**Тема: Рыночное равновесие и равновесная цена**

**ПЛАН**

Введение

Глава 1. Понятие рыночного равновесия и равновесной цены

Глава 2. Взаимосвязи изменений спроса и предложения с изменениями равновесной цены и количества продукта

Глава 3. Равновесная цена и фактор времени. Мгновенное, краткосрочное и долгосрочное равновесие

Заключение

Список литературы

Введение

Как известно, любая система стремится к достижению равновесного состояния и его сохранению. Это характерно и для микроэкономических систем, однако, поскольку их функционирование обеспечивается посредством деятельности людей, наделенных волей, сознанием и разнонаправленными интересами, равновесие не достигается стихийно и имеет специфические законы и условия.

Рыночное равновесие проявляется в количественном соответствии спроса и предложения товаров, услуг и ресурсов и затрагивает интересы домохозяйств как поставщиков ресурсов и потребителей товаров и услуг и предприятий как потребителей ресурсов и производителей товаров и услуг. Другими словами, это оптимальная реализация совокупных экономических интересов в обществе. Здесь можно привести сравнение со здоровым "экономическим кровообращением", в котором нет явлений распада, вызываемых "болезнями" экономики - инфляцией, безработицей и т.п. Идея такого равновесия очевидна и желаема всем обществом, поскольку означает полное удовлетворение потребностей без излишне затраченных ресурсов и нереализованного продукта.

В данной работе предлагается изложение понятий как равновесия и цены равновесия, условия стабильности равновесия, дефицит и излишек, влияние на рыночную цену.

**Глава 1. Понятие рыночного равновесия и равновесной цены**

Рыночное равновесие – ситуация на рынке, когда спрос (D) и предложение (S) находятся в состоянии равновесия, которое характеризуется равновесной ценой (Pe) и равновесным объемом. Т.е. объем спроса (QD) равен объему предложения (QS) при данной равновесной цене (Pe) (рис. 1).

.



Равновесная цена – единая цена, по которой продается и покупается равновесное количество товара.

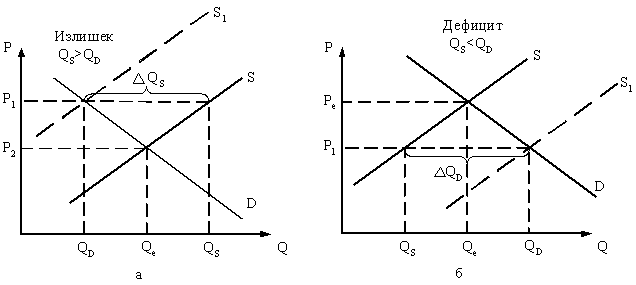


Рис. 1. Рыночное равновесие

Но состояние равновесия на рынке неустойчиво, т.к. изменения рыночного спроса и рыночного предложения вызывают изменение рыночного равновесия.

Если реальная рыночная цена (Р1) выше Ре, то объем спроса (QD) будет меньше объема предложения (QS), т.е. возникает избыток товара (DQS). Избыток предложения всегда действует в сторону понижения цены, т.к. продавцы будут стремиться избежать затоваривания.

Чтобы избежать изменения цены, производители могут сократить предложение (S,S1), что приведет к сокращению объема до QD (рис. 1,а).

Если реальная рыночная цена (P1) оказывается ниже цены равновесия Pe, то объем спроса (QD) превышает объем предложения QS, возникает дефицит товара (DQD). Дефицит товара действует в сторону повышения его цены. В этой ситуации покупатели готовы заплатить и более высокую цену за товар. Давление со стороны спроса будет продолжаться до тех пор, пока не установится равновесие, т.е. пока дефицит не станет нулевым (DQD=0).

Закон убывающей предельной полезности (последовательное увеличение потребляемого блага ведет к снижению полезности от него) объясняет отрицательный наклон кривой спроса (D). То есть каждый потребитель в соответствии со снижающейся полезностью товара покупает его большее количество только при условии снижения цены.

