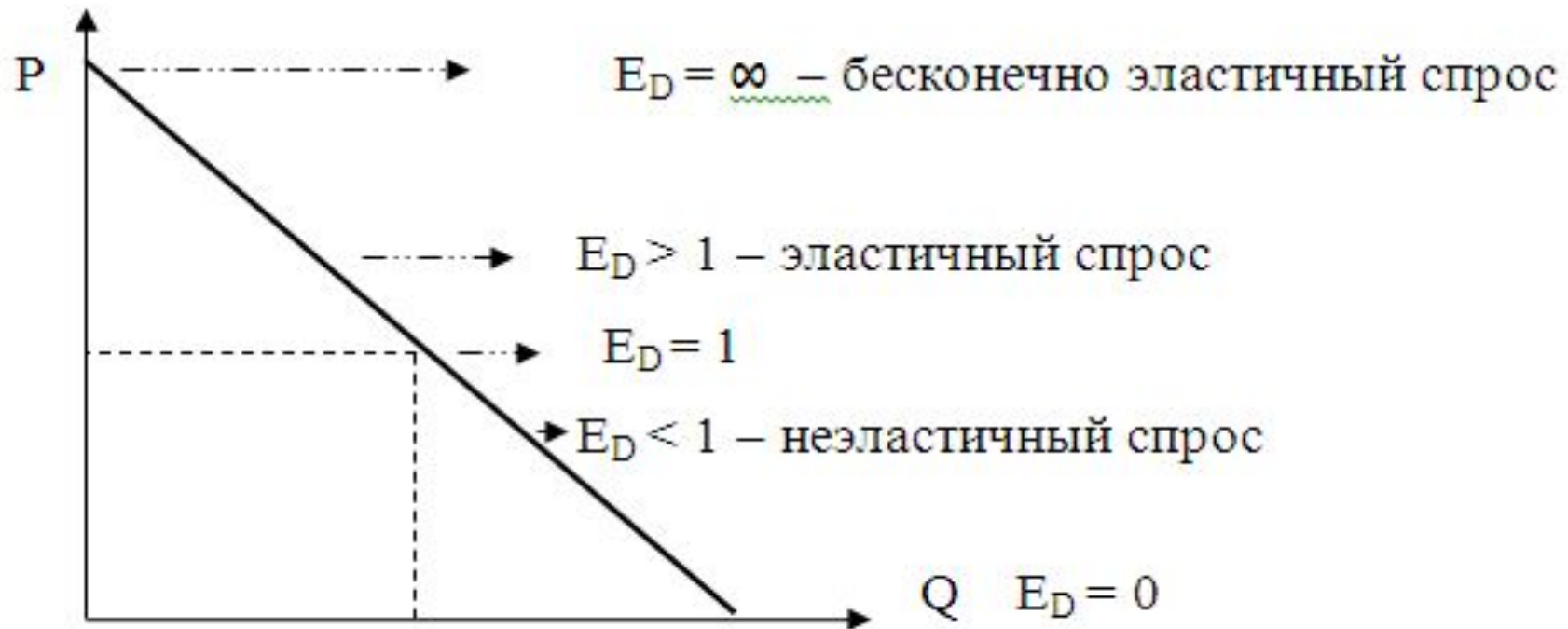
**Например,** надо определить, насколько изменится количество продаж автомобиля, если его цена возросла на 10%. Предположим, по цене 5 рублей продавалось 2000 единиц товара, а по цене 4 рубля 4000 единиц товара. В этом случае:

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

# 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

- $\Delta Q_X$  – процентное изменение количества спрашиваемого товара X;
- $\Delta P_Y$  – 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.

