

КОНСПЕКТ ПЕДАГОГА

А.А.РУДАК

РЫНОК И МЕХАНИЗМ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ¹

1. Основные элементы рынка: спрос, предложение, цена.
2. Закон спроса. Закон предложения. Взаимодействие спроса и предложения.
3. Эластичность спроса и предложения.
4. Преимущества и недостатки рыночного механизма. Методы регулирования рынка.

1. Основные элементы рынка: спрос, предложение и цена

Независимо от конкретного вида рынка, основными его элементами являются спрос, предложение и цена.

Спрос представляет ту часть потребностей общества, которая обеспечена денежным эквивалентом. *Объем спроса — это то количество благ и услуг, которое потребители готовы купить при данной цене в единицу времени.* Различают индивидуальный и рыночный спрос. **Индивидуальный спрос** — спрос конкретного субъекта. **Рыночный спрос** — спрос всех покупателей данного товара. Источниками спроса являются всевозможные доходы фирм, предпринимателей, государства и граждан.

Индивидуальный спрос формируется под влиянием многочисленных факторов. Основной детерминантой спроса является цена товара. Спрос зависит и от денежных доходов потребителя, цен на сопряженные товары, потребительских ожиданий относительно будущих цен и доходов, моды. Существенную роль в формировании индивидуального спроса играют вкусы и предпочтения потребителя. На рыночный спрос, кроме названных факторов, влияет число потребителей на рынке.

Предложение — это блага и услуги, которые при данной цене находятся на рынке. Предложение имеет количественную оценку, характеризуется широтой ассортимента и качеством товаров. *Объем предложения — количество благ и услуг, которые представлены на рынке в единицу времени.* Широта ассортимента определяется разнообразием товаров.

Алла Андреевна РУДАК, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и истории экономических учений БГЭУ.

¹ Продолжение. Начало см. "Вестник БГЭУ", № 1, 1996.

Предложение конкретного субъекта — индивидуальное предложение. *Рыночное предложение — это предложение всех продавцов данного товара.*

Важнейшим фактором, влияющим на предложение, является цена товара. К основным неценовым детерминантам предложения относятся: цены на ресурсы, технология производства, ожидания изменения цены на товар и ресурсы, налоги и дотации данной отрасли, число продавцов на рынке.

Между спросом и предложением по каждому товару в данный момент складывается определенное соотношение, которое характеризует конъюнктуру рынка данного товара. **Конъюнктура рынка** в целом является результатом взаимодействия тех факторов и условий, которые определяют конъюнктуру по отдельным товарным группам. Конъюнктура рынка может быть высокой и низкой, она может повышаться и понижаться. В условиях превышения спроса над предложением конъюнктура рынка повышается, что проявляется в росте цен и увеличении количества актов купли-продажи. При высокой конъюнктуре, при относительно устойчивых высоких ценах, сохраняется высокая активность продавцов и покупателей. Конъюнктура понижается, когда предложение начинает превышать спрос. Низкая конъюнктура выражается в снижении рыночных цен, в стабилизации или даже сокращении числа актов купли-продажи.

Важнейшим инструментом, обеспечивающим равновесие спроса и предложения на рынке, является цена. **Рыночная цена** изменяется под воздействием изменений в соотношении спроса и предложения, поэтому ее можно рассматривать как феномен рынка, результат соотношения спроса и предложения.

Рассмотрим, как происходит установление соответствия спроса и предложения на конкретном примере. Допустим, реальные доходы населения уменьшились. Это привело к снижению спроса на мясо. Трудности в реализации мяса заставят его производителей сокращать свое производство. Некоторые из них перестанут его производить. Предложение данного продукта на рынке сократится. Если, допустим, оно уменьшится настолько, что не сможет полностью удовлетворить спрос покупателей, то рыночные цены на мясо начнут расти до уровня, определяемого готовностью покупателей заплатить за него. На рынке мяса установится новое состояние равновесия.

