

# ЛЕКЦИЯ 2

## РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

# План

1. Рынок как базовый институт рыночной экономики.
2. Потребительское поведение и рыночный спрос.
3. Рыночное предложение.
4. Рыночное равновесие.

- Экономическая деятельность предполагает взаимодействие экономических субъектов.
- Простейшей формой этого взаимодействия является единичная сделка между двумя экономическими субъектами. Однако, в реальный экономический процесс вовлечено огромное множество субъектов.
- Поэтому возникает необходимость создания сложной системы координации контрактных отношений между ними. Наиболее ярким примером такой системы, представляющей вид спонтанной самоорганизации экономической жизни, является рынок.

# РЫНОК

- – это институциональный механизм, связывающий между собою производителей и потребителей, продавцов и покупателей и обеспечивающий обмен товарами и услугами, путем их купли-продажи.
- Отличительной чертой рынка является равенство продавцов и покупателей в выборе контрагентов, предметов и пропорций обмена.

- Необходимым условием этого равенства является четкое определение и соблюдение прав собственности всех экономических субъектов. Однако, такое равенство не достигается автоматически, поскольку процесс обмена сопряжен с дополнительными издержками. Эти издержки состоят из издержек на приобретение информации о потенциальном партнере и предлагаемом им товаре или достоверности гарантий оплаты за товар.
- Наличие издержек на приобретение информации создает ситуацию неопределенности, экономический выбор в рамках которой можно проиллюстрировать с помощью теории игр, используя модель игры основанной на асимметрии информации.

# Асимметрия информации

- на рынке в первую очередь касается качества товара: продавец знает о качестве товара больше чем покупатель и имеет возможность занижить это качество, чтобы снизить издержки и получить дополнительный выигрыш. Потребитель же, в свою очередь может затрачивать усилия на приобретение информации о качестве предлагаемого товара или не делать этого, полагаясь на добрую волю продавца.
- Еще одна разновидность асимметричной информации на рынке связана с намерением покупателя платить за приобретенный товар. Поскольку продавец не может иметь полной информации о намерениях покупателя он в условиях неопределенности решает вопрос предоставлять ли свой товар в кредит или по предоплате.

# Платежная матрица игры «рынок домохозяйек»

		Покупатель	
		Контролировать качество	Не контролировать
Продавец	Низкое качество	-0,5   1	2,   -2
	Нормальное качество	1,   1	1,   2

- Поскольку на рынке обмен, зачастую, носит неперсонифицированный характер, предполагающий большое множество участников, взаимодействующих друг с другом случайным образом и с низкой вероятности повторного взаимодействия, потери репутации будут незначительны. Однако, если потребительские свойства товара просты и легко поддаются оценке, затраты на контроль качества будут ничтожны или во всяком случае они будут меньше, чем потери в случае приобретения низкокачественных товаров.
- Очевидно, что Парето в этой игре будет сочетание стратегий, когда продавец предлагает товар нормального качества, а покупатель не затрачивает усилий на контроль за качеством. Однако, покупатель имеет основания подозревать продавца в оппортунистическом поведении. Исходя из того, что рациональные индивиды ведут себя оппортунистически всякий раз, когда выгоды такого поведения будут превышать выгоды честной торговли, можно предположить, что продавцы будут занижать качество своих товаров всякий раз, когда выгода от такого занижения будет выше, чем риск от потери репутации.



- Потребитель будет контролировать качество только тогда, когда потери от приобретения некачественного товара выше чем затраты на поиск информации о качестве товара. Очевидно, что в этих условиях доминирующей стратегией покупателя станет контроль за качеством, а для продавца – поставка товара нормального качества. В результате достигается равновесие в доминирующих стратегиях. Равновесие по Нэшу в этой игре отсутствует. Эту модель можно условно назвать «рынком домохозяек», поскольку опытным домохозяйкам обычно не требуется больших затрат, чтобы определить качество товаров, используемых ими в их повседневной деятельности.
- «Рынок домохозяек» способен функционировать без дополнительной системы институтов гарантирующих качество товара, однако введение таких институтов, увеличивающих доверие к продавцам способно снизить затраты усилий на контроль качества со стороны покупателя и приблизить такой рынок к равновесию по Парето, то есть сделать его более эффективным.

- Если же товар обладает многочисленными сложными потребительскими свойствами, контроль за которыми требует значительных усилий по сбору и проверке информации, потребитель, скорее всего, выберет отказ от контроля и лучшим ответом со стороны продавцов станет снижение качества. Такой рынок можно условно назвать рынком «котов в мешках». Платежная матрица игры в этом случае будет выглядеть иначе:

# Платежная матрица игры «рынок котов в мешке»

		Покупатель	
		Контролировать качество	Не контролировать
Продавец	Низкое качество	-0,5   -3	2,   -2
	Нормальное качество	1   -3	1,   2

- Равновесие по Парето будет тем же, что и на рынке домохозяек, то есть сочетание стратегий «поставлять товары нормального качества» и «не контролировать». Однако, при этом возникает равновесие по Нэшу при сочетании стратегий «поставлять товары низкого качества» и «не контролировать», поскольку в этом случае не один из игроков не может улучшить свое положение за счет одностороннего изменения стратегии.
- Рынок «котов в мешке» создает тенденцию к постоянному ухудшению качества. Такой рынок нуждается в дополнительных институтах, чтобы стабилизировать уровень качества товара. Это может быть институт частных посредников, специализирующихся на сборе и анализе информации о качестве товаров и услуг и предоставляющих эту информацию покупателям за умеренную плату, позволяя им снизить затраты на контроль за качеством. Также эту роль может выполнять государство, устанавливающее стандарты качества продукции и контролирующее соблюдение этих стандартов производителям и продавцам товаров и услуг. Подобные институты позволяют снизить степень неопределенности и сделать процесс рыночного взаимодействия более предсказуемым.

# Платежная матрица игры «продавец-покупатель» с асимметрией информации о намерениях покупателя

		Покупатель	
		платить	не платить
Продавец	предоплата	1, 1	0, 0
	кредит	2, 2	-1, 3

- Равновесие по Парето в этой игре определяется парой стратегий – платить и продавать в кредит. В этом случае выигрыш и для продавца и для покупателя максимален. Однако, угроза оппортунизма со стороны покупателя, разрушает эту гармонию. Поскольку выигрыш от бесплатного потребления всегда больше, чем от покупки, рациональный покупатель всегда должен быть оппортунистом. Поэтому продавец будет выбирать доминирующую стратегию – предоплата, а покупатель будет выбирать стратегию «платить» если издержки отказа от потребления выше затрат на покупку. Возникает равновесие в доминирующих стратегиях «платить» - «предоплата».

- Это объясняет, почему большинство сделок купли-продажи товаров заключаются по предоплате. Большинство сделок заключается с товарами массового потребления, имеющими относительно низкую стоимость. Для таких товаров выигрыш, связанный с продажей в кредит является незначительным и, следовательно, незначительны потери от доминирования «предоплаты». Когда же дело идет о продаже дорогостоящих товаров длительного пользования или инвестиционных благ, использование стратегии «кредит» может дать существенный выигрыш благосостояния, создаются институты, снижающие риск оппортунистического поведения покупателя. К числу таких институтов можно отнести систему страхования коммерческих рисков, систему законодательного принуждения покупателей и должников к выполнению своих обязательств, создание банков информации о поведении покупателей («бюро кредитных историй») и т.п.

# Рыночный механизм

- эффективно действует в определенных институциональных рамках. Если эти рамки установлены, рынок способен выполнять свою главную функцию – распределение экономических благ между экономическими субъектами.



