

7. ЦЕНА, СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ

План.

I.Цена.

- 1.Понятие.
- 2.Функции.
3. Факторы.
4. Виды цен.

II.Спрос.

- 1.Понятие.
2. Факторы.

III.Предложение.

- 1.Понятие.
2. Факторы.

Цена

- Это количество денег, других товаров или услуг, уплачиваемое и получаемое за единицу товара или услуги
- **Стоимость + прибыль**

- **Издержки**
- **Конъюнктура рынка** – состояние экономики, конкретные условия процесса воспроизводства на каждый данный момент
 - ❖ Движение цен
 - ❖ Движение ценных бумаг
 - ❖ Изменение занятости
- **Спрос и предложение**
 - ❖ Цена спроса - цена, по которой покупатель согласен приобрести товар
 - ❖ Цена предложения – цена, по которой производитель готов продать товар

Функции цены

- **Измерительная** – стоимостное выражение
- **Информационная** – состояние рыночной конъюнктуры
- **Стимулирующая** – рост цен вызывает рост производства
- **Перераспределительная** – ресурсы перемещаются в те отрасли, где более высокие доходы
- **Регулирующая** – через гос-во

Виды цен

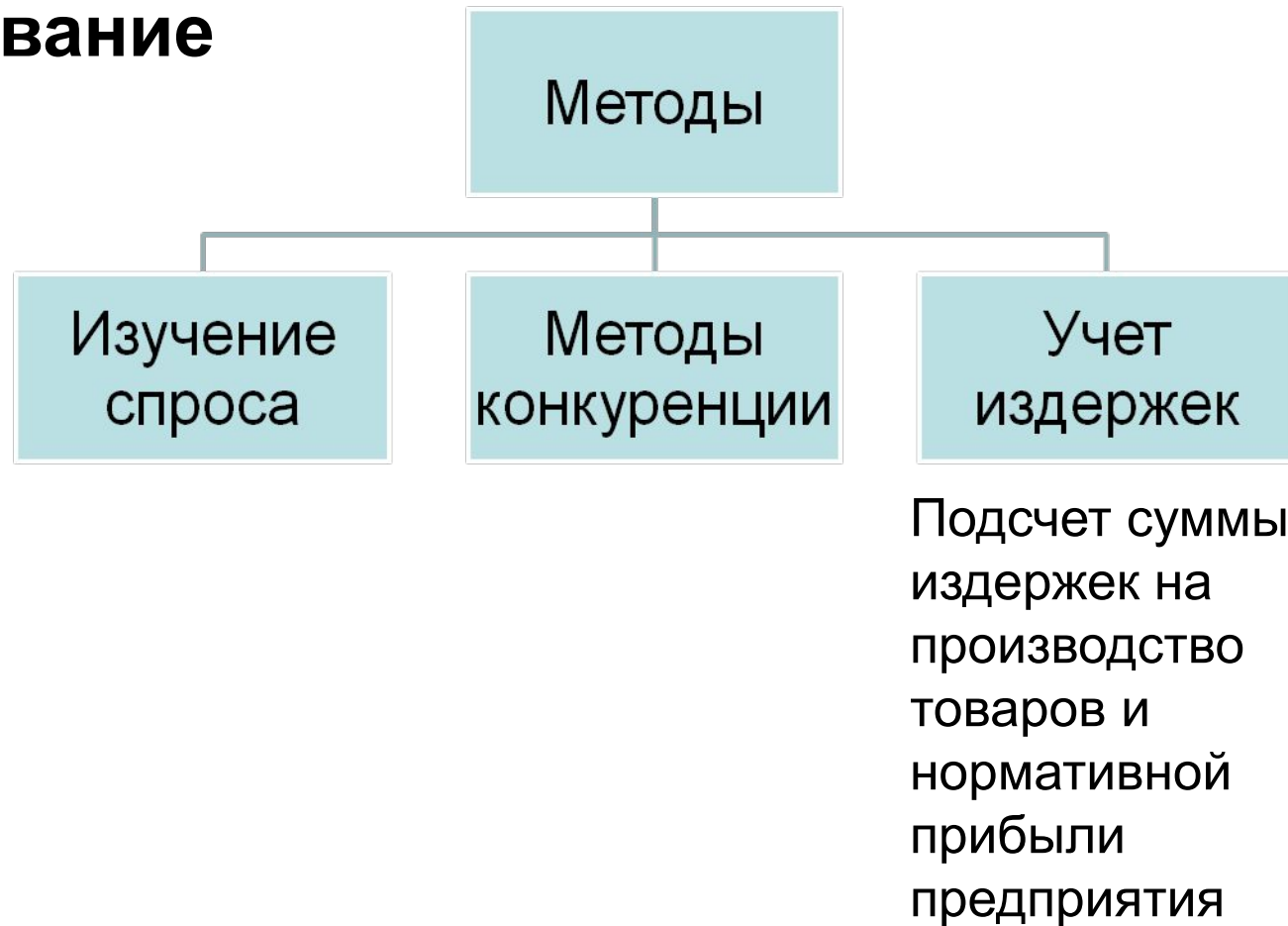
- **Свободные = договорные = рыночные**
(*либерализация* – процесс перехода к свободным ценам)
- **Государственные**
 - ❖ На продукцию предприятий монополистов
 - ❖ На социально значимые товары
 - ❖ На базовые для экономики данной страны ресурсы
- **Мировые**

Факторы, определяющие уровень рыночных цен

- Издержки производства
- Потребительский спрос
- Цены конкурентов
- Целевая установка предприятия
- Уровень мировых цен
- Система государственного регулирования цен
- Система продвижения товара по торговой сети

Ценообразование

- Сложный процесс регулирования рынком цены товара или услуги



Недостатки рыночного ценообразования

- Не обеспечивает справедливое распределение доходов среди различных групп населения
- Не оказывает поддержку той части населения, которая не участвует в данный момент в хозяйственной деятельности (безработный, пенсионер, инвалид, малолетние дети)
- Является одной из причин экологических кризисов
- Не противостоит процессам монополизации

Спрос

- Потребность покупателей, выраженная в денежной форме и обеспеченная платежными средствами

Объем спроса

- Количество товаров, которое готов купить отдельный потребитель, группа людей или все население в целом в течении определенного времени по той или иной цене при прочих равных условиях

Факторы, оказывающие влияние на величину спроса

1. Цена = P

2. НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

- Доходы потребителей = I
- Вкусы, предпочтения потребителей = T
- Цены на товары-субституты и комплименты = P_a, P_b
- Количество покупателей = N
- Инфляционные ожидания = F

$$QD = f(PITPaPbNF)$$

Прочие равные условия

$$QD = f(P)$$

Закон спроса

Говорит о том, что при прочих равных условиях по низкой цене удастся продать больше товаров, чем по высокой.



