

Тема Рынок и механизм его функционирования

План лекции

1. Сущность и основные черты рынка. Необходимость и условия возникновения рынка.
2. Функции рынка. Преимущества и недостатки рыночного механизма.
3. Структура рынка. Основные критерии классификации рынка.
4. Сущность, происхождение и основные элементы инфраструктуры рынка.
5. Спрос, факторы рыночного спроса. Закон спроса.
6. Предложение, факторы рыночного предложения. Закон предложения.
7. Взаимодействие спроса и предложения. Равновесная цена.
8. Понятие и виды эластичности спроса и предложения.

1. Сущность и основные черты рынка. Необходимость и условия возникновения рынка.

Обыденное понятие «рынок», под которым принято понимать место встреч продавцов и покупателей, массовой купли-продажи товаров, лишь частично отражает то содержание, которое вкладывается в слово «рынок» экономической наукой и хозяйственной практикой. Рынок в широком представлении объединяет в себе несколько понятий.

Во-первых, рынок - это любое место торговли товарами и услугами. В советской экономике рынок как место купли-продажи в бытовом представлении ассоциировался, прежде всего, с колхозными, продовольственными рынками, рынками сельскохозяйственной и кустарной продукции, базарами и ярмарками. Отсюда искаженное представление о рынке даже в простейшем понимании этого слова. Ведь если рынок есть место купли-продажи, какая разница, где происходит торговля, в магазине или на площади?

Во-вторых, рынок есть вся совокупность процессов торговли, актов купли-продажи. В подобном представлении рынок характеризуется такими признаками как вид продаваемых товаров, объем продаж (емкость рынка), способ торговли, уровень цен (дорогой, дешевый). Здесь уже рынок понимается как торговля в широком смысле слова, как рыночный процесс соединения продавца и покупателя.

В третьих, представляет систему экономических отношений между его участниками, возникающих в процессе купли-продажи, т.е. товарно-денежных отношений.

И, наконец, в-четвертых, в самой универсальной трактовке, понятие «рынок» ассоциируется с рыночной экономикой в целом, становится сокращением термина «рыночная экономика». Так, стало общепринятым говорить и писать о вхождении Республики Беларусь в рынок, о переходе к рынку.

Самое общее научное определение, которое можно дать рынку и под которое попадает вся история человечества за последние 5 тыс. лет, т.е. столько, сколько существует рынок, может быть сформулировано следующим образом: **рынок - это сфера экономического обмена между людьми в форме купли-продажи, основанная на добровольном, эквивалентном обмене товаров.**

По мере разложения натурального хозяйства и развития производства товаров на продажу менялось само представление о рынке. Современный рынок, оставаясь механизмом взаимодействия покупателей и продавцов, превратился в систему регулирования хозяйственной жизни (экономики).

Рынок обслуживает производство, обмен, распределение и потребление. Для производства рынок поставляет необходимые ресурсы и реализует его продукцию, а также определяет спрос на нее. Для обмена рынок является главным каналом сбыта и закупок товаров и услуг. Для распределения он является тем механизмом, который определяет размеры доходов для владельцев ресурсов, продающихся на рынке. Для потребления рынок – это тот канал, через который потребителю поступает основная часть необходимых ему потребительских благ. Наконец, рынок – это то место, где определяется цена, являющаяся главным индикатором рыночной экономики.

Каковы же исторические условия, сделавшие рынок объективно необходимым?

Условия возникновения рынка

Первое условие – разделение труда, которое ведет к специализации и обмену.

Первоначально обмен имел примитивные формы. По наблюдениям этнографов, на о. Калимантан и территории нынешней Малайзии это происходило так. «Продавцы», положив свои продукты для обмена, удалялись, дабы дать возможность «покупателям» подойти и рассмотреть их. Если «покупатели» хотели приобрести предложенные им предметы, они оставляли свои и удалялись. Тогда возвращались «продавцы» и в случае согласия забирали оставленные предметы, взамен оставив свои.

Здесь мы наблюдаем зародыш бартера — одной из простейших форм обмена. Конечно, ему еще далеко до подлинного рынка. Ведь интересы «покупателя» и «продавца» могли не совпадать. Тогда приходилось совершать не один, а несколько обменов, чтобы за свой продукт получить то, что требовалось.

Развитие обмена привело к появлению денег, которое расширило стимулы к производству тех или иных товаров специально для продажи. Только тогда и смогло появиться товарное производство в подлинном смысле слова, т.е. производство таких изделий, которые нужны их производителю не для собственного потребления, а в качестве носителя стоимости, позволяющего получить взамен десятки других нужных ему предметов. Иными словами, появилось производство на рынок, для удовлетворения потребностей других экономических агентов.

Второе условие – самостоятельность экономических агентов, или, как часто говорят экономисты, обособленность хозяйственных субъектов. Товарный обмен обязательно предполагает стремление к взаимовыгодности. Никто не хочет проиграть, т.е. все хотят получить взамен своего товара желаемое количество другого. А такое стремление возникает на основе экономической самостоятельности, выражающейся в экономической ограниченности, обособленности интересов. Эта самостоятельность (обособленность) исторически возникает на базе частной собственности. В дальнейшем она начала опираться и на коллективную собственность, но обязательно ограниченную каким-то локальным кругом интересов (кооперативы, товарищества, акционерные общества, государственные предприятия, смешанные предприятия, т.е. с государственным участием, и т.д.).

Для эффективного функционирования рыночного хозяйства необходимо и **третье условие** — свобода предпринимательства. Вне рыночного регулирования хозяйства имеет место в любой системе. Институциональная система дополняет рынок. Институты — это законы, нормы, традиции, организационные структуры. Именно институты создают ту среду, в которой функционируют рынки, и определяют систему сдержек и противовесов, противодействующих произволу и деформации рыночных отношений. Но в целом, чем меньше скован товаропроизводитель, тем больше простора для развития рыночных отношений.

Четвертое условие – трансакционные издержки.

