**План**

1. Спрос и факторы его определяющие

2. Эластичность спроса. Измерение эластичности

**1. СПРОС И ФАКТОРЫ, ЕГО ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ**

Рыночная экономика представляет собой бесконечно повторяющееся проявление спроса и предложения. Проблемы их взаимодействия играют первостепенную роль в понимании законов функционирования товарного производства. Исследования спроса и предложения и сделанные на их основе выводы позволяют прогнозировать динамику изменения ситуации на рынке и управлять сложными экономическими процессами, направляя их в нужное русло.

Начальное представление о “спросе” имеет каждый человек и выступает оно как потребность в определенных благах. Поэтому можно сказать, что основу спроса образуют те или иные человеческие потребности. Из всей их совокупности можно выделить первичные потребности, связанные с обеспечением самого существования человека, и вторичные потребности, возникновение которых определяется прогрессом общества. Однако градация потребностей на первичные и вторичные весьма условна, и то, что одним кажется роскошью (например, личная библиотека), другим представляется неотъемлемым элементом их существования.

Следует четко различать желание человека что-либо купить и готовность его это сделать исходя из своих платежных возможностей. Поэтому в экономической теории под спросом понимают именно спрос, потребность в товаре, равная величине покупательских средств потребителя.

С чего начинается путь потребителя к желанной вещи, которую он задумал купить? Безусловно, с анализа цен на эту вещь. Будущий покупатель выяснит цены на данный товар в других магазинах, на аналогичный товар, на условия его эксплуатации, если таковые предстоят и т.д. Но безусловно просматривается одно обстоятельство: наиболее притягательным фактором в приобретении товара является цена. Если какая-либо потребность может быть удовлетворена только через оплату соответствующего товара или услуги, то размер этой оплаты (цена) влияет на выбор приобретаемых товаров и величину их приобретения.

Отсюда следует, что величина спроса непосредственно зависит от цены товара - чем дороже товар, тем меньшее его количество может приобрести покупатель, располагающий определенной суммой денег, и, наоборот, чем меньше цена, тем больше он может купить, имея то же количество денежных средств. Эта зависимость может быть представлена в виде таблицы, которую в экономике принято именовать шкалой спроса.

ШКАЛА СПРОСА

|  |  |
| --- | --- |
| Цена (Р), руб. | Спрос (Q). шт. |
| 10 | 1 |
| 8 | 2 |
| 4 | 3 |
| 2 | 8 |

Как следует из графика (рис.1), каждая точка на кривой спроса показывает его величину при определенном уровне цены на данный товар и наглядно демонстрирует, что с ростом цены спрос снижается и наоборот, т.е. между ценой и количеством покупок товара существует обратная (отрицательная) зависимость. Экономисты назвали эту обратную связь законом спроса. Другими словами, чем больше количество товара, которое необходимо продать, тем ниже должна быть назначаемая на него цена. Следовательно, закон спроса можно записать так:

Δ QD 1

Закон спроса = ------- , или Δ QD = F -------- ,

Δ P Δ P

где F - функция от цены (Р)

Для понимания закона спроса вовсе не безразлично: зависимость “чего” от “чего” имеется в виду - цены от спроса или спроса от цены. Закон спроса - это такая модель экономики, в которой спрос определяется ценой.

Действие закона спроса проявляется через так называемый «эффект дохода» и «эффект замещения». Эффект роста дохода, при неизменном его фактическом уровне, возникает в случае снижения цен на какой-либо товар, в результате чего теперь на ту же сумму покупатель может приобрести больше товара, чем раньше. Сэкономленные в результате снижения цен деньги потребитель не обязательно потратит на покупку подешевевшего товара, он может приобрести и что-нибудь другое, но, как показывает практика, в большинстве случаев люди склонны истратить сумму денег на приобретение именно этого товара.

