***Содержание:***

1. *Введение 4 стр.*
2. *Спрос и предложение 5 стр.*
	1. *Закон спроса 9 стр.*
	2. *Закон предложения 10 стр.*
3. *Заключение 12 стр.*
4. *Список литературы 13 стр.*

**1. Введение**

 Любой рынок, независимо от его конкретного вида, базируется на трех основных элементах: цене, спросе и предложении, конкуренции.

Рынок — косвенная, опосредованная взаимосвязь между производителями и потребителями продукции в форме купли-продажи товаров, сфера реализации и товарно-денежных отношений, а также вся совокупность средств, методов, инструментов, организационно-правовых норм, структур и т.д., обеспечивающих функционирование таких отношений. Рынок — это единственная система отношений купли-продажи, структурными элементами которой являются рынки товаров, капиталов, рабочей силы, ценных бумаг, идей, информации и т.д. Рынок — основа рыночной экономики.

 Рынок — это инструмент, или механизм, сводящий вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг. Одни рынки являются локальными, тогда как другие носят международный или национальный характер. Некоторые отличаются личным контактом между предъявителем спроса и поставщиком, а другие являются безличными — на них покупатель и продавец никогда не видят или вовсе не знают друг друга.

 С микроэкономической точки зрения из приведенных определений рынка наиболее подходящим является следующее: рынок - это механизм взаимодействия покупателей и продавцов, другими словами, соотношение спроса и предложения.

 У экономики есть очень действенный инструмент для объяснения этих и многих других изменений в экономическом окружении. Он называется теорией спроса и предложения. Эта теория показывает, как потребительские предпочтения определяют потребительский спрос на товары, в то время как затраты предприятий являются основой предложения товаров.

 Понятие предложения и спроса показывает, как они действуют на конкурентных рынках по отношению к отдельным благам (товарам и услугам). Сначала мы рассмотрим кривую спроса, а затем кривую предложения. Используя эти основные понятия, можно увидеть, как определяются рыночные цены. Именно движение цен - механизм цен, уравновешивает или приводит к равновесию предложение и спрос.

 **Инструменты, способствующие установлению равновесия на рынке:**

 Во-первых, это цены. Изменение относительных цен послужило ориентиром для производителя при определении необходимости изменения объемов производства. Изменение цен повлияло на выбор технологии производства. Цены в конечном итоге предопределили и то, кем при данном уровне доходов будет потреблен продукт.

 Во-вторых, это спрос и предложение. Спрос - это представленная на рынке потребность в товарах, определяемая количеством тех или иных товаров, которые потребители могут купить при сложившихся ценах и денежных доходах. Предложение - это количество товаров, которое имеется в продаже при данной цене. Изменение соотношения между спросом и предложением порождает колебания рыночных цен вокруг так называемой цены равновесия. Через эти колебания устанавливается тот уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения и в конечном итоге равновесие производства и потребления.

 Наконец, в третьих, это конкуренция. Цель каждого предпринимателя - максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности. Это с неизбежностью приводит к взаимной борьбе предпринимателей за наиболее выгодные условия производства и сбытов товаров, рост объемов производства, и они выступают по отношению друг к другу как соперники или конкуренты. Если предложение какого-либо товара больше, чем спрос на него, то усиливается конкурентная борьба между продавцами. Каждый из них, чтобы продать свой товар, зачастую вынужден снижать цену, что, как правило, влечет за собой сокращение данного товара. Если спрос больше, чем предложение, то конкурировать друг с другом вынуждены уже покупатели. Чтобы иметь возможность приобрести дефицитный товар, каждый из них старается предложить по возможности более высокую цену, чем это могут сделать его соперники. Цена повышается, и это стимулирует увеличение предложения данного товара.

 Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма. Однако характер конкуренции может быть различным, что существенно влияет на способ достижения рыночного равновесия.

