**Московский государственный университет экономики, статистики и информатики**

# Филиал в г. Минске

# Кафедра экономики и информатики

### Курсовая работа

по дисциплине **«МИКРОЭКОНОМИКА»**

## Тема: «ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ»

Выполнил

 студент I курса Минец Наталья Владимировна

Руководитель Савроцкая Наталья Георгиевна

**МИНСК**

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. **ВВЕДЕНИЕ 1**
2. **СПРОС 4**
3. **ПРЕДЛОЖЕНИЕ 9**
4. **ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ 13**
	1. ***ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА 13***
	2. ***ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ 17***
5. **ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗЛИЧНЫМ ФАКТОРАМ. 18**
6. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ 24**
7. **СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 25**

**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**

Экономический анализ предложения и 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.

Спрос – это обобщающий термин, описывающий поведение фактических и потенциальных покупателей товара. Спрос – это потребность, выраженная в денежной форме. Объем спроса – это количество товара, которое покупатели желают приобрести за некоторый период времени (день, месяц, год и т.д.). «Желание приобрести» здесь означает, что покупатели действительно имели бы желание и возможность заплатить за требуемое количество товара, если бы таковое имелось в наличии. Важно различать объем спроса и объем фактической покупки. Объем спроса определяется только поведением покупателей, тогда как объем покупки определяется и покупателями, и продавцами совместно. Объем спроса зависит от цены данного товара, цены других товаров, неценовых детерминант, включающих доходы покупателей и их вкусы, накопленное имущество, инфляционные и дефляционные ожидания покупателей, цены на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары. Поэтому спрос очень подвижен и изменчив. Есть и другие неценовые факторы (возраст покупателей, национальные особенности и т.д.), которые способны влиять на объем спроса. Их необходимо выявлять, прежде чем начинать внедрять на рынок тот или иной товар.

В зависимости от уровня экономики, на котором формируется спрос, выделяют:

1. Совокупный спрос.

 Он формируется на уровне макроэкономики.

1. Отраслевой спрос.

 Он формируется на мезоуровне и представляет собой спрос со стороны других отраслей и домохозяйств на продукцию данной отрасли.

1. Рыночный спрос.

Это спрос на какой-либо определенный вид продукции.

1. Спрос индивидуального покупателя.

 Зависит от размеров денежных средств, находящихся на руках населения, в сберкассах, от различных выплат и наследства, размеров рынка, цены, полезности и качества товаров, субъективных вкусов и предпочтений.

Как уже говорилось выше, объем спроса зависит от многих факторов. Одним из основных является цена на данный товар. Устойчивая, повторяющаяся взаимосвязь между объемом спроса и ценой, имеющая обратно пропорциональный характер, называется законом спроса.

Количество товаров, которое покупается людьми, всегда зависит от цен на товары. Между рыночной ценой товара и тем его количеством, на которое предъявляется спрос, всегда существует определенное соотношение. Высокая цена товара ограничивает спрос на него, уменьшение цены на этот товар, как правило, обуславливает возрастание спроса на него. Эту взаимосвязь между ценой и количеством покупаемого товара можно отразить на графике (рис.1)

**Рис.1 Кривая спроса**

**Р**

**P2 A**

**P1 B**

 **Qd2**

 **Qd1**

 **Q2 Q1 Q**

При цене Р1, которая является более низкой по сравнению с ценой Р2, спрос предъявлен на большее количество продукта Q1. Когда цена повышается до Р2, спрос снижается. Причина этого кроется в том, что при росте цены люди делают выбор, какие продукты им потреблять. Из закона спроса можно сделать вывод, что при равноценности других составных величин результатом повышения цены всегда будет уменьшение количества покупаемого товара.

Этот закон впервые сформулировал французский математик Антуан Огюстен Курно в работе «Исследование математических принципов теории богатства». В соответствии с его формулировкой закона, спрос на товар составляет некоторую функцию цены, причем, как правило, убывающую. Такое положение вполне обосновано и не противоречит рынку.

Формула закона падающего спроса А.Курно такова:

**D = f(P)**,

где f(P)<0; D - спрос; f - функция; P - цена.

