

Шогенова Жантиля Исмаиловна

Магистрант НАЧОУ ВПО СГА

Направление: Экономика

Магистерская программа: Банки. Банковское дело

Взаимодействие спроса и предложения

Аннотация. Рыночная экономика – это бесконечное взаимодействие спроса и предложения. Постоянное отслеживание спроса и способность моментально реагировать на малейшие его изменения (то есть гибкость производства) – все это предопределяет выживание и успешную работу предприятия.

Ключевые слова: спрос, предложение, рыночная экономика, маркетинг, сбыт, купля-продажа, эластичности спроса и предложения.

Рыночная экономика — это бесконечное взаимодействие спроса и предложения. Разработка простой модели такого взаимодействия составила эпоху в истории экономической науки. И хотя с той поры минуло более двух столетий, именно с нее начинается теоретическое знакомство с современной рыночной экономикой. Дело в том, что через эту модель могут быть описаны все экономические процессы.

Изучение спроса на рынке сейчас становится первоочередной задачей при функционировании предприятия. Постоянное отслеживание спроса и способность моментально реагировать на малейшие его изменения (то есть гибкость производства) – все это предопределяет выживание и успешную работу предприятия. Сейчас для любой фирмы важнее даже не произвести какую-либо продукцию, а сбыть ее, найти конкретную нишу на рынке для своего товара. Поэтому-то на первые роли выходят в настоящее время многочисленные отделы маркетинга, непосредственно занимающиеся

вопросами сбыта и реализации продукции. И там хорошо знают, что такое спрос и как он изменяется с течением времени [2, с. 61].

Действительно, любому акту купли-продажи предшествуют два феномена – «спрос» и «предложение», величины которых определяют объем сделок и уровень цен на рынке. А поскольку рыночная экономика есть динамика цен и объема сделок, то добиваться их желаемого изменения можно, регулируя величину спроса (влияя на доходы потребителей) и величину предложения (влияя на прибыль производителей). Это справедливо и для макро-, и для микроэкономики.

Сказанным объясняется то внимание, которое теория рынка уделяет анализу спроса и предложения. Такой анализ важен и тем, что выступает связующим звеном между макро- и микроэкономическими теориями.

Несомненно, что компания, планируя объем и структуру производства, должна опираться на четкие фактические данные о потенциальном спросе на свою продукцию. Согласно рыночным законам величина спроса зависит от цены блага, прочих внешних факторов (например, доходов потребителей), а также от цен на товары-дополнители или товары-субституты.

При повышении цен компания может ожидать при прочих равных условиях снижение спроса на продукцию, тем более, если имеет место активная деятельность конкурентов, продающих товары-субституты по более низким ценам. В то же время с ростом доходов населения фирма может рассчитывать на увеличение покупательского спроса и, соответственно, увеличение сбыта производимой продукции.

Одним из направлений исследования цен является определение, имеются ли на кривой спроса такие ценовые точки, в которых целевой рынок будет особенно чувствителен к цене.

Даже приблизительные оценки величины эластичности важны для решения следующих практических задач:

1. Обозначение точек воздействия на цены в целях увеличения.

2. Сравнение показателей эластичности различных товаров позволяют определить те из них, которые имеют большую рыночную силу, то есть спрос на них является более стойким при изменении цены.

3. Сопоставление показателей эластичности для товаров-дополнителей позволяет устанавливать сбалансированные цены на отдельные товары из данной группы.

4. Перекрестные эластичности, позволяющее прогнозировать перемещение спроса с одной марки товара на другую.

Явление изменения величины спроса (предложения) вследствие изменения цены получило в экономической науке название эластичности. Эластичность – одно из самых важных понятий экономической науки. Теория эластичности углубляет понимание процесса адаптации рынка к изменениям основных факторов, определяющих два основных параметра любого рынка – спрос и предложение. Анализ эластичности позволяет проникнуть в суть экономических проблем, а это крайне необходимо при действительном функционировании любых разновидностей рынка. В экономических исследованиях и по сей день требуется не только установить факт взаимосвязи между двумя величинами, но и определить степень, эластичность, этой взаимосвязи. Эластичность помогает предвидеть динамику доходов фирм при изменении цен при условии, что остальные факторы, влияющие на доходы, остаются фиксированными, что очень важно в условиях современного рынка [3, с. 38]. Кроме того, глубокое осмысление необходимости и важности применения теории эластичности в экономическом анализе позволит выявить некоторые особенности влияния эластичности покупательского спроса на цены, издержки и прибыль предприятия, а также проследить зависимость предельных величин коэффициента эластичности продаж от цены в практике исследуемого предприятия [4, с. 9].

Проблема изучения и измерения эластичности имеет существенный научный, а самое главное и практический, интерес для экономики в настоящее время. Однако, несмотря на это, на практике исследования эластичности товара

осуществляются редко и в основном крупными предприятиями. Причина кроется в самом понятии эластичности, которое связано рядом трудностей именно практического характера, которые и ограничивают реальную ценность измерения эластичности. Так как все исследования должны проводиться при определенных неизменяющихся внешних условиях, прогностическая ценность эластичности зависит от стабильности данных условий, обеспечить которую затруднительно.

Помимо этого, на практике часто трудно добиться оценок эластичности, достаточно стабильных и надежных для определения на их основе оптимальных цен. Опыт показывает, что точность определения величины ценовой эластичности порой составляет $\pm 25\%$ [3, с. 38]. Естественно, что подобный разброс недопустим при решении практических задач ценообразования. Поэтому изучение ценовой эластичности, как правило, дополняется или заменяется изучением ценовой чувствительности на основе исследования системы ценностей потребителей. Главная идея здесь состоит в том, что потребителю предлагается сравнить достоинства товара с затратами на его приобретение и использование. При обеспечении товаром наилучшего соотношения цена/качество, потребитель совершает покупку. То есть, чувствительность к цене характеризуется через воспринимаемую ценность товара. То упрощение, которое мы принимаем при расчете эластичности, говоря о линейной зависимости цены и объема продаж, упускает важные внешние факторы – цены конкурирующих компаний, системы продвижения продукта, имидж товара и т. д. [5, с. 3]. Поэтому важнейшей задачей является именно включать в общее исследование эластичности анализ данных факторов.

Литература

1. Автономов В.С. Как работает рынок: спрос и предложение [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-63/4.htm>

2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт-Издат, 2005.

3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования цен // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. №5.

4. Маренков Н. Эластичность спроса и последствия ее недооценки [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.inventech.ru/lib/cost/cost-0009/>

5. Рябых Д. Сравнительный анализ развития рынков: оценка, анализ и прогнозирование спроса и предложения, цен и их динамики [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/mibif/6/ls3_1.htm

© Бюллетень магистранта 2014