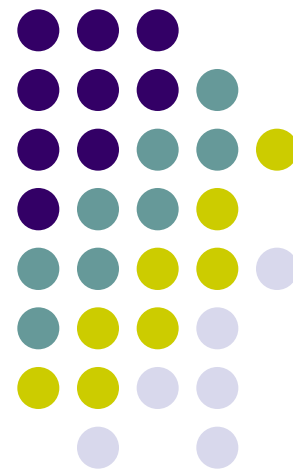


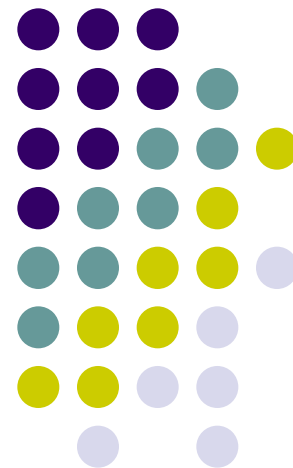
Механизм функционирования рынка: спрос, предложение, рыночное равновесие



Конев И.П. к.э.н.,
доцент кафедры теоретической экономики и государственного и
муниципального управления экономического факультета ПетрГУ

Содержание

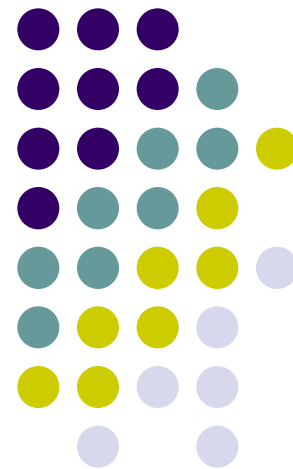
- Рыночная система отношений
- Экономические субъекты рынка
- Спрос и его факторы
- Закон, функция и кривая спроса
- Предложение и факторы его определяющие
- Рыночное равновесие
- Эластичность спроса и предложения



Рынок: сущность, роль, функции и структура

Рынок - это способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов.

Рынок — система организационно-экономических отношений, осуществляемая через куплю-продажу, во всех звеньях воспроизводства: в сфере производства, распределения, обмена и потребления.

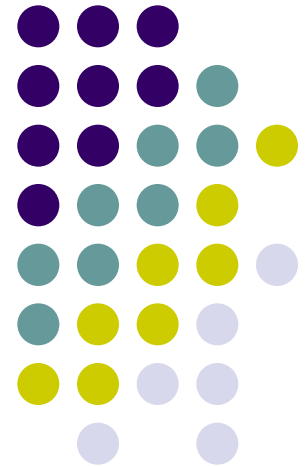


[ссылка](#)

Сущность и функции рынка

Сущность рынка реализуется через его функции:

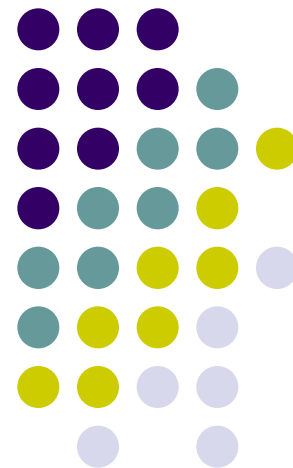
1. Информационная
2. Регулирующая
3. Посредническая
4. Стимулирующая
5. Ценообразующая
6. Контролирующая



[ссылка](#)

Информационная функция

Дает возможность провести анализ различного рода экономических показателей: уровня цен, процентные ставки, доходности, средней заработной платы и так далее.

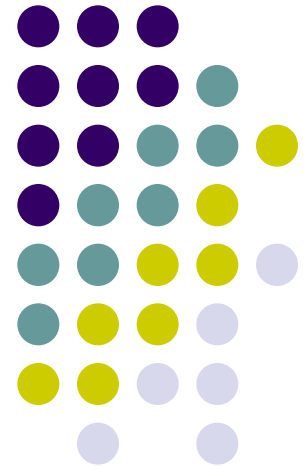


[ссылка](#)

Регулирующая

Через рынок осуществляется регулирование общественного производства, то есть решаются проблемы:

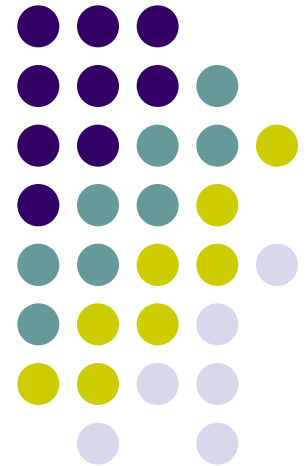
- Что производить
- Как производить
- Для кого производить



Посредническая

Через рынок устанавливается связь производителей и потребителей.

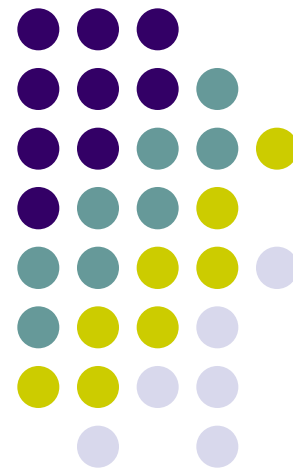
Каждый участник рынка является одновременно и покупателем и продавцом.
Он покупает необходимые ему для жизни товары, а продает произведенную продукцию, либо имущество, либо рабочую силу.



Стимулирующая

Через рынок происходит учет затрат на производство продукции.

Рынок определяет не только то, что нужно произвести, но и то, на какие затраты общество может пойти, чтобы получить данную продукцию.

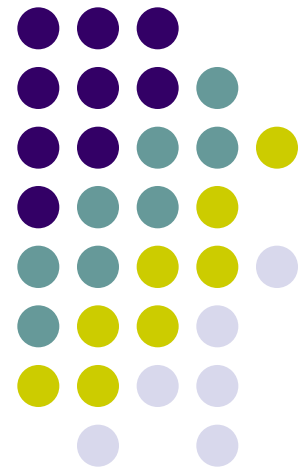


Ценообразующая

Цена колеблется под влиянием спроса и предложения.

Если на рынке количество товара превышает спрос на него, то снижается цена, а следовательно производство и предложение.

Напротив, высокие цены будут стимулировать производство.