Данный закон выражает следующую зависимость:

 цены имеют тенденцию к снижению;

 при этом количество товаров, на которое предъявлен спрос, наоборот, повышается;

 но повышение количества товаров, на которое предъявляется спрос, происходит в меньшей степени, чем снижение цены;

 отсюда кривая спроса - убывающая.

Закон падающего спроса под воздействием многочисленных факторов действует как тенденция.

Точки А и В (рис.1).Точка А - это позиция на линии спроса, которая обозначает количество потребляемого продукта по данной цене. Точка В обозначает то же самое, определяя количество продукта, которое будет потребляться по более низкой цене. Когда мы имеем дело с изменением цены, линия спроса движется из точки А в точку В. Вот это движение по линии спроса и будет результатом смены цены.

Таким образом, под спросом следует понимать всю кривую спроса, а обозначение отдельной точки на кривой спроса означает «купленное количество товара» по определенной цене. Движение по данной кривой спроса представляет собой изменение объема покупок в результате сдвигов в ценах, но вовсе не означает изменения самой кривой спроса.

Линия справа, обозначенная как Qd2, отражает перемену спроса и свидетельствует о том, что на рынке появился новый фактор, который вызывает значительные перемены во взаимоотношениях между ценами и количеством продукта, пользующимся спросом. Перемена в спросе может быть вызвана увеличением дохода покупателей, внедрением экзогенного (внешнего) спроса в экономику или сменой цен на альтернативные продукты. Другими причинами изменения спроса могут быть перемены вкусов в пользу данного продукта, новый приток потребителей на рынке. Повышение или снижение цен на элементы производства продукта меняют себестоимость и цену всего продукта. Уменьшение количества продукта высокого спроса приводит к повышению цены на продукт-заменитель.

Линия спроса на рис.1 подразумевает только один продукт. Смена цен и наличие альтернативных продуктов по различным ценам, которые несут в себе такую же или подобную полезность, будут влиять на движение этой линии. Изобразив на рис.1 совокупную линию спроса, мы покажем совокупные производственные возможности страны в целом. Но такой рисунок обычно используется для выражения перемен в спросе на примере цены одного какого-либо товара или услуги. Перемена спроса обычно бывает вызвана значительным изменением в рыночной структуре, что находит свое выражение в реальном снижении или повышении цены. Повышение спроса может наступить в результате серьезного открытия в области технологии, что значительно снизит стоимость производительных затрат при выпуске продукта. В этом случае большее количество продукта становится доступным по более низким ценам и, следовательно, у людей повышается на него спрос.

**Р**

**P2**

**P1**

 **Qd2**

 **Qd1**

 **Q2 Q1 Q**

**Рис.2 Кривая спроса**

На рис.2 горизонтальные линии Р1 и Р2 вышли за линию Qd1. Новая линия, обозначенная Qd2, означает, что у потребителя имеется больше денег на покупки и в результате будет увеличено количество продукта, которое он приобретет на рынке. Предположим, что эти линии спроса обозначают только единичные продукты. В действительности же мы имеем дело со взаимодействием предложения и спроса на примере бесконечного множества продуктов, которые могут быть в продаже в любом месте и в любое время.

Передвижение линии спроса может произойти при внедрении в экономику экзогенного спроса - спроса, изменение которого вызвано вмешательством правительства или внедрением каких-либо сил извне свободного рынка.

На рис.2 видно, что цена поднялась и установила новые соотношения между требуемым количеством продукта и предлагаемой ценой. Механизм цен - это лучший путь регулирования, чем вмешательство правительства. В системе рынка потребители продукта имеют возможность сами определить, в каком количестве им потреблять продукт и сколько за него платить. Если этому механизму не дать работать самостоятельно, результатом, скорее всего, будет сокращение объема полезности, производимой и потребляемой обществом.

Эндогенный или внутренний спрос - это тот спрос, который генерируется внутри общества благодаря факторам, существующим в данном обществе.

Таким образом, рынок может регулироваться с помощью своего собственного механизма (спроса, предложения, цен и др.) и государством прямо или косвенно через госзаказы, налоги и т.д.

Различные товары отличаются друг от друга по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора. Степень реакции спроса на эти факторы поддается количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса. Понятие эластичности спроса раскрывает процесс адаптации рынка к изменениям в основных факторах (цене данного товара и других товаров, доходов потребителей и т.д.), определяющих спрос.

