

*Совет А.И.  
Исследователь  
Россия, г. Москва*

## **ТЕОРИЯ ТОВАРНОГО СПРОСА**

**Попытка не пытка, а спрос не беда.**

### **Аннотация**

В работе дается новое определение спроса на товар. Показывается истинная связь его с другими рыночными величинами. Вводятся точные графики для отражения зависимости спроса от этих величин.

Сочинение предназначено для исправления ошибок, существующих в западной теории товарного спроса.

**Ключевые слова:** спрос, товар, деньги, цена, обмен, рынок, потребности, экономикс.

## **THE THEORY OF COMMODITY DEMAND**

*Sovet A.I.  
Researcher  
Russia, Moscow*

### **Abstract**

The paper gives a new definition of the demand for goods. Shows the true connection with other market values. Entered accurate schedules to reflect demand from these quantities.

The essay is designed to correct errors that exist in the Western theory of commodity demand.

**Keywords:** demand, goods, money, price, exchange, market, needs, economics.

## Предисловие

В статье речь идет, преимущественно, о так называемом «платёжеспособном» спросе на товар. Но сам эпитет «платёжеспособный» используется только в кавычках. Потому как есть большие сомнения в правильности его употребления по отношению к спросу. Ведь платёжеспособным может быть только субъект, предъявляющий спрос, а не сам спрос. Спрос же может быть «обеспеченным», «реальным», но никак не «способным платить». Ибо это прерогатива человека.

Более того, под «платёжеспособным» всегда понимают спрос на товар, обеспеченный **только** деньгами. Но кроме него существует еще и спрос на товар, обеспеченный товарами же. В тех случаях, когда обмен на рынке происходит без посредства денег. Да и при использовании денег всегда нужно помнить, что за обеспечением спроса на данный товар деньгами, как правило, всегда стоят другие товары. За которые эти деньги получены.

Более того, под «платёжеспособным» спросом следует понимать не только спрос на товары, но и спрос на деньги. Ведь и он может быть обеспечен как товарами, так и другими деньгами. И представляет собой один из видов рыночного спроса. Поэтому понятие «платёжеспособный спрос» не является точным. Оно может обозначать два разных вида рыночного спроса – спрос на деньги и спрос на товары. И потому при использовании всегда нуждается в уточнении, конкретизации.

Необходимость разговора о «платежеспособном» спросе диктуется тем, что об этой, в общем-то, несложной рыночной величине в западной экономической литературе нагромождено столько нелепостей и домыслов, что иногда становится страшно за тех, кто вынужден все это изучать и запоминать. Не случайно против западной экономической мудрости в форме экономикса выступают уже и сами западные теоретики. Характеризующие этот конгломерат знаний следующим образом:

«Современный экономикс болен. Экономикс все более становится интеллектуальной игрой, которую играют ради нее самой, а не ради практических результатов для понимания экономической действительности. Экономисты превратили дисциплину в разновидность социальной математики, в которой математическая строгость есть все, а практическое значение – ничто. Если взять сегодняшний экземпляр "The American Economic Review" или "The Economic Journal" можно усомниться, не приземлился ли кто на странную планету, на которой преднамеренной целью профессиональной публикации является скука. Когда-то экономикс был осужден как «мрачная наука», но мрачная наука в прошлом была намного менее мрачной, чем наводящая сон схоластика сегодняшнего дня». (Mark Blaug. Ugly currents in modern economics. "Policy Options". September, 1997, p.4) [1, с. 4]

## 1. Понятие товарного спроса

В общепризнанной ныне экономической литературе спрос вообще обычно отождествляется только с одним из его видов – спросом рыночным. И, даже, более того, – часто со спросом исключительно «платежеспособным». Так, в одном из современных словарей читаем: «Спрос – фундаментальное понятие рыночной экономики, означающее подкрепленное денежной возможностью желание, намерение покупателей, потребителей приобрести данный товар» [3]. Очевидно, что такое сужение понятия спроса является неправомерным. И выводить дефиницию товарного спроса нужно с представления о спросе вообще. Который возникает задолго до возникновения рынка и включает в себя не только рыночные виды спроса, но и все остальные, возможные в человеческом обществе.

Спрос вообще представляет собой стремление субъекта получить нужные ему средств существования от других людей. Стремление,

возникающее в тех случаях, когда субъект не в состоянии самостоятельно обеспечить свои потребности. Реализуется это стремление в форме процесса **спрашивания** необходимых предметов потребления у других людей. Которое может выступать в форме просьб, пожеланий, предложений или же требований, оформленных как словесно, так и знаками в виде физических действий.