С помощью кривой спроса можно определить выигрыш (излишек) потребителя – это разность между максимальной ценой, которую может заплатить потребитель за товар (цена спроса), и реальной (рыночной) ценой данного товара.

Цена спроса на товар (РD) определяется предельной полезностью каждой единицы товара, а рыночная цена товара – взаимодействием спроса (D) и предложения (S). В результате этого взаимодействия товар продается по рыночной цене (Рe) (рис. .2).

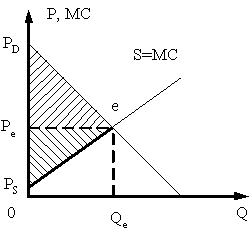


Рис. .2. Излишек потребителя и производителя

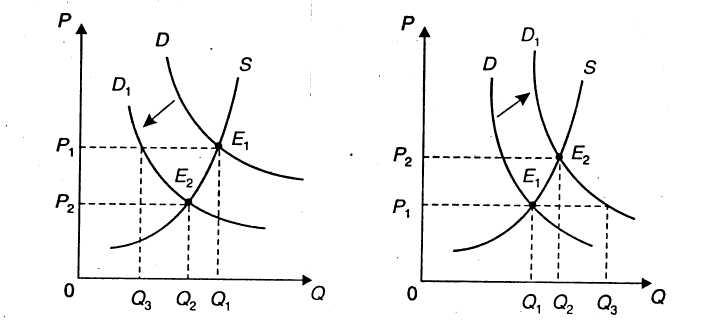
Поэтому потребитель выигрывает, покупая товар дешевле, чем он мог за него заплатить. Этот выигрыш равен площади заштрихованного треугольника РDЕРe (рис. 2).

Знание предельных издержек (МС) позволяет определить выигрыш производителя. Дело в том, что минимальная цена, по которой фирма может без потерь продавать единицу продукции, не должна быть ниже предельных издержек (МС) (прирост затрат, связанный с производством каждой последующей единицы продукции) (рис. 2). Любое превышение рыночной цены единицы продукции над ее МС будет означать рост прибыли фирмы. Таким образом, выигрыш производителя – это величина превышения цены реализации (рыночная цена) над предельными издержками производства. Такой излишек фирма получает от каждой продаваемой единицы товара по рыночной цене (Рe), превышающей предельные издержки (МС) производства данной единицы. Таким образом, продавая объем товара (Qe) (при разных МС на каждую единицу продукции от 0 до QЕ) по РЕ, фирма получит выигрыш, равный заштрихованной площади РeЕРS.

**Глава 2. Взаимосвязи изменений спроса и предложения с изменениями равновесной цены и количества продукта**

Проанализируем нарушение рыночного равновесия вследствие сдвигов кривых спроса и предложения.

Уменьшение доходов потребителей вызывает сдвиг кривой спроса влево: из положения D в положение D1(рис. 3,а). При начальной цене P1 и том же объеме предложения появится избыток товаров, равный Q1Q3,станут расти товарные запасы. Цена не может и далее оставаться на уровне P1. В ре­зультате конкуренции производителей начнется «давление» на нее сверху, и она станет снижаться. С падением цены производители станут сокращать объем производства. Двигаясь по кривой S сверху вниз, они достигнут точки Е2, где их планы опять совпадут с планами потребителей. Точка Е2 станет новой точкой равновесия.