Эластичность - это способность спроса реагировать на изменение на рынке различных факторов (цены,

**3.ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

Предложение, точно также как и спрос, это обобщающий термин. Он характеризует поведение фактических и потенциальных продавцов товара.

Объем и структура предложения характеризует экономическую ситуацию на рынке со стороны продавцов (производителей) и определяются размерами и возможностями производства, а также той долей товаров, которая направляется на рынок, ибо часть производимой продукции потребляется в производстве.

В каждый данный момент положение производителей, предлагающих свой товар на рынке, не является одинаковым. Некоторые из них произвели много товаров, а другие мало. Одни из них затратили на их производство меньше средств производства и труда, у других эти затраты на единицу продукции оказались более высокими. Но, оказавшись на рынке, все они, каковы бы ни были их производственные издержки, стремятся получить самую высокую цену. При этом чем выше цена товара, тем активнее они будут пытаться продать большее его количество, то есть увеличивать предложение (при наличии конкурентов).

Объем предложения товара – это количество товара, которое продавцы желают продать за некоторый период времени (день, месяц, год).

«Желание продать» здесь означает, что продавцы действительно желали и могли бы поставить на рынок предлагаемое количество товара при наличии достаточного числа покупателей.

Как важно различать объем спроса и объем покупки, так же важно отличать объем предложения от объема продаж. Объем предложения определяется только поведением продавцов, тогда как объем продаж определяют и продавцы, и покупатели.

Объем предложения зависит от цены товара и других факторов, прежде всего от цен, используемых в производстве ресурсов и имеющихся в распоряжении продавцов производственных технологий. Также объем предложения зависит от неценовых детерминант: количества продавцов на рынке, инфляционных и дефляционных ожиданий производителей, налогов на производителей, дотаций производителям, природные и погодные условия в сельскохозяйственной и добывающих отраслях. Помимо указанных факторов в каждой стране существуют и специфические факторы, от которых зависит поведение инвесторов.

Так же как и спрос, предложение можно классифицировать в зависимости от уровня экономики, на котором оно возникает:

1. Совокупное предложение.
2. Отраслевое предложение
3. Предложение индивидуального производителя.

### Так же предложение можно классифицировать в зависимости от натурально – вещественной формы производства товаров и услуг.

### Объем предложения регулирует экономические интересы производителя, которые зависят от рыночной цены товара. Чем выше цена товара, тем большая возможность, что производитель окупит затраты и получит прибыль. Поэтому между ценой и объемом предложения есть прямая связь, которая называется законом предложения.

### На рынке складывается определенное соотношение между рыночными ценами и количеством товара, которое производители желают предложить покупателям. Эту зависимость можно отразить графически (рис.3).

**Р Qs**

 **P2**

**P1**

 **Q1 Q2 Q**

# Рис.3 Кривая предложения

Кривая предложения на графике (рис.3) иллюстрирует функциональную зависимость между рыночными ценами и тем количеством продукции, которое производители изъявляют готовность произвести и продать. Под предложением следует понимать всю кривую предложения. Главный фактор, воздействующий на предложение - издержки производства, производственные затраты. Также на кривую предложения оказывает влияние степень монополизации производства и рынка.

На кривую предложения возрастающую роль оказывает технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменить предложение товара. Форма кривой предложения товара во многом обусловлена технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при его изготовлении. Если мобильность производства и используемых в нем ресурсов высока, то кривая предложения имеет более пологий вид, то есть незначительное изменение цен означает существенное увеличение предложения товара. Когда же увеличение производства требует больших затрат ресурсов и труда, кривая предложения более крутая.

На графике кривая предложения поднимается снизу вверх. Это обусловлено законом изменения предложения. Суть его состоит в том, что, если цена какого-либо товара повышается при неизменности других условий рынка, то предложение этого товара увеличивается, и, наоборот, падение цены ведет к сокращению предложения. А.Курно вывел следующую формулу закона :

 **S = f(P),**

причем f(P)>0, где S - предложение, f - функция, P -

цена.

Кривая предложения может менять свое положение на графике (рис.4).