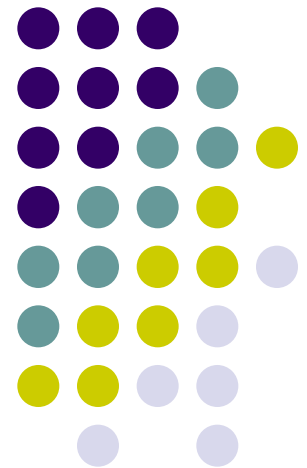
[ссылка](#)

Контролирующая

Рынок дифференцирует производителей.

В процессе конкуренции выживает только та фирма, у которой затраты на производство меньше рыночной цены. В этом случае фирма получает прибыль.

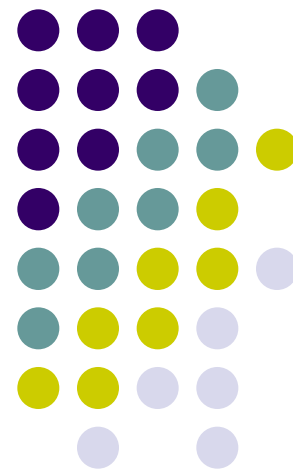
Дифференциация производителей означает развитие эффективных фирм и разорение неэффективных.



Рыночная система отношений

Основные субъекты хозяйствования:

1. **Домашние хозяйства** - основная структурная единица функционирующая в потребительской сфере экономики (1 и более человек). Домашние хозяйства являются собственниками и поставщиками факторов производства в рыночной
2. **Бизнес** – это деловое предприятие или структурная единица предпринимательской деятельности людей. Бизнес является поставщиком товаров и услуг в рыночном хозяйстве.
3. **Правительство** представлено главным образом различными бюджетными организациями, которые реализуют функции государственного регулирования экономики.



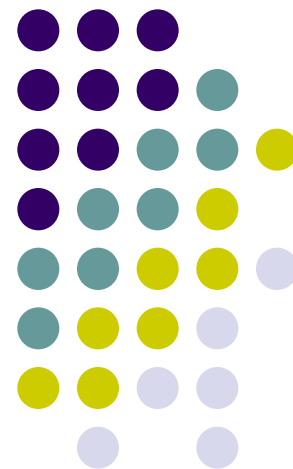
[ссылка](#)

- **Спрос**— это представленная на рынке потребность в товарах, определяемая количеством в тех или иных товаров, которые потребители могут купить при сложившихся ценах и денежных доходах.

- **Предложение** — это количество товаров, которое имеется в продаже при данной цене.

Изменение соотношения между спросом и предложением порождает колебания рыночных цен вокруг так называемой цены равновесия. Через эти колебания устанавливается тот уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения, и как результат — равновесие производства и потребления.

- **Конкуренция** — это борьба предпринимателей за наиболее выгодны условия производства и реализации продукции, рост объемов производства.

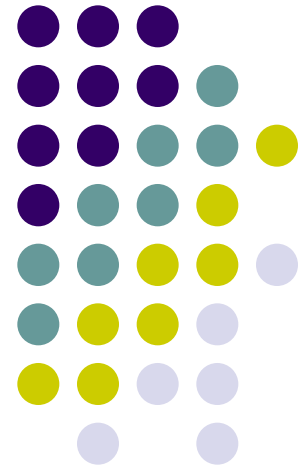


Инфраструктура рынка

И.Р. — совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм, обеспечивающих успешное функционирование рыночных отношений.

Принято различать инфраструктуру трех рынков:

1. Товарного
2. Финансового
3. Трудового

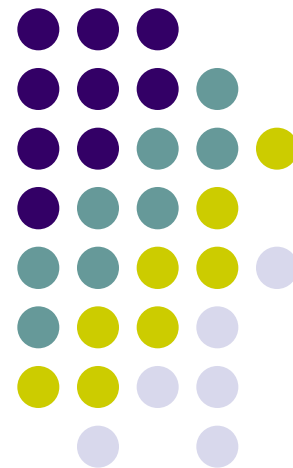


[ссылка](#)

Инфраструктура товарного рынка
представлена товарными биржами,
предприятиями оптовой и розничной торговли,
аукционами, ярмарками, посредническими
фирмами не биржевого характера.

Инфраструктура финансового рынка
включает в себя фондовые и валютные биржи,
банки, страховые компании и фонды.

Инфраструктура рынка труда включает в себя
биржи труда, службы занятости и
переподготовки кадров, регулирование
миграции рабочей силы.

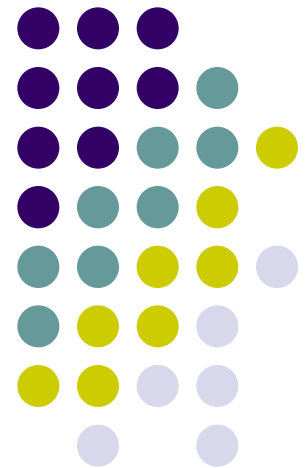


Как видно, основными элементами классической рыночной инфраструктуры являются: **торговая сеть, биржа и банки.**

Банки — организация, осуществляющие универсальные операции по кредитованию промышленных торговых и других предприятий, главным образом за счет тех денежных средств, которые они получают в виде вкладов.

Биржа — рынок оптовой торговли стандартными товарами или рынок операций по купле-продаже валюты, ценных бумаг и рабочей силы.

Торговля — деятельность людей по осуществлению товарного обмена и акта купли-продажи.

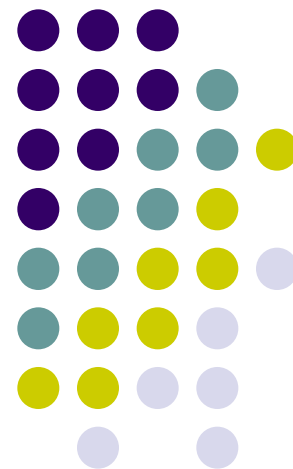


[ссылка](#)

Реклама – распространение информации о товарах или услугах с целью увеличения спроса на них.

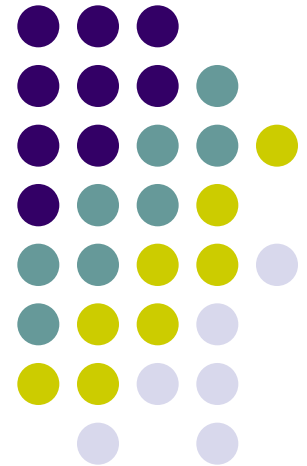
Консалтинг – управленческое консультирование, осуществляемое специализированными фирмами на коммерческих началах.