P

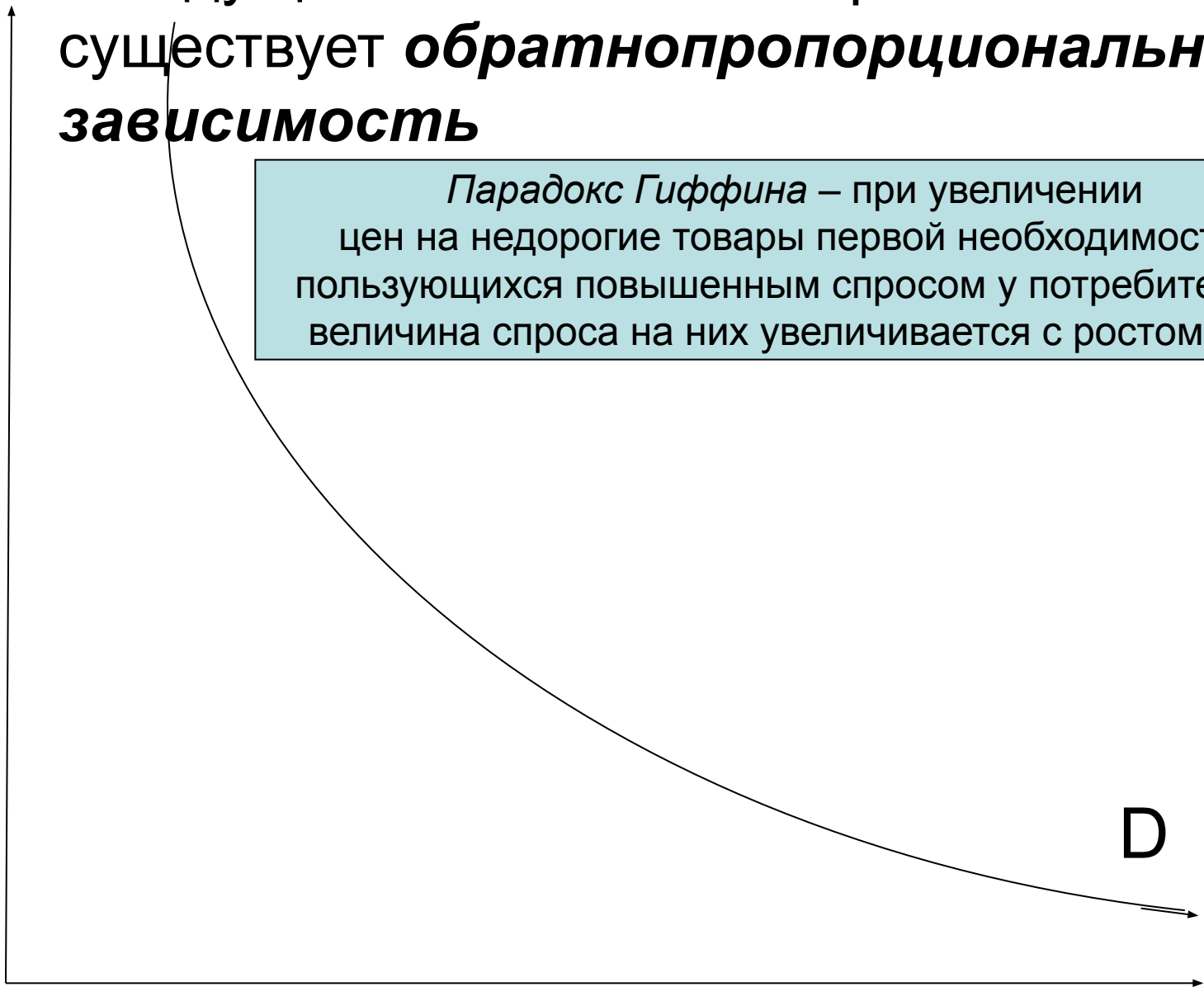
Между ценой и объемом спроса
существует **обратнопропорциональная
зависимость**

Парадокс Гиффина – при увеличении
цен на недорогие товары первой необходимости,
пользующихся повышенным спросом у потребителей,
величина спроса на них увеличивается с ростом цен

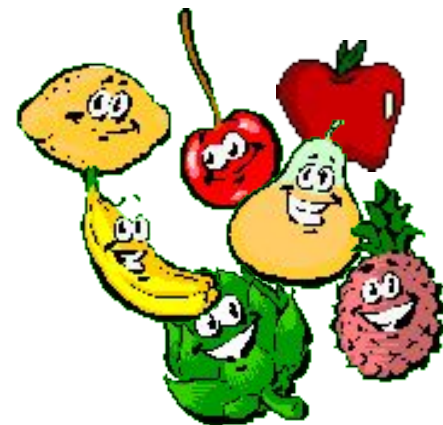
0

D

Q



Школьная столовая



Шкала спроса на пирожки в школьной столовой

Цена за пирожок, руб.	Спрос, шт.
3.00	190
3.50	175
4.00	125
4.50	85
5.00	65
5.50	50
6.00	40

Спрос на пирожки в школьной столовой



Эффекты в законе спроса :

- Эффект дохода
- Эффект замещения
- Эффект убывания предельной полезности



Эффект убывания предельной полезности -

способ описания ситуации, когда последняя единица товара приносит меньше удовлетворения, чем предпоследняя.



Полезность – возможность использования товара себе на благо.

Принцип убывающей предельной полезности

- При росте потребления данного продукта его предельная полезность убывает и люди будут покупать дополнительные единицы такого продукта лишь при условии, что его цена снижается
- *На зарплату 5600 рублей потребитель может позволить себе купить 56 кг рыбы по цене 100 рублей за кг*
- *При снижении цены на рыбу до 80 рублей за кг, он может позволить себе 70 кг рыбы*

Эластичность

Описывает, в какой степени изменение цены влияет на величину спроса.

Если эффект от изменения цен относительно мал, то спрос на этот товар **неэластичен**.

Если спрос **эластичен**, то небольшие изменения в цене могут вызвать относительно значительные изменения в спросе на товар.



1. Эластичность спроса по цене.

Она показывает, в какой мере потребитель реагирует на изменение цен.

При измерении процентного изменения экономических величин обычный способ вычисления не применим, т. к. одинаковое количественное изменение в другом направлении дает иное процентное соотношение. Например, если величина спроса на товар составляла 10000 единиц, а затем уменьшилась на 2 500, то произошло изменение спроса на 25%. Однако увеличение спроса на данный товар с 7500 единиц до 10000 даст 33% увеличение спроса. Поэтому в экономической теории используют более универсальный метод, названный формулой средней точки Аллена.

$$E = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(P_2 - P_1) : (P_1 + P_2)},$$

Выделяют несколько видов эластичности спроса по цене в зависимости от величины коэффициента эластичности.

$E > 1$ - эластичный спрос (на товары роскоши);

$E < 1$ - неэластичный спрос (на предметы первой необходимости);

$E = 1$ - спрос с единичной эластичностью (зависит от индивидуального выбора);

$E = 0$ - совершенно неэластичный спрос (соль, медикаменты);

E - совершенно эластичный спрос (в условиях совершенного рынка).

2. Эластичность спроса по доходу.

Это числовой параметр, который показывает, какова реакция потребителя на изменения в его доходах при неизменности цен.

Значение эластичности по доходам тесно связано с понятием **нормальных товаров и товаров низшего качества**. Для нормальных товаров повышение дохода вызывает повышение спроса. Поскольку в этом случае доход и спрос меняются в одном направлении, то эластичность спроса по доходу является положительной. Наоборот, для товаров низшего качества увеличение дохода вызывает уменьшение спроса. Доход и спрос меняются в противоположных направлениях, поэтому в этом случае эластичность спроса по доходу является отрицательной. На отдельные группы товаров (соль, спички) спрос не увеличивается при увеличении дохода, эластичность является нулевой.

3. Перекрестная эластичность.

Она характеризует чувствительность спроса на один товар при изменении цен на другой.

С помощью коэффициента эластичности можно определить следующие виды перекрестной эластичности:

- а) $E(k) > 0$ для товаров-субститутов;
- б) $E(k) < 0$ для товаров-комплементов;
- в) $E(k) = 0$ для индифферентных (независимых) товаров

Теория эластичности спроса и предложения имеет важное практическое значение. Эластичность спроса является важным фактором, влияющим на ценовую политику фирмы. Другим примером фактического использования теории эластичности является государственная налоговая политика, а также политика в области занятости.

Нельзя говорить об эластичных или неэластичных кривых спроса, т. к. эластичности **действительны для отдельных точек на кривой спроса.**

На каждой такой кривой спроса, как правило, имеются точки с эластичным и неэластичным спросом.