рынок является сложным механизмом, на котором совершаются сделки между покупателями и продавцами экономических благ. Расходы на совершение рыночных сделок называются трансакционными издержками. Это издержки на сбор и обработку информации о состоянии рынка, на поиск покупателя (продавца) и ведение с ним переговоров и заключение контракта, а также на контроль за его соблюдением. Нобелевский лауреат Рональд Коуз в своей знаменитой статье «Природа фирмы» выдвинул концепцию (ее теперь разделяют большинство экономистов), согласно которой наиболее эффективно рыночные сделки осуществляются через фирмы, а не между индивидуумами. Говоря иначе, покупая товар в магазине, покупатель экономит на трансакционных издержках. По мнению Р. Коуза, «экономия на трансакционных издержках по сравнению с индивидуумами является одной из главных причин существования фирм вообще».

Современная рыночная экономика строится на определенных принципах.

Принцип свободы хозяйственной деятельности, который означает право людей выбирать вид экономической деятельности. В рыночной экономике сняты запреты не только на производство и продажу товаров, но и на их перепродажу. Регулируется законом доступ к традиционным государственным видам деятельности: образованию, медицинскому обслуживанию, транспортным услугам, связи и др.

Принцип всеобщности рынка заключается в том, что в его сферу вовлечено все многообразие ценностей, созданных не только человеком, но и природой. Рыночному обороту подвержены не только товары и услуги, но и факторы производства, а также интеллектуальная, духовная, информационная продукция, предметы и объекты культуры.

Принцип многообразия и равноправия форм собственности соблюдается тогда, когда исключаются особо благоприятные условия для одних форм собственности в ущерб другим. Налоги, льготы, санкции, ограничения должны быть для всех одинаковы, а в противном случае не будет честной конкурентной борьбы.

Принцип самонастройки, саморегулирования хозяйственной деятельности достигается тем, что в управлении определяющую роль играют экономические, главным образом финансовые, а не административно-распорядительные методы. Вместе с тем реальная рыночная экономика такова, что делает это беспощадно, посредством жесткой конкуренции, бескомпромиссного удаления с рынка неудачников, посредством банкротства фирм и безработицы.

Принцип свободного ценообразования предполагает, что рыночные цены никем не назначаются, а формируются в результате торга между покупателями и продавцами. В экономической теории это называется взаимодействие спроса и предложения. Такой механизм ценообразования не является единственным в рыночной экономике, но он должен преобладать, господствовать над регулируемым государством или фирмами ценами. Рыночное ценообразование отличает способность устанавливать и автоматически поддерживать цену в соответствии со стоимостью, полезностью товаров и обеспечивать их эквивалентный обмен.

Принцип конкурентности присущ рыночной экономике в силу ее природы: борьбы за эффективное использование редких ресурсов в экономике. Стремление обойти конкурентов, не уступать или не отставать от них создает стимул экономического развития. Опасность стать аутсайдером в конкурентной борьбе за экономическое выживание также способствует повышению экономической эффективности.

Принцип самофинансирования и экономической ответственности выражается в том, что за свободу деятельности и независимость в рыночной экономике агентам рынка необходимо нести ответственность, т.е. покрывать все финансовые расходы на свою деятельность и развитие бизнеса из собственных средств и отвечать по собственным обязательствам, принадлежащим им имуществом и денежными средствами.

Принцип государственного регулирования означает, что никакой рынок не может обойтись без вмешательства государства. Рынку нужны законы, которые бы определяли правила поведения на рынке, и защита от их нарушения. В цивилизованной рыночной экономике государство направляет рынок на достижение общенациональных интересов; обеспечивает централизованное формирование и распределение значительной части

финансовых ресурсов через государственный бюджет; обеспечивает механизм соединений защиты населения от неблагоприятных или непредвиденных последствий.

2. Функции рынка. Преимущества и недостатки рыночного механизма.

Функции рынка определяются стоящими перед ним задачами. Рыночный механизм призван найти ответы на три ключевых вопроса: что, как и для кого производить? Для этого рынок выполняет ряд функций (рис. 1).



Рисунок 1 – Функции рынка

Ценообразующая функция

В результате взаимодействия производителей и потребителей, предложения и спроса на товары и услуги на рынке формируется цена. Она отражает полезность товара и издержки на его производство.

В отличие от административно-командной системы в рыночной экономике эта оценка происходит не до обмена, а в ходе его. Рыночная цена представляет собой своего рода итог, баланс сопоставления затрат производителей и полезности (ценности) данного

блага для потребителей. Таким образом, в процессе рыночного обмена цена устанавливается путем сопоставления затрат (издержек) и полезности обмениваемых благ.

Информационная функция

Цена, складывающаяся на каждом из рынков, содержит богатую информацию, необходимую всем участникам хозяйственной (экономической) деятельности. Постоянно изменяющиеся цены на продукты и ресурсы дают объективную информацию о потребном количестве, ассортименте, качестве благ, поставляемых на рынки. Высокие цены свидетельствуют о недостаточном предложении, низкие цены — об избытке благ по сравнению с платежеспособным спросом.

Стихийно протекающие операции превращают рынок в гигантский компьютер, собирающий и перерабатывающий колоссальные объемы точечной информации, выдающий обобщенные данные по всему хозяйственному пространству, которое он охватывает. Концентрируемая рынком информация позволяет каждому участнику хозяйственной деятельности сверять собственное положение с рыночной конъюнктурой, приспособливая к запросам рынка свои расчеты и действия.

Регулирующая функция

Она связана с воздействием рынка на все сферы хозяйственной деятельности, прежде всего на производство. Постоянные колебания цен не только информируют о состоянии дел, но и регулируют хозяйственную деятельность. Растет цена — сигнал к расширению производства; падает цена — сигнал к его сокращению. Информация, предоставляемая рынком, заставляет производителей снижать затраты, улучшать качество продукции.

Образно говоря, на рынке действует регулирующая «невидимая рука», о которой писал еще Адам Смит: «Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им».

В то же время, являясь регулятором хозяйственной жизни, рынок неоднократно демонстрировал, что не все процессы макроэкономического регулирования ему подвластны. Это проявляется в периодических спадах, инфляции, безработице.

Посредническая функция

Рынок выступает посредником между производителями и потребителями, позволяя им найти наиболее выгодный вариант купли-продажи. В условиях развитой рыночной экономики потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика. Продавец со своих позиций стремится найти и заключить сделку с наиболее устраивающим его покупателем.

