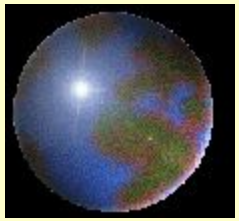
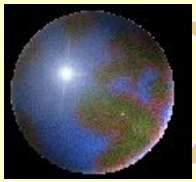


Спрос и предложение. Эластичность.

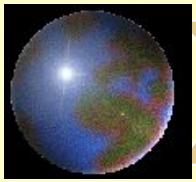


1. Понятие спроса и факторы влияющие на него.

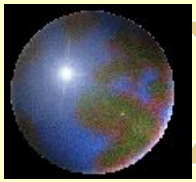
Решение главных экономических задач в условиях рыночной экономики осуществляется с помощью рыночного механизма. Рыночный механизм представляет собой способ взаимодействия всех субъектов рынка. Основными элементами рыночного механизма являются: спрос, предложение, рыночная цена и конкуренция.

Спрос – это платежеспособная потребность покупателей в том или ином товаре при данной цене.

Другими словами, спросом является не всякая потребность в данном товаре, а только та, которая обеспечена наличием денег у покупателя. Следует различать понятие « потребность» и понятие «спрос».



Потребности человека, общества в принципе безграничны. К ним, прежде всего, относятся блага и услуги коллективного пользования, которые в мировой экономической науке называются общественными товарами (охрана общественного порядка, национальная оборона, государственное управление, единая энергетическая система, национальная сеть коммуникаций и т.д.). **Спрос же ограничивает любая цена**. Поэтому **спрос, как правило, меньше потребности.** Однако в экстремальных экономических ситуациях спрос может превышать потребность, поскольку отражает влияние других факторов (инфляция, паника, соображения престижа и др.).



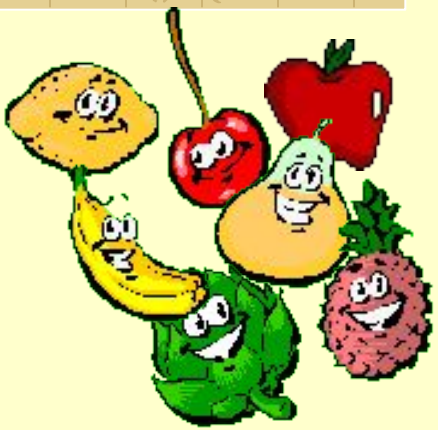
Итак, спрос – это объем возможной купли товара в зависимости в зависимости от установившейся цены на него, т.е. спрос – это потенциальная купля. Не следует отождествлять индивидуальный спрос с рыночным.

Индивидуальный спрос **– это спрос отдельного потребителя или одной семьи. Рыночный спрос представляет спрос, предъявляемый на товар всеми покупателями (потребителями).**

Спрос -

Это желание и возможность потребителя купить продукт или услугу в определенном месте и в определенное время.

Студенческая столовая



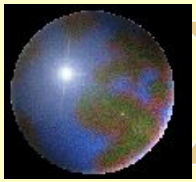
Шкала спроса на бутерброды в студенческой столовой

Цена за пирожок, руб.	Спрос, шт.
3.000	190
3.500	175
4.000	125
4.500	85
5.000	65
5.500	50
6.000	40

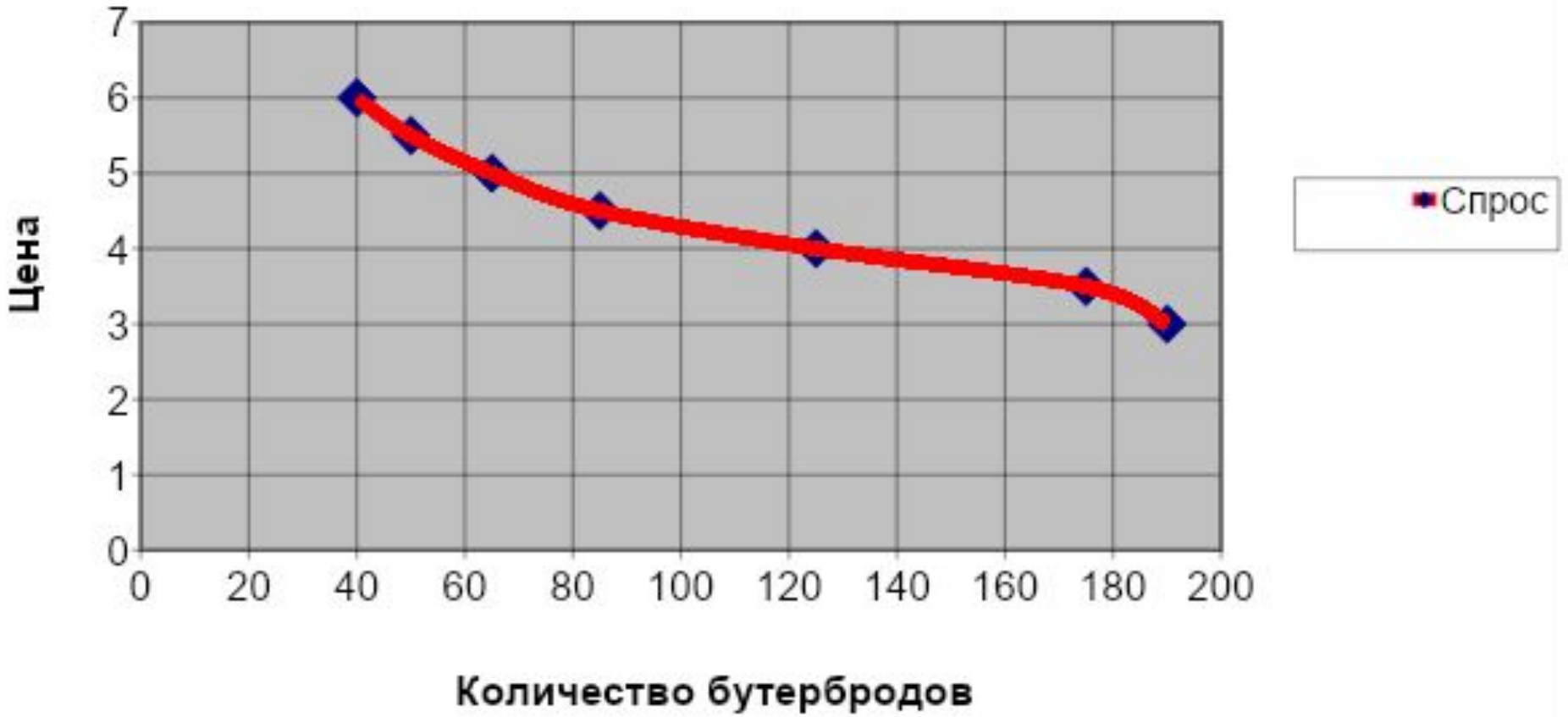
Величина спроса зависит, прежде всего, от цены.

