

# **Дисциплина: Экономика**

---

---

**Модуль 1. Экономическая теория**  
**Раздел 1. Микроэкономика**  
**Тема 2. Рынок и рыночное равновесие**

---

---

# Дисциплина: Экономика

## План лекции

---

---

**4.1. Рыночный спрос. Закон спроса.**

**4.2. Эластичность спроса.**

**4.3. Предложение. Закон предложения.**

**4.4. Эластичность предложения.**

**4.5. Рыночное равновесие.**

**4.4. Рыночное равновесие и государственное регулирование рынка.**

---

---

# Понятие и функции рынка

---

---

**Рынок** — совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями. Обмен происходит на добровольной основе в форме эквивалентного обмена товара на деньги (торговля) или товара на товар (бартер). При свободном доступе на рынок, как производителей, так и потребителей обмен происходит в условиях конкуренции. **Функции рынка:**

**информационная** — рынок дает его участникам информацию о необходимом количестве товаров и услуг, их ассортименте и качестве;

**посредническая** — рынок выступает посредником между производителем и потребителем;

**ценообразующая** — цена складывается на рынке на основе взаимодействия спроса и предложения, с учетом конкуренции;

**регулирующая** — рынок приводит в равновесие спрос и предложение. Через закон спроса и предложения он устанавливает необходимые пропорции в экономике. Наиболее успешно это происходит в условиях совершенной конкуренции;

**стимулирующая** — рынок стимулирует внедрение в производство достижений научно-технического прогресса, снижение затрат на производство продукции и повышение качества, а также расширение ассортимента товаров и услуг;

**координирующая** — рынок побуждает производителей создавать нужные обществу экономические блага с наименьшими затратами и получать достаточную прибыль.

## 4.1. Рыночный спрос. Закон спроса

**Спрос** показывает, какое количество продукта потребители *готовы и в состоянии купить* по некоторой цене из возможных цен в течение определенного периода времени. Спрос выражает ряд альтернативных возможностей, которые можно представить в виде таблицы или графика.

**Основное свойство спроса: снижение цены ведет к соответствующему возрастанию величины спроса и наоборот.** Между ценой и величиной спроса существует отрицательная или обратная связь, которая и получила название *Закон спроса*.

К ценовым факторам относятся:

- **Цена продукта.** Для потребителей цена представляет собой барьер, мешающий им совершить покупку. Снижение цены продукта увеличивает покупательную способность доходов потребителей и они в состоянии купить большее количество продукта. Этот фактор получил название **эффект дохода**.

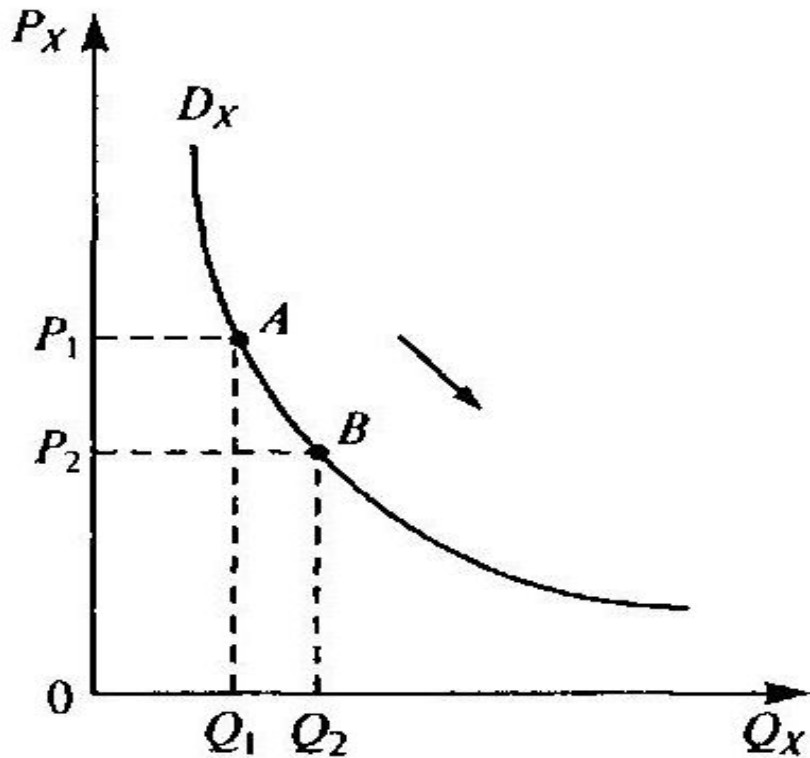
- **Принцип убывающей предельной полезности,** согласно которому последующие единицы данного продукта приносят все меньше и меньше удовлетворения. Потребители покупают дополнительные единицы продукта лишь при условии, что цена его снижается.

