**Основы теории спроса и предложения**

Одной из важнейших функций рынка является ценообразование. Цена становится основным источником информации для всех субъектов экономических отношений, поэтому она выступает главным координатором экономической деятельности на рынке.

В процессе конкуренции производители стараются предложить такую цену, которая устраивала бы покупателей, не забывая при этом, что именно цена является основным источником их дохода. Потребители же, соглашаясь приобретать товар по той или иной цене, подтверждают общественную значимость этого товара. То же можно сказать и о формировании цены на различные ресурсы, которые предлагаются на рынке и являются источником дохода их собственников.

Таким образом, механизм функционирования рынка основывается на взаимодействии законов спроса и предложения с целью достижения равновесия, т. е. формирования равновесной цены.

Существование индивидов предполагает удовлетворение их постоянно возникающих потребностей. Однако спрос в отличие от потребности представляет собой не только желание, но и способность людей приобретать блага. Спрос отличается от потребности платежеспособностью и предполагает взаимодействие с другими экономическими агентами.

Функционирование рынка и экономики в целом обеспечивается уравновешенными отношениями купли-продажи. В связи с этим на рынке действуют покупатели и продавцы как самостоятельные экономические субъекты. Продавцы реализуют готовую продукцию, услуги, полуфабрикаты и пр., а покупатели предъявляют на все это спрос.

**Спрос**– это экономическая категория, показывающая стремление покупателя к приобретению нужной ему продукции с учетом текущего процесса ценообразования и прочих экономических показателей. В роли товара могут выступать любые предметы производства в зависимости от его специализации: продукты, ткани, услуги, идеи и все то, что может быть оценено экономическими субъектами как благо, имеющее высокую полезность.

Для определения места спроса в системе экономических отношений необходимо ввести такое понятие, как **закон спроса.**Он характеризуется тем, что количество приобретаемой субъектом на рынке продукции определяется главным образом ее стоимостью или рыночной оценкой.

**Потребитель**– это рациональный субъект экономической деятельности, поэтому он стремится минимизировать свои издержки (расходы). Безусловно, это не говорит о том, что погоня за минимизацией затрат должна сопровождаться покупкой некачественного или слишком дешевого уцененного товара, конечно, если уценка не связана просто с сезонными циклами. Сегодня вообще цена не гарантирует качества, поэтому даже самый дорогой товар порой не обладает высокими качественными характеристиками. Величина спроса складывается не только из стоимости товара, но и под действием следующих неценовых факторов:

1) **текущие доходы потребителей.**Как известно, чем выше доход, тем динамичнее становится структура потребления индивида: растут его сбережения, а вместе с этим и денежные суммы, затраченные на приобретение необходимых товаров и услуг;

2) **вкусы и предпочтения потребителей.**Они подвержены изменениям с течением времени, например, под влиянием постоянно изменяющейся моды. Некоторые покупатели постоянны и, придерживаясь одной марки, предпочитают удовлетворять свои потребности продукцией исключительно конкретного производителя, зачастую даже независимо от ценовой характеристики;

3) **цена на товары-заменители и товары-дополнители:**

а) товары-конкуренты, т. е. товары-субституты. Пример – мандарины и апельсины. Если на рынке происходит изменение (в данном случае рост) цены на мандарины, покупатель будет склонен к покупке апельсинов, поскольку они также могут удовлетворить потребность в потреблении фруктов при более низкой стоимости;

б) товары, дополняющие друг друга, или товары-комплименты. Например, если начинают расти цены на бензин, спрос на автомобили планомерно снижается, поскольку топливо является ведущим фактором, определяющим работу машин, по крайней мере создает для этого все условия;

4) **потребительские ожидания.**Покупатель при потреблении оценивает экономическую ситуацию в стране: уровень цен, динамику процентных ставок, величину инфляции. Повышение инфляционных ожиданий (нестабильность цен), как правило, способствует тому, что субъекты стараются купить все больший объем товаров, т. е. увеличивают потребительский спрос. Это же может стать причиной роста цен, главным образом на товары первой необходимости;

5) **количество потребителей,**осуществляющих покупки на рынке.

