

## ТЕМА 4. СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Спрос: понятие, закон спроса, неценовые факторы спроса.
2. Предложение: понятие, закон предложения, неценовые факторы предложения.
3. Рыночное равновесие.
4. Эластичность спроса и предложения.

**Ключевые понятия:** закон спроса, закон предложения, рыночное равновесие, эластичность спроса и предложения.

### 1. Спрос: понятие, закон спроса, неценовые факторы спроса

На рынке действуют два контрагента: покупатель и продавец. Покупатель формирует спрос на товары, а продавец – предложение товаров. **Спрос** – то количество товара, которое хочет и может приобрести покупатель по данной цене в данный период времени. Спрос захватывает только часть потребностей человека – те, за которые он готов заплатить.

Главный фактор, влияющий на спрос – цена данного товара. Между ценой и величиной спроса существует обратная связь, которая отражается в законе спроса. **Закон спроса:** при прочих равных условиях, рост цены товара приводит к снижению величины спроса.

Данный закон имеет графическую интерпретацию в виде *кривой спроса*, где  $P$  (*price*) – цена,  $Q$  (*quantity*) – количество товара, величина спроса,  $D$  (*demand*) – спрос (рисунок 4.1).

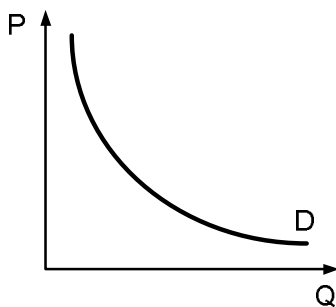


Рисунок 4.1 – Кривая спроса

Если меняется цена данного товара, то мы переходим в новую точку этой кривой, т.е. меняется **величина спроса**.

Кроме цены, на спрос влияет множество других факторов, которые объединили в 5 групп. **Неценовые факторы спроса:**

- 1) *Вкусы потребителей* (мода, традиции потребителя);
- 2) *Количество потребителей* на рынке;
- 3) *Доход потребителя*. При увеличении дохода спрос на качественные товары растет, а на некачественные – снижается.
- 4) *Ожидания потребителей* относительно будущих цен (в результате инфляционных ожиданий происходит рост текущего спроса);
- 5) Цены на сопряженные товары:

- *взаимодополняющие товары* (кофе и кофеварка). Если растет цена на один из взаимодополняющих товаров (кофе), то величина спроса на него снижается, а потому снижается спрос на второй товар (кофеварки).
- *взаимозаменяемые товары* (кофе и чай). Если цена на один из взаимозаменяемых товаров (кофе) растет, то величина спроса на него падает, а потому растет спрос на относительно более дешевый товар-заменитель (чай).

## 2. Предложение: понятие, закон предложения, неценовые факторы предложения

**Предложение** - то количество товара, которое хочет и может произвести и поставить на рынок производитель по данной цене в данный период времени.

Основной фактор, влияющий на предложение – цена товара. **Закон предложения:** при прочих равных условиях, рост цены данного товара приводит к росту объемов продаж. Закон предложения интерпретируется в *кривой предложения*, где  $S$  (*supply*) – предложение.

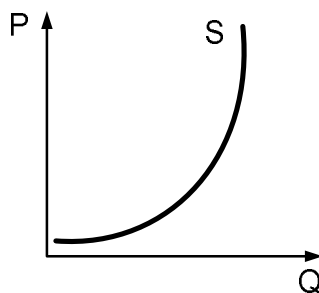


Рисунок 4.2. – Кривая предложения

Кроме цены, на предложение влияет множество других факторов. **Неценовые факторы предложения:**

- 1) *Цены на экономические ресурсы.* Чем больше цена на ресурсы, тем выше издержки, следовательно, меньше прибыль, а, значит, меньше желание производить.
- 2) *Технологии.* Более совершенная технология экономит затраты, следовательно, увеличивается доход, а, значит, больше желание производить.
- 3) *Количество производителей на рынке.*
- 4) *Ожидания производителей* относительно будущей ситуации на рынке – при благоприятной оценке производитель будет увеличивать производство, при неблагоприятной – уменьшать его;
- 5) *Налоги и субсидии.* Налоги могут увеличить затраты, тогда желание производить снижается. Субсидии – наоборот.