- **Эффект замещения** выражается в том, что при более низкой цене у человека появляется стимул приобрести дешевый товар вместо аналогичных товаров, которые стали относительно дороже. Потребители склонны заменять дорогие продукты более дешевыми.

# Кривая спроса

**Кривая спроса (функция)** отражает зависимость спроса на продукт от комплекса ценовых и неценовых факторов влияющих на спрос. Ценовые факторы оказывают влияние на **изменение величины спроса**, что выражается в движении от одной точки к другой на кривой спроса.

Наибольшее распространение получили однофакторные функции спроса, отражающие зависимость спроса от уровня доходов, которые получили название **кривые Э. Энгеля**.



Кривая спроса

**Избыточный спрос (дефицит)** множество покупателей (их деньги) предъявляют спрос на один и тот же продукт. Чтобы получить дефицитный продукт необходимо предложить более высокую цену, т. е. цену выше равновесной цены.

# Неценовые факторы спроса

---

---

Неценовые факторы приводят к **изменению спроса**, что выражается в смещении всей кривой спроса либо вправо - увеличение спроса, либо влево – сокращение спроса.

**1. Потребительские вкусы**, изменение которых, вызванное рекламой или изменениями моды, означает, что спрос возрастает по каждой цене.

**2. Число покупателей**, увеличение численности потребителей обуславливает повышение спроса.

**3. Доход**, по мере роста доходов растет и спрос на продукцию. Товары, спрос на которые изменяется в прямой зависимости от изменения дохода, называются **товарами высшей категории** или **нормальными товарами**. Товары, спрос на которые изменяется в противоположном направлении, т.е. возрастает при снижении доходов, называются **товарами низшей категории**.

**4. Цены на сопряженные товары**. Изменение цен на сопряженный товар может привести к повышению или снижению спроса на исходный товар. Различают: **Взаимозаменяемые**, **Взаимодополняющие** (Сопутствующие) и **Независимые** (Самостоятельные) товары.

**5. Ожидания потребителей**. Потребительские ожидания в отношении будущих цен, наличия товаров, будущих доходов, могут изменить спрос.

### 3.1. Эластичность и ее измерение

Согласно закону спроса, потребитель при снижении цены будет приобретать большее количество товара, но при этом **степень реакции** покупателей на данное изменение цены для разных товаров различна. Интенсивность реакций покупателей на изменение цены измеряет эластичность спроса. **Коэффициент эластичности** – показатель, характеризующий меру чувствительности экономической величины по отношению к факторам, от которых она зависит. Коэффициент эластичности показывает степень количественного изменения одного фактора (величины спроса) в ответ на изменение другого фактора (цены) на 1 %. Различают следующие виды эластичности:

**$E = \infty$ , Абсолютная эластичность**, когда незначительное изменение какого-либо параметра повышает (понижает) объём спроса (предложения) на неограниченную величину.