Эффект замещения выражается в том, что при более низкой цене у покупателя появляется возможность приобрести дешевый товар вместо аналогичных товаров, которые теперь оказываются относительно дорогими. Потребители склонны заменять дорогие товары более дешевыми. Эффекты «дохода» и «замещения» совмещаются и приводят к тому, что у потребителя возникает способность и желание покупать большее количество товаров по более низкой цене, чем по высокой.

Цена -важный, но не единственный фактор, определяющий спрос на конкретный товар. В связи с этим в экономике принято различать два понятия - “величина” спроса и “объем” спроса.

Величина спроса есть фиксированный определенной ценой размер покупок, графически это выглядит как движение по самой кривой спроса - с уменьшением цен потребитель увеличивает количество покупаемого товара.

В то же время существует целый ряд неценовых детерминант, вызывающих изменения в объеме спроса и приводящих к сдвигу положения кривой на графике в сторону увеличения или уменьшения.

К ним относятся следующие.

1. Изменение потребительских вкусов и предпочтений. На вкусы и предпочтения покупателей влияют различные факторы: сложившиеся в обществе традиции, уровень образования и культуры покупателей, усилия производителя в области рекламы, изменение моды, стремление покупателей не отстать от других или, наоборот, желание обособиться, выделиться, проявление различного рода демонстративного потребления. Например, с исчезновением моды на кримплен спрос на него упал почти до нуля.

2. Изменение доходов покупателей. Этот фактор проявляет себя неодинаково по отношению к различным товарам. В случае роста дохода потребителей спрос на одни виды товаров растет, а на другие, наоборот, снижается, т.е. зависит от природы самого товара. К товарам, спрос на которые по мере роста дохода увеличивается, относят так называемые нормальные товары или товары высшей категории; вторая группа товаров образует товары низшей категории, спрос на которые изменяется при изменении доходов в противоположном направлении. Примером товаров низшей категории являются хлеб, картофель, крупы, дешевая одежда низкого качества, поездки на общественном транспорте. Товары высшей категории - мясо, животное масло, модные предметы одежды, автомобили и т.п.

3. Изменение цен на товары-заменители (субституты) и сопряженные товары. Учитывая возможность замещения одних товаров другими, увеличение (уменьшение) цены товара может вызвать рост (снижение) спроса на заменяющий его товар, если даже цена последнего останется прежней. Например, говядина и свинина - это товары заменители. Если цены на свинину возрастут, а на говядину останутся неизменными, покупатели снизят потребление свинины за счет увеличения потребления говядины. Ракетки и теннисные мячи - это сопряженные товары, при снижении цены ракеток их потребление возрастет, но для игры понадобятся мячи, которых станут покупать больше даже по прежней цене.

4. Изменение числа покупателей, а также состава и структуры населения. Количественное увеличение покупателей влечет за собой и рост покупаемых ими для своего потребления товаров, кроме того, если происходят структурные изменения, например, в результате роста рождаемости увеличивается количество детей, произойдет рост спроса на товары детского ассортимента, не связанный с изменением цен. Увеличение же доли пенсионеров в населении повышает спрос на лекарства и услуги помощников по хозяйству.

5. Экономические ожидания в отношении будущего уровня цен и размера своего дохода могут побудить покупателей в настоящий момент увеличить или уменьшить количество покупаемого товара.

6. Экономическая политика государства в области доходов. Государственные субсидии, различного рода пособия, выплачиваемые в денежной форме или распределяемые в виде карточек, оказывают существенное влияние на спрос.

Изложенное по различию в изменении объема спроса и величины спроса можно отразить на графике (рис.2).

Закон спроса действует всегда. Хотя в жизни можно найти ряд ситуаций, когда кажется, что они являются исключением из правил. Однако при ближайшем рассмотрении оказывается, что эти исключения были мнимыми.

1. Повышение цены сопровождается повышением величины спроса. Ожидание еще большего роста цен в будущем делают сегодняшние покупки по возрастающей цене выгодными. Потратить больше сегодня, чтобы многократно сэкономить завтра - таков “смысл первого исключения”, и он полностью укладывается в механизм действия закона спроса.