а б

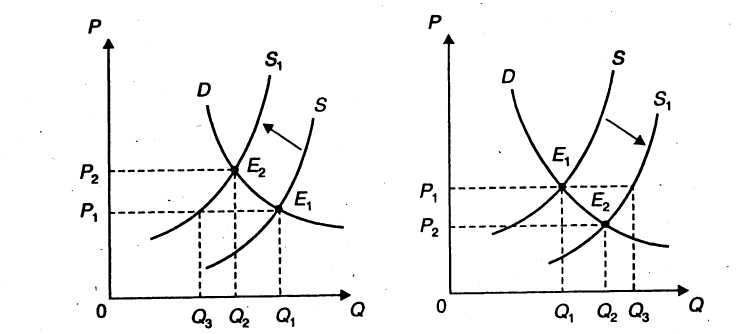
# Рис. 3. Сдвиги кривой спроса

Если же доходы потребителей увеличатся, это вызовет сдвиг кривой спроса вправо: из положения D в положение D1(рис. 3,б). При начальной цене Р1 и том же объеме предложения (Q1) возникает товарный дефицит, равный Q1Q3. Повышенный спрос будет стимулировать рост объема производства, но одновременно и рост цен. В результате установится новая равновесная цена (P2) и новый равновесный объем производства (Q2).

Таким образом, увеличение спроса при прочих равных условиях вызывает рост равновесной цены и рост объема производства; уменьшение спроса — соответственно снижение равновесной цены и уменьшение объема производства.

Теперь предположим, что изменяется предложение, а спрос остается постоянным.

Допустим, что удорожание топливно-энергетических ресурсов привело к росту производственных издержек, и предложение какого-то товара сократилось. Кривая предложения сдвинулась из положения S в положение S1(рис. 4,а). При прежней рыночной цене P1 и том же спросе возникает товарный дефицит, равный Q1Q3. Товарные запасы станут сокращаться, спрос превысит предложение. В результате конкуренции потребителей начнется «давление» на цену снизу, и она станет расти. По мере роста цен, в соответствии с законом предложения, производители будут наращивать производство, а потребители, двигаясь по кривой D снизу вверх, должны будут соглашаться на более высокую цену. Со временем растущие цены вызовут сокращение объема спроса. В итоге рынок придет к новому равновесному состоянию Е2 при цене Р2 и объеме производства Q2.



а б

# Рис. 4. Сдвиги кривой предложения

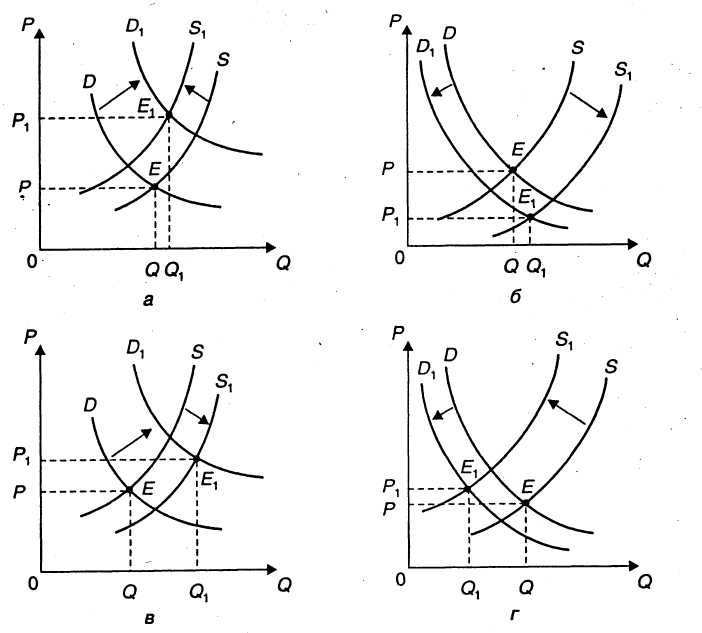
На рисунке 4,б показана обратная ситуация. Если, например, произошло усовершенствование технологии производства какого-то товара, то его предложение увеличится, то есть кривая предложения S сместится в положение S1. При прежней рыночной цене Р1 и том же спросе возникнет товарный излишек, равный Q1Q3. Станут нарастать товарные запасы, обострится проблема реализации товаров. Предложение превысит спрос. В результате конкуренции производителей начнется «давление» на цену сверху, и она станет снижаться. Снижение цены вызовет сокращение производства и, естественно, уменьшение предложения. В итоге рынок придет к новому равновесному состоянию E2 при цене Р2и объеме производства, равном Q2.