Удовлетворение спроса может происходить как на безвозмездной, так и на возмездной основе. В первом случае запросы субъекта удовлетворяются без выдвижения со стороны других людей каких-либо встречных условий. По возмещению испрашиваемых им средств. Во втором случае такие требования в обязательном порядке озвучиваются. Причем, само выдвижение встречных условий на разных этапах развития общества может происходить разными способами и в разных обстоятельствах.

Если эти требования выдвигаются на условиях свободной договоренности независимых субъектов и по принципу пропорционального возмещения, то такой спрос является **рыночным**. А **товарный спрос** (спрос на товар) является как раз разновидностью именно рыночного спроса. Вторым же видом рыночного спроса является спрос на деньги – **денежный спрос**. Поэтому в полном виде спрос на товар можно определить следующим образом: товарный спрос есть стремление субъекта получить необходимые ему предметы обмена с пропорциональным возмещением другими товарами или же деньгами.

При натуральном обмене товарный спрос реализуется в полностью товарной форме. То есть, спрос на чужой товар обеспечивается наличием товара собственного. Когда же в процесс обмена включаются деньги, то сначала реализуется спрос на деньги, обеспеченный собственными товарами, а потом сам спрос на чужой товар. Обеспечиваемый, уже, приобретенными деньгами. Что означает важность, приоритетность,

главность товарного спроса. Так как денежный спрос есть лишь этап на пути реализации спроса товарного.

## 2. Величина товарного спроса

Величина, объем спроса определяется, диктуется величиной самой потребности в предметах и средствах потребления. Объемом того, сколько субъект может присвоить и потребить чужого. Но не только этим. Потому как в случае, когда спрос является возмездным, в дело включаются и другие характеристики нуждающегося субъекта. Ведь для получения необходимых ему средств потребления он вынужден что-то отдать другой стороне. Иначе говоря, величина спроса будет управляться уже не только размером самой потребности субъекта, но и тем, **что** он может отдать другой стороне. Она будет определяться и его возможностью отчуждения своего имущества.

Возможность присвоения чужого и возможность отчуждения своего в совокупность составляют **меновые** возможности субъекта. Которые зависят не только от потребностей его непосредственно, но и от других характеристик спрашивающего. От его интеллектуальных и физических данных, а также от тех условий, в которых ему приходится жить. Поэтому, с одной стороны, размер спроса будет определяться (ограничиваться) размером потребности, которая его порождает, с другой стороны – тем, **что** субъект в состоянии изыскать для обеспечения своего спроса.

Однако, величина спроса будет зависеть не только от данной потребности, но и от других нужд субъекта. Потому как его меновые возможности используются для удовлетворения не только одной какой-то надобности, но всего комплекса потребностей субъекта. И вся величина его меновых возможностей распределяется между всеми его нуждами. В зависимости от важности их для субъекта. И от значимости для него.

Так как в случае «платёжеспособного» спроса возможность отчуждения представляют собой то **количество денег**, которое субъект в состоянии отдать другим для обеспечения своих потребностей, то размер его спроса диктуется именно этой величиной. Кроме того, величина спроса зависит и от того соотношения, которое складывается в обмене между товаром и деньгами. От **цены товара** (ЦТ), которая есть отношение «**количества денег** (КД), за которые продается товар, к **количеству самого товара** (КТ):  $ЦТ = КД/КТ$ » [5, с. 38]. И все это значит, что величину покупательского спроса, обеспеченного деньгами, можно определить как то количество товара, которое владелец денег в состоянии, может купить. В состоянии купить потенциально или фактически. В зависимости от того, **какая** обстановка на рынке складывается до начала торгов и **какой** она реализуется в ходе их.

Таким образом, величина спроса зависит не только от спрашивающей стороны, но и от стороны, предлагающей товар. Через ту цену его, которая эта сторона выдвигает и отстаивает в ходе торгов.

### 3. Формула товарного спроса

Рассмотрим сначала зависимость спроса от количества денег. Как аргумента безвариантного. Все знают: если у потенциального покупателя нет ничего за душой, то какими бы ни были его потребности, в условиях рынка он не сможет их удовлетворить. Его **товарный спрос** (ТС) в этом случае будет равен нулю. Математически выражаясь, можно констатировать следующее положение: если платежные возможности субъекта равны нулю, то и его спрос на предметы потребления будет равен нулю. При любой **величине потребности** (ВП) на эти предметы:

Если  $КД = 0$ , то и  $ТС = 0$ , при любой ВП.