**$E > 1$ , Эластичный спрос (предложение)**, когда спрос (предложение) изменяются более высокими темпами, чем изменяется влияющий на них фактор. Наличие адекватных заменителей. Предметы роскоши, мебель, бытовая техника, легкозаменяемые товары (мясо, фрукты)

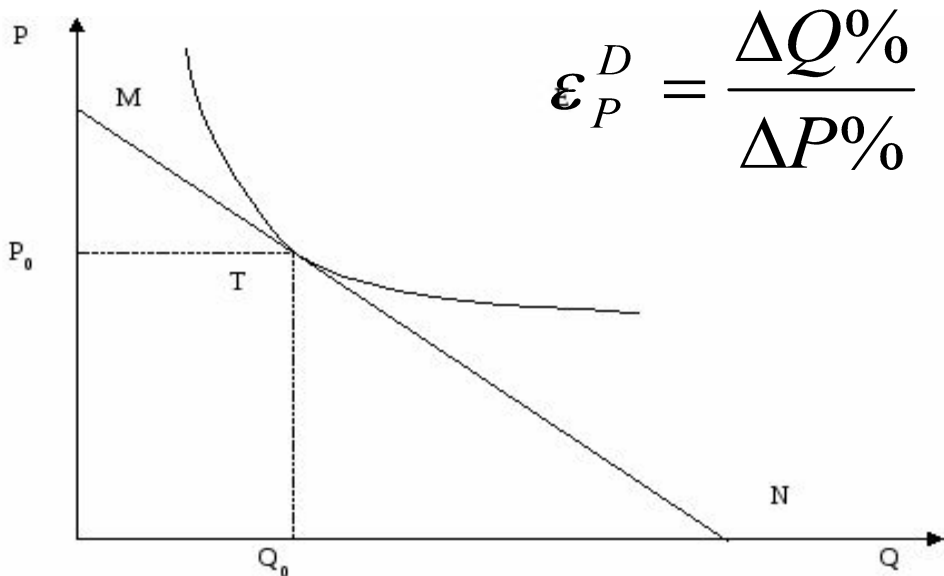
**$E = 1$ , Единичная эластичность**, когда спрос (предложение) изменяются теми же темпами, что и воздействующий на них фактор.

**$E < 1$ , Неэластичный спрос (предложение)**, спрос (предложение) меняются медленнее, чем изменяется влияющий на них фактор. Предметы первой необходимости, карандаши, зубные щётки, труднозаменяемые товары.

**$E = 0$ , Абсолютная неэластичность**, когда изменение какого-либо параметра рыночной конъюнктуры не влияет на величину спроса (предложения).

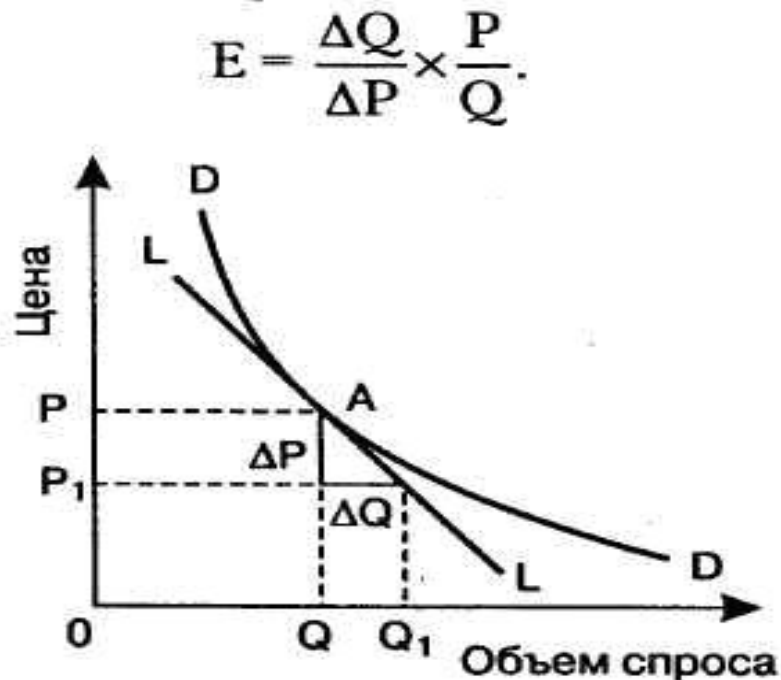
# Методы расчёта коэффициента эластичности