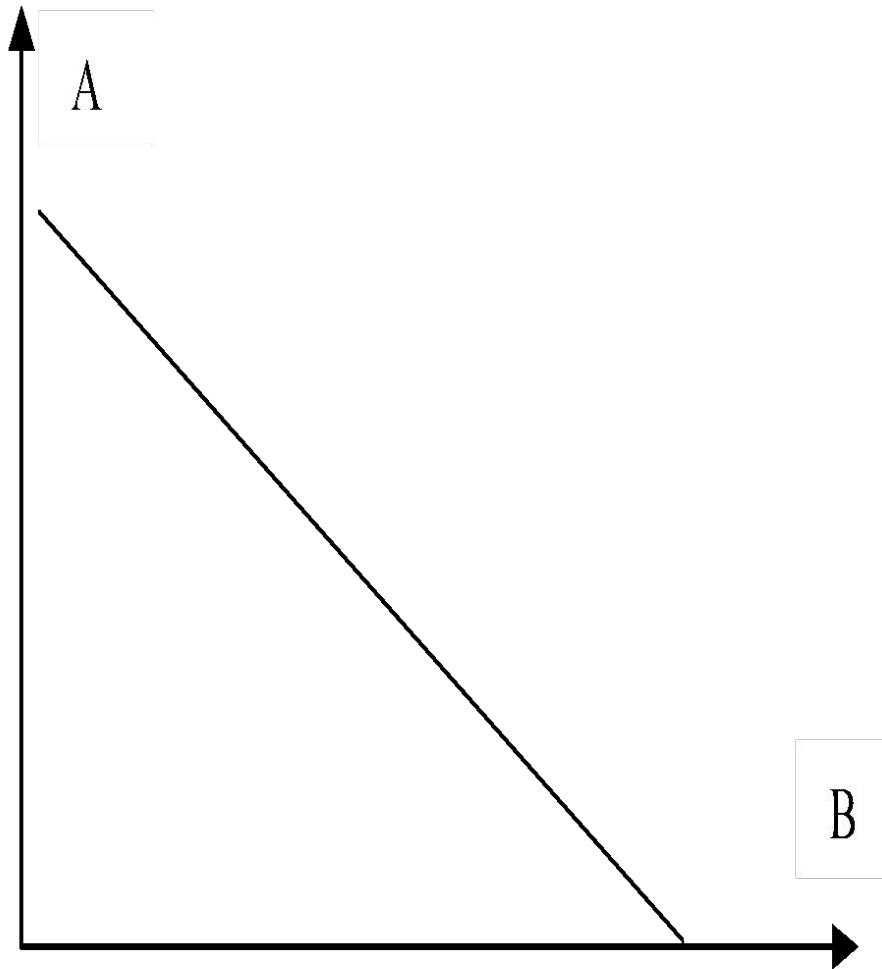
# Функции рынка

- Поддержание единства экономической системы. Все участники рыночных отношений регулируют свою хозяйственную деятельность в соответствии с рыночной ситуацией: спросом и предложением, уровнем цен, типом конкуренции и т.п.
- Функция ценообразования. Рынок устанавливает цены на все товары и услуги и тем самым способствует установлению оптимальных объемов производства и стандартов эффективности использования ресурсов.
- Рынок порождает конкуренцию, то есть борьбу производителей за лучшее место на рынке. Конкуренция создает атмосферу, в которой непрерывное совершенствование производимых товаров и услуг и завоевание доверия потребителей становится необходимым условием успешной деятельности для всех участников рынка.
- Выполнение рынком всех этих функций осуществляется как результат взаимодействия экономических субъектов в рамках описанных институциональных ограничений. В этом и заключается действие рыночного механизма.

# Рамки модели рационального потребителя

- Если потребитель поставлен в институциональные рамки, исключающие или существенно ограничивающие оппортунистическое поведение, он будет ориентирован на покупку экономических благ, а не на бесплатное получение.
- Если же рыночные институты способны гарантировать стабильность качества продукции, то потребитель может с достаточной достоверностью оценить полезность, которую могут принести потребляемые блага. В этом случае модель потребительского поведения представляет собой одну из разновидностей модели рационального решения в условиях определенности. Для осуществления рационального выбора потребителю должны быть известны его бюджетные ограничения, полезность, которую он может получить от каждого доступного набора экономических благ и цены, по которым он может приобрести эти блага.

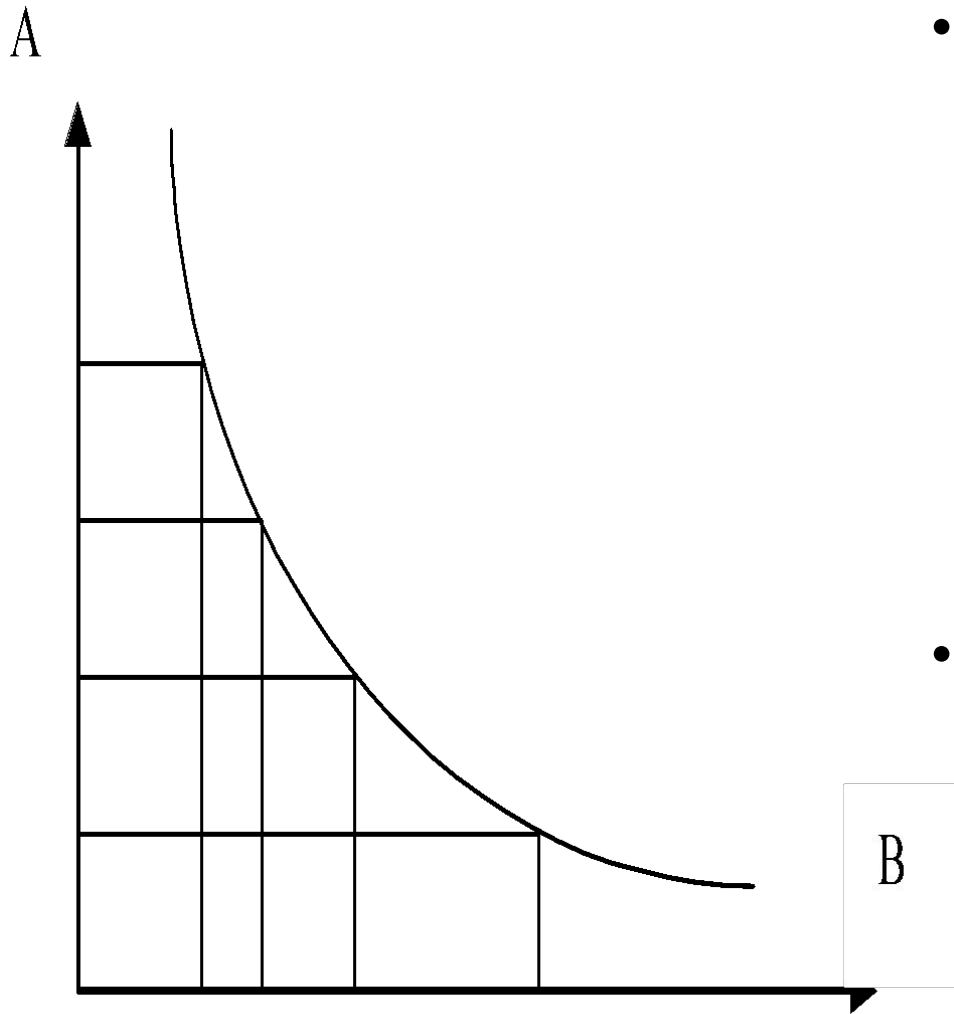
# Бюджетное ограничение



- максимальный объем денежных средств, который потребитель может истратить на свои потребительские нужды. Простейшей моделью бюджетного ограничения является бюджетная линия, отражающая все доступные потребителю комбинации двух товаров при заданной величине дохода и ценах этих товаров.

- На рисунке изображена бюджетная линия, описывающая возможности приобретения потребителем двух товаров А и В. Точки пересечения графика с осями показывают максимальное количество, которое может приобрести потребитель при данной величине дохода и цене соответствующего товара. Наклон графика отражает соотношение цен двух товаров.
- Изменение дохода потребителя отображается смещением графика (при повышении – вверх, при снижении – вниз). А изменение относительных цен товаров, изменением наклона графика. Например, если снижается цена товара А, точка пересечения графика с вертикальной осью смещается вверх и график меняет свой наклон.

# Кривая безразличия



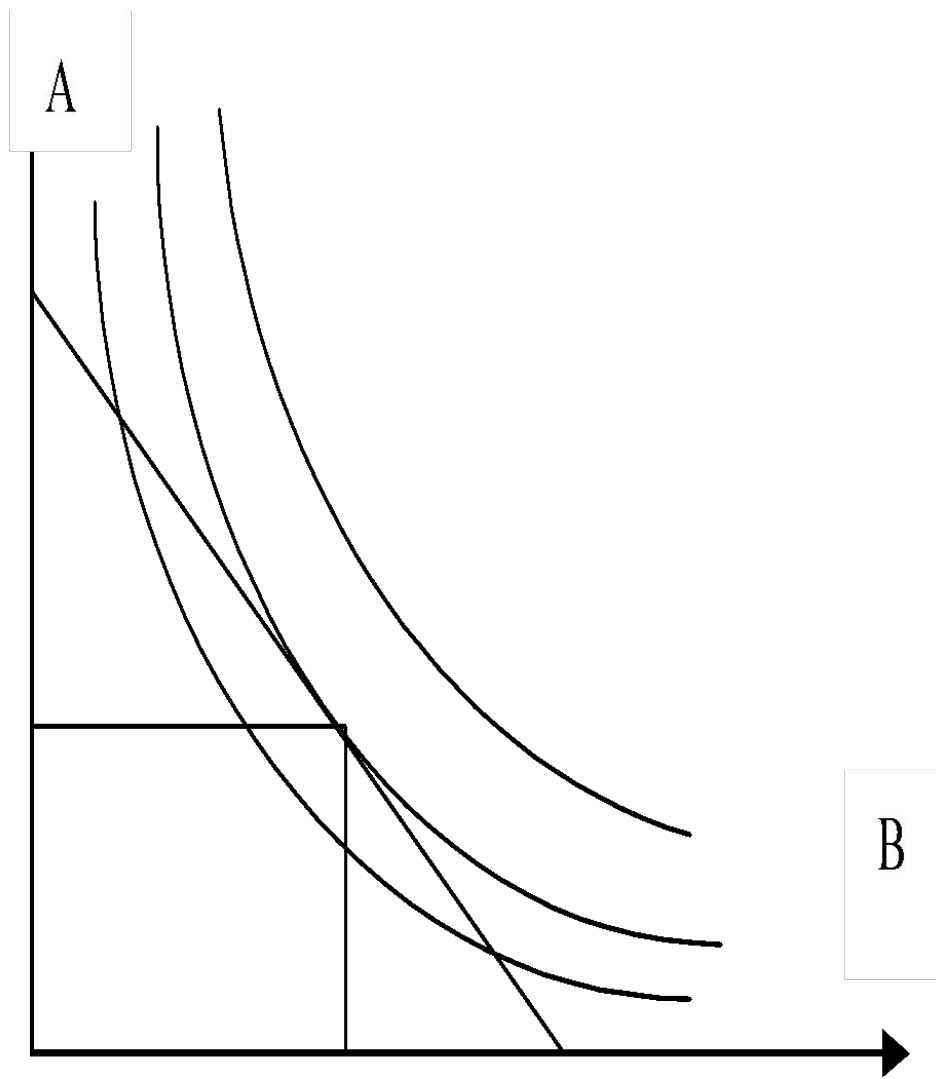
- Бюджетная линия описывает возможные варианты выбора, но для осуществления рационального выбора потребитель должен иметь устойчивые предпочтения. Эти предпочтения отображаются другой моделью – кривой безразличия.
- Кривые безразличия отражают различные наборы товаров, которые в одинаковой степени удовлетворяют потребителя.