Если же КД перестанет быть равным нулю и станет возрастать, то и спрос на товары будет увеличиваться в такой же пропорции. При условии,

конечно, что второй аргумент спроса – цена товара – остается неизменным. И спрос будет оставаться меньшим ВП. Поэтому можно сделать вывод, что спрос зависит от КД прямо пропорционально. И формулу его можно записать в следующем виде:

$$ТС = k * КД,$$

где  $k$  есть коэффициент, учитывающий влияние второго аргумента на спрос.

Развиваем формулу спроса далее. Из рыночного опыта известно, что спрос на данный товар будет тем больше, чем меньше цена на него. При одном и том же количестве денег на рынке. И наоборот: спрос будет меньше, если цена будет высокой. Из сказанного следует заключить, что между спросом и ценой существует **обратная** зависимость. И не просто обратная вообще, как думают некоторые западные «товарищи», а именно обратно **пропорциональная**. Потому что первый аргумент, влияющий на спрос, принят в данном рассуждении неизменным. И в этом случае спрос будет целиком и полностью определяться только и только изменениями величины цены. Поэтому формула спроса на товар в полном виде может быть изображена так:

$$ТС = k * КД = 1/ЦТ * КД = КД/ЦТ.$$

Таким образом, объем спроса на товар определяется как отношение количества денег, выделяемых на товар, к средней цене единицы товара. Как частное от деления КД на цену единицы товара. И если принять, что КД измеряется в **рублях** (рб), а товар – в **штуках** (шт), то проверка формулы спроса по единицам измерения будет выглядеть так:

$$ТС = КД/ЦТ = рб/(рб/шт) = шт.$$

## 4. Вариации товарного спроса

Формула спроса на товар подобна формуле цены [5]. Вид обеих этих зависимостей в общей математической записи одинаков:  $z = y/x$ . Где, в случае спроса:  $y = \text{КД}$ ,  $x = \text{ЦТ}$ , а  $z = \text{ТС} = \text{КД}/\text{ЦТ}$ .

Поэтому можно и для спроса, как и для цены, указать все возможные случаи сочетания аргументов. Но уже без предварительных рассуждений, используя только конечный результат, полученный в «Теории цены товара».

### А. Случаи стабильности спроса

- А.1.** Цена товара и количество денег остаются постоянными.
- А.2.** Цена товара и количество денег растут, но растут в равной пропорции.
- А.3.** Цена товара и количество денег падают, но падают в одинаковой пропорции.

### Б. Случаи роста спроса

- Б.1.** ЦТ постоянна, а КД растет.
- Б.2.** И ЦТ, и КД растут, но последнее растет более высокими темпами.
- Б.3.** ЦТ падает, а КД – растет.
- Б.4.** ЦТ и КД падают, но ЦТ падает опережающими темпами.
- Б.5.** ЦТ падает при неизменном КД.

### В. Случаи падения спроса

- В.1.** ЦТ постоянна, а КД падает.
- В.2.** ЦТ и КД падают, но КД падает опережающими темпами.
- В.3.** ЦТ растет, а КД падает.
- В.4.** ЦТ и КД растут, но первое растет опережающими темпами.
- В.5.** ЦТ растет при постоянном КД.

Указанными вариантами исчерпываются все возможные случаи поведения спроса. То же, какие из них реализуются в действительности, а какие – нет, зависит от конкретных рыночных условий. Но, как правило,



все теоретически возможные варианты реализуются на практике. Если явление существует достаточно долго и в приличных масштабах. Как спрос.

## 5. Графики товарного спроса

Вообще говоря, существует один-единственный график спроса. Представляющий собой криволинейную поверхность в декартовой системе координат. Потому как спрос является нелинейной функцией двух переменных. Однако, в силу того, что этот график может быть представлен и в виде некоторых его сечений, то имеет смысл говорить о множестве графиков спроса. При этом, не следует, конечно, забывать о том, что все это множество составлено из общего графика и его частных разрезов.

Наиболее простыми и наиболее характерными являются сечения общего графика плоскостями, параллельными координатным осям. Суть этих сечений заключается в том, что из трех переменных, входящих в формулу спроса, какой-то одной, поочередно, придается постоянное значение. И исследуется только зависимость между оставшимися двумя величинами. Зависимость величины спроса от одного из его аргументов. Или одного аргумента от аргумента другого.

