

О ВЗАИМОСВЯЗИ ЦЕНЫ СО СПРОСОМ И ПРЕДЛОЖЕНИЕМ

Воронин В. Ф.

Организация перехода страны к рынку сопровождалась выходом в свет обширной экономической литературы, являющейся теоретической и во многом практической базой не только в переходный период, но и в процессе функционирования рыночной экономики. В основном это переводные русскоязычные издания фундаментальных трудов иностранных авторов, таких как [1-7] и других.

Во всех этих трудах цена P представляется графически в виде прямой или кривой линии как функция от аргумента, за который принимается количество товара K , востребованного на рынке согласно спросу или поставленного на рынок согласно предложению. Причем линия $P(K)$ по спросу имеет нисходящий вид, линия $P(K)$ по предложению – восходящий, а проекция точки пересечения этих линий на ось абсцисс дает сбалансированное количество товара и на ось ординат – его равновесную цену.

Однако эти графики при математически правильном их анализе (от аргумента к функции) противоречат логике рыночных отношений.

Их примеру, не задумываясь, последовали практически все отечественные пишущие экономисты [9-13], за исключением авторов монографии [8], где в противовес рис. 1а и совершенно справедливо написано: "При повышении спроса цены увеличивают, а при падении – уменьшают, хотя издержки производства остаются неизменными". И хотя печатного мнения по предложению, противовесного рис. 1б, нами не обнаружено, ясно, что контрагентность спроса и предложения этот противовес подразумевает.

Не стоит доказывать, что математика является основой всех численных и формализованных наук, поэтому малейшее отступление от ее законов приводит в жизни к ухудшению личных и общественных полезных результатов.

Как же выйти из положения так, чтобы не противоречить ни математической, ни рыночной логике? По нашему мнению, сначала надо твердо установить, что же первично: спрос-предложение товара или его цена. Относительно спроса наиболее емкое и в то же время краткое понятие содержится в отечественном источнике [12] "Спрос – общественная или личная потребность в материальных благах, товарах или услугах".

А. Хоскинг [6], анализируя несколько понятий спроса, включая и предложенное Ф. Котлером [2], заключает: "Спрос может быть выражен в виде формулы $C = N M B P$, где C – спрос, N – число покупателей, M – место, B – время, P – средний коэффициент совершенной покупки".

Как видим, в этих понятиях спроса цена не фигурирует вовсе, что позволяет считать спрос основополагающим, первичным фактором (аргументом), а цену – следствием или функцией от него, изобразив их графическую взаимосвязь, с учетом математической и рыночной логики так, как показано на рис. 1-а.

Вместе с тем, Пол Хейне [5] утверждает: "Спрос – это понятие, которое связывает покупаемые количества (блага) с теми жертвами, которые приходится делать для приобретения этого количества". И далее у него читаем: "Независимо от того, готовы вы или нет признать его законом, следующий факт неоспорим и весьма важен: увеличение цены блага обычно сопровождается уменьшением общего объ-

ема покупок, а уменьшение цены, наоборот, их увеличением. Не учитывать этой связи – серьезная ошибка".