Цена, при которой спрос и предложение находится в соответствии, называется ценой равновесия. При равновесной цене спрос и предложение парализуют друг друга, исчезает воздействие всех факторов, которые влияют через колебания спроса и предложения на цену.

В связи с этим возникает вопрос: чем определяется цена при равенстве спроса и предложения? Ответ, по мнению большинства наших экономистов, дает трудовая теория стоимости, которая рассматривает цену как денежное выражение стоимости товара. В соответствии с этой теорией цена равновесия представляет стоимость товара, величина которой определяется общественно-необходимым затратами труда (ОНЗТ).

2. Закон спроса. Закон предложения. Взаимодействие спроса и предложения.

Между рыночной ценой и объемом спроса на данный товар существует зависимость. Рассмотрим эту зависимость на условном примере.

Таблица 1. Изменение цены и объема спроса на товар А (в долл.)

Цена	P_1	P_2	P_3	P_4
	1	2	3	4
Объем спроса	Q_1	Q_2	Q_3	Q_4
	30	20	15	10

Данные таблицы показывают: чем выше цена на товар А, тем меньше величина спроса на данный товар.

Изобразим зависимость между ценой и объемом спроса графически. На оси абсцисс отложим количество (Q) товара А, реализуемого на рынке, а на оси ординат — движение цены (P).

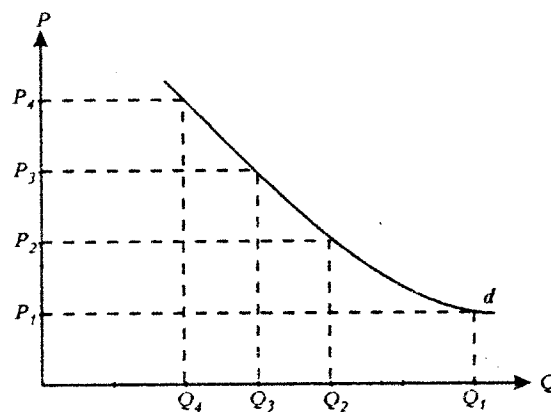


Рис. 1. Кривая спроса на товар А

Приведенное графическое изображение является традиционным для экономической науки. Оно отличается от принятого в математике изображения на абсциссе независимой переменной, а на ординате — зависимой.

Кривая d показывает отрицательную зависимость спроса от цены, ее называют кривой спроса. Кривая спроса иллюстрирует закон спроса. Суть его в том, что с повышением цены какого-либо товара (при прочих неизменных условиях), спрос будет предъявляться на меньшее количество этого товара. В основе закона спроса — ограниченность доходов покупателей. При высокой цене не все покупатели могут себе позволить покупку данного товара: при снижении цены увеличивается число покупателей и размеры покупок.

Существует также зависимость между рыночной ценой и величиной предложения товара на рынке.

Рассмотрим эту зависимость на условном примере.

Таблица 2. Изменение цены и объема предложения товара А (в долл.)

Цена	P_1	P_2	P_3	P_4
	1	2	3	4
Объем предложения	10	15	20	30

Изобразим эту зависимость графически. На оси ординат будет откладывать независимую переменную P , а на оси абсцисс зависимую переменную Q .

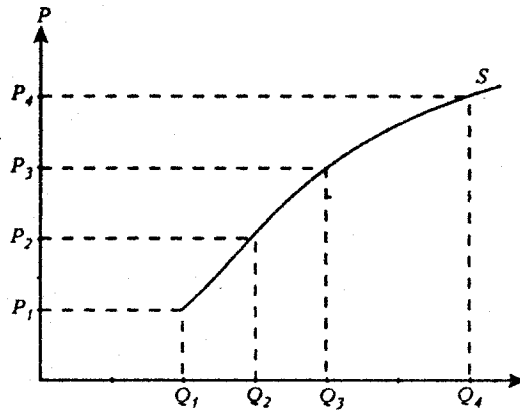


Рис. 2. Кривая предложения товара А

Кривая S отражает прямую зависимость между ценой товара и объемом его предложения на рынке. Зависимость между ценой и величиной предложения выражает закон предложения. Суть закона предложения в том, что с повышением цены на рынке (при прочих равных условиях) увеличивается объем предложения данного товара. Тенденция к увеличению предложения при росте цен объясняется тем, что предприниматели получают добавочную прибыль и имеют возможность расширить производство. Кроме того, повышение цен на продукцию может привлечь в данную отрасль новых производителей.