**Р Qs1**

 **Qs2**

 **Qs3**

 **Q**

**Рис.4 Кривые предложения**

Qs1 - это линия перемены в предложении. То есть был введен какой-то элемент, который вызвал значительное структурное изменение во взаимоотношении между ценой и количеством товара. Стоимость товара повысилась. Qs1 имеет больший объем ценностей, судя по осям P и Q, чем Qs2.

Qs2 - это условие, когда что-то вмешалось в процесс рынка. Например, налог на товар или другой элемент, который вызвал подъем цены. Это может быть условие, которое увеличивает прибыль продавца, но подрывает рынок.

Qs3 - это ситуация, повлекшая за собой понижение цены. Она обычно возникает при введении более современной технологии. Поэтому на рис.4 изображена ситуация перемены предложения: сначала повышение цены на продукт (Qs1), а затем - понижение цены (Qs3). Найдя подходящую цену и соответствующее ей количество товара на рис.4, можно легко определить, каким образом эти перемены в предложении отражаются на рынке.

Наиболее простые элементы, вызывающие изменения в предложении, - это новая технология и налоги. Налог вызовет изменение в предложении от Qs2 до Qs1. Технология приведет к изменениям от Qs2 до Qs3. Вмешательства в систему рынка также вызовут изменения в этом графике. Например, дотации на продукт могут привести к изменению предложения. Нормирование товара тоже подрывает предложение

4.ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

**4.1.ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА**

В экономике широко распространено использование процентного исчисления для выражения способности одной переменной реагировать на изменение другой. Для обозначения подобных зависимостей, выраженных как отношение их процентных изменений, используется термин эластичность.

Спрос и предложение разных товаров по-разному чувствительны к изменению факторов, их определяющих. Эластичность - это степень чувствительности спроса и предложения к различным факторам.

Рассмотрим сначала эластичность спроса. Главным фактором, влияющим на спрос, является цена. Эластичность спроса по цене (прямая эластичность спроса) - это степень чувствительности спроса на какой-нибудь товар к изменению цены на этот товар. Прямая эластичность спроса по цене показывает, на сколько процентов увеличится (уменьшится) спрос при уменьшении (увеличении) цены на данный товар на один процент.

Математически прямая эластичности может быть выражена в видекоэффициента эластичности:

**Относительное (процентное) изменение объема спроса = ld**

**Относительное (процентное) изменение цены**

Процентное изменение называется относительным, т. к, показывает, насколько изменилась данная величина по отношению к прежнему, настоящему или среднему значению данной величины.

**Рис. 5 Относительное изменение величины спроса и цены.**

 **Р**

 **P2**

 **△Р**

 **P1 △Q**

 **Q2 Q1 Q**

**Рис. 3**

Формула средней точки, иначе называемая дуговой эластичностью, не единственная, позволяющая вычислить эластичность, и имеет свой недостаток: она может ввести в заблуждение, если ее применять к очень широким интервалам изменений цены и величины спроса. Поэтому ее рекомендуют применять к относительно небольшим интервалам изменений величины спроса и цен. Существует иная возможность вычисления коэффициента эластичности для одной точки на кривой спроса. Для линейной зависимости спроса приемлема следующая формула:

**Q=A-BP, где Q-величина спроса,**

**P-цена, A и B—константы.**

Тогда коэффициент эластичности в точке для эластичности спроса будет выглядеть так:

**Эластичность = BP / (A-BP).**

Представляемый горизонтальной кривой спроса, численно не может быть определен, т. к. по мере приближения кривой спроса к линии, параллельной оси абсцисс, знаменатель формулы эластичности стремится к нулю, а само численное значение эластичности стремится к бесконечности. Иначе говоря, любое сколь угодно малое повышение цены приводит к падению спроса до нуля, а любое сколь угодно малое понижение цены приводит к увеличению спроса до бесконечности. Спрос абсолютно чувствителен к цене.

***ПРАВИЛО 1. Чем больше у товара заменителей (субститутов) и чем ближе их полезные свойства, тем выше эластичность спроса на этот товар.***

***ПРАВИЛО 2. (следствие первого). Спрос на товар тем более эластичен, чем уже и конкретнее этот товар определен. Чем более агрегирован товар, тем ниже эластичность спроса.***

Агрегирование—это объединение товара с другими товарами во все более и более расширяющиеся группы.

