**МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**БЕЛГОРОДСКИЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

Кафедра гуманитарных и социально-экономических дисциплин

дисциплина: **ЭКОНОМИКА**

## РЕФЕРАТ

по теме: «**координация экономической деятельности в рыночной системе хозяйствования**»

Подготовил:

Студент 332 группы

Путилов П.Д.

Белгород – 2008 г.

План лекции

Вступительная часть

1. Закон спроса и предложения. Равновесная цена.

2. Эластичность спроса и предложения.

3. Потребительская корзина.

Заключительная часть (подведение итогов)

**Литература:**

1. Основная

\*Экономическая теория. Учебное пособие. Медведев И.П. Белгород: НИиРИО БЮИ МВД РФ,1998.

\*Экономическая теория: учеб. для студ. высш. учеб. заведений. / Под ред. В.Д.Камаева. - 6-е изд. - М., ВЛАДОС, 2001.

\*Экономика. Учебник. /Под ред. Булатова А.С. М.: БЕК, 2001.

1. Дополнительная

Панкрухин А.П. Ценообразование: проблемы, стратегии, инструментарий. // Маркетинг в России и за рубежом, 2003, № 1.

\*Земляков Д., и др. Основы теории спроса и предложения. // РЭЖ, 2004, № 6, 8.

\*Киселева Т. Инфраструктура рыночного хозяйства. // РЭЖ, 2000, № 3.

\*Медведев В.А. Особенности формирования товарного предложения на потребительском рынке. // Маркетинг в России и за рубежом, 2004, № 2.

**Введение**

Данная тема является фундаментальной для изучаемого курса в том смысле ,что взаимодействие спроса, предложения и цены является тем механизмом в рыночной экономике, который регулирует все виды хозяйственной деятельности в рыночной системе хозяйствования. Поэтому для понимания того, как осуществляются адаптационные процессы и осуществляются процессы принятия решений экономическими субъектами необходимо хорошо усвоить элементарные понятия рыночной конъюнктуры. В данной лекции в центре внимания будут также различные законы действия рыночной конъюнктуры, а именно: закон спроса, закон предложения, способы устранения диспропорций между спросом и предложением.Последний вопрос лекции посвящен расчету индекса цен и тому,как он может использоваться при оценке изменения стоимости потребительской корзины и изменении уровня реальной заработной платы.

**1. Закон спроса и предложения. Равновесная цена**

На микроуровне рынок является формой горизонтальных связей между различными экономическими субъектами, стремящимися купить и продать разные товары. На макроуровне рынок выступает той сферой экономики, где совокупное предложение сталкивается с совокупным спросом, и проистекают определенные последствия для среднего уровня цен, размеров и структуры совокупного производства.

Существуют различные **критерии классификации рынков:** географический, продуктовый, субъектный, предметный, возрастной, половой и т.д. В соответствии с этими критериями выделяют разные виды рынков.

В соответствии с **географическим** критерием можно выделять мировой, национальный, региональный, местный и т.п. рынки. Исходя из **продуктового состава** рынка, выделяют отраслевые, подотраслевые рынки (рынок одежды, обуви, машиностроения). **Субъектный** критерий классификации характеризует структуру предложения и (или) спроса. Существуют монополистический, рынок свободный конкуренции и т.д.

**Предметный** критерий классификации рынка позволяет выделить равновесный и неуравновешенный рынок. Последний может характеризоваться превышением спроса над предложением (рынок продавца) или наоборот, превышением предложения над спросом (рынок покупателя). **Половозрастной** критерий рынка позволяет выделять рынки пожилых и молодых покупателей, мужской и женской продукции.

Характерной чертой рынка, независимо от критерия классификации, является то, что посредством рынка осуществляется контакт между покупателями и продавцами, вследствие чего формируется определенная цена. Эта цена оказывает влияние как на решения покупателей, так и продавцов. Задачей экономической теории является исследование закономерностей в поведении потребителей и реакции поставщиков на постоянно меняющуюся информацию о состоянии рыночной конъюнктуры.

Основными элементами **рыночной конъюнктуры** выступают спрос, предложение и цена.