## Свойства кривой безразличия

- 1) чем выше расположена кривая безразличия, тем предпочтительнее она для потребителя. Покупатель стремится иметь большее количество товаров. Чем выше расположена кривая безразличия, тем большее количество товаров имеет потребитель, который всегда стремится к достижению наивысшей из доступных ему кривых безразличия.
- 2) кривые безразличия имеют вид нисходящих. Наклон кривой безразличия определяет пропорцию, в которой потребитель готов заменить один товар другим. В большинстве случаев ему нравятся оба товара. Поэтому, если количество одного из них сокращается, количество другого должно возрасти так, чтобы степень удовлетворенности потребителя не изменилась.

- 3) кривые безразличия не пересекаются. Если бы они пересекались, то набор из двух товаров в точке пересечения обладал бы двумя разными полезностями для одного потребителя, что абсурдно.
- 4) кривые безразличия вогнуты. Наклон кривой безразличия представляет собой предельную норму замещения, то есть пропорцию, в которой потребитель готов заменить один товар другим.
- Предельная норма замещения обычно зависит от количества каждого товара, находящегося в распоряжении потребителя. В частности, в силу того, что люди охотнее идут на замену тех товаров, которые они имеют в изобилии, чем тех, количество которых ограничено. Поэтому кривые безразличия имеют вогнутую форму, показывающую, что по мере замещения одного товара другим, количество замещающего товара должно увеличиваться в расчете на единицу замещаемого.

## Оптимальный выбор потребителя



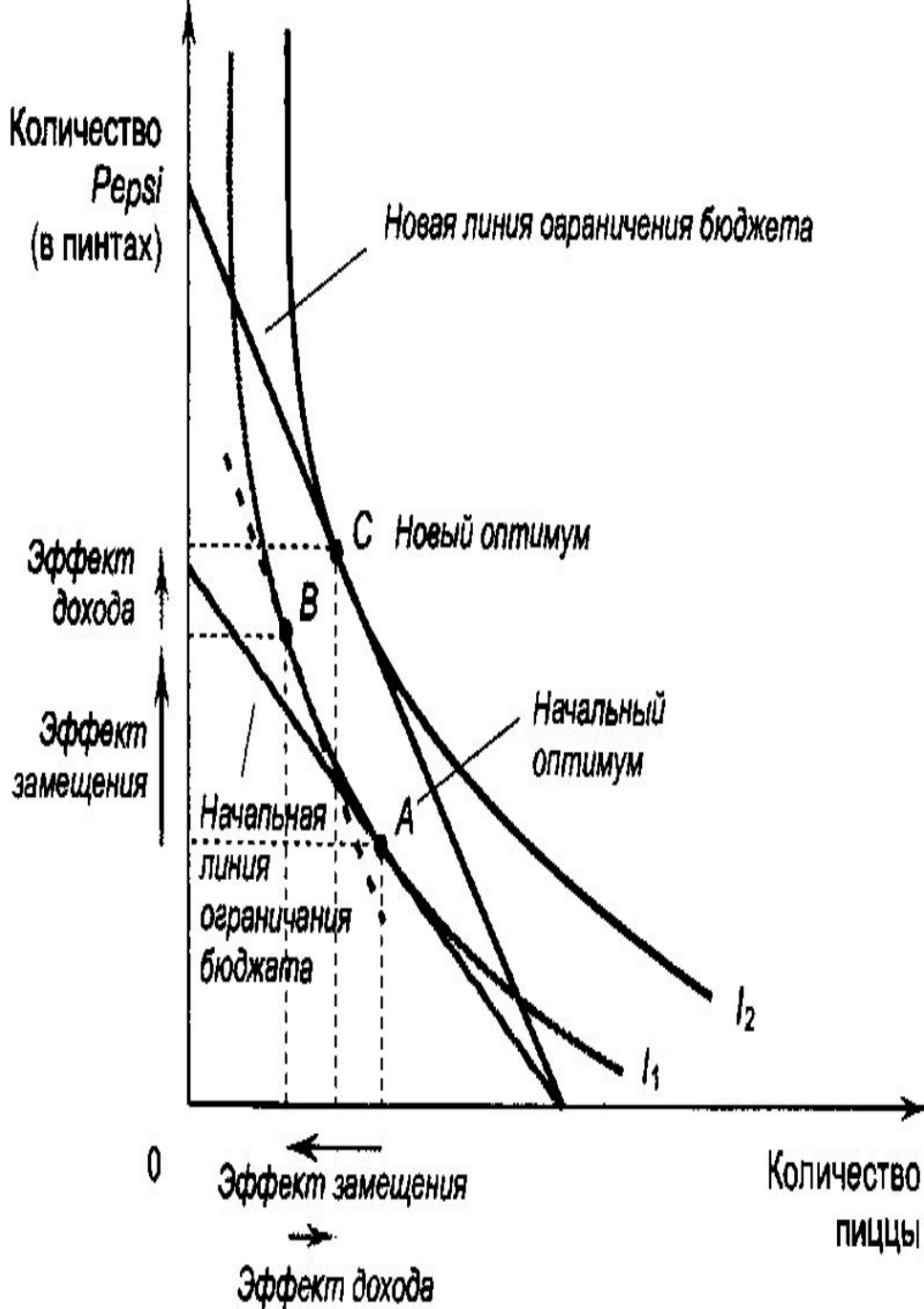
- Потребитель выбирает на линии бюджетного ограничения точку, принадлежащую кривой безразличия, расположенной выше остальных кривой безразличия. В этой точке, называемой точкой оптимума, предельная норма замещения двух товаров равна их относительной цене.



## Эффект дохода и эффект замещения

- Модель рационального потребительского выбора показывает, что индивидуальный спрос потребителя на любой товар и услуги при заданных предпочтениях и бюджетном ограничении будет зависеть от их цен товаров и услуг входящих в его потребительский набор. Изменение цены на один из потребляемых товаров вызывает два эффекта:
- Эффект дохода — изменение объемов потребления как результат изменения цен, вынуждающее потребителя переходить на более высокую или более низкую кривую безразличия.
- Эффект замещения — изменение объемов потребления как результат изменения цен, вынуждающее потребителя перемещаться по данной кривой безразличия в точку с новым значением предельной нормы замещения.

- Любое изменение цены одного из входящих в набор товаров изменяет, одновременно, общую покупательную способность потребителя и относительную цену и соответствующую ей предельную норму замещения двух товаров.
- Влияние изменения цены товара может быть разложено на две составляющие, определяемые эффектами дохода и замещения.
- Допустим, происходит снижение цены товара, количество которого отложено по вертикальной оси. Новая бюджетная линия в этом случае пересечет вертикальную ось в точке более удаленной от начала координат и ее наклон будет более крутым.



- В результате, оптимальный потребительский набор будет отражать не точка A, новая точка оптимума – C, которая находится на более высокой кривой безразличия.

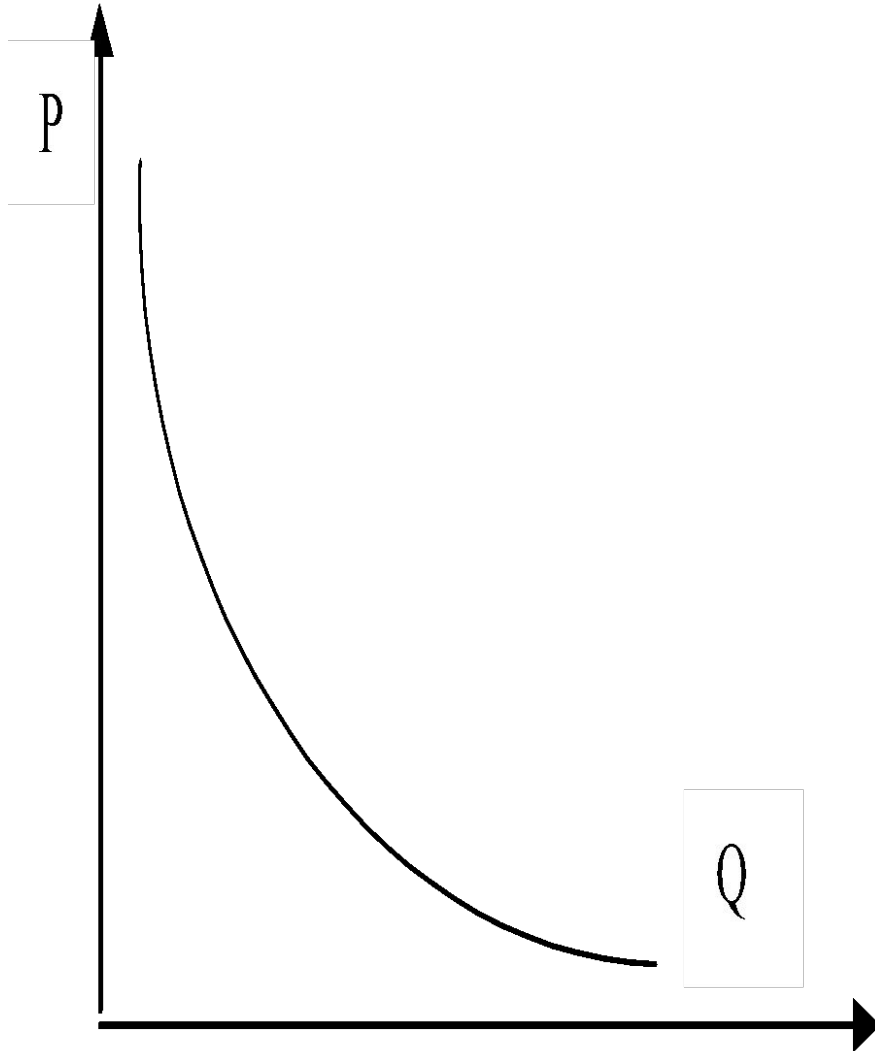
- Мы можем условно представить это перемещение как происходящее в два этапа. На первом происходит движение потребителя вдоль исходной кривой безразличия  $I_1$ , из точки А в точку В. В обеих точках запросы потребителя удовлетворяются в одинаковой мере, но в точке В предельная норма замещения отражает новое значение относительной цены товаров. На втором этапе потребитель перемещается из точки В в точку С, принадлежащую кривой безразличия  $I_2$ , которая находится выше исходной.
- Хотя точки В и С принадлежат разным кривым безразличия, они характеризуются одинаковой нормой предельного замещения, то есть наклон  $I_1$  в точке В равен наклону  $I_2$  в точке С. Несмотря на то что в действительности потребитель никогда не выберет точку В, эта гипотетическая точка полезна для объяснения влияния на его решение эффектов дохода и замещения.

