

ТЕМА 2. ТЕОРИЯ РЫНКА

Основные вопросы темы:

1. Рыночные спрос и факторы его определяющие. Эластичность спроса.
2. Рыночное предложение и факторы его определяющие. Эластичность предложения.
3. Рыночное равновесие и нарушения рыночного равновесия. Рыночное равновесие и эффективность

1. Рыночные спрос и факторы его определяющие. Эластичность спроса.

Конечная цель всякого производства – удовлетворение потребностей людей. В условиях рынка потребности людей выступают в форме платежеспособного спроса – потребностей, обеспеченных денежными ресурсами. *Рыночный* спрос представляет собой сумму спросов, предъявляемых отдельными потребителями. Процесс формирования спроса со стороны отдельного покупателя на разные блага называется *потребительским поведением* или потребителем выбором.

Любой человек приобретает блага ради их полезности, возможности с их помощью удовлетворить какие-то свои потребности. Однако, если благо и обладает полезностью для потребителя, то существуют факторы, ограничивающие возможность приобретения его: это цена товара и доход потребителя (бюджетное ограничение).

Поскольку величина дохода и цены заданы, то потребитель не может купить все те блага, которые ему хотелось бы. Бюджетное ограничение, и, следовательно, невозможность удовлетворения всех потребностей заставляет потребителя делать выбор, распределять свои доходы в соответствии с его представлениями о полезности и выгоды (предпочтительности) выбираемых товаров.

Поведение людей в сфере распределения собственных доходов и приобретения потребительских благ индивидуально и субъективно. Выбор потребителя формирует его индивидуальный спрос, но из спросов отдельных потребителей складывается совокупный рыночный спрос на отдельные товары, сигнализируя предложению (производству) о том, какое количество товара требуется на рынках.

Таким образом, **рыночный спрос** (Qd) - это то количество товаров и услуг, которые покупатели (потребители) готовы приобрести при данных ценах в течение определенного времени.

Зависимость между ценой и спросом описывается **законом спроса**, согласно которому между ценой (P) и спросом (Qd) существует *обратная зависимость*: при увеличении цены спрос падает, при снижении цены – растет.

$$Qd = f(P) < 0.$$

Обратная зависимость между изменением цены товара и спросом на него объясняется действием *эффекта дохода*, *эффекта замещения* и *закона убывающей предельной полезности*.

Эффект дохода. Поскольку реальный доход находится в прямой зависимости от номинального дохода и в обратной зависимости от уровня цен, то, очевидно, что, если цена товара падает, то при том же номинальном доходе потребитель может приобрести больше товара, его спрос возрастает. И наоборот, повышение цен снижает реальный доход и спрос на товар.

Одновременно с эффектом дохода действует *эффект замещения*, согласно которому, если цена одного товара растет, то при наличии заменителей он замещается другими товарами и спрос на первый товар падает. Эффекты дохода и замещения дополняют друг друга, обуславливая способность потребителей купить большее количество определенного товара по низкой цене.

И наконец, поскольку в соответствии с *законом убывающей предельной полезности* (предельная полезность - добавочная полезность, извлекаемая из

потребления дополнительной единицы блага): каждая дополнительная единица блага приносит меньшую полезность, поэтому потребитель готов платить за нее меньшую цену.

Зависимость между ценой и спросом можно описать алгебраически, с помощью таблицы или графически.

Если функция спроса носит линейный характер, то алгебраически уравнение спроса имеет вид:

$$Qd = a - b P,$$

где Qd - величина спроса;

P - цена товара ;

a и b – постоянные коэффициенты.

Таблично и графически закон спроса представлен, соответственно, в табл. 1 и на рис. 1.

Таблица 1. Цена товара и величина спроса

Цена (P), ден. ед	2	3	4	6	8
Объем спроса (Qd), ед.	50	40	30	20	10

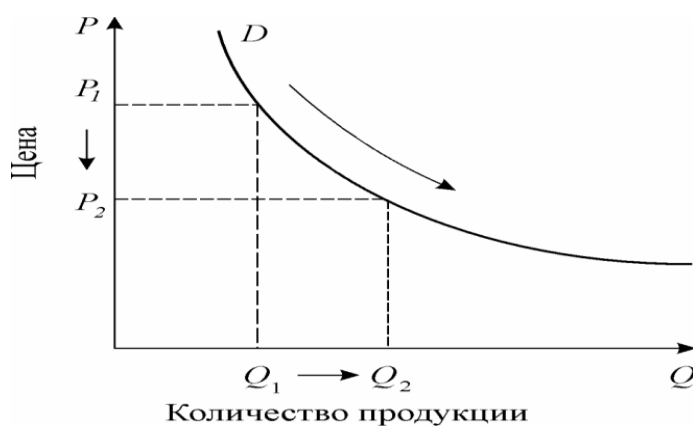


Рис. 1. Кривая спроса

Кривая (график) спроса показывает величину спроса при каждом значении цены. Снижение цены с P_1 до P_2 увеличивает спрос с Q_1 до Q_2 . Обратите внимание на то, что цена выступает как независимая переменная (экзогенный фактор), а спрос - как зависимая переменная (эндогенный фактор).