Спрос на определенное благо не тождественен просто потребности или желанию данного блага. **Спрос –** это такая потребность в данном благе, за удовлетворение которой покупатель готов уплатить существующую на рынке цену на это благо, располагая соответствующей суммой денежного дохода. Из этого определения следует, что спрос является не только функцией цены данного блага, но также и функцией величины дохода, каким располагает покупатель.

Для удовлетворения одной и той же потребности могут служить различные блага, которые по отношению друг к другу выступают как **субституты**, т.е. способны замещать друг друга. Потребитель, располагая ограниченным доходом, принимает во внимание уровень и соотношение цен субститутов. Это касается прежде всего разных сортов одной и той же товарной группы, например: сапог, костюмов, сыра, колбасных изделий и т.д.

Если цены этих товаров растут, и этот рост не компенсируется возрастанием номинального дохода, тогда покупатели с низким доходом покупают больше дешевых сортов и меньше дорогих. Например, потребление масла заменяют потреблением маргарина.

Многие товары **взаимодополняют** друг друга. Если по каким-то причинам растет спрос на автомобили, то вместе с ним возрастет спрос на бензин, запчасти и т.п.

Покупатель осуществляет выбор среди многих благ, доступных на рынке. Он руководствуется своими индивидуальными предпочтениями, связанными с традициями, подражанием, уровнем культуры, образованием, социальной средой. Его предпочтения формируются под влиянием рекламы в средствах массовой информации, которая внушает покупателю, что покупка товара исполнит его желание и удовлетворяет его потребности.

Этих нескольких примеров достаточно, чтобы показать, что спрос на данный товар является функцией со многими переменными: величины реальных доходов, уровня цен на данный товар, субститутов, взаимодополняемых товаров, индивидуальных предпочтений, количества покупателей, инфляционных ожиданий, уровня налогообложения доходов и т.п. Эти факторы могут действовать в различных направлениях, взаимно компенсироваться или усиливаться. Исследование общей функции спроса на данную группу товаров является достаточно сложной процедурой. Для этой цели разработаны эконометрические методы.

Функциональная зависимость между величиной спроса на данный товар и уровнем рыночной цены называется **законом спроса.** В большинстве случаев спрос изменяется в противоположном направлении изменению цены.

Под **предложением** понимаются намерения продавца поставлять различные объемы продукции с целью ее реализации на рынке в зависимости от разных уровней цены. В противоположность закону спроса закон предложения отражает прямую функциональную зависимость между изменением величины поставок и изменением цены. На изменение цены поставщик реагирует по-иному, чем покупатель.

Поставщик заинтересован в том, чтобы цена его продукции была как можно выше. Когда цена растет, тогда производство становится более выгодным и это стимулирует поставщика расширять производство и поставки на рынок. Когда цена падает (при прочих неизменных условиях), производство становится менее выгодным, и тогда производитель стремится ограничить размеры производства и предложения на рынке.

Предложение может изменяться не только под влиянием изменения цены, но также под влиянием других факторов, стимулирующих или ограничивающих рост производства данного товара: изменение качества и цен ресурсов, используемых в процессе производства, применение ресурсосберегающих технологий, осуществление мероприятий, направленных на повышение роста производительности, изменение в системе налогообложения предпринимателей, ожидание предпринимателей, предоставление государственных дотаций, изменение форм и методов государственного контроля и т.п.

Равновесие на рынке возникает тогда, когда намерение поставлять продукцию в прежних объемах совпадает с намерением ее покупать в прежних объемах при данном уровне цены. Такая цена называется **ценой рыночного равновесия.** При такой цене не возникают ни дефициты, ни излишки.

Превышение предложения над спросом возникает при цене выше равновесного уровня. Рост цены вызывает ограничение спроса и одновременно увеличение предложения.

Дефицит в свою очередь возникает потому, что цена слишком низка. Вследствие этого спрос становится слишком большим по отношению к уменьшившемуся предложению.

Описанные состояния неравновесия не могут в условиях свободной конкуренции длиться слишком долго.