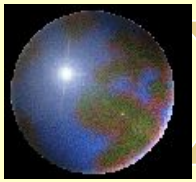
Таблица 1. величина спроса индивидуального покупателя на определенный вид продукта – товара (гипотетические данные)

Как видно из табл.1, если цена товара составляет на рынке 3000 бел. руб., то потребитель будет готов покупать в неделю 190 шт., если же цена составляет 3500 бел. руб., то потребитель будет способен купить в неделю 175 шт. и т.д. заявление о том, что «потребитель купит 40 шт. по цене 6000 бел. руб., за единицу», неопределенно и бессмысленно.



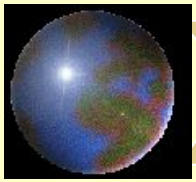
Спрос на бутерброды в студенческой столовой





Каждая точка представляет конкретную цену и соответствующее количества товара, которое потребитель решит, купит по этой цене. Плавно соединив все точки на графике, мы получим **линию dd, которая называется кривой спроса. Она показывает движение спроса на товар или услугу по мере изменения цены.**

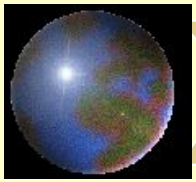
Следует отметить, что цена является главным и определяющим при покупке товара, но не исключительным фактором.



На рынке, как правило, да и на примере видно, что **при высокой цене при прочих равных условиях приобретается меньшее количество товара, чем при низкой, и наоборот, чем ниже цена, тем большее количество товара люди готовы купить. Это значит, что существует обратная связь между ценой и величиной спроса. Эта обратная связь называется законом спроса.**

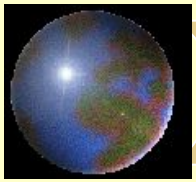
Закон спроса

Говорит о том, что при прочих равных условиях по низкой цене удастся продать больше товаров, чем по высокой.



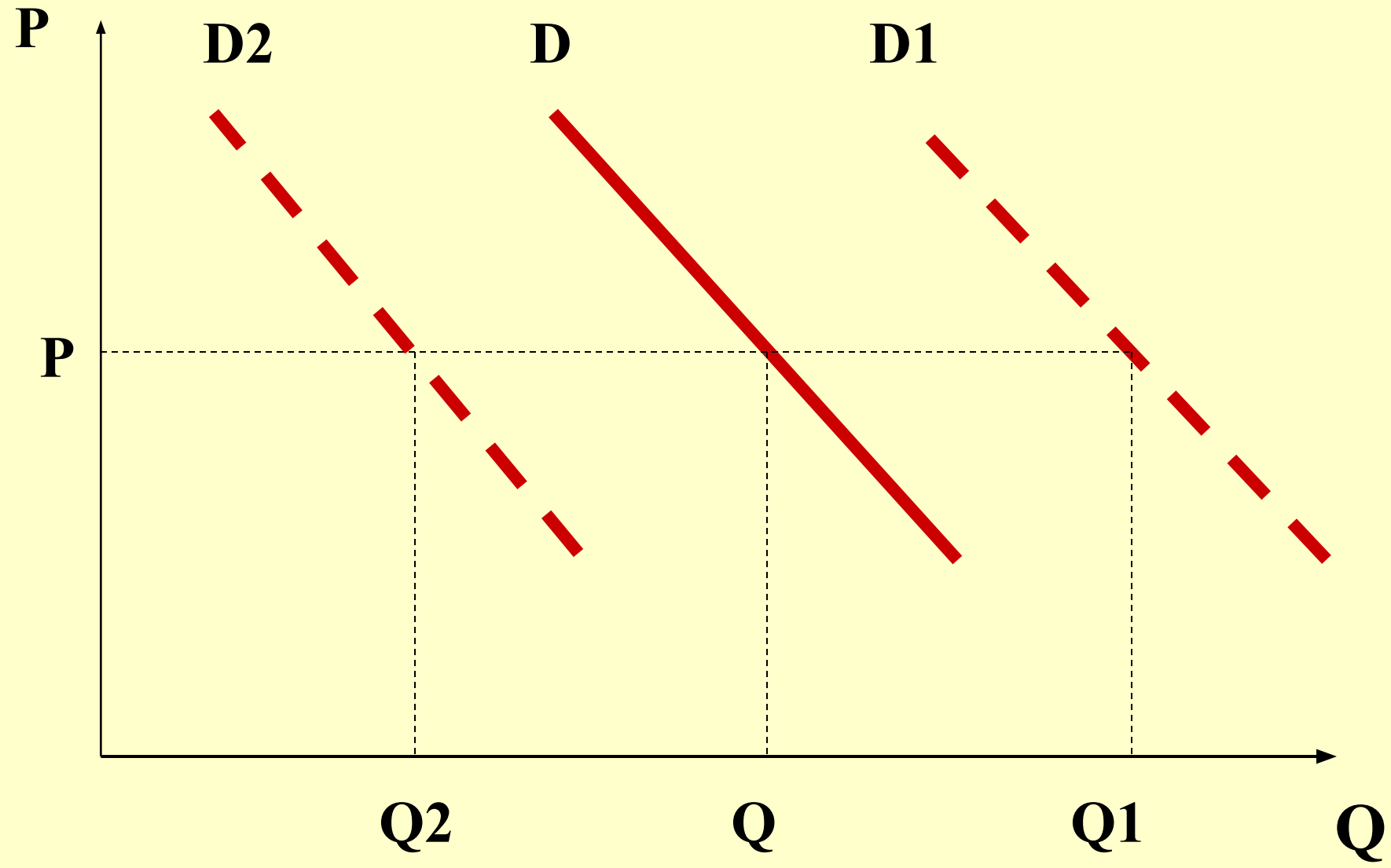
Спрос может измениться даже тогда, когда цена остается одной и той же. Существует множество неценовых факторов, которые могут повлиять и действительно влияют на покупки, т.е. на спрос.