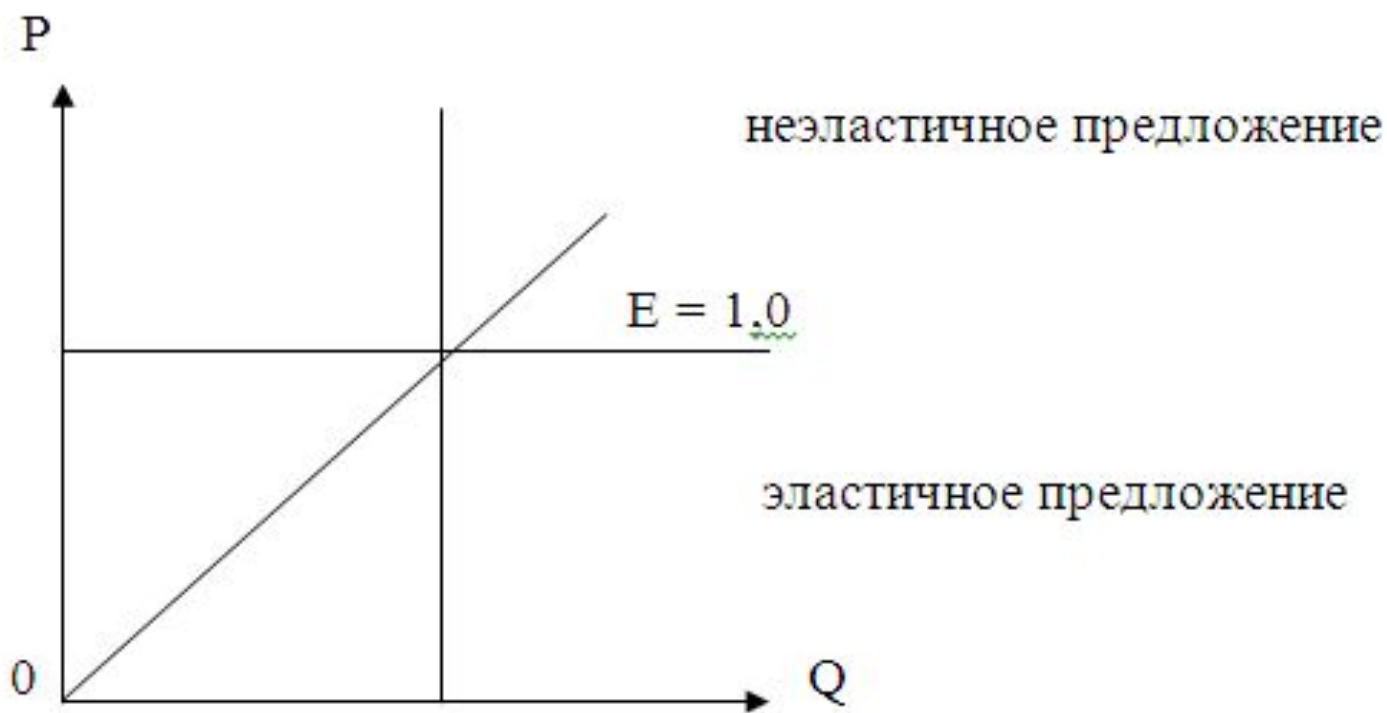
*Спрос неэластичный по доходу*, если процентное изменение дохода больше процентного изменения величины спроса.