В качестве исключения рассматриваются лишь совершенно эластичные и совершенно неэластичные кривые спроса, на которых каждая точка представляет одну и ту же эластичность.

Причины неэластичности спроса

- Это товары первой необходимости
- Для них трудно найти заменители
- Они относительно недороги
- Безвыходное положение потребителя



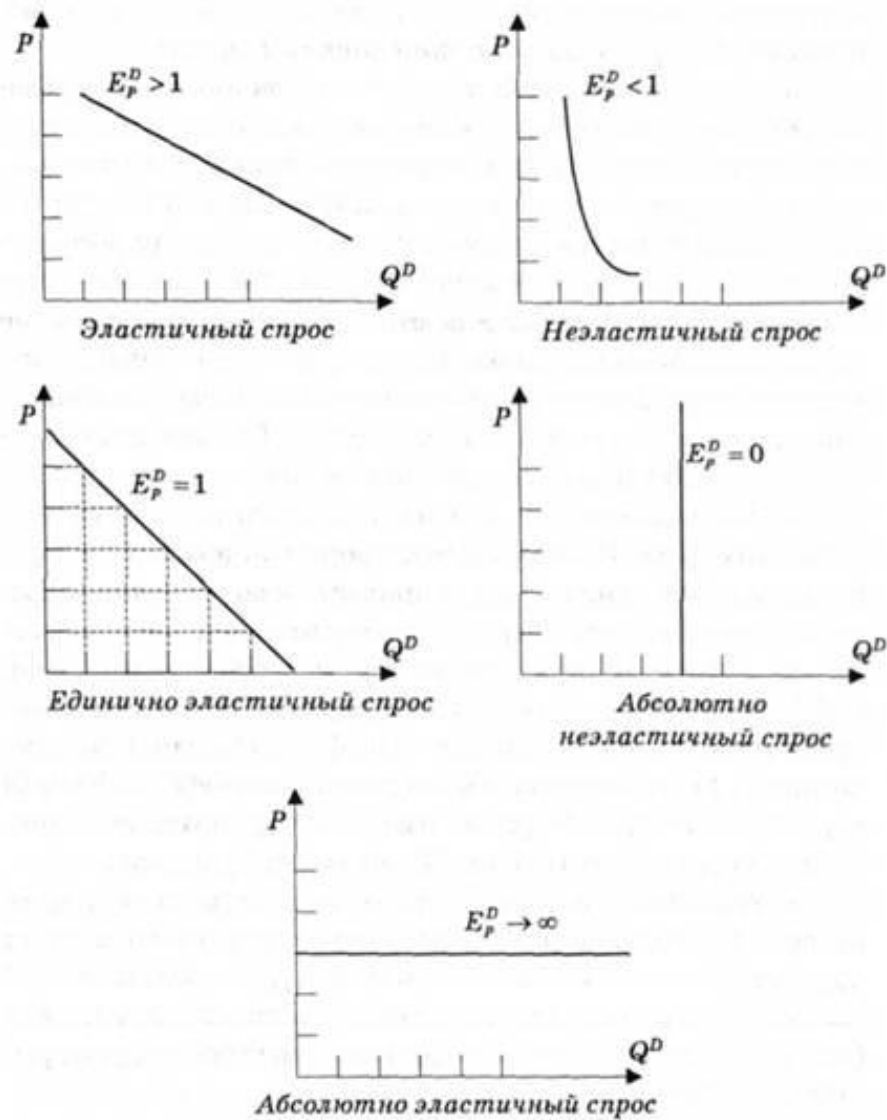
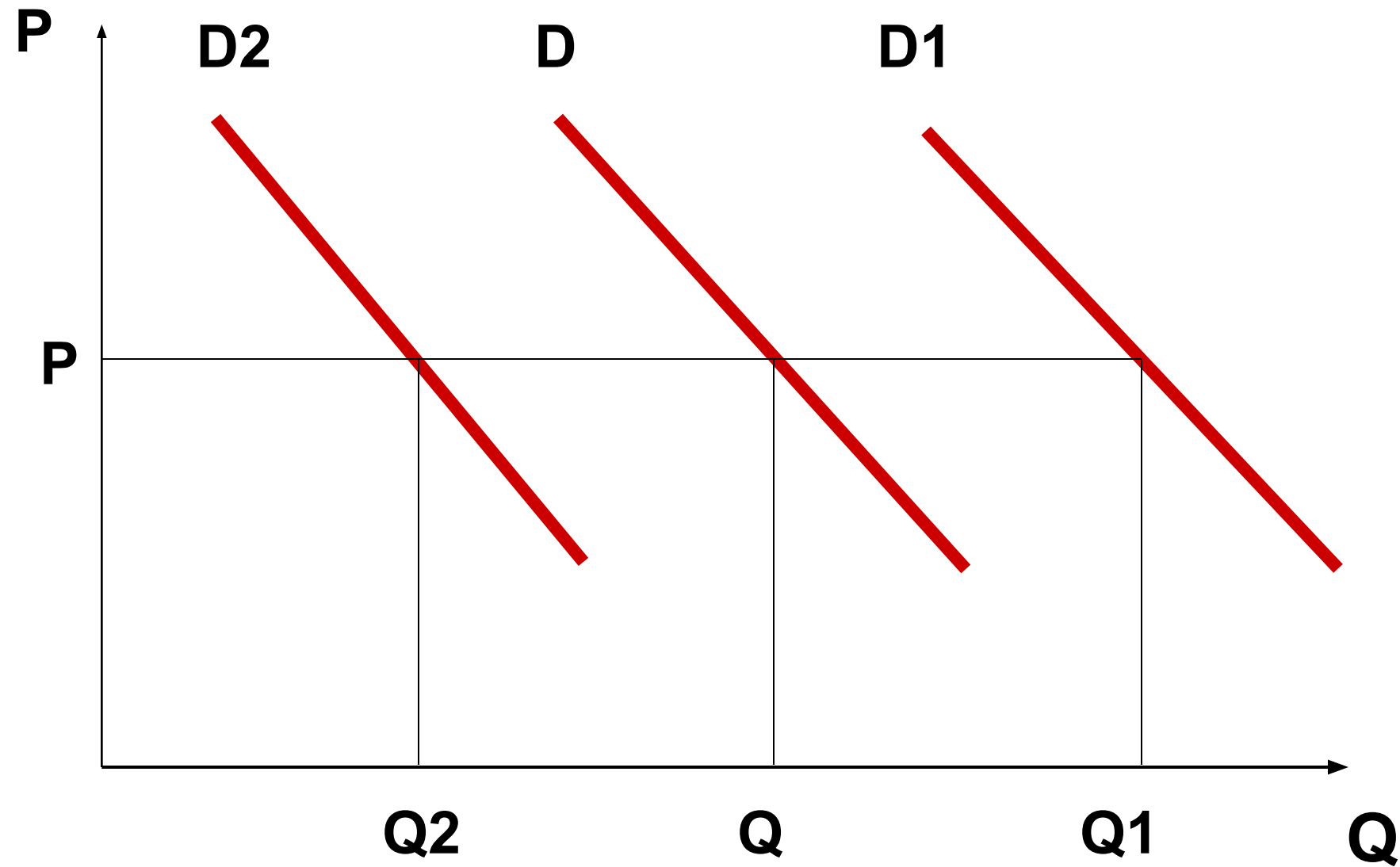


Рис. 8.5. Виды спроса по эластичности

Неценовые факторы изменения спроса:

- климатические или сезонные изменения;
- изменения доходов;
- изменения в стиле, вкусе, привычках;
- перспективные ожидания;
- цены на товары – заменители;
- цены на дополняющие товары.





Если спрос увеличивается, то кривая спроса смещается вправо (D1);

Если спрос снижается, то кривая спроса смещается влево (D2).

