*МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ*

*АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА*

*КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ*

КУРСОВАЯ РАБОТА

***ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ***

*НА ТЕМУ:* ***СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ ТОВАРОВ. ЗАКОН СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.***

*РУКОВОДИТЕЛЬ: доктор эк. наук, проф. Агеев В.М.*

*РЕЦЕНЗЕНТ*

*ВЫПОЛНИЛА:*

#### студентка 2 курса

*соц.эк. факультета*

*дневного отделения*

*Мархиева Залина*

МОСКВА 2001

***СОДЕРЖАНИЕ***

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава I:ОПРЕДЕЛЕНИЕ СПРОСА 4

1,1: ВИДЫ СПРОСА И ЭЛЕМЕНТЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ. 5

1,2:ВЕЛИЧИНА СПРОСА. ЗАКОН СПРОСА. 6

1,3:ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА 10

Глава II:ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. 14

2,1:ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ. 15

2,2:ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. 18

2,3:РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА. 20

Глава III: ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИКИ ИЗУЧЕНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА В РОССИИ. 23

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: 25

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ: 27

# ВВЕДЕНИЕ

*В рыночной экономике продукты продаются и покупаются. Товарное обращение и соответственно рынок всегда представлены парным отношением «продавец- покупатель», которое в превращенной форме, свойственной обращению, выражает внутренние связи и противоречия между производством и потреблением. Они проявляются в сфере обмена как противоречия между спросом и предложением.*

*Спрос и предложение товаров являются подлинными регуляторами рыночной экономики. В основе жизни рыночной экономике лежит взаимодействие спроса и предложения. Именно от этого взаимодействия зависит ответ, что производить, для кого производить и по какой цене продавать произведенную продукцию, чтобы извлечь необходимую прибыль для дальнейшего развития. Именно соотношение между спросом и предложением порождает колебания рыночных цен. Через эти колебания устанавливается тот уровень цен, при котором обеспечивается равновесие спроса и предложения, а в итоге - равновесие производства и потребления.*

*Всем известно что, одним из главных вопросов, который пытались решить не только продавцы и покупатели, но и экономисты всех времен является – что определяет цены на продукты? И из выше сказанного появляется наиболее краткий ответ на него: цену определяет соотношение спроса и предложения.*

*В рыночной экономике понятие «спрос» наряду с понятием «предложение» относится к числу фундаментальных. Распространена даже шутка, что попугая, умеющего произносить слова «спрос» и «предложение», можно считать образованным экономистом.*

*Как известно, самые распространенные, обобщающие термины настолько емки и многогранны, что не поддаются точным определениям, это в полной мере относится и к терминам «спрос» и «предложение».*

*Сначала разберемся, что такое СПРОС…*

## 

# Глава I:ОПРЕДЕЛЕНИЕ СПРОСА

***СПРОС-***  *это платежеспособная потребность, сумма денег, которую покупатели могут и намерены заплатить за какие-то нужные им изделия и услуги. Спрос нельзя отождествлять с потребностью как таковой: если человек нуждается в каком-то благе, но у него нет денег, то он не обладает покупательским спросом, т.е. совокупная величина потребностей превышает платежеспособный спрос, и потребности не могут быть полностью удовлетворены. Таким образом, платежный спрос-это спрос на товары и услуги, подкрепленный денежными средствами покупателей. Он отражает обеспеченную деньгами часть потребностей населения в конкретных количествах товаров и объемах услуг определенного назначения.*

*Спрос характеризуется количеством товаров определенного вида, которые потребитель хочет и в состоянии купить при определенной цене на них в течение определенного периода времени. Именно спрос определяет, что покупать на рынке и в каком количестве. Спрос- это важнейший ориентир для предложения. И наоборот, предложение на рынке выступает с такими товарами, которые пользуются спросом.*

*Соотношение спроса и предложения, в конечном счете, определяет цены на рынке потребительских товаров, средств производства, ценных бумаг, рабочей силы и других товаров.*

## 1,1: ВИДЫ СПРОСА И ЭЛЕМЕНТЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ.

*Различают индивидуальный спрос, т.е. платежеспособные потребности отдельного покупателя в том или ином товаре, суммарный спрос индивидуальных покупателей и совокупный спрос, выраженный в деньгах, который формируется на национальном уровне. Он представляет собой реальный объем товаров, который готовы купить при определенном уровне цен все хозяйствующие субъекты.*