Санитрующая функция

Рыночный механизм — это достаточно жесткая, в известной мере жестокая система. Он постоянно проводит «естественный отбор» среди участников хозяйственной деятельности. Используя инструмент конкуренции, рынок очищает экономику от неэффективно функционирующих предприятий. И напротив, даст зеленый свет более предприимчивым и активным. В результате селекционной работы рынка повышается средний уровень эффективности, поднимается устойчивость национального хозяйства в целом.

Как свидетельствует опыт, средний цикл малого бизнеса не превышает пяти лет. В конкурентной борьбе нередко гибнут и крупные фирмы. Разумеется, в условиях концентрации производства и капитала монополизация деформирует санитарный механизм рынка. И все же монополизация нигде не подавляет конкуренцию настолько, чтобы «естественный отбор» прекратился.

В России общее количество малых предприятий в последние годы стабилизировалось. Число прекращающих существование и вновь создаваемых предприятий сравнялось. Одна часть предприятий разорилась в результате банкротства банков, другая — ушла в среду теневого бизнеса; многие не выдерживают конкуренции.

Рыночной экономике присущи следующие черты:

- частная собственность,
- свободное предпринимательство,
- ценообразование, основанное на механизме спроса и предложения,
- конкуренция,
- ограниченная роль государства

Исторический опыт показал, что рыночная организация экономики оказалась наиболее эффективной, прежде всего потому, что она требует наименьших издержек при решении основных проблем экономики. Вместе с тем, даже «идеальному» рынку присущи негативные черты.

Исторический опыт показал, что рыночная организация экономики оказалась **наиболее эффективной**, прежде всего потому, что она требует наименьших издержек при решении основных проблем экономики. Вместе с тем, даже «идеальному» рынку присущи **негативные черты**.

Преимущества и недостатки рыночной экономики

Преимущества	Недостатки
<p>Высокая способность к оперативному удовлетворению разнообразных потребностей людей, повышению качества товаров и услуг.</p> <p>Свобода выбора и действий потребителей и производителей.</p> <p>Эффективное распределение ресурсов в соответствии с потребностями общества.</p> <p>Гибкость и высокая адаптивность к изменяющимся условиям.</p> <p>Максимальное использование достижений и стимулирование научно-технического прогресса.</p> <p>Невозможность хронического дефицита (неудовлетворенный спрос ведет к росту цен и повышает выгодность вложения средств именно в производство дефицитных продуктов, тем самым, снимая проблему дефицита).</p> <p>Создание стимулов к труду.</p>	<p>Конкуренция объективно ведет к возникновению монополий; монополизация рынка и сужение конкуренции снижает эффективность распределения ресурсов.</p> <p>Рыночная система обладает низкой способностью к сохранению невозпроизводимых ресурсов, охране окружающей среды, развитию фундаментальной науки.</p> <p>Ориентация, прежде всего на удовлетворение индивидуальных потребностей людей. Общественные потребности рынок учитывает плохо или не учитывает вообще.</p> <p>Распределяя доходы в соответствии с вложенными факторами производства, рынок не обеспечивает социальной справедливости. Существенное неравенство в доходах ведет к неэффективному распределению ресурсов.</p> <p>Нестабильность экономики. Рынку имманентны такие негативные экономические явления, как инфляция, безработица, цикличность производств</p>

В экономической теории выделяют три основных субъекта рыночных отношений - домохозяйства, фирмы и государство.

Домохозяйство - это экономическая единица, объединяющая лиц, живущих под одной крышей, которые принимают или вынуждены

принимать общие финансовые решения. Домохозяйства, как правило, относят к сектору потребителей и наделяют их следующими чертами:

- каждое домохозяйство принимает единое решение, как будто оно состоит из одного человека (экономистов не интересуют принципы выработки подобных решений);
- домохозяйства - полновластные собственники экономических ресурсов и самостоятельно принимают решения об их продаже производителям;
- любое домохозяйство, принимая решения, стремится получить максимальное удовлетворение своих потребностей, максимальную полезность, исходя из поставленных целей и имеющихся ограничений для их достижения.

Фирма - экономическая единица, нанимающая факторы производства для производства товаров и услуг, которые она затем продает домохозяйствам, другим фирмам или государству. Фирмы относятся к сектору производителей и обладают следующими свойствами:

- каждая фирма принимает единое, решение, как если бы она состояла из одного человека;
- фирмы - полновластные пользователи средств производства;
- принимая решения, фирма стремится максимизировать свою прибыль.

Государство понимается в широком смысле слова, как совокупность всех правительственных учреждений, имеющих юридическую и политическую власть для контроля над хозяйственными субъектами и рынком. Государство стремится максимизировать общественную полезность.

Модель кругооборота доходов

Наиболее общее представление о взаимосвязи экономических субъектов рынка может дать так называемая модель кругооборота доходов в упрощенном виде (чистая рыночная экономика, рис.2.) и в полном виде (рыночная экономика с учетом государства, рис.3.).

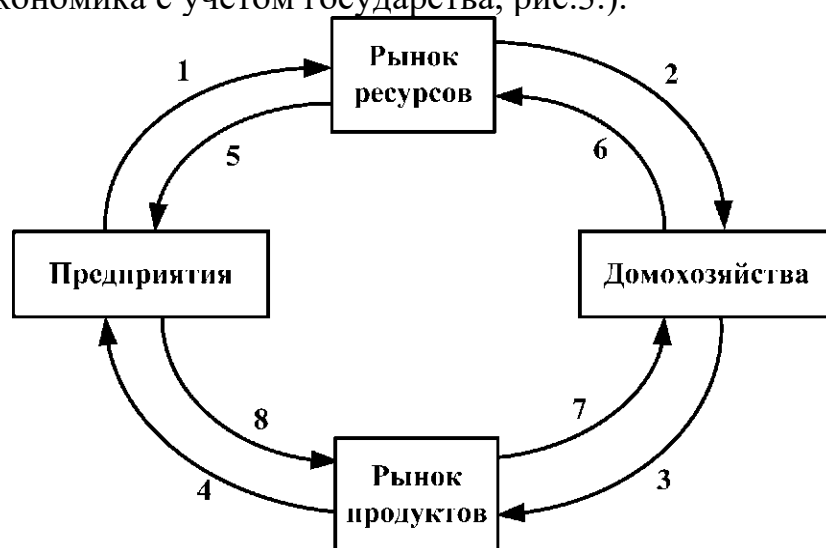


Рисунок 2 – Упрощенная модель кругооборота доходов

Предприятия через рынок факторов производства покупают у домохозяйств необходимые им ресурсы (5 и 6), производят необходимые товары и услуги

(7 и 8) и продают их через рынок продуктов домохозяйствам. В результате издержки фирм (1) превращаются в потребительские доходы (2), а те в свою очередь поступают на рынок продуктов, а затем на счета фирм в качестве доходов (4).