Предложение

- Поведение продавцов на рынке, связанных с реализацией товаров и услуг

Объем предложения

- Количество товаров, которое отдельный продавец или их группа готовы продать на рынке в течение определенного времени по той или иной цене при прочих равных условиях

Факторы, оказывающие влияние на величину предложения

1. Цена = P

2. НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

- Цены на факторы производства, которые в сумме дают издержки производства = P_l, P_k, P_m
- Уровень технологии = K
- Налоги и субсидии = C
- Количество покупателей = N
- Природно-климатические условия = Z

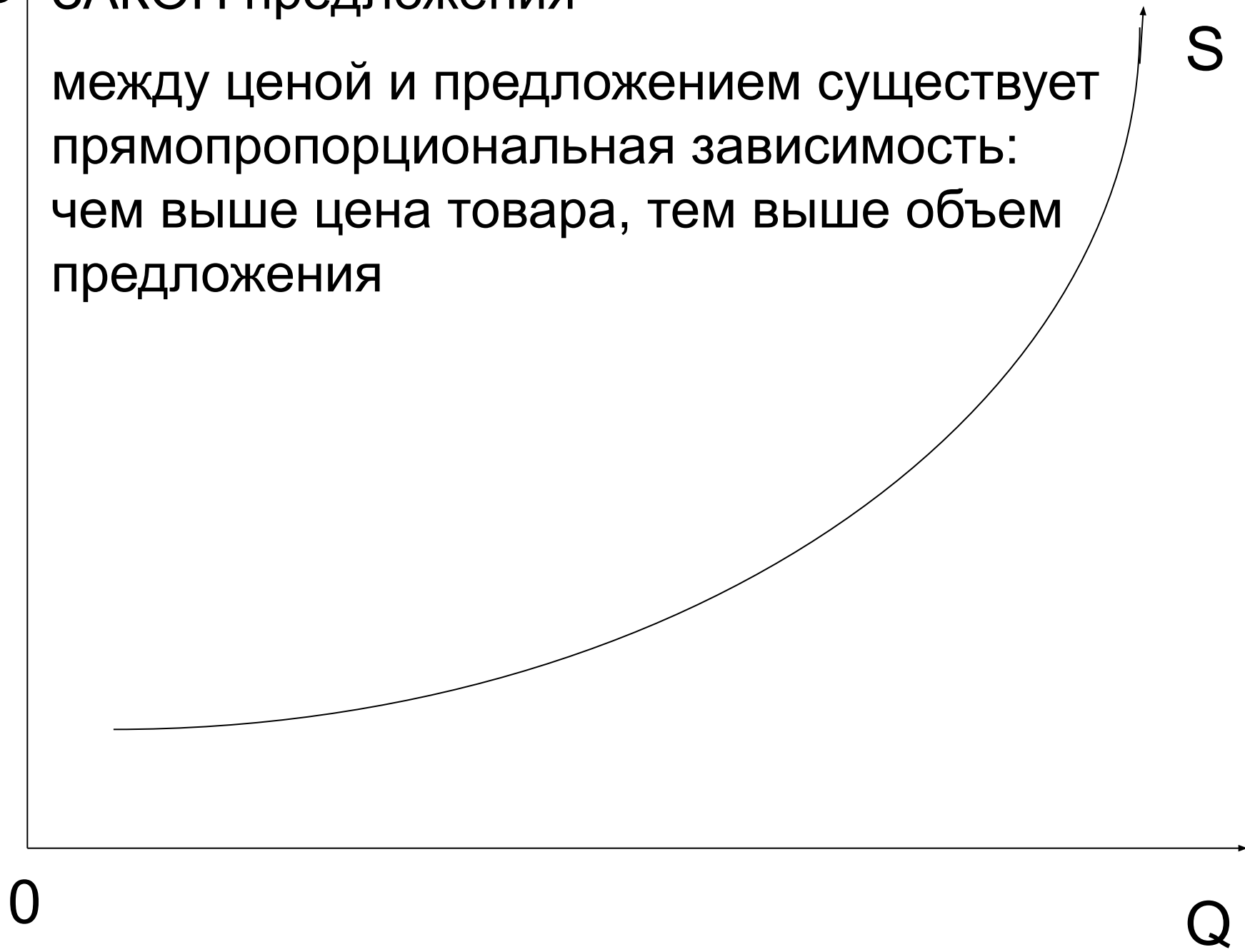
$$QS = f(P, P_l, P_k, P_m, K, C, N, Z)$$

Прочие равные условия

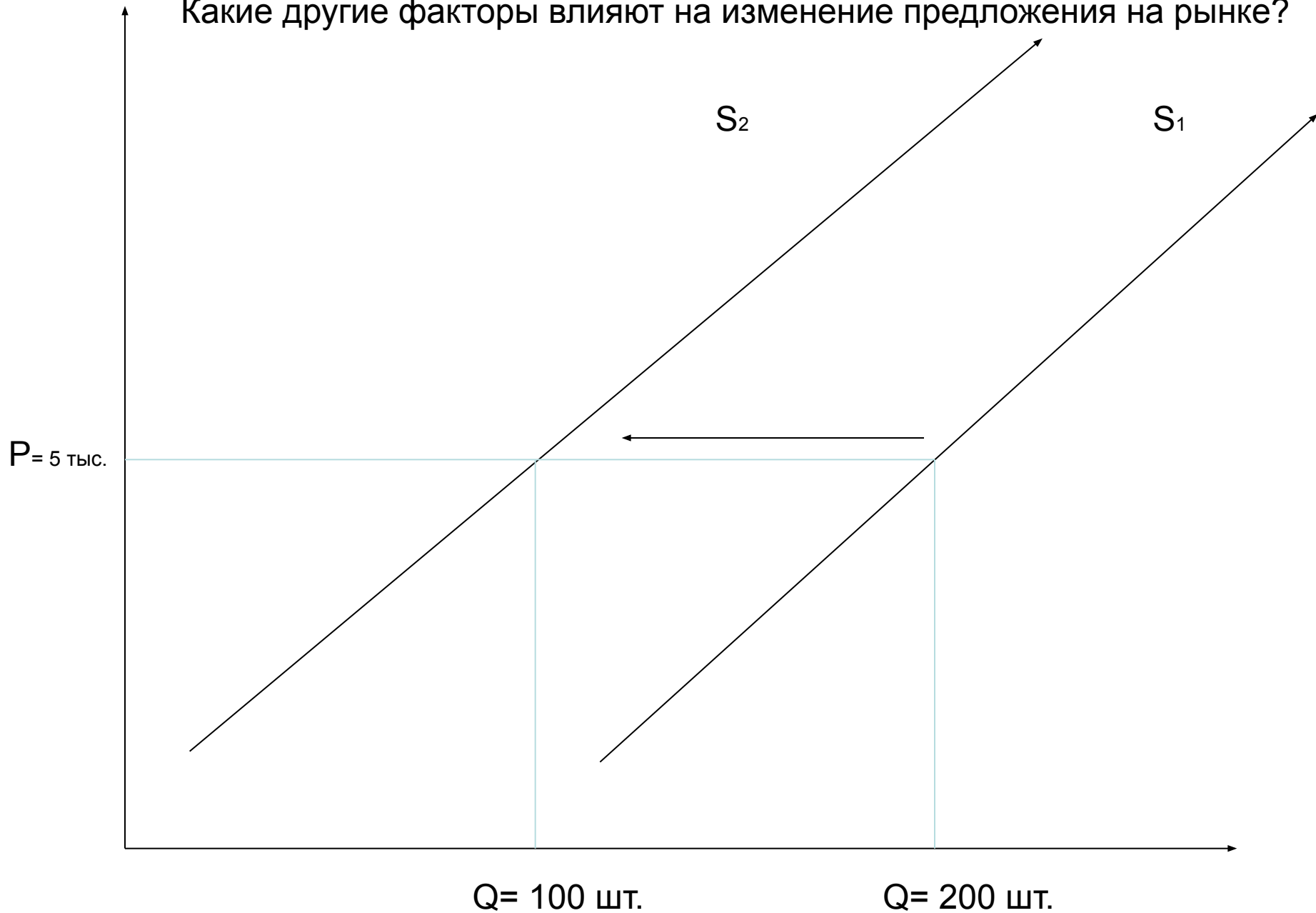
$$QS = f(P)$$

Р ЗАКОН предложения

между ценой и предложением существует
прямопропорциональная зависимость:
чем выше цена товара, тем выше объем
предложения