В условиях рыночной экономики спрос выступает главным фактором, определяющим, что и как производить. Различают индивидуальный и рыночный спрос.

Функция индивидуального спроса потребителя характеризует его реакцию на изменение цены данного блага при допущении, что его доход и цены других благ неизменны.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СПРОС – спрос конкретного потребителя; это соответствующий каждой данной цене объем благ, который тот или иной потребитель хотел бы купить на рынке.

РЫНОЧНЫЙ СПРОС характеризует общий объем спроса всех потребителей при каждой данной цене данного блага.

Основными факторами рыночного спроса являются:

• доходы потребителей;

• предпочтения (вкусы) потребителей;

• цена данного блага;

• цены товаров-заменителей и дополняющих благ;

• количество потребителей данного блага;

• численность населения и его возрастная структура;

• распределение доходов среди демографических групп населения;

• внешние условия потребления;

• реклама;

• стимулирование сбыта;

• размер домашнего хозяйства, зависящий от количества проживающих вместе людей. Например, тенденция к сокращению размеров семьи приведет к увеличению спроса на квартиры в многоквартирных домах и сокращению спроса на отдельные дома.

**Предложение и факторы его определяющие.**

Действие [***рыночного механизма***](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-20.html) основано на установлении соответствия между спросом и предложением экономических благ на [***рынке***](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-19.html). Рассмотрим понятие предложения, закон и кривую предложения, факторы, влияющие на предложение на рынке товаров и услуг.

***Предложение - это желание и способность производителей (продавцов) предоставлять товары для продажи на рынке по каждой возможной цене в каждый данный момент времени***. Способность предоставлять товары связана с использованием ограниченных ресурсов, поэтому эта способность не столь велика, чтобы удовлетворить все [***потребности***](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-34.html) всех людей, ведь совокупные потребности, как известно, безграничны.

Поскольку предложение – это совокупность товаров и услуг, которые представлены на рынке, то объем предложения зависит от объема производства, при этом две эти величины не всегда совпадают. Величина предложения не тождественна объему произведенной продукции, так как обычно часть произведенной продукции потребляется в рамках предприятия. Существуют и другие потери, например, при транспортировке и хранении товаров.

Различают индивидуальное и рыночное предложение. ***Индивидуальное предложение*** - предложение отдельного производителя. ***Рыночное предложение*** - совокупность индивидуальных предложений данного товара (сумма предложений данного товара разными производителями по каждой возможной цене).

***На количество товара, которое фирма желает произвести, оказывают воздействие многие факторы, основные из которых следующие***:

* цена самого товара (услуги);
* цена ресурсов, используемых в производстве данного блага;
* технология производства, уровень технологий;
* цены на другие товары и услуги;
* величина налогов, дотаций и субсидий;
* цели фирмы и число продавцов на рынке;
* ожидания производителей.
* Как видим, предложение - функция многих переменных, но цена товара (услуги) является первостепенным фактором, влияющим на предложение. Рассмотрим зависимость между величиной предложения и ценой товара при неизменности остальных факторов, способных оказать воздействие на предложение.
* ***Закон предложения*** - между [***ценой***](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-23.html) и количеством предлагаемого [***товара***](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-24.html) существует прямая зависимость: при прочих равных условиях с повышением цены возрастает и величина предложения, и наоборот, снижение цены сопровождается сокращением объема предложения.
* ***Неценовые факторы способны значительно влиять на положение кривой предложения***. Так ***рост цен на ресурсы*** ведет к увеличению издержек производства, снижению прибыли или возникновению убытка при тех же ценах и сокращению предложения. График предложения при этом смещается влево от первоначального положения. Снижение цен на [***ресурсы***](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-48.html) приводит к увеличению предложения и смещает кривую предложения вправо.
* ***Совершенствование технологии*** позволяет более эффективно, с меньшими издержками на единицу продукции осуществлять производство и увеличивать предложение. Кривая предложения смещается вправо.
* ***Увеличение налогов*** при тех же ценах уменьшает [***прибыль***](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-58.html) производителей и ведет к сокращению предложения товаров на рынке и сдвигу кривой предложения влево. ***Рост дотаций и субсидий***, напротив, способствует увеличению предложения, так как дотации и субсидии государства означают, что оно берет на себя покрытие части издержек производителей и позволяет им выпускать больше продукции. График предложения при этом смещается вправо.
* ***Рост цен на один товар*** при прочих равных условиях способствует снижению предложения другого товара, который является его заменителем. График предложения второго товара сместится влево. Увеличение цен на один товар повлияет на увеличение предложения другого, сопутствующего товара, что приведет к сдвигу кривой предложения второго товара вправо.
* ***Ожидания повышения цен*** обычно сдерживают текущее предложение данного товара с целью последующей его продажи по более высокой цене. График предложения сместится влево. ***Увеличение количества продавцов*** при данном объеме производства каждой фирмы ведет к росту предложения и сдвигу кривой предложения вправо.