 Наиболее эффективно рыночный механизм действует в условиях свободной, или совершенной конкуренции, т.е. когда ситуация на рынке характеризуется множеством покупателей и продавцов, однородностью продаваемой продукции, свободным доступом фирм на рынок. При совершенной конкуренции ни один из продавцов или покупателей сам по себе не в состоянии воздействовать на рыночную цену.

 Но для того, чтобы понять рыночную экономику во всей ее полноте, необходимо хорошо усвоить два фундаментальных понятия:

 Спрос;

 И предложение.

 Спрос и предложение - взаимозависимые элементы рыночного механизма, где спрос определяется платежеспособной потребностью покупателей (потребителей), а предложение — совокупностью товаров, предложенных продавцами (производителями); соотношение между ними складывается в обратно пропорциональную зависимость, определяя соответствующие изменения в уровне цен на товары.

**2. Спрос и предложение.**

Экономический анализ предложения спроса является универсальным средством, которое может быть применено к широкому кругу разнообразных проблем. В их числе можно назвать: прогноз влияния меняющихся мировых экономических условий на рыночную цену и эффективность производства; оценка влияния правительственных мер по контролю цен, минимальная заработная плата и экономические стимулы, влияние налогов, субсидий, пошлин на импорт и квот потребителей и производителей.

 Начнем с анализа графиков предложения и спроса, используемых для описания рыночного механизма. Известно, что без вмешательства правительства предложение и спрос придут в равновесие, на базе которого будут установлены рыночная цена товара и его общий объем производства. Но каким образом цена и количество товара зависят от отдельных характеристик спроса и предложения? Как они варьируют во времени зависят от реакции предложения и спроса на такие переменные экономические показатели, как общая экономическая активность, издержки на заработную плату и т.п., которые постоянно меняются?

 Ниже мы обсудим характеристики предложения и спроса и рассмотрим, как они могут различаться по отдельным рынкам. Затем мы сможем использовать зависимости предложения и спроса для ответа на следующие вопросы: почему цены на одни товары широкого потребления неуклонно снижались на протяжении длительного периода, в то время как на другие испытывали резкие колебания ; почему на некоторых ранках случается нехватка товаров; почему объявленные заранее основы будущей правительственной политике или прогноз экономических условий могут повлиять на рынки задолго до того, как эта политика или эти условия станут реальностью?

 Помимо понимания на качественном уровне, как определяется рыночная цена и количество товара и как они могут меняться во времени, важно знать, как они могут быть проанализированы с количественной точки зрения. Мы увидим, как несложные расчеты могут применяться для анализа динамики рынка и его реакции на внутренние и международные макроэкономические изменения.

 Начнем с краткого рассмотрения основной диаграммы “предложение - спрос”, показанной на рис.3 . На оси ординат обозначена цена единицы товара P в долларах. Это цена, которую продавец получает за определенное предлагаемое количество товара и которую покупатель заплатит за определенное требуемое количество этого товара. Ось ординат показывает общее требуемое и предлагаемое количество товара Q в данный период времени.

 Кривая предложения S показывает, какое количество товара и по какой цене производителя могут продать на рынке. Кривая поднимается вверх, потому что, чем выше цена, тем большее число фирм имеет возможность производить и продавать товар. Например, более высокая цена дает возможность существующим фирмам расширить объем производства в короткий промежуток времени за счет привлечения дополнительной рабочей силы или сверхурочных работ, а в длительный промежуток времени - за счет экстенсивного развития самого производства. Более высокая цена может также привлечь на рынок новые фирмы, у которых еще высоки издержки производства и продукция которых при низких ценах является нерентабельной.

 Кривая спроса D показывает, какое количество продукции потребители готовы приобретать по каждой цене. Кривая идет вниз, потому что потребитель обычно предпочитает приобретать больше, если цена ниже. Например, более низкая цена позволяет покупателям, приобретающим товар, покупать еще большее количество и даст возможность потребителям, которые ранее не могли позволить себе покупку, начать приобретать этот товар. Две кривые пересекаются в точке равновесия спроса и предложения, т.е. при равновесных цене и количестве товара. При цене P0 его предлагаемое и требуемое количество одинакова (Q0 ) . В этой точке нет ни дефицита, ни избыточного предложения, а значит, нет давления на изменение цены в дальнейшем. Предложение и спрос не всегда уравновешены на рынке, например тогда, когда неожиданно меняются условия, но у рынков имеется тенденция к равновесию.