Увеличение предложения, при прочих равных условиях, ведет к понижению цены и росту количества производимого продукта; уменьшение предложения — соответственно к росту цены и понижению объема предложения. Здесь наблюдается обратная связь между изменением предложения и вызванным им изменением равновесной цены, однако связь между изменением предложения и вызванным им изменением объема производства останется прямой.

Вполне реальна ситуация, когда под воздействием различных неценовых факторов происходит одновременный сдвиг кривых спроса и предложения. При этом могут иметь место следующие, ситуации.

Предположим, что спрос и предложение изменяются в про­тивоположных направлениях. Здесь возможны два случая. Сначала рассмотрим вариант, когда спрос увеличивается, а предложение снижается (рис. 5,а).

Что касается цены, то в данном случае наблюдаются два эффекта ее повышения: эффект увеличения спроса и эффект снижения предложения. Если же говорить о равновесном объеме производства, то воздействие на него со стороны изменения спроса и предложения разнонаправлено и зависит от соотношения параметров изменения спроса и предложения. Если в большей степени возрос спрос, чем снизилось предложение (как это показано на рис. 5,а), равновесный объем производства увеличится по сравнению с первоначальным. Если же возрастание спроса относительно меньше, чем падение предложения, то равновесный объем производства окажется меньше первоначального.



# Рис. 5. Одновременные сдвиги кривых спроса и предложения

Рисунок 5,б показывает ситуацию, когда спрос падает, а предложение растет. Как это скажется на равновесной цене? В данном случае имеют место два эффекта ее снижения: эффект уменьшения спроса и эффект повышения предложения. Что же касается равновесного объема производства, то последствия изменений спроса и предложения разнонаправлены: уменьшение спроса ведет к снижению равновесного объема выпуска, тогда как увеличение предложения — к его увеличению. В конечном итоге направление изменения равновесного объема производства будет зависеть от соотношения параметров изменения спроса и предложения.

Что происходит с равновесной ценой и равновесным объемом производства, если спрос и предложение изменяются в одном и том же направлении?

Здесь также возможны два случая. На рисунке 5,в представлена ситуация, когда и спрос, и предложение увеличиваются. Влияние этих процессов на направление изменения цены будет зависеть от соотношения эффекта повышения цены в результате повышения спроса и эффекта ее понижения в результате роста предложения. Если параметры увеличения спроса больше параметров роста предложения, равновесная цена будет расти; если же параметры повышения предложения будут больше парамет­ров роста предложения, равновесная цена будет снижаться.

Из рисунка 5,г следует, что в данном случае и спрос, и предложение уменьшаются. Если параметры снижения предложения выше, чем параметры снижения спроса (эта ситуация показана на рисунке), то равновесная цена возрастает. Когда же имеет место обратная ситуация, то равновесная цена снижается. Что касается равновесного объема производства, то в данном случае можно однозначно утверждать, что он будет снижаться.

В приведенной таблице 1 показана зависимость изменения спроса и предложения от различных факторов и влияние на цену.

Таблица 1 - Условия, вызывающие общие изменения спроса и предложения.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Факторы | Изменения | | Сдвиг графика (Л – влево, П – вправо) | |
| Цены | Спроса, предложения |
| А. Влияющие на спрос | | | | | |
|  | Возрастает число покупателей | Рост | Увел. | | П |
|  | Увеличиваются доходы покупателей:  а) нормальный товар;  б) низший товар | Рост  Сниж. | Увел.  Уменьш. | | П  Л |
|  | Растет предпочтение товара покупателям | Рост | Увел. | | П |
|  | Рост цен замещающего товара | Рост | Увел. | | П |
|  | Рост цен дополняющего товара | Сниж. | Уменьш. | | Л |
|  | Ожидание потребителей | Разное | Разное | | Л или П |
|  | Инфляция и инфляционное ожидание | Рост | Разное | | П |
| Б. Влияющие на предложение | | | | | |
|  | Увеличение числа поставщиков | Сниж. | Увел. | | П |
|  | Рост цен на ресурсы | Рост | Уменьш. | | Л |
|  | Появление эффективной технологии | Сниж. | Увел. | | П |
|  | Рост цен замещающего товара | Рост | Увел. | | ЛП |
|  | Рост цен дополняющего товара | Сниж. | Уменьш. | | Л |
|  | Увеличение налогов | Увел. | Уменьш. | | Л |
|  | Государственные дотации, кредит | Сниж. | Увел. | | П |
|  | Ожидание поставщиков | Разное | Разное | | Л или П |
|  | Инфляция и инфляционные ожидания | Рост | Разное | | Л или П |