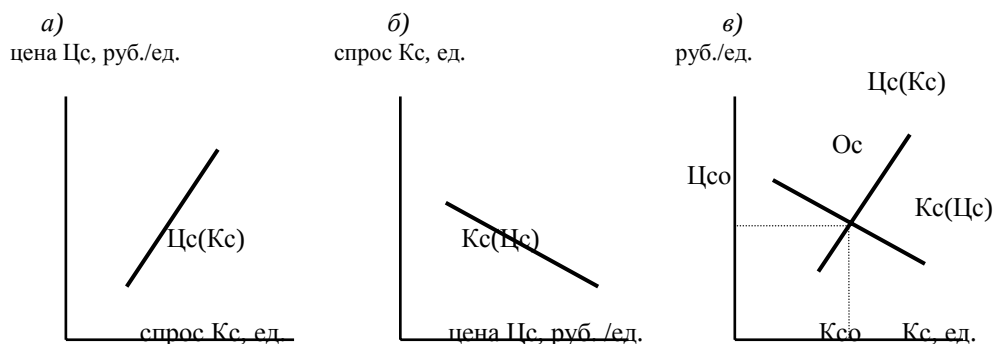


Рис. 1 Графическая взаимосвязь цены Цс со спросом Кс

Не будем оспаривать это утверждение, хотя его чрезмерная категоричность и настораживает, но уж если в нем первичным фактором или аргументом считается цена, а вторичным фактором или функцией – спрос, то и графическую их зависимость надо изображать по правилам математики, как показано на рис. 1-б, размещая цену на оси абсцисс, а спрос – на оси ординат.

Чем же полезны два графика? Если их совместить в одних координатных осях $x-y$ (спрос-цена), то получится рис. 1в, где проекция точки пересечения графических линий на соответствующие оси показывает оптимальное число спроса и оптимальную цену с точки зрения соответствия и рыночной, и математической логики. Так, если руководствоваться зависимостью $\text{Цс}(\text{Кс})$, то ее линия начинается с минимальной цены, устремляясь вверх с увеличением Кс , а если принять зависимость $\text{Кс}(\text{Цс})$, то ее линия начнется с максимальной цены, скатываясь вниз с увеличением Кс . Встречный ход линий приведет к точке их пересечения Ос , указывающей на оптимальные значения спроса и цены.

Доказательства о взаимосвязи цены с предложением аналогичны, но имеют логически противоположную, по сравнению со спросом, направленность. Так, рис. 2-а представляет собой графическую зависимость цены от предложения, рис. 2б, наоборот, предложения от цены, а рис. 2в – это совмещенный график оптимального значения предложения и соответствующей цены.

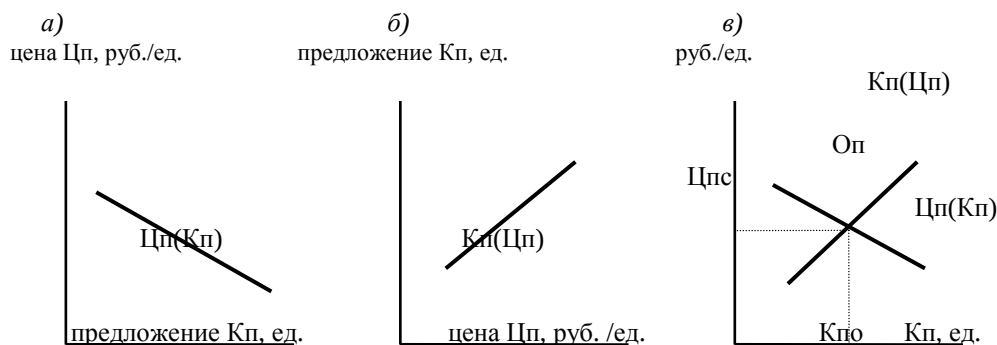


Рис. 2. Графики взаимосвязи цены Цп с предложением Кп

Нетрудно догадаться, что совмещая рисунки 1-в и 2-в, можно получить новые графики для определения сбалансированного количества товара и его равновесной цены, показанные на рис. 3. Здесь отрезок O_c-O_n показывает степень возможной рыночной несогласованности спроса и предложения как по количеству товара, так и по его цене.