- Переход из точки А в точку В сопровождается только изменением предельной нормы замещения без перемен в материальном благосостоянии потребителя. Напротив, перемещение из точки В в точку С сопровождается увеличением доходов потребителя без изменения предельной нормы замещения. Таким образом, первый этап отражает влияние эффекта замещения, а второй — эффекта дохода.

# Индивидуальный и рыночный спрос

- Действие эффекта дохода и эффекта замещения устанавливает обратную зависимость между объемом индивидуального спроса и ценой товара. И поскольку объем рыночного спроса является суммой объемов индивидуального спроса всех потребителей, он также должен проявлять обратную зависимость от цены. На этом основан, так называемый закон спроса, гласящий, что объем рыночного спроса находится в обратной зависимости от цены.

## График спроса



- Кривая спроса отражает значения объемов спроса для всех возможных уровней цен.
- Каждая точка на кривой спроса показывает, по какой цене потребители приобретут данное количество товара.

# Эластичность спроса по цене

- это чувствительность изменения объема спроса к изменению цены.
- Эластичность спроса по цене имеет количественное измерение. Проще всего определить эластичность спроса как отношение изменения объема спроса к изменению цены, но в этом случае на результат вычисления будет сильно влиять единицы измерения, в которых будут выражены цены и количества товаров.



# Измерение эластичности

- Точечная эластичность

$$\varepsilon_p = \frac{\Delta Q P}{\Delta P Q}$$

- где  $\Delta Q$  – изменение объема продаж, а  $\Delta P$  – изменение цены,  $P$  – первоначальная цена,  $Q$  – первоначальный объем продаж.

- Дуговая эластичность

$$\varepsilon_p = \frac{\Delta Q (P_1 + P_2)}{\Delta P (Q_1 + Q_2)}$$

- где  $P_1$  – начальная цена,  $P_2$  – новая цена,  $Q_1$  – начальный объем продаж,  $Q_2$  – объем продаж после изменения цены..

- Точечная эластичность применяется для вычисления эластичности лишь при очень малых изменениях цен и объемов продаж.
- При анализе больших изменений эта формула будет давать парадоксальные результаты. Так если при цене в 5 долларов за бушель зерна объем спроса будет равен 2000 бушелей, при цене 4 доллара – 4000 бушелей, то при снижении цены с 5 до 4 долларов эластичность спроса будет равна:  $(2000/2000)/(1/5) = 5$ ; а при повышении цены с 4 до 5 долларов она будет равна:  $(2000/4000)/(1/4) = 2$ .
- Поэтому при значительных изменениях цен и объемов продаж используют коэффициент дуговой эластичности, который в этом примере будет равен:  $(2000/(6000/2))/(1/(9/2)) = 3$ .

## Свойства коэффициента эластичности

- Поскольку объем спроса находится в обратной зависимости от цены, коэффициент эластичности всегда будет отрицательным (если  $\Delta Q$  положительно, то  $\Delta P$  всегда будет отрицательно и наоборот), поэтому знаком минус при анализе эластичности можно пренебречь и рассматривать лишь абсолютную величину коэффициента.
- Если  $|\varepsilon_p| > 1$ , спрос считается эластичным, поскольку на один процент изменения цены приходится свыше одного процента изменения спроса.
- Если  $|\varepsilon_p| = 1$ , это называют единичной эластичностью.
- Если  $|\varepsilon_p| < 1$ , спрос считают неэластичным. Товары с неэластичным спросом экономисты условно называют «товарами первой необходимости», а товары с эластичным спросом – «предметами роскоши».

## Эластичность и выручка

- Значение коэффициента ценовой эластичности непосредственно отражается на размерах выручки от продажи товара. Если спрос на товар эластичный, то изменение цены вызывает изменение общей выручки в противоположном направлении. Это значит, что снижение цены приведет к увеличению объема выручки, поскольку рост объема продаж будет опережать снижение цены. И, наоборот, повышение цены вызовет сокращение выручки, поскольку снижение объема продаж опередит повышение цены.
- Если же спрос неэластичен, то изменение цены приводит к изменению общей выручки в том же направлении. Снижение цены не будет компенсировано увеличением объема продаж и приведет к снижению выручки, а повышение цены, наоборот, повысит выручку, поскольку объем продаж снизится в меньшей степени.
- Эластичность спроса по цене отражается на графике спроса. Наклон и изгиб кривой спроса демонстрируют нам его эластичность. Чем круче наклон, тем ниже эластичность и наоборот, чем более пологим является график по отношению к осям, тем ниже эластичность.

# Факторы эластичности

- Эластичность спроса по цене зависит от следующих факторов:  
**Заменимость** — чем больше заменителей имеет данный товар, тем более эластичным будет спрос на него и, наоборот.  
**Удельный вес в расходах потребителей** - чем больше удельный вес товара в расходах потребителя, тем больше будет эластичность спроса на этот товар и, наоборот. Также значительное влияние на эластичность спроса на товар оказывает его принадлежность к группе предметов первой необходимости, предметов комфорта или предметов роскоши. Спрос на предметы роскоши более эластичен, чем на предметы комфорта, а спрос на эти последние проявляет более высокую эластичность, чем спрос на предметы первой необходимости. Кроме того, на эластичность спроса большое влияние оказывает фактор времени. В краткосрочном периоде спрос менее эластичен, чем в долгосрочном. Это объясняется тем, что люди не успевают быстро адаптироваться к изменениям цен и переключаться с потребления дорогих продуктов на более дешевые.

## Неценовые факторы спроса

- **Уровень дохода** оказывает влияние на платежеспособность потребителей. При увеличении дохода спрос может возрасти без изменения уровня цены, а при снижении дохода он может снизиться. Для определения влияния уровня дохода на спрос используется показатель эластичности спроса по доходу. Он определяется по формуле:

$$\varepsilon_Y = \frac{\Delta QY}{\Delta YQ}$$

- Где  $\Delta Y$  – прирост личного располагаемого дохода,  $Y$  – первоначальная и величина дохода. Эта формула показывает, какое изменение спроса соответствует изменению дохода на одну единицу. Для большинства товаров эластичность спроса по доходу будет положительной величиной. Такие товары экономисты называют «нормальными».
- Если же коэффициент эластичности по доходу принимает отрицательное значение, то значит, данный товар относится к «худшим». Это относительно более дешевые и низкокачественные товары, которые потребляют люди с низким достатком, поскольку более качественные и более дорогие товары им не по карману. При повышении общего уровня доходов в обществе спрос на эти товары сокращается, поскольку с ростом доходов больше людей получают возможность потреблять более качественные и дорогие товары.

- **Цены на товары заменители.** Поскольку большинство товаров, предлагаемых на рынке, имеют товары-заменители, цены на эти заменители также влияют на формирование спроса. Если цены на товары-заменители повышаются (при условии, что цена на данный товар неизменна), спрос на данный товар будет возрастать. Если же они снижаются, спрос на товар будет падать.
- **Спрос на дополняющие товары.** Дополняющие товары – это товары потребляемые совместно. Если спрос на один дополняющий товар возрастает, возрастет и спрос на другой товар, если же спрос на один из них падает, то падает спрос и на другой.