Ниже будут рассмотрены сечения графика сначала при постоянной цене товара, а потом – при постоянном количестве денег, выделяемых на товар. То есть, сначала будет рассмотрен график зависимости спроса от изменения количества денег, а потом – от вариаций цены товара. Вариант же постоянства самого спроса тоже возможен. В этом случае секущей будет горизонтальная плоскость. И полученный график будет зависимостью между количеством денег и ценой товара. По нему можно будет определять, к примеру, какой должна быть цена товара, чтобы при данном количестве денег был необходимый, фиксированный спрос. Но

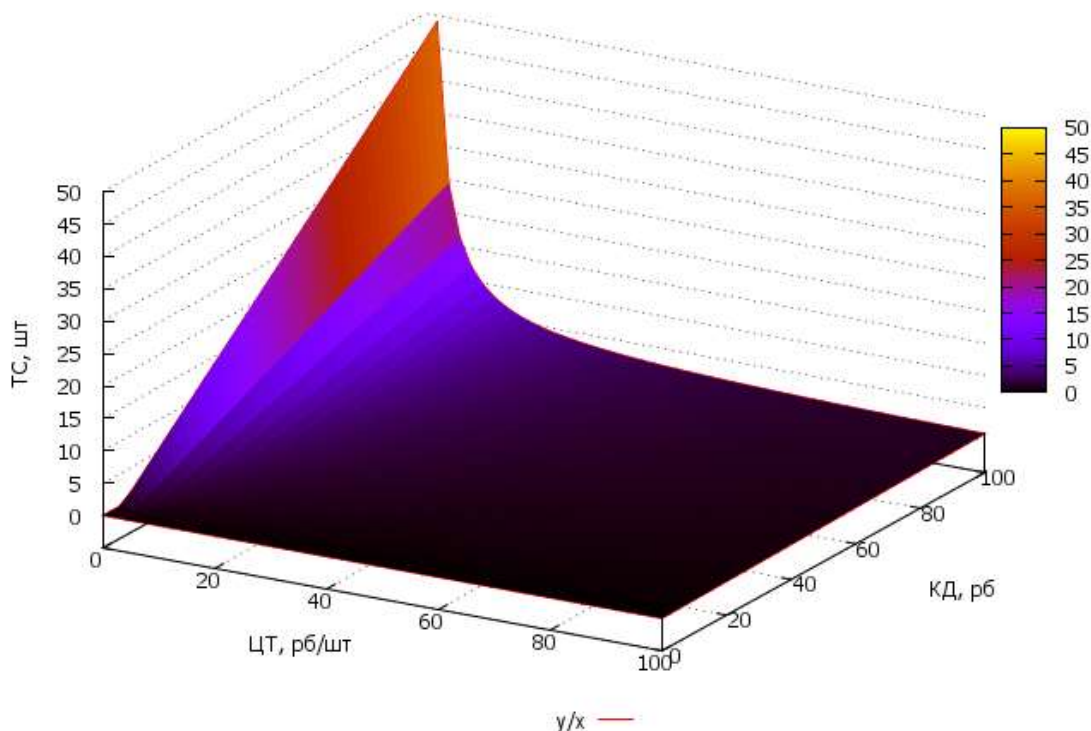
пока этот график рассматриваться не будет. Дабы не увеличивать объем сочинения.

Необходимо отметить еще один момент. Характер графиков спроса не зависит от того, в **каких** обстоятельствах происходят изменения спроса. Вследствие изменения **каких** условий происходят изменения спроса. Он будет одним и тем же и в том случае, если происходят изменения спроса на данный товар на одном и том же рынке с течением времени. И если изменения спроса на этот товар исследуются в пространственном плане. Как изменения его в один и тот же период времени, но на разных рынках.

Так происходит потому, что для величины спроса безразлично, по каким причинам происходит изменение величины его аргументов. Главное – сами эти изменения, а не качественные моменты, приводящие к ним. Именно поэтому об изменениях величины спроса можно говорить вообще, отвлекаясь от всех частных моментов. Как несущественных для рассматриваемого с чисто математической точки зрения явления. Все качественное «умирает» в цифре, когда важны сами величины, а не то, что обуславливает то или иное их значение. Математика обеспечивает общий подход. И в пространстве, и во времени.

### **5.1. Общий график спроса**

Общий график спроса, построен на сервисе «Grafikus.ru» [4]. Количество денег на нем принято изменяющимся от нуля до 100 рублей, а цена товара – от 0 до 100 рублей за штуку.



