

# РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

# План

- ▣ Понятие рынка и условия его возникновения
- ▣ Закон спроса
- ▣ Закон предложения
- ▣ Равновесная цена
- ▣ Факторы спроса и предложения
- ▣ Эластичность спроса и эластичность предложения

# Понятие рынка и условия его возникновения

- Рынок представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться.
- Рынок — это, прежде всего, место встречи продавцов и покупателей; между ними осуществляется обмен по цене, о которой удалось договориться. При этом происходит добровольное отчуждение своей собственности и присвоение чужой. Следовательно, рынок означает взаимную передачу прав собственности.
- Рынок выступает как специфическая форма взаимосвязи между обособленными в рамках общественного разделения труда производителями, каждый из которых хозяйствует самостоятельно, на свой страх и риск.
- В развитом индустриальном обществе рынок представляет собой не площадь, где случайно встретились отдельные покупатели и продавцы, а социальный механизм, осуществляющий постоянную связь между производителями и потребителями экономических благ. Важную роль в выравнивании спроса и предложения, установлении равновесных цен играют оптовые покупатели и продавцы.

## Виды рынков:

- ▣ По широте охвата различаются локальные, национальные и международные рынки. Объектом купли-продажи могут быть по требительские товары или ресурсы; соответственно различаются рынки потребительских товаров и услуг и рынки ресурсов (труда, земли, капитала, предпринимательских способностей, информации). Наряду с товарным рынком существует денежный рынок.
- ▣ **Трансакционные издержки.** Одна из главных проблем функционирования рынка — это проблема **трансакционных издержек** — издержек в сфере обмена, связанных с передачей прав собственности. Они включают расходы, связанные с поиском информации, затраты на ведение переговоров, работу по измерению свойств товара (услуги), издержки по спецификации и защите прав собственности.

# Закон спроса.

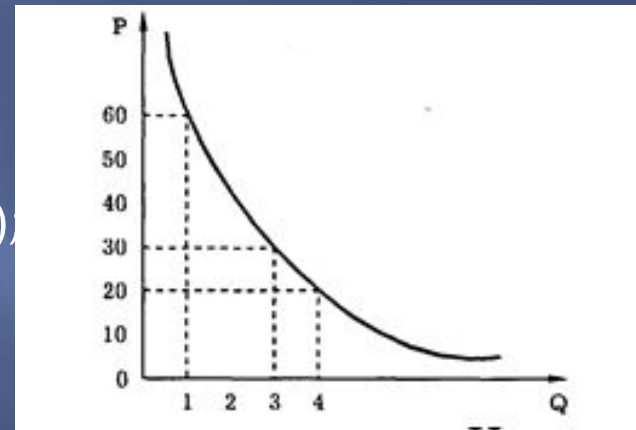
Если мы рассмотрим ситуацию, складывающуюся на рынке какого-нибудь товара, то легко заметим, что между ценой товара и количеством проданного (реализованного) товара существует определенная связь. Чем ниже цена товара, тем большее его количество (при прочих равных условиях) готовы купить покупатели, тем выше на него спрос. Обратная зависимость между ценой и величиной спроса называется **законом спроса**.

Эта зависимость количества проданных благ от уровня цен может быть изображена графически. **Кривая спроса** – кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени.

В экономической теории принято откладывать независимую переменную (цену) по вертикальной, а зависимую (спрос) — по горизонтальной оси.

Изображенная кривая характеризует состояние цен и объема покупок продукции X в определенный момент времени. Она имеет отрицательный наклон, что свидетельствует о желании потребителей купить большее количество благ при меньшей цене.

- ▣ В общем виде:  $Q_D = f(P)$ ,
- ▣ где  $Q_D$  — величина спроса (demand),
- ▣  $P$  — цена (price).



Нетипичное поведение спроса. Не претендуя на исчерпывающую полноту, современная экономическая теория знает три основных эффекта, когда спрос ведет себя «неправильно»: два эффекта по цене (Гиффена и Веблена) и один по доходу.

**Эффект Гиффена:** при повышении цен на товары первой необходимости, опасаясь дальнейшего роста цен, население скупает и без того скудные запасы. Таким образом, чем больше цена, тем больше величина спроса. Это явление впервые описано в середине XXI века, когда под угрозой голода в Ирландии люди отреагировали на увеличение цены картофеля (основного продукта питания) ростом величины спроса на него.