## Перекрестная эластичность

- Для определения зависимости спроса на товар от цен на товары заменители и от спроса на дополняющие товары используется показатель перекрестной эластичности, который показывает, какое изменение объема спроса на один товар приходится на одну единицу изменения цены на другой, связанный с ним товар:

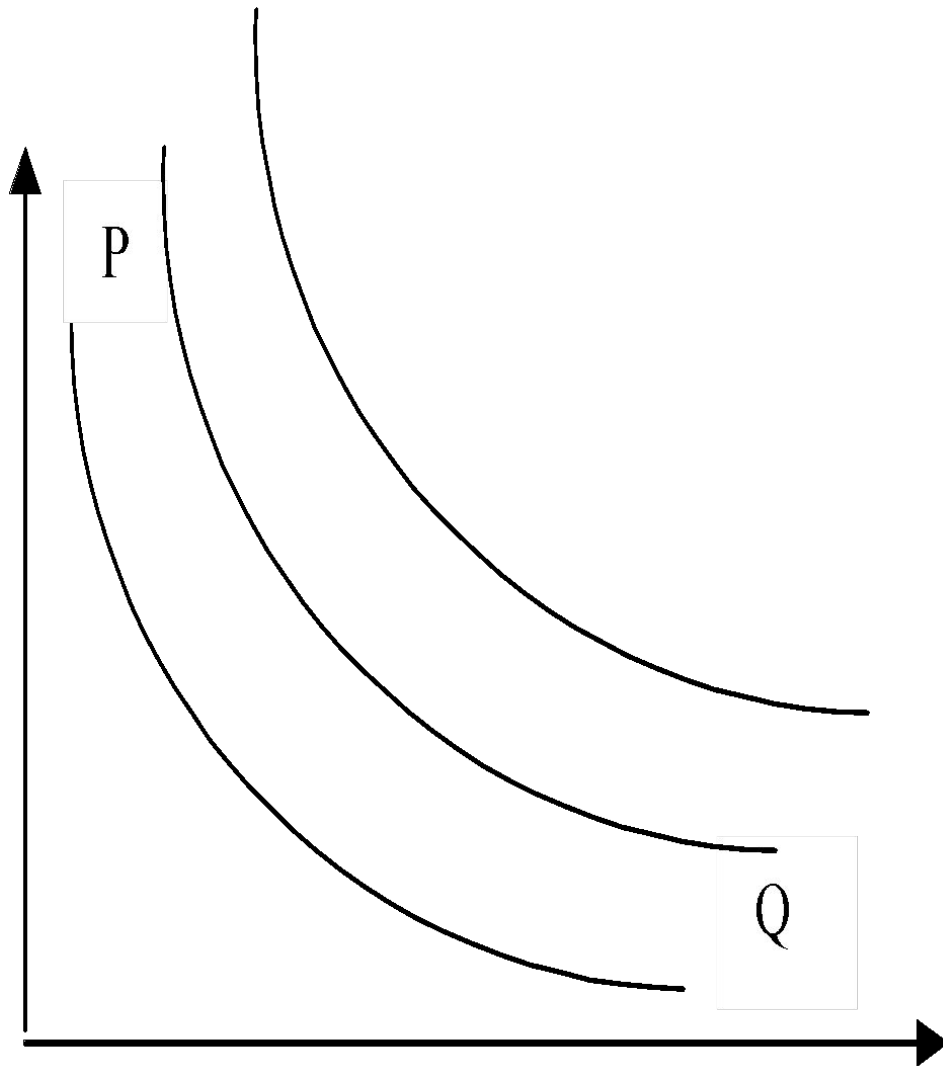
$$\varepsilon_{xy} = \frac{\Delta Q_x P_y}{\Delta P_y Q_x}$$

- Где  $\Delta Q_x$  – изменение объема продаж товара X,  $\Delta P_y$  - изменение цены на товар y,  $Q_x$  - первоначальный объем продаж товара x,  $P_y$  - первоначальная цена товара y.
- Если коэффициент перекрестной эластичности принимает положительное значение, то есть объем спроса на товар x изменяется в одном направлении с ценой товара y, то товары x и y являются взаимозаменяемыми. При повышении цены на один товар растет спрос на другой и наоборот. Если же коэффициент перекрестной эластичности будет отрицательным, товары являются дополняющими. При повышении цены (и спроса) на один товар повышается спрос на другой и наоборот.



- **Изменение потребительских предпочтений** включает в себя все изменения моды, вкусов, настроений потребителей. К ним относятся также сезонные изменения предпочтений и любые другие. Товар может в определенные периоды соответствовать направленности потребительских предпочтений и тогда спрос на него растет, а в определенные периоды - не соответствовать и тогда спрос на него падает.
- **Число покупателей.** С увеличением числа покупателей товара спрос на него увеличивается, а со снижением - падает.

## Неценовые факторы на графике спроса



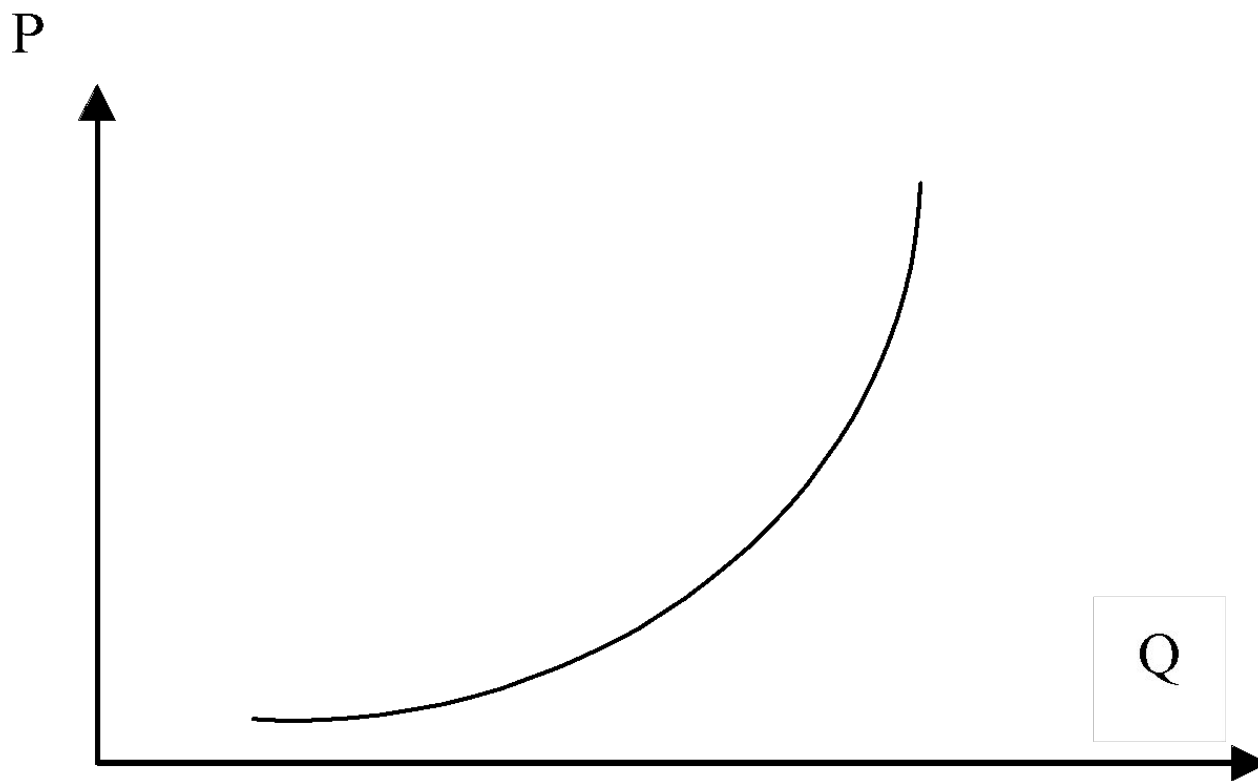
- Цена и неценовые факторы по-разному влияют на величину спроса. Цена вызывает изменения, которые, при прочих равных условиях можно рассматривать как движение вдоль кривой спроса вверх или в низ.
- А влияние неценовых факторов можно отразить на графике только как сдвиг кривой спроса вверх (если влияние неценового фактора на спрос положительное) или вниз (если влияние неценового фактора отрицательное). Это объясняется тем, что неценовые факторы изменяют количество товара, на который предъявляется спрос для любого возможного уровня цен.

# Предложение

- - **совокупность товаров, предложенных для продажи.** Объем предложения — количество любых товаров или услуг, которое продавцы желают и имеют возможность продать.
- Рыночное предложение создается производителями с целью получения прибыли.
- Прибыль - это разница между затратами на производство товара и выручкой от его реализации.
- Издержки производства зависят от затрат производственных ресурсов, используемых в производстве. А выручка определяется объемом продаж и рыночной ценой товара.
- При неизменных издержках производства, объем предложения будет зависеть от цены товара.

- Если на товар устанавливается высокая цена, рентабельность (прибыльность) производства увеличивается и его предложение возрастает. Фирмы переходят на работу в две смены, покупают новое оборудование и нанимают дополнительных рабочих. Напротив, в случае установления низких цен на продукцию доходность бизнеса снижается и производство сокращается. Некоторые фирмы могут даже решить выйти из бизнеса, и объем их предложения сократится до нуля.
- На этой зависимости основан так называемый «закон предложения», который гласит, что между ценой и объемом предложения существует прямая зависимость, то есть объем предложения возрастает с повышением цены и падает с ее снижением.

# График предложения



## Неценовые факторы предложения

- **Цены на производственные ресурсы** влияют на уровень издержек производства и, следовательно, на уровень прибыли. При неизменном уровне цен, рост цен на ресурсы приведет к падению уровня прибыли и к снижению стимула для расширения производства, а падение цен на ресурсы, наоборот, увеличит прибыль и создаст стимул к расширению производства.
- **Технология производства.** Совершенствование технологии производства приводит к снижению затрат производственных ресурсов на создание единицы продукции, что способствует снижению издержек производства, увеличению прибыли и создает стимул для расширения производства. На графике кривой предложения совершенствование технологии изображается как сдвиг кривой предложения вниз.

