

# Критика теории спроса и предложения

## Препринт

Научите попугая произносить  
слова «спрос и предложение»  
– и перед вами экономист!  
*Шутка*

### Аннотация

В статье дается критика варианта теории спроса и предложения, изложенного в одном из самых популярных в американских университетах учебнике по экономиксу К. Макконнелла и С. Брю. Проводится анализ понятий спроса, предложения и так называемых законов спроса и предложения. Показывается место и действительное значение этих «законов», а также предлагаются новые дефиниции этих величин.

### Содержание

Предисловие .....	1
Выборка цитат из учебника.....	2
1. Критика определения понятия спроса .....	3
2. Критика определения понятия предложения .....	3
3. Критика закона спроса и закона предложения.....	4
Вместо заключения .....	7
Приложение: Схема торговли товарами .....	8
Литература .....	9

### Предисловие

Для критики теории спроса и предложения используется русский перевод с английского 11-го издания учебника К. Макконнелла и С. Брю [1].

Все цитаты из указанного источника оснащены цифро-буквенным шифром, в котором на первой позиции находится номер страницы критикуемого учебника, на второй – русская буква «А» или «Б», обозначающая, соответственно, первую или вторую колонку текста на данной странице, а на третьей – номер цитируемого абзаца. Абзацы без отступа, начинающие рубрики, а также абзацы примечаний нумеруются в общем порядке.

Критика теории спроса и предложения осуществляется с позиций новой, **соотносительной**, теории стоимости, разрабатываемой в настоящее время автором данного труда [2].

### Выборка цитат из учебника

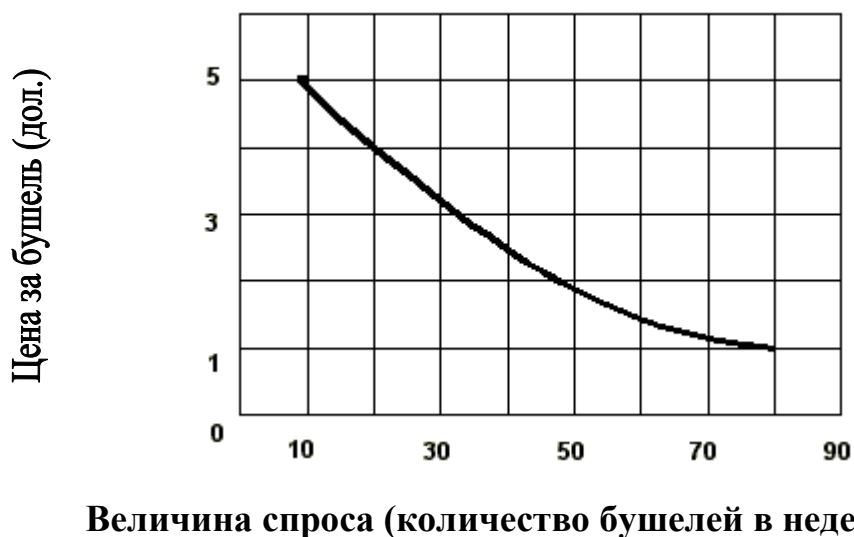
**61.Б.2:** «Термин «спрос» имеет для экономиста специфическое значение. С п р о с изображается в виде *графика, показывающего количество продукта, которое потребители готовы и в состоянии купить по некоторой цене из возможных в течение определенного периода цен*».

**62.Б.1:** «Коренное свойство спроса заключается в следующем: при неизменности всех прочих параметров снижение цены ведет к соответствующему возрастанию величины спроса. И, напротив, при прочих равных условиях повышение цены ведет к соответствующему уменьшению величины спроса. Короче, существует отрицательная, или *обратная*, связь между ценой и величиной спроса. Экономисты назвали эту обратную связь *з а к о н о м с п р о с а*».