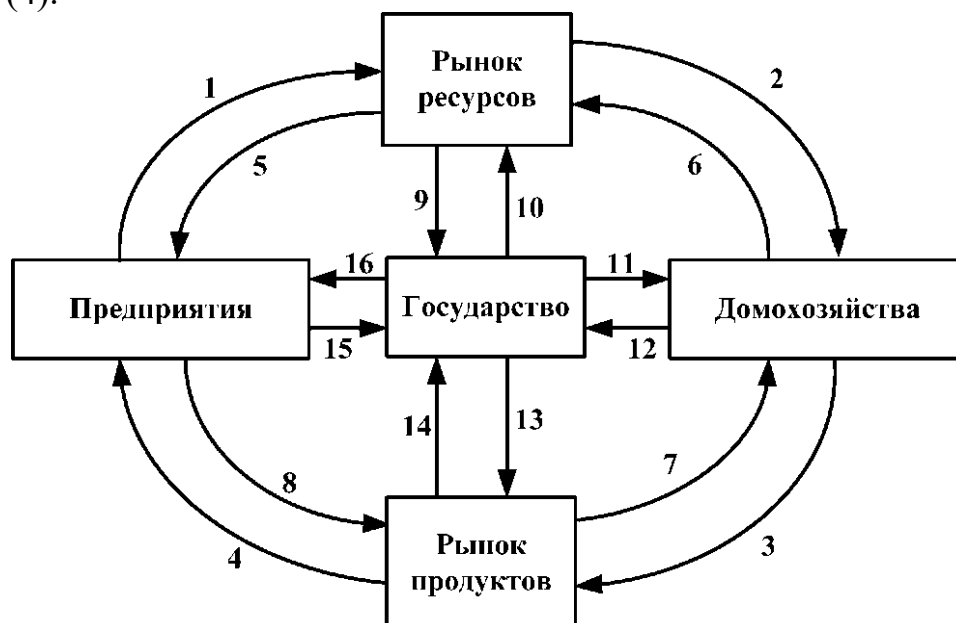


Рисунок 3 – Полная модель кругооборота доходов

В более полной модели кругооборота мы добавляем государство, как равноценного субъекта рыночных отношений. Государственные расходы (10 и 13), налоги (12 и 15) и трансфертные платежи (11 и 16), а также опосредованные этим потоки ресурсов и продуктов (9 и 14) в государственный сектор оказывают влияние на распределение доходов, ресурсов и, как следствие, на уровень деловой активности фирм и домохозяйств.

3. Структура рынка. Основные критерии классификации рынка.

Структура рынка - это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка.

Можно выделить следующие критерии для классификации структуры рынка:

1. по объектам рыночных отношений: рынок потребительских товаров и услуг, рынок промышленных товаров, рынок сырья, рынок ценных бумаг, рынок валюты и т. д.;
2. по субъектам рынка: рынок покупателей, рынок продавцов;
3. по географическому положению: местный, национальный, мировой;
4. по степени ограничения конкуренции: рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, олигополия, монополия);
5. по отраслям: (автомобильный, нефтяной и т. д.;
6. по характеру продаж: оптовый, розничный;
7. по соответствию действующему законодательству: легальный, нелегальный, «черный» рынок.

4. Сущность, происхождение и основные элементы инфраструктуры рынка.

Инфраструктура экономики вообще, в самом широком смысле этого слова, - это какие-то институты, организации, отрасли и части экономической системы, обеспечивающие нормальное функционирование всей экономики или её отдельных частей и отраслей.

Например, транспортная сеть - это инфраструктура, которая обеспечивает технологическое единство всех отраслей экономики, непрерывность и взаимодополняемость всех производственных систем.

Условно в экономике можно выделить производственную, социальную и рыночную инфраструктуры. Все они тесно связаны между собой.

Производственная инфраструктура - это комплекс отраслей, обеспечивающих внешние условия для развития производства. Она включает в себя грузовой транспорт, дороги, электро-, газо- и водоснабжение, складское хозяйство, связь, информационное обслуживание. В свою очередь социальная инфраструктура представляет собой комплекс отраслей, связанных с воспроизводством рабочей силы. В этот комплекс входит здравоохранение, образование, жилищно-коммунальное хозяйство, пассажирский транспорт, сфера организации досуга, общественное питание, услуги по домашнему хозяйству.

Рыночная инфраструктура - это совокупность организационно-правовых форм, различных институтов, организаций, обслуживающих различные рынки и рыночную экономику в целом и обеспечивающих их функционирование.

Во всём сложном и взаимосвязанном комплексе рыночной инфраструктуры можно выделить: инфраструктуры рынка труда, рынка капитала, рынка земли, рынка товаров и услуг, макроэкономическую инфраструктуру. Все типы инфраструктур тесно связаны между собой.

Инфраструктура рынка труда включает в себя такие институты как законодательство о труде, законодательство о занятости, законодательство о социальной защите, законодательство об охране труда, министерство труда и занятости, местные органы регулирования занятости и социальной защиты, государственные и частные биржи и центры по трудоустройству, агентства по найму (рекрутинговые агентства), государственные и частные центры и системы повышения квалификации и переподготовки кадров, профессиональные союзы, коллективные и индивидуальные трудовые соглашения, специальные информационные и профессиональные периодические издания.