**Рис. 1. Общий график спроса:  $TC = KD/CT$  ( $z = y/x$ )**

Количество денег в формуле спроса, вообще говоря, может изменяться от нуля до бесконечности. Но на практике, понятно, это количество никогда не сможет быть бесконечным. Как бы велико оно ни было, это всегда есть величина конечная. Хотя и для каждого вида товара или периода времени – своя. По той же причине и максимальная цена товара не может быть величиной бесконечной. Как бы высока она ни была.

Минимальная же цена единицы товара для вычисления спроса на товар может быть взята только равной единице или какой-то доле единицы, но никак не нулю. Потому что при нулевом значении цены спрос на товар в принципе определен быть не может. Он становится величиной неопределенной. В силу того, что в формуле спроса происходит деление на ноль. Что и порождает неопределенность. Впрочем, цена товара может быть установлена и нулевой. Но тогда обмен перестает быть обменом и превращается в дарение. И о платежеспособном спросе на товар не имеет

смысла говорить. Так как спрос из возмездного превращается в безвозмездный. И процессом будут управлять уже не количество денег, а натуральные потребности одариваемой стороны и желание дарителя сделать ей приятное.

## **5.2. График зависимости спроса от количества денег**

Если исследовать зависимость спроса только от количества денег, то это значит, что в пределах данного вопроса значения цены должны оставаться неизменными. А это означает, что график зависимости спроса от КД при неизменной цене представляет собой некоторое сечение пространственного графика плоскостью, параллельной координатной плоскости  $ZOY$  ( $TC;O;КД$ ) на общем графике спроса.

И само изображение графика зависимости спроса от количества денег представляет собой проекцию этого сечения на указанную плоскость пространственной системы координат. Причем, секущая плоскость взята в трех положениях. При удалении ее вдоль оси цены ( $x$ ) от центра координат на пространственном графике. При таком удалении секущей плоскости цена увеличивается, а спрос – уменьшается. В результате чего график на Рис. 2 поворачивается по часовой стрелке. Опускается. Его «влечет» к оси КД, в пределе.

Рис. 2. График зависимости спроса от количества денег

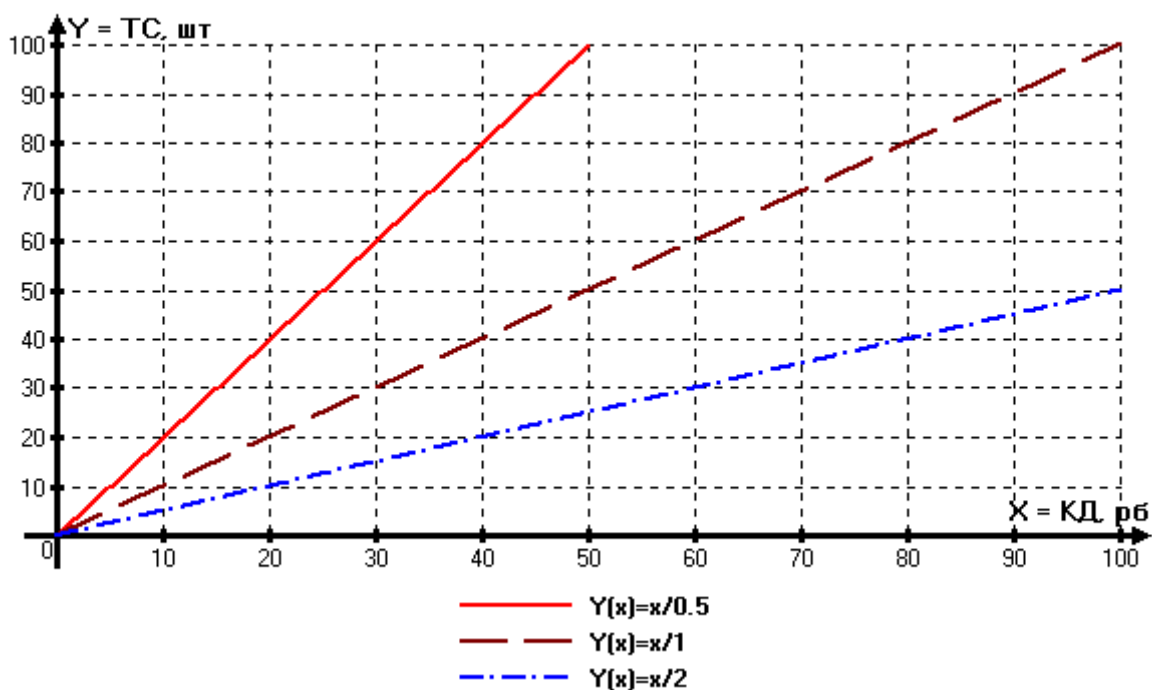


Рис. 2. Зависимость спроса от КД для трех случаев: ЦТ = 0,5; 1 и 2 руб/шт.