**63.А.1:** «Эту обратную связь между ценой продукта и величиной спроса можно изобразить в виде простого двухмерного графика, показывающего величину спроса на горизонтальной оси, а цену на вертикальной оси».

**63.А.2:** «Помещение цены на вертикальной оси и величины спроса на горизонтальной – это экономическая традиция. Математик поместил бы цену на горизонтальной оси, а величину спроса на вертикальной, так как цена – это независимая переменная, а величина спроса – зависимая переменная».

**Рисунок 4-1. Кривая индивидуального спроса на кукурузу**



**67.Б.11:** «Предложение можно определить как шкалу, *показывающую разные количества продукта, которые производитель желает и способен произвести и предложить к продаже на рынке по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определенного периода времени*. Эта шкала предложения представляет ряд альтернативных возможностей, таких, какие показаны в таблице 4–5 для индивидуального производителя.

Таблица 4–5. Предложение кукурузы индивидуальным производителем

Цена за бушель (дол.)	Величина предложения в неделю
5	60
4	50
3	35
2	20
1	5

**68.А.2:** «Легко заметить, что таблица 4–5 показывает положительную, или *прямую* связь между ценой и количеством предлагаемого продукта. С повышением цен соответственно возрастает и величина предложения; со снижением цен сокращается также и предложение. Эта специфическая связь называется *законом предложения*».

**73.А.2:** «Наш анализ был бы неполным, если бы мы здесь не уделили места рассмотрению воздействия изменения предложения и спроса на равновесную цену». (780.Б.1: «Равновесная цена – цена на конкурентном рынке, при которой величина спроса и величина предложения равны...»)

**73.Б.1:** «**Изменение спроса.** Сначала проанализируем последствия изменений спроса, приняв допущение о том, что предложение остается постоянным. Предположим, что спрос возрастает. <...> Увеличение спроса, при прочих равных условиях (предложение), порождает *эффект повышения цены* <...> Уменьшение спроса обнаруживает... *эффект снижения цены*. <...> *Короче, мы обнаруживаем прямую связь между изменением спроса и вытекающими отсюда изменениями... равновесной цены...*»

**73.Б.2:** «**Изменение предложения.** Теперь осуществим противоположную процедуру и проанализируем воздействие изменения предложения на цену, приняв допущение о том, что спрос постоянен. <...> Когда предложение сокращается, это ведет к повышению цены продукта. <...> Увеличение предложения порождает *эффект понижения цены*... Существует *обратная связь между изменением предложения и проистекающим отсюда изменением равновесной цены...*»

## 1. Критика определения понятия спроса

Во втором предложении цитаты 61.Б.2 дается определение, собственно говоря, не самому спросу, а его графику. (А то, что это именно определение спроса, а не что-либо другое, подтверждает примечание ко этому предложению цитаты. В котором есть такие слова: «Применяя это определение к...») Поэтому нам придется убрать из этой дефиниции все лишнее и добавить все недостающее, чтобы получить ее в чистом, незамутненном, классическом виде.

Прежде всего, нужно заметить, что спрос **не может** изображаться графиком. Поскольку график всегда изображает не саму величину, а **зависимость** ее от некоторой другой или других. И авторы критикуемого учебника это прекрасно знают. Иначе бы они не писали в абзаце 29.Б.1 следующее: «График представляет собой лишь наглядное изображение зависимости между двумя переменными».

Далее. В определении спроса не следует употреблять понятие «продукт». Так как оно слишком широко для нашего случая. Речь в определении должна идти только о том продукте, который участвует в товарном обмене. Поэтому говорить нужно конкретно – о товаре. Тем более что не все товары являются продуктами («труда», как это подразумевают, скорее всего, авторы учебника).

Не следует, также, говорить в определении и о потребителях. И без этого ясно, что товар кто-то покупает. Да и покупателем далеко не всегда является потребитель.

Кроме прочего, из критикуемого определения нужно исключить частности, говорящие о ценах и о периоде времени. Так как само собой разумеется, что товар всегда покупается по определенной цене и что продается он не мгновенно, а в течение определенного периода времени.