*По степени охвата товаров различают: а) микроспрос, т.е. спрос на отдельные виды товаров, б) макроспрос, т.е. спрос на более или менее крупные группы товаров.*

*По степени удовлетворения спроса выделяют: а) реализованный спрос, б) неудовлетворенный спрос, который определяется количеством денег, которые не могут быть обменены на товары в силу их отсутствия в продаже, в) скрытый неудовлетворенный спрос, когда вместо желаемого товара, отсутствующего в продаже, приобретаются другие товары или его вид, худший по качеству.*

*По характеру спроса различают: а) падающий спрос, б) полноценный спрос, в) растущий спрос, г) чрезмерный спрос, д) нерегулярный спрос, ж) нерациональный спрос.*

*Элементы формирования спроса. На размеры и структуру спроса влияют: а) цена продукта или услуги, б) доходы населения, в) число покупателей, г) наличие товара, д) вкусы покупателей, е) мода, ж) реклама, з) цены на сопряженные товары, и) система налогообложения, к) возможность и условия кредита, л) гарантийный и постгарантийный сервис, м) сезонный фактор, н) демографические факторы, о) географические особенности, п) национальные и исторические особенности, р) профессиональная структура работающего населения, с) имущественная дифференциация населения, т) валютный курс, у) меры по стимулированию спроса и др.*

*Для стимулирования спроса можно использовать следующие меры: а) демонстрация товаров, б) предложение о возврате денег, если товар не понравился, г) удобство упаковки и доставка товара, д) премии и конкурсы и др.*

## 1,2:ВЕЛИЧИНА СПРОСА. ЗАКОН СПРОСА.

***Величиной спроса*** *называется количество товара, которое покупатели готовы (т.е. хотят, могут) купить при данной цене в течение определенного периода: дня, недели и т.п.*

*Величина спроса находится в обратной зависимости от цены: чем выше цена товара, тем меньшее его количество люди готовы купить, и наоборот, чем ниже цена, тем большее количество товара люди готовы купить. Это соотношение называется* ***законом спроса****.*

*Для того чтобы легче выявить зависимость спроса от цены рассмотрим шкалу спроса, которая показывает, сколько товаров можно купить по различным ценам за данный период.*

*Цена 1 кг яблок, руб. Покупатели готовы купить*

*2 25*

*5 15*

*8 9*

*10 6*

*15 4*

*20 2*

***Закон спроса*** *выражает следующую функциональную зависимость спроса (С) от цены (Ц): С=F(Ц), где F- показатель количественной зависимости. Чем выше цена товара, тем меньше спрос на него со стороны покупателей. Например, в нашей стране повышение цен на подписные издания в 1991-1998гг. привело к сокращению объема подписки. Действует и обратная зависимость: чем ниже цена, тем больше спрос. Математически это означает, что между величиной спроса и ценой существует обратно пропорциональная зависимость (однако не обязательно в виде гиперболической, представленной формулой y=а/x).*

*Природа закона спроса по существу проста. Если у покупателя есть определенная сумма денег на приобретение данного товара, то он сможет купить тем меньше товара, чем больше его цена, и наоборот. Конечно, реальная картина намного сложнее, так как покупатель может привлечь дополнительные средства, приобрети взамен данного товара иной, заменяющий его. Но в целом закон спроса отражает генеральную тенденцию свертывания объема закупок с ростом цен на товар в условиях, когда денежные возможности покупателя ограничены определенным пределом.*

*Графически закон спроса представлен в виде так называемых* ***кривых спроса****, отражающих в форме графика связь, функциональную зависимость между величиной спроса и ценой, то есть шкалу спроса.*

*Кривые D-D'на графике показывают: при повышении цен платежеспособная потребность людей сокращается, и наоборот, когда цена снижается, спрос на продукты увеличивается.*

*Кривые спроса позволяют установить не только объем спроса, соответствующий данной цене на товар, но и выявить чувствительность величины спроса к изменению цены на товар.*

*Смещение кривых спроса происходит под влиянием изменений доходов людей. Когда доход возрастает, спрос на большинство товаров увеличивается, и наоборот, при уменьшении дохода спрос снижается. Эти товары экономисты называют нормальными. Но есть и товары-исключения, на которые с возрастанием дохода спрос падает, а с уменьшением - растет.*