2. Понижение цены сопровождается понижением величины спроса. Если есть уверенность, что завтра товар будет стоить еще дешевле, то не следует покупать его сегодня, даже если цены на него и снизились.

3. Стабильный спрос на традиционно дорогостоящие изделия. Есть группа товаров, цены на которые устойчиво высоки и практически никогда не снижаются: изделия из золота, меха, земля, недвижимость, антиквариат, картины и т.д. Покупку этих товаров следует рассматривать как выгодное помещение денежных сбережений. А так как цены на них и дальше будут возрастать, то приобретение их и есть та выгода, которую покупатель имеет сегодня, что и соответствует логике закона спроса.

4. Покупка из товаров-субститутов наиболее дорогого. Это явление иногда называют по имени известного американского экономиста и социолога “эффектом Веблена”, что означает покупку товаров особого рода по высоким престижным ценам и тем самым должно свидетельствовать о высоком статусе покупателя. Объясняется это неэкономической мотивацией и не имеет отношения к закону спроса. В данной ситуации покупателем движет либо высокая общественная престижность самого факта покупки исключительно дорогого товара, либо привычка, с которой он не хочет расстаться, либо ожидание через высокую цену товара его хорошего качества.

Покупательский спрос - сложное, многомерное явление. В зависимости от формы образования различают потенциальный, формирующийся и сложившийся спрос.

Потенциальный - это спрос, который существует в так называемой скрытой форме, не проявляя себя до тех пор, пока на рынке не появится новый, соответствующий данному спросу товар. Он возникает как результат того, что покупатель, по тем или иным причинам, не удовлетворен существующими товарами и ждет появление новых, способных удовлетворить его запросы.

Формирующийся - это складывающийся спрос на новые товары при их появлении на рынке.

Сложившийся, или существующий спрос - это то количество денег, которые потребители хотят и могут истратить на покупку стабильно признанного на рынке товара.

В зависимости от намерений покупателя различают жесткий, альтернативный, импульсивный и ажиотажный спрос.

Жесткий спрос возникает в том случае, когда мы имеем дело с покупателем, приверженном к определенной марке товара, который постоянно покупает товары именно этой марки и не намерен совершать покупку аналогичного товара, но другой марки (сорта, разновидности и т.п.).

Альтернативный спрос имеет место в том случае, если покупатель не имеет четкой приверженности к одному товару и совершает покупку в зависимости от наличия товара в продаже.

Импульсивный спрос возникает в том случае, когда покупатель первоначально не имел намерения купить товар, но под влиянием каких-либо внешних побудительных мотивов, возникших непосредственно в месте продажи товара, совершил покупку. Как свидетельствует практика, в 70% случаев продукты питания приобретают на основе импульсивного спроса.

Ажиотажный спрос является результатом кризисного, неблагополучного состояния экономики (инфляция, дефицит и т.п.), при котором желание покупателя обезопасить себя от неблагоприятной ситуации (рост цен, исчезновение из свободной продажи товара и т.п.) побуждает его делать излишние покупки, не соответствующие его реальным потребностям в товаре.

В зависимости от состояния рынка спрос принято подразделять на негативный, отсутствующий, падающий, колеблющийся, полноценный, чрезмерный, иррациональный.

Отрицательным, или негативным спрос является в том случае, когда покупатель по тем или иным причинам негативно относится к какому-либо товару, в результате чего он отказывается от покупки или даже избегает ее.

Отсутствующий спрос - это результат безразличия покупателя к товару, в этом случае он также не приобретает товара, считая его для себя бесполезным.

Падающий спрос имеет место в том случае, когда по тем или иным причинам у покупателя утрачивается интерес к приобретению товара, который проигрывает в конкурентной борьбе новому, более совершенному.