Основными неценовыми факторами, влияющими на спрос являются следующие: предпочтение и вкусы потребителей; число покупателей на рынке; денежные доходы потребителей; цены на сопряженные товары; ожидания потребителей.



Неценовые факторы изменения спроса:

- климатические или сезонные изменения;
- изменения доходов;
- изменения в стиле, вкусе, привычках;
- перспективные ожидания;
- цены на товары – заменители;
- цены на дополняющие товары.


P
D2
D
D1
P
Q2
Q
Q1
Q

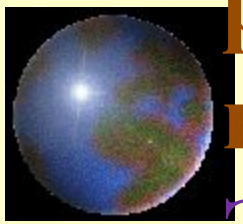
Названные факторы могут либо увеличивать спрос, либо ограничивать его, т. е. «вызывают изменения в спросе». **На графике 2 это выражается сдвигом всей кривой вправо (когда повышается спрос) или влево (когда снижается спрос).**

В противоположность этому, изменение величины спроса означает передвижение с одной точки на другую точку на графике 1 постоянной кривой спроса, т.е. переход от одной комбинации « цена – количество товара» к другой их комбинации. Причиной изменения величины спроса служит изменение цены данного товара.

Если спрос увеличивается, то кривая спроса смещается вправо (D1);

Если спрос снижается, то кривая спроса смещается влево (D2).

Для того чтобы, определить насколько, велика зависимость величины спроса, от цены используется понятие эластичности.



Эластичность – это мера реагирования одной переменной величины на изменение другой.

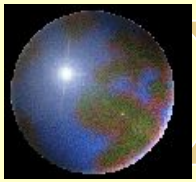
Эластичность спроса характеризует степень изменения величины спроса при изменении цены.

Эластичность

Описывает, в какой степени изменение цены влияет на величину спроса.

Если эффект от изменения цен относительно мал, то спрос на этот **неэластичен**.

Если спрос **эластичен**, то небольшие изменения в цене могут вызвать относительно значительные изменения в спросе на товар.



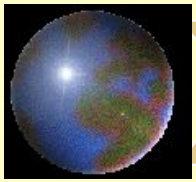
Эластичность спроса показывает, в какой степени изменение цены влияет на величину спроса.

Эластичность спроса можно определить с помощью коэффициента ценовой эластичности спроса (К. ц. эл. спроса).

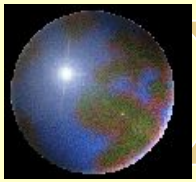
Эластичность спроса по цене – это степень чувствительности спроса на товар к изменению его цены.

Точечная эластичность:

$$E_p^D = \frac{\text{изменение } Q, \%}{\text{изменение } P, \%} = \frac{\Delta Q \cdot P}{\Delta P \cdot Q}$$

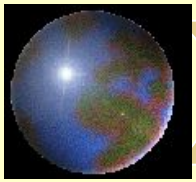


- **Дуговая эластичность спроса** – показатель средней реакции спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке:



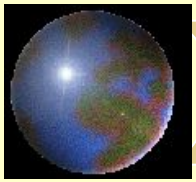
Перекрестная эластичность спроса

$$E_x^D = \frac{\Delta Q_a}{\Delta P_b} \cdot \frac{P_b}{Q_a} = \frac{(Q_{a1} - Q_{a2})(P_{b1} + P_{b2})}{(Q_{a1} + Q_{a2})(P_{b1} - P_{b2})}$$

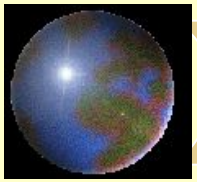


Эластичность спроса по доходу

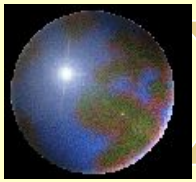
- Если $E_{DI} > 0$, - то это взаимозаменяемые блага (субституты)
- Если $E_{DI} < 0$ – то это взаимодополняемые (комплименты).



ЕСЛИ КОЭФФИЦИЕНТ ЭЛАСТИЧНОСТИ БОЛЬШЕ ЕДИНИЦЫ, ТО СПРОС СЧИТАЕТСЯ ЭЛАСТИЧНЫМ, А ЕСЛИ МЕНЬШЕ – НЕЭЛАСТИЧНЫМ. ПРИ КОЭФФИЦИЕНТЕ РАВНОМ ЕДИНИЦЕ, ГОВОРЯТ О «ЕДИНИЧНОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА».

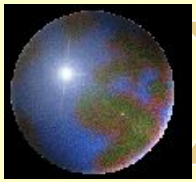


На эластичность спроса влияют, главным образом, следующие факторы: наличие товаров – заменителей; значимость товара для потребителя (предметы первой необходимости); фактор времени; доступность товара и услуги; степень интенсивности потребности, удовлетворяемой данным товаром или услугой.