Чтобы понять, почему это происходит, предположим, что первоначальная цена была выше равновесного уровня, например была равна P1 (рис.3) . Тогда производители будут пытаться изготовлять и продавать больше товара, чем потребители готовы его купить. Будет скапливаться излишек и чтобы распродать этот излишек, производителем следует снизить цену. Это снижение будет продолжатся до тех пор , пока не будет достигнута цена равновесия P0.



Противоположная ситуация возникнет, если цена первоначально была ниже Р0 , положим Р2 .Будет развиваться дефицит, потому что при этой цене потребители не смогут купить столько товаров, сколько они хотели бы. Это создаст давление на повышение цены, когда потребители будут стараться обойти друг друга, чтобы купить товар, а производители отреагируют на это повышением цен и расширением производства. В конечном итоге цена опять достигнет уровня Р0 . Все это имеет смысл в том случае, если на рынке имеется свободная конкуренция. Если же предложение контролируется монополистом (единственным производителем данного товара), то соответствия между ценой и предлагаемым количеством товара не будет. Поэтому построенные нами кривые спроса и предложения имеют дело с конкурентным рынком.

 Но, помимо цены, предложения и спрос определяются и другими условиями. Например, количество товара, которое производители готовы продать, зависит не только от цены, но и от издержек производства. Спрос на товар зависит, как от бюджета потребителей, так и от изменения экономических условий или налоговой политики. Чтобы сделать это, мы должны понять, как сдвигаются кривые предложения и спроса в ответ на изменения ставки зарплаты, капитальных затрат и дохода.

 Начнем с кривой предложения S на рис.4. Она показывает, какой объем товара производители готовы продать в зависимости от цены на рынке. Например, при цене Р1 производимое и реализуемое количество продукции будет равно Q1. Теперь предположим, что стоимость сырья снизилась. Как это повлияет на предложение ?

Снижение стоимости сырья, так же как и любое снижение затрат, делает производство более прибыльным, стимулируя развитие производства и предоставляя новым фирмам возможность выйти на рынок со своим товаром.

Другой способ проследить воздействие снижения стоимости сырья - это представить себе, что производимое количество остается фиксированным, и прикинуть, какую цену потребуют фирмы, чтобы производить это количество. Из-за того что затраты ниже, требуемая цена тоже будет ниже. Так будет обстоять дело независимо от количества произведенной продукции.

При снижении издержек и цена и количество обычно меняются, а общее произведенное количество возрастает. Как и следовало ожидать, более низкие издержки приводят к более низким ценам и увеличению сбыта.

 Рассмотрим, влияет ли рост дохода потребителей на спрос?

 При большем доходе потребители могут расходовать больше денег на покупку товара. Если бы рыночная цена оставалась постоянной , можно было бы ожидать роста потребляемого количества товара. Это произойдет независимо от того, какова рыночная цена. В качестве альтернативы мы можем задать такой вопрос: какую цену потребители заплатят, чтобы приобрести определенное количество товара ? При большем реальном доходе они будут готовы уплатить более высокую цену.

В целом ни цена, ни количество товара не останутся постоянными при увеличении дохода. Новые цена и количество в итоге приведут к равновесию спроса и предложения.

 Изменение цен на взаимосвязанные товары также влияют на спрос. Например, медь и алюминий являются товарами - заменителями. Спрос на медь возрастает, если увеличится цена на алюминий. С другой стороны, бензин является дополнительным товаром по отношению к автомобилю, т.е. они используются совместно. Следовательно, снижение цен на бензин увеличивает спрос на автомашины.