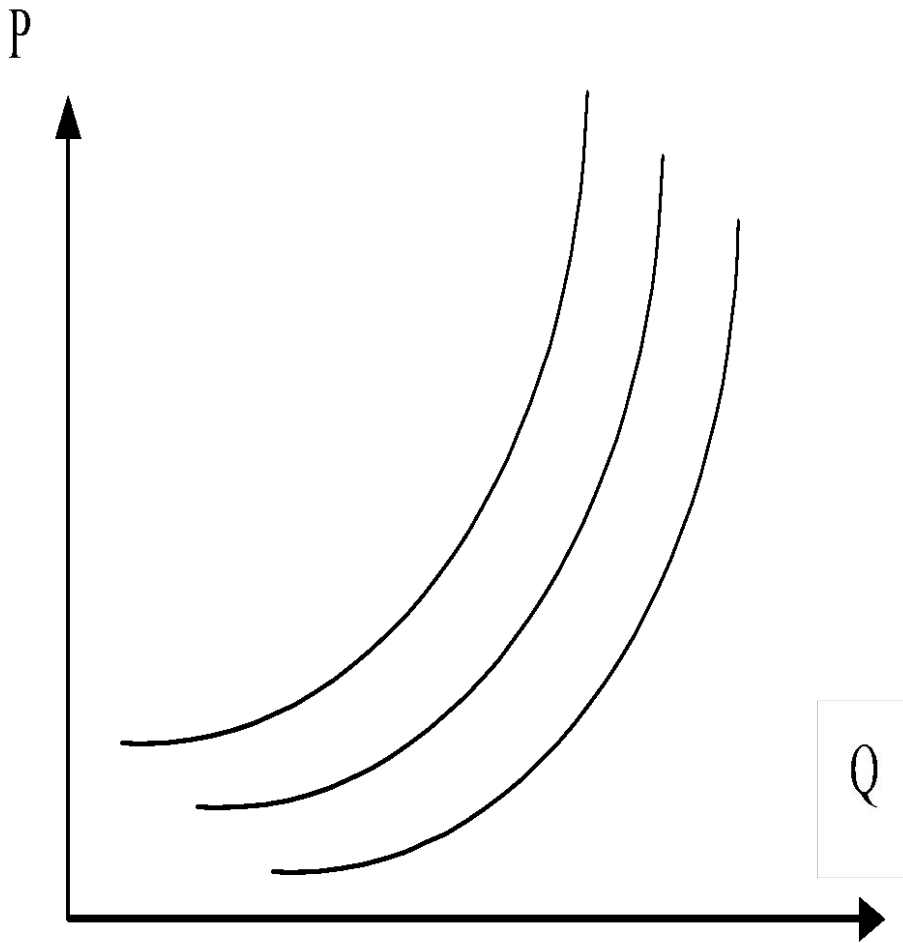
- **Налоги**, устанавливаемые государством, входят составной частью в издержки производства и, следовательно, снижают уровень прибыли. Повышение налогов сокращает прибыль и снижает стимул роста предложения. Снижение налогов, напротив, создает благоприятные условия для роста предложения товаров. Государственные **дотации**, наоборот, снижают издержки производства и стимулируют рост предложения товара. Увеличение дотаций будет способствовать увеличению предложения, а снижение дотаций его сокращению.
- **Повышение цен на другие товары** может отрицательно сказываться на предложении данного товара, поскольку будет отвлекать производителей от его производства и, наоборот, снижение цен на другие товары может способствовать увеличению производства и предложения данного товара.
- **Число продавцов**. Увеличение числа производителей и продавцов, автоматически, означает увеличение предложения товаров, а сокращение числа продавцов - его снижение.

## Ожидания производителей

- также оказывают большое влияние на формирование объема предложения. Решения о вложении капиталов в производство и создании новых производственных мощностей принимаются задолго до того, как эти производственные мощности начнут давать продукцию для рынка. Поэтому текущий объем предложения товаров в значительной степени зависит от того, как производители в предшествующий период оценивали будущую ситуацию на рынке. Если их ожидания были оптимистическими, то есть они ожидали высокий спрос на свою продукцию и приемлемый уровень цен, они сделали значительные вложения в производство и предложение товаров в данный период будет возрастать. Если же они ожидали снижения спроса и падения цен, они не сделали сколько-нибудь значительных вложений в производство и предложение товаров по сравнению с предшествующим периодом не только не возрастет, но может даже уменьшиться.



## Неценовые факторы предложения на графике



- Неценовые факторы предложения, также как и неценовые факторы спроса воздействуют независимо от цены. Поэтому их влияние иллюстрируется графически при помощи сдвигов кривой предложения. Положительное воздействие неценовых факторов смещает график предложения вниз, отрицательное влияние — вниз.

# Равновесие рынка

- - это состояние, при котором планы продавцов и покупателей гармонизированы. Продавцы получают возможность реализовать столько товара, сколько они готовы продать по данной цене, а покупатели - приобрести ровно столько товара, сколько они хотят и могут приобрести при данной цене.
- **Цена равновесия** - это цена, при которой количества товара, которые покупатели готовы купить, а продавцы продать, равны.

P

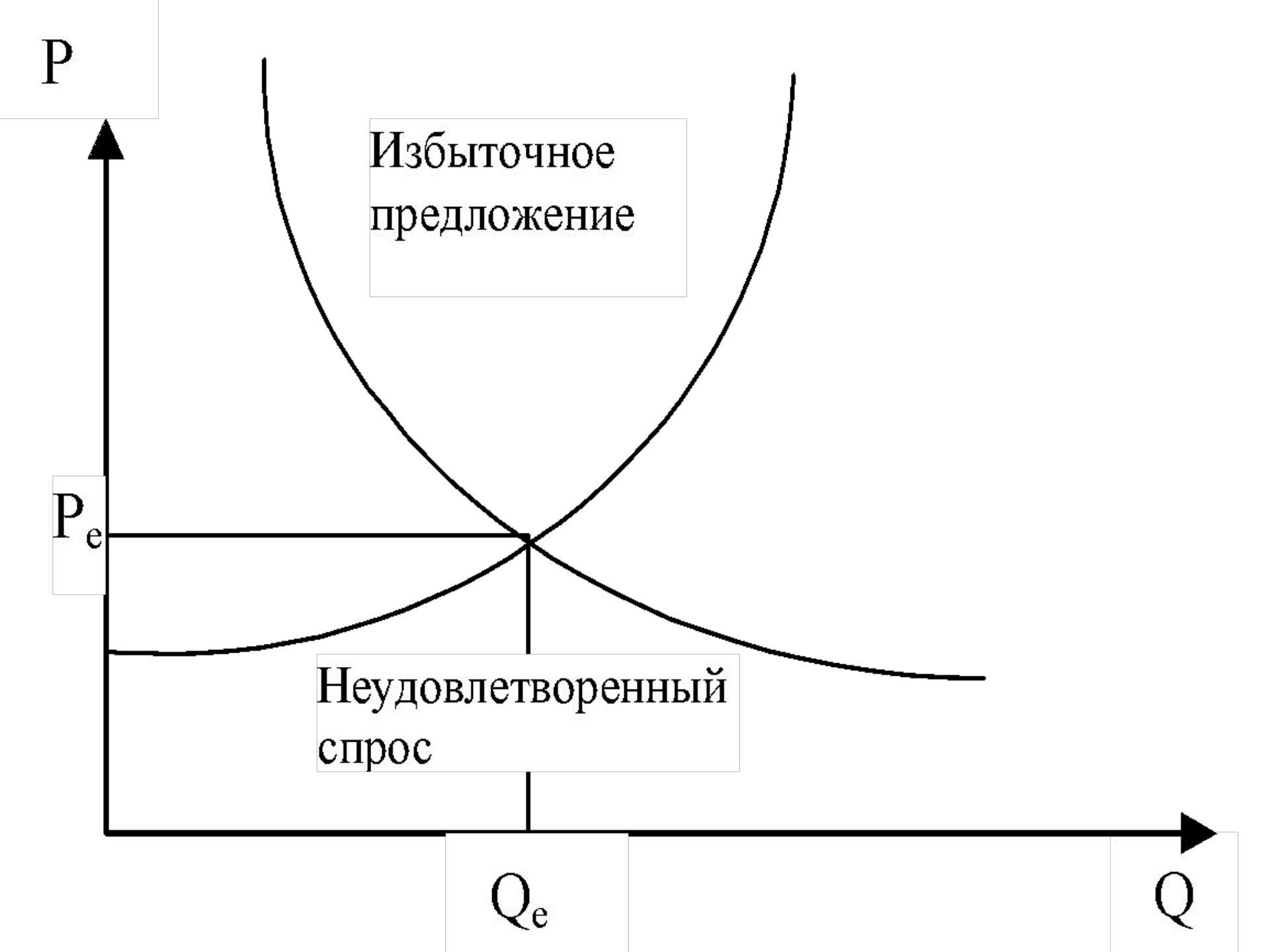
Избыточное предложение

$P_e$

Неудовлетворенный спрос

$Q_e$

Q



- Графически состояние равновесия изображается как пересечение кривой спроса и кривой предложения: Точка на пересечении кривой спроса и кривой предложения называется точкой равновесия или точкой полной реализации, поскольку она представляет такое состояние рынка, в котором весь произведенный товар находит сбыт. Равновесная цена и равновесный объем производства называются параметрами равновесия. Они показывают, какой уровень цен, и объем производства соответствует равновесному состоянию.
- Область графика выше уровня цены равновесия отражает ситуации, когда на рынке существует избыточное предложение товара, то есть при данных ценах производители готовы продать больше товара, чем покупатели готовы приобрести. Область графика ниже уровня цены равновесия отражает ситуации, в которых существует неудовлетворенный спрос.