Товары с эластичным спросом это обычно:

1. **предметы роскоши (драгоценности, деликатесы, шампанское);**
2. **вещи, цена которых существенно ощутима для семейного бюджета (мебель, телевизор);**
3. **легко заменяемые товары (отдельные виды мяса, фрукты)**



Товары же с неэластичным спросом это:

1. **предметы первой необходимости (лекарство, обувь, электричество);**
2. **вещи, цена, которых малоощутима для семейного бюджета (карандаш, зубная щетка);**
3. **труднозаменяемые товары (электрические лампочки, бензин, билет на интересный концерт).**

Причины неэластичности спроса

- Это товары первой необходимости
- Для них трудно найти заменители
- Они относительно недороги
- Безвыходное положение потребителя

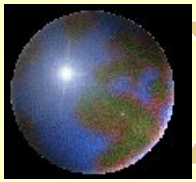
Эффекты в законе спроса :

- Эффект дохода
- Эффект замещения
- Эффект убывания предельной полезности

Эффект убывания предельной полезности -

способ описания ситуации, когда последняя единица товара приносит меньше удовлетворения, чем предпоследняя.

Полезность – возможность использования товара себе на благо.



2. Понятие предложения и факторы, вызывающие его изменения.

Спрос является одной стороной рыночных отношений, другой стороной предложение.

Предложение – это количество товара, которое производители могут и хотят произвести и предложить к продаже на рынке по конкретной цене в течение определенного периода времени.

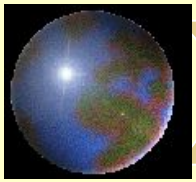
Применительно к конкретной ситуации предложение, как и спрос, можно представить в виде таблицы (см. таблицу 2).

Таблица 2. Предложение индивидуального производителя определенного вида продукта – товара (гипотетические данные)

Варианты ситуации	Цена за единицу (дол.)	Величина предложения в неделю (шт.)
A	5	60
B	4	50
C	3	35
D	2	20
E	1	5

Как видно из таблицы 2, если цена единицы товара составляет на рынке 5 дол., производитель будет готов произвести и поставить на рынок 60 единиц товара в неделю, если же цена составит 4 дол., производитель будет поставлять только 50 единиц товара. Дальнейшее падение продажной цены сопровождается еще большим падением объема предложений.

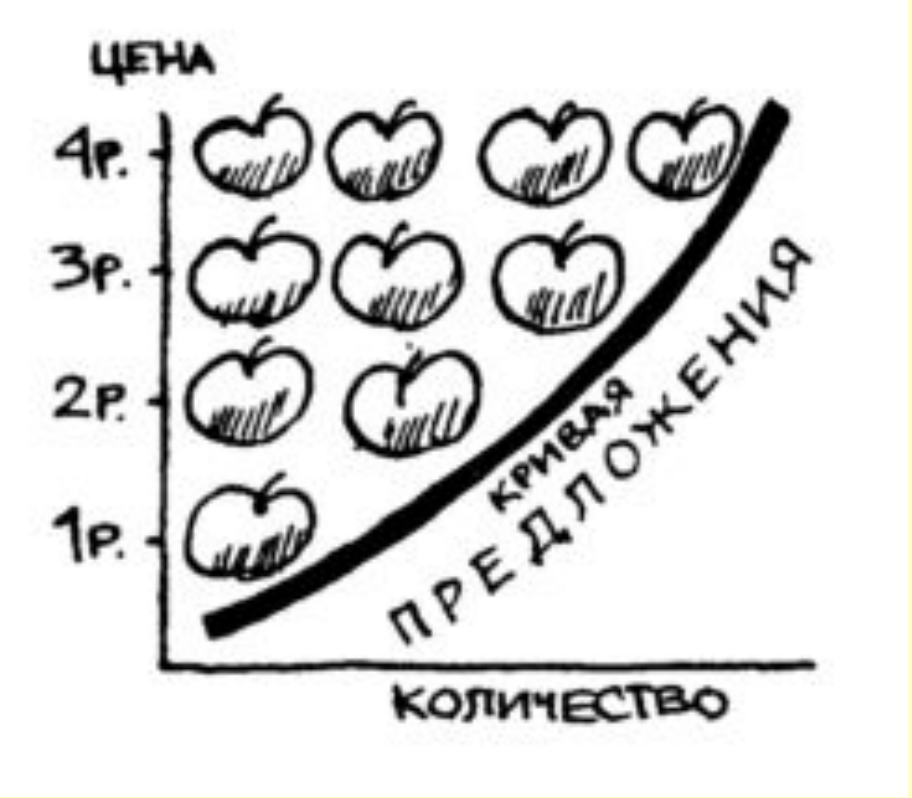
Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что **между ценой (при прочих равных условиях) и количеством предлагаемого продукта существует прямая связь. С повышением цен соответственно возрастет и величина предложения; со снижением цен сокращается также и предложение. Эта специфическая связь называется законом предложения.**



Сущность закона предложения состоит в прямой зависимости между ценой товара и величиной предложения. Этот закон показывает, что производители хотят изготовить и предложить к продаже большее количество своего товара по высокой цене, чем они хотели бы это делать по низкой цене.

