

# **Тема 2. Теория спроса, предложения, полезности**

# Что такое спрос?

Спрос (D - demand) – это платежеспособная потребность в определенном количестве товара, которую потребители готовы и в состоянии купить по некоторой цене из возможных в течение определенного периода времени и цен.

## **С помощью чего можно изобразить кривую спроса?**

Кривую спроса можно изобразить в виде графика. Спрос выражает ряд альтернативных возможностей, которые можно представить в форме таблицы. Он показывает то количество продукта, на которое (при прочих равных условиях) будет предъявлен спрос при разных ценах.

<b>Цена (P - price) в руб.</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Величина спроса в неделю (количество - Q – quantity)	10	20	35	55	80

## **Что показывает кривая спроса?**

Кривая спроса показывает зависимость величины спроса от цены, т.е. цена причина, а количество спроса следствие.

## **Что такое закон спроса?**

Закон спроса - отрицательная или обратная зависимость между ценой и величиной спроса на  $T$  и  $U$  в течение определенного времени.

## **Что лежит в основе закона спроса?**

Здравый смысл и элементарное наблюдение действительности согласуются с тем, что нам показывает нисходящая кривая спроса. Обычно люди действительно покупают данного продукта больше по низкой, чем по высокой цене.

Для потребителей цена представляет собой барьер, мешающий им совершить покупку, чем ниже цена, тем больше спрос, чем выше цена, тем ниже спрос;

В любой данный период времени каждый покупатель продукта получает меньше удовлетворения, или выгоды, или *полезности* от каждой последующей единицы продукта. Например, второй стакан воды дает меньше удовлетворения потребителю, чем первый; третий приносит еще меньше удовольствия или полезности, чем второй, и т.д. отсюда следует, что, поскольку потребление подвержено действию *принципа убывающей предельной полезности* - т.е. принципа, согласно которому последующие единицы данного продукта приносят все меньше и меньше удовлетворения, - потребители покупают дополнительные единицы продукта лишь при условии, что *цена его снижается*

На несколько более высоком уровне анализа закон спроса можно объяснить *эффектами дохода и замещения.*

*Эффект дохода* указывает на то, что при более низкой цене человек может позволить себе купить больше данного продукта, не отказывая себе в приобретении каких-либо альтернативных Т и У

т.е. если *цена* на потребляемый  $T$  *снижается*, то покупательская способность денежного *дохода* потребителя *увеличивается*, потому что потребитель имеет возможность приобрести большее количество данного  $T$  или может позволить приобрести еще какое-то количество другого  $T$ .

## *Эффект*

*замещения* означает, что при более низкой цене у потребителя появляется стимул приобрести дешевый Т вместо Т-субститута (взаимозаменяемого), которые относительно дороже.

Потребители склонны заменять дорогие Т более дешевыми.

## **Покажите отличие индивидуального спроса от рыночного спроса.**

Индивидуальный спрос представляет спрос одного потребителя на определенный вид  $T$ , а рыночный спрос (совокупный -  $AD$  - aggregate) - график или кривая, показывает, на какой общий объем  $T$  и  $U$ , может быть предъявлен спрос (или какой их объем может быть куплен) при различных уровнях цен. При этом просто совмещаются все кривые индивидуального спроса по горизонтали, чтобы вывести общую кривую спроса.

## **Что собой представляет изменение в спросе?**

Изменение одной или более детерминант спроса (кроме цены) вызывает изменение спроса, т.е. смещение кривой спроса вправо или влево.

### **Перечислите детерминанты спроса.**

- вкусы и предпочтения потребителей;
- количество потребителей на рынке;
- денежные доходы потребителя;
- цены на сопряженные товары;
- инфляционные ожидания.

# **Объясните вкусы и предпочтения потребителей.**

Вкусы и предпочтения потребителей зависят от моды или рекламы, от появления новых технологий.

Новые товары приводят к изменению потребительских вкусов. Например, мода на здоровый образ жизни вызывает увеличение спроса на спортивный инвентарь и т.д.

## **Объясните, от чего зависит количество потребителей на рынке?**

Спрос на определенные Т зависит от: **1)**развития технологий (например, усовершенствование средств связи привело к увеличению спроса на акции, облигации и другие финансовые активы); **2)**демографическая причина: рост рождаемости приводит к увеличению спроса на детские Т; увеличение продолжительности жизни повышает спрос на медицинские препараты; **3)**сезонность (например, 1 сентября увеличивается спрос на школьно-письменные принадлежности).

## **Что такое сопряженные Т?**

Сопряженные Т рассматриваются как взаимозаменяемые (субституты) и взаимодополняемые (комплементы) или сопутствующие Т. Примером Т субститутов являются масло и маргарин, мясо говядины и мясо птицы и т.д.

Примером комплементарных Т или сопутствующих являются теннисная ракетка и мяч, магнитофон и аудиокассета, видеомагнитофон и видеокассета

## Что собой представляют инфляционные ожидания?

Потребительские ожидания относительно таких факторов, как будущие цены на  $T$ , наличие товаров и будущий доход, способны изменить спрос.