Наряду с ценами на величину спроса воздействуют и другие, **неценовые факторы** (детерминанты спроса), приводящие к изменению *величины* спроса при данных ценах.

Неценовые факторы, влияющие на спрос:

- *Предпочтения потребителей* (вкус и мода). Как правило, если товар становится модным, то спрос на него растет. Проявляется так называемый "эффект присоединения к большинству".

- *Уровень дохода*. Изменение дохода может оказывать на спрос двоякое влияние. Если доходы растут, то, спрос на нормальные (качественные) товары повышается, а спрос на товары низшей категории падает. И наоборот. Очевидно, что при росте доходов (при прочих равных условиях) спрос на сливочное масло растет, а на маргарин падает.

- *Цены других товаров*. Если товары *взаимозаменяемые*, то существует прямая зависимость между изменением цены на один товар и спросом на другой. Рост цен на авиабилеты ведет к росту спроса на железнодорожные перевозки. Если товары *взаимодополняющие*, то связь между изменением цены одного товара и спросом на другой - обратная. Рост цен на бензин, приведет к снижению спроса на автомобили.

- *Количество и состав покупателей на рынке*. Очевидно, что чем больше покупателей, тем больше рыночный спрос. При этом характер спроса будет зависеть от возрастного, национального, религиозного состава покупателей.

- *Ожидания покупателей* в отношении изменения цен товаров. Если покупатели ожидают рост цен в будущем, то сегодня спрос будет увеличиваться (ажиотажный, инфляционный спрос). Если покупатели ожидают снижения цен, то сегодня их спрос будет сокращаться (отложенный спрос).

Таким образом, на спрос на данный товар влияют изменения цен самого товара и неценовые факторы. Изменение цены товара приводит к изменению величины спроса и *движению вдоль (по)* кривой спроса, а неценовые факторы

приводят к изменениям спроса и к *смещению кривой спроса* (рис. 2).

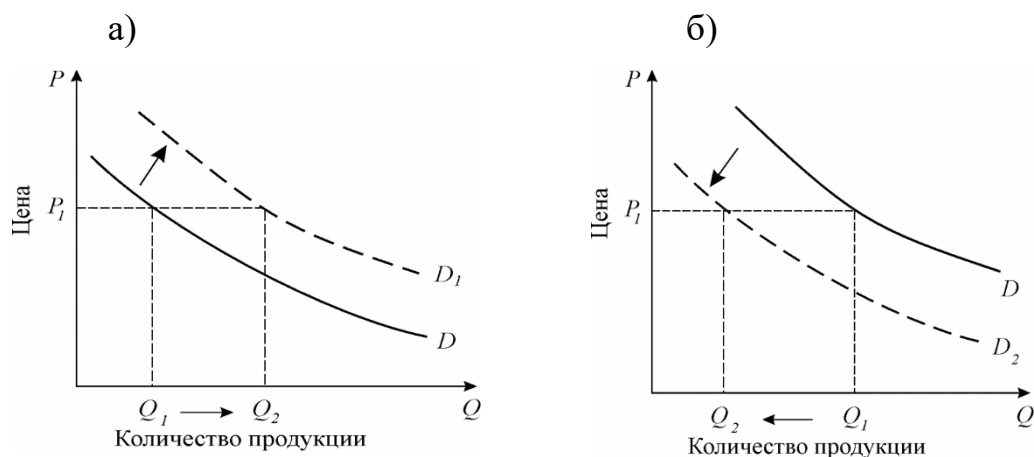


Рис. 2. Сдвиги кривой спроса под воздействием неценовых факторов:
а) увеличение спроса; б) сокращение спроса

Если неценовые факторы приводят к увеличению спроса, то кривая спроса сдвигается вправо вверх (от D к D_1). Спрос при постоянной цене (P_1) *возрастает* от Q_1 до Q_2 . Если неценовые факторы приводят к снижению спроса, то кривая спроса сдвигается влево вниз (от D к D_2). Спрос при постоянной цене (P_1) *сокращается* от Q_1 до Q_2 .

Например, если упадет цена на кофе, то спрос на товар-заменитель (чай) упадет – кривая спроса на чай сместится влево вниз.

Для экономического анализа недостаточно определить направление изменения спроса и предложения, важно измерить *степень* этого изменения. Степень изменения спроса и предложения под воздействием факторов, влияющих на спрос и предложение, называется **эластичностью** спроса и предложения.

Эластичность спроса. Различают: ценовую эластичность, перекрестную эластичность и эластичность спроса по доходу.