# *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

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

# Структура рынка (продолжение)

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

# Виды рынков

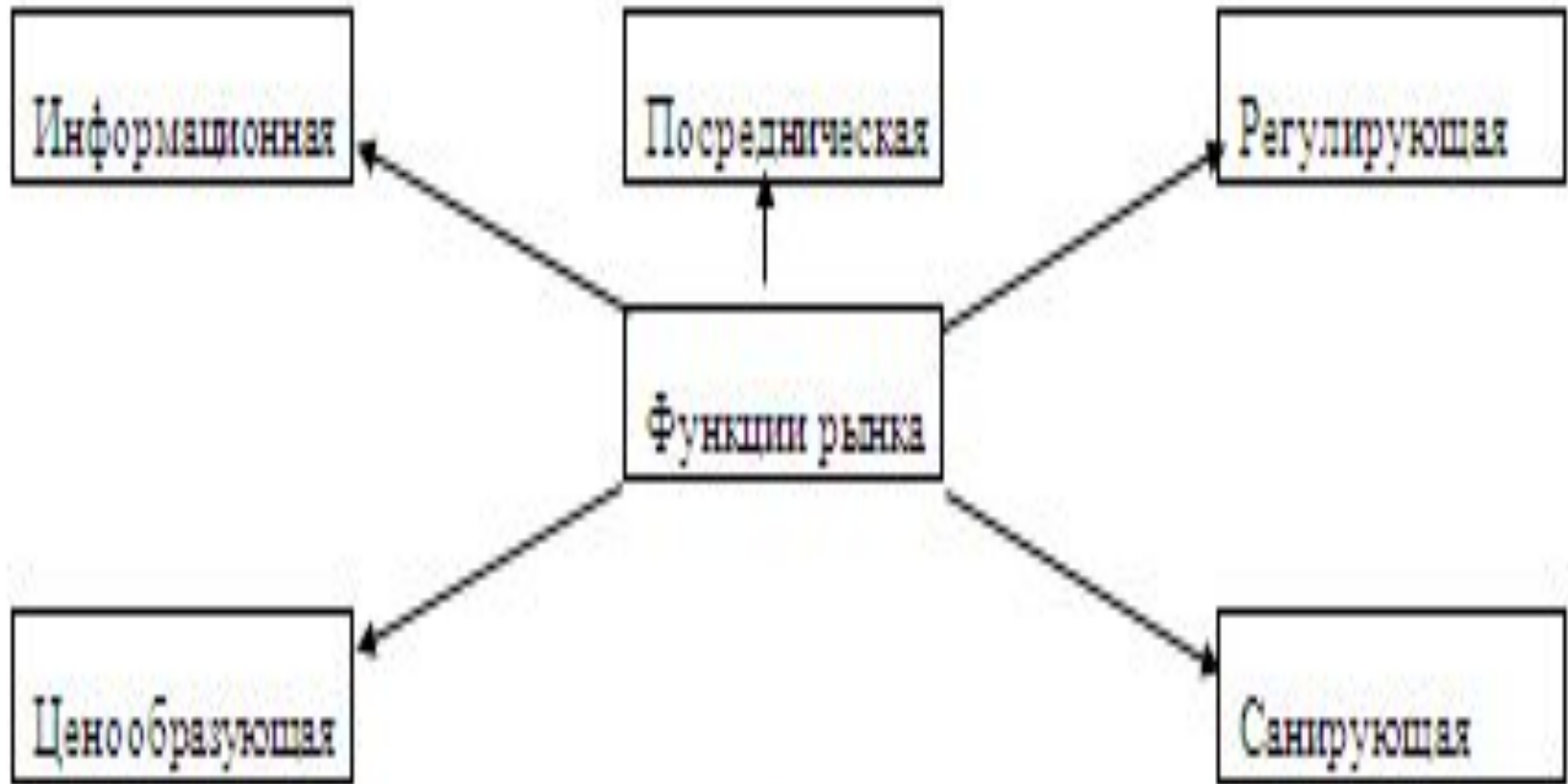
<b>Рынки товаров и услуг</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• товары потребительского назначения: продовольственные и непродовольственные;</li><li>• рынки услуг: бытовые, транспортные, коммунальные;</li><li>• рынки жилья и зданий непроизводственного назначения.</li></ul>
<b>Рынки факторов производства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



# Виды рынков (продолжение)

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

## 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

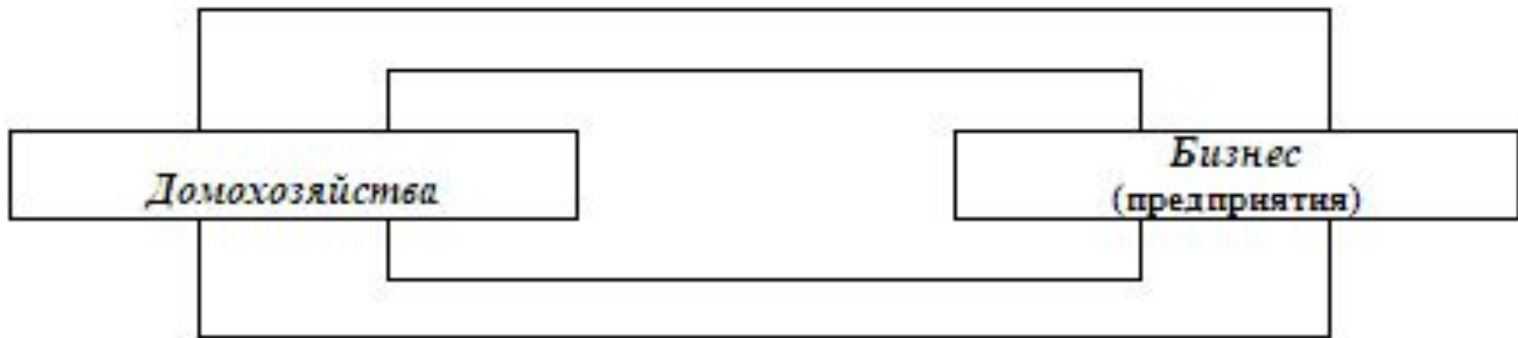
Выделяют четыре сферы экономической деятельности:

*производство*  $\Rightarrow$  *распределение*  $\Rightarrow$  *обмен*  $\Rightarrow$   
*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.