Инфраструктура рынка капитала – это, прежде всего, банковское законодательство, валютное законодательство, законодательство об

иностранных инвестициях, биржевое законодательство, центральный банк; государственные займы и государственный долг, коммерческие банки, фондовые биржи, страховые компании, сберегательные банки, пенсионные фонды, инвестиционные банки, ипотечные и земельные банки, строительные общества, финансовые компании, венчурные компании, консалтинговые и аудиторские фирмы, предпринимательские союзы и профессиональные ассоциации, специальные информационные и профессиональные периодические издания.

Инфраструктура рынка земли предполагает следующие элементы: земельное законодательство (земельный кодекс), законодательство о защите окружающей среды, земельный кадастр, министерство землепользования, министерство экологии, государственные региональные земельные комитеты, агентства по торговле недвижимостью, консалтинговые и информационные агентства на рынке недвижимости, ипотечные и земельные банки, профессиональные ассоциации фирм по торговле недвижимостью, специальные информационные и профессиональные периодические издания.

Инфраструктура рынка товаров и услуг включает в себя следующие элементы: торговое законодательство, законы о рекламе, законодательство о защите прав потребителя, санитарно-гигиенические нормы, предприятия оптовой торговли, предприятия розничной торговли, товарные биржи, транспортные предприятия, складское хозяйство, консалтинговые фирмы, рекламные агентства, информационные периодические издания.

Макроэкономическая инфраструктура в рыночной экономике состоит из следующих важнейших институтов: бюджетное устройство и бюджетный процесс (бюджетный кодекс), налоговое законодательство (налоговый кодекс), федеральный бюджет, министерство финансов, бюджетно-финансовая политика, центральный банк; денежно-кредитная политика, государственный арбитраж, министерство экономики, структурная политика, министерство внешней торговли, внешнеэкономическая политика, государственные и частные институты экономического анализа и прогнозирования, институт экономических советников президента.

Таким образом, рыночная экономическая система - это такая система, где ресурсы распределяются и используются, главным образом с помощью механизма рыночной конкуренции, центром которой является цена блага.

5. Спрос, факторы рыночного спроса. Закон спроса.

Спрос на какой-либо товар характеризует потребности людей, их желание приобрести то или иное количество данного товара. Характеризует, но не совпадает полностью.

Потребность в некотором благе подразумевает желание его иметь. Спрос же предполагает не только желание, но и возможность его приобретения по существующим на рынке ценам.

Механизм рынка позволяет удовлетворять лишь те потребности человека и общества, которые выражены через спрос.

Таким образом, спрос - это платежеспособная потребность в каком либо товаре или услуге.

Различают индивидуальный и рыночный спрос на товары или услуги. Если индивидуальный спрос на товар отражает желания и возможности отдельного потребителя, то общий рыночный спрос будет суммированным, или агрегированным отражением спроса на какой-либо товар со стороны всех потенциальных потребителей.

Для практической оценки рыночного спроса используют самые разнообразные методы, среди наиболее распространенных можно назвать:

- опрос потребителей, позволяющий выявить их предпочтения и возможности;
- рыночный эксперимент, в условиях которого моделируется требуемая ситуация, задаются новые параметры, например, новые цены, и проводится сравнительный анализ поведения потребителей в старых и новых условиях;
- статистический метод, при котором исследуются взаимосвязи между спросом и ценами на интересующий товар за определенный период времени и т.д.

Конкретным показателем спроса служит величина, или объем, или количество спроса.

Величина спроса (Q_d) - количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах. Величина рыночного спроса не обязательно совпадает с объемом рыночных продаж.

Так, например, назначение государством заниженных цен на какой-либо товар (или запрет на повышение цен в государственных магазинах) может вызвать существенный рост величины спроса. При этом объем продаж может оказаться низким в результате незаинтересованности производителя продавать по установленным ценам.

Максимальная цена, которую покупатели готовы заплатить за определенное количество данного товара или услуги называется ценой спроса.

Зависимость между величиной спроса и определяющими его факторами (детерминантами) называют функцией спроса.

Величина спроса – это конкретное количество товаров или услуг, которое потребитель приобретёт по конкретной цене за определенный период времени.

Спрос представляет собой функцию, отражающую его зависимость от различных факторов:

$$Q_d = f(P, I, Z, P_{sub}, P_{com}, W, N, E),$$

где Q_d – спрос;

P – цена товара;

I – доход потребителя;

Z – вкусы и предпочтения потребителя;

P_{sub} – цена товара-субститута (заменителя);

P_{com} – цена товара-комплемента (дополняющего);

W – богатство;

N – число покупателей;

E – ожидания потребителей.

Изменение величины спроса наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменности всех прочих параметров (вкусов, доходов, цен на другие товары и т.д.). На графике подобное изменение отражается движением вдоль кривой спроса, например из точки А в точку В (и в обратном направлении) как на рис. 1.

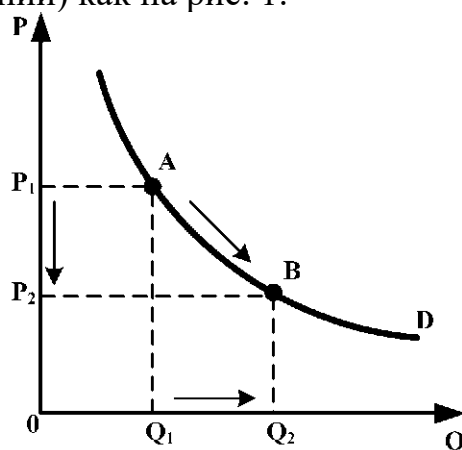
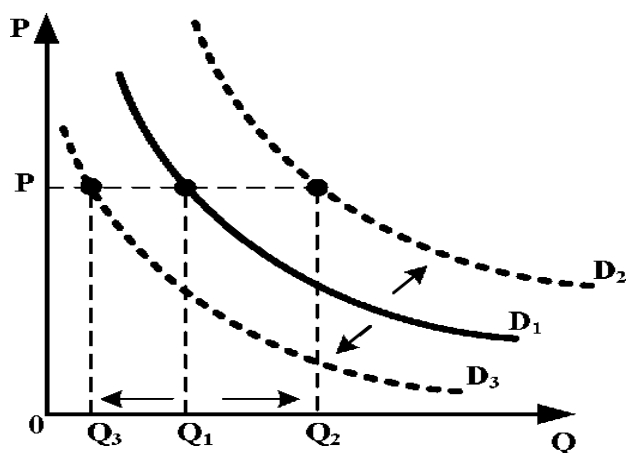


Рисунок 1 – Изменение величины спроса

Изменение спроса происходит при неизменности рыночных цен на



рассматриваемый товар, то есть под воздействием каких-либо неценовых

Рисунок 2 – Изменения спроса

факторов, и на графике отражается смещением всей кривой спроса вправо и вверх (если спрос растет) или влево и вниз (если падает) (рис. 2.).