1. **Ценовая эластичность спроса** характеризует степень изменения спроса под влиянием изменения цены и измеряется коэффициентом эластичности (E_d).

$$E_d = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} ,$$

где $\Delta Q/Q$ - изменение спроса (в %);

$\Delta P/P$ - изменение цены (в %).

Реакция покупателей на изменение цены (характер эластичности) может быть разная: спрос может изменяться в большей или меньшей степени, чем изменилась цена, или вообще оставаться постоянным.

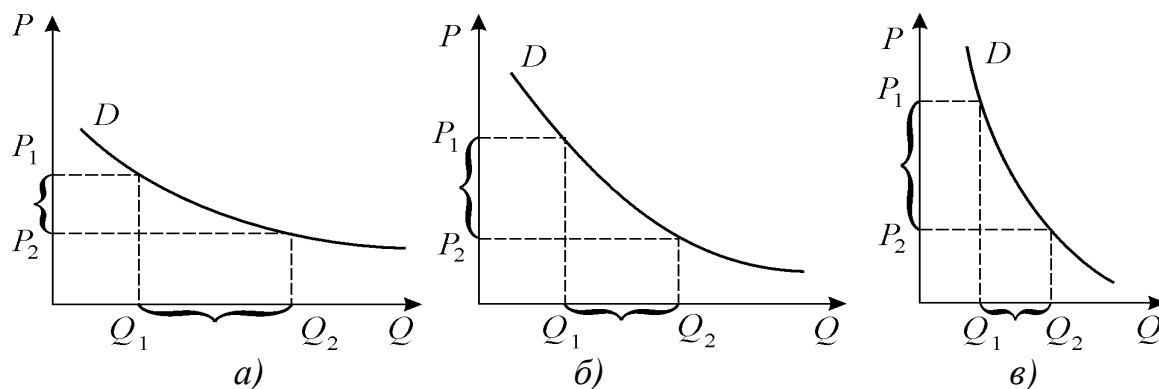


Рис.3 Кривые спроса на товары, характеризующиеся разной эластичностью спроса: а) эластичный спрос; б) спрос единичной эластичности; в) неэластичный спрос.

При эластичном спросе изменение цены товара приводит к изменению спроса большему, чем изменилась цена, соответственно, $E_d > 1$;

При спросе, характеризующемся единичной эластичностью спрос изменяется в той же мере, что и цена, соответственно, $E_d = 1$;

При неэластичном спросе изменение цены приводит изменению спроса меньшему, чем изменение цены, соответственно, $E_d < 1$.

Возможны случаи, когда спрос вообще не зависит от цены - как бы цена не менялась, спрос остается на одном и том же уровне – это совершенно неэластичный спрос.

Если при данной цене спрос, предъявляется на любое количество товаров, то это – совершенно эластичный спрос

О характере ценовой эластичности спроса можно судить как по отношению изменения спроса к изменению цены, так и по показателю общей выручки от реализации ($P \times Q$), т.е. по денежным поступлениям от продажи товара (величине расходов покупателя). В зависимости от характера эластичности товара выручка от реализации при изменении цены товара

может расти, падать, не изменяться.

Возможные виды ценовой эластичности спроса представлены ниже.

Таблица 2. Виды ценовой эластичности спроса

Вид эластичности	Соотношение изменения цены и спроса	Коэффициент эластичности	Изменение выручки от реализации ($P \times Q$)	
			Рост цены	Снижение цены
Совершенно неэластичный спрос	Цена растет (падает) – спрос постоянен	$E_d = 0$	Уменьшается	Увеличивается
Неэластичный спрос	Цена изменяется больше, чем изменяется спрос	$E_d < 1$	Уменьшается	Увеличивается
Единичная эластичность спроса	Цена и спрос изменяются одинаково	$E_d = 1$	Не изменяется	Не изменяется
Эластичный спрос	Цена изменяется меньше, чем изменяется спрос	$E_d > 1$	Увеличивается	Уменьшается
Совершенно эластичный спрос	Спрос изменяется цена постоянна	$E_d = \infty$	Уменьшается	Увеличивается

Примерами разной эластичности спроса на разные товары могут служить:

* спрос на инсулин - совершенно неэластичен. Как бы ни росла цена, больному диабетом необходима определенная доза инсулина;

* спрос на предметы первой необходимости (продукты питания) - неэластичен. С изменением цены спрос меняется незначительно;

* спрос на предметы роскоши (золото) - эластичен. Изменение цены существенно повлияет на спрос;

* спрос на транспортные услуги, как правило, характеризуется единичной эластичностью и изменяется так же как и цена билетов;

* если цена фиксирована, например, установлена государством, а спрос меняется вне зависимости от уровня цены, то имеет место совершенная

эластичность спроса.