Наконец, способность покупателей приобрести товар означает, что товар **может быть** куплен. Поэтому истинное определение спроса должно быть дано в следующем виде: спрос на товар (СнаТ) есть то количество товара, которое может быть куплено.

Причем, указывать на то, что это именно на товар спрос, нужно обязательно. Ведь спрос бывает не только на товар, но и на деньги, например. Кроме того, надо помнить, что речь все время идет именно о **платежеспособном** спросе. О спросе, обеспеченном деньгами, а не о натуральном, физическом спросе на товар. Первый зависит и от потребностей, и от денег, а второй – только от потребностей.

Таким образом, платежеспособный спрос на товар – это **разновидность** количества товара, разновидность, которая отличается от его количества вообще привязкой к **возможностям** покупателей, выраженным определенным количеством денег в их кошельках. Количество товара вообще является ближайшим родом для спроса на товар, а видовым отличием спроса выступает модальность количества в виде возможностей, зависящих от покупателей.

## 2. Критика определения понятия предложения

Формулировка понятия предложения в цитате 67.Б.11 страдает почти теми же недостатками, что и определение спроса. Поэтому с этим определением нужно сделать то же самое, что и с определением спроса.

Во-первых, предложение никак не может быть шкалой. Так как оно не есть последовательность каких-то количеств, а является **одним** количеством, единственным количеством, взятым в общем виде. А все другие количества являются лишь объемом понятия предложения. Во-вторых, производителя можно убрать. Ибо не всегда товар производится и не всегда он продается производителем. Главное не в том, **кто** продает, а в том, что товар **может быть**

продан, что он выставлен или может быть выставлен на продажу.

Если отбросить и все остальные ненужные подробности (о ценах и периоде времени), то определение предложения можно озвучить так: предложение товара (ПТ) есть то его количество, которое может быть продано. Нетрудно видеть, что предложение товара, так же, как и спрос на товар, есть то же самое количество товара вообще. То есть, и для предложения товара количество товара вообще является ближайшим родом. Только у предложения товара в качестве видового признака используется привязка к возможностям не покупателей, а **продавцов**. В этом главное отличие предложения товара от спроса на него.

### 3. Критика закона спроса и закона предложения

Почему авторы «Экономикса» берут спрос и предложение сначала в качестве функции цены (в 62.Б.1 и 68.А.2), а потом, наоборот, используют их в качестве аргументов, а цену мыслят уже как функцию этих аргументов (в 73.А.2)? И почему в первом случае зависимость между спросом и ценой обратная, зависимость между предложением и ценой прямая, а во втором случае все наоборот? Ведь в первом случае мы, по сути, имеем дело с функциями

$$C_{наТ} = K_1/ЦТ \text{ и } ПТ = K_2 \times ЦТ, \quad (1 \text{ и } 2)$$

где **ЦТ** – **цена товара**, а **K<sub>1</sub>** и **K<sub>2</sub>** – коэффициенты пропорциональности.

И если перевернуть эти функции, то характер зависимости между переменными не должен измениться. Функции должны стать такими:

$$ЦТ = K_1/C_{наТ} \text{ и } ЦТ = ПТ/K_2. \quad (3 \text{ и } 4)$$

У авторов же учебника получается, что при перемене местами функции и аргумента меняется на противоположный и характер зависимости между ними. Что является прямым нарушением правил преобразования формул. Попутно отметим, что коэффициенты  $K_1$  и  $K_2$  не являются постоянными величинами, так как и график спроса, и график предложения изображаются не прямыми линиями. Например, на рис. 4-1  $K_1$  увеличивается с 50-ти до 80-ти единиц. По сути, в каждой из формул мы имеем дело с еще одной независимой переменной, но авторы учебника, почему-то, об этом не говорят ни слова.