**Эффект Веблена:** повышение цен на некоторые престижные товары не делает их менее привлекательными для тех, кто покупает не столько сам товар, сколько престиж, связанный с обладанием товаром: дорогим автомобилем, шубой или с подарком дорогих духов.

**Эффект понижения спроса на товары невысокого качества с ростом дохода.** Например, улучшение благосостояния способствует более полезному рациону питания. В результате спрос на картофель и хлеб падает, а на соки и фрукты растет.

# Закон предложения

Если мы рассмотрим ситуацию, складывающуюся на рынке со стороны предложения, то легко заметим, что зависимость величины предложения от цены прямая: чем выше цена, тем большее количество товара (при прочих равных условиях) готовы предложить продавцы.

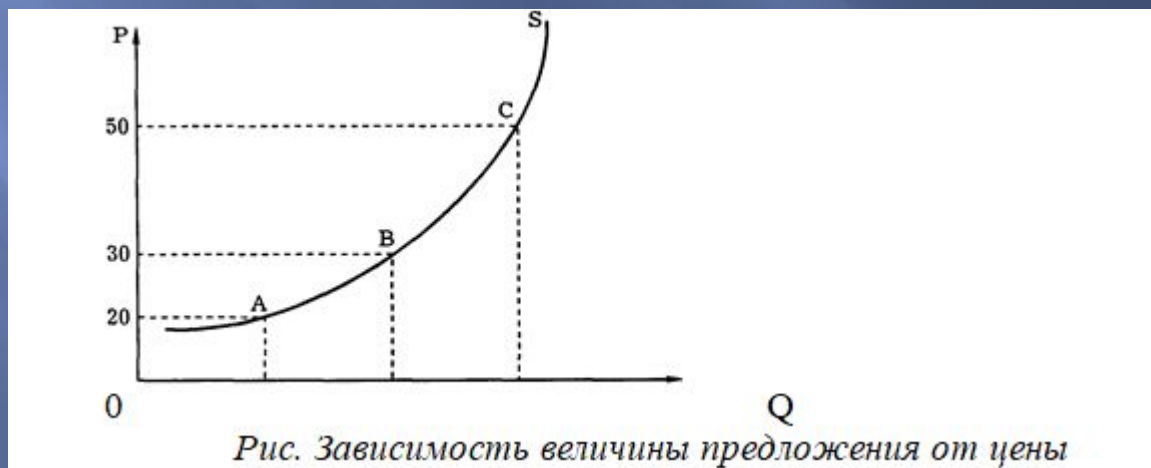
- ▣ В общем виде:  $Q_s = f(P)$ ,
- ▣ где  $Q_s$  — величина предложения (supply);
- ▣  $P$  — цена (price)

Прямая связь между ценой и количеством предлагаемого продукта называется **законом предложения**.

Зависимость количества произведенных благ от уровня цен может быть изображена графически. **Кривая предложения** — кривая, которая показывает, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени.



Изображенная кривая S (от англ. supply) характеризует уровень цен и объем продаж блага X в определенный момент времени. Она имеет положительный наклон, что свидетельствует о желании производителя продать большее количество благ по более высокой цене.



# Равновесная цена

В условиях рыночной экономики конкурентные силы способствуют синхронизации цен спроса и цен предложения, что приводит к равенству объемов спроса и объемов предложения.

В ходе развития рынка осуществляется процесс взаимного приспособления продавцов и покупателей. Важную роль при этом играют цены, которые способствуют быстрому обмену необходимой информацией. Они делают условия обмена простыми, ясными и стандартизированными для всех участников рыночной экономики (см. рис. 12). Точка равновесия обозначается  $E$  (от латинского

В точке равновесия  $P_E = P_S = P_D$

где

$P_E$  — равновесная цена;

$P_S$  — цена предложения;

$P_D$  — цена спроса.

Это означает, что  $Q_E = Q_S = Q_D$

где  $Q_E$  — равновесный объем;

$Q_S$  — объем предложения;

$Q_D$  — объем спроса.