## 3. Рыночное равновесие

Рыночное равновесие возникает при равенстве спроса и предложения (рисунок 4.3). Цена, при которой спрос равен предложению, называется равновесной. **Равновесная цена ( $P_e$ )** - это единственная цена, при которой пла-

ны производителей по изготовлению товара полностью совпадают с планами потребителей по его покупке. **Равновесный объем продаж ( $Q_e$ )** – это объем продаж, при котором количество спрашиваемого товара равно количеству предлагаемого товара по данной цене.

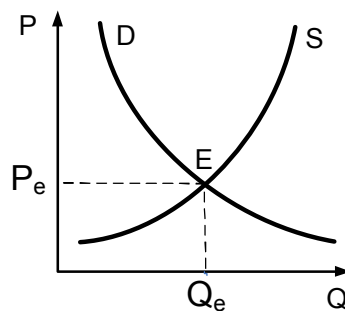


Рисунок 4.3. – Отраслевое рыночное равновесие

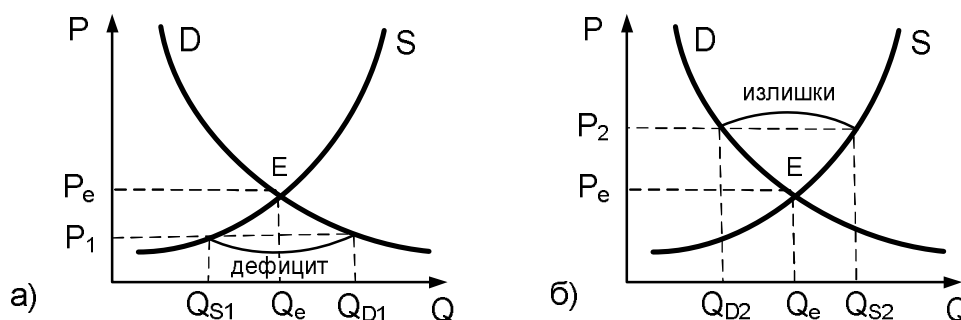


Рисунок 4.4. – Отклонения от рыночного равновесия

Однако рынок – это динамичный механизм, поэтому равновесие нарушается. Рассмотрим, что будет происходить на свободном нерегулируемом рынке (рисунок 4.4). Неравновесие заключается в отклонении реальной рыночной цены от равновесной цены. Может быть два случая:

а) цена установилась на уровне ниже равновесной цены:  $P_1 < P_e$  (рисунок 4.4.а)) В этом случае величина спроса больше величины предложения: на рынке возникает товарный дефицит. А значит, возникает конкуренция между потребителями за товар, что ведет к увеличению цены до уровня равновесия.

б) цена установилась на уровне выше равновесной цены:  $P_2 > P_e$  (рисунок 4.4.б)). В этом случае величина предложения больше величины спроса: возникает товарный излишек. Следовательно, на рынке данного товара производители конкурируют за потребителя, а, значит, происходит снижение цены до уровня равновесной.

#### 4. Эластичность спроса и предложения

**Эластичность спроса по цене (ЭСЦ)** – это степень реакции потребителя на изменение цены данного товара.

Спрос считается *эластичным* (гибким), если при небольших изменениях цены величина спроса на данный товар изменяется в значительно больших размерах (например, при увеличении цены на 10% величина спроса падает на 15%).

Спрос является *неэластичным* (жестким), если при значительных колебаниях цены величина спроса меняется незначительно (например, при росте цены на 10% величина спроса падает на 3%).

**Факторы, влияющие на ЭСЦ:**

1. *тип товара* (его значимость): спрос неэластичен на товары первой необходимости и эластичен на товары роскоши;
2. *количество заменителей* данного товара на рынке: чем больше заменителей на рынке, тем более эластичен спрос на данный товар;
3. *удельный вес расходов на приобретение данного товара в бюджете потребителя*: чем меньше этот удельный вес, тем более неэластичен спрос на данный товар;
4. *время*: обычно в краткосрочном периоде спрос на товар неэластичен, т.к. потребитель не может найти заменители этого товара.

**Эластичность предложения по цене (ЭПЦ)** показывает реакцию производителя на изменение цены данного товара.

**Главный фактор, влияющий на ЭПЦ** – это *время*: в долгосрочном периоде объем производства товара можно изменить в большей степени, чем в краткосрочном периоде.