Ожидания потребителей относительно возможности повышения цен в будущем могут побудить покупать сейчас, чтобы “упредить” угрожающее повышение цен; равным образом и ожидание увеличения доходов может заставить потребителей меньше ограничивать текущие расходы. Наоборот, ожидание падения цен и снижения доходов ведет к сокращению текущего спроса на  $T$ .

---

**Дайте определение предложению ( $S$  – supply).**

Предложение – это количество  $T$ , которые производитель может и желает произвести и предложить к продаже на рынке по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определенного периода времени.

Цена (P) руб.

Количество предложения (Qs)

1

1

2

2

3

3

4

4

5

5

**Назовите основной фактор, влияющий на величину предложения.**

Основным фактором, влияющим на количество предложения является цена.

**Перечислите неценовые факторы, влияющие на изменение предложения.**

- цены на ресурсы;
- технология производства;
- налоги и дотации;
- количество продавцов на рынке;
- цены на другие товары;
- инфляционные ожидания.

## **Как влияют цены на ресурсы на изменение предложения товаров?**

Если цены на ресурсы изменяются то, изменяются издержки производства производителя.

Увеличение цены на ресурсы приводит к увеличению издержек производства, и предложение товаров уменьшается.

Уменьшение цен на ресурсы уменьшает издержки и увеличивает предложение.

# **Как влияет технология производства на изменение предложения товаров?**

Изменение технологии производства увеличивает производительность труда, которое в свою очередь, влияет на количество выпускаемой продукции и которое ведет к увеличению предложения.

## **Как влияют налоги и дотации на изменение предложения товаров?**

Данная мера (налоги и дотации) рассматривается как вмешательство государства в рыночную экономику, и разрешается с помощью фискальной политики государства.

Налоги производитель относит к издержкам производства, и если происходит увеличение налоговой ставки, то увеличиваются издержки производства, которые в свою очередь уменьшают предложение товаров.

Государство может с помощью дотаций (фискальная политика) увеличивать предложение товаров, потому что дотации - это уменьшение издержек производства.

## **Как влияет количество продавцов на рынке на предложение товаров?**

Количество продавцов на рынке зависит от количества производителей. Чем больше будет производиться продукции, тем больше будет продавцов на рынке.

## **Как влияют цены на другие товары на предложение товаров?**

Цены на другие товары оказывают влияние на предложение взаимозаменяемых товаров. Если цены на пшеницу больше, чем на кукурузу, фермер в будущем сезоне посеет больше пшеницы, чем кукурузы.

## **Как влияют инфляционные ожидания на предложение товаров?**

Если товаропроизводитель или продавец ожидает повышение цен на выпускаемые товары, то он уменьшит предложение своих товаров в настоящий период времени, потому что в будущем он может продать их с большей выгодой для себя. Если же продавец ожидает, что цены в будущем на продаваемый товар понизятся, то он увеличит текущее предложение своих товаров.

## **Что такое равновесная точка?**

Графически: точка пересечения кривой предложения с кривой спроса на продукт и есть равновесная точка.

**Равновесная цена** – это цена по которой покупатели согласны приобрести данное количество товаров и продавцы по спрашиваемой цене согласны продать данное количество товаров

## **Уравновешивающая функция цены.**

Способность конкурентных сил спроса и предложения устанавливать цену на уровне, на котором решения о купле и продаже синхронизируются, называется уравновешивающей функцией цен.

**Предложение** – это желание и способность продавцов предоставлять товары для продажи на рынке.

**Спрос** – это желание и способность людей покупать товары.

**Закон спроса** – это принцип, в соответствии с которым существует обратная зависимость между ценой товара и величиной покупательского спроса на этот товар ( при прочих равных условиях).

## **Что понимается под эластичностью спроса?**

Эластичность спроса представляет собой степень чувствительности покупателей к изменению цены. Если у потребителей под влиянием изменения цены изменяется спрос, товар является эластичным. Если же у потребителей с изменением цены не происходит изменения спроса, то товар является неэластичным.

## **Объясните совершенную эластичность товаров.**

Совершенная эластичность товара – это тогда, когда при малейшем изменении цены изменяется количество товара. Примером данных товаров являются товары относящиеся к товарам роскоши – изумруды, яхты и другие.

## **Объясните совершенную неэластичность товаров.**

Совершенная неэластичность товара возникает тогда, когда при любом изменении цены не происходит изменения количества товара. Примером данных товаров являются товары не имеющие заменителей, такие как соль, героин и инсулин.

## **Назовите факторы ценовой эластичности спроса.**

Факторами ценовой эластичности являются: а) место продукта в бюджете потребителя; б) количество доступных заменителей; в) деление товаров на предметы роскоши и предметы первой необходимости; г) фактор времени.