Кривые спроса и предложения показывают, что происходит с величиной спроса и предложения, если изменяется цена. Кривые спроса и предложения реагируют также на ценовые факторы. Под влиянием неценовых факторов кривые спроса и предложения будут смещаться вправо и влево.

Например, изменилась мода — и спрос на товар А уменьшился. На товар, ставший немодным, спрос будет меньше при любой цене: происходит смещение кривой спроса (d_1) влево и вниз (d_2). Рост доходов населения приведет к увеличению спроса на большинство товаров, в том числе и на товар А. В результате кривая спроса (d_1) сместится вверх и вправо (d_3).

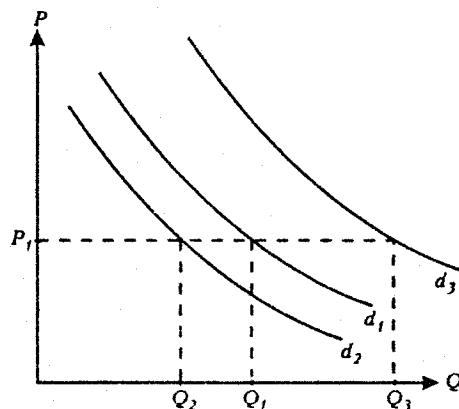


Рис. 3. Смещение кривой спроса под влиянием неценовых факторов

Если под влиянием цены изменяется спрос, то под воздействием неценовых факторов происходит изменение в самом спросе: изменяется зависимость между ценой и спросом.

Главный неценовой фактор, воздействующий на предложение, — издержки производства. Если под влиянием НТП издержки производства уменьшаются, то кривая предложения S_1 , смещается вправо и вниз (S_2).

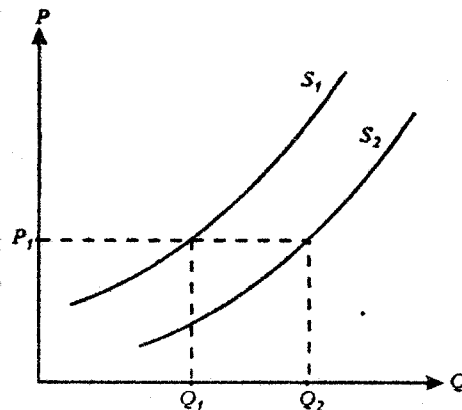


Рис. 4. Влияние изменения издержек производства на кривую предложения

В данном случае происходит изменение в предложении. При изменении предложения (объема предложения) под влиянием цены мы остались бы на кривой S .

Если мы наложим друг на друга два графика — кривую спроса и кривую предложения товара A , то получим график, показывающий одновременное изменение спроса и предложения по данному товару.

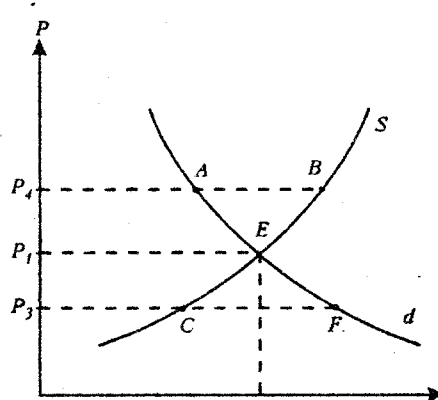


Рис. 5. Взаимодействие спроса и предложения

В точке E , в которой кривая спроса и предложения пересекаются, спрос равен предложению, а цена P_1 является ценой равновесия. При более высокой цене P_2 возникает избыток предложения над спросом (равный по величине отрезку AB). При рыночной цене P_3 , которая ниже цены равновесия, спрос превышает предложение на величину CF .