 На большинстве рынков и спрос, и предложения претерпевают время от времени определенные изменения. Доход потребителей меняется по мере экономического роста (или сокращается во время спада). Спрос на некоторые товары изменяется в зависимости от сезона (топливо, купальные принадлежности, зонтики), в связи с изменением цен взаимозаменяемых товаров (рост цен на нефть увеличивает спрос на природный газ) или просто из-за меняющихся моды и вкусов. Аналогичным образом время от времени меняются размер зарплаты, капитальные вложения, цены на сырье, что в значительной влияет на предложения товаров.

 Итак, анализ спроса и предложения является одним из основных инструментов микроэкономики. На конкурентном рынке предложение и спрос указывают, сколько продукции будет произведено фирмами и каким будет спрос потребителей при определенной цене. Рыночный механизм имеет тенденцию к равновесию, с тем, чтобы не было ни избыточного спроса, ни избыточного предложения. Изменение требуемого количества в процентах в результате увеличения цены на 1% является эластичностью спроса от цены. Эластичность характеризует реакцию предложения и спроса на изменение цены, дохода и других переменных. Все это позволяет нам лучше понять характеристики и поведение рынка.

**2.1. Закон  спроса**

 Коренное свойство спроса заключается в следующем: при неизменности  всех прочих параметров снижение цены ведет к соответствующему возрастанию величины спроса.  И, напротив, при прочих равных условиях повышение цены ведет к соответствующему уменьшению величины спроса.  Короче,  существует отрицательная, или обратная, связь между ценой и величиной спроса.  Экономисты назвали эту обратную связь законом спроса.

Что лежит в основе этого закона? Чтобы ответить на этот вопрос, можно использовать несколько уровней аргументации.

1. Здравый смысл и элементарное наблюдение действительности  согласуются  с тем,  что ним показывает нисходящая кривая спроса.  Обычно люди действительно покупают данного продукта больше  по  низкой  цене, чем по высокой. Для потребителей цена представляет собой барьер, мешающий им совершить покупку,  Чем выше этот барьер, тем меньше продукта они будут покупать,  а чем ниже ценовой барьер,  тем большее его количество они приобретут. Иными словами, высокая цена отбивает у потребителей охоту покупать, а низкая цена усиливает их желание совершить покупку. Уже тот факт, что фирмы устраивают "распродажи", служит наглядным свидетельством их веры в закон спроса.  "Дни торговли по сниженным ценам" основаны на законе спроса.  Предприятия сокращают свои товарные

запасы не путем повышения цен, а путем их снижения.

2. В любой данный период времени каждый покупатель продукта получает меньше удовлетворения,  или выгоды, или полезности от каждой последующей единицы продукта.  Например: второй "Биг Мак" (котлета "Большой Макдональд".  - Прим. перев.) дает меньше удовлетворения потребителю,  чем первый;  третий приносит еще меньше удовольствия или полезности,  чем второй, и т. д. Отсюда следует, что, поскольку потребление подвержено действию принципа убывающей предельной **полезности** - то есть принципа, согласно которому последующие единицы данного продукта приносят все меньше и меньше удовлетворения, потребителя покупают дополнительные единицы продукта лишь при условии,  что цена его снижается.

3. На  несколько  более высоком уровне анализа закон спроса можно объяснить эффектами дохода и замещения. **Эффект  дохода**  указывает на то, что при более низкой цене человек может позволить себе купить больше данного продукта,  не отказывая себе  в  приобретении  каких-либо альтернативных товаров. Иными словами, снижение цены продукта увеличивает покупательную способность денежного дохода потребителя,  а поэтому  он  в  состоянии  купить большее количество данного продукта, чем прежде. Более высокая цена приводит к противоположному результату. Эффект замещения выражается в том, что при более низкой цене  у  человека появляется стимул приобрести дешевый товар вместо аналогичных то-

варов, которые теперь относительно дороже. Потребители склонны заменять дорогие продукты более дешевыми.  Приведем для  иллюстрации  следующий пример: снижение цены на говядину повышает покупательную способность дохода потребителя и позволяет ему покупать больше говядины (эффект  дохода).  При  более  низкой цене говядины ее покупка становится относительно более заманчивой,  и ее покупают вместо свинины, баранины, цыплят и рыбы (эффект замещения).  Эффекты дохода и замещения совмещаются и приводят к тому,  что у потребителей возникает способность и желание покупать  большее  количество продукта по - более низкой цене,  чем по высокой.