Закон предложения

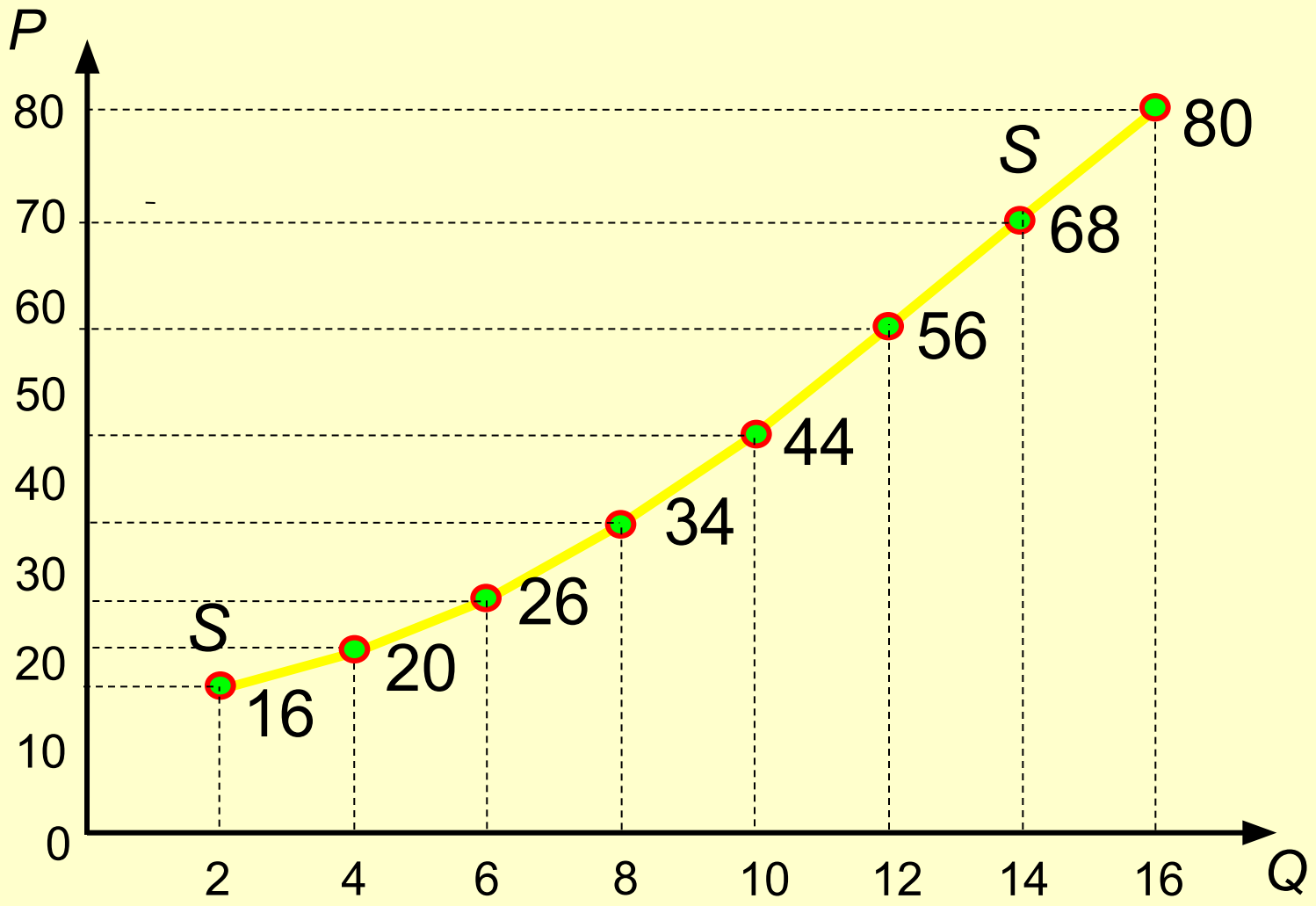
- Чем выше цена, тем больше товара готовы предложить продавцы, и наоборот.

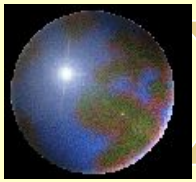


КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (SUPPLY)

КОЛИЧЕСТВО (*Q*)	2	4	6	8	10	12	14	16
ЦЕНА (*P*)	16	20	26	34	44	56	68	80

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (SUPPLY)



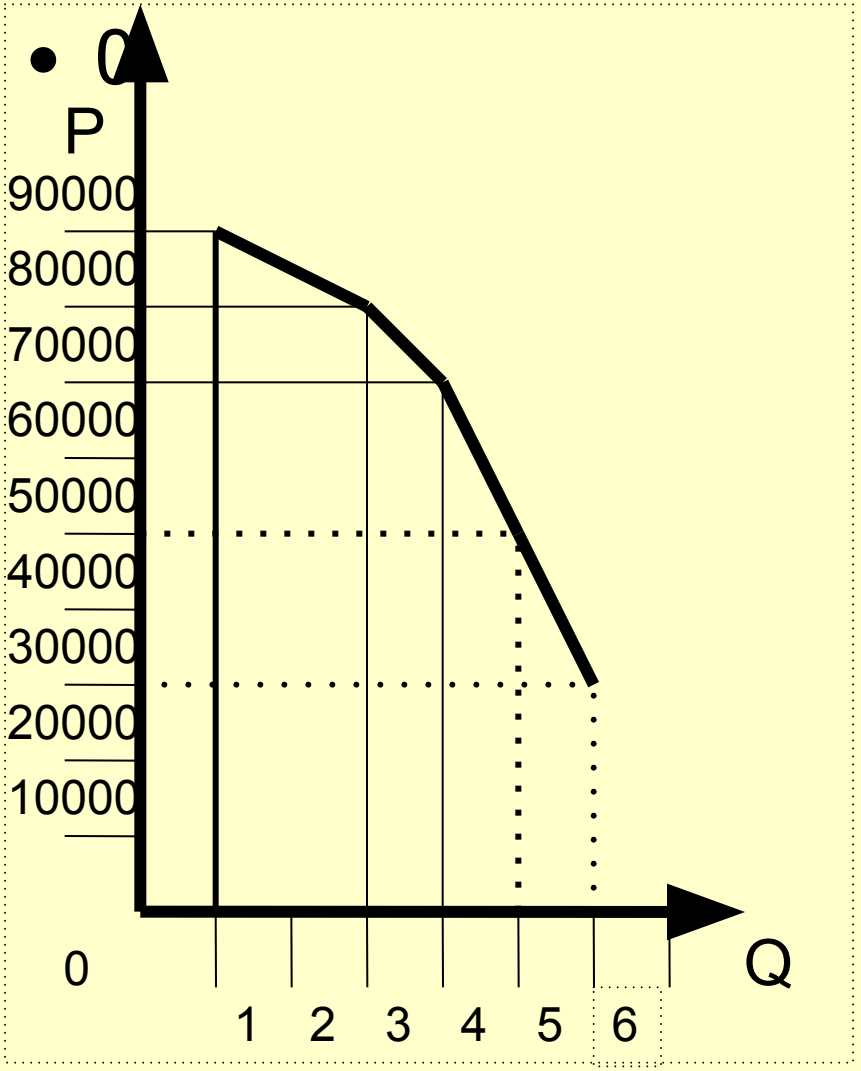


Пример 1

- Студенты Юра, Оля, Катя, Маша, Саша и Владислав собираются готовить абитуриентов к поступлению в БГУ. Для этого нужно получить лицензию. Юра готов заплатить за одну лицензию не более 70000 руб., Оля – не более 90000, Катя и Саша – 80000, Маша – 30000, Владислав 50000 р.
- Изобразите графически суммарную кривую спроса студентов на лицензию.