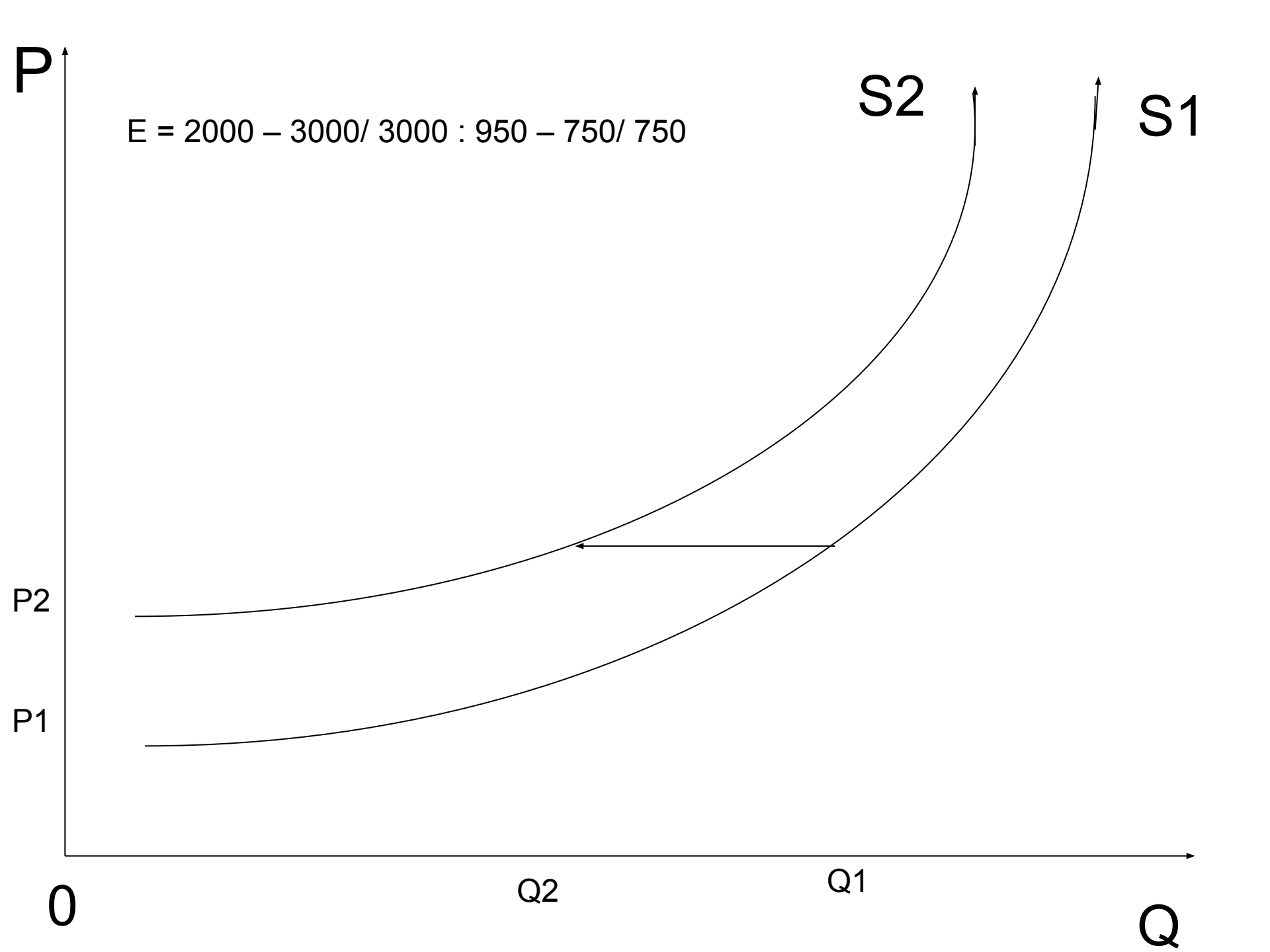
Какие другие факторы влияют на изменение предложения на рынке?



Эластичность предложения

- Предложение товаров имеют различную **степень чувствительности** к изменению определяющих их факторов
- Коэффициент эластичности предложения к цене показывает, насколько % изменится объем предложения при изменении цены на 1%

$$E = (Q2 - Q1) / Q1 : (P2 - P1) / P1$$



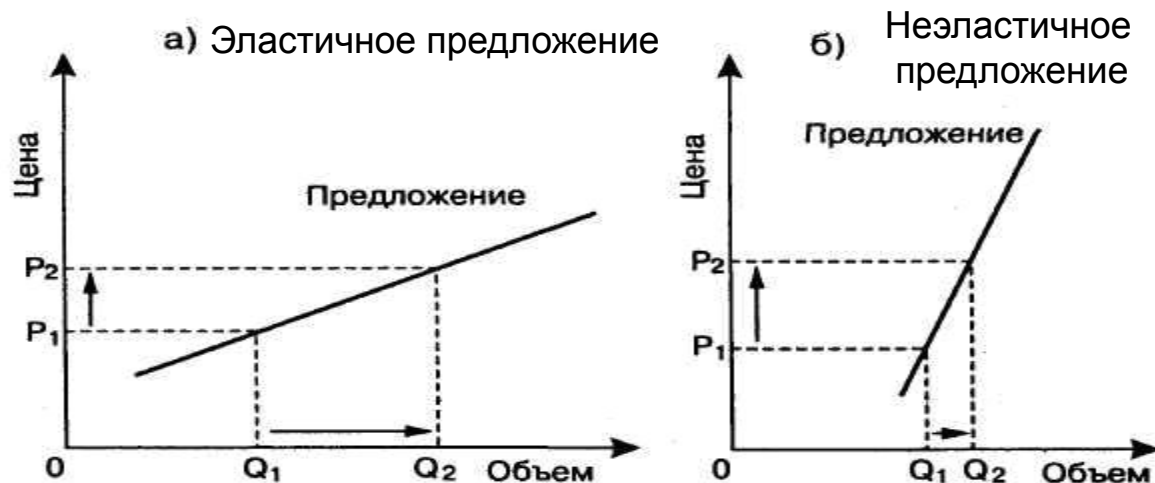
Эластичность предложения товара (по цене) -

- это процентное соотношение между изменением в цене и изменением предложения.