*Среди товаров низшей категории есть такте удивительные товары, величина спроса на которые растет с увеличением цены (т.е. кривая спроса является растущей). Спрос на многие товары в экономике зависит от ситуации на рынке других товаров. Например, если цена на зеленый салат возрастет, а на капусту останется без изменения, потребители перейдут на салаты из свежей капусты и, соответственно, кривая спроса на нее сдвинется вправо. Такие салаты, как салат и капуста, называются заменителями. Есть и такие товары, на которые спрос растет одновременно, например, если снизится цена на лыжи, по всей вероятности, возрастет спрос на спортивную зимнюю одежду. Такие товары называют дополняющими.*

*Итак, сдвиг кривой спроса может произойти в результате:*

1. *изменения вкусов потребителей;*
2. *изменения вкусов потребителей;*
3. *изменения ситуации (спроса, предложения, цены) на рынке заменителей или дополняющих товаров.*

*Теоретически вполне возможно существование товаров, не подчиняющихся закону спроса, величина спроса на которые возрастает при увеличении цены. Их называют* ***товарами Гиффена****. Предпринималось много попыток обнаружить такие товары. В реальной жизни нередки случаи, когда рост цен на товар увеличивает спрос на него, так как людям кажется, что рост цены отражает высокое качество товара. Но поскольку в данном случае проявилось действие не собственно цены, а других факторов, то подобные товары не принято считать товарами Гиффена. Здесь вновь сказывается условность предпосылок, заложенных в основу закона спроса.*

*Закон спроса и закон предложения не содержат конкретного инструмента, рецептов построения кривых спроса и предложения. Однако они играют огромную роль в раскрытии природы, толковании рыночных процессов и объяснения поведения продавцов и покупателей на рынке.*

## 1,3:ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

*Эластичность-это мера реагирования одной переменной величины (спроса или предложения) на изменения другой (цены).*

*Закон спроса гласит, что величина спроса на товар находится в обратной зависимости от изменения цены на него. Насколько же велика эта зависимость? Оценить ее позволяет показатель, который называется* ***эластичностью спроса по цене.*** *Если величина спроса сильно реагирует на изменения цены, то говорят о высокой эластичности спроса, если же величина спроса мало меняется при изменении цены, то говорят о низкой эластичности. Мерой такого изменения служит коэффициент эластичности спроса(К).*

*К=Рост объема спроса (в%)/Снижение цен (в%)*

*При эластичности спроса, равной единице, изменение цены, скажем, на 5% вызывает изменение спроса на те же 5%.*

*Если эластичность спроса больше единицы, т.е. величина спроса меняется быстрее, чем цена, мы говорим, что спрос на данный товар эластичен. Если же показатель эластичности меньше единицы, т.е. величина спроса меняется медленнее, чем цена, мы говорим, что спрос на товар неэластичен. При этом надо помнить, что при разной исходной цене на один и тот же товар показатель эластичности спроса чаще всего будет разным.*

*К товарам с эластичным спросом обычно относят:*

1. *предметы роскоши;*
2. *товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета;*
3. *легкозаменяемые предметы;*

*Товары с неэластичным спросом включают:*

1. *предметы первой необходимости;*
2. *товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета;*
3. *труднозаменяемые товары;*

*С эластичностью спроса сталкивается каждая фирма, которая собирается изменить цену на свой товар. Если фирма повышает цену на свой продукт, ей хочется, чтобы спрос на него был как можно менее эластичным. Для этого необходимо, чтобы продукт стал для потребителя незаменимым, и, следовательно, надо воспитывать у покупателя «преданность» к изделиям данной фирмы, ее торговой марке. Но если фирма хочет заработать на снижении цены, ей выгодна высокая эластичность спроса на ее товары.*

*Исследования показывают, что спрос на большую часть сельскохозяйственной продукции крайне неэластичен, порядка 0,2 или 0,25. В силу чего увеличение производства сельскохозяйственной продукции благодаря хорошим погодным условиям или росту эффективности производства одновременно снижает как цены сельскохозяйственной продукции, так и суммарную выручку (доходы) фермеров. Для фермеров как социальной группы неэластичный характер спроса на их продукцию означает, что сбор очень большого урожая может быть нежелательным! Для политиков это означает, что повышение доходов фермеров зависит от ограничения фермерского производства.*