Решение

Q	P
1	90000
3	80000
4	70000
5	50000
6	30000



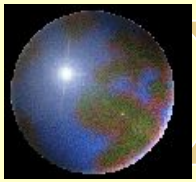
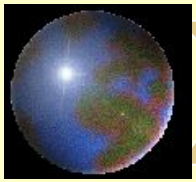


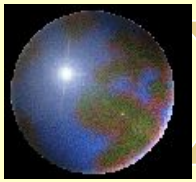
График 3. Кривая предложения.

Представим понятие предложения в графическом изображении. На графике 3 на вертикальной оси цена, а на горизонтальной оси разместим величину предложения. Все пять возможных вариантов из таблицы 2 разместим на графике точек A, B, C, D, E. Плавно соединив все точки, мы получим на графике **линию SS, которая называется кривой предложения.** Она показывает движение предложения товара по мере изменения цены. **Для определения рыночного предложения необходимо вычислить общую величину предложения всех производителей при всех возможных ценах.**

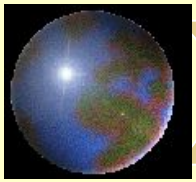


Однако на предложение воздействует не только цена, но и другие неценовые факторы. **Основными неценовыми факторами являются следующие: цены на производственные ресурсы; изменения в технологии производства; налоги и субсидии; цены на другие товары; ожидания производителей; число продавцов.**

Здесь также, как и в случае со спросом, следует строго различать « само предложение» и « величину предложения».



Изменение величины предложения означает передвижение с одной точки на другую точку (вверх или вниз) на постоянной кривой предложения. Оно происходит под воздействием изменения цен. **Изменение в предложении выражается в смещении всей кривой предложения, увеличение предложения смещает кривую предложения вправо, уменьшение предложения - влево.** (см. график). Так происходит в случае действия одного или нескольких неценовых факторов.



Предложение также подобно спросу, может быть эластичным или неэластичным. **Понятие эластичности предложения товаров характеризует относительные изменения цен товаров и их количества, предлагаемого к продаже.** Интенсивность этих изменений различна, и поэтому на практике могут иметь место следующие ситуации:

- эластичного предложения;
- предложения единичной эластичности;
- неэластичного предложения.

Эластичность предложения

$$E_P^S = \frac{\Delta Q_S}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_S}$$

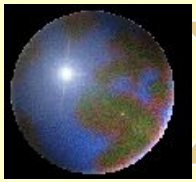
Факторы, влияющие на эластичность предложения:

- степень загрузки производственных мощностей,
- размер товарных запасов,
- наличие свободной рабочей силы,
- возможность перелива капитала и т. д.

фактор времени.

Предложение считается эластичным, если производители чувствительны к изменениям цен. Эту зависимость определяет коэффициент ценовой эластичности предложения (К.ц.эл. предл.), который определяется по следующей формуле:

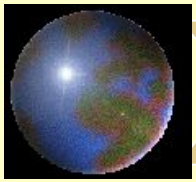
К. ц. эл. = Изменение величины предложения (в %),\Изменение цены (в%) =Δ Q (%)\ ΔP(%)



При единичной эластичности предложения имеет место равновеликое изменение цен и количества предлагаемых товаров.

В случае эластичного предложения незначительное увеличение цены вызывает значительное увеличение количества предлагаемого к продаже товара.

При неэластичном предложении увеличении цены не оказывает, какого, либо влияния на увеличение количества предлагаемых к продаже товаров.



На эластичность предложения влияют следующие основные факторы:

- отсутствие товаров - заменителей;

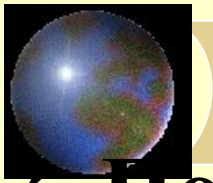
- уровень товарных запасов;

- резервы производственных мощностей;

- экономическая конкуренция;

- уровень конкуренции;

- фактор времени.



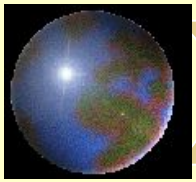
3. Понятие рыночного равновесия и рыночная цена.

На рынке желания и интересы покупателей сталкиваются с желаниями и интересами продавцов.

Покупатели стремятся приобрести нужный и более дешевый товар и удовлетворить свою потребность. С учетом своего совокупного дохода они предлагают за товар свою цену, так называемую цену спроса.

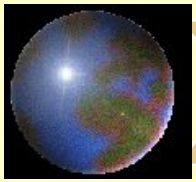
Цена спроса это та цена товара, которую в состоянии и намерен уплатить потребитель.

У производителей (продавцов) желания и интересы другие. Они заинтересованы продать свой товар подороже.

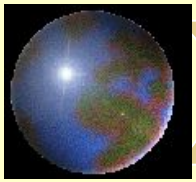


Цена, по которой производитель предлагает свой товар является ценой предложения.

Поэтому рынок должен учесть и уравновесить интересы, как покупателей, так и продавцов, найти ту точку соприкосновения, которая удовлетворяла бы их обоих. **Когда интересы производителей и потребителей совпадают, получается равновесие рынка.**

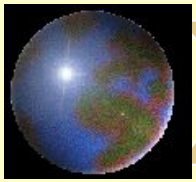


Такое равновесие можно определить как ситуацию на рынке, когда **предложение и спрос совпадают или эквивалентны (равноценны) при приемлемой для потребителя и производителя цене.**



Экономический смысл данного равновесия заключается в том, что оно отражает единство продавцов и покупателей, равенство их возможностей и желаний. Равновесие – закон для каждого конкурентного рынка. Оно может создаваться стихийно, а также под регулирующим воздействием государства.