На нашем графике кривая спроса и кривая предложения пересекаются в единственной точке. Но могут быть и другие ситуации: кривые спроса

и предложения могут не пересекаться или пересекаться более, чем в одной точке. Кривые спроса и предложения не имеют точки пересечения, когда производитель может произвести товар, но не сможет его продать по приемлемой для него цене. Кривые спроса и предложения могут иметь какой-то интервал, в пределах которого равновесие устанавливается при одной неизменной цене, при одновременном изменении величины спроса и предложения. Графически это можно изобразить следующим образом.

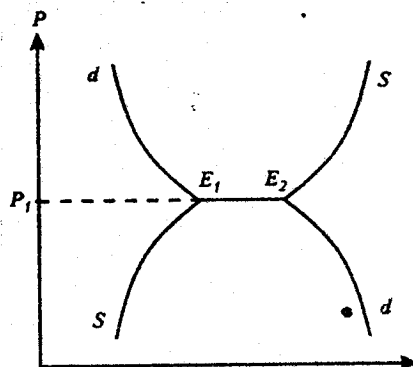


Рис. 6. Ситуация, когда кривые спроса и предложения пересекаются более, чем в одной точке

Рыночное равновесие — лишь момент в движении спроса и предложения. Соотношение спроса и предложения постоянно изменяться под воздействием влияющих на них факторов. Поэтому рыночная цена как правило колеблется вокруг цены равновесия, отклоняясь вверх или вниз от нее. При превышении спроса над предложением рыночная цена выше цены равновесия, при превышении предложения — ниже цены равновесия.

3. Эластичность спроса и предложения

Различные товары отличаются друг от друга по степени реакции спроса и предложения на изменение цены. Степень реакции спроса и предложения на изменение цены может быть измерена с помощью показателей эластичности. Эластичность — это мера реагирования одной переменной на изменение другой. Она показывает процентное изменение данной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной. Эластичность спроса по цене — это чувствительность спроса на изменение цены. Коэффициент эластичности спроса по цене показывает: на сколько процентов меняется размер спроса на товар в результате изменения цены на 1 %.

$$E_{dp} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P},$$

где $\% \Delta Q$ — процентное изменение спроса, а $\% \Delta P$ — процентное изменение цены.

Если объем спроса увеличивается или уменьшается в большей степени, чем изменилась цена, то спрос на данный товар является эластичным. При неэластичном спросе изменения цены вызовет изменения спроса не в такой степени, как изменилась цена, а в меньшей. Изменения спроса и цены в одинаковой степени характеризует единичную эластичность спроса по цене.

Простейший способ проверить эластичным или неэластичным является спрос — посмотреть, как изменяется общая выручка от продажи данного товара. Общая выручка продавца равна цене товара умноженной на объем продажи или спрос в натуральных единицах. Иными словами, общая выручка продавцов представляет спрос покупателей в денежном выражении.

Например, цена уменьшилась в 2 раза, объем продажи увеличился в 2 раза, а общая выручка осталась без изменения. В этом случае мы имеем единичную эластичность. Графически этот случай изображен на рис. 7а.