Степень эластичности спроса зависит от ряда факторов:

* количества заменителей данного продукта. Чем больше имеется хороших заменителей, тем эластичность выше;

* удельного веса данного товара в доходе потребителя. Чем выше доля товара в доходе, тем выше эластичность;

* характера товара - является ли товар предметом первой необходимости или предметом роскоши. Естественно, спрос на товары первой необходимости менее эластичен;

* фактора времени. Чем больше у покупателя времени, тем выше эластичность его спроса;

* предпочтений, привычек покупателя. Если покупатель привык к определенному товару, то изменение цены товара может не отразиться на спросе или отразится незначительно.

2. **Перекрестная эластичность** характеризует степень изменения спроса на товар a при изменении цены товара b (E_{ab}).

$$E_{ab} = \frac{\Delta Q_a}{Q_a} : \frac{\Delta P_b}{P_b} ,$$

где $\Delta Q_a / Q_a$ - изменение спроса на товар a (в %);

$\Delta P_b / P_b$ - изменение цены на товар b (в %).

Значение коэффициента перекрестной эластичности зависит от характера связи между товарами:

* для взаимозаменяемых товаров $E_{ab} > 0$;

* для взаимодополняющих товаров $E_{ab} < 0$;

* для товаров независимых друг от друга $E_{ab} = 0$.

3. **Эластичность по доходу** характеризует степень изменения спроса на товар под влиянием изменения дохода (E_I).

$$E_I = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta I}{I} ,$$

где $\Delta Q / Q$ - изменение спроса на товар (в %);

$\Delta I/I$ - изменение дохода (в %).

Значение коэффициента эластичности по доходу также зависит от характера товаров, на которые предъявляется спрос:

* для качественных (нормальных) товаров $E_I > 0$;

* для низкокачественных товаров $E_I < 0$.

2. Рыночное предложение и факторы его определяющие. Эластичность предложения.

Предложение (Q_s) - это то количество товаров и услуг, которое продавцы готовы предложить при данных ценах в определенный промежуток времени.

Связь между уровнем цен и предложением описывает **закон предложения**, согласно которому изменение цены (P) влечет за собой однонаправленное изменение предложения (Q_s), т.е. при увеличении цены предложение растет, при снижении – падает.

$$Q_s = f(P) > 0$$

Зависимость между ценой и предложением, так же, как и в случае спроса, можно описать алгебраически, табличным и графическим способами.

Если зависимость между ценой и предложением носит линейный характер, то алгебраически уравнение предложения имеет вид:

$$Q_s = a + b P,$$

где Q_s - величина предложения;

P - цена товара;

a, b - постоянные коэффициенты.

Таблично и графически закон предложения представлен в табл.3. и на рис. 3.

Таблица 2. Цена товара и величина предложения

Цена (P), ден. ед	8	6	4	3	2
Объем предложения (Q_s), ед.	45	40	30	20	10

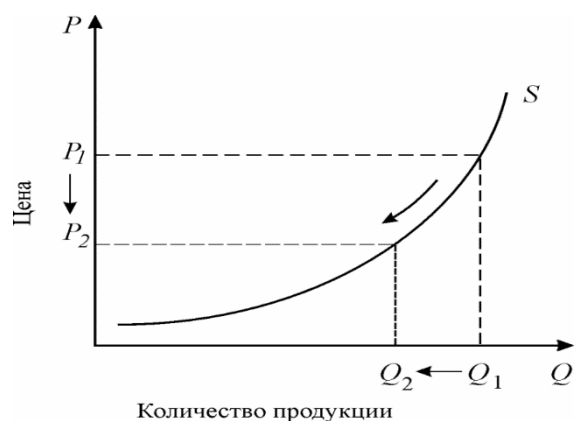


Рис.3. Кривая предложения

Кривая (график) предложения показывает величину предложения при каждом значении цены. Снижение цены с P_1 до P_2 уменьшит предложение с Q_1 до Q_2 . Обратите внимание на то, что цена выступает как независимая переменная (экзогенный фактор), а предложение — как зависимая переменная (эндогенный фактор).

Как и в случае спроса, существуют **неценовые факторы**, влияющие на объем предложения:

- *величина издержек производства* товара. Чем выше издержки (затраты), тем меньше объем предложения. В свою очередь уровень издержек производства зависит от:

- применяемой технологии
- цен ресурсов, используемых в данном производстве;

- *налоги и субсидии*. Снижение налогов и выделение субсидий сокращают издержки производства и увеличивают предложение. Увеличение налогов сокращает предложение;