Механизм установления равновесия

Рассмотрим механизм установления рыночного равновесия, когда под воздействием изменения факторов спроса или предложения рынок выходит из этого состояния. Существуют два основных варианта диспропорции между спросом и предложением: избыток и дефицит товара.

***Избыток***(излишек) товара - это такая ситуация на рынке, когда величина предложения товара по данной цене превышает величину спроса на него. В этом случае между производителями возникает конкуренция, борьба за покупателей. В выигрыше остается тот, кто предлагает более выгодные условия реализации товара. Таким образом рынок стремится вернуться в состояние равновесия.

***Дефицит***товара - в этом случае величина спроса на товар по данной цене превосходит предлагаемое количество товара. В данной ситуации возникает соревнование уже между покупателями за возможность приобрести дефицитный товар. Побеждает тот, кто предлагает более высокую цену за данный товар. Возросшая цена привлекает к нему внимание производителей, которые начинают расширять производство, увеличивая тем самым предложение товара. В результате система возвращается в состояние равновесия.

Таким образом, цена выполняет уравновешивающую функцию, стимулируя расширение производства и предложения товара при дефиците и сдерживая предложение, избавляя рынок от излишков.

Уравновешивающая роль цены проявляется как через спрос, так и через предложение.

В учебной литературе сформулированы четыре правила взаимодействия спроса и предложения.

* 1. Увеличение спроса вызывает рост равновесной цены и равновесного количества товаров.
* 2. Уменьшение спроса вызывает падение и равновесной цены, и равновесного количества товаров.
* 3. Увеличение предложения влечет за собой уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товаров.
* 4. Сокращение предложения влечет за собой увеличение равновесной цены и уменьшение равновесного количества товаров.

Пользуясь этими правилами, можно найти равновесную точку при любых изменениях спроса и предложения.

Возвращению цены к рыночному равновесному уровню в основном могут препятствовать следующие обстоятельства:

* 1) ***административное регулирование цен;***
* 2) ***монополизм***производителя или потребителя, позволяющий удерживать монопольную цену, которая может быть как искусственно завышенной, так и заниженной

**Общее определение эластичности**

Анализ [спроса и предложения](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/spros-i-predlozhenie.html), позволил выявить общие направления изменения спроса и предложения под воздействием ценовых и неценовых факторов и сформулировать базовый закон — закон спроса и предложения. Однако часто исследователю бывает недостаточно знать, что рост цены вызывает сокращение объема спроса на товар, нужна более точная количественная оценка, ибо указанное сокращение может быть быстрым или медленным, сильным или слабым.

**Чувствительность** [рынка](http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/rynochnaya-ekonomika.html) к изменению цен, дохода или каких-либо других показателей рыночной конъюнктуры отражается в показателе эластичности, которая **может быть охарактеризована специальным коэффициентом**.