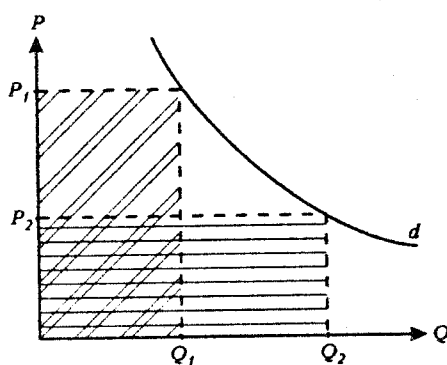


Рис. 7а. Единичная эластичность спроса

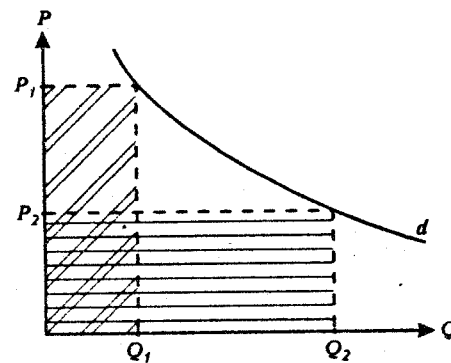


Рис. 7б. Эластичный спрос

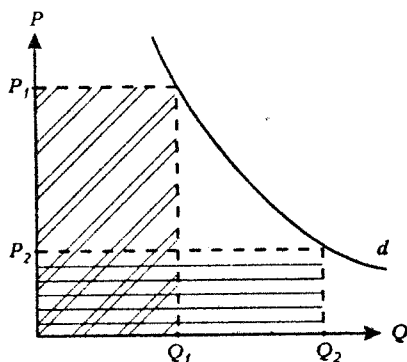


Рис. 7в. Неэластичный спрос

валось 200.000 кг картофеля. При повышении цены картофеля на 100 руб. за кг объем ежедневной продажи уменьшился на 50.000 кг.

$$E_{dp} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q \cdot P}{Q \cdot \Delta P} = \frac{(-50.000) : 130}{200.000 \cdot 100} = -0,325$$

Так как между спросом и ценой обратная зависимость, ценовой коэффициент эластичности всегда имеет отрицательное значение. Для измерения величины реакции спроса экономисты используют абсолютную величину эластичности. Делается это во избежание недоразумений, возможных в противном случае. Странно было бы утверждать, что коэффициент эластичности равен 4, больше, чем коэффициент равен 2.

На рис. 7б мы имеем случай, когда цена уменьшилась в 2 раза, а общая выручка от продажи увеличилась в 1,5 раза. Изменение общей выручки в противоположном направлении изменению цены характеризует эластичный спрос.

На рис. 7в. общая выручка при уменьшении цены в 3 раза уменьшилась на 1/3. Изменение общей выручки в направлении изменения цены имеет место при неэластичном спросе.

Определим эластичность спроса по цене на конкретном примере. Допустим, по цене 130 руб. за кг на данном рынке ежедневно прода-

В нашем примере коэффициент эластичности равен 0,325. Мы можем утверждать, что спрос на картофель на данном рынке неэластичный.

Разная степень эластичности спроса по цене у различных товаров — результат воздействия на спрос, наряду с изменением цены, неценовых факторов. Среди них можно выделить такие: наличие товаров-заменителей, специфика отдельных товаров, удельный вес расходов на покупку данного товара в доходе потребителя, фактор времени.

Чем больше товаров-заменителей (substitute goods) на рынке, тем больше возможностей у покупателя — при повышении цен на данный товар — заменить их более дешевыми. Например, при повышении цен на сливочное масло спрос на данный продукт может быть значительно уменьшен при одновременном увеличении спроса на маргарин и растительное масло. Спрос на товар, у которого есть товары-субституты, как правило эластичный. Спрос на товары, не имеющие заменителей (например, на очки) неэластичен.

На товары первой необходимости (хлеб, сахар, молоко и др.) спрос как правило является неэластичным. Неэластичен спрос и на предметы роскоши, так как спрос на эти товары в большей степени — чем от цены — зависит от неценовых факторов: от моды, торговой марки, рекламы, упаковки.

Повышение цены на дорогостоящую и недорогую продукцию по-разному скажется на спросе. Повышение цен на дорогие товары (например, на мебель), покупка которых требует расхода значительной доли дохода семьи, существенно скажется на величине спроса. Повышение цен на карандаши, например — в 2 раза, вызовет меньшую реакцию потребителей, чем повышение цен на мебель на 10%.

В краткосрочном периоде спрос менее эластичен, чем в длительном периоде. Это связано с тем, что покупателю требуется время, чтобы изменить свои привычки.