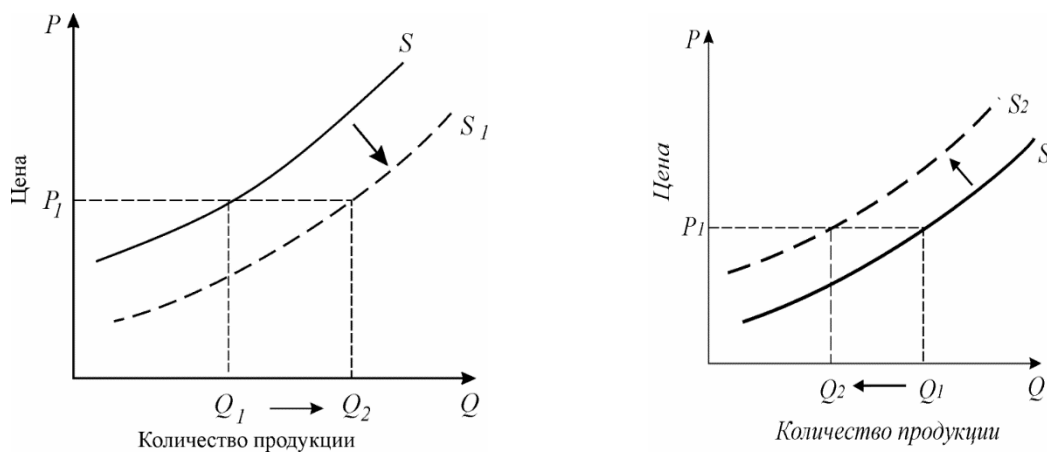
- *наличие взаимозаменяемых и взаимодополняющих* товаров и динамика их цен. Появление товара-субститута или снижение его цены сократит предложение сопряженного товара;

- *количество продавцов* на рынке, условия продажи, степень развитости конкуренции и т. д. Увеличение числа фирм в отрасли приведет к увеличению рыночного предложения.

- *ожидания производителей* в отношении изменения цен. Ожидания роста

цен в будущем ведет к сокращению предложения в настоящем.

Изменение предложения в результате изменения *цены товара* ведет к движению *вдоль (по)* кривой предложения, изменение *объема предложения* под влиянием *неценовых факторов* приводит к *сдвигам* кривой предложения (рис.4).



а) увеличение предложения

б) сокращение предложения.

Рис. 4. Сдвиги кривой предложения под воздействием неценовых факторов предложения

Если неценовые факторы приводят к увеличению предложения, то кривая предложения смещается вправо-вниз (от S к S_1). Предложение при постоянной цене (P_1) *возрастает* от Q_1 до Q_2 . Если неценовые факторы приводят к снижению предложения, то кривая предложения сдвигается влево-вверх (от S к S_2). Предложение при постоянной цене (P_1) *сокращается* от Q_1 до Q_2 .

Например, при удорожании ресурсов издержки производства возрастут, и предложение при тех же ценах на товар уменьшится, и кривая S сместится влево-вверх.

Изменение **предложения** под влиянием изменения цены характеризует **эластичность предложения**, которая измеряется коэффициентом эластичности предложения - E_S .

$$E_S = \frac{\Delta S}{S} : \frac{\Delta P}{P},$$

где $\Delta Q/Q$ - изменение объема предлагаемой продукции (в %);

$\Delta P/P$ - изменение цены (в %).

Так как зависимость между ценой и количеством предлагаемой продукции всегда прямая, то коэффициент эластичность предложения всегда больше 0. Предложение может быть:

- *совершенно неэластичным ($E_S=0$),
- *неэластичное ($E_S<1$),
- *характеризоваться единичной эластичностью ($E_S=1$),
- *эластичное ($E_S>1$),
- *совершенно эластичным ($E_S= \infty$)

Степень эластичности предложения зависит от:

- *возможности хранения продукции (предложение скоропортящихся продуктов менее эластично, чем продуктов длительного хранения);
- * способности производства к быстрой переналадке;
- *фактор времени, т.е. времени, имеющегося в распоряжении производителя для того, чтобы отреагировать на изменение цены. Очевидно, чем больше в распоряжении производителя времени, чтобы перераспределить ресурсы в пользу продукта, цена на который возросла, тем выше эластичность предложения, и наоборот.

3. Рыночное равновесие и рыночная цена. Нарушения рыночного равновесия.

Кривые спроса и предложения показывают, какое количество товара покупатели *готовы* купить, а продавцы *готовы* продать при каждом возможном уровне цен. Для того чтобы понять, как устанавливается фактическая рыночная цена, надо объединить анализ спроса и предложения, рассмотреть их взаимодействие (табл.3).

Таблица 3. Спрос, предложения и рыночное равновесие

Цена (P)	Объем спроса Q_D	Объем предложения Q_S	Состояние рынка	Давление на цены
8	15	45	$S > D$ (излишек)	Понижающее
6	20	40	$S > D$ (излишек)	Понижающее
4	30	30	$S = D$ (равенство)	Отсутствует
3	40	20	$D > S$ (дефицит)	Повышающее
2	50	10	$D > S$ (дефицит)	Повышающее

Как видно из приведенных данных, при цене 8 ден. ед. продавцы готовы предложить 45 ед. продукции, но покупатели по такой цене готовы купить лишь 15 ед. Возникает излишек в 30 ед. В этих условиях покупатель находится в более благоприятном положении. Это *рынок покупателей*. Чтобы продать свою продукцию, продавцы вынуждены снизить цену. Аналогичная ситуация возникает и при цене, равной 6 ден. ед.