*Вообще говоря, спрос на продукт обычно тем эластичнее, чем длиннее период времени для принятия решений. Одна из причин этого правила заключается в том, что многие потребители - это люди привычки. Если цена на продукт растет, нам требуется время, чтобы найти и опробовать другие продукты, пока мы не убедимся в их приемлемости. Если цена говядины повысится на 10%, потребители, возможно, не сразу сократят свои покупки. Но через некоторое время они могут перенести свои симпатии на птицу или рыбу, на которые у них теперь "появился вкус". Другое объяснение этого правила связано с долговечностью продукта. Исследования показывают, что "краткосрочный" спрос на бензин менее эластичен (0,2), чем "долгосрочный" спрос (0,7). Почему так происходит? Потому что в долгосрочном плане большие, пожирающие бензин автомобили изнашиваются и из-за подорожания бензина заменяются меньшими по размеру, более экономичными машинами. В предпринятом недавно прикладном исследовании, посвященном системе пригородного железнодорожного сообщения г.Филадельфии, утверждается, что "долгосрочная" эластичность спроса на железнодорожные билеты почти в 3 раза превышает его "краткосрочную" эластичность. Точнее, краткосрочная реакция пассажиров (определяемая непосредственно в момент изменения целы билета) неэластична и равна 0,68. Наоборот, долгосрочная реакция (определяемая за четырехлетний период) эластична и равна 1,84. Более высокая долгосрочная эластичность объясняется тем, что при наличии достаточного количества времени потенциальные пассажиры железнодорожного транспорта получают возможность принять необходимые решения относительно покупки автомобиля или изменения местонахождения дома и работы. Во всяком случае, такое различие эластичности привело автора к выводу о том, что система пригородного сообщения, обслуживающая около 100 тыс. Пассажиров, могла бы немедленно увеличить ежедневную выручку на 8 тыс. дол., повысив цену билета на 0,25 дол., или примерно на 9%. Почему? Потому что краткосрочный спрос неэластичен. Однако в долгосрочной перспективе те же 9% роста цены приведут, согласно оценке, к уменьшению общей выручки более чем на 19 тыс. дол, в день, поскольку спрос эластичен.*

*Общий вывод гласит, что повышение цены, выгодное в краткосрочном аспекте, чревато финансовыми затруднениями в долгосрочной перспективе .*

# Глава II:ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

***Предложение****- это совокупность товаров, находящихся на рынке или способных быть доставленными туда, это сумма товаров, которые продавцы готовы продать при разной динамике рыночной цены. Другими словами, предложение представляет собой рыночные фонды, то есть ту совокупность товаров, которая поступает для окончательной реализации.*

*Предложение предопределяется производством, но не тождественно ему. Равенство спроса и предложения не всегда означает равенство производства и потребности.*

*Предложение характеризует возможность и желание продавца (производителя) предлагать свои товары для продажи на рынке по определенным ценам. Такое определение обрисовывает предложение и отражает его сущность с качественной стороны. В количественном плане предложение характеризуется его величиной, объемом.*

***Объем, величина предложения*** *- это количество продукта, которое продавец желает, может и способен в соответствии с наличием или производственными возможностями предложить для продажи на рынке в течение некоторого периода времени по определенным ценам.*

*Как и объем спроса, величина предложения зависит не только от цены, но и от ряда неценовых факторов, включая производственные возможности, состояние технологии, ресурсное обеспечение, уровень цен на другие товары, инфляционные ожидания.*

## 2,1:ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

*Если для покупателей цена определяет величину спроса на товар или услугу, то для производителей она определяет величину предложения.* ***Величиной предложения*** *называется количество товара, которое будет предложено для продажи при данной цене в данный период.*

***Закон предложения*** *состоит в следующем: чем выше цена, тем больше величина предложения; чем ниже цена, тем меньше величина предложения. Почему действует закон предложения? Во-первых, потому, что по возросшей цене производители захотят дать больше изделий, чем раньше. Во-вторых, действует «эффект нового продавца». Дело в том, что всякого рода производство чего-то стоит производителю, требует от него определенных издержек и затрат. Они имеют различную природу. С одной стороны, для того, чтобы изготовить некоторое количество товаров, производитель должен приобрести и затратить факторы производства: землю, труд и капитал. Это так называемые издержки производства.*

