

Критика теории спроса и предложения

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 колледжах и университетах учебнике по [экономиксу](#) К.Макконнелла и С.Брю.

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

Предисловие

Для критики теории спроса и предложения используется русский перевод с английского 11-го издания учебника К.Макконнелла и С.Брю "Экономикс: принципы, проблемы и политика" (К. Хагар-Демос, 1993).

Все цитаты из указанного источника оснащены цифробуквенным 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.

Выборка цитат

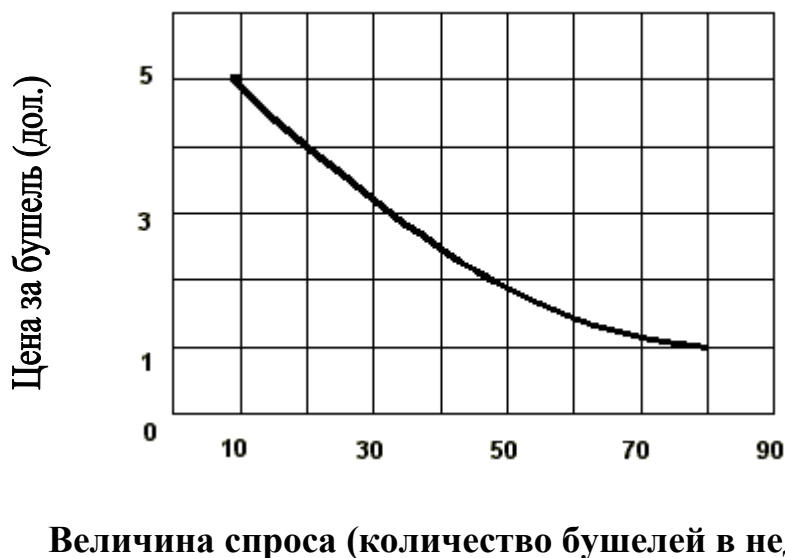
61.Б.2: "Термин "спрос" имеет для экономиста специфическое значение. Спрос изображается в виде *графика, показывающего количество продукта, которое потребители готовы и в состоянии купить по некоторой цене из возможных в течение определенного периода цен*".

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 *законом спроса*".

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 второму предложению цитаты. В котором есть такие слова: "Применяя это определение к ...")

Поэтому нам придется убрать из этого определения все лишнее и добавить все недостающее, чтобы получить его в чистом, незамутненном, классическом виде.

Прежде всего, нужно заметить, что спрос **не может** изображаться графиком. Так как 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 данного 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 авторы учебника).

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

Таким образом, спрос на товар – это **разновидность** количества товара, разновидность, которая отличается от его количества вообще привязкой к возможностям покупателей. 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 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.

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 законов спроса и предложения

Почему авторы "Экономикса" берут спрос и предложение сначала в качестве функции цены (в 62.Б.1 и 68.А.2), а потом, наоборот, берут 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 **K₁** и **K₂** – 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)**.

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:

$$C_{наТ} = ПД/ЦТ. \quad (5)$$

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 моей [«Теории цены товара»](#).

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. Предложение денег можно принять неизменным, но спрос обязательно будет изменяться с изменением цены. Потому что он всегда и автоматически связан с предложением денег и ценой товара.

Вместо Заключения

– маленькая цитата из учебника «Экономическая теория (политэкономия)» под общей редакцией акад. В.И. Видяпина (4-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2007. стр. 144). Для иллюстрации отношения наших экономистов к «законам» экономикса.

«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».

Где же выход из этого тупика?! Почему его не ищут профессиональные экономисты?

Антон Совет

Обновлено: 09.03.2011 23:35

Постоянный адрес первой редакции статьи: <http://sovet14.narod.ru/KTSiP/KTSw.htm>