***ПРАВИЛО 3. (следствие первого). Спрос на товар одной фирмы обычно более эластичен, чем рыночный спрос на тот же самый товар, производимый во всей совокупности.***

***ПРАВИЛО 4. (следствие первого). Товары, расходы на которые имеют значительный удельный вес в бюджете потребителя, обладают более высокой эластичностью, чем товары, требующие незначительных бюджетных расходов.***

*С* этой точки зрения, 20% снижение цен на автомобили окажет большее влияние на бюджет потребителя, чем такое же процентное понижение цены на зубные щетки. Спрос на автомобили ощутимо возрастет, на зубные щетки—слабо.

***ПРАВИЛО 5. (следствие первого). Невысокую эластичность имеет обычно спрос на предметы первой необходимости, т. к. не располагают близкими знаменателями, тогда как спрос на предметы роскоши отличается высокой эластичностью.***

***ПРАВИЛО 6. (следствие первого). Для большинства товаров с ростом их цен эластичность спроса повышается, а с уменьшением цен—падает.***

Это происходит потому, что снижение цены какого-либо товара при неизменном спросе означает расширение его предложения. Появление на рынке дополнительных более дешевых единиц этого товара вытеснит товары—заменители, и эластичность спроса на него понизится.

**ПРАВИЛО 7. (следствие первого). Повышение спроса при неизменном предложении также в большинстве случаев приводит к снижению эластичности спроса, т. к. в этом случае данный товар начинает вытеснять с рынка конкурирующие товары-заменители.**

***ПРАВИЛО 8. (следствие первого). Эластичность спроса по цене в значительной степени определяется временными рамками, в пределах которых принимается решение о покупке.***

Существует ряд причин, по которым на коротких временных интервалах спрос менее эластичен, чем на длинных.

**Причина первая.** Полное приспособление к изменению цены какого-либо товара может потребовать изменений в структуре потребления покупателя.

**Причина вторая.** Увеличение цены одного товара стимулирует предпринимателей наладить в ходе долгосрочного периода выпуск более широкого ассортимента товаров-заменителей, влияние которых на эластичность нам уже известно.

**Причина третья.** Медленная, постепенная адаптация вкусов потребителей.

**4.2.ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Эластичность предложения показывает степень реакции производителя на изменение величины какого либо фактора. Ценовая эластичность предложения характеризует чувствительность изменения объема производства (продаж) к изменению цены товара. Эластичность предложения рассчитывается как отношение процентного изменения количества производимой (продаваемой) продукции к процентному изменению цены:

**ES = ((Q2-Q1)/Q1): ((P2-P1)/P1)**

Если интенсивность реакции производителя на изменение цен велика, то предложение эластично, и наоборот.

Факторы, влияющие на эластичность предложения:

* 1. Фактор времени
	2. Степень сохранности товара, стоимость его хранения
	3. Возможности (гибкость) технологического процесса.

Важнейший фактор, влияющий на эластичность предложения, имеющегося в распоряжении производителя (продавца) для того, чтобы отреагировать (принять меры) на данное изменение цены продукта - время. Чем больше времени, тем легче изменить объем производства, т.е. тем больше эластичность.

Кроме фактора времени на предложение влияет также степень сохранности товара (например, помидоры не могут долго храниться, а грецкие орехи - могут, поэтому цены на помидоры снижаются достаточно быстро, а на грецкие орехи держатся в течение длительного времени), а также стоимость и условия его хранения

Возможности технологического процесса также влияют на эластичность предложения. Например, если легко и быстро можно перепрофилировать или приспособить оборудование для производства пользующейся спросом продукции и т.д.

В отличие от эластичности спроса показатель суммарного (валового) дохода для предложения просто не существует, поскольку зависимость между ценой и количеством предлагаемой продукции является прямой. Поэтому, независимо от степени эластичности или неэластичности, цена и валовой доход всегда изменяются в одном и том же направлении.