Когда спрос превышает предложение, возникает дефицит и в более благоприятном положении находится продавец. Это *рынок продавцов*. При цене, равной 3 ден. ед., покупатели готовы купить 40 ед. продукции, но продавцы по такой цене продадут лишь 20 ед. Образуется дефицит. Превышение спроса над предложением ведет к росту цены. Аналогичная ситуация возникает и в случае, если цена равна 2 ден. ед.

Только при цене, равной 4 ден. ед., спрос в точности равен предложению, т.е. на рынке достигнуто равновесие. **Рыночное равновесие** – это такое состояние рынка, при котором планы покупателей и планы продавцов совпадают, объем предлагаемых и объем покупаемых товаров равны, цена спроса равна цене предложения, достигается наибольший объем оборота и ни один из участников рынка не заинтересован в том, чтобы менялась действующая цена.

Цена, при которой спрос равен предложению называется **равновесной** (P_e), а соответствующий ей **объем** продаваемых и покупаемых товаров – **равновесным** (Q_e). При равновесии:

$$Q_D = Q_S = P_e \times Q_e.$$

Построив на основании данных таблицы 3. на одном графике кривые

спроса и предложения, можно убедиться, что уравнивающая рыночная цена соответствует точке пересечения кривых спроса и предложения (рис.5).

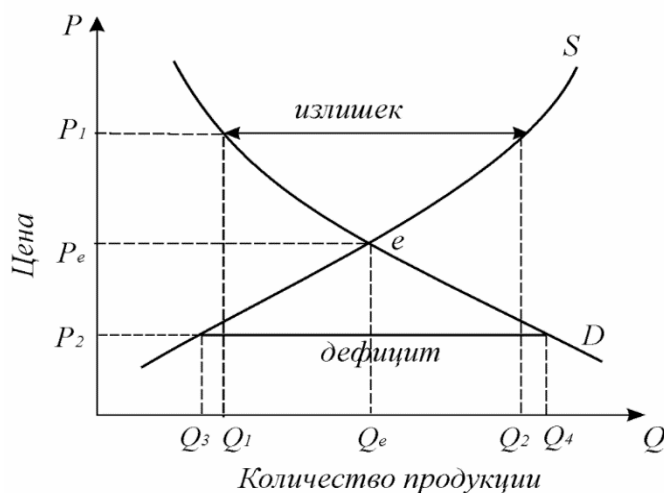


Рис. 5. Рыночное равновесие

При цене равновесия (P_e) спрос равен предложению и равновесный объем равен Q_e .

Особенность рыночного механизма такова, что рынок автоматически поддерживает равновесие: взаимодействие спроса и предложения корректирует (изменяет) цену до такого уровня, при котором величина спроса и величина предложения совпадают.

Если на рынке устанавливается цена выше равновесной (P_1), то возникает **излишек** (предложение больше спроса), равный Q_1Q_2 . Продавцы не могут реализовать свою продукцию и вынуждены снижать цену, тем самым повышая спрос и сокращая предложение до тех пор, пока не будет достигнуто равновесие.

При цене ниже равновесной (P_2) спрос больше предложения возникает **дефицит**, равный Q_3Q_4 , который порождает конкуренцию между покупателями и они готовы платить более высокую цену, цена растет, в результате чего спрос сокращается, а предложение увеличивается, рынок движется к равновесию. Таким образом, рынок выступает как саморегулирующая система, способная автоматически восстанавливать утраченное равновесие.

Способность рынка, выведенного из состояния равновесия, вновь возвращаться к равновесию под влиянием внутренних сил называется **устойчивостью, или стабильностью рынка.**

Равновесие, устанавливающееся на рынке одного товара – это *частичное рыночное равновесие*. Наряду с последним существует понятие *общего рыночного равновесия* – одновременное достижение равновесия на всех рынках (рынках благ и рынках ресурсов). Достижение общего рыночного равновесия проблема сложная, ибо фактически отражает соответствие между объемом национального производства и покупательной способностью всех хозяйствующих субъектов, которое во многом зависит от характера распределения доходов.

В цене в концентрированном виде отражается *потребность* общества в данном товаре и объем ограниченных *ресурсов*, которые выделяются для удовлетворения этой потребности.

Сформировавшаяся под влияние соотношения спроса и предложения рыночная цена выполняет ряд важных функций, позволяющих ей быть основным инструментом оптимального распределения ограниченных ресурсов общества в условиях рыночной экономики.

Основные функции цены:

**уравновешивающая* – рыночная цена устанавливает соответствие между потребностями общества и ресурсами, используемыми для удовлетворения этих потребностей;

**информационная* – через постоянно меняющиеся цены рынок информирует покупателей и производителей о количестве, качестве, ассортименте излишке или дефиците товаров и услуг, предлагаемых рынком, побуждая их к соответствующим действиям.