Факторы, смещающие кривую спроса, называют детерминантами спроса. Основными детерминантами спроса являются:

1. вкусы (предпочтения) потребителей;
2. число потребителей на рынке;
3. доходы потребителей;
4. цены на сопряженные товары;

5. потребительские ожидания относительно будущих цен и доходов. Дополнительные примеры, которые помогут лучше разобраться в факторах, определяющих спрос, приведены в табл. 1

Таблица 1 Детерминанты спроса

Детерминанты	Примеры
1) Изменение вкусов покупателей	Физическое здоровье становится все более популярным, что способствует повышению спроса на кроссовки и велосипеды; рост патриотизма приводит к повышению спроса на флаги страны
2) Изменение числа покупателей	Снижение числа детей приводит к сокращению спроса на игрушки
3) Изменение дохода	Увеличение доходов повышает спрос на такие нормальные товары, как пончики, билеты на спортивные соревнования и ожерелья, и снижает спрос на такие товары низшей категории, как картофель, маргарин и дешевое вино
4) Изменение цен на сопряженные товары	Снижение тарифов на пассажирские авиаперевозки сокращает спрос на поездки автобусом (взаимозаменяемые товары); снижение цены на DVD-проигрыватели повышает спрос на кинофильмы на DVD (взаимодополняющие товары)
5) Изменение ожиданий потребителей	Неблагоприятная погода в Южной Америке порождает ожидания потребителей более высоких в будущем цен на кофе и тем самым повышает текущий спрос на него

Практически единственным исключением из закона спроса является парадокс Гиффена, названный так в честь английского экономиста Роберта Гиффена (1837-1910). Этот экономист обратил внимание на то, что во время голода в Ирландии в середине XIX в. объем спроса на картофель, цена которого выросла, существенно увеличился. Гиффен связал это с тем, что в бюджете бедных семей расходы на картофель занимали значительную долю. Повышение цен на данный товар приводило к тому, что реальные доходы этих слоев падали, и они вынуждены были сокращать покупки прочих товаров, увеличивая потребление картофеля, чтобы выжить и не умереть от голода. В силу этого кривая спроса на картофель имела «восходящий» вид. Но это все же исключение. А нормальный случай для спроса - это нисходящая кривая.

6 Предложение, факторы рыночного предложения. Закон предложения.

Анализ рыночного механизма будет односторонним без рассмотрения предложения, характеризующего экономическую ситуацию на рынке уже не со стороны покупателя, как спрос, а со стороны продавца.

Предложение можно определить как совокупность товаров и услуг, которые находятся в данный момент на рынке, и которые продавцы (производители) готовы продать при существующих ценах.

Величина предложения (Q_s), или количество товаров и услуг, которое продавцы готовы продать в данное время, в данном месте и при данных ценах, не всегда совпадает с объемом производства и объемом продаж, имеющими место на рынке.

С одной стороны, если рыночная цена оценивается продавцами как недостаточно высокая для покрытия их издержек, величина предложения будет существенно меньше, чем объемы реального производства (особенно по товарам подлежащим хранению). С другой стороны, назначение государством высоких цен на какую-либо продукцию может вызвать значительный интерес среди фирм-производительниц и рост величины предложения, однако объем продаж, определяемый как поведением продавцов, так и поведением покупателей, может быть при этом достаточно слабым.

Цена предложения показывает минимальную цену за данное количество товара, на которую продавец готов согласиться, то есть согласиться продать свой товар.

При анализе рыночной конъюнктуры различают рыночное и индивидуальное предложение.

Рыночный объем предложения является агрегированной величиной и может быть получен путем суммирования объемов предложения отдельных производителей при всех возможных ценах. При этом предполагается неизменность всех прочих факторов, в том числе цен на ресурсы, которыми пользуются производители.

Величина предложения находится в тесной зависимости не только от цен, но и от других параметров рыночной конъюнктуры. Данную зависимость называют **функцией предложения** и в наиболее общем виде записывают по аналогии с функцией спроса:

$$Q_s = f(P, P_r, K, T, N, E),$$

где Q_s - предложение; P – цена товара; P_r – цены ресурсов; K – характер технологии; T – налоги/субсидии; N – число продавцов; E – ожидания

По аналогии со спросом функциональная зависимость между величиной предложения и ценой может быть представлена тремя традиционными способами: табличным, аналитическим, графическим

Таблица - Рыночное предложение бытовых пылесосов

Цена, у.е.	200	170	150	130	100
Величина рыночного предложения, тыс. шт.	9	6	4	2	0

Графическое изображение функции представляет собой кривую предложения.

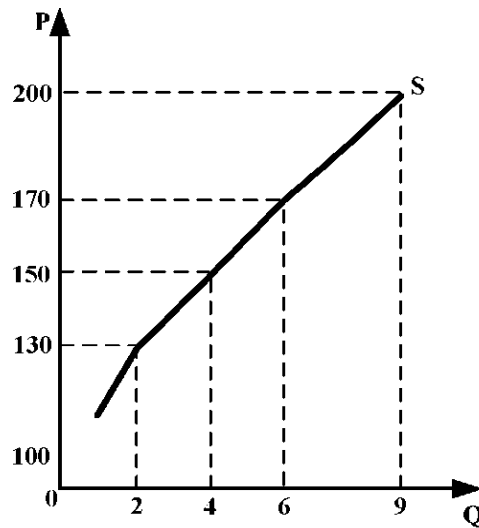
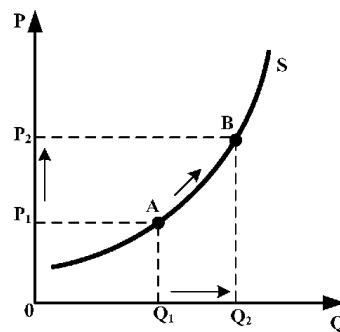


Рисунок 3 – Кривая предложения

Данные табл. и рис. 3 указывают на положительную, или прямую, зависимость между ценой и объемом предложения продукта. С повышением цен возрастает и величина предложения; со снижением цен предложение сокращается. Эта специфическая связь называется **законом предложения**. Суть его состоит в том, что производители изготавливают и предлагают к продаже большее количество своего продукта по высокой цене, чем по низкой. Это в полной мере согласуется со здравым смыслом.