**Коэффициент эластичности** показывает степень количественного изменения одного фактора (например, объема спроса или предложения) при изменении другого (цены, доходов или издержек) на1%.

**Эластичность спроса или предложения** вычисляется как отношение процентного изменения величины спроса (предложения) к процентному изменению какой-либо детерминанты.

Детерминанты — это факторы оказывающие воздействие на спрос или предложение.

Различные товары различаются между собой по степени изменения спроса под воздействием того, или иного фактора. Степень реации спроса на эти товары поддается количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.

Понятие эластичности спроса раскрывает процесс адаптации рынка к изменению основных факторов (ценой товара, ценой товара аналога, дохода потребителя).

***Факторы эластичности спроса***

**Среди основных факторов, определяющих эластичность спроса по цене можно выделить следующие:**

* наличие и доступность товаров-заменителей на рынке (если не существует хороших заменителей какого-либо товара, то риск снижения спроса из-за появления его аналогов минимален);
* временной фактор (рыночный спрос имеет тенденцию быть более эластичным в долгосрочном периоде и менее эластичным в краткосрочном);
* доля расходов на товар в потребительском бюджете (чем выше уровень расходов на товар относительно доходов потребителя, тем чувствительнее будет спрос на изменения цены);
* степень насыщения рынка рассматриваемым товаром (если рынок насыщен каким-либо товаром, например, холодильниками, то маловероятно, что произовители смогут существенно стимулировать свой сбыт путем снижения цен, и наоборот, если рынок ненасыщен, то снижение цен может вызвать значительное увеличение спроса);
* разнообразие возможностей использования данного товара (чем больше различных областей использования имеет товар, тем более эластичен спрос на него. Это связано с тем, что рост цены уменьшает область экономически оправданного использования данного товара. Напротив, уменьшение цены расширяет сферу его экономически оправданного применения. Этим объясняется тот факт, что спрос на универсальное оборудование, как правило, эластичнее спроса на специализированные приборы);
* важность товара для потребителя (если товар является необходимым в повседневной жизни (зубная паста, мыло, услуги парикмахера), то спрос на него будет неэластичным к изменению цены. Товары, которые не столь важны для потребителя и приобретение которых может быть отложено, характеризуется большей эластичностью).

**Расчет спроса и предложения**

Простой анализ спроса и предложения выглядит как прямые, которые отображают самую суть. (Отобразить на графике(цена и кол-во) горизонтальные линии спроса и предложения показать равновесие)

Для построения кривой предложение необходимо разобраться как реагирует равновесие например на изменение цены. В этом поможет эластичность.

Эластичность всегда бывает чего-то по чему-то. Показывает как меняется что то при изменения чего то. В нашем случае мы вычисляем эластичность спроса по цене.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПО ЦЕНЕ – это каким образом меняется спрос при изменении цены. Что определяет эластичность? От чего она зависит?

Во первых мы говорим в жизни какой то товар считается необходимым, какой то роскошью. Под необходимым мы имеем ввиду что даже если цена вырастет на товар, мы продолжим его покупать. Когда имеется ввиду роскошь, если мы можем себе позволить товар – мы его приобретаем. Если же цена окажется выше мы не можем себе это купить, и отказываемся от этого товара.

Товары которые нам необходимы это товары с низкой эластичностью. Спрос мало реагирует на то, как меняется цена. Если на базовый товар цена поменяется резко (рис, картошка, хлеб), мы станет брать этот товар не на много меньше, но не перестанем брать этот товар.

Роскошь это товар с высокой эластичностью. При существенном поднятии цен, мы легко можем от него отказаться. Даже несущественное изменение цены может привести к существенному изменению спроса.