**регулирующая* – цена оказывает регулирующее воздействие на производство. Увеличение спроса ведет к росту цены и, соответствующему увеличению производства, падение спроса – к сокращению производства.

Таким образом, в экономике устанавливаются необходимые пропорции производства.

* *стимулирующая* – цена предписывает экономическим субъектам определенную линию поведения. При заданной цене конкуренция заставляет предпринимателей, стремящийся к максимизации прибыли, снижать издержки производства, повышать качество продукции, внедрять достижения научно-технического прогресса. Неэффективные, неустойчивые предприятия оказываются нежизнеспособными и бескомпромиссно удаляются с рынка.

В случаях изменения спроса и предложения под влиянием **неценовых факторов** рыночное равновесие будет достигаться при других значениях равновесной цены и равновесного объема.

Изменение спроса при постоянстве предложения оказывает *однонаправленное* воздействие на уровень равновесной цены и равновесный объем товаров: если спрос увеличивается, то возрастает цена и увеличивается равновесный объем; если спрос падает, то цена равновесия снижается и сокращается равновесный объем.

Изменение предложения при постоянстве спроса приведет к *разнонаправленному* воздействию на равновесную цену и *однонаправленное* воздействие на равновесный объем: если предложение увеличится, то цена равновесия снизится, а равновесный объем возрастет; если предложение сократится, то равновесная цена возрастет, а равновесный объем сократится.

При **одновременном** изменении спроса и предложения равновесная цена и равновесный объем изменяются в зависимости от:

- направления изменения спроса и предложения (возможны разные сочетания: спрос и предложение падают, растут, спрос падает, а предложение растет, предложение падает, а спрос растет);

- соотношения в изменении спроса и предложения (спрос и предложение могут изменяться одинаково, спрос может меняться больше или меньше предложения и т.д.).

Например, если спрос увеличился больше, чем выросло предложение, то

цена возрастет, если меньше, чем предложение, то цена упадет и т. д. Все сказанное относится и к обратному случаю, когда предложение и спрос падают.

4. Рыночное равновесие и эффективность

Равновесное состояние рынка позволяет сочетать экономические интересы производителей и потребителей, обеспечивает формирование выигрыша (излишка) и потребителя, и производителя (рис.б).

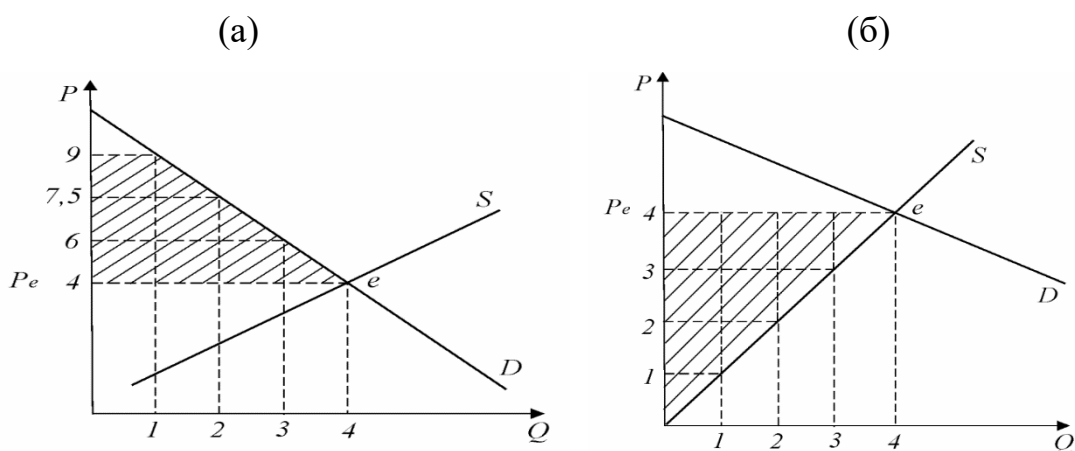


Рис 6. Излишек потребителя (а). Излишек производителя (б)

Если рынок находится в равновесии, то потребитель имеет возможность купить больше товара по более низкой цене, т.е. рыночное равновесие приводит к возникновению **излишка (выигрыша, ренты) потребителя**, представлявшего собой разность между максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за единицу товара, и той реальной величиной, которую он заплатил фактически (равновесной ценой). На рис.6а - это заштрихованная область.