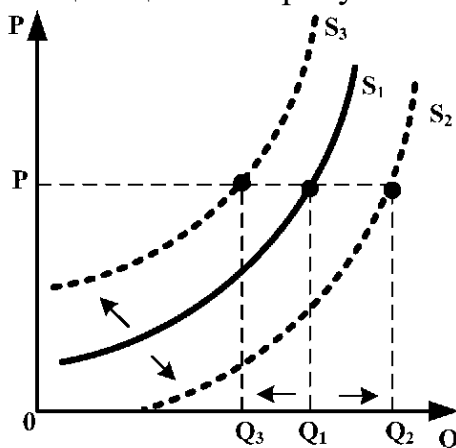
Как и при рассмотрении спроса, не следует смешивать изменения величины предложения и изменения предложения.

Изменение величины предложения наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменных прочих факторах рыночной конъюнктуры и предполагает движение вдоль кривой предложения, как это представлено на рис. 4.



Изменение предложения, напротив, означает изменение всей функции предложения за счет изменения каких-либо неценовых факторов при неизменной цене

Факторы, смещающие кривую предложения, называют



детерминантами предложения. К основным детерминантам предложения можно отнести:

1. цены на ресурсы;
2. число продавцов на рынке;
3. технология производства;
4. налоги и субсидии;
5. цены на другие товары;
6. ожидания производителей изменения цен.

В таблице 2 приведен перечень детерминант предложения с конкретными примерами, чтобы лучше разобраться в факторах, определяющих предложение.

Таблица 2 – Детерминанты предложения

Детерминанты	Примеры
1) Изменения цен ресурсов	Снижение цены микрочипов повышает предложение компьютеров; повышение цены сырой нефти снижает предложение бензина
2) Изменение технологии	Создание более эффективных беспроводных технологий привело к повышению предложения сотовых телефонов
3) Изменение налогов и субсидий	Повышение акциза на сигареты снижает предложение этих табачных изделий; снижение субсидий университетам уменьшает предложение услуг в сфере высшего образования
4) Изменение цен на другие продукты	Рост цен на бананы снижает предложение апельсинов
5) Изменение ожиданий производителей	Ожидание значительного роста цен на пиломатериалы в будущем снижает предложение этих продуктов в настоящее время

6) Изменение числа продавцов	Увеличение числа салонов, где делают татуировки, повышает предложение этой услуги; создание женской профессиональной баскетбольной лиги позволяет зрителям увидеть больше матчей между женскими баскетбольными командами и повышает предложение этого продукта
------------------------------	--

7. Взаимодействие спроса и предложения. Равновесная цена.

Рассмотрим взаимодействие спроса и предложения, совместив на одном графике кривую спроса (линия D) и кривую предложения (линия S).

Рыночное равновесие можно определить как состояние, при котором ни у кого, из экономических субъектов не возникает побуждений к его изменению. Применительно к спросу и предложению точка рыночного равновесия будет находится в точке пересечения кривых спроса и

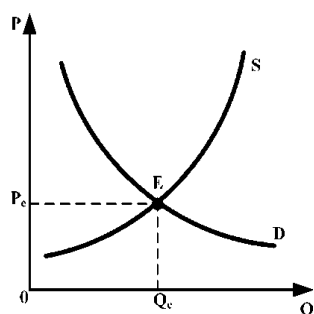


Рисунок 6 - Рыночное равновесие

предложения. Равновесие на рынке наступает тогда, когда и у продавцов, и у покупателей нет стимулов к изменению существующего положения, т.е. когда товары на рынке продаются и покупаются по такой цене, по которой продавцы предлагают к продаже как раз такое количество товара, которое покупатели хотят и могут купить.

Такая цена называется равновесной (рыночной) ценой (E на рис.6). При любой другой цене, которая будет выше или ниже равновесной, существует разрыв между спросом и предложением.

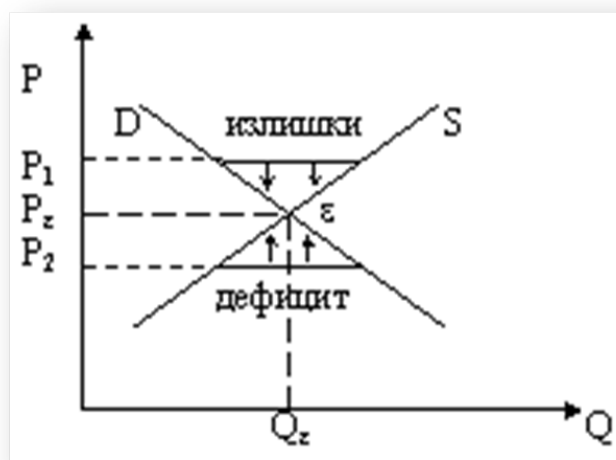


Рисунок 7 – Изменение цены

Цена выше равновесной стимулирует производителей производить больше продукции, но у потребителей снижает желание покупать этот товар, переключая их спрос на другие товары. Как следствие, на рынке появляются излишки данного товара (рисунок 7).

Однако такое положение не может долго сохраняться. Наличие избытков у производителей будет побуждать их к снижению цены. По цене ниже равновесной продавцы будут готовы предложить меньшее количество товара, чем то, которое готовы будут купить покупатели. Спрос превысит предложение, образуется дефицит.

В свою очередь, конкуренция между покупателями приведет к росту цены, а рост цены подтолкнёт производителей к увеличению выпуска товара.

Таким образом, избыток товара будет опускать его цену, а дефицит вызовет рост цены на продукт. Так будет продолжаться до тех пор, пока при определенной цене количество продукта, которое готовы приобрести покупатели, не совпадёт с количеством товара, которое производители готовы выпустить и продать по этой же цене.