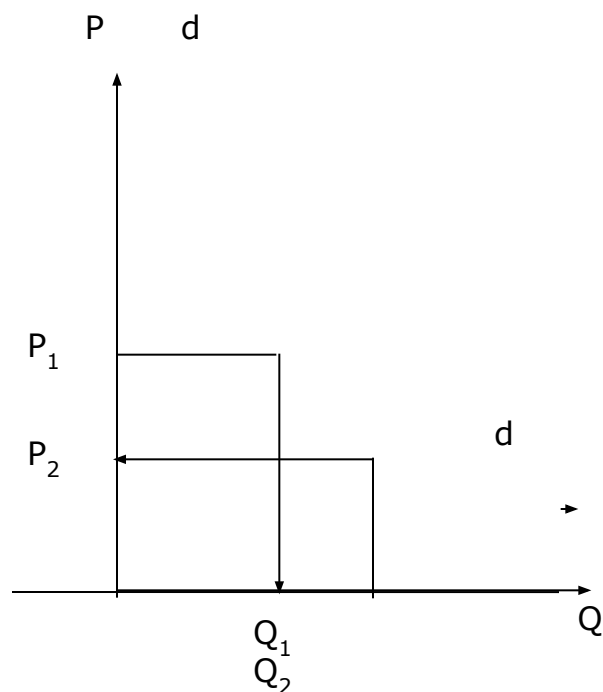
Аудиторские компании – организации, осуществляющие комплексную ревизию финансово-хозяйственной деятельности фирмы с целью оценить ее возможности в сфере бизнеса.



Спрос и факторы его определяющие

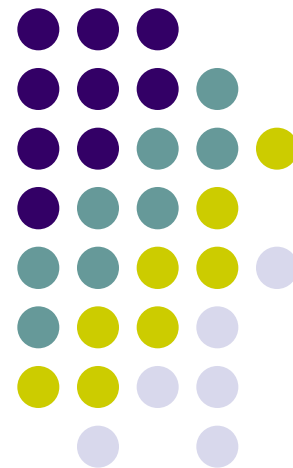
Спрос – это потребность покупателя в данном товаре, однако, поскольку потребности безграничны, поскольку не всякая потребность на рынке предстает спросом, а лишь та, за которую может быть выставлен эквивалент, т.е. спрос – это платежеспособная потребность.





Кривая спроса показывает: либо какое количество товара согласен приобрести покупатель при установившейся цене, например, при цене P_1 покупатель намерен приобрести количество товара равное Q_1 , либо по какой цене покупатель согласен приобрести определенное количество товара, например, Q_2 будет приобретено по цене P_2 .

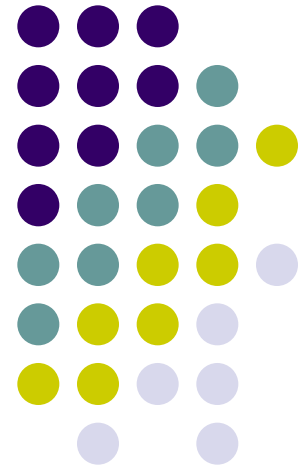
Кривая спроса – это цена покупателя, которую он предлагает за определенное количество товара, причем эта цена всегда максимальная, т.е. количество товара Q_1 покупатель согласен приобрести по цене P_1 .



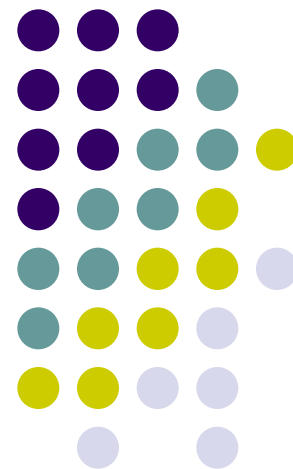
Закон спроса

В экономике действует так называемый **закон спроса**, сутью которого является – при прочих равных условиях величина спроса на товар тем выше, чем ниже цена этого товара, и наоборот, чем выше цена, тем ниже величина спроса на товар.

Действие закона спроса объясняют существование эффекта дохода и эффекта замещения.



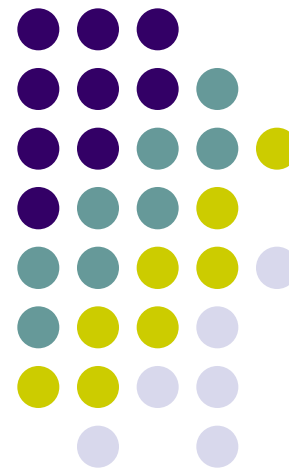
- **Снижение цены продукта увеличивает** покупательную способность денежного дохода потребления, а поэтому он в состоянии купить большее количество данного товара, чем прежде. Более высокая цена приводит к противоположному результату. Это эффект дохода, который указывает на то, что при более низкой цене покупатель может позволить себе купить больше данного товара, не отказывая при этом в приобретении других товаров.
- **Эффект замещения** приводит к тому, что при более низкой цене у покупателя появляется стимул приобрести дешевый товар вместо других товаров, которые стали относительно дороже.
- **Эффекты дохода и замещения совмещаются и** приводят к тому, что у покупателей возникает способность и желание покупать большее количество товара по более низкой цене, чем по высокой.



К неценовым факторам спроса относятся любые другие условия, которые могут повлиять на решение покупателей о приобретении товара.

Неценовые факторы спроса:

- **Размер доходов потребителей**. Наибольший доход предъявляет на рынке и наибольший спрос.
- **Цены на сопряженные товары**. Потребление данного товара во многом определяется ценами сопряженных товаров. То есть те товары, которые каким-либо образом связаны в потреблении с данными:
 - *взаимозаменяемые товары* или товары – субституты
 - *взаимодополняемые товары* или комплементарные
 - *относительно независимые* – это товары, которые никоим образом не связаны друг с другом в потреблении



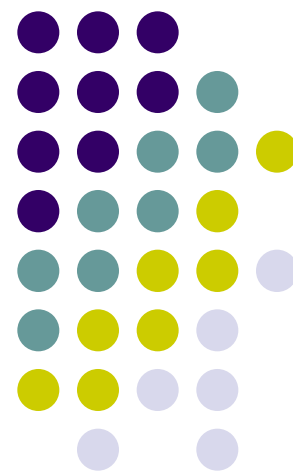
[ссылка](#)

- **Вкусы и предпочтения.** Благоприятное для данного продукта изменение вкусов (например, товар стал модным) означает, что при равенстве прочих условий спрос на него возрастет и наоборот неблагоприятные перемены вызовут сокращение спроса.