Как следует из графика ба. покупатель в соответствии с законом убывающей предельной полезности 1-ую единицу блага готов купить за 9 ден. ед., вторую – за 7,5 ден. ед., третью – за 6 ден. ед. Однако, поскольку на рынке установилась цена на уровне 4 ден. ед., то он имеет возможность приобрести больше (4 ед.) блага по более низкой цене – 4 ден. ед. Чем ниже цена, тем больше выигрыш покупателя. При покупке 2-х единиц товара выигрыш

покупателя равен 8,5 ден. ед. $[(9 + 7,5) - (4 \times 2)]$. При покупке 3-х единиц товара выигрыш равен 10,5 ден. ед. $[(9 + 7,5 + 6) - (4 \times 3)]$ и т.д.

При рыночном равновесии и производитель получает выигрыш. **Выигрыш производителя** (продавца) равен разнице между ценой равновесия и той минимальной ценой, при которой производитель готов продать товар, чтобы не понести убытков (рис. 6б). Продавец готов продать: 1-ую единицу товара за 1 ден. ед., но продает ее за 4 ден. ед. – выигрыш 3 ден. ед.; 2 ед. товара продавец готов продать за 4 ден. ед., а продает за 8 ден. ед. – выигрыш 4 ден. ед. и т.д. Суммарный выигрыш продавца на рис. 6б – заштрихован.

Таким образом, в условиях рыночного равновесия в выигрыше оказываются и покупатель и продавец, т.е. рыночное равновесие ведет к выигрышу общества в целом, который равен сумме выигрыша покупателя и продавца.

Основное преимущество и ценность рыночного механизма, обеспечивающего автоматическое поддержание рыночного равновесия, состоит в том, он ведет к эффективному распределению ограниченных ресурсов общества в соответствии с его потребностями.

Любое отклонение от рыночного равновесия ухудшает положение либо покупателя, либо производителя, а это означает, что в условиях рыночного равновесия соблюдается **принцип эффективности или оптимальности по Парето**. Ресурсы распределены оптимально или эффективно по-Парето, когда никто не может улучшить свое положение, чтобы в результате для кого-то оно не ухудшалось. Если же существует возможность для отдельных участников рынка улучшить свое положение, не нанося ущерб другим, то такое распределение экономических благ неэффективно. Таким образом, всякое конкурентное равновесие является Парето-эффективным.

Однако, все это относится к совершенно конкурентному рынку. Но, последний является скорее научной абстракцией, чем реальностью и хозяйственной практике характерна несовершенная конкуренция.

В этих условиях рынок автоматически не может обеспечить

эффективное распределение ресурсов и необходимо государственное вмешательство.

Далее. Распределение ресурсов в условиях рыночного равновесия, являясь Парето-эффективным, предполагает максимизацию общественной полезности, но это не означает, что эта общественная полезность равномерно распределяется между членами общества. Говорят, что эффективность по Парето является *социально нейтральным критерием*. Распределение же общественной полезности, достигаемой в условиях рыночного равновесия, зависит от распределения доходов.

Вопросы для самопроверки

1. Какие факторы определяют выбор потребителя? Что Вы понимаете под рациональным потребительским поведением?
2. Что такое полезность? От чего зависит полезность экономического блага?
3. Что такое предельная и совокупная полезность? Как они изменяются? В чем суть закона убывающей предельной полезности?
4. Как формируется рыночный спрос?
5. В чем суть закона спроса? Почему между ценой блага и спросом на него существует обратная зависимость?
6. Какие факторы приводят к смещению кривой спроса?. Рассмотрите влияние на спрос отдельных неценовых факторов.
7. Что характеризует эластичность? Как измеряется эластичность спроса по цене? Какие виды ценовой эластичности Вы знаете? Какие факторы влияют на ценовую эластичность спроса?
8. Что характеризует и как измеряется перекрестная эластичность спроса? Что характеризует и как измеряется эластичность спроса по доходу?
9. Какова зависимость между ценой товара и его предложением?. Какие факторы приводят к смещению кривой предложения? Рассмотрите влияние на предложение отдельных неценовых факторов.

10. Что характеризует и как измеряется эластичность предложения?

11. Какие виды эластичности предложения Вы знаете? От чего зависит эластичность предложения?

12. При каких условиях рынок находится в равновесии? Дайте определение равновесной цены и равновесного объема.

13. Как соотносится фактическая цена и цена рыночного равновесия, если на рынке возникают: а) излишек, б) дефицит? Объясните механизм ликвидации излишков и недостатков (дефицитов) на рынке.

14. Какие функции выполняет рыночная цена?

15. Как изменятся равновесная цена и равновесный объем, если спрос увеличится / уменьшится, а предложение постоянно? Как изменятся равновесная цена и равновесный объем, если предложение увеличится / уменьшится, а спрос постоянен?

16. Объясните, что собой представляет излишек потребителя и что такое излишек производителя? Что происходит с излишком производителя и потребителя, если на рынке устанавливается цена выше/ниже равновесной?

17. Почему всякое конкурентное рыночное равновесие эффективно по Парето? Что нарушает эффективность распределения ресурсов в условиях рынка?

18. Обеспечивает ли достижение рыночного равновесия социальную справедливость в обществе?