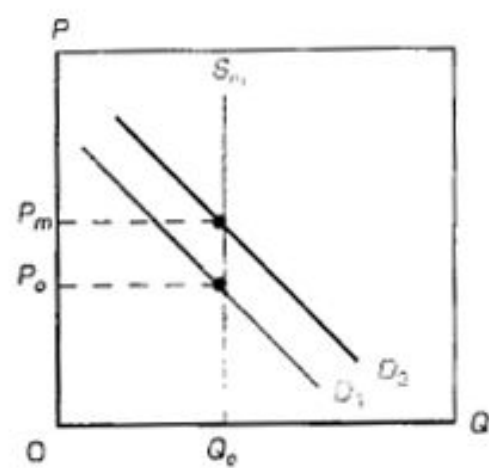
Одним из определяющих элементов эластичности предложения какого-либо товара или услуги является мобильность факторов его производства и выпуска, т.е. легкость, с которой необходимые факторы производства могут быть привлечены из других отраслей. Второй важный фактор - это время. Как и в случае спроса, эластичность предложения по цене имеет тенденцию увеличиваться на долгосрочных временных интервалах. Частично это связано с мобильностью ресурсов, но также зависит и от применяемых технологий, состояния производственной базы и т.д. С течением времени адаптация производителей к рыночным условиям улучшает конъюнктурные возможности соответствия выпуска их продукции возросшему спросу, что приводит к повышению эластичности предложения.

Эластичность предложения по цене всегда положительна, т.к. кривая предложения имеет "восходящий" характер. Положительное значение эластичности предложения обусловлено тем, что более высокая цена стимулирует производителей увеличивать выпуск.

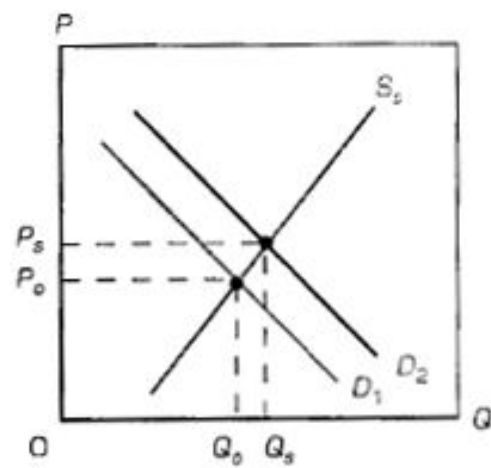
Формы эластичности предложения



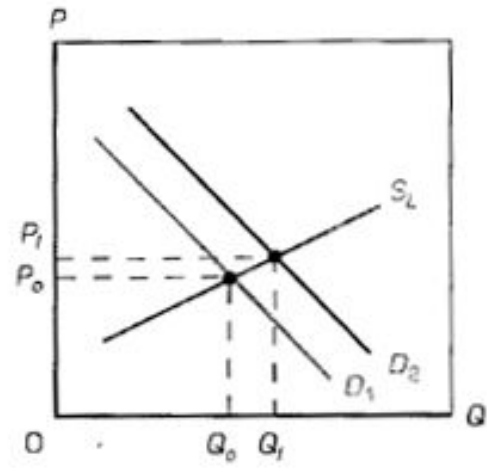
- эластичное предложение - величина предложения изменяется на больший процент, чем цена, когда эластичность больше единицы ($E_s > 1$). Эта форма эластичности предложения характерна для долгого периода;
- неэластичное предложение - величина предложения изменяется на меньший процент, чем цена, когда эластичность меньше единицы ($E_s < 1$). Эта форма эластичности предложения присуща короткому периоду;
- абсолютно (совершенно) эластичное предложение имеет место тогда, когда величина предложения бесконечно изменяется при малом изменении цены ($E_s = \infty$). Эта форма эластичности предложения свойственна долгому периоду, а кривая предложения строго горизонтальна;
- абсолютно неэластичное предложение имеет место тогда, когда величина предложения равна нулю ($E = 0$), т. е. величина предложения абсолютно не меняется при изменении цены. Эта форма свойственна текущему периоду, а кривая предложения строго вертикальна.



а) Кратчайший рыночный период



б) Краткосрочный период



в) Долгосрочный период

Рисунок 20-3. Фактор времени и эластичность предложения

Задание для закрепления:

Эластичность предложения — степень изменения в количестве предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене. Процесс возрастания эластичности предложения в долгосрочном и краткосрочном периодах раскрывается через понятия мгновенного, краткосрочного и долгосрочного равновесия.

Соотнесите характеристики эластичности предложения с временными

А) краткосрочный	Г) практически неэластично при отсутствии свободных ресурсов и времени
Б) среднесрочный	Д) эластично за счёт наращивания имеющимися и вновь созданными фирмами использования всех видов ресурсов
В) долгосрочный	Е) эластично при возможности большей эффективности использования имеющихся у фирм ресурсов и (или) наращивании использования некоторых ресурсов

Задание для закрепления:

Эластичность предложения — степень изменения в количестве предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене. Процесс возрастания эластичности предложения в долгосрочном и краткосрочном периодах раскрывается через понятия мгновенного, краткосрочного и долгосрочного равновесия.

Соотнесите характеристики эластичности предложения с временными

А) краткосрочный	Г) практически неэластично при отсутствии свободных ресурсов и времени
Б) среднесрочный	Д) эластично за счёт наращивания имеющимися и вновь созданными фирмами использования всех видов ресурсов
В) долгосрочный	Е) эластично при возможности большей эффективности использования имеющихся у фирм ресурсов и (или) наращивании использования некоторых ресурсов

А	Б	В
Г	Е	Д

Здание для закрепления:

Существуют четыре основных фактора, влияющие на эластичность предложения:

- 1. технологические возможности;**
- 2. ожидания относительно уровня цен;**
- 3. фактор времени;**
- 4. эластичность предложения ресурсов.**

Впишите их в таблицу, сопоставив конкретным обстоятельствам работы фирмы, выпускающей радиоприёмники, рыночная цена на которые возросла

Конкретные обстоятельства	Основные факторы
А: руководству фирмы известно о появления на рынке через 6 месяцев большой партии аналогичного дешёвого товара из Китая	
Б: фирма может быстро увеличить выпуск, запустив конвейер в 2 смены	
В: фирме нужны микросхемы, поставки которых необходимо согласовывать за 4 месяца	
Г: для стабильного увеличения выпуска товара фирме потребуется 5 месяцев	

Здание для закрепления:

Существуют четыре основных фактора, влияющие на эластичность предложения:

- 1. технологические возможности;**
- 2. ожидания относительно уровня цен;**
- 3. фактор времени;**
- 4. эластичность предложения ресурсов.**