Превышение предложения над спросом приводит к снижению рыночной цены, поскольку существование излишка продукции вынуждает поставщиков снижать ее цену в процессе конкуренции между собой (в противном случае нереализованная продукция ухудшает финансовое положение поставщика). Снижающаяся цена стимулирует рост спроса со стороны покупателей и одновременно ограничивает предложение со стороны поставщиков (самые неэффективные поставщики вынуждены уйти с рынка, если снизившаяся цена не покрывает их затрат).

Превышение спроса над предложением приводит к росту рыночной цены, поскольку дефицит продукции вынуждает покупателей назначать более высокую цену в процессе конкуренции между собой. Рост цены ограничивает спрос со стороны покупателей (неплатежеспособные покупатели вынуждены уйти с рынка или сократить свои покупки) и стимулирует увеличение предложения со стороны поставщиков.

В целом можно констатировать, что изменяющиеся цены приводят в движение адаптационные процессы и координируют поведение потребителей и производителей без необходимости вмешательства государственных органов.

Анализируя адаптационные процессы в рыночной системе хозяйствования, в соответствии с которыми изменение намерений потребителей в конечном счете предопределяет размещение экономических ресурсов, можно сделать вывод о том, как решаются основные экономические проблемы, стоящие перед обществом.

Решение вопроса **«что производить»** содержится в выявлении того, на что предъявляется спрос. Ответ на вопрос **«как производить»** предполагает выбор оптимальной технологии, позволяющей производить с наименьшими издержками. Выбор оптимальной технологии исходит не только из минимизации физических объемов потребления ресурсов, но и характера их взаимозаменяемости, структуры цен на ресурсы. Так как доход является одним из основных условий платежеспособности, то ответ на вопрос **«для кого производить»** определяет круг лиц получателей дохода, т.е. владельцев факторов производства.

В идеальной системе рыночного хозяйства размещение редких ресурсов между альтернативными способами их использования осуществляется исключительно посредством рыночного механизма. В современной экономике стран с рыночной ориентацией такой идеальной системы не существует, и без вмешательства государства сформировалась бы структура производства, не отвечающая общественному оптимуму. Речь идет о следующих случаях:

**1. Производство общественных благ**. В целом блага и услуги потребляются индивидуально. Доступ к ним является объектом соперничества между потенциальными потребителями, которые вынуждены оплачивать соответствующую цену за права собственности. Доступ к общественным благам не требует такого соперничества. Потребление их одним индивидом не означает, что другие не могут им воспользоваться в свою очередь бесплатно (охрана прав собственности, строительство дорог, освещение улиц и так далее).

**2. Внешние эффекты**. Этим термином определяются все позитивные или негативные последствия экономических решений, некомпенсируемых ценами одних субъектов, влияющих на положение других. Например, загрязнение окружающей среды одним производителем может иметь негативное влияние на условия хозяйствования других предприятий. Наоборот, решение о строительстве дороги охватывает положительные внешние эффекты для собственников земель, находящихся в непосредственном соседстве. Существование таких эффектов обусловливает необходимость их государственного регулирования.

**3. Ограничение конкуренции**. Несовершенство механизма конкуренции создает основу монополизма и его негативных последствий (неполное использование производственных мощностей, генерирование роста цен, сдерживание технического развития и т.д). Это объясняет необходимость государственного антимонопольного регулирования.

**4. Структурная перестройка экономики**. Рыночные принципы часто приводят к деформации отраслевой структуры экономики. Поэтому государство осуществляет вмешательство относительно определений целей экономического развития и способов их достижения.

**5. Перераспределение доходов между различными слоями населения**. Государство стремится изменить пропорцию распределения доходов, проистекающую из принципов рыночного механизма, с целью сглаживания различий в уровне жизни различных слоев населения, посредством налоговой системы, бюджетных расходов, регулирования цен.

**6. Антициклическая политика**. Общепризнанно, что самостоятельное функционирование рыночного механизма может не приводить экономику в состояние макроравновесия при полном использовании производственных мощностей и, более того, экономическое развитие может протекать неравномерно, проходя фазы инфляционного перегрева и кризиса. Государство воздействует на макроэкономическую конъюнктуру, стремясь ослабить циклические колебания и стимулируя экономический рост.