- **Ожидания потребителей** могут существенно изменить спрос покупателей. Например, инфляционные ожидания способны вызвать чрезмерный (ажиотажный) спрос на данный товар.

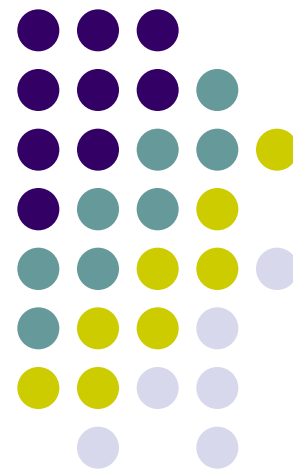
Общая функция спроса на данный товар, которая и является моделью поведения покупателей на рынке, выражает зависимость количества приобретаемости товара от всех возможных факторов спроса:

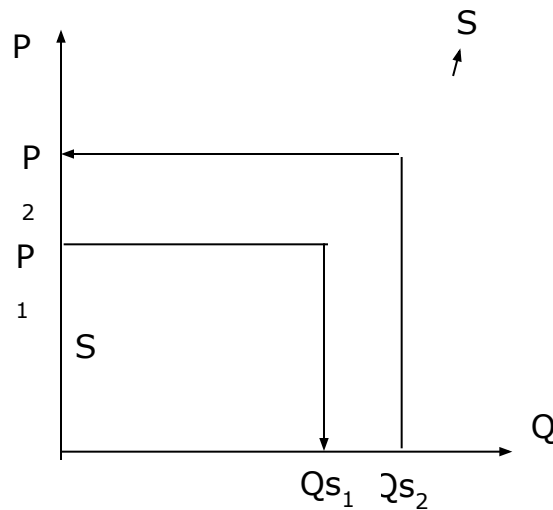
$$Q_{dx}=f(P_x, I, T, P_a, P_b, P_z, IF \text{ и т.д.})$$



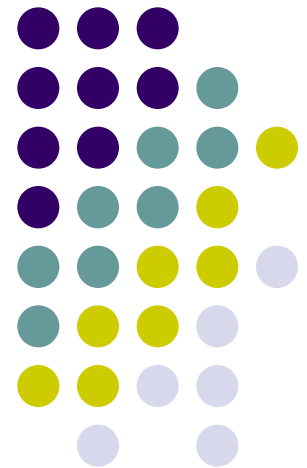
Предложение (supply – англ.) – выражает желание и способность производителей поставить на рынок определенное количество товара в сложившихся условиях.

Количество товара, которое производители решают предложить к продаже в определенном месте и за определенный период, обусловлено рядом факторов.





Кривая предложения показывает: либо какое количество товара согласны предложить на рынке производители при установившейся цене, например, при установлении цены P_1 предложение будет равно Q_{s1} , либо по какой цене согласны производители продать определенное количество товара, например, количество Q_{s2} будет реализовано по цене P_2 .

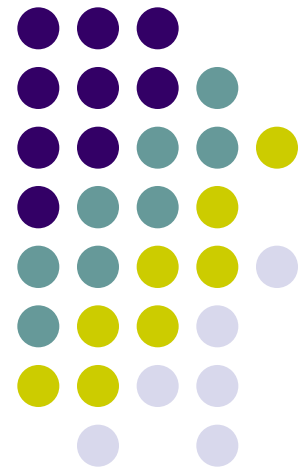


ссылка



Среди ценовых выделяют один фактор – **цена данного товара**. Между ценой и количеством предлагаемого товара устанавливается прямая или положительная связь, т.е. **с ростом цен на рынке соответственно возрастает и предложение товаров, со снижением цен сокращается и предложение**. Эта зависимость называется законом предложения. Он проявляется только при равенстве прочих условий. Прямую зависимость между ценой и предложением товара можно описать с помощью функции:

$$Q_{sx}=f(P_x)$$



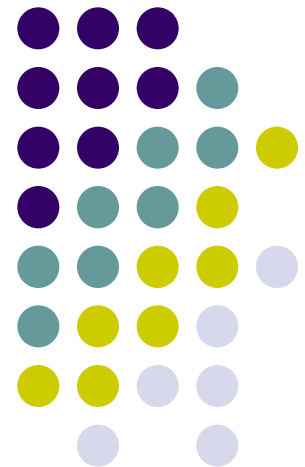
[ссылка](#)

Неценовые факторы предложения:

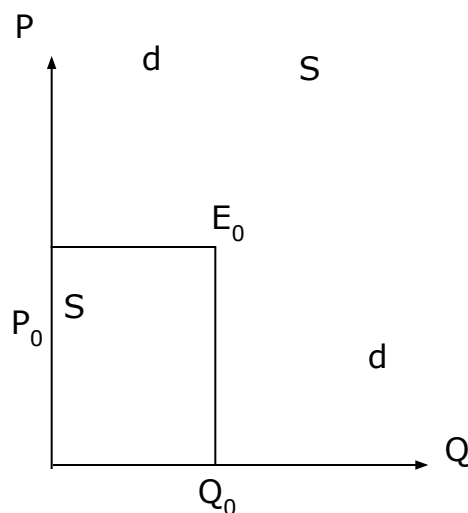
- **Цены на ресурсы (P_r).** Чем ниже затраты производителя на исходное сырье, тем большее количество продукции они смогут предложить на рынок.
- **Налоги и дотации (TS).** Фирмы рассматривают налоги как затраты, поэтому их рост увеличивает затраты производителей и тем самым сокращает предложение, напротив дотации считаются налогом наоборот, поэтому они фактически снижают затраты на производство. тем самым увеличивая его.
- **Технические возможности производителей (K).** Они зависят от развития научно-технического прогресса.
- **Ожидания производителей (E)** – могут значительно изменить как текущее, так и будущее предложение. Например, ожидаемый рост цен на выпускаемую продукцию может существенно увеличить текущее предложение.