На наш взгляд, для устранения возникших недоразумений в рассмотрение нужно включить не только **количество товара (КТ)**, в виде предложения товара и спроса на него, но и **количество денег (КД)**, которое выделяется покупателями на приобретение данного товара, то бишь, **предложение денег (ПД)**. А для полной картины рыночного механизма нужно включить в нее и такое понятие, как **спрос на деньги (СнаД)**. То бишь то КД, которое все продавцы в совокупности требуют за свой товар (см. [Схему](#) в Приложении).

Цена, в понимании авторов учебника, есть количество денег, уплачиваемое за единицу товара. Это значит, что каждой единице из множества товаров соответствует некоторое количество денег из их общего множества – из ПД. И когда американцы берут цену в роли аргумента, а спрос в качестве функции, то,

естественно, что зависимость спроса от цены будет обратной. Ведь они весь процесс рассматривают «при неизменности всех прочих параметров», а это значит, что и КД, выделяемое на покупку данного множества товаров, остается неизменным. И даже ребенку будет ясно, что увеличение количества единиц денег за единицу товара при неизменном предложении денег приведет к сокращению количества покупаемого товара. Так как сам платежеспособный спрос есть частное от деления общего ПД на цену единицы товара:

$$C_{наГ} = ПД/ЦТ. \quad (5)$$

И наоборот, уменьшение количества денег за единицу товара ведет к увеличению спроса на товар. В обоих случаях зависимость – обратная. Когда же они берут спрос в качестве аргумента, а цену видят функцией, то в этом случае они в неявном виде предполагают, что ПД уже не остается постоянным, а растет или падает. Если ПД растет, то, ясно, что и цена будет расти. Ибо на то же множество товаров будет приходиться большее количество денег. Ход товаров увеличится и продавцы (ушлый народ!) не замедлят поднять цены. Зависимость цены от спроса – прямая. Потому что сам спрос зависит от ПД прямо пропорционально.

Когда же ПД падает, то уменьшается и цена. Так как сокращается множество денег, выделяемое на данное количество товаров. Скорость их распродажи падает, и продавцы вынуждены снижать цены, чтобы их продать. Хотя, конечно, нельзя быть такими категоричными, как Макконнелл и Брю. Продавцы могут и припрятать товар, чтобы не допустить падения цен. Просто, здесь различные случаи поведения ценовой функции, анализ которой был дан в авторской теории цены [3, с. 19].

Почта такая же картина и при анализе зависимости цены от предложения товара (в цитате 73.Б.2). Авторы принимают допущение, что «спрос постоянен». В их оригинальном мышлении это значит, просто-напросто, что постоянно предложение денег на данный товар. Хотя как может быть постоянен спрос, если изменяется цена?! Ведь они нас постоянно убеждают, что спрос зависит от цены, а цена от спроса! А тут получается, что спрос вообще от цены не зависит! Понимай – как хочешь... И если при этих (фантастических!) условиях ПТ сокращается, то ясно, что произойдет рост цен. Ибо на то же количество денег будет приходиться все меньшее и меньшее количество товаров. Покупатели будут рвать товар из рук, и продавцы немедленно поднимут цены.

И напротив, рост предложения будет сопровождаться падением цены при неизменном ПД. Так как позиции покупателей будут улучшаться. Они сразу же почувствуют свое преимущество и не будут спешить платить ту же цену, если можно купить и подешевле. Вот почему в обоих случаях зависимость цены от предложения обратная, и она противоречит так называемому закону предложения. А спрос же ни при каких условиях не может оставаться неизменным, если изменяется цена по причине изменения ПТ. ПД можно принять неизменным, но спрос обязательно будет изменяться с изменением цены. Потому что он всегда и связан с предложением денег и ценой товара.