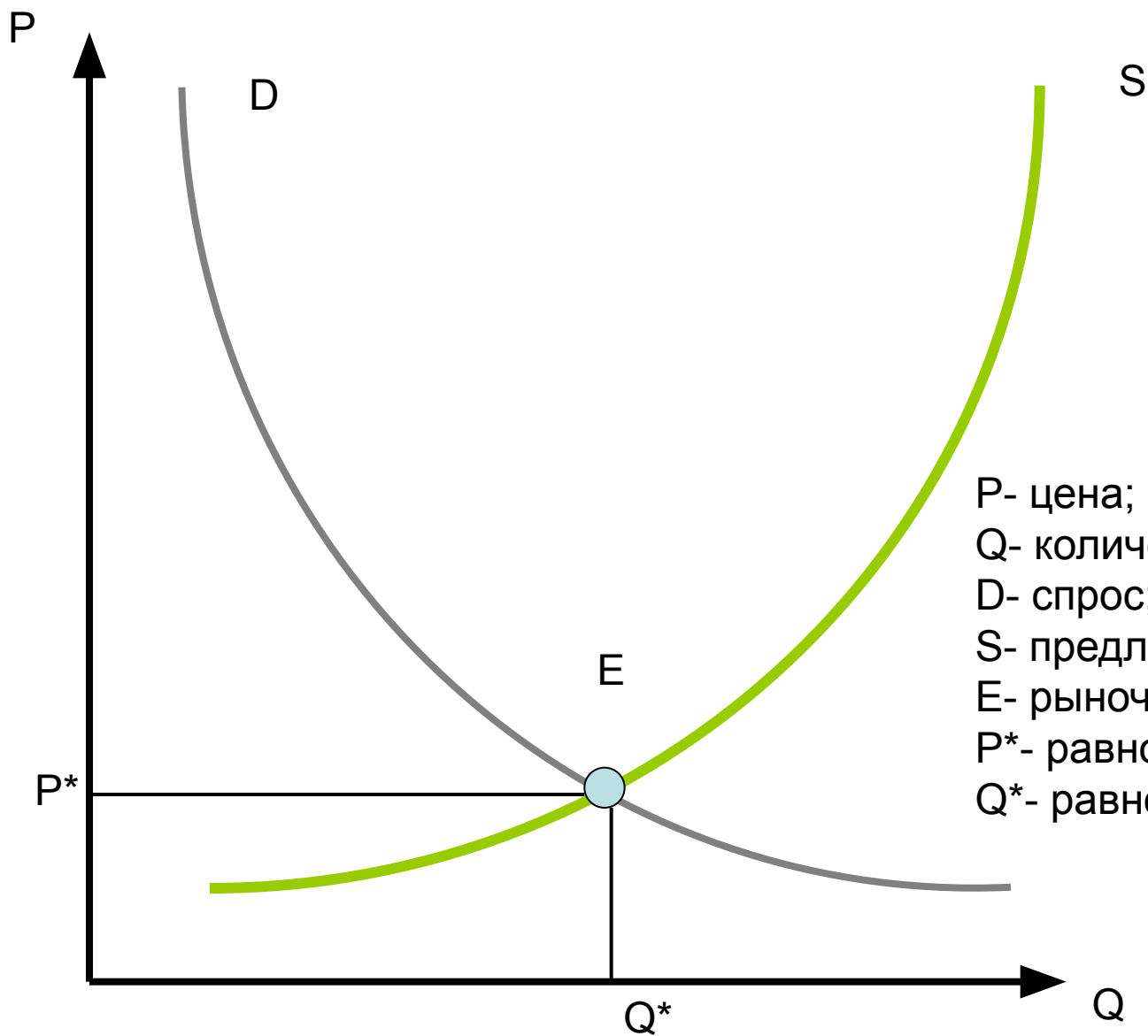
Впишите их в таблицу, сопоставив конкретным обстоятельствам работы фирмы, выпускающей радиоприёмники, рыночная цена на которые возросла

Конкретные обстоятельства	Основные факторы
А: руководству фирмы известно о появления на рынке через 6 месяцев большой партии аналогичного дешёвого товара из Китая	
Б: фирма может быстро увеличить выпуск, запустив конвейер в 2 смены	
В: фирме нужны микросхемы, поставки которых необходимо согласовывать за 4 месяца	
Г: для стабильного увеличения выпуска товара фирме потребуется 5 месяцев	

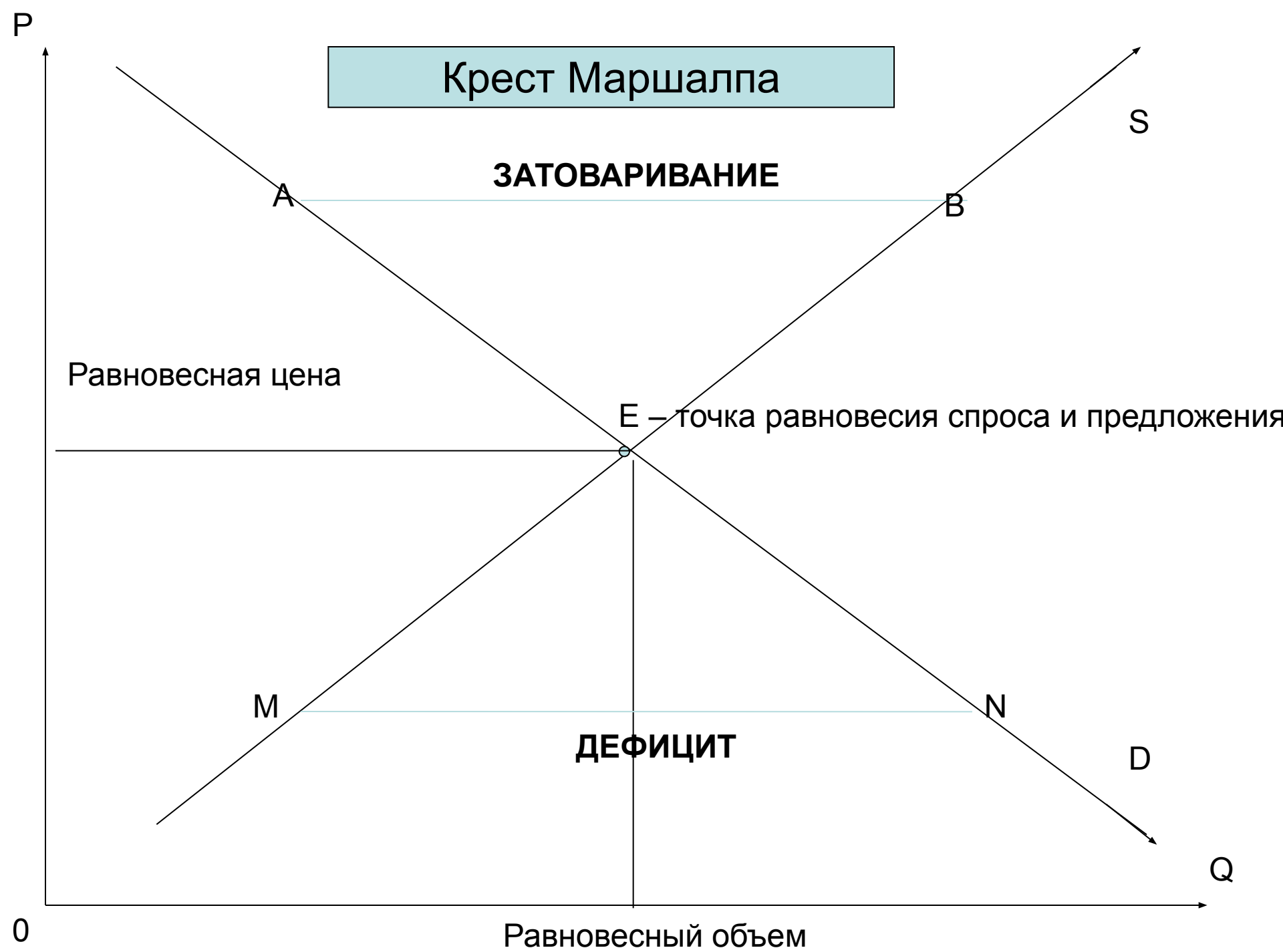
А	Б	В	Г
2	1	4	3

Варианты взаимодействия цены спроса и цены предложения

PD = PS	PD < PS	PD > PS
Равновесная цена. Совпадение обозначает, что интересы продавца и покупателя совпали и сделка состоялась	Покупатель согласен дать меньшую цену за товар или услугу, чем та, за которую продавец согласен продать. Сделка не состоится. У потребителя низкая потребность в данном товаре. Происходит затоваривание	Покупатель согласен дать большую цену за товар, сделки совершаются в большом кол-ве, у потребителя высокая потребность в товаре, образуется дефицит
При сохранении конъюнктуры цена не изменится	Свертывание производства, снижение цены, формирование потребительского спроса	Рост цены продажи, рост объема производства, насыщение рынка с дальнейшим понижением цены



P - цена;
 Q - количество;
 D - спрос;
 S - предложение;
 E - рыночное равновесие;
 P^* - равновесная цена;
 Q^* - равновесное количество