**Метод точечной эластичности** используется при оценке эластичности в точке при небольших изменениях цены, в окрестностях равновесной цены. Графически точечная эластичность определяется путём проведения касательной к кривой спроса (предложения). Значение коэффициента точечной эластичности спроса по цене будет обратно пропорционально тангенсу угла наклона.



$$\epsilon_P^D = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

**Метод дуговой эластичности** применяется, когда изменения цены довольно значительны. Дуговая эластичность показывает чувствительность спроса (предложения) к изменению какого-либо фактора (цены) в некотором диапазоне. В этом случае оценивается эластичность между двумя точками на кривой спроса (предложения) кривой.



$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$



# Эластичность спроса по цене

**Эластичность спроса по цене** – это степень реакции покупателей(потребителей) на изменение цены, характеристика степени изменения величины спроса в ответ на изменение цены. Количественно эластичность спроса по цене измеряется с помощью коэффициента прямой эластичности спроса по цене. **Коэффициент прямой эластичности спроса по цене (E)** показывает процентное изменение величины спроса на потребительский товар в ответ на однопроцентное изменение цены на него.

**Эластичным спрос по цене ( $E > 1$ )** бывает для предметов роскоши и дорогих товаров, стоимость которых ощутима для семейного бюджета. Эластичен спрос и на легко заменяемые товары.

**Неэластичен спрос по цене ( $E < 1$ )** на товары текущего потребления, с относительно низкими ценами и трудно заменяемые товары.

Графическая интерпретация эластичности показывает, что чем **больше** коэффициент эластичности, тем более **пологой** является кривая спроса, а чем он **меньше**, тем более **круче** снижается кривая.