## Вместо заключения

Для иллюстрации отношения наших экономистов к «законам» экономикса – маленькая цитата из одного из современных учебников по экономической теории:

«Определение цен спросом и предложением и наряду с этим определение спроса и предложения ценами осложняется еще и тем, что спрос определяет предложение и, наоборот, предложение определяет спрос, производство определяет рынок, а рынок – производство. Этот процесс перестановок тезисов и аргументов, причины и следствия приводит экономистов в тупик» [4, с. 144].

Где же выход из этого тупика?! Почему его не ищут профессиональные русскоязычные экономисты? Или проще жить чужим умом?

А ведь путаницу во взаимозависимостях между ценой, спросом и предложением можно объяснить очень просто. Если включить в рассмотрение фактор времени, четко разделять периоды, в которые происходят торги.

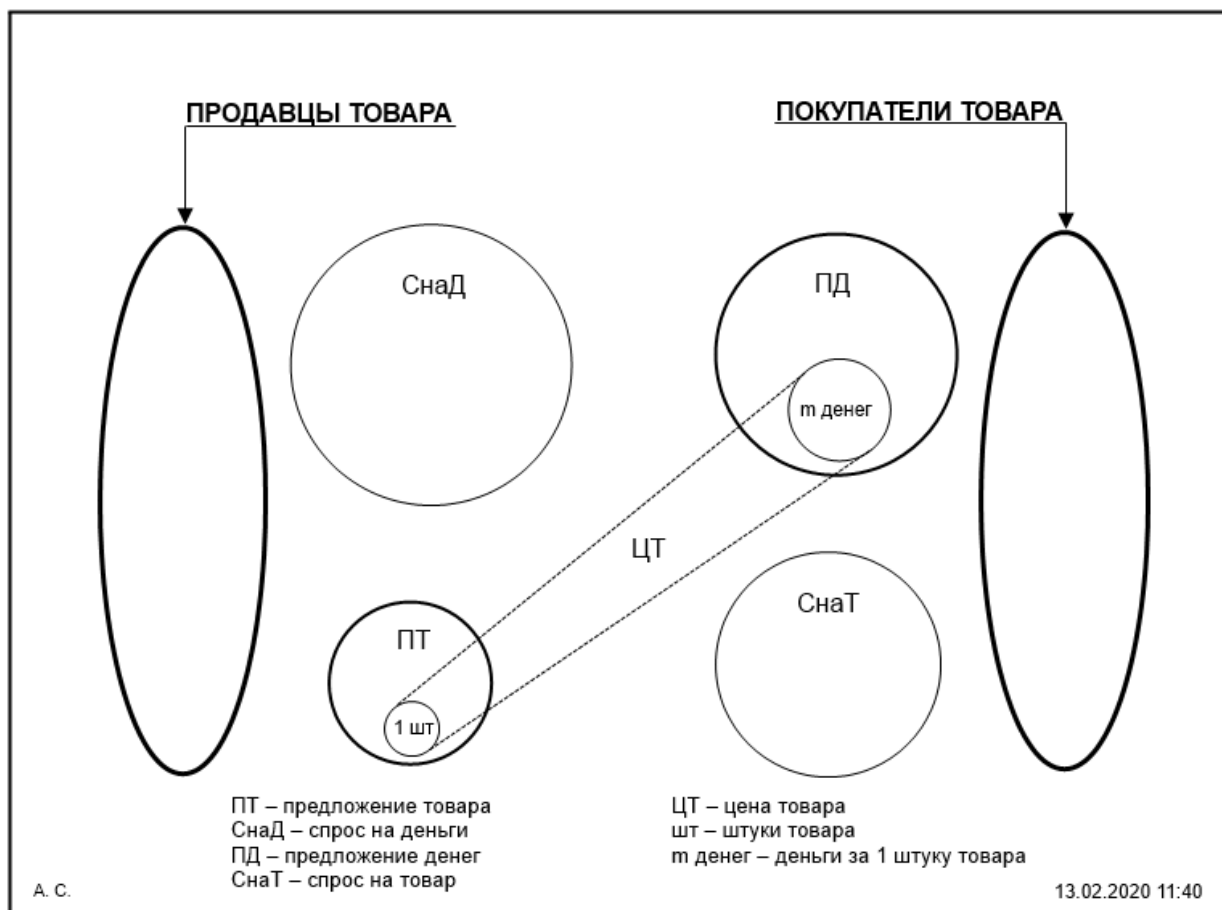
При продаже товаров в данный период времени (скажем, день) величина цены товара будет диктоваться соотношением, прежде всего, ПТ и ПД в этот день. Цена сложится такой, каково соотношение между количеством предлагаемых товаров и количеством тех денег, что покупатели готовы потратить на них. То есть, в один и тот же период времени цена, безусловно, является функцией двух переменных – ПТ и ПД. Она зависит обратно пропорционально от ПТ и прямо пропорционально от ПД (в завуалированном виде эта величина выступает в виде СнаТ). Здесь так называемые закон спрос и закон предложения не действуют.