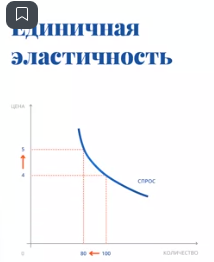
Формула для расчёта коэффициента дуговой эластичности спроса по цене имеет вид:

Формула дуговой эластичности спроса по цене

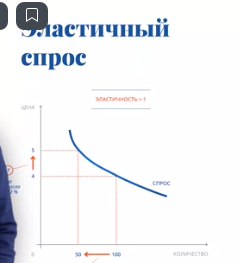
Как это можно посчитать? Допустим вы очень любите кушать мороженное. Цена на стаканчик мороженного изменилась с 20 до 22 руб, а как результат недельное потребление снизилось с 10 до 8 штук. И здесь необходимо посчитать как меняется спрос в зависимости от цены, смотрим на оба изменения в процентном измерении. Получается эластичность -2.

Характеристика эластичности спроса (Еd/p).

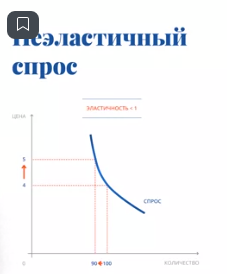
1. Спрос с единичной эластичностью предполагает пропорциональное изменение величины спроса в зависимости от изменения цены, в результате чего общий доход остается неизменным (Еd/p=1).

****

1. Спрос эластичный, если величина спроса изменяется на процент больший, чем цена (Еd/p >1). (цена выросла на 22% а спрос упал на 67%) товары роскоши



1. Спрос неэластичный, когда величина спроса изменяется на меньший процент, чем цена (Еd/p <1).(на графике цена вырастает на 22% спрос падает на 11% значит эластичность меньше 1)



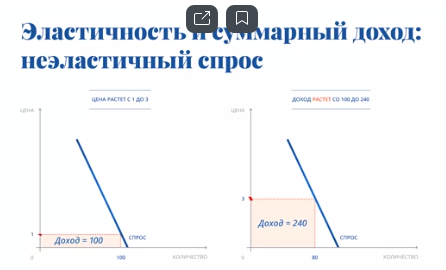
1. Совершенно неэластичным будет спрос, когда величина его постоянна независимо от изменения цены на единицу товара (Еd/p =0).(спрос на инсулин) (картина монализы да винчи – товар один, цена меняется а предложение не изменно, никто не сделает вторую картину, она единична)



1. Совершенно эластичный спрос изображается горизонтальным положением кривой спроса (Еd/p =∞).

Любая фирма перед повышением цен хочет знать грядущий спрос. Если товар неэластичен, мы можем немного поднять цену и это особо не отразиться на спросе. Но если же товар эластичен, при повышении цены никто наш товар приобретать не будет. Аналитикам принципиально важно знать как выглядит спрос, поскольку это покажет насколько изменение в цене скажется на спросе и соответственно на доходе. Однако в реальной жизни это трудно осуществлять и дорогостояще.

Пример с Кока-Колой.





**Факторы эластичности спроса по цене:**

1. Наличие товаров-заменителей (товаров-субститутов). Чем больше у того или иного экономического блага полноценных заменителей и чем ближе они к нему по потребительским свойствам, тем эластичнее спрос по цене.
2. Альтернативность. Чем шире у анализируемого товара возможность использовать его в альтернативных целях, тем выше его эластичность спроса по цене.
3. Специфика использования отдельных товаров. Здесь приходится выделять товары двух основных категорий: долговременного и кратковременного использования.
4. Фактор времени. В кратковременном периоде, когда потребитель уже приступил к реализации своих планов, ему сложно изменить принятую линию поведения. Поэтому в кратковременном спрос по цене всегда менее эластичен.

**Домашнее задание**

1. **Сделать краткий конспект лекции**
2. **Используя данные таблицы, определите коэффициент и тип ценовой эластичности спроса(эластичный /не эластичный) на всех участках графика спроса. Вычислите валовую выручку (валовой доход) при всех комбинациях, представленных в таблице, и установите зависимость между изменением цены и валовой выручки при различных типах ценовой эластичности спроса.**