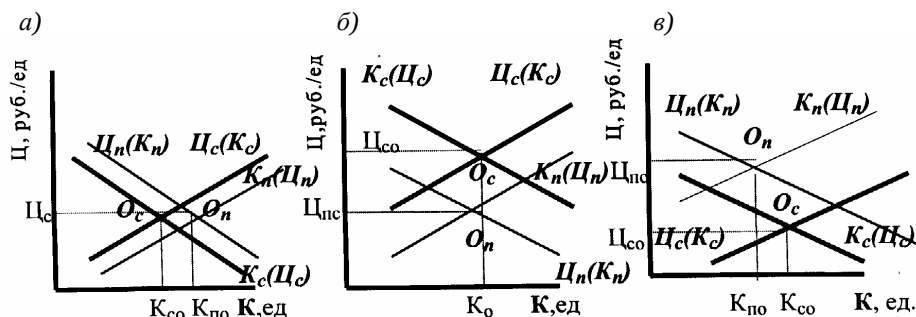


Рис. 3. Графики сбалансированности спроса-предложения и равновесия цены

Горизонтальное положение отрезка O_c-O_n на рис. 3а означает, что цена спроса и предложения согласована, а количество товара – нет, причем размещение отрезка справа от точки O_c свидетельствует об избыточности предложения, а расположение его слева от точки O_c означает неудовлетворенность спроса.

Вертикальное положение отрезка O_c-O_n на рис. 3б означает, что спрос и предложение по количеству товара согласован, а по цене – нет, причем размещение отрезка вверх от точки O_c свидетельствует о превышении цены предложения над ценой спроса, а расположение его вниз от точки O_c означает, что цена спроса больше цены предложения.

Угловое расположение отрезка O_c-O_n на рис. 3в означает рассогласованность спроса и предложения по количеству товара и по его цене, а степень такой рассогласованности определяется величиной соответственно горизонтальной (х) и вертикальной (у) проекций этого отрезка. Естественно, что угловая направленность отрезка O_c-O_n возможна в любой из четырех квадрантов, отмеченных вокруг точки O_c . Поэтому одной из важнейших задач практических маркетологов в рыночной обстановке является совмещение точек O_c-O_n , то есть сведение длины отрезка O_c-O_n к нулю.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Дамари Р.** Финансы и предпринимательство: Финансовые инструменты, используемые западными фирмами для роста и развития организаций / Пер. с англ. Ярославль: Елень, 1993. 222 с.
2. **Котлер Ф.** Основы маркетинга / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1990. 736 с.
3. **Макконелл К., Брю С.** Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2 т. / Пер. с англ. М.: Республика, 1992.
4. **Самуэльсон П.** Экономика. В 2 т. М.: МГП "АЛГОН": ВНИИСИ, 1992.
5. **Хейне П.** Экономический образ мышления / Пер. с англ. Изд. второе, стереотипное. М.: Дело, при участии изд-ва "Catallaxy", 1992. 704 с.
6. **Хоскинг А.** Курс предпринимательства: Практическое пособие / Пер. с англ. М.: Междунар. отношения, 1993. 352 с.

7. *Эванс Дж. Р., Берман Б.* Маркетинг / Сокр. пер. с англ. М.: Экономика, 1990. 350 с.
8. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятий. М.: Внешторгиздат, 1989. 152 с.
9. *Румянцева З. П., Саломатин Н. А., Акбердин Р. З.* и др. Менеджмент организации: Учебное пособие / М.: ИНФРА-М, 1996. 432 с.
10. Микро-, макроэкономика: Практикум / Под. ред. Ю. А. Сгибина. СПб.: Литература плюс; Санкт-Петербург оркестр, 1994. 432 с.
11. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес / Под. ред. Ю. М. Осипова. М.: Ассоциация "Гуманитарное знание", МП "Тригон", 1992. 432 с.
12. Фондовый портфель. (Книга эмитента, инвестора, акционера, биржевика. Книга финансового брокера) / Отв. ред. Ю. Б. Рубин, В. И. Солдаткин. М.: СОМИНТЕКС, 1992. 752 с.
13. Фрейнкман Е. Ю. Экономика и бизнес. Начальный курс: Учебное пособие для учащихся 10-11 классов. 2-е изд. М.: Начал-Пресс, 1994. 160 с.