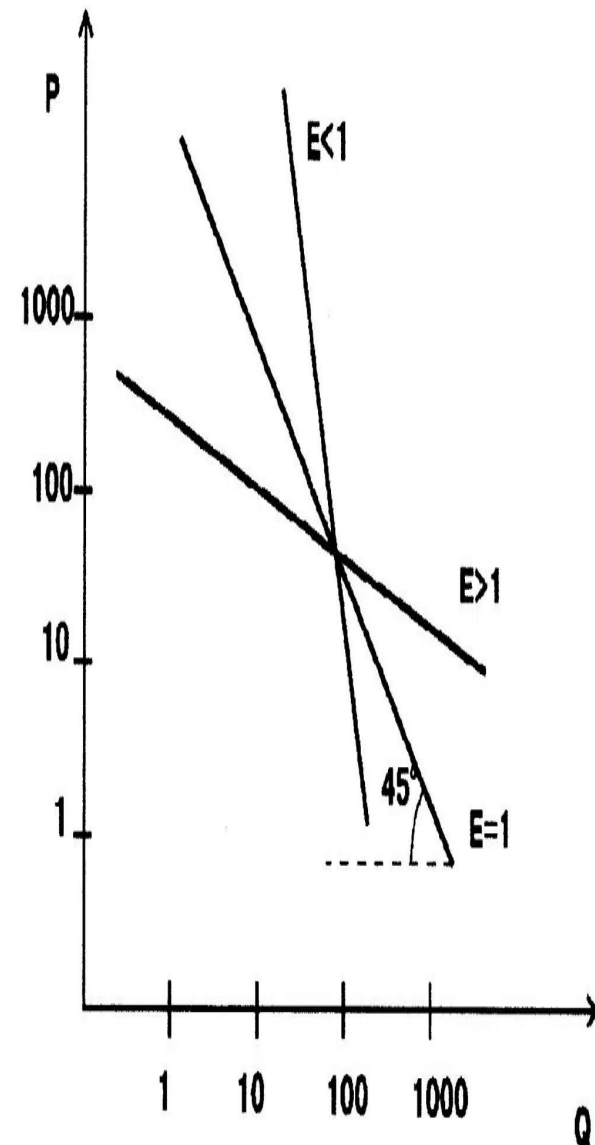


Рис. 4.14. Графическая интерпретация спроса с различной эластичностью

## 4.2. Рыночное предложение. Закон предложения.

**Предложение** показывает разные количества продукта, которые производитель *способен произвести и предложить к продаже* на рынке по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определенного периода времени. Предложение представляет ряд альтернативных возможностей для индивидуального производителя, которые можно представить в форме таблицы или графика.

**Основное свойство предложения:**

**Повышение цены ведет к соответствующему возрастанию величины предложения и наоборот.** Между ценой и величиной предложения существует положительная или прямая связь, которая и получила название *Закон предложения*.

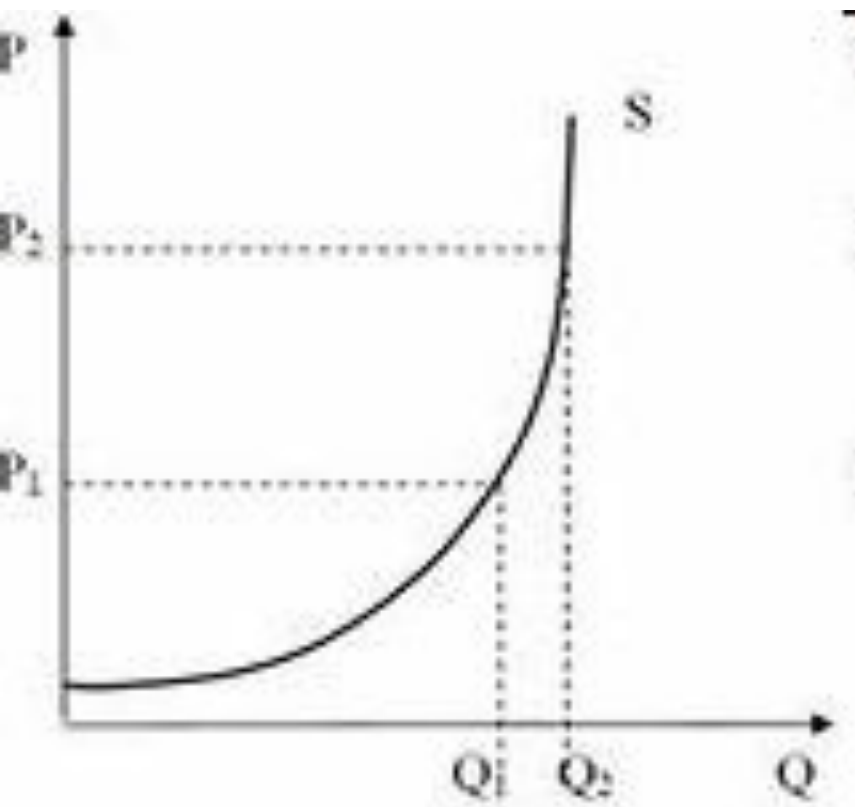
На предложение оказывают влияние ценовые и неценовые факторы. Единственным ценовым фактором является **цена** продукта, которая и определяет характер кривой предложения.

# Кривая предложения

---

---

**Кривая предложения (функция)** отражает зависимость предложения продукта от комплекса ценовых и неценовых факторов влияющих на предложение. Ценовой фактор оказывает влияние на **изменение величины предложения**, что выражается в движении от одной точки к другой на кривой предложения.



**Избыточное предложение (перепроизводство)** множество одних и тех же продуктов не могут найти своих покупателей (денег). Чтобы продать излишний продукт необходимо снизить цену, т. е. установить цену ниже равновесной.

# Неценовые факторы предложения

Неценовые факторы приводят к **изменению предложения**, что выражается в смещении всей кривой предложения либо вверх - увеличение предложения, либо вниз – сокращение предложения.