Степень изменения предложения на рынке под воздействием цены определяется коэффициентом эластичности предложения по цене.

Коэффициент эластичности предложения по цене (E_{sp}) представляет собой отношение изменения предложения в процентах к изменению цены на 1%.

$$E_{sp} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

где $\% \Delta Q$ — процентное изменение предложения, а $\% \Delta P$ — процентное изменение цены.

Коэффициент ценовой эластичности предложения определяет крутизну кривой предложения. Изобразим графически кривые предложения с разной эластичностью.

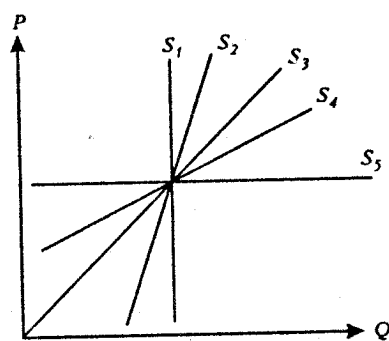


Рис. 8. Кривые предложения с разной эластичностью по цене

Прямая линия S_1 , перпендикулярная оси абсцисс, показывает, что предложение абсолютно неэластично: изменение цены не влияет на объем предложения.

Линия S_3 проходит через начало координат и характеризует единичную эластичность: предложение изменяется в такой же степени, как и цена.

При S_5 , параллельной оси абсцисс, мы имеем абсолютную эластичность, при которой даже небольшое изменение цен может вызвать существенные колебания предложения.

Линия S_2 характеризует эластичность меньше 1. Изменение цены при $ES_2 < 1$ не повлияет существенно на предложение. Другая ситуация имеет место при $ES_4 > 1$. Линия S_4 показывает эластичное предложение по цене. Изменения спроса и предложения при изменении цены происходят во времени.

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

Рассмотрим механизм рыночного равновесия с учетом элемента времени.

Предположим, спрос на какой-либо товар внезапно вырос. Предложение этого товара сразу вырасти не сможет, но мгновенно вырастет цена, и таким образом будет установлено равновесие на рынке. В данном случае мы имеем дело с ситуацией мгновенного равновесия.

График мгновенного равновесия выглядит следующим образом.

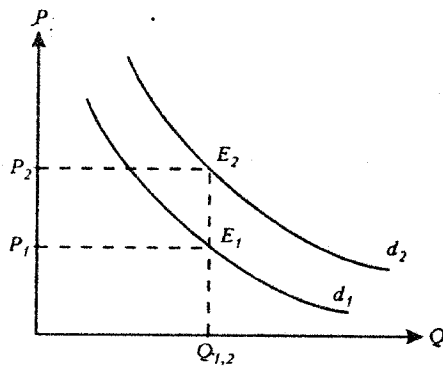


Рис. 9. Ситуация мгновенного равновесия

Кривая предложения S_1 представляет собой вертикальную линию с нулевой эластичностью, и сдвиг кривой спроса в положение d_2 увеличит цену равновесия до P_2 .

В течение краткосрочного периода число работающих предприятий на данный рынок не изменится, однако предложение данного товара несколько возрастет, так как предприниматели будут более интенсивно использовать имеющиеся производственные мощности. Ситуация краткосрочного равновесия характеризуется коэффициентом эластичности предложения ниже 1. На графике это будет выглядеть следующим образом (рис 9а).