Из таблицы видно, что график спроса смещается вправо (рис. 3,б) под воздействием изменения следующих уровней: возрастания числа покупателей, увеличение доходов покупателей, при спросе на нормальный товар, возрастания предпочтение товара покупателями, при росте цен заменяющего товара, в условиях инфляции или инфляционного ожидания. Изменение этих условий можно конкретизировать или даже дополнить применительно к исследуемому рынку и предприятию.

Влево график смещается под влиянием таких условий, как уменьшение спроса на низшие товары (хлеб, картофель и т.д.) при росте доходов покупателей, а также тогда, когда растут цены на дополняющий товар (рис. 3,а).

Сдвиг вправо графика предложения (рис. 4,б) означает рост предложения при данной цене, а влево, наоборот, его уменьшение в расчете на прежний уровень цен. Сдвиг вправо графика предложения происходит под влиянием увеличения числа поставщиков, появления более эффективной технологии, роста цен на заменяющие товары, предоставления государственных дотаций, субсидий или кредитов.

Влево график предложения смещается в силу роста цен на ресурсы, повешение цен на дополняющий товар, увеличение налогов, амортизационных норм (рис. 4,а).

**Глава 3. Равновесная цена и фактор времени. Мгновенное, краткосрочное и долгосрочное равновесие**

Концепция цены А. Маршалла.

На рынке особое значение имеет равновесная цена (результат взаимодействия цены спроса и цены предложения). Цена спроса – цена, по которой определенное количество товара способно привлечь покупателей в течение определенного периода времени (она уменьшается по мере увеличения предложения). Цена предложения – цена, по которой товар поступает в продажу на конкретный рынок (по мере изменения ежегодного количества товара она может и возрастать , и снижаться; она зависит от цен факторов производства данного товара).

Исходная позиция Маршалла такова: на рынке представлены нормальный спрос и нормальное предложение. Силы спроса и предложения действуют свободно, не существует прочного объединения торговцев, широко развертывается свободная конкуренция. На рынке в одно и то же время есть лишь одна нормальная цена (нормальная цена определяется состоянием устойчивого равновесия нормального спроса и нормального предложения). Общая конъюнктура рынка остается неизменной на протяжении всего принятого периода. Нормальная цена определяется делением совокупных затрат производства на количество товара, это средние затраты.

Формирование рыночной цены Маршалл рассматривал в трех периодах, где параметры предложения имеют различную динамику. Соответственно различают мгновенное, кратковременное и длительное равновесие. В трех различных типах равновесия товаропроизводители могут либо не принимать никаких мер, либо приспособить переменные факторы производства к изменившимся условиям, либо приспособить к изменившейся цене все факторы производства.