Таким образом, общая функция предложения, характеризующая поведение производителей на рынке будет иметь вид:

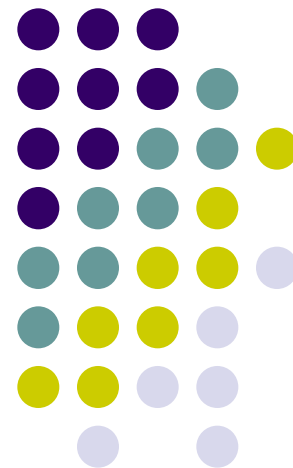
$$Q_{sx} = f(P_x, P_a \dots P_z, R, K, TS, E \dots)$$



Соотношение спроса и предложения. Рыночное равновесие



Рыночная кривая спроса описывает поведение покупателей, а **рыночная кривая предложения** описывает поведение производителей относительно конкретного товара. Их совмещение в одном рыночном пространстве и характеризует рынок этого товара.

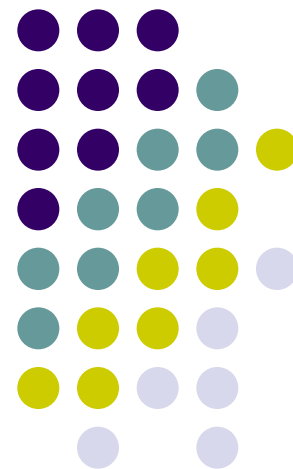


Точка пересечения кривых E_0 называется рыночным равновесием (оптимумом), которое имеет равновесную цену – P_0 и равновесное количество – Q_0

ссылка

Равновесие — все покупатели, которые могут и хотят приобрести данный товар по цене P приобретают его, а все продавцы, которые желают и готовы продать товар по цене P , продадут его.

Рыночное равновесие — это такое состояние рынка, когда желания и возможности продавцов и покупателей относительно цены и количества продукта совпадают полностью.



Равновесная (рыночная) цена — устанавливается под воздействием спроса и предложения.

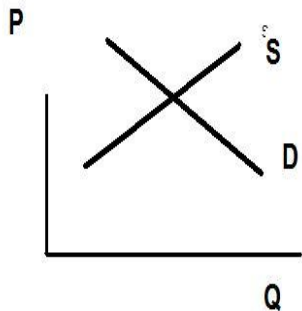
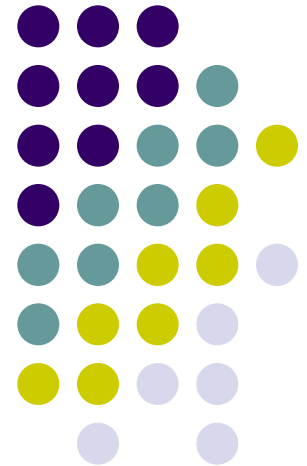


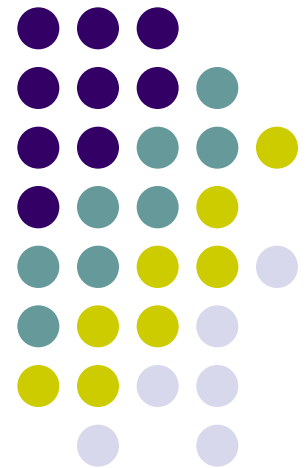
График равновесия:

При данной равновесной цене, желание и готовность покупателей приобрести товар, а также желание и готовность продавцов его продать совпадают.



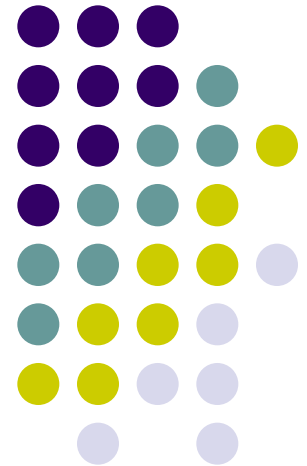
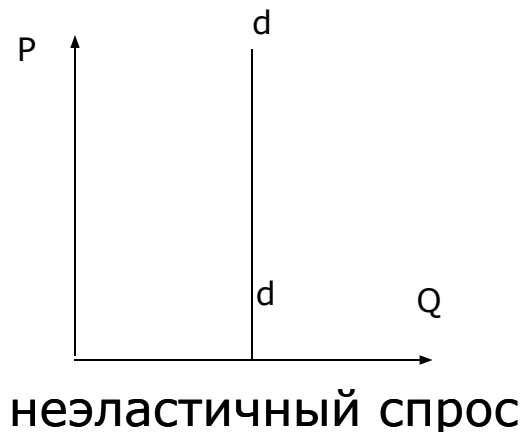
Эластичность – это способность спроса и предложения адаптироваться к изменившимся рыночным условиям.

Эластичность измеряется коэффициентом эластичности, который есть мера чувствительности величин спроса и предложения к изменениям каких-либо факторов на рынке.



Методы вычисления эластичности спроса

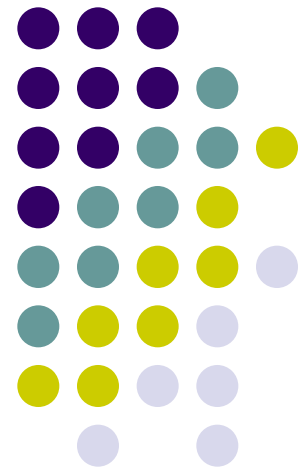
дуговая эластичность, т.е. мера чувствительности величины спроса между 2-мя точками кривой спроса, т.е. на обрезке или участке кривой спроса
точечная, т.е. мера чувствительности величины спроса в данной точке кривой спроса



ссылка

Факторы, влияющие на степень эластичности спроса:

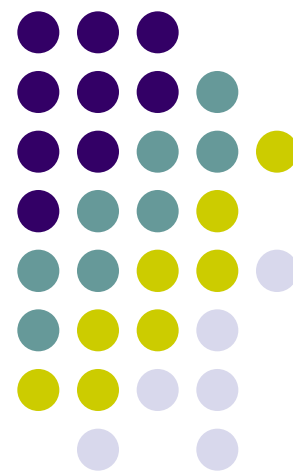
- Наличие товаров – субститутов (взаимозаменяемых товаров, например – чай и кофе)
- Размер дохода потребителя
- Качество товара
- Удельный вес товара в бюджете потребителя, является ли товар предметом роскоши или предметов первой необходимости
- Ожидания потребителя



Наиболее значимые коэффициенты эластичности:

- Эластичность спроса по цене

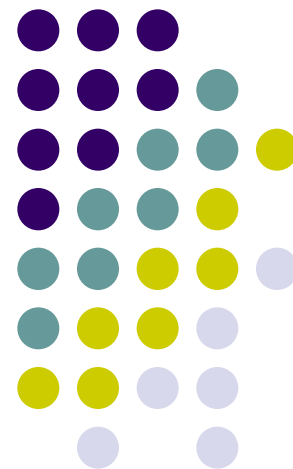
Коэффициент эластичности показывает, насколько процентов меняется размер спроса на товар в результате изменения его цены на один процент. Когда снижение цены в точности компенсируется соответствующим ростом величины спроса, так что общая выручка остается неизменной, мы говорим о единичной эластичности спроса (E_d). Когда снижение цены вызывает меньший рост объема спроса, спрос неэластичен ($E_d < 1$). Когда снижение цены вызывает большой рост величины спроса, мы говорим об эластичном спросе ($E_d > 1$).