Если же взять не один, а два периода времени, то ситуации изменится в том смысле, что на действия продавцов и покупателей в следующий этап торгов будет оказывать влияние та цена, что сложилась сегодня. ПТ и ПД денег на следующий день будут зависеть от предыдущей цены. Если она высока, то продавцы, естественно, будут предлагать завтра больше своих товаров. Дабы получить больше выручки. (Здесь завтрашнее ПТ зависит от вчерашней цены. Причем, прямо пропорционально. Это есть, так сказать, закон предложения.) Соответственно, при более высокой цене СнаТ будет меньше. При том же ПД на следующий день. (Это обратная зависимость спроса от цены, называемая экономиксистами законом спроса.)

**Вывод.** Вся путаница в наших представлениях о торговле товарами возникает по следующим причинам:

1. Современные экономисты оперируют только платежеспособным спросом, забывая о том, что это второстепенная величина, зависящая и от ПД, и от ЦТ.
2. Цена ими мыслится как абсолютная величина, как некоторая сумма денег, хотя на самом деле она есть отношение денег к товару.
3. При попытках понять механизм обмена нет четкого деления периодов времени, о которых идет речь. Очень многое зависит от того, один период рассматривается или большее число. Это изменяет зависимости между величинами на прямо противоположные. Такова жизнь!

### Приложение: Схема торговли товарами



ЦТ в обязательном порядке следует понимать как отношение денег к товару [3, с. 8]. Иначе ни в одной из вышеприведенных формул с участием цены не будет получаться проверка по единицам измерения. Рассмотрим для примера формулу 5:

$$\text{СнаТ} = \text{ПД}/\text{ЦТ}.$$

Если измерять и ПД, и ЦТ в деньгах (дн), то получится следующая несуразица:

$$\text{СнаТ} = \text{ПД}/\text{ЦТ} = [\text{дн}/\text{дн}].$$

Выходит, что спрос является безразмерной величиной. Хотя он должен измеряться в штуках (шт) товара. Правильный результат будет лишь в том случае, если цена мыслится как отношение и измеряется отношение единиц денег к единицам измерения товара:

$$\text{СнаТ} = \text{ПД}/\text{ЦТ} = [\text{дн}/(\text{дн}/\text{шт})] = [\text{шт}].$$



## Литература

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Перевод с 11-го англ. изд. – К.: Хагар-Демос, 1993.
2. Совет А.И. Соотносительная теория стоимости [Электронный ресурс] // URL: <http://antonsovet.ru/STS/STS.M.03.pdf> (дата обращения: 12.02.2020).
3. Совет А.И. Теория цены товара [Электронный ресурс] // URL: [http://antonsovet.ru/ТСТ/М/ТСТ.М.03\\_02.pdf](http://antonsovet.ru/ТСТ/М/ТСТ.М.03_02.pdf) (дата обращения: 12.02.2020).
4. Экономическая теория (политэкономия): Учебник / Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. – 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2007.

**Антон Совет**  
02.02.2020 – 14.02.2020