Если же взять отдельное сечение, отдельную линию, то, понятно, что цена при движении по ней остается постоянной, а изменяется только КД. Вследствие чего изменяется и ТС. А прямая линия получается потому, что ТС зависит от КД прямо пропорционально.

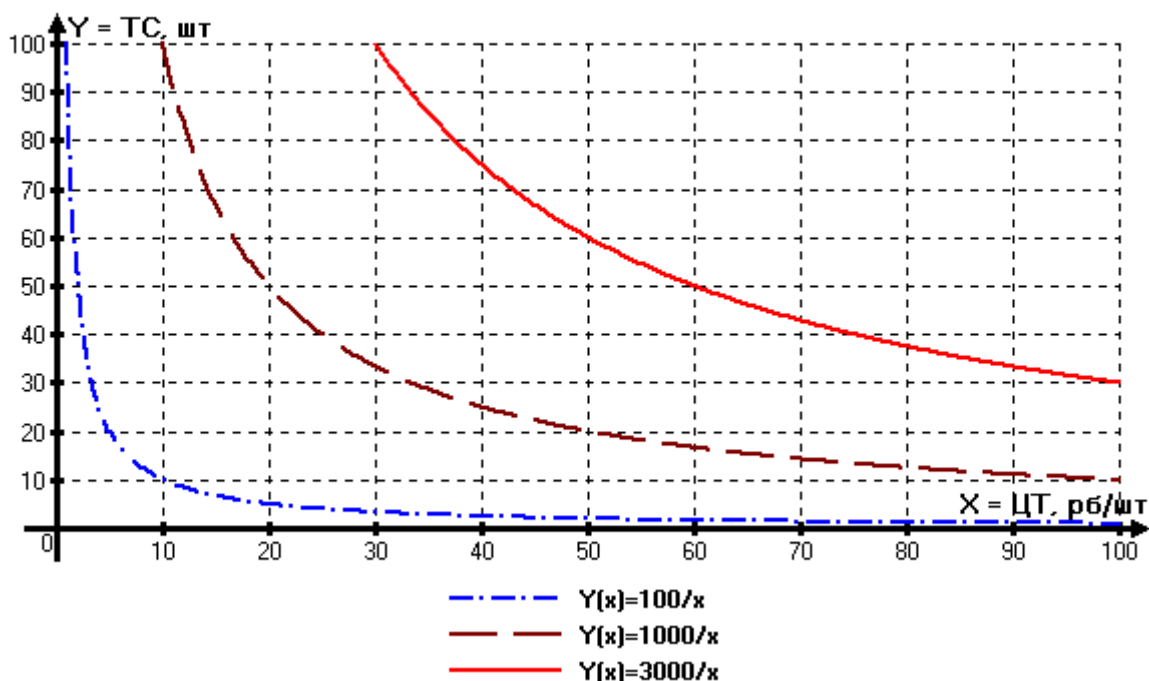
### 5.3. График зависимости спроса от цены товара

Соответственно, график зависимости спроса от цены (так называемый **закон спроса**) представляет собой сечение пространственного графика плоскостью, параллельной координатной плоскости ZOХ (ТС;О;ЦТ). При разных значениях КД.

На Рис. 3 изображены проекции этих сечений на указанную плоскость при трех значениях КД: 100, 1000 и 3000 рублей. Легко понять, что вид этот берется со стороны отрицательной части оси Y (КД). А сам график есть положительная ветвь гиперболы, уходящая все дальше от центра координат с ростом КД.

При этом, надо напомнить, что ЦТ **не может** принимать значение, равное нулю. Потому как в этом случае ТС становится величиной неопределенной. Ну а при стремлении цены к бесконечности, понятно, спрос при любых значениях КД будет стремиться к нулю. Так как бесконечными возможностями не обладает никто. Даже самые богатые из самых богатых людей.

**Рис. 3. График зависимости спроса от цены товара**



**Рис. 3. Зависимость спроса от ЦТ для трех случаев: КД = 100, 1000 и 3000 рублей.**

Само собой понятно, что КД может принимать не только указанные значения, но все от нуля до бесконечности (теоретически). Поэтому полное изображение зависимости спроса от цены представляет собой нечто вроде тени, отбрасываемой общим графиком спроса на плоскость проекций ZOХ. И по любому сочетанию спроса и цены можно вычислить, каким было КД.