Колеблющийся спрос связан с особенностями конкретного товара и носит ярко выраженный сезонный характер, с периодическими пиками и спадами объемов продажи.

Полноценный спрос - это наиболее желательная для товаропроизводителя ситуация на рынке, которая возникает в том случае, когда большинство предлагаемых к реализации товаров находят своего покупателя.

Чрезмерный спрос возникает в том случае, когда количество товара, которое стремятся приобрести покупатели, превышает возможности по его производству.

Иррациональный спрос - это спрос на так называемые “вредные” товары, оказывающие отрицательное воздействие на здоровье человека или состояние окружающей среды.

**2. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА. ИЗМЕРЕНИЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ**

Как мы уже отмечали, величина спроса изменяется с изменением цены. Однако спрос на различные товары по-разному реагирует на подобные изменения - он может, как возрасти при падении цены товара, так и остаться почти неизменным. Это зависит от эластичности спроса, т.е. от способности спроса изменяться в зависимости от изменения цены. Мерой такого изменения является коэффициент ценовой эластичности спроса, который показывает, насколько измениться спрос при 1% изменения цены.

Можно выделить различные варианты проявления ценовой эластичности спроса.

В общем случае законность такова: чем более необходимым является потребление данного блага, тем менее эластичен спрос на него. Даже пятидесяти процентный сдвиг в изменении цен на такие товары как хлеб, соль, спички сравнительно слабо повлияет на спрос на них; между тем такое же повышение цены, например, на копчености, шоколадные конфеты, осетрину и т.д. заставляет многих сравнительно сократить потребление этих продуктов.

Неэластичный спрос проявляется, если платежеспособная потребность покупателей не чувствительна к изменениям цен. Скажем, как бы ни возрастали, или ни понижались цены на соль, спрос на нее не изменен.

Спрос имеет единичную эластичность, когда 1% изменения цены вызывает 1% роста объема продаж. Коэффициент эластичности равен единице, изменение объема выручки равно нулю. Бесконечно эластичным считается спрос, если имеется только одна цена, по которой потребители покупают товар. В этом случае коэффициент эластичности равен бесконечности, а спрос реагирует таким образом, что даже незначительное снижение цены способно вызвать его неограниченный рост, а увеличение - привести к его полному падению. Коэффициент эластичности равен нулю в случае совершенно неэластичного, или жесткого спроса, при котором потребители покупают постоянное количество товара независимо от изменения его цены (например, покупка инсулина больных диабетом).

Ценовая эластичность зависит от множества факторов. В первую очередь, это острота потребности в товаре, определяемая важностью товара для потребителя.

Предметы первой необходимости имеют обычно низкую эластичность. Так, при любых колебаниях цен на пшеницу потребление хлеба почти всегда остается постоянным. Небольшой эластичностью отличается также спрос на предметы роскоши. Текущие цены на такие товары, как драгоценности, путешествия, услуги высококвалифицированных юристов, медиков настолько велики, что спрос на них практически предъявляется только богатыми людьми. Такой спрос малоэластичен по отношению к цене.

Другим важным фактором, влияющим на эластичность спроса, является наличие товаров-субститутов: чем больше у покупателя возможность выбора, другими словами, чем больше товаров-заменителей, тем выше эластичность спроса.

Интересно проявляет себя ценовая эластичность в различном временном интервале. Реакция спроса в ответ на изменение цены, как правило, несколько запаздывает, поэтому в краткосрочном периоде изменения спроса в связи с изменением цен будут менее выражены, чем в долгосрочном. Это связано с тем, что переход на другие товары связан с изменением покупательских привычек, а это всегда требует определенного времени.

В заключение необходимо отметить, что величина спроса часто не совпадает с количеством реально купленного покупателем товара, поскольку спрос зависит только от желаний и возможностей покупателя, и на размер покупок оказывает влияние еще и практическое наличие товара на рынке, т.е. величина предложения, о котором более подробно мы поговорим в следующем параграфе.