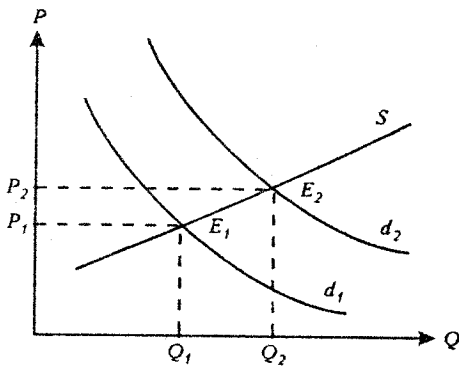


Рис. 9а. Ситуация краткосрочного равновесия

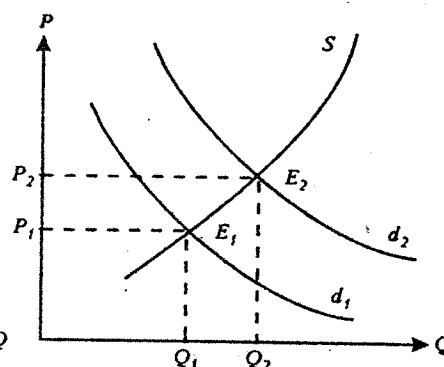


Рис. 9б. Ситуация длительного равновесия

В течение длительного периода предложение полностью приспосабливается к изменившемуся спросу. Высокие цены позволили создать новые производственные мощности, в отрасль пришли новые предприниматели, объем предложения вырос, а цена равновесия снизилась. Эластичность предложения по мере увеличения рассматриваемого периода увеличивается.

Эластичность спроса и предложения может быть определена не только по цене, но и по другим факторам, например — по доходу. Эластичность спроса и предложения по доходу характеризует их чувствительность на изменение дохода потребителя.

4. Преимущества и недостатки рыночного механизма. Методы регулирования рынка

Рыночный механизм является основным механизмом рыночной экономики. Движущей силой рыночного механизма является конкуренция. Конкуренция — соперничество между субъектами рынка за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Соперничество между участниками рыночного хозяйства порождено их экономической обособленностью и зависимостью от конъюнктуры рынка.

В конкурентной борьбе каждый субъект преследует свои интересы. Интерес продавцов — продать дороже. Выигрывают из них те, кто может продать дешевле и получить доход. Интерес покупателей — купить дешевле. В лучшей ситуации оказываются те покупатели, которые могут заплатить дороже. Кто выигрывает в соперничестве между продавцами и покупателями на рынке в данной конкретной ситуации? Все зависит от конъюнктуры рынка.

В странах с развитой рыночной экономикой преобладают рынки, где предложение превышает спрос. На таких рынках свои условия диктует покупатель. Конкуренция между производителями-продавцами заставляет их снижать цену товара, повышать качество, расширять ассортимент выпускаемой продукции, улучшать послеторговое обслуживание. Конкуренция создает немалый экономической эффект, обеспечивая внедрение научно-технического прогресса в производство и послепроизводственное обслуживание покупателя.

Рыночный механизм заставляет экономически эффективно использовать ресурсы. Производитель, чтобы выжить в конкурентной борьбе, должен рационально вести дело. Нерациональное использование ресурсов может привести к разорению.

Рыночный механизм позволяет оптимально распределять ресурсы между отраслями и сферами деятельности. Он делит ресурсы в соответствии со спросом потребителей. Новые экономические ресурсы в виде капитальных вложений вкладываются в те отрасли, где спрос превышает предложение. При снижении спроса на отдельные товары часть экономических ресурсов из производства этих товаров изымается и направляется в другие отрасли. Поэтому страны с рыночной экономикой, в том числе и развивающиеся, перед которыми стоит немало нерешенных социально-экономических проблем, не знают товарного дефицита.

Рыночный механизм саморегулирования имеет преимущества в сравнении с командно-административным управлением экономикой. В то же время возможности рыночного механизма не безграничны, его не следует идеализировать, он также имеет существенные недостатки. Опыт развитых стран показывает, что рыночный механизм не может предотвратить кризисы перепроизводства, безработицу, предохранить от разрушения окружающую среду. Саморегулирующийся рынок ведет к усилению дифференциации производителей, вытеснению сильными слабыми, возникновению монополии и росту цен. Не может рыночный механизм эффективно решать проблемы, связанные с развитием науки и культуры. Позволяя процветать тем производителям, которые в конкурентной борьбе оказываются победителями, давая средства к жизни тем, кто имеет работу, рынок "безжалостен" к слабым: инвалидам, многодетным семьям, людям нетрудоспособного возраста.