Как было отмечено, в условиях свободной конкуренции взаимодействие между спросом и предложением формирует цену на равновесном уровне. Однако существуют такие блага, которые производятся в ограниченных количествах по отношению к величине спроса отдельных групп потребителей, и даже в долгосрочном периоде нет возможности значительного увеличения их предложения. Эти блага играют, однако, важную роль в жизни отдельных групп потребителей с низким уровнем дохода. Например, товары первой необходимости, продаваемые в специализированных магазинах, созданных в системе социального обеспечения. Тогда общественные интересы требуют, чтобы на такие товары была установлена **максимальная цена**.

Рыночная цена равновесия означала бы, что товары первой необходимости в специализированных магазинах были бы доступны для значительно меньшего количества семей с низкими доходами. Величина спроса тогда была бы меньше, и благодаря высокой равновесной цене можно было бы уравновесить спрос с ограниченным предложением этих благ.

Однако общественные интересы выступают за установление максимальной цены, которая значительно ниже равновесной цены. При такой цене возникает превышение спроса над предложением. Таким образом, установление государством максимальной цены сопровождается возникновением дефицита. Доступ к товарам первой необходимости в специализированных магазинах определяется нерыночной ценой, нерыночными критериями. Тогда вводятся различные способы распределения дефицитных благ (введение талонов на получение товаров, ограничение доступа в специализированные магазины, выстаивание в очередях).

Государство, стремясь избежать негативных последствий возникновения и распределения дефицита, может выделить дотацию, возмещающую потери поставщикам этих товаров при бездефицитном объеме поставок.

В рыночной экономике в отдельных случаях может применяться **минимальная цена**. Если максимальная цена лежит ниже равновесного уровня, то минимальная цена лежит выше равновесной цены.

Минимальные цены устанавливаются государством с целью обеспечения безубыточности некоторых производителей, например, установление минимальных закупочных цен на продукцию сельхозпроизводителей.

Если бы цены этих продуктов формировались на рынке, тогда рыночная равновесная цена установилась бы на низком уровне, при котором часть производителей сельхозпродукции вынуждена была бы отказаться от дальнейшего производства в прежнем объеме или потерпела бы банкротство. При установлении минимальной цены возникает превышение предложения продуктов над их спросом, тогда излишек продукции должно выкупить государство, которое покроет издержки его хранения или передаст на благотворительные цели, или же экспортирует его за рубеж.

**2.Эластичность спроса и предложения**

Ценовая эластичность спроса рассчитывается по следующей формуле:

где:



– коэффициент ценовой эластичности спроса;



– абсолютное изменение величины спроса или цены;



– среднеарифметическое границ интервала изменения величины спроса;



– среднеарифметическое границ интервала изменения цены;



– относительное изменение величины спроса;



– относительное изменение величины цены.



Функциональная зависимость между ценой и спросом является обратной. Это означает, что делимое будет иметь знак, противоположный знаку делителя. При делении положительной и отрицательной величины коэффициент ценовой эластичности спроса будет отрицательным.

Интерпретация отрицательных коэффициентов ценовой эластичности доставляет большие трудности. Поэтому, ставя перед формулой знак минус, получаем положительные значения коэффициента эластичности. Можно также просто не учитывать знака минус и пользоваться абсолютными значениями.

В экономическом анализе различают следующие типы эластичности:

= 0 – жесткая, абсолютная эластичность;



= ∞ – совершенная эластичность;



< 1 – низкая эластичность;



> 1 – высокая эластичность;



= 1 – единичная эластичность.



При = 0 спрос является жестким, т.е. изменение цены не приводит к изменению спроса. Это означает, что потребитель не реагирует на изменение цены. Это может быть характеристикой абсолютно необходимых товаров, не имеющих субститутов, например, соль, срочная хирургическая операция. Изменение цены не приводит ни к большому, ни к незначительному увеличению спроса на соль или хирургическую операцию (например, вырезание аппендицита). Потребность в такого рода продукции определяется другими факторами.