Эластичность спроса по цене

$$Ed/p = \frac{\% \text{ изменение величины спроса}}{\% \text{ изменение цены}}$$

$$Ed / p = \frac{\frac{\Delta Q}{Q} * 100\%}{\frac{\Delta P}{P} * 100\%}$$

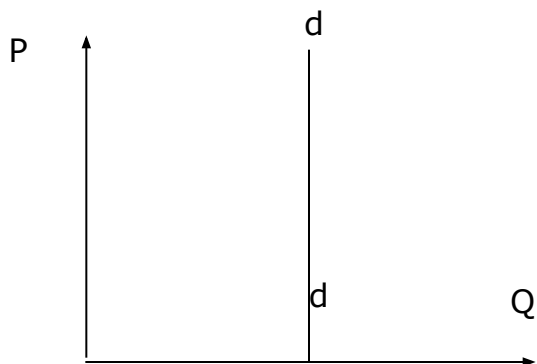


ссылка

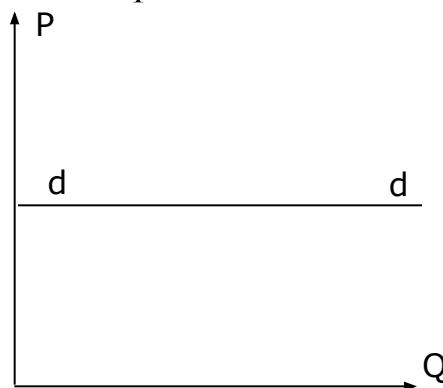
- Существует 2 метода вычисления эластичности спроса:

1 - *точечная*, т.е. мера чувствительности величины спроса в данной точке кривой спроса:

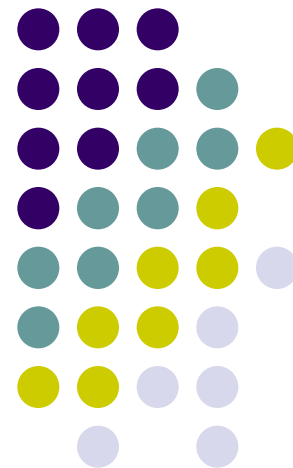
$$Ed / p = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1} * 100\% \quad \Bigg/ \quad \frac{P_1 - P_2}{P_1} * 100\%$$



Абсолютно неэластичный спрос



Абсолютно эластичный спрос

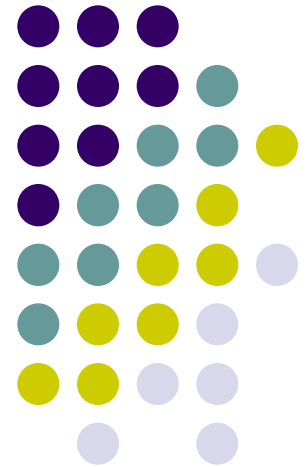


ссылка

2 - *дуговая* эластичность, т.е. мера чувствительности величины спроса между 2-мя точками кривой спроса, т.е. на обрезке или участке кривой спроса:

$$Ed / p = \frac{\frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} * 100\%}{\frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2} * 100\%}$$

Пары (Q1 и P1) и (Q2 и P2) представляют соответственно значения количества и цены до и после изменений



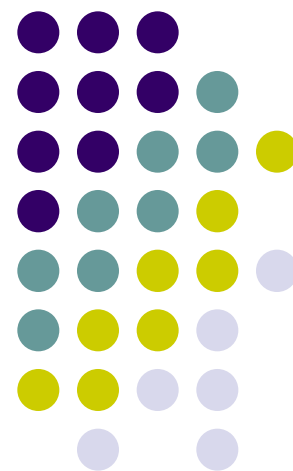
[ссылка](#)

- Перекрестная эластичность — это эластичность спроса на товар относительно цены на другой товар.

При изменении цены на товар – субститут коэффициент перекрестной эластичности оказывается больше нуля;

При изменении цены товара – компонента коэффициент перекрестной эластичности оказывается меньше нуля;

При изменении цены независимого товара коэффициент перекрестной эластичности равен нулю.



Перекрестная эластичность

$$Ed_a / i_b = \frac{\frac{\Delta Q_A}{Q_A} * 100\%}{\frac{\Delta P_B}{P_B} * 100\%}$$

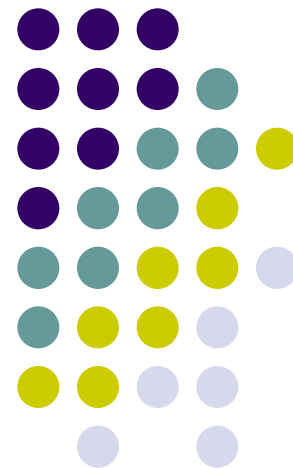
где А и В – различные товары.

По знаку коэффициента определяют сопряженность товаров.

Если $Ed > 0$, то товар В является по отношению к товару А заменителем.

Если $Ed < 0$, то товар В по отношению к А является дополняющим.

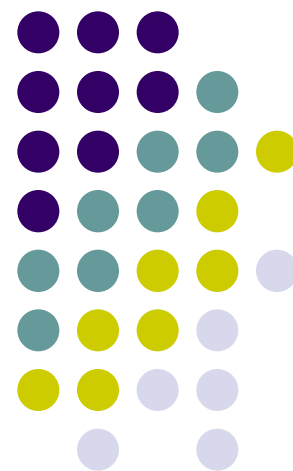
Если Ed – ничтожно мал, то В по отношению к А независимый.



• Эластичности спрос в зависимости от дохода

В частности, известно, что изменение доходов покупателей оказывает гораздо большее воздействие на покупки товаров длительного пользования, чем на покупки продовольственных товаров. Другими словами, эластичность спроса на промышленные товары обычно бывает больше.