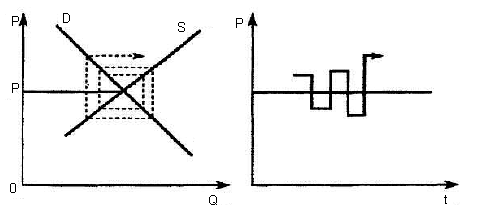
|  | Мгновенное | Кратковременное | Длительное |
| --- | --- | --- | --- |
| Предложение | Фиксировано. Цена полностью зависит от спроса. | Растет без увеличения оборудования. | Различия межу предложением в долго- и краткосрочном периодах состоят в том, что в долгосрочном периоде фирма может расширить производство, новые фирмы могут войти в отрасль. Такие процессы происходят в условиях роста цен, если цены обеспечивают сверхнормальную прибыль. Сверхнормальная прибыль несовместима с равновесием в открытой индустрии. Как только общее предложение возрастет, цены упадут. Новые фирмы будут продолжать входить в эту отрасль до тех пор, пока цена не вернется в свое нормальное состояние и фирма не будет иметь нормальную прибыль |
| Спрос | Увеличение спроса приводит к увеличению цены, его снижение – к падению. | Увеличение спроса ведет к увеличению объема выпуска товаров и предложения, а снижение – к сокращению. |
| Цена | Колеблется (полностью зависит от спроса) | Колеблется | Постоянна |
| Условия равновесия |  |  |  |

Существенное воздействие на предложение товаров оказывает изменяющийся во времени уровень цены и прибыли.

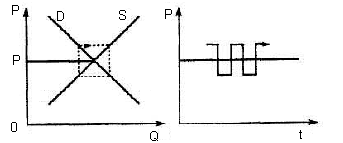
Пример: если цена клубники высока в этом году, то в следующем году предложение клубники может резко возрасти. Вследствие значительного роста предложения клубники рыночная цена может снизиться, и производители потеряют доход. Часть производителей уходит из отрасли, что приводит в следующем году к сокращению предложения клубники и повышению уровня рыночной цены. Это стимулирует увеличение производства в следующем году и т. д.

Отсюда вытекают три возможных варианта изменения рыночной цены:

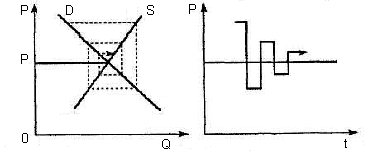
1. Рыночная цена отклоняется все дальше от цены равновесия.



1. Рыночная цена неопределенно варьируется вокруг цены равновесия в известных переделах.



1. Рыночная цена постепенно достигает равновесия, так вариация постепенно уменьшается.