При изменении неценовых факторов спроса и предложения, которые приводят к сдвигу кривых спроса и предложения вправо-влево, произойдет изменение рыночного равновесия:

$$\begin{aligned} D \uparrow &\rightarrow P \uparrow, Q \uparrow; \\ D \downarrow &\rightarrow P \downarrow, Q \downarrow; \\ S \uparrow &\rightarrow P \downarrow, Q \uparrow; \\ S \downarrow &\rightarrow P \uparrow, Q \downarrow; \\ D \uparrow, S \uparrow &\rightarrow P \uparrow \downarrow, Q \uparrow; \\ D \downarrow, S \downarrow &\rightarrow P \downarrow \uparrow, Q \downarrow; \\ D \uparrow, S \downarrow &\rightarrow P \uparrow, Q \downarrow \uparrow; \\ D \downarrow, S \uparrow &\rightarrow P \downarrow, Q \downarrow \uparrow, \end{aligned}$$

где: D – спрос, S – предложение, P – равновесная цена, Q – равновесное количество, \uparrow - увеличивается, \downarrow - уменьшается, $\uparrow \downarrow$ - может как увеличиться, так и уменьшиться или остаться без изменений.

Рыночное равновесие может нарушаться под действием государственной политики. В частности, государство может установить законодательным путем цену выше или ниже равновесной, которые называются ценами «пола» и «потолка».

«Потолки» цен применяют обычно для сдерживания инфляционных процессов, решения социальных проблем, например, увеличения доступности каких-либо продуктов для беднейших слоев населения. Потолки цен создают искусственный дефицит.

Цены «пола» могут устанавливаться для поддержки отечественного производителя, для решения социальных вопросов (закон о минимальной заработной плате). Во многих странах такая политика практикуется использование для поддержки производителей сельскохозяйственной продукции. При цене выше равновесной появляется избыток предложения, излишки продукции, которые, как правило, закупает государство.

8. Понятие и виды эластичности спроса и предложения

Для экономического анализа недостаточно определить направление изменения спроса, важно измерить *степень* этого изменения. Степень изменения спроса под воздействием факторов, влияющих на спрос, называется *эластичностью спроса*. Различают *эластичность спроса по цене* и *эластичность спроса по доходу*, и *перекрестную эластичность*.

1. Ценовая эластичность спроса характеризует степень изменения спроса под влиянием изменения цены. (Реакция покупателя на изменение цен данного товара). Измеряется коэффициентом эластичности (E_d) - определяется как отношение процентного изменения количества продукции на которую изменяется спрос, к процентному изменению цены.

$E_d = \text{процентное изменение объема спроса (Qd)} / \text{процентное изменение в цене (P)}$

Таблица – Виды ценовой эластичности спроса

Эластичность	Коэффициент	Соотношение Изменения спроса и цены
Совершенно неэластичный спрос	$E=0$	Цена растет (падает), спрос постоянен
Неэластичный спрос	$E < 1$	Цена растет (падает) больше, чем спрос
Эластичный спрос -	$E > 1$	Цена растет (падает) меньше, чем спрос
Единичная эластичность спроса	$E=1$	Спрос и цена изменяются в равной степени
Совершенно эластичный спрос	$E=\infty$	Спрос растет (падает), цена постоянная

Примерами разной эластичности спроса на различные товары могут служить:

- спрос на инсулин – совершенно неэластичен. Как бы ни росла цена, больному диабетом необходима определенная доза инсулина (спрос постоянен);
- спрос на предметы первой необходимости (продукты питания) – неэластичен. С изменением цены спрос меняется незначительно;
- спрос на предметы роскоши – эластичен. Изменение цены существенно повлияет на спрос;
- спрос на транспортные услуги, как правило, характеризуется единичной эластичностью и изменяется в той же мере, что и транспортные тарифы;
- спрос на рынке совершенной конкуренции - совершенно эластичен.

Факторы ценовой эластичности:

заменяемость – спрос на товар, имеющий больше товаров- субституттов, будет более эластичным;

• *удельный вес в бюджете потребителя* – при большем удельном весе данного товара в бюджете при прочих равных условиях эластичность спроса на этот товар будет выше;

• *временной фактор* – с течением времени спрос становится более эластичным;

доступность блага – чем выше товарный дефицит, тем ниже эластичность спроса на данный товар, нет выбора и товар покупается по цене на данный момент.

2. Перекрестная эластичность – эластичность, показывающая как изменяется спрос на товар А при изменении цены на товар В на 1 % (для товаров-комplementов она отрицательна, т.е. увеличение цены на один из них вызывает снижение спроса на другой). Если:

$E > 1$, то товары a и b – взаимозаменяемые;

$E < 1$, то товары a и b – взаимодополняемые;

$E = 1$, то товары a и b – независимые друг от друга.

3. Эластичность по доходу характеризует степень изменения спроса на товар под влиянием изменения дохода.

E_i = процентное изменение величины спроса / процентное изменение величины дохода

при $E < 0$ - товары низшей категории (отражает сокращение производства в соответствующих отраслях);

при $1 < E < 0$ - товары первой необходимости;

при $E > 1$ - нормальные товары (предметы роскоши) - представляет ситуацию активного развития отраслей, производящих эти товары.

Эластичность предложения по цене – чувствительность величины предложения товаров к изменению цен на эти товары.

Коэффициент эластичности предложения по цене (E) показывает, на сколько процентов изменится величина предложения товаров (Q) при изменении цены единицы товара на 1%.

E_s = процентное изменение объема предложения / процентное изменение цены

Эластичность предложения по цене зависит, прежде всего от времени, имеющегося у производителя для того, чтобы отреагировать на изменение цены. Периоды изменения ситуации на рынке:

- *мгновенный* – реализации подлежит товар, изготовленный под установившуюся рыночную цену, т.е. предложение должно подстраиваться под спрос и оно абсолютно неэластично;

- *краткосрочный* – с изменением цены производитель может изменять величину предложения за счет изменения переменных факторов производства и предложение становится эластичным;

- *долгосрочный* – создаются новые производственные мощности, входят в отрасль новые фирмы и предложение в этот период наиболее эластично.