Совершенно эластичный спрос (= ∞) может существовать только при условии совершенной конкуренции, т.е. при отсутствии каких-либо помех мгновенной реакции потребителя на изменение цены. При данном уровне цены производитель может продать весь свой объем продукции. Даже при незначительном увеличении цены у одного производителя все его покупатели переместятся к другим, у которых цена не изменилась. Поэтому в условиях совершенной конкуренции формируется одинаковая цена на один и тот же товар у разных производителей.



При малоэластичном спросе (<1) относительное изменение спроса меньше относительного изменения цены. Примером малоэластичных товаров может быть бензин для автомобилей. Когда цена возрастает, величина спроса в целом изменяется незначительно.



При высокоэластичном спросе (> 1) относительное изменение спроса больше относительного изменения цены. Примером высокоэластичночной продукции может быть туристическая поездка, посещение концерта. Рост или снижение цены может спровоцировать достаточно значительную реакцию потенциального потребителя.



В некоторых случаях ценовая эластичность спроса может равняться единице.

Факторы, определяющие степень эластичности спроса на какой-либо товар:

1. Количество заменителей данного товара. Чем больше заменителей, тем выше эластичность спроса.

2. Удельный вес расходов, связанных с приобретением данного товара, в доходе потребителя. Чем больше место занимают эти расходы в бюджете потребителя, тем выше эластичность спроса.

3. Характер товара. Спрос на предметы первой необходимости менее эластичен, чем на предметы роскоши.

4. Устойчивость привычки потреблять данный товар. Чем прочнее эта привычка, тем больше времени требуется на то, чтобы заменить потребление другим товаром, и тем менее эластичен спрос.

5. Уровень цены. При высоких ценах реакция покупателя на изменение цены более высокая, чем при низких ценах.

Перекрестная (смешанная) эластичность спроса показывает относительное изменение величины спроса на благо Х, вызванное относительным изменение цены блага Y. Если коэффициент перекрестной эластичности положителен, тогда блага Х и Y – субституты, если же он отрицателен, тогда блага Х и Y взаимодополняют друг друга.

Знание ценовой эластичности спроса имеет большое практическое значение для предпринимателя, устанавливающего цену на определенный товар или услугу. Каждый предприниматель стремится узнать, при каком уровне цены он достигнет максимальной выручки от продажи продукции. На первый взгляд может показаться, что увеличивая цену товара предприниматель достигает большей выручки. Это наступило бы тогда, когда рост цены не сопровождался падением спроса, т.е. когда предприниматель имел бы дело с нулевой эластичностью спроса. В действительности каждое изменение цены сопровождается определенным изменением спроса. Зная коэффициент ценовой эластичности спроса, предприниматель может рассчитывать, как повлияет изменение цены на валовую выручку (доход), т.е. поступления от реализации продукции.

Предпринимателю выгодно повышать цену только тогда, когда ценовая эластичность спроса меньше единицы. Предприниматель заинтересован в том, чтобы реакция потребителя на рост цены была как можно слабее. С его точки зрения ситуация была бы идеальной, если бы = 0. Тогда бы предприниматель мог неограниченно увеличивать цену и не нес бы потери, связанные со снижением валовой выручки.



Предпринимателю выгодно снижать цену тогда, когда ценовая эластичность спроса больше единицы. Чем сильнее реакция потребителя на снижение цены, тем больше может быть эффект возрастания валовой выручки.

Рост или снижение валовой выручки не может быть решающим критерием рентабельности. Это предопределяется прибылью, а ее величина зависит не только от валовой выручки, но и от уровня издержек производства.

Существенным фактором, влияющим на уровень и структуру потребительского спроса является величина дохода покупателя. Реакция спроса на изменение дохода характеризуется эластичностью спроса по доходу. Эластичность спроса по доходу измеряется соотношением относительного изменения спроса на данное благо с относительным изменением дохода. Это выражается посредством следующей формулы:

, где



– коэффициент эластичности спроса по доходу;



– абсолютное изменение спроса или дохода;



– среднеарифметическая границ изменения спроса;



– среднеарифметическая границ изменения дохода.