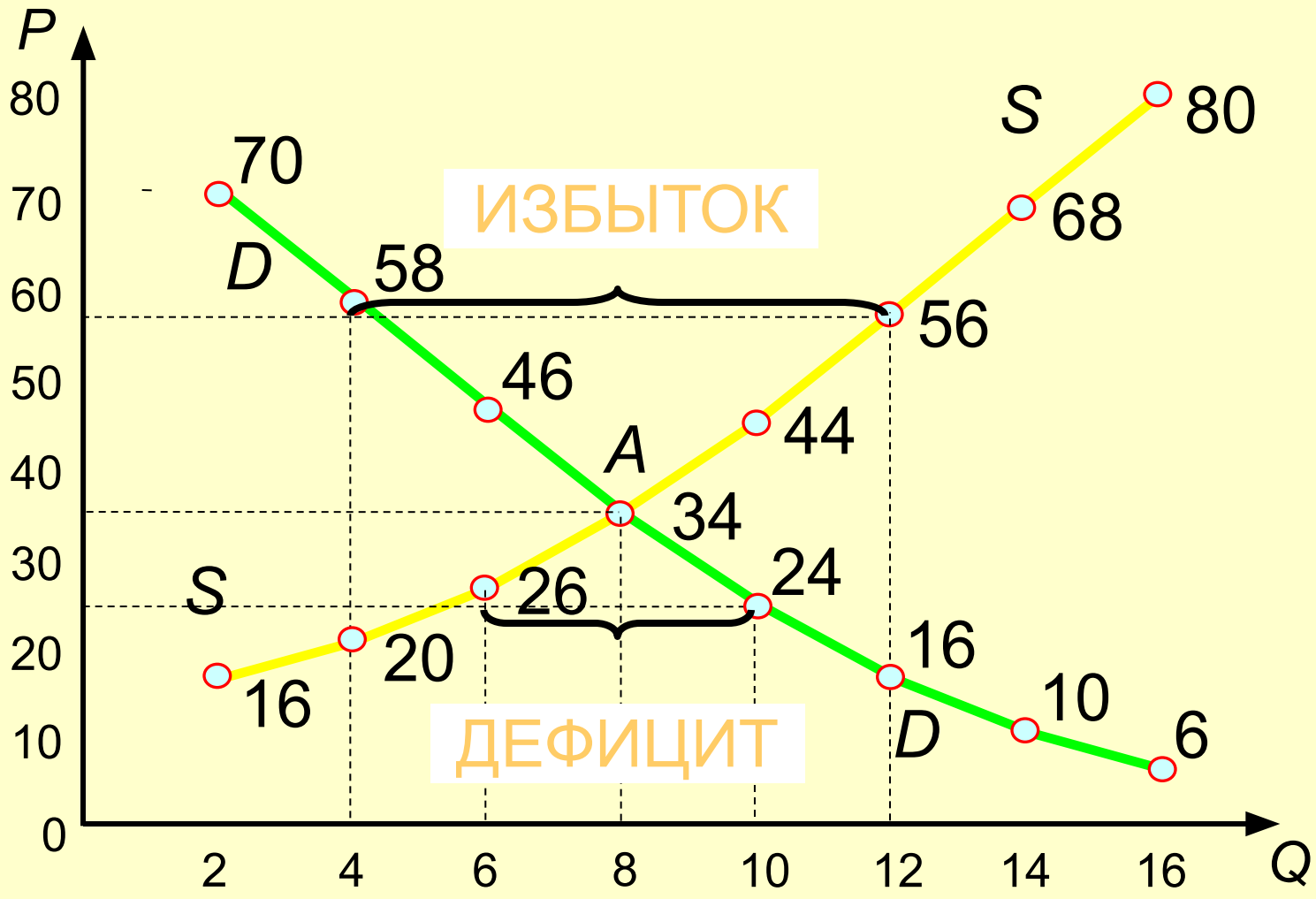
Рыночное равновесие это лишь момент в движении спроса и предложения. Дело в том, что рынок это динамичное явление с тенденцией к постоянным переменам. Поэтому рыночным равновесием считают такую точку, вокруг которой предложение и спрос совершают движение без видимых перемен.

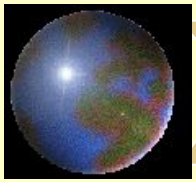


В результате взаимодействия спроса и предложения или взаимодействия цены спроса и цены предложения устанавливается рыночная цена. Рыночная цена это компромиссная цена, по которой товар действительно продается и покупается. **Рыночную цену называют еще ценой равновесия, поскольку она находится на том уровне, когда продавец еще согласен продать, а покупатель уже согласен купить.**

Для установления рыночной цены совместим рассмотренные ранее графики спроса (график 1) и предложения (график 3), так как они качественно однородны. Оба эти графика изображают в каждом случае количество товара в зависимости от уровня цены.

РАВНОВЕСИЕ


P
80
70
60
50
40
30
20
10
0
2
4
6
8
10
12
14
16
Q
S
80
68
56
44
34
24
16
10
6
70
58
46
26
20
16
D
D
A
S
ИЗБЫТОК
ДЕФИЦИТ



Уровень пересечения кривых спроса и предложения (точка А) и определяет уровень рыночной цены. **Точка А называется точкой равновесия, а цена – равновесной.** Это – действительно равновесная, уравновешенная цена, ибо любая иная точка пересечения кривых означает диспропорцию между платежеспособным спросом и соответствующим ему товарным предложением.

Если рыночная цена станет ниже равновесной, снизиться (точка B), то число покупателей возрастет за счет тех лиц, которым была недоступна цена на уровне A. Следовательно, возрастет и величина спроса (к 0Dдобавитьсяde). Но снижение рыночной цены (с 0Fдо 0K) уменьшит число продавцов за счет тех из них, кому эта цена неприемлема, так как не возмещает даже затраты. В результате, возросшей величины спроса (0E) будет противостоять гораздо меньшее предложение товара (0L).