Следует подчеркнуть огромное практическое значение использования концепции эластичности: Показатели эластичности используются при обосновании введения различных налогов и, прежде всего, акцизных налогов; при разработке мер государственного воздействия по регулированию выпуска сельскохозяйственной продукции; установление минимума заработной платы, и т.д.

**5.ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗЛИЧНЫМ ФАКТОРАМ.**

Мера реакции одной величины на изменение другой называется эластичностью.

Эластичность показывает, насколько процентов измениться одна переменная экономическая величина при изменении другой на один процент. Примером может служить эластичность спроса по цене, или ценовая эластичность спроса, которая показывает на сколько изменится в процентном отношении величина спроса на товар при изменении его цены на один процент.

Если обозначить цену Р, а величину спроса Q, то показатель (коэффициент) ценовой эластичности спроса Ep равен:

где ΔQ - изменение величины спроса, %; ΔР - изменение цены, %; «Р» в индексе означает, что эластичность рассматривается по цене.

Аналогично можно определить показатель эластичности по доходам или какай-то другой экономической величине.

Показатель ценовой эластичности спроса для всех товаров является отрицательной величиной. Действительно, если цена товара снижается - величина спроса растет, и наоборот. Однако для оценки эластичности часто используется абсолютная величина показателя (знак «минус» опускается).

Если абсолютная величина показателя ценовой эластичности спроса больше 1, то мы имеем дело с относительно эластичным спросом. Иными словами, изменение цены в данном случае приведет к большему количественному изменению величины спроса.

Если абсолютная величина показателя ценовой эластичности спроса меньше 1, то спрос относительно неэластичен. В этом случае изменение цены повлечет за собой меньшее изменение величины спроса.

При коэффициенте эластичности, равном 1, говорят о единичной эластичности. В этом случае изменение цены приводит к такому же количественному изменению величины спроса.

Существует два крайних случая. В первом возможно существование только одной цены, при которой товар будет приобретаться покупателями. Любое изменение цены приведет либо к полному отказу от приобретения данного товара (если цена повысится), либо к неограниченному увеличению спроса (если цена снизится). При этом спрос является абсолютно эластичным, показатель эластичности бесконечен. Графически этот случай можно изобразить в виде прямой, параллельной горизонтальной оси.

1. **Р**
2. **D**
3. **Р/**
4. **Q**

Другой крайний случай представляет собой пример абсолютно неэластичного спроса: изменение цены не отражается на величине спроса. График абсолютно неэластичного спроса выглядит как прямая, перпендикулярная горизонтальной оси.

1. **D**
2. **P**
3. **Q/**
4. **Q**

Примером может служить спрос на отдельные виды лекарств, без которых больной не может обойтись, и т.п.

Таким образом, абсолютная величина показателя ценовой эластичности спроса может изменяться от нуля до бесконечности:

1< |Εр| ≤ ∞ - спрос эластичен;

0≤ |Εр| < 0 - спрос неэластичен;

 |Εр| = 1 - спрос с единичной эластичностью.

Как измерить эластичность спроса по цене? Для этого необходимо подсчитать процентное изменение величины спроса, процентное изменение цены и соотнести их:

Из этой формулы видно, что показатель эластичности зависит не только от соотношения приростов цены и объема, или от наклона кривой спроса, но и от их фактических значений. Даже если наклон кривой спроса является постоянным, показатель эластичности будет различным для разных точек на этой кривой.

Существует еще одно обстоятельство, которое следует учитывать при определении эластичности. Какой объем продукции и какой уровень цены следует использовать при расчете? Существовавший до изменения или полученный после него?

На участках эластичного спроса снижение цены и рост объема продаж приводят к увеличению общей выручки от реализации продукции фирмы, на участке неэластичного спроса - к уменьшению выручки. Поэтому каждая фирма будет стремиться избегать того участка спроса на свою продукцию, где коэффициент эластичности меньше единицы.

Важным моментом, оказывающем воздействие на эластичность спроса, является наличие товаров-заменителей. Чем больше на рынке продуктов, призванных удовлетворить одну и ту же потребность, тем больше возможностей для покупателя отказаться от приобретения данного конкретного продукта в случае повышения его цены, тем выше эластичность спроса на данный товар.