*Рост величины предложения товара при увеличении его цены обусловлен в общем случае тем обстоятельством, что при неизменных издержках производства единицы товара с увеличением цены растет прибыль и производителю (продавцу) становится выгодным продать побольше такого товара. Реальная картина на рынке сложнее этой простой схемы, но выраженная в ней тенденция обычно имеет место. По мере увеличения цены количество предлагаемых для продажи товаров будет возрастать. Это иллюстрируется на условном примере в шкале предложения.*

***Шкала предложения*** *показывает, сколько товаров продавцы готовы продать по разным ценам. Приводимые цифры раскрывают зависимость предложения от цены.*

*Цена 1 продукта продавцы готовы продать*

*20 25*

*15 15*

*13 9*

*8 4*

*5 2*

*Графически закон предложения может быть отображен* ***кривой предложения,*** *отображающей в форме графика связь, функциональную зависимость между величиной предложения и ценой. Кривые предложения принято обозначать буквой S, представляющей первую букву английского слова «supply»- предложение.*

*Из данного графика видно, что при увеличении цены на товар, предложение будет увеличиваться.*

*По аналогии со спросом следует различать величину предложения, характеризующую изменение объема предложения в зависимости от цены при перемещении по кривой предложения, и предложение в целом, характеризуемое формой и положением всей кривой предложения. Смещение всей кривой предложения обусловлено действием неценовых факторов.*

***Изменение предложения товаров*** *на рынке происходит под воздействием следующих условий:*

1. *цены на ресурсы (при их росте происходит сокращение предложения товаров);*
2. *наличие взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров и движение их цен;*
3. *уровень технологии, применяемой при производстве однотипных изделий;*
4. *налоги, дотации и субсидии, влияющие на развитие производства;*
5. *качество ресурсов и факторов производства;*
6. *число продавцов и их поведение на рынке;*
7. *конкуренция на рынке;*
8. *ожидания производителей в связи с возможными изменениями цен;*
9. *природные катастрофы и войны;*
10. *политическая ситуация в стране.*

## 2,2:ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

*Предложение тоже может быть эластичным и неэластичным. Степень изменения объема предложения в ответ на увеличение цены характеризует эластичность предложения. Под эластичностью предложения понимается степень его изменения в зависимости от динамики цен. Мерой этого изменения является коэффициент эластичности предложения (Кп):*

*Кп= объем предложения (в%)/ рост цен (в%)*

*Эластичным предложение становится, когда его величина изменяется на больший процент, чем цена. Как показывает опыт западных стран, коэффициент эластичности предложения- при условии равновесия цен и за длительный период - имеет тенденцию к возрастанию (т.е. рост цен на определенную величину в несколько большей степени вызывает увеличение производства).*

*Неэластичным предложение бывает, если оно не изменяется при повышении или снижении цен. Это характерно для многих товаров в краткосрочном периоде. Например, низка эластичность для скоропортящихся продуктов, которые не возможно хранить в больших количествах. К тому же предложение более инертно (по сравнению со спросом). Ведь довольно трудно переключать производство на выпуск новых изделий, перераспределять в связи с этим ресурсы для изменения количества выпускаемых товаров. Стало быть, знание динамики коэффициента эластичности предложения полезно для прогнозирования объема производства в зависимости от изменения цены.*

*Таким образом, стала известна прямая зависимость спроса и предложения от рыночной цены. Эта зависимость проявляется в регулирующем воздействии цены на соотношение спроса и предложения, а стало быть, на экономическое положение продавцов и покупателей. Существует два варианта такого регулирования, при которых одна сторона рыночной сделки выигрывает, а другая проигрывает.*

*Первый вариант: рыночная цена возрастает, а это ведет, с одной стороны, к снижению спроса и, с другой, к увеличению предложения. В результате экономический выигрыш оказывается у производителей и продавцов.*

*Второй вариант: цена на товары снижается, что способствует, с одной стороны, расширению спроса и, с другой стороны, сокращению предложения. В итоге экономически выигрывают покупатели.*

## 2,3:РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА.

*В условиях рыночной конкуренции взаимодействие рыночного спроса и рыночного предложения регулирует цену до того момента, когда величина спроса и предложения совпадают, и устанавливается «равновесная цена».*