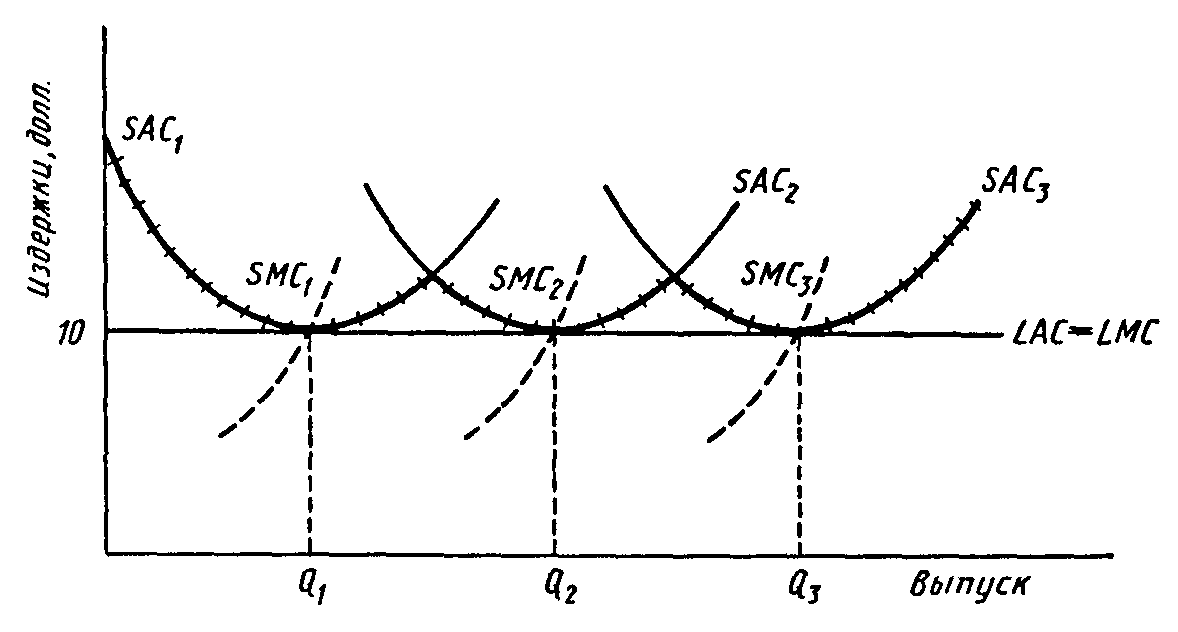


Этот ход событий является самым обычным. Такие процессы на практике и их отражение в категориях и на графиках вошли в экономическую науку под названием теоремы паутины. Теорема паутины – полезная иллюстрация потенциально нестабильной конкурентной промышленности по сравнению с монополией. Она предполагает, что предприниматели не учатся на прошлом опыте. Однако с накоплением опыта они приспосабливаются к вариациям цен. Изменения цен и предложения все уменьшаются, и только уже это делает достижение равновесия более вероятным. В длительном периоде предложение приспосабливается к изменению спроса путем расширения или сокращения объема производства. Чем длиннее период времени, тем более полно предложение сможет приспособиться к изменению спроса. Таким путем происходит образование нормальной цены длинного периода. Нормальная цена – это не средняя цена определенного периода, а цена в конце того периода, в котором изменилось предложение. Этот процесс отражен на графике, где цены P1, P2, P3, P4 приближаются к нормальной цене P.

Нормальная цена P формируется в условиях воспроизводства, причем вариация цен приближается к минимальной равновесной цене P.

## Взаимосвязь между краткосрочным и долговременным периодами

Предположим, фирма не уверена в будущем спросе на свою продукцию и рассматривает три альтернативных варианта размеров предприятия. Линии краткосрочных средних издержек по трем вариантам даны как SAC1, SAC2 и SAC3 на рисунке 6. Решение имеет огромное значение, поскольку после того, как предприятие построено, его размеры невозможно изменить в течение некоторого времени.



Puc. 6. График долговременных и краткосрочных издержек производства при постоянном эффекте масштаба