Возникает товарный дефицит (на графике он равен отрезку LE).

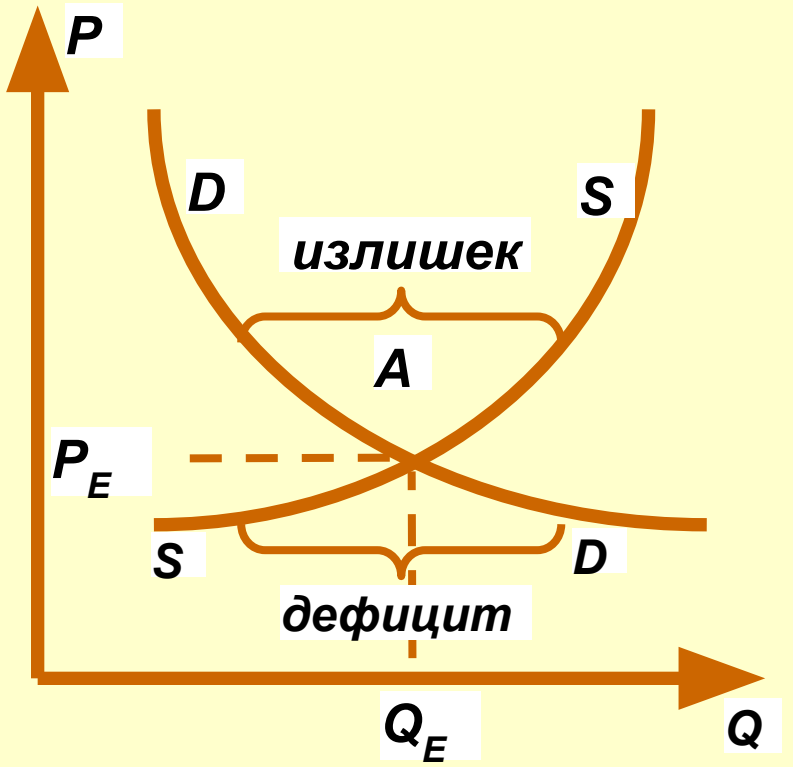
Равновесие на рынке

- $P_E = P_S = P_D$,

где P_E – цена равновесия; P_S – цена предложения; P_D – цена спроса.

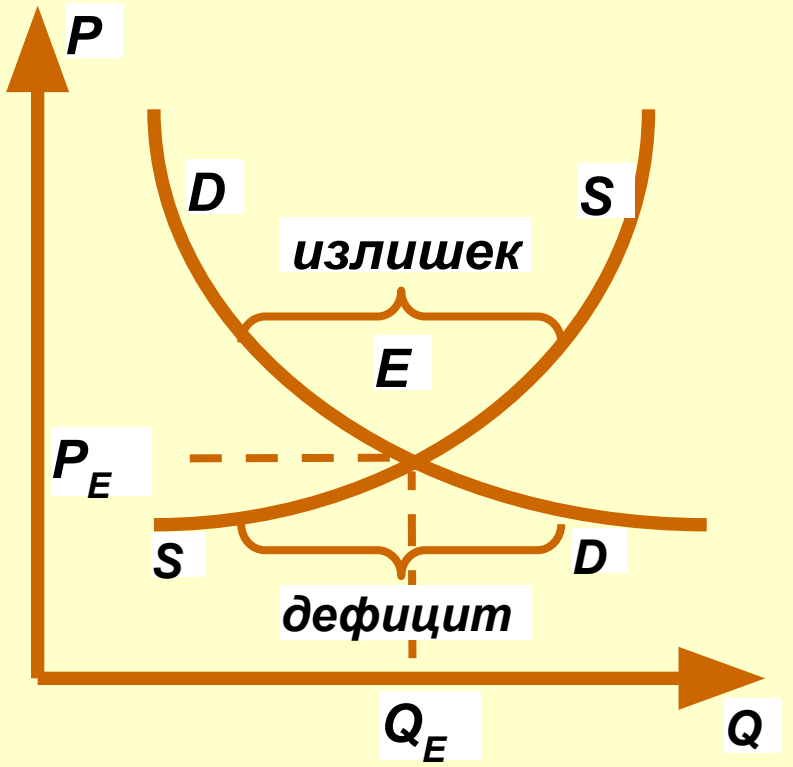
- $Q_E = Q_S = Q_D$,

где Q_E – объем равновесный; Q_S – объем предложения; Q_D – объем спроса.



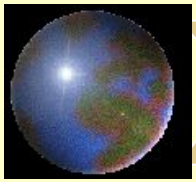
Влияние колебания спроса и предложения на равновесную цену и равновесное количество

– увеличение спроса вызывает рост как равновесной цены, так и равновесного количества товара;
– уменьшение спроса приводит к падению равновесной цены и равновесного количества товара;
– рост предложения товара вызывает уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товара;
– сокращение предложения ведет к увеличению равновесной цены и уменьшению равновесного количества товара.



Когда же **рыночная цена станет выше равновесной,** повысится (точка С), то число продавцов возрастет за счет тех, кто имеет большие затраты. Следовательно, возрастет и величина предложения (0D добавиться DE). Но теперь повышение рыночной цены (с 0F до 0R) уменьшит число покупателей (с 0D до 0L) за счет тех, кому эта цена станет недоступной. В результате возросшей величины предложения (0E) будет противостоять гораздо меньшее платежеспособное число покупателей (0L).

Возникает перепроизводство, избыток товаров (на графике он равен отрезку LE).



Таким образом, **равновесная цена – это цена, при которой величина спроса совпадает с величиной предложения.**

Если цена поднимается выше точки равновесия, она будет стимулировать наращивание производства. Между производителями данного вида товара начнется конкуренция, в результате которой образуется избыток товара и цена на него начнет снижаться, приближаться к точке равновесия. А это приведет к повышению цены, расширению производства и возвращению цены к равновесной цене. Так происходит колебание спроса и предложения вокруг цены равновесия и посредством конкуренции установления рыночного равновесия.