## 6. Неценовые факторы спроса

В современной русскоязычной экономической науке, почти полностью заимствованной из экономикса (к нашему стыду и позору), под

детерминантами спроса понимаются те факторы его, которые влияют на изменение величины спроса **не** через цену. И поэтому они так и называются: «неценовые факторы».

Рассмотрим эти факторы и покажем, что все они являются причинами, изменяющими именно **количество денег** – второй аргумент спроса. Пр продемонстрируем, что аргументами первого уровня для спроса являются КД и ЦТ, а все остальное может влиять на спрос только и только через эти две величины. И для начала составим перечень этих факторов из тех источников, которые находятся в общей доступности. Уважив, при этом, конечно, Макконнелла и Брю – авторов основного современного учебника по экономике [2].

Итак, по Макконнеллу и Брю к этим факторам относятся:

- «1) вкусы, или предпочтения, потребителей;
- 2) число потребителей на рынке;
- 3) денежные доходы потребителей;
- 4) цены на сопряженные товары;
- 5) потребительские ожидания относительно будущих цен и доходов» [2, с. 20].

Проведем анализ данных факторов в порядке их перечисления.

### **6.1. Спрос и вкусы потребителей**

Для большей достоверности, послушаем, что говорят на эту тему сами гуру экономикса – Макконнелл и Брю:

«Благоприятное для данного продукта изменение потребительских вкусов или предпочтений будет означать, что спрос возрастет при каждой цене. Спрос на продукт возрастет, и кривая спроса сместится вправо. Неблагоприятные перемены в предпочтениях потребителей вызовут уменьшение спроса и смещение кривой спроса влево» [2, с. 21].

Изменение вкусов и предпочтений в благоприятную для продавцов товара сторону означает только одно – увеличение количества денег, которое покупатели станут тратить на приобретение товаров. И при одной и той же цене спрос на товар будет увеличиваться.

На графике зависимости спроса от цены это означает, что кривая зависимости спроса от цены будет смещаться вправо по той простой причине, что увеличивается КД.

### 6.2. Спрос и число покупателей

Снова послушаем наших «партнеров» из-за океана:

«Очевидно, что и увеличение на рынке числа потребителей способствует повышению спроса. А уменьшение числа потребителей находит отражение в сокращении спроса» [2, с. 21].

Это вне сомнения – так! Остается, лишь, добавить, что изменение числа покупателей изменяет именно совокупное количество денег рынке, которое может быть израсходовано на приобретение товара. Разумеется, речь здесь идет только и только о росте числа таких покупателей, которые **имеют** потребность в данном товаре. И потребность **неудовлетворенную**. Таковую же, как у «старых» покупателей этого товара. Потому что не всякий рост числа покупателей на рынке приводит к росту спроса на данный товар. Механически здесь мыслить нельзя. Ведь вполне возможен и такой случай, когда на рынок приходят такие новые покупатели, у которых нет потребности в данном товаре. А это значит, что такое увеличение числа покупателей никак не скажется на спросе на данный товар.

### 6.3. Спрос и денежные доходы покупателей

И снова учителя всего цивилизованного мира – на сцене:

«Воздействие на спрос изменений денежного дохода несколько более сложное. Применительно к большинству товаров повышение дохода приводит к увеличению спроса. По мере роста доходов потребители, как



правило, покупают больше бифштексов, солнцезащитных штор, стереоустановок. И наоборот, при снижении доходов спрос на такие товары падает. Товары, спрос на которые изменяется в прямой зависимости от изменения денежного дохода, называются товарами высшей категории, или нормальными товарами» [2, с. 21].

Объяснение этих закономерностей очень простое. Количество денег на рынке, вне всякого сомнения, зависит от доходов покупателей. Потому что оно есть **часть** этих доходов. Когда доходы покупателей растут, то они могут позволить себе выделять больше денег на приобретение тех товаров, что раньше были им или недоступны вообще или недоступны в нужном количестве.

#### **6.4. Спрос и цены на другие товары**

Для этого фактора сразу надо уточнить: название «неценовой» для него подходит не так однозначно, как для предыдущих. Потому что неценовым его можно назвать только по отношению к цене товара, о спросе на который идет речь. С ценой этого товара он не связан. Но зато, этот фактор связан с ценой **других** товаров. И в этом смысле его можно назвать **ценовым**. Но послушаем опять наших неутомимых менторов:

«Изменение цены на сопряженный товар может привести к повышению или снижению спроса на рассматриваемый продукт, в зависимости от того, являются ли они взаимозаменяемыми или дополняющими. Взаимозаменяемыми (или товарами-заменителями) называют товары, когда можно использовать один вместо другого. Взаимодополняющий (или сопутствующий) товар используется в сочетании с другим товаром» [2, с. 21].