Немецкий статистик Эрнст Энгел (1821-1896) первым осуществил исследования бюджетов семей рабочих, которые показали, что по мере роста среднего дохода на одного члена семьи растет не только общий спрос, но также изменяется его структура. Эти изменения отражают снижение относительных расходов на продовольствие и другие товары низшего качества и рост расходов на товары высшего качества (потребительские товары длительного пользования и т.д.).

Эту общую закономерность изменений в структуре потребительского спроса населения в экономической литературе называют законом Энгла.

Если > 1, то величина коэффициента свидетельствует о товаре высшего качества.



Если = 1, то это нормальный товар второй необходимости;



Если 0< <1, то это нормальный товар первой необходимости.



Если <0, то это товар низшего качества.



Эластичность предложения измеряется отношением относительного изменения величины предложения к относительному изменению цены поставляемого блага, что можно выразить формулой

, где



Δ – абсолютное изменение величины предложения или цены;

– среднеарифметическое границ изменения предложения;



– среднеарифметическое границ изменения цены.



Если 0< еs < 1, то говорят, что предложение мало эластично. Если еs> 1, тогда предложение высоко эластично. Если еs = 1, то это означает, что процент изменения предложения точно такой же, как и процент изменения цены. Если еs = 0, то предложение абсолютно неэластично.

Эластичность предложения имеет решающее значение при объяснении того, в какой степени изменяется цена и величина предложения под влиянием изменения величины спроса.

**3. Потребительская корзина**

С целью установления структуры потребительских расходов осуществляются исследования семейных бюджетов и прежде всего потребительской корзины. **Потребительская корзина –** это выбор товаров и услуг, объективно необходимых для удовлетворения первоочередных потребностей человека, и его оценка в действующих ценах. Знание структуры потребительской корзины и происходящих в ней изменений необходимо для расчета показателя изменения стоимости жизни и изменения реальных доходов населения.

Рассмотрим это на простом числовом примере, показывающем при неизменной структуре потребительской корзины (включающей в себя набор из шести продуктов) изменение ее стоимости:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура**  **потребительской корзины** | **Количество** | **Базисная цена (год А)** | **Абсолютные расходы по**  **продукту** | **Новая цена (год Б)** | **Новые абсолютные расходы по продукту** |
| Хлеб | 5 буханок | 2 руб. | 10 руб. | 3 руб. | 15 руб. |
| Молоко | 15 л. | 2 руб. | 30 руб. | 3 руб. | 45 руб. |
| Мясо | 3 кг. | 40 руб. | 120 руб. | 50 руб. | 150 руб. |
| Картофель | 15 кг. | 3 руб. | 45 руб. | 4 руб. | 60 руб. |
| Вермишель | 1 кг. | 6 руб. | 6 руб. | 8 руб. | 8 руб. |
| Масло | 1 кг. | 50 руб. | 50 руб. | 70 руб. | 70 руб. |
| ИТОГО: | - | - | 261 руб. | - | 348 руб. |

Тот год, с которым сравнивают, называют базовым, а тот, с которым сопоставляют, называется отчетным. **Индекс роста цен** по потребительской корзине показывает, во сколько раз возросли цены в отчетном году по сравнению с базовыми.

стоимостный набор товаров и услуг

потребительской корзины отчетного года

Ip = \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ × 100%

стоимостной набор товаров и услуг

потребительской корзины базового года

**Индекс прироста цен (инфляции)** потребительской корзины показывает на сколько возросли цены в отчетном году по сравнению с базовым.