## **Место продукта в бюджете потребителя.**

Если, например, цены на все товары увеличились на 10 %, то потребители не изменят спрос на товары, которые занимают небольшое место в его доходе, как карандаши, жевательные резинки и т. д., то эти товары неэластичного спроса. Если же – это автомобили, коттеджи, бытовая техника и т.д., то спрос на эти товары является эластичным, потому что покупатели отложат покупку на эти товары.

## **Количество доступных заменителей.**

Если у товара много заменителей, то спрос на данный товар является эластичным, если же у товара нет заменителей, то спрос на данный товар является неэластичным. Например, у пищевого масла имеется множество заменителей, поэтому на данный продукт спрос является эластичным, если же у товара нет заменителей, например, произведения искусств – картины Рафаэля, Микеланджело, Дали, Го Гена и т.д. – спрос на этот товар является неэластичным.

## **Предметы роскоши и предметы необходимости.**

Спрос на предметы необходимости обычно является неэластичным; спрос на предметы роскоши обычно эластичен. Хлеб и электроэнергия общепризнаны в качестве предметов необходимости; без них люди не могут существовать.

Повышение цен не приведет к существенному сокращению потребления хлеба или электричества для освещения и других бытовых нужд.

На товары первой необходимости очень низкая ценовая эластичность спроса. С другой стороны, французский коньяк «Наполеон» и изумруды являются предметами роскоши, которые, по определению, могут быть исключены из потребления без особых затруднений.

**Фактор времени.** Спрос на товар обычно тем эластичнее, чем длиннее период времени для принятия решений. Одна из причин этого правила заключается в том, что многие потребители – это люди *привычки*. Если цена на товар увеличивается, потребителям потребуется время, чтобы найти и опробовать другие продукты, пока они не убедятся в их приемлемости. Если цена говядины повысится на 10 %, потребители, возможно, не сразу сократят свои покупки. Но через некоторое время они могут перенести свои симпатии на птицу или рыбу

## **Определение понятия “эластичности предложения”.**

Если производители чувствительны к изменениям цен, предложение эластично, а если производители не чувствительны к изменениям цен, предложение неэластично.

## **Основной фактор, влияющий на эластичность предложения.**

Важнейшим фактором, влияющим на эластичность предложения, является количество времени, имеющегося в распоряжении производителей, для того чтобы отреагировать на данное изменение цены товара. Чем продолжительнее время, которым располагает производитель, для того чтобы приспособиться к данному изменению цены, тем больше изменится объем производства и тем больше соответственно эластичность предложения.

## **Что происходит с рыночным механизмом в случае государственного регулирования цен?**

Государственного регулирования цен в рыночной экономике приводит к возникновению потолка (максимальной) и нижнего уровня (минимальной) цен.

## **Потолок цены и его использование.**

Потолок цены представляет собой законодательно установленную максимальную цену, которую продавцу разрешается запрашивать за свой товар или услугу.

Основанием для введения потолков цен на конкретные товары служит представление о том, что эти потолки цен позволяют потребителям приобретать некоторые товары первой необходимости или услуги, которые они не смогли бы купить при равновесных ценах.

Потолок цен или максимальная цена приводят к дефициту. Примерами могут служить: введение талонной или карточной системы

## **Нижний (минимальный) уровень цены и ее применение.**

Нижний уровень цены – минимальная цена, устанавливаемая правительством. Минимальный уровень цены приводит к перепроизводству или избытку продукции.

## **Объясните теорию потребительского поведения.**

Теория потребительского поведения или выбора объясняет, как потребители тратят свой доход ( $R$ ) с целью максимизации общей полезности ( $TU$ ). Данная теория показывает, каким образом их выбор влияет на цену товаров, доход, предпочтения и как покупатели максимизируют свои "чистые" выигрыши от приобретения товаров и услуг. Эта теория имеет широкую сферу применения не только при осуществлении выбора в рыночной деятельности. Она может объяснить, например, как экономические соображения влияют на решения вступить в брак, иметь детей и распределять время между трудом и отдыхом.

## **Полезность и ее обозначение.**

Полезность ( $u$  – utility) – это способность удовлетворять потребность человека. Впервые данный термин был введен английским философом и социологом Джереми Бентам. Полезность является целью в построении теории потребительского выбора.

## **Ограничения на множество**

**возможностей**, которые имеет потребитель: это и редкость и ограниченность ресурсов; цены на товары; размер потребительского бюджета. Например, обычное столовое меню.

## **Предельная полезность и ее определение.**

Предельная полезность (MU) – представляет собой величину добавочной, дополнительной полезности, которую получает потребитель от потребления еще одной единицы товара при прочих равных условиях.

**Принцип убывающей предельной полезности (MU)** – это чем больше количество потребляемых товаров, тем меньше предельная полезность, извлекаемая из потребления каждой последующей единицы этого товара.

**Полезность** – это то удовольствие, удовлетворение или исполнение запросов, которое получают люди от потребления товаров или пользования услугами.

**Предельная полезность** – эта величина добавочной полезности, полученной от прироста величины потребления, равного единице некоторого блага при прочих равных условиях.