***Равновесная цена*** *устанавливается в результате уравновешивания спроса и предложения, когда количество товаров, которые покупатели хотят приобрести, соответствует тому их количеству, которое производители предлагают на рынке. Другими словами, равновесная цена-это цена такого уровня, когда объем предложения, соответствует объему спроса.*

*Рыночное равновесие устанавливается на вполне определенный период времени, поскольку спрос и предложение в течение времени меняются. Изменение либо спроса, либо предложения влечет за собой изменение равновесной цены. Устойчивое равновесие устанавливается тогда, когда объем предложения, приспосабливается к объему спроса, а цена приближается к равновесной цене. В каждый последующий момент времени рыночное равновесие устанавливается как некоторое новое значение равновесной цены. На графике это выглядит следующим образом:*

***Равновесная цена.***

*20* ***D S***

*15*

*10*

*8 точка равновесия*

*4*

*2*

*200 400 600 700 800*

*где D-спрос, а S – предложение.*

*В результате свободной конкуренции на рынке формируется определенный предел роста и снижения цен. Он выступает в виде цены спроса и цены предложения. Цена спроса - это та максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за товар, а цена предложения - это та минимальная цена, по которой продавец все еще согласен продавать свой товар, чтобы не понести убытка.*

*В условиях монополии эта зависимость может быть нарушена. Монополии имеют возможность снизить цены ниже издержек производства, чтобы разорить конкурента и завоевать рынок, а затем ее повысить, чтобы компенсировать потери и получить максимальную прибыль или сразу завысить цены, пользуясь своим монопольным положением.*

*Чтобы ограничить стремление монополий к безграничному росту цен, требуется вмешательство государства в рыночное ценообразование, посредством установления фиксированных или максимально возможных цен на продукцию естественных монополий, которые они не имеют права повышать.*

*Все сказанное свидетельствует о том, что равновесная цена и равновесное количество обладают следующими необыкновенными свойствами:*

*1.Товаров предоставлено на рынке не больше и не меньше, чем нужно для потребления людей. Все затраты на производство благ окупаются их продажей по равновесной цене. Стало быть, достигнутое равновесие свидетельствует о наибольшей* ***экономической******эффективности******сложившейся*** *рыночной ситуации. Нобелевский лауреат французский экономист М. Алле вывел теоремы с такими фундаментальными положениями: «…всякая равновесная ситуация рыночной экономики является ситуацией максимальной эффективности, и, наоборот, всякая ситуация максимальной эффективности является равновесной ситуацией рыночной экономики».*

*2.В точке равновесия выражен и* ***наибольший социальный эффект.*** *За равновесную цену потребитель приобретает предельное (для его дохода) количество полезностей.*

*3.На рынке не обнаруживается не избытка товаров (количество, которое излишне для продажи при данном объеме доходов населения), ни дефицита (нехватки) благ.*

*В заключение напрашивается вопрос: имеется ли на самом рынке внутренняя сила, которая способна преодолевать неравновесное состояние рынка (превышение спроса над предложением, или наоборот) и порождать тенденцию к продаже благ по равновесной цене?*

## Глава III: ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИКИ ИЗУЧЕНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА В РОССИИ.[[1]](#footnote-1)

Рынок труда в нашей стране более-менее стабилизировался, для некоторых специальностей сложилось динамическое равновесие между спросом и предложением. Вот некоторые сведения о положении дел в этой области. На первом месте, по популярности у работодателей, конечно, профессия "менеджер". Хотя надо признать, в настоящий момент это понятие носит такой же общий характер, как "инженер" десять лет назад. Устойчив спрос также на секретарей-референтов, главных бухгалтеров, программистов. Что касается структуры спроса, то наиболее активно привлекают новые кадры фирмы, работающие в торговле (40% запросов на специалистов), сфере услуг (35%), а также банки (11%).

Для примера остановимся на самой "компьютерной" из всех имеющихся в "горячей десятке" (список самых востребуемых профессий) специальностей - на программисте в широком смысле этого слова.