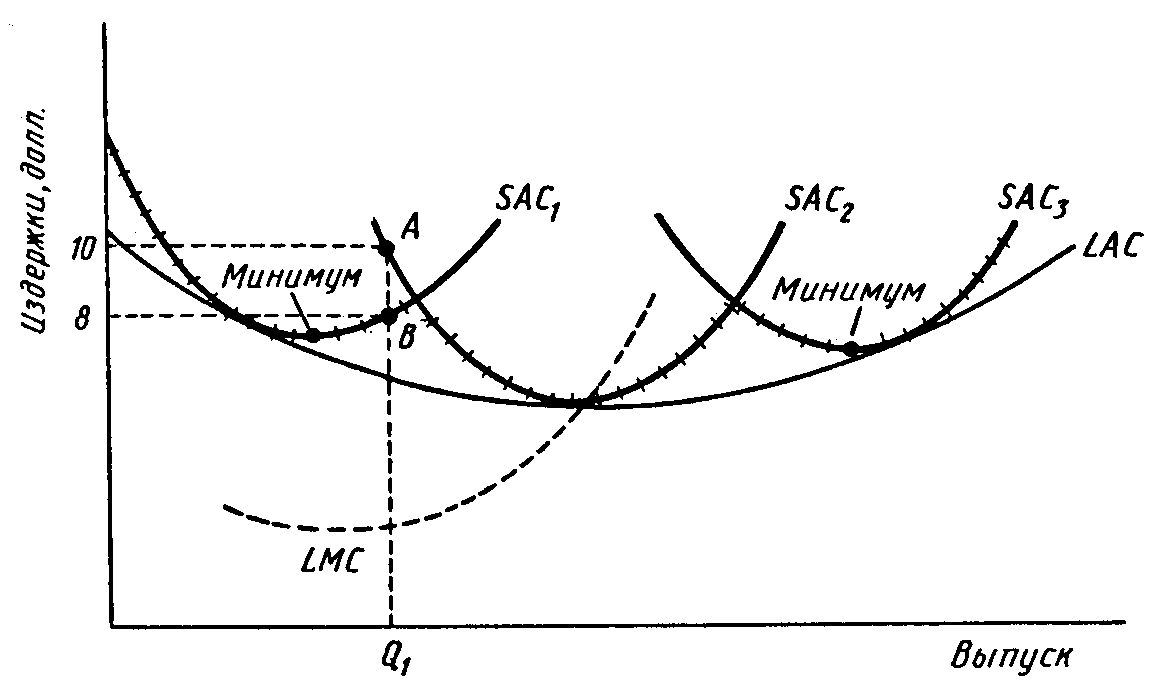


Рис. 7. График долговременных и краткосрочных издержек производства при увеличивающемся и сокращающемся эффекте масштаба

Линия долговременных издержек показывает, что на долговременном этапе фирма может изменить размеры своего завода таким образом, что, если первоначальный объем производства составлял Q1 и появилось желание увеличить выпуск продукции до Q2 или Q3, это может быть сделано без увеличения издержек производства. Кривая долговременных средних издержек представляет собой отмеченные перекрестными штрихами участки линии краткосрочных средних издержек, так как она показывает минимальные издержки производства для любого объема выпуска продукции. Кривая долговременных средних издержек является, таким образом, огибающей кривых краткосрочных средних издержек – она огибает краткосрочные кривые.

Теперь предположим, что существует множественный выбор размеров завода, для каждого из которых имеется кривая краткосрочных средних издержек с минимумом на уровне 10 долл. Вновь кривые долговременных средних издержек будут огибать краткосрочные кривые. На рисунке 4 это прямая линия LAC. Сколько бы ни решила производить фирма, она может выбрать размер производства, который позволяет ей осуществлять выпуск продукции с минимальными средними издержками в 10 долл. (так как эффект масштаба постоянный). При возрастающем или падающем эффекте масштаба анализ в основном такой же, но линия долговременных средних издержек не является больше горизонтальной. Рисунок 7 показывает типичный случай, при котором минимальные средние издержки являются самыми низкими для производства средних размеров. График долговременных средних издержек вначале отражает возрастающий эффект масштаба, но при увеличении объема производства этот эффект становится падающим. Опять-таки участки с поперечной штриховкой образуют огибающую, связанную с тремя вариантами производства.

Кривая LAC никогда не поднимается выше любой кривой краткосрочных средних издержек. Точки минимальных средних издержек самого маленького и крупнейшего из предприятий не находятся на кривой долговременных средних издержек вследствие возрастающего и падающего эффекта масшта­ба на долговременном этапе.

**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 используемой литературы:

1. Борохов В.Б. Основы экономической теории. Москва, 2006.

2. Ивашковский С.Н. Экономика: микро- и макроанализ. Москва, Дело, 2007.

3. Нуреев Р.М. Основы экономической теории: Микроэкономика. Москва, 2000.

4. Максимова В.Ф. Рыночная экономика: Учебник. В 3 т. Т.1. Теория рыночной экономики. Часть I. Микроэкономика, Москва. СиминтЭк, 2002.

5. Основы рыночной экономики. Терминологический словарь. Москва, издательство МАИ, 2003.

6. Авдашева С.К. Базовые экономические понятия и вопросы экономики. Москва, 2001.

7. В.З. Баликаев, В.А. Ковалев, В.А. Семенихина. Курс общей экономической теории: Учебное пособие. Новосибирск: НГУ, 2003.

8. Белоусов В.М., Ершова Т.В. Экономическая теория: Учебное пособие. Москва, изд-во «Феникс», 1999.