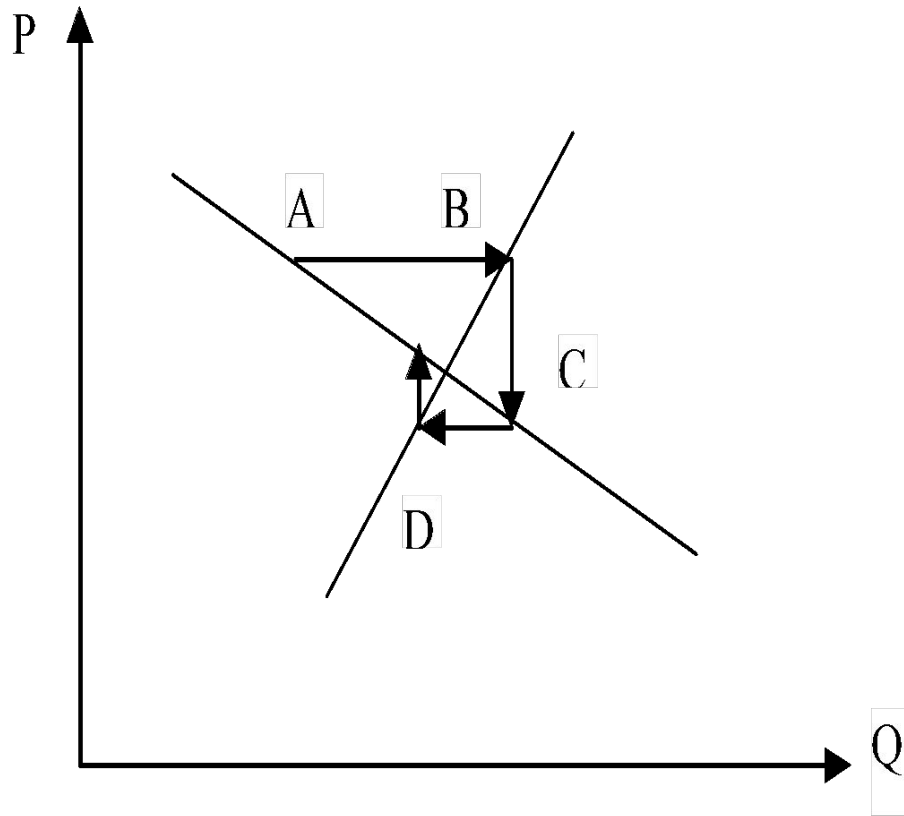
## «Паутинообразная модель»

- Наличие параметров равновесия еще не гарантирует, что рынок действительно приходит к равновесию. Процесс движения рынка к равновесию моделируется в современной экономической науке при помощи «паутинообразной модели».
- Если эластичность спроса выше эластичности предложения – равновесие будет устойчивым, поскольку при любом отклонении от параметров равновесия рынок будет стремиться вернуться к ним. Если эластичность предложения выше эластичности спроса, то равновесие будет неустойчивым, поскольку отклоняясь от параметров равновесия. Рынок будет все дальше удаляться от них.

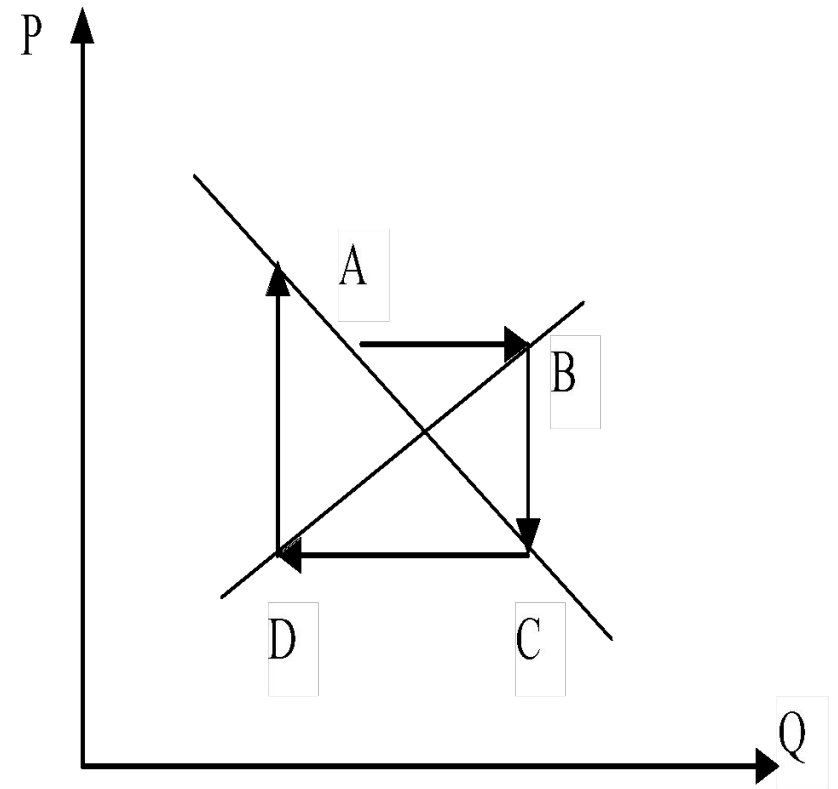
- Для простоты в этой модели графики спроса и предложения изображаются в виде прямых линий. Эластичность выражается углом наклона графика по отношению к осям координат. График, имеющий перпендикулярную направленность по отношению к вертикальной оси и параллельный горизонтальной оси, изображает абсолютную эластичность. Это значит, что при неизменном уровне цен объем спроса или предложения может увеличиваться безгранично. График перпендикулярный горизонтальной оси и параллельный вертикальной оси будет отражать абсолютную не эластичность, то есть ситуацию, когда цена абсолютно не влияет на объем спроса или предложения. Чем ближе наклон графика к вертикали, тем ниже эластичность и наоборот, чем ближе этот наклон к горизонтали, тем эластичность выше.
- В «паутинообразной» модели рассматриваются два возможных случая. В первом случае эластичность спроса выше эластичности предложения. Поэтому наклон графика предложения по отношению к горизонтальной оси круче, чем наклон графика спроса, а наклон графика спроса к вертикальной оси круче наклона графика предложения.

# Графики «паутинообразной модели»

- Движение к равновесию



- Удаление от равновесия



- Если исходной точкой движения к равновесию является точка А, цен по которой покупатели готовы купить данное количество товара становится выше цены, по которой продавцы готовы его продать. Это приведет к росту предложения товара до того объема, который производители готовы продать при данном уровне цен. Этот объем предложения соответствует точке В на графике. Но в этой точке цена, по которой, продавцы готовы продать произведенный товар, выше цены, по которой покупатели готовы его купить. Поэтому неизбежно снижение цены и смещение рыночной ситуации в точку С. Теперь цена, по которой продается товар ниже, чем цена, по которой продавцы готовы продавать данное количество товара, и они будут сокращать его предложение до приемлемого уровня. Этот уровень соответствует точке D, в которой цена предложения вновь превысит цену спроса и т.д. Процесс смещения рыночной ситуации может продолжаться довольно долго, но при данном наклоне графиков спроса и предложения каждое смещение приближает рынок к состоянию равновесия.

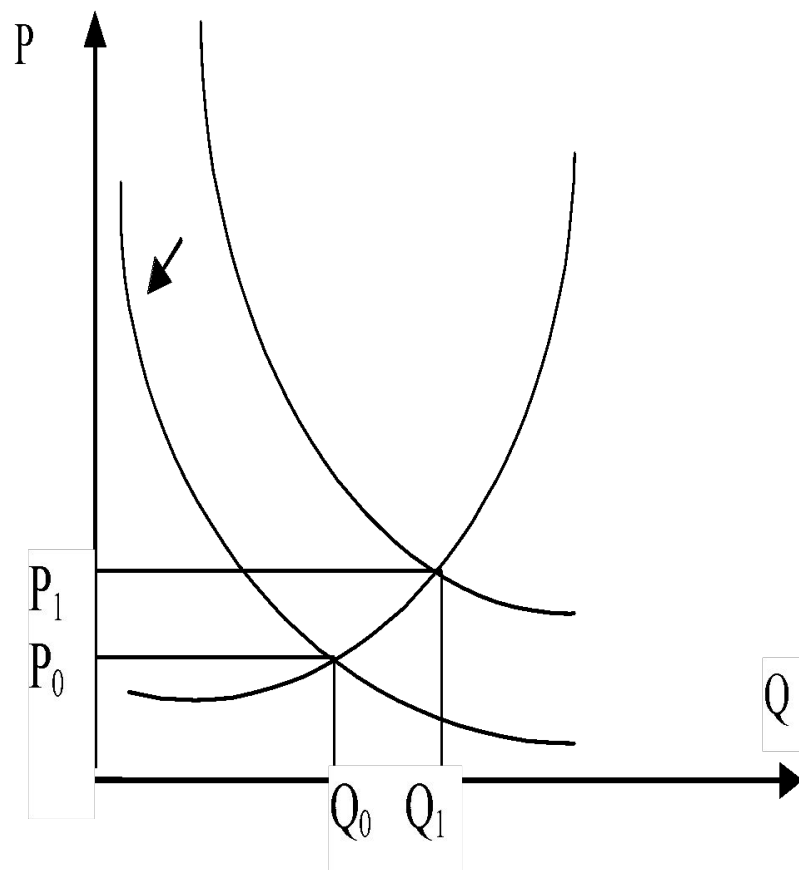
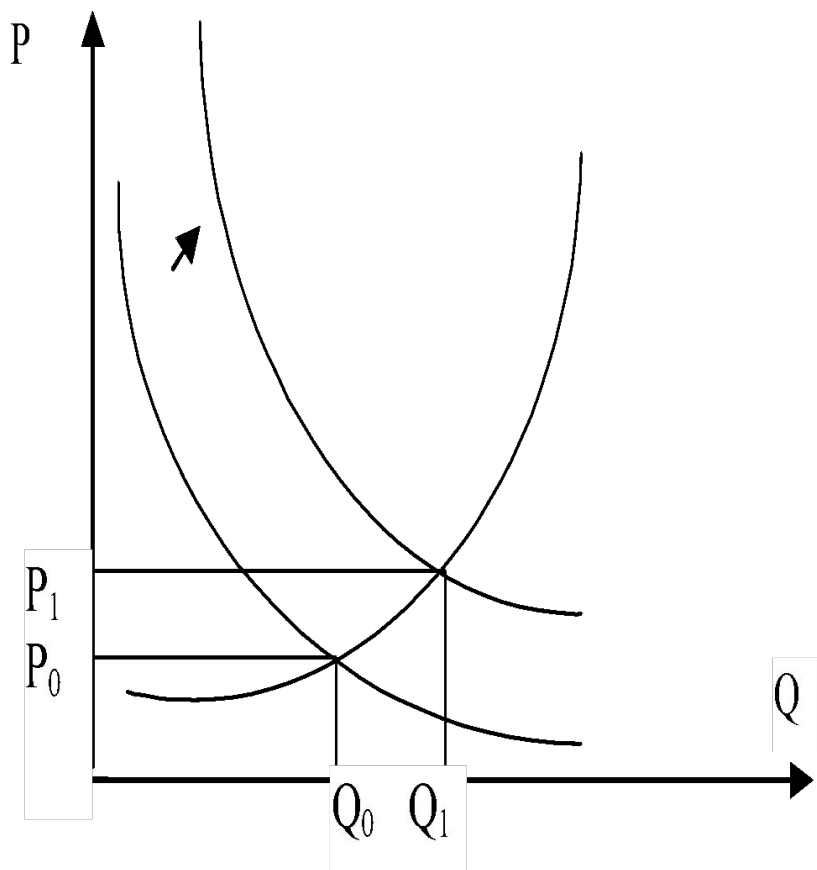