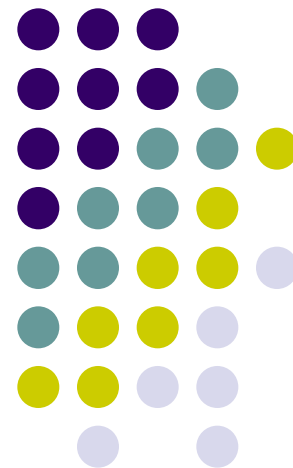
Для большинства товаров зависимость между доходами и спросом прямая, т.е. с ростом доходов спрос увеличивается. Однако в некоторых случаях зависимость может быть обратной. Обычно это касается товаров низкого качества, с низкими потребительскими свойствами, которые потребляют наиболее бедные слои населения.



ссылка

Эластичности спроса в зависимости от дохода

$$Ed / i = \frac{\frac{\Delta Q}{Q} * 100\%}{\frac{\Delta i}{i} * 100\%}$$

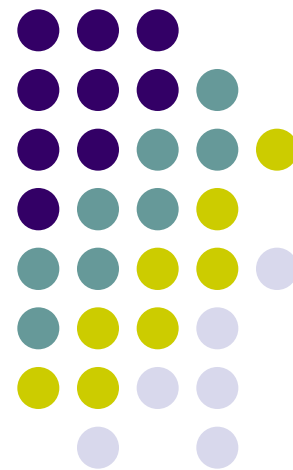


ССЫЛКА

Эластичность предложения – это показатель относительного изменения предлагаемого на рынке количества товаров в соответствии с относительным изменением конкурентной цены.

— Коэффициент эластичности предложения представляет собой отношение изменения предложения к вызвавшему его изменению цены.

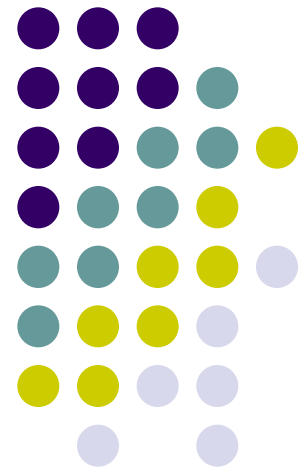
Эластичность предложения товара зависит от многих факторов: от структуры издержек на разных предприятиях, степени загрузки производственных мощностей, наличия свободной рабочей силы, быстроты перелива капитала из одной отрасли в другую и т.д.



Эластичность спроса и предложения

Говоря об эластичности спроса и предложения, мы должны иметь в виду, что изменения происходят во времени, и, следовательно, **время становится одним из факторов эластичности**.

Особенно большое значение фактор времени имеет для характеристики эластичности предложения: прежде, чем предложение полностью приспособится к новому уровню цен, должен пройти определенный промежуток времени.



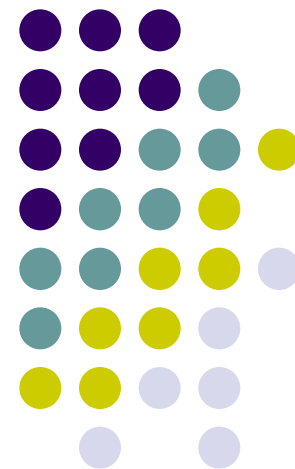
Эластичность спроса и предложения

В деятельности производителя выделяют 3 периода времени:

мгновенный – короткий период времени, в течение которого производители не успевают каким либо образом отреагировать на изменившуюся цену, т.е. изменить объемы своего производства, поскольку слишком мало прошло времени.

