

## ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА КАК ИНСТРУМЕНТ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Юлдашева Саодат Арислановна  
Ким Артём Евгеньевич

### ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ

#### ИСТОРИЯ СТАТЬИ:

Received: 14.01.2026

Revised: 15.01.2026

Accepted: 16.01.2026

### АННОТАЦИЯ:

В статье исследуется сущность, виды и значение ценовой эластичности спроса для эффективного формирования ценовой политики предприятий. Рассматриваются методы количественной оценки реакции потребителей на изменения цен.

### КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

ценовая эластичность,  
коэффициент  
эластичности, спрос,  
эластичный спрос,  
неэластичный спрос,  
единичная эластичность,  
ценообразование,  
стратегия предприятия,  
прогнозирование продаж

На сегодняшний день цена является ключевой категорией рыночной экономики, отражающей взаимодействие производителей и потребителей, а также формирующей объём обмена. При этом реакция спроса на изменение цен носит неоднородный характер, что обуславливает необходимость количественной оценки чувствительности спроса и учёта ценовой эластичности спроса в процессе ценообразования.

В условиях рыночной экономики установление цены не может осуществляться без учёта реакции потребителей на её изменение. Одного лишь факта обратной зависимости между ценой и величиной спроса недостаточно для принятия

обоснованных ценовых решений, поскольку он не отражает масштаб и интенсивность этой реакции. В связи с этим возникает необходимость применения инструмента, позволяющего количественно оценить степень изменения спроса в ответ на ценовые колебания.

В экономическом анализе для оценки чувствительности спроса к изменению цены используется категория эластичности (англ. elasticity), отражающая степень реакции одной экономической величины на изменение другой при однопроцентном изменении цены, что позволяет предприятиям принимать обоснованные решения при формировании ценовой политики. Теоретической основой анализа влияния цены на поведение потребителей является закон спроса, отражающий обратную зависимость между уровнем цены и величиной спроса на товар. В соответствии с данным законом, при прочих равных условиях снижение цены сопровождается увеличением объема спроса, тогда как её рост приводит к его сокращению.

Вместе с тем закон спроса позволяет определить лишь направление изменения спроса, не раскрывая степень и интенсивность реакции потребителей на ценовые изменения. Именно масштаб этой реакции оказывает непосредственное влияние на объем выручки и эффективность ценовой политики предприятия. Степень чувствительности потребителей к изменению цены характеризуется показателем ценовой эластичности спроса, под которой понимается относительное изменение объема спроса в ответ на однопроцентное изменение цены. В зависимости от величины ценовой эластичности различают эластичный и неэластичный спрос. Так, спрос на товары длительного пользования, продукцию премиального сегмента и услуги развлекательного характера, как правило, характеризуется высокой ценовой эластичностью, поскольку изменение цены приводит к существенным колебаниям объема спроса. В то же время спрос на товары первой необходимости, такие как хлеб и соль, отличается низкой чувствительностью к изменению цен, вследствие чего относится к неэластичному. В данном случае колебания цены приводят лишь к незначительным изменениям объема покупок.

Степень чувствительности спроса к колебаниям цены количественно выражается через коэффициент ценовой эластичности  $E_d$ . Этот показатель позволяет оценить, насколько изменение цены товара на определенный процент отражается на величине спроса, показывая интенсивность реакции потребителей и позволяя прогнозировать

последствия ценовых решений для выручки и стратегии предприятия. Расчёт коэффициента  $E_d$  производится по следующей формуле:

$$E_d = \frac{\% \text{ изменения объёма спроса на продукт X}}{\% \text{ изменения цены продукта X}}$$

Процентные изменения в формуле вычисляются как отношение прироста объёма спроса к его исходной величине и одновременное отношение изменения цены к её первоначальному уровню. Спрос считается эластичным в ситуации, когда относительное изменение цены вызывает более чем пропорциональное изменение объёма приобретаемой продукции. В данном случае значение коэффициента ценовой эластичности превышает единицу, что свидетельствует о высокой чувствительности потребителей к ценовым колебаниям. Так, например, если снижение цены на 3 % сопровождается ростом объёма спроса на 6 %, коэффициент ценовой эластичности составит:

$$E_d = \frac{0,06}{0,03} = 2,0$$

что указывает на значительную реакцию спроса на изменение цены.

Спрос относится к неэластичному, когда процентное изменение цены приводит к менее значительному процентному изменению объёма спроса. В подобных условиях коэффициент ценовой эластичности принимает значение меньше единицы, отражая слабую реакцию потребителей на изменение цен. Например, если цена товара уменьшается на 4 %, а объём спроса возрастает лишь на 1 %, коэффициент эластичности будет равен:

$$E_d = \frac{0,01}{0,04} = 0,25$$

что свидетельствует о низкой степени чувствительности спроса к ценовым изменениям. Между ситуациями эластичного и неэластичного спроса выделяется особый пограничный случай, при котором относительное изменение цены сопровождается эквивалентным по величине относительным изменением объёма спроса. В таких условиях реакция потребителей является строго пропорциональной изменению цены. Так, если уменьшение цены на 4 % приводит к увеличению объёма спроса также на 4 %, коэффициент ценовой эластичности спроса принимает значение, равное единице:

$$E_d = \frac{0,04}{0,04} = 1,0$$

что характеризует спрос как единично эластичный. Ценовая эластичность спроса позволяет количественно оценить чувствительность потребителей к изменению цен и дополнить информацию, которую даёт закон спроса, раскрывая интенсивность реакции на ценовые колебания. В зависимости от величины коэффициента эластичности различают эластичный, неэластичный и единично эластичный спрос, что важно для прогнозирования объема продаж и выручки. Использование этого показателя позволяет предприятиям принимать обоснованные решения при формировании ценовой политики и оптимизировать стратегию взаимодействия с рынком.

### Использованная литература

1. Макконнелл, К.Р., Брю, С.Л., Флинн, Ш.М. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник: пер. с англ. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. 21-изд. — Москва: ИНФРА-М, 2021.
2. «Эластичность спроса» // Википедия. — URL: ru.wikipedia.org
3. Юлдашева, С. А., Арсланбеков, С. М., & Гиёсидинов, Б. Б. (2022). ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ. INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE GLOBAL SCIENCE, 1(6), 108-113.
4. Юлдашева, С. А., Гиёсидинов, Б. Б., & Эгамбердиев, О. Б. (2022). УПРАВЛЕНИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ. INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE GLOBAL SCIENCE, 1(6), 127-132.