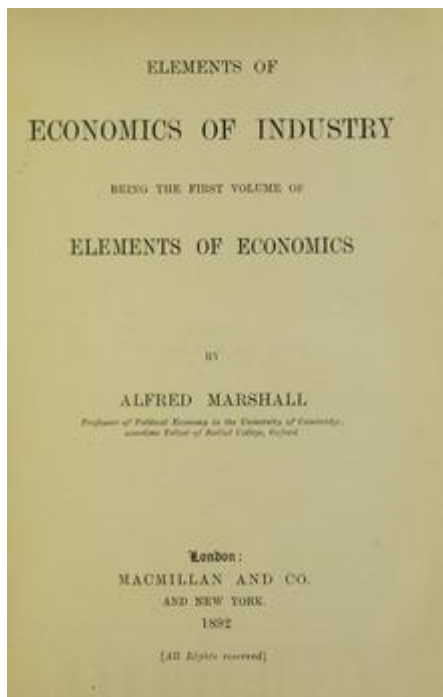




Маршалл Альфред (1842 – 1924)

Альфред Маршалл родился в Лондоне в 1842 г. Его отец, кассир Национального Банка Англии, надеялся, что сын станет священником. Однако у молодого Маршалла были другие планы. Он прекратил занятия теологией и начал изучать математику в Кембридже, где в 1865г. получил степень магистра. В то время в британской экономической теории доминировала классическая школа, основанная Адамом Смитом и Давидом Рикардо. Маршалл с огромным уважением относился к этим классическим авторам.

Первоначально он считал целью своей работы лишь использование математической подготовки для укрепления и систематизации классической системы. Но очень скоро вышел за рамки этой задачи и начал создавать свою теорию.



В 1890г. он выпустил свою знаменитую книгу **«Принципы политической экономии»**, где были заложены основы неоклассической экономической школы. «Несмотря на огромные различия в деталях, почти все основные экономические проблемы имеют одну и ту же суть. Эта суть есть необходимость уравнивания двух противоположных классов мотивов, один из которых состоит в стремлении приобрести определенные товары, и, таким образом, удовлетворить желания; другой же мотив есть стремление избежать усилий и затрат, или достигнуть определенного удовлетворения. Другими словами, это необходимость уравнивания спроса и предложения». Экономика Маршалла была лидирующей в течение десятилетий, и сегодня она продолжает лидировать в экономической науке. Работая профессором в Кембридже, Маршалл обучил многих ведущих экономистов следующего за ним поколения.

Задача.

Функция спроса населения на данный товар:

$$Q_d = 7 - P.$$

Функция предложения:

$$Q_s = -5 + 2P.$$

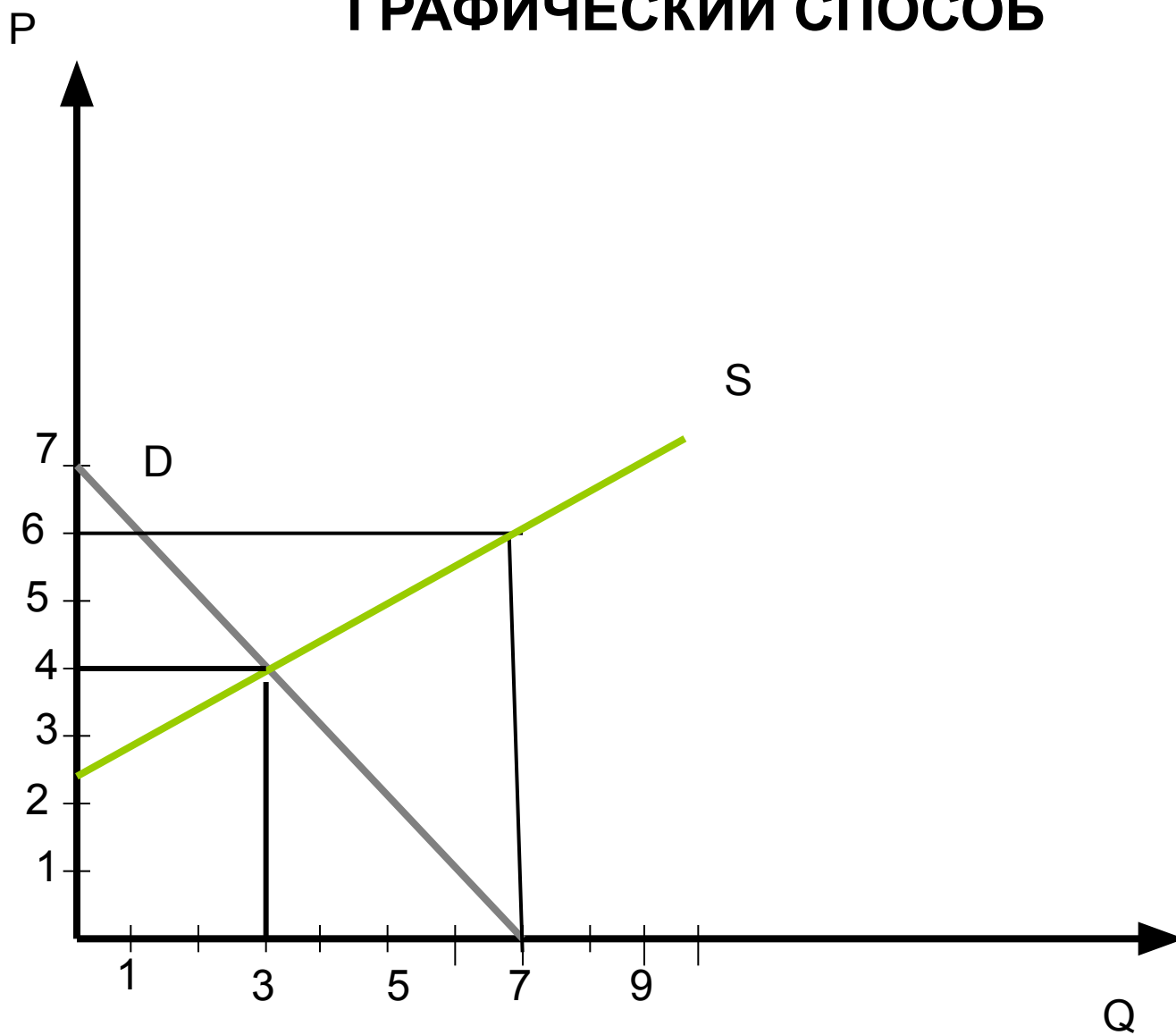
Где Q_d – объем спроса в млн. штук в год;

Q_s – объем предложения в млн. штук в год;

P – цена.

Определите параметры рыночного равновесия.

ГРАФИЧЕСКИЙ СПОСОБ



Факторы	Изменение спроса	Изменение предложения
Цена = P Доходы потребителей = I Вкусы, предпочтения потребителей = T Цены на товары-субституты = P_a, P_b Количество покупателей = N Инфляционные ожидания = F		
Цены на факторы производства, которые в сумме дают издержки производства = P_l, P_k, P_m Уровень технологии = K Налоги и субсидии = C Количество покупателей = N Природно-климатические условия = Z		

Как влияют перечисленные в таблице факторы на спрос и предложение

Факторы	Сдвиг кривой спроса	Движение вдоль кривой спроса	Сдвиг кривой предложения	Движение вдоль кривой предложения
Изменение цен на конкурирующие товары				
Внедрение новой технологии				
Изменение моды на товар				
Изменение цены на данный товар				
Изменение потребительских доходов				
Изменение цен на сырье				
Климатические изменения				
Увеличение издержек производства				

Домашнее задание

- Липсиц И.В. «Экономика»: Глава 3, § 9,10, Глава 4, § 11,12,13
- Заполнить таблицы, решить задачи
- Киреев, § 12,13,14,
- Королева, часть 1, стр. 19-33
- Савицкая, Т.1, Тема 3, задания , проверь себя, Тема 4, задания, проверь себя
- Эссе

ЭССЕ

«Мы допускаем, что силы спроса и предложения действуют свободно» А. Маршалл