**2.2. Закон предложения**

 Легко заметить,  что таблица 4-5  показывает  положительную,  или прямую,  связь между ценой и количеством предлагаемого продукта, С повышением цен соответственно возрастает и величина предложения; со снижением  цен  сокращается также и предложение.  Эта специфическая связь называется  законом  предложения.  Он  просто  показывает "что  производители  хотят  изготовить  и предложить к продаже большее количество своего продукта по высокой цене, чем они хотели бы это делать по низкой цене. Почему? Это в основном также диктуется здравым смыслом.

 Напомним, что цена,  с точки зрения  потребителя,  выступает  как сдерживающий фактор. Препятствие в виде высокой цены означает, что потребитель,  оказывающийся в роли плательщика, будет покупать по этой цене  относительно  небольшое  количество  продукта;  чем ниже ценовой барьер, тем больше потребитель станет покупать. С другой стороны, поставщик  выступает  в  роли получателя денег за продукт.  Для него цена представляет собой выручку за каждую единицу продукта,  а поэтому  она служит стимулом к тому,  чтобы производить и предлагать свой продукт к продаже на рынке.

 Теперь представим  себе фермера,  ресурсы которого в определенных пределах поддаются переключению с производства одних продуктов на другие. По мере повышения цены (см. табл. 4-5) фермер сочтет выгодным изъять земли из производства пшеницы,  овса и соевых бобов и  переключить их на производство кукурузы.  К тому же более высокие цены на кукурузу предоставят фермеру возможность покрывать издержки,  обусловленные более  интенсивной  обработкой  земли и применением в большем количестве минеральных удобрений и пестицидов.  Все эти затраты приводят к увеличению объема производства кукурузы.

 Рассмотрим также предприятие в обрабатывающей промышленности.  На каком-то  этапе промышленники обычно сталкиваются с увеличением издержек производства единицы продукции.  А поэтому для покрытия  возросших издержек  необходимо повысить цену на производимый продукт.  Но почему возрастают издержки?  Они возрастают потому,  что определенные  производственные ресурсы, в особенности производственные площади и машинный парк,  невозможно увеличить за короткое время.  Поэтому,  по мере того как  фирма  наращивает количество более мобильных ресурсов - например, рабочей силы, сырья и комплектующих изделий, - стационарные сооружения и оборудование в какой-то момент становятся перегруженными,  в результате чего эффективность производства снижается,  а издержки производства  каждой последующей единицы продукта возрастают.  Для производства этих требующих больших издержек единиц продукта  производители  должны получить более высокую цену'.  Между ценой и величиной предложения существует прямая связь.

**3. Заключение**

 Взаимодействие спроса и предложения, колебательное движение цен как его результат выражают сущность закона спроса и предложения.

А.Маршалл правильно считал, что закон спроса и предложения есть результат действия более фундаментальных причин, способ реализации единства производства и потребления в рыночной экономике. Этот закон - всеобщая форма, через которую реализуется действие основных факторов, определяющих движение производства и цен.

**4. Список литературы**

1. С. Брю, Р. Макконнелл «Экономика» (в 2-х томах) 1993г.

2. Райзберг Б.А. «Основы экономики и предпринимательства»,

 М.: ТОО ”Вес”, 1995.

3. Борисов Е.Ф., Волков Ф.М. «Основы экономической теории».

 М. : Высш.шк.,1994.

4. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. «Микроэкономика»

 М.: “Экономика”, 1992.