**1. Цены на ресурсы**, чем выше цены на ресурсы, тем выше издержки на производство продукции, тем выше цены на этот продукт и наоборот.

**2. Технология.** Совершенствование технологии позволяет более эффективно, с меньшими затратами ресурсов на единицу продукции, производить больше продукции, что приводит к снижению цены на конечный продукт.

**3. Налоги и дотации.** Налоги рассматриваются предприятиями, как издержки производства, и чем они ниже, тем ниже издержки производства, тем больше можно выпустить продукции и наоборот. Дотации – это «налоги наоборот». Датируя производство государство стимулирует снижение затрат и повышение объемов производства продукции.

**4. Цены на другие товары.** Изменение цен на другие товары способны побудить предпринимателей выпускать более дорогие товары вместо более дешевых.

**5. Ожидания**, будущего изменения цен, рост налогов, инфляция и изменение других экономических условий побуждает предпринимателя к увеличению или снижению производства продукции.

**6. Число продавцов**, чем больше продавцов, тем больше рыночное предложение, а следовательно, ниже рыночная цена и наоборот.

# Эластичность предложения по цене

**Эластичность предложения по цене** — это степень изменения в количестве предлагаемых продуктов в ответ на изменения в их цене. Процесс возрастания эластичности предложения раскрывается через понятия временного периода:

**Мгновенный период** настолько мал, что предприниматель не успевает отреагировать на изменения спроса и цены.

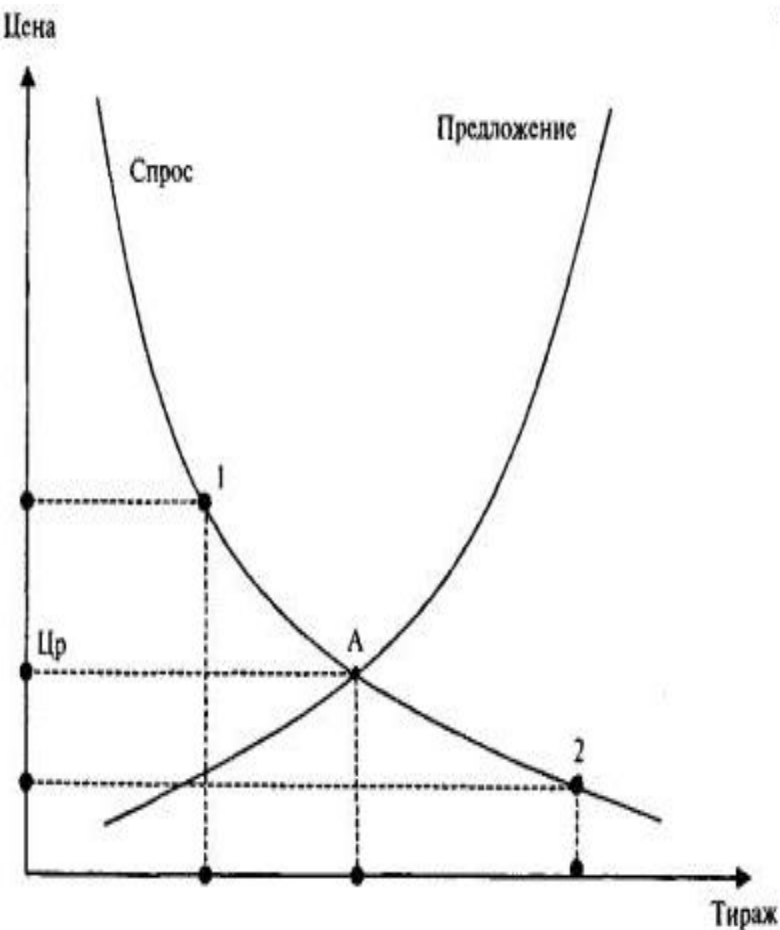
**Краткосрочный период**, в пределах которого производственные мощности производителей и всей отрасли остаются неизменными. Однако, предприниматель может более интенсивно (в две смены) использовать свои производственные мощности и за счет этого добиться большего выпуска продукции.