Другим важным обстоятельством, влияющим на ценовую эластичность, является фактор времени. В краткосрочном периоде спрос имеет тенденцию быть менее эластичным, чем в долгосрочном. Такая тенденция изменения эластичности во времени объясняется тем, что с течением времени каждый потребитель имеет возможность изменить свою потребительскую корзину, найти товар-заменитель.

Различия в эластичности спроса объясняется также значимостью того или иного товара для потребителя. Спрос на предметы первой необходимости неэластичен; спрос на товары, не играющие важной роли в жизни потребителя, обычно эластичен. Понятие перекрестной эластичностиспроса используется для определения степени влияния на величину спроса на данный товар изменения цены другого товара. Коэффициент перекрестной эластичности - это отношение процентного изменения спроса на товар А к процентному изменению цены товара Б:

где «с» в индексе означает перекрестную эластичность. Значение коэффициента от того, какие товары рассматриваются - взаимозаменяемые или взаимодополняемые.

Если товары являются взаимозаменяемыми, коэффициент перекрестной эластичности будет положительным.

Измерив перекрестную эластичность, можно определить, являются ли выбранные товары взаимодополняемыми или взаимозаменяемыми и соответственно, как изменение цены на какой-то один вид продукции, производимой фирмой, может отразиться на спросе на другие виды продукции той же фирмы. Такие расчеты помогут оценить решения по изменению цен на выпускаемую продукцию.

Для оценки эластичности спроса может быть выбрана не только цена, но и другие экономические переменные. Эластичность спроса по доходу измеряется как отношение изменения спроса на товар к изменению доходов потребителей. Измерив эластичность по доходу, можно определить, относится ли данный товар к категории нормальных (когда рост доходов приводит к росту спроса) или низших (когда реакция обратная).

Основная масса потребительских товаров относится к категории нормальных.

Измерив эластичность предложения по цене, можем получить ответ на вопрос, насколько производство той или иной продукции реагирует на изменение цены. Коэффициент ценовой эластичности предложения рассчитывается по той же формуле, что и коэффициент ценовой эластичности спроса. Различие лишь в том, что вместо величины спроса берется величина предложения:

где Q0 и Q1 -предложение до и после изменения цены; Р0 и Р1 - цены до и после изменения; «s» в индексе означает эластичность предложения.

Предложение, поскольку оно связано с изменениям производственного процесса, медленнее адаптируется к изменению цены, чем спрос. Поэтому фактор времени является важнейшим в определении показателя эластичности.

Обычно при оценке эластичности предложения рассматриваются три временных периода: краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный.

а) в краткосрочном периоде, когда все факторы производства постоянны, повышение (понижение) спроса приводит к повышению (понижению) цен, но не отражается на величине предложения. В этом случае предложение неэластично;

б) в среднесрочном периоде, когда предложение может в некоторой степени отреагировать на изменение спроса и, соответственно, цены, могут быть изменены только некоторые факторы производства. Например, путем привлечения дополнительных рабочих, сырья и т.д. Объем предложения изменится, но незначительно. Эластичность предложения в этом случае повышается;

в) в долгосрочном периоде, когда возможностей для увеличения объема производства продукции гораздо больше, т.к. все факторы производства являются переменными (в т. ч. производственные мощности, число фирм в отрасли и т.д.). Эластичность предложения будет выше, чем в двух предыдущих случаях.

**6.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.

**7.СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Эдвин Дж. Долан. Микроэкономика. Издательство АО “Санкт-Петербург оркестр”, 1994 год.
2. Микро- и макроэкономика, практикум. АО “Литера плюс”, “Санкт-Петербург оркестр”, 1994 год.
3. Экономика. Учебник для экономических академий, вузов и факультетов. Под редакцией кандидата экономических наук, доцента А.С.Булатова. Издательство БЕК. Москва 1995.
4. Рыночная экономика. Учебник. Том 1, часть 1. Издательство “Соминтек”. Москва 1992.
5. Микроэкономика. Учебное пособие. Науч.ред.акад. В.Г. Тимирясов.
6. В. Ф. Максимова. Микроэкономика. М.: Соминтэк., 1996.
7. . Борисов Е.Ф., Экономическая теория. Учебное пособие.
8. . Райзберг, «Курс экономики», Учебник.