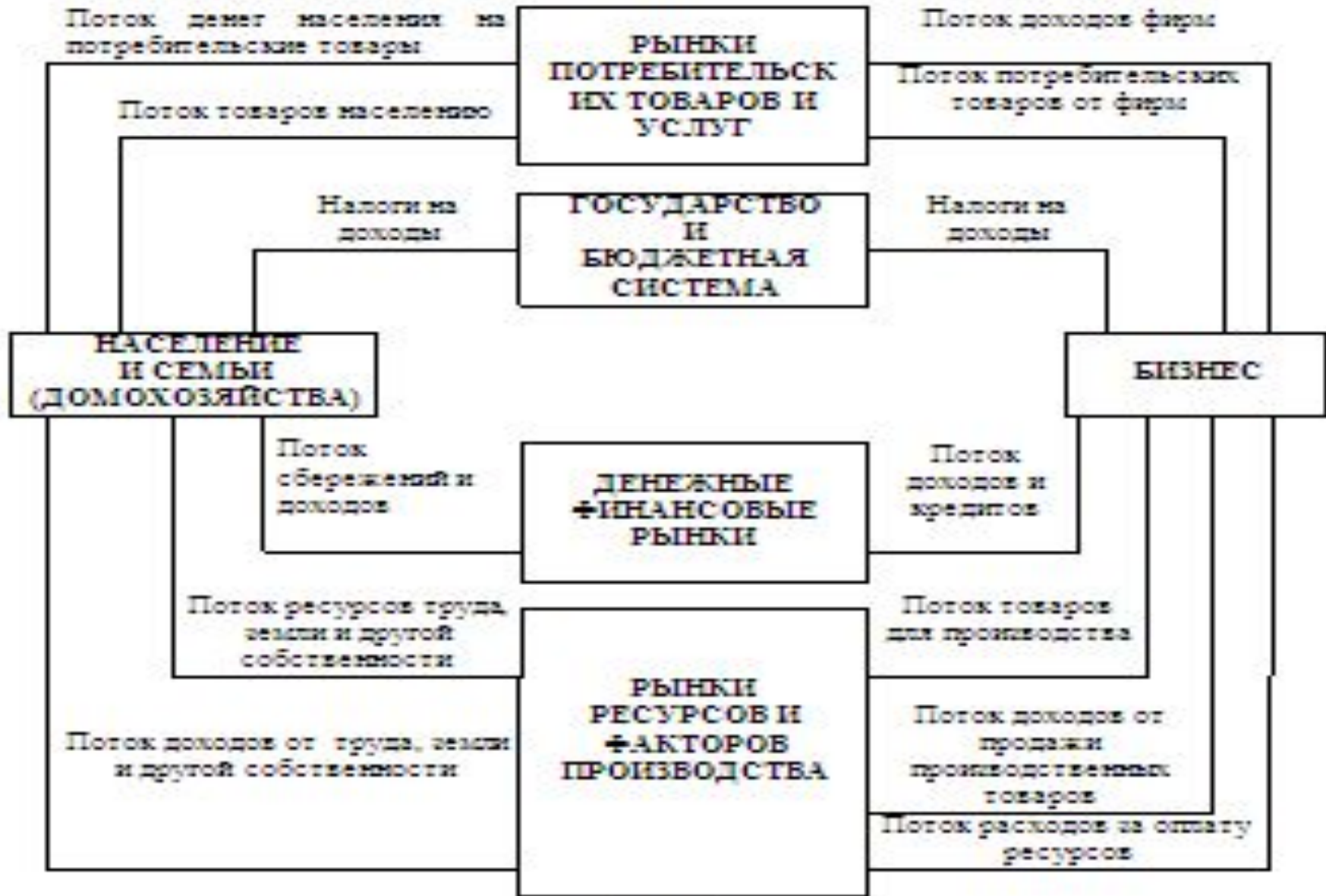


Они предоставляют рабочую силу, капитал, природные ресурсы и т.д. Предприятия, когда они предлагают эти ресурсы, выступают в роли домашних хозяйств.

# 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.