стоимостной набор стоимостной набор

товаров и услуг отчет- - товаров и услуг ба-

ного года зового года

I прироста цен = \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

стоимостной набор товаров и услуг базового года

Iприроста цен = (Ip-1)×100%, если Ip выражен не в процентах, а числовым коэффициентом. Если сравниваются два года, из которых ни один не является базовым, то индекс прироста цен в году А по сравнению с годом Б равен:

Iприроста цен = Ip года А - Ip года Б × 100%

Ip года Б

В нашем примере Ip (348:261) × 100% = 133%

Iприроста цен = (348-261) : 261×100%=33%

или Iприроста цен = (1,333-1) × 100% = 33%

**Индекс инфляции** как прирост стоимости потребительской корзины может рассчитываться и как средневзвешенная прироста цен по отдельным группам расходов, а функцию весов выполняет удельный вес расходов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Структура потребительской корзины** | **Удельный вес расходов** | **Прирост цен ( %)** |
| Хлеб | 10:261=0,004 | (15-10):10×100% |
| Молоко | 0,11 | 50 |
| Мясо | 0,46 | 25 |
| Картофель | 0,17 | 33 |
| Вермишель | 0,02 | 33 |
| Масло | 0,19 | 40 |

Ip = 0,004×50+0,11×50+0,46×25+0,17×33+0,02×33+0,19×40 = 33%

Если бы мы рассчитали средний прирост цен без учета удельных весов расходов, тогда получили бы, что прирост цен составил 38,5% (сумма приростов цен, деленная на 6). Фактически же с учетом удельных весов расходов прирост цен составил 33%. Это существенная разница. Неприятие во внимание удельных весов расходов часто ведет к ошибочным выводам.

Если цена на мясо возросла, предположим, на 25%, а другие цены остались неизменными, то это не значит, что потребительская корзина подорожала на 25%. Это было бы верным, если бы весь доход полностью расходовался на мясо. В данном же случае прирост стоимости потребительской корзины составил:

0,46 × 25 = 11,5%

Для расчета **индекса уровня реального дохода** необходимо установление не только индекса роста цен по потребительской корзине, но и показателя уровня номинального дохода. Если, допустим, рост номинального дохода составил 1,25 (т.е. на 25%), а рост цен потребительской корзины 1,181, то индекс уровня реального дохода составил 1,25 : 1,181 = 1,058. В процентах это будет 105,8%, т.е. прирост реального дохода составил 5,8%.

Несмотря на то, что номинальный доход возрос на 25%, реальный доход увеличился лишь на 5,8%. Если же предположить, что индекс уровня номинального дохода составил 115%, то уровень реального дохода упал бы до уровня 97,4%. Тогда бы имело место снижение реального дохода на 2,6%.

Показатель уровня реальных доходов имеет существенное значение для политики правительства, профсоюзов и для каждого субъекта рыночной экономики. Показатель уровня реальных доходов может быть основой позитивной или критической оценки экономической политики правительства. Следует иметь в виду, что при сопоставлении реальных доходов по разным странам (или по длительному промежутку времени) необходимо учитывать различия по структуре, перечню продукции, входящей в потребительскую корзину, качеству продукции, удельным весам расходов.

**Заключение**

Основными элементами **рыночной конъюнктуры** выступают спрос, предложение и цена.

Спрос на определенное благо не тождественен просто потребности или желанию данного блага. **Спрос –** это такая потребность в данном благе, за удовлетворение которой покупатель готов уплатить существующую на рынке цену на это благо, располагая соответствующей суммой денежного дохода. Из этого определения следует, что спрос является не только функцией цены данного блага, но также и функцией величины дохода, каким располагает покупатель.

Функциональная зависимость между величиной спроса на данный товар и уровнем рыночной цены называется **законом спроса.** В большинстве случаев спрос изменяется в противоположном направлении изменению цены.

Под **предложением** понимаются намерения продавца поставлять различные объемы продукции с целью ее реализации на рынке в зависимости от разных уровней цены. В противоположность закону спроса закон предложения отражает прямую функциональную зависимость между изменением величины поставок и изменением цены.

Предложение может изменяться не только под влиянием изменения цены, но также под влиянием других факторов, стимулирующих или ограничивающих рост производства данного товара: изменение качества и цен ресурсов, используемых в процессе производства, применение ресурсосберегающих технологий, осуществление мероприятий, направленных на повышение роста производительности, изменение в системе налогообложения предпринимателей, ожидание предпринимателей, предоставление государственных дотаций, изменение форм и методов государственного контроля и т.п.