Предотвратить или ослабить нежелательные последствия рыночного саморегулирования можно путем регулирования рынка. В странах с развитой рыночной экономикой имеет место государственное и негосударственное регулирование рынка.

Государственное регулирование имеет своей целью поддержание конкурентоспособного состояния рынка и исправление отрицательных последствий действия рыночного механизма. В этих целях государство устанавливает "правила игры" на рынке, разрабатывает законодательство, регулирующее отношения между предприятиями, поставщиками ресурсов и потребителями. Правительство проводит антимонопольную политику, разрабатывает меры по контролю за деятельностью монополий. Неравенство в доходах в рыночной экономике может быть уменьшено с помощью государственной политики перераспределения доходов.

Правительствам стран с развитой рыночной экономикой приходится перераспределять ресурсы в те отрасли и сферы, развитие которых не обеспечивает рыночный механизм. Данная проблема может решаться с помощью субсидий производителям. Например, государство в США осуществляет субсидирование высшего образования, программ массовых профилактических прививок, государственных больниц и поликлиник. В крайнем случае государство может взять на себя финансирование отдельных отраслей. С помощью фискальной и кредитно-денежной политики государственные экономические службы осуществляют контроль за уровнем занятости и инфляции, порождаемых колебаниями экономической конъюнктуры, а также стимулируют экономический рост.

В основе негосударственного регулирования лежит система маркетинга, представляющая совокупность приемов и способов изучения рынка и воздействия на спрос покупателей продукции фирмы.

Таким образом, современная рыночная экономика — это регулируемая экономика, где наряду с рыночным механизмом саморегулирования используются различные методы государственного и негосударственного регулирования.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Почему зависимость спроса от рыночной цены имеет отрицательный характер?
2. Какие неценовые факторы смещают кривую спроса вверх и вправо?
3. Объясните экономический смысл закона предложения.
4. Назовите основные неценовые факторы, воздействующие на предложение.
5. Опишите механизм взаимодействия рыночного спроса и предложения.
6. На какие товары спрос по цене неэластичен?
7. Как изменится общая выручка от продажи товара А, спрос на который является эластичным по цене, если цена данного товара снизится?
8. Изменится ли рыночное предложение товара В с повышением его цены, если предложение по цене является абсолютно неэластичным?
9. Какие преимущества имеет рыночный механизм саморегулирования в сравнении с командно-административным управлением экономики?
10. Назовите отрицательные последствия рыночного саморегулирования.
11. Могут ли быть уменьшены нежелательные последствия рыночного саморегулирования? Каким путем это можно сделать?

ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ И ПОНЯТИЯ

1. Спрос.
2. Объем спроса.
3. Индивидуальный спрос.
4. Рыночный спрос.
5. Предложение.
6. Объем предложения.
7. Индивидуальное предложение.

8. Рыночное предложение.
9. Конъюнктура рынка.
10. Рыночная цена.
11. Цена равновесия.
12. Эластичность.
13. Эластичность спроса по цене.
14. Эластичность спроса по доходу.
15. Эластичность предложения по цене.

ЛИТЕРАТУРА

1. Эдвин Дж. Долан, Дейвид Е. Линдсей. Рынок: микроэкономическая модель. Санкт-Петербург, 1992. Гл. 1-4.
2. Самуэльсон. Экономика. М.: НПО "Алгон", 1992. Т.1. Гл.4.
3. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю. Экономикс. М.: Изд-во "Республика", 1992. Т.1. Гл.4. Т.2. Гл.22.
4. Теория национальной экономики. Учебное пособие: в 3 ч. Ч.1. Вводный курс // Под ред. И.М.Лемешевского. Магазин для экономиста. Приложение к журналу "Плюсминус" (вып. 8). Мн.: 1994. С. 137-163.
5. Экономика // Под ред. А.Булатова. М.: Издательство БЕК. 1994.