

Глава 2

ОСНОВЫ АНАЛИЗА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Становление экономической науки как самостоятельной области знания часто связывают с выходом в 1776 г. книги Адама Смита «Богатство народов», хотя завершилось оно лишь спустя еще столетие. До этого экономические проблемы рассматривались в рамках недифференцированного общего знания. Они обсуждались в сочинениях философов, юристов, богословов и, конечно, политиков.

Одной из наиболее важных среди них на протяжении веков считалась проблема экономической *ценности* и *цены*. Первым «претендентом» на роль основы для соизмерения благ, ценности и цены была человеческая *потребность*. В «Никомаховой этике» великий философ древности, ученый-энциклопедист Аристотель писал: «Поэтому все, что участвует в обмене, должно быть каким-то образом сопоставимо... Поистине такой мерой является потребность, которая все связывает вместе... и, словно замена потребности, по общему уговору появилась монета».¹

Средневековые комментаторы Аристотеля обогатили учение великого мыслителя рядом новых положений. Прежде всего была сделана попытка разделить понятия ценности и цены. Если ценность блага определяется потребностью, считал французский философ Жан Буридан (ок. 1300—ок. 1358), с именем которого

¹ Аристотель. Соч. М., 1983. Т. 4. С. 156.

связывается притча о «буридановом осле», то цена зависит от потребности и средств покупателя. Бедняк нуждается в хлебе больше, чем богач, но ему нечем оплатить его. Значит, и рыночную цену определяют не потребности всех индивидуумов, но лишь тех из них, кто может подкрепить свои потребности деньгами, т. е. платежеспособные потребности, или спрос.

Но наиболее важное дополнение к учению Аристотеля было сделано крупнейшими философами и теологами средневековья Альбертом Великим (ок. 1193—1280) и его учеником Фомой Аквинским (1225 или 1226—1274). Наряду с потребностью (*indigentia* — *лат.*) они назвали второй (по порядку, но не по значимости) источник ценности и цены — труд и расходы (*labores et expensae* — *лат.*). Без справедливого возмещения труда и расходов общество, основанное на разделении труда, не могло бы существовать.

Таким образом, была установлена зависимость рыночных цен, с одной стороны, от спроса, определяемого потребностями и денежными средствами покупателей, и, с другой — от предложения, определяемого трудом и расходами, хотя соотношение этих «ценообразующих факторов», роль каждого из них в формировании цен долгое время оставались неисследованными. Одни авторы преувеличивали значение спроса, особенно полезности, другие — значение издержек, особенно труда.

Проблема спроса и предложения как факторов, определяющих рыночную цену, получила принципиальное разрешение в 1890 г. в работе А. Маршалла «Принципы политической экономии»: «Мы могли бы с равным основанием, — писал он, — спорить о том, регулируется ли стоимость (ценность, см. с. 312—313. — *В.Г., С.И., В.М.*) полезностью или издержками производства, как и о том, разрезает ли кусок бумаги верхнее или нижнее лезвие ножниц. Действительно, когда одно лезвие удерживается в неподвижном состоянии, а резание осуществляется движением другого лезвия, мы можем, как следует не подумав, утверждать, что резание производит второе, однако такое утверждение не является совершенно точным и оправдать его можно лишь претензией на простую популярность, а не строго научным описанием совершаемого процесса».²

²Маршалл А. Принципы политической экономии. М., 1984. Т. 2. С. 31—32.

В этой главе нам предстоит познакомиться с современными научными основами анализа спроса и предложения, с тем, как «режут бумагу» ножницы А. Маршалла. В трех последующих главах мы рассмотрим существующие представления о полезности и предпочтениях потребителей, формировании индивидуального и рыночного спроса.

2.1. СПРОС

Спрос на какой-либо товар характеризует наше *желание купить* то или иное количество этого товара. Именно «желание купить» отличает спрос от простого «хотенья» заполучить то или иное благо, чем бы оно ни диктовалось — настоятельной необходимостью удовлетворить жизненно важную потребность или требованиями комфорта, стремлением выглядеть не хуже других или перещеголять соседа.

Наличие спроса на какой-то товар предполагает чье-то согласие уплатить за него определенную цену, а значит, и согласие пожертвовать «в обмен» на покупку данного товара покупкой некоторого количества других товаров и услуг на ту же сумму. Следовательно, на спрос оказывают влияние не только вкусы и предпочтения покупателей, их желания, но и размеры их денежных доходов и сбережений, а также цены предлагаемых товаров.

Объемом спроса на какой-либо товар называют количество этого товара, которое согласно купить отдельное лицо, группа людей или население в целом в единицу времени (день, месяц, год) при определенных условиях. К числу этих условий относятся вкусы и предпочтения покупателей, цены данного и других товаров, величина денежных доходов и накоплений.

Ценой спроса называют максимальную цену, которую покупатели согласны заплатить за *определенное количество* данного товара.

Зависимость объема спроса от определяющих его факторов называют *функцией спроса*.

В общем виде функция спроса может быть представлена так:

$$Q_i^D = Q_i^D(T; P_1, \dots, P_k; I; \dots), \quad (2.1)$$