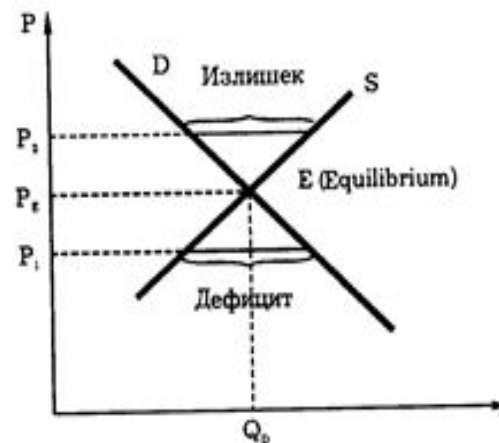


Рис. Цена равновесия и отклонения от нее

**Равновесная цена** — цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил. Образование равновесной цены — процесс, требующий определенного количества времени. В условиях совершенной конкуренции происходит быстрое взаимное приспособление цен спроса и цен предложения, объема спроса и объема предложения. В результате установления равновесия выигрывают и потребители, и производители.

# Факторы спроса и предложения

Выделяют следующие главные факторы спроса, воздействующие на выбор покупателя:

- цена данного товара;
- цены товаров, заменяющих данный в потреблении, или товаров субституттов;
- цены товаров, дополняющих данное благо в потреблении, или комплементарных благ;
- доход потребителя, выделяемый им для покупки данного товара;
- вкусы и предпочтения потребителя;
- объективные, естественные (внешние) условия потребления;
- ожидания потребителей.

Предложение возникнет только тогда, когда данный экономический субъект будет готов произвести сделку по продаже данного доставленного на рынок товара. Соответственно, величина (объем) предложения будет определяться максимальным количеством товара, приготовленного для продажи за данный период времени при данных условиях.

И снова подчеркнем, что объем предложения — это поток, также протекающий во времени. Поэтому всегда надо четко определять, к какому периоду времени относится данная величина предложения. Далее, условия, при которых определяется данный объем предложения, чрезвычайно важны, так как именно они характеризуют ту среду, в которой находится принимающий решение о продаже производитель.

Условия, влияющие на выбор продавца, мы можем сгруппировать в следующие основные факторы:

- цена данного товара;
- цены товаров-субституттов;
- цены комплементарных благ;
- издержки производства, охватывающие как *технологии* производства, определяющие необходимые количества используемых ресурсов, так и *цены* этих ресурсов;
- налоги и субсидии;
- объективные, внешние (прежде всего природные) условия производства;
- ожидания производителей.

# Эластичность спроса и предложения

Реакция величины спроса на изменение цены различна для разных товаров и обозначается понятием «ценовая эластичность спроса». Возможны три варианта такой реакции:

- 1) слабое изменение цены вызывает сильное изменение спроса («эластичный спрос»);
- 2) слабое (сильное) изменение цены вызывает такое же слабое (сильное) изменение спроса («спрос единичной эластичности»);
- 3) сильное изменение цены вызывает слабое изменение спроса («неэластичный спрос»).

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q} \times 100\% \div \frac{P_2 - P_1}{P} \times 100\%$$

Ценовая эластичность спроса измеряется отношением процентного изменения величины спроса к вызвавшему его процентному изменению цены. Если это отношение больше единицы, то спрос считается эластичным, если меньше, то неэластичным, а при коэффициенте, равном единице, говорят о единичной эластичности спроса.

На некоторые товары спрос заведомо неэластичен, т. е. независимо от изменения цены спрос в прежнем объеме как бы гарантирован, — это характерно, прежде всего для товаров первой необходимости, а также для товаров, ставших дефицитными. Неэластичность спроса выгодна продавцу, ибо позволяет ему без опасения, что снизится спрос, повышать цену на товары.



Ценовая эластичность предложения измеряется отношением процентного изменения величины предложения к вызвавшему его процентному изменению цены. Эластичное предложение предполагает коэффициент менее единицы, неэластичное — более единицы (при коэффициенте, равном единице, говорят о «единичной эластичности» предложения).

$$E_s = \frac{\Delta Q_s}{Q_s} : \frac{\Delta P}{P}$$

Предложение некоторых товаров заведомо неэластично из-за ограниченности необходимых для их производства ресурсов; неэластичность же других товаров есть следствие искусственно создаваемого производителями дефицита.