- Во втором случае эластичность предложения превышает эластичность спроса. Это изображается более крутым наклоном графика спроса по отношению к горизонтальной оси и более крутым наклоном графика предложения по отношению к вертикальной оси. При смещении рынка из точки равновесия в точку А будет происходить то же самое, что и в первом случае, только благодаря иному расположению графиков спроса и предложения смещения рыночной ситуации будут не приближать рынок к точке равновесия, а все дальше уводить от него. Равновесие будет недостижимо.

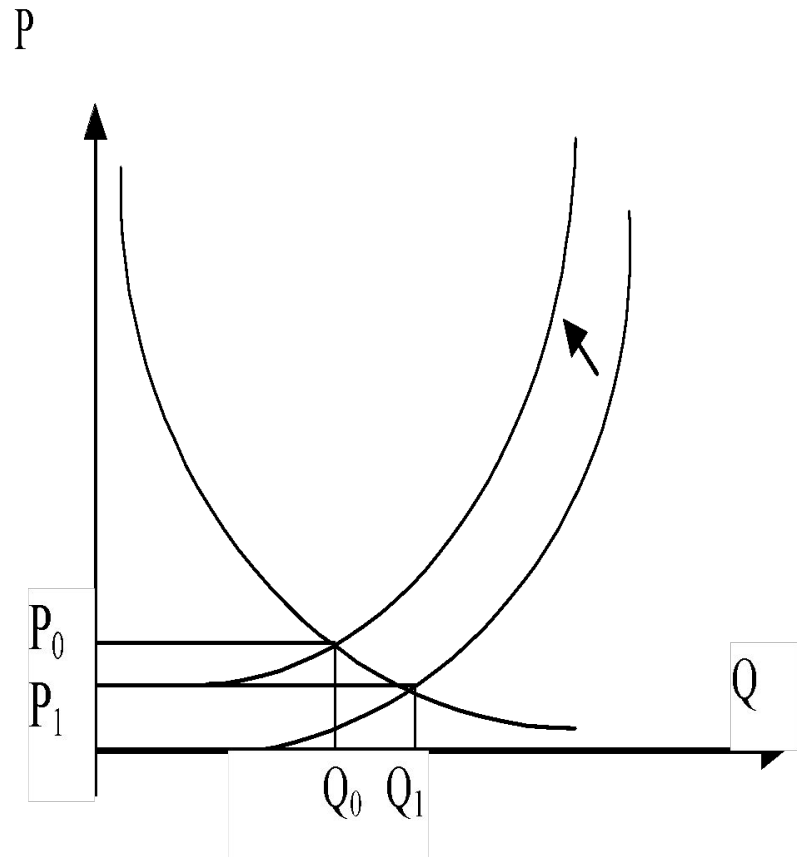
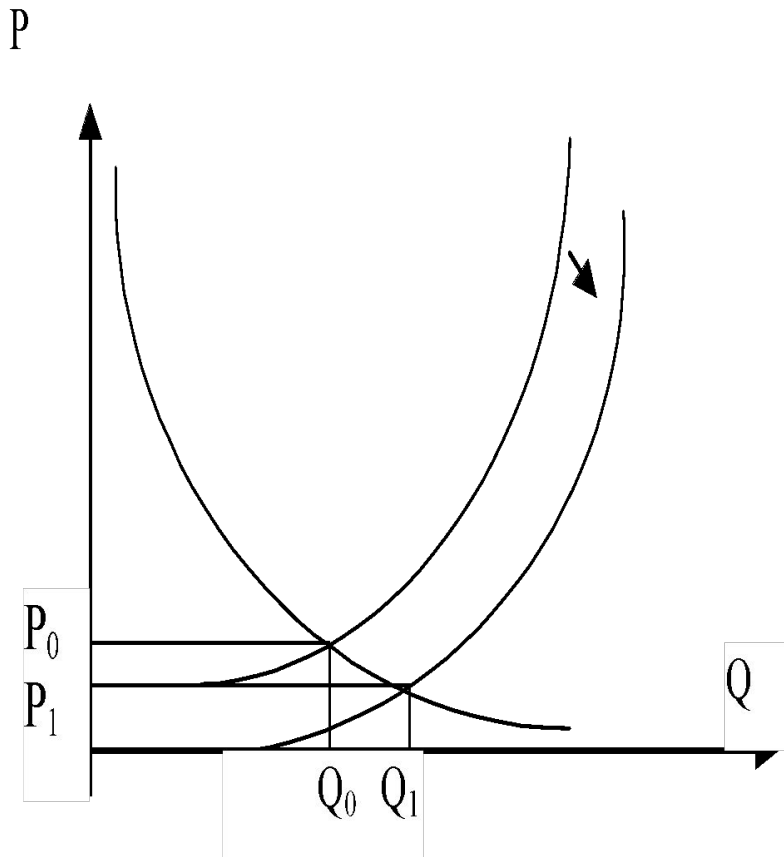
# Изменение параметров равновесия

- Достижение равновесия является целью рыночного механизма. Благодаря своей способности достигать равновесия рынок может регулировать отношения обмена и согласовывать интересы продавцов и покупателей. Движение рынка к равновесию говорит о том, что рыночный механизм работает исправно. Если же рынок отклоняется от равновесия, это говорит о сбоях в работе рыночного механизма. Однако точка равновесия не является раз и навсегда заданной для каждого рынка. Точка равновесия и параметры равновесия являются подвижными и изменяются с течением времени под воздействием неценовых факторов спроса и предложения.

# Смещение графика спроса



# Смещение графика предложения



- Возможны более сложные случаи, когда спрос и предложение изменяются одновременно. Эти случаи можно изобразить в виде одновременных сдвигов кривых спроса и предложения.
- Во-первых, спрос и предложение могут изменяться в противоположных направлениях. Если предложение увеличивается, а спрос сокращается - равновесная цена будет снижаться, а изменение равновесного количества будет зависеть от того, что изменяется в большей степени: спрос или предложение. Если спрос снижается в большей степени, чем растет предложение - равновесный объем продаж уменьшится, а если предложение увеличится в большей степени, чем снизится спрос - равновесный объем продаж возрастет. Если же они изменятся в одинаковой степени, равновесный объем продаж останется без изменений.

- Возможен случай, когда предложение сокращается, а спрос возрастает. В этом случае уровень равновесной цены будет повышаться, а равновесный объем продаж будет увеличиваться или уменьшаться в зависимости от того, что будет происходить в большей степени: увеличение спроса или сокращение предложения. Если сокращение предложения превысит увеличение спроса, равновесный объем продаж сократится, если же увеличение спроса превысит сокращение предложения - равновесный объем продаж возрастет. Если же сокращение предложения уравновесится соответствующим увеличением спроса, равновесный объем продаж останется неизменным.

- Если предложение и спрос изменяются однонаправлено, то если они возрастают, равновесный объем продаж будет возрастать. А изменение равновесной цены будет зависеть от того, что возрастает в большей степени: предложение или спрос. Если в большей степени возрастет спрос, то равновесная цена повысится, а если предложение - понизится. Если же спрос и предложение возрастут в равной степени - равновесная цена не изменится.
- Возможно, также, что предложение и спрос одновременно снижаются. В этом случае равновесный объем продаж будет снижаться, а изменение равновесной цены, опять таки, будут зависеть от того, что изменяется в большей степени: спрос или предложение. Если спрос снижается в большей степени, чем предложение — равновесная цена должна понизиться, а если предложение снижается в большей степени, чем спрос - равновесная цена должна возрасти. Если же предложение и спрос снизятся в равной степени, равновесная цена не изменится.

- Благодаря своему механизму рынок представляет собой гибкую, подвижную систему, способную согласовывать действия производителей и потребителей, продавцов и покупателей при любых комбинациях факторов экономической жизни и разработанная современной экономической наукой модель рыночного механизма способна отразить эти многообразные изменения.