Как уже отмечалось, спрос на них не так уж и мал. Например, в "десятках" середины и конца прошлого года программисты занимали шестые места. Правда, в конце года спрос на программистов оказался несколько меньше предложения. Однако в ближайшее время это положение может измениться: новые программисты будут нужны не только на замену старым, но и для воплощения в жизнь новых проектов. В основном это связано с прогнозируемым широким распространением сетевых технологий. Причем практически сразу за волной спроса на специалистов по локальным сетям может пойти волна спроса на специалистов по сетям глобальным. По нашим прогнозам, этот всплеск начнется в течение ближайших месяцев - как только руководители фирм сформулируют свои требования к специалистам-сетевикам. Другой пример: еще совсем недавно мало кто слышал о системе R/3 немецкой компании SAP. А сегодня американский специалист, который проработал с этой системой больше трех лет, может рассчитывать на оплату от 150 долл. в час, плюс машина, плюс жилье и плюс еще более выгодные предложения со стороны. Пока это пример из "их" жизни, однако в последнее время компания SAP активизируется и на нашем рынке.

Однако даже обладателям сверхнеобходимейших профессий не стоит уповать на то, что все получится само собой. "Важнейшим из искусств" для поступающего на работу является написание резюме (Carriculum Vitae). С определенной долей уверенности можно утверждать, что грамотно написанное резюме (или удачно пройденное собеседование) - это "плюс 200 долларов к зарплате". Но большинство программистов - интраверты, которые с трудом идут на контакт, и им нелегко что-либо о себе написать. Тем более, рассказать что-либо за те 15-20 минут, которые в среднем отводятся на собеседование. Поэтому (точнее - в том числе и поэтому) возможен двукратный разброс зарплат у специалистов одинаковой квалификации, делающих приблизительно одинаковую работу, так как кто-то из них сумел "подать" себя, а кто-то - нет. Правильное выполнение этих "ритуальных" действий сейчас, как правило, достигается за счет собственных ошибок, хотя в крупных рекрутерских фирмах уже складывается практика бесплатного консультирования.

По договоренности с редакцией еженедельника Computerworld Россия мы планируем разместить на его страницах ряд статей, посвященных положению дел на рынке труда. Хотелось бы надеяться, что эта тема заинтересует читателей и вызовет у них ответный отклик. В частности, крайне полезной была бы "обратная связь", с помощью которой можно выяснить, какие именно темы из предлагаемых нами наиболее интересны читателям.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

*Рыночный процесс состоит из множества актов обмена товарами и услугами. В каждом таком акте участвует продавец, на стороне которого выступает предложение товара, и покупатель, представляемый спросом на товары. Спрос и предложение являются тесно связанными и непрерывно взаимодействующими категориями и служат связующим механизмом между производством и потреблением. На величину спроса, как индивидуального, так и совокупного, влияют ценовые и неценовые факторы, которые должны четко отслеживаться на постоянной основе специальными отделами.*

*Результатом взаимодействия спроса и предложения выступает рыночная цена, которая также называется равновесной ценой. Она характеризует состояние рынка, при котором величина спроса равна предложению. Для измерения величины изменения спроса и предложения используется понятие эластичности как меры реагирования одной переменной на изменение другой.*

*Надо также отметить, что спрос выступает одним из самых важнейших факторов при формировании экономической стратегии предприятия, так как только производство “нужных”, пользующихся спросом у покупателей товаров целесообразно и выгодно с экономической точки зрения.*

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Курс экономической теории: Учеб.пособие. - М.:1993*
2. *Основы экономической теории: учеб.пособие/ Под ред. В.Д.Камаева.-М.:Изд-во МГТУ им.Баумана, 1996*
3. *Экономика как наука.М.Алле, М.:1995*
4. *Основы политической экономии. Милль Дж.С.,М.:1980*
5. *Принципы экономической науки. Маршалл А.,М.:1993, Т.2. кн.5. гл.15. Т.3.кн.6.Приложение А.*
6. *Основы экономической теории. В. Н. Щербаков, В.М.Агеев,М.:2000*
7. *Политическая экономия: Учебник для вузов/Медведев В.А., Абалкин Л.И. и др.-М.:1988*
8. *Экономическая теория: учеб.пособие. Е.Ф.Борисов-М.:2000*
9. *Экономика: справочник, Е.Ф. Борисов, А.А. Петров, Ф.Ф. Стерликов.-М.: 1998*
10. *Курс экономики/ учебник.-под.ред.Б.А.Райзберга, М.:2001*
11. *Введение в рыночную экономику/под ред. А.Я. Лившица, И.Н. Никулиной.-М.: Высшая школа,1994*

1. Информация предоставлена агентством по подбору персонала «Контакт»(24.10.2001) [↑](#footnote-ref-1)