Равновесие на рынке возникает тогда, когда намерение поставлять продукцию в прежних объемах совпадает с намерением ее покупать в прежних объемах при данном уровне цены. Такая цена называется **ценой рыночного равновесия.** При такой цене не возникают ни дефициты, ни излишки.

Превышение предложения над спросом возникает при цене выше равновесного уровня. Рост цены вызывает ограничение спроса и одновременно увеличение предложения.

Превышение спроса над предложением приводит к росту рыночной цены, поскольку дефицит продукции вынуждает покупателей назначать более высокую цену в процессе конкуренции между собой. Рост цены ограничивает спрос со стороны покупателей (неплатежеспособные покупатели вынуждены уйти с рынка или сократить свои покупки) и стимулирует увеличение предложения со стороны поставщиков.

В целом можно констатировать, что изменяющиеся цены приводят в движение адаптационные процессы и координируют поведение потребителей и производителей без необходимости вмешательства государственных органов.

Решение вопроса **«что производить»** содержится в выявлении того, на что предъявляется спрос. Ответ на вопрос **«как производить»** предполагает выбор оптимальной технологии, позволяющей производить с наименьшими издержками. Выбор оптимальной технологии исходит не только из минимизации физических объемов потребления ресурсов, но и характера их взаимозаменяемости, структуры цен на ресурсы. Так как доход является одним из основных условий платежеспособности, то ответ на вопрос **«для кого производить»** определяет круг лиц получателей дохода, т.е. владельцев факторов производства.

Знание ценовой эластичности спроса имеет большое практическое значение для предпринимателя, устанавливающего цену на определенный товар или услугу. Каждый предприниматель стремится узнать, при каком уровне цены он достигнет максимальной выручки от продажи продукции. На первый взгляд может показаться, что увеличивая цену товара предприниматель достигает большей выручки. Это наступило бы тогда, когда рост цены не сопровождался падением спроса, т.е. когда предприниматель имел бы дело с нулевой эластичностью спроса. В действительности каждое изменение цены сопровождается определенным изменением спроса. Зная коэффициент ценовой эластичности спроса, предприниматель может рассчитывать, как повлияет изменение цены на валовую выручку (доход), т.е. поступления от реализации продукции.

Предпринимателю выгодно повышать цену только тогда, когда ценовая эластичность спроса меньше единицы. Предприниматель заинтересован в том, чтобы реакция потребителя на рост цены была как можно слабее. С его точки зрения ситуация была бы идеальной, если бы = 0. Тогда бы предприниматель мог неограниченно увеличивать цену и не нес бы потери, связанные со снижением валовой выручки.



Предпринимателю выгодно снижать цену тогда, когда ценовая эластичность спроса больше единицы. Чем сильнее реакция потребителя на снижение цены, тем больше может быть эффект возрастания валовой выручки.

**Потребительская корзина –** это выбор товаров и услуг, объективно необходимых для удовлетворения первоочередных потребностей человека, и его оценка в действующих ценах. Знание структуры потребительской корзины и происходящих в ней изменений необходимо для расчета показателя изменения стоимости жизни и изменения реальных доходов населения.

**Список используемой литературы**

\*Экономическая теория. Учебное пособие. Медведев И.П. Белгород: НИиРИО БЮИ МВД РФ,1998.

\*Экономическая теория: учеб. для студ. высш. учеб. заведений. / Под ред. В.Д.Камаева. - 6-е изд. - М., ВЛАДОС, 2001.

\*Экономика. Учебник. /Под ред. Булатова А.С. М.: БЕК, 2001.

Панкрухин А.П. Ценообразование: проблемы, стратегии, инструментарий. // Маркетинг в России и за рубежом, 2003, № 1.

\*Земляков Д., и др. Основы теории спроса и предложения. // РЭЖ, 2004, № 6, 8.

\*Киселева Т. Инфраструктура рыночного хозяйства. // РЭЖ, 2000, № 3.

\*Медведев В.А. Особенности формирования товарного предложения на потребительском рынке. // Маркетинг в России и за рубежом, 2004, № 2.