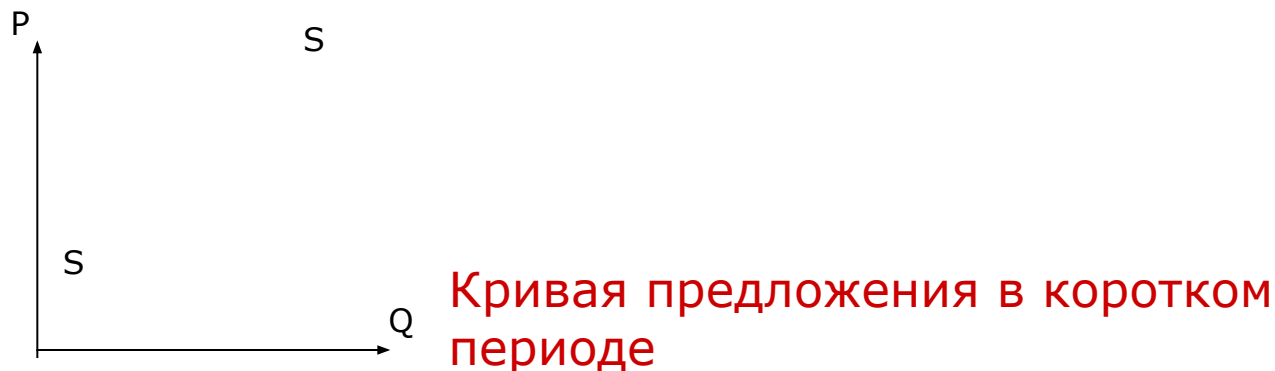
$$E_s/p=0$$

Кривая предложения в мгновенном периоде

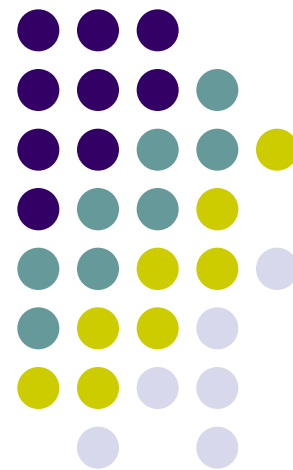


ссылка

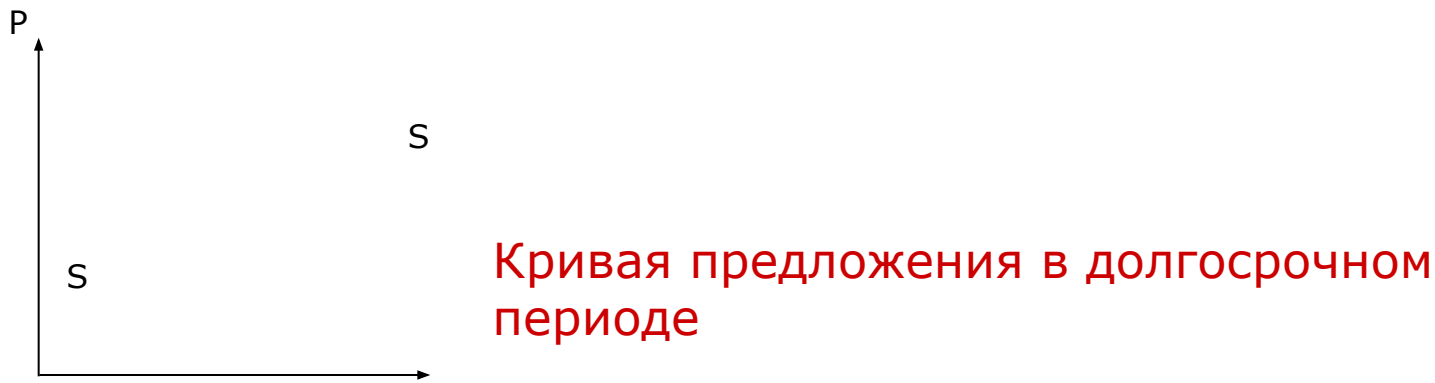
Эластичность спроса и предложения



короткий период (краткосрочный). В пределах этого времени производственные мощности изменены не могут быть, поскольку его недостаточно. Однако предприятие может изменить (увеличить) некоторые производственные ресурсы; для изменения которых этого времени ни вполне достаточно. Это так называемые оборотные средства. Кривая предложения в этом случае имеет обыкновенный вид, а предложение становится эластичным $E_d/s > 0$.

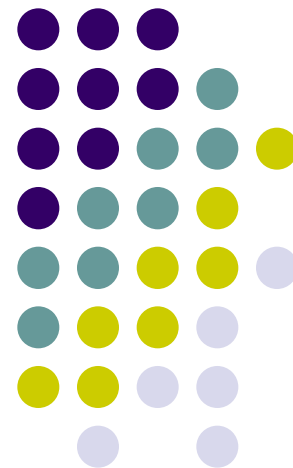


Эластичность спроса и предложения



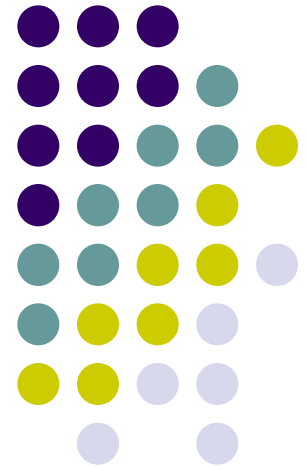
долгий (долгосрочный) период. Этот период достаточно продолжительный для того, чтобы производители смогли изменить все ресурсы, поэтому спрос становится еще более эластичным, а кривая предложения становится более полой.

В случае с отраслью с постоянными издержками производства кривая долгосрочного предложения была бы совершенно эластичной, т.е. горизонтальной

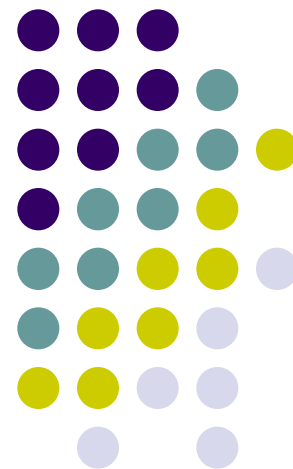


Примеры

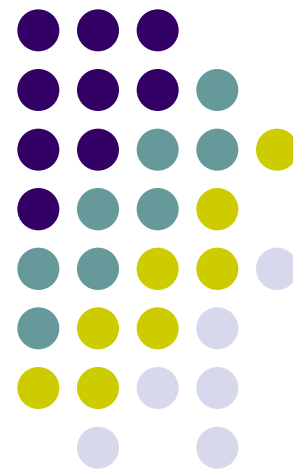
1. Увеличение цен приведет к покупке заменителя или отложенной покупке. Снижение цен увеличит объем реализации, отвлечет покупателей от конкурентов или заставит их раньше совершить покупку. **Высокоэластичной для многих потребителей является цена авиабилета при поездках на отдых.**



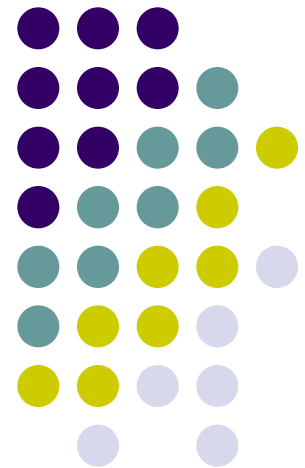
2. Если рыночный спрос на табачные изделия относительно неэластичен, это совершенно не означает, что эластичность спроса на отдельные сорта сигарет также будет меньше единицы. Конкуренция повысит коэффициент эластичности спроса на сигареты каждого из производителей этой продукции.



3. Эластичность спроса является важным фактором влияющим на ценовую политику фирмы. Предположим, что какая-то фирма построила сто квартирный дом и решает вопрос, по какой цене следует предлагать квартиры съемщику. Если фирма **знает спрос на квартиры и его эластичность**, она может **определить по какой цене следует сдавать эти квартиры**, что бы обеспечить максимальную выручку.

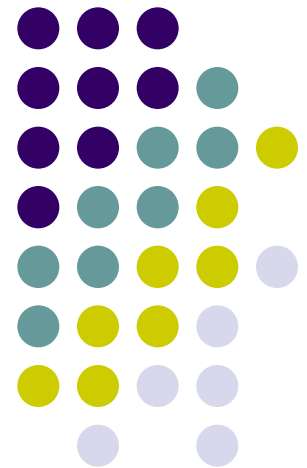


4.Предположим, если сначала было продано тысяча единиц товара по \$ 5, а потом была снижена цена до \$ 4.25 (т.е. на 15 %) и после этого было **продано на 20% единиц товара больше** (т.е. 1200 единиц), то **спрос на этот товар эластичен**.



Список литературы

1. Булатов А.С. Экономика//Учебник. – М. 2006
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. — СПб., 2003.
3. Лукасян Г.В.. Экономическая теория//Учебное пособие. – М. 2007
4. Акулов В.Б., Акулова А.В. Экономическая теория//Учебник. – Петрозаводск. 2004
5. Экономическая теория. Курс лекций / Под редакцией Гиенко Г.В, Лаптева А.А, Мишарева А.А. Отв. Ред. Лаптев А.А. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2000 г.



ссылка