**Долгосрочный период** достаточный для увеличения производственных мощностей, что позволит производителю и под объем спроса продукции и под уровень цен на продукцию.

**Коэффициент эластичности предложения** — числовой показатель, отражающий степень изменения количества предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене. Эластичность предложения зависит от:

- Особенности производственного процесса;
- Резерв производственных мощностей: чем больше резерв, тем эластичнее предложение.
- Временной фактор (зависит от реакции производителя на изменения цен на рынке);
- Способность (неспособность) товара к длительному хранению.

# Рыночное равновесие



**Эффект храповика** — цены взлетают быстро, а падают Медленно.

**Рыночное равновесие** — взаимодействие решений потребителей о покупке продукта и решений производителей о его продаже определяет цену продукта и количество, которое реально покупается и продается на рынке.

Способность конкурентных сил предложения и спроса устанавливать цену на уровне, на котором решения о продаже и купле синхронизируются, называется **УРАВНОВЕШАЮЩЕЙ функцией ЦЕН**.

Увеличение спроса, при прочих равных условиях (предложение), порождает **эффект повышения цены** и **эффект увеличения количества продукта** и наоборот.

Увеличение предложения порождает **эффект понижения цены** и **эффект прироста количества продукта**.

Существует обратная связь между изменением предложения и проистекающим отсюда изменением равновесной цены, но связь между изменением предложения и проистекающим отсюда изменением количества продукта остается прямой.

# Рыночное равновесие и государственное регулирование рынка

Необходимость государственного регулирования рыночной экономики обусловлена, как несовершенством отдельных рынков, так и необходимостью решения макроэкономических задач. Основными методами государственного регулирования Рынка являются :

- **Государственный контроль над уровнем цен (социальная цена)** устанавливается если равновесные цены слишком высоки для отдельных групп потребителей (их устанавливают ниже равновесных) или слишком низкие для поддержки товаропроизводителей (их устанавливают выше равновесных).

- **Введение Косвенных Налогов** (налог с оборота, НДС, акцизный сбор, имущественный налог, оплата патентов и лицензий на виды деятельности).

- **Предоставление дотаций, субсидий.** Чтобы стимулировать производство некоторых товаров, государство может взять на себя часть затрат производителя (поддержать убыточное производство продукции). Дотации или субсидии вызывают смещение кривой предложения. В результате возникает новая точка равновесия.

- **Установление рыночных квот. Квота** – значение объема продукции, выше которого нельзя производить продукции, чтобы не обвалить цены на рынке.

# Регулирование конкуренции

Обеспечивается административным и нормативным методами.

**Административное** (запретительное) **регулирование** основывается на противодействии недобросовестной конкуренции путем принятия законодательных актов и контроля за их соблюдением. Административное регулирование включает:

1. **Антимонопольное законодательство**, направленное на противодействие монополизации экономики и регламентацию монополистической практики. Предусматривает определение параметров монополизации, введение запретов на монополистическую деятельность, разукрупнение фирм, их реорганизацию, разделение вплоть до ликвидации.

2. **Антитрестовское законодательство**, направленное на противодействие союзам, объединениям, концернам, в рамках которых происходит полная утрата самостоятельности входящих в них фирм.

3. **Антикартельные законы**, направлены на противодействие различного рода сговорам по разделу рынков сбыта, установлению одинаковых цен, дискредитации конкурента и т.д.

4. **Закон защиты прав потребителей**, направлен на регламентацию действий продавцов исключающих введение покупателя в заблуждение.

**Нормативные методы** направлены на стимулирование предпринимательской активности и поддержку конкуренции. К ним относятся: государственные заказы на продукцию фирм, дифференцированные процентные ставки, субсидии, дотации, закупочные цены, консультирование и государственное содействие.