Изменение цены на другие товары приводит к перераспределению бюджета покупателей. При условии его неизменности по величине. Поэтому будет изменяться количество денег, выделяемых на

приобретение данного товара, и это приведет к изменению спроса на него, если цена, при этом, остается неизменной.

### **6.5. Спрос и ожидаемые цены и доходы покупателей**

Фактор ожидаемых цен тоже нельзя без всяких сомнений считать неценовым. В силу того, что предполагаемые цены – это, все-таки, тоже цены. И, значит, тут мы имеем случай зависимости спроса не от существующих, а от будущих цен. И логика здесь такова: сначала возникает некоторое предположение о росте цены, потом возникает опасение потерять на этом росте, и после этого принимается решение закупить товар впрок. Что приводит к увеличению количества денег, выделяемых на приобретение товара. И, как следствие, рост спроса на него.

В случае же доходов, предполагаемых в будущем, рост спроса происходит по той причине, что люди перестают придерживать деньги на «черный день» и увеличивают количество покупок, от которых они, быть может, сдерживали себя раньше. Это, естественно, приводит к увеличению КД, расходуемых на данный товар, и, следовательно, росту спроса на него, даже при тех же или растущих ценах.

## **Заключение**

**Первое**, и самое главное, отличие изложенной здесь теории спроса от других концепций «платёжеспособного» спроса заключается во введении **второго** аргумента спроса – количества денег. Благодаря чему появилась возможность выстроить все другие величины, влияющие на спрос, в строгую логическую цепочку. Четко разделить эти факторы на те, что действуют на спрос через КД, и те, что влияют через цену. Показать порядок, последовательность, в которой детерминанты спроса воздействуют на него.

**Второе.** Все формы функциональных зависимостей, относящихся к спросу, объединены в одно целое, в единую формулу – функцию спроса:  $ТС = КД/ЦТ$ . Что позволило рассмотреть в единстве, в неразрывной целостности, все варианты сочетаний его аргументов и все возможные его изменения. Как в пространстве, так и во времени. А также привязать весь «букет» факторов спроса к двум величинам – КД и ЦТ.

**Третье.** Показано, что спрос на товар не является **самой** фундаментальной рыночной величиной. Как это постулируется в западной науке. По той простой причине, что он зависит и от цены товара, и от количества денег, и от самой потребности в товаре. Которая есть, вне всякого сомнения, поистине наиболее фундаментальной вещью не только по отношению к рыночным величинам, но и ко многим нерыночным. Существующим вне рыночного вида обмена, в других типах социального обмена. И, даже, вне обмена вообще.

**Четвертое.** Благодаря введению единой формулы спроса появилась возможность построить общий график спроса. И открылась перспектива все возможные и невозможные «спросные» зависимости, о которых говорится в современной экономической науке, представить как отдельные сечения этого графика. Простые проекции этих сечений на три координатные плоскости общего графика спроса.

**Пятое.** Новый взгляд на сущность спроса (как на стремления и деятельность субъектов) и на величину его (как на функцию двух переменных) открывает широкий простор для критики и нового освещения бытующих в современном обществе представлений о спросе. Для показа истинного значения и содержания этих взглядов. С тем, чтобы ошибочное в них, неверное, устранить из научного оборота, а правильное, точное включить в новую концепцию спроса. Для обеспечения преимущества в развитии экономических теорий.

## Литература

1. Леиашвили П.Р. Экономикс в тисках эмпиризма и догматизма: причины застоя в экономической науке. – Тбилиси: Сиахле, 2013. – 71 с.
2. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с 14-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 972 с.
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 6-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 512 с.
4. Сервис «Grafikus.ru» [Электронный ресурс] // OddLabs, 2011-2015. URL: <http://grafikus.ru/plot3d> (дата обращения: 10.07.2015).
5. Совет А.И. Теория цены товара [Электронный ресурс] // Электронный периодический научный журнал «SCI-ARTICLE.RU». 2015. №23. С. 37-48. URL: [http://sci-article.ru/number/07\\_2015.pdf](http://sci-article.ru/number/07_2015.pdf) (дата обращения: 12.11.2016).