

ТЕМА 4. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. **Спрос, факторы рыночного спроса. Закон спроса.**
2. **Предложение, факторы рыночного предложения. Закон предложения.**
3. **Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.**
4. **Понятие, виды эластичности спроса и предложения.**

1. СПРОС, ФАКТОРЫ РЫНОЧНОГО СПРОСА. ЗАКОН СПРОСА.

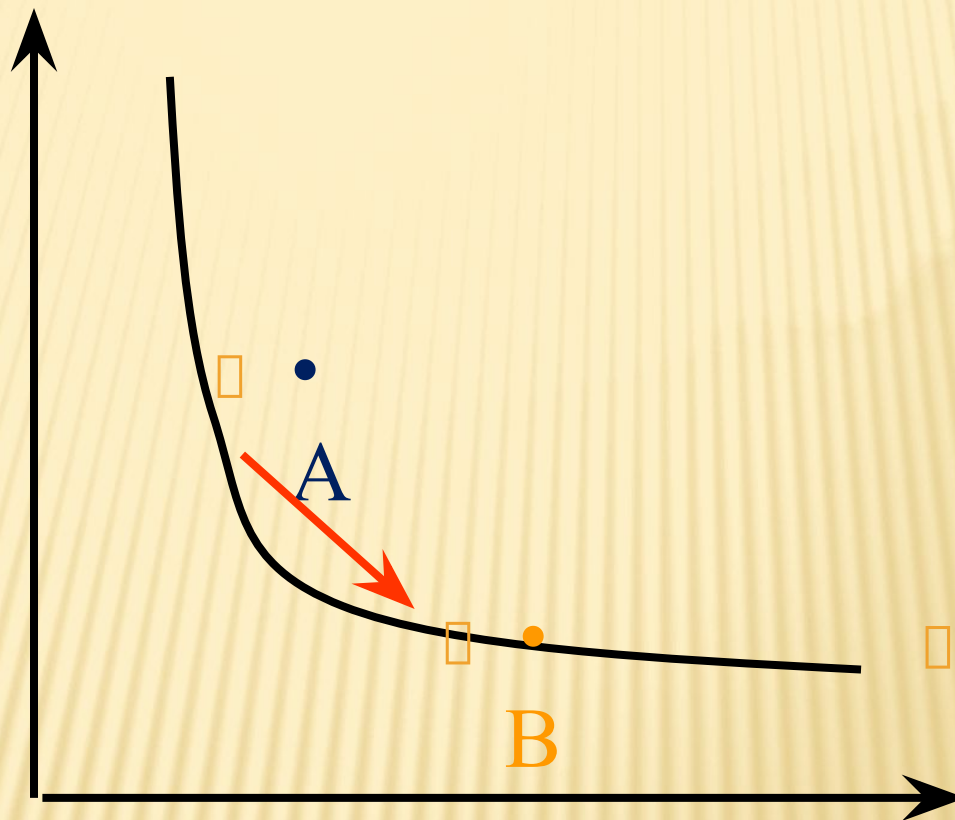
Рынок – это способ взаимосвязи между обособленными товаропроизводителями на основе общественного разделения труда.

Основные характеристики рынка: спрос, предложение, конкуренция, ценообразование. За все экономические блага нужно платить, а денежные средства покупателей – ограничены. Это рождает разницу между двумя понятиями **объемом потребности и величиной спроса.**



- **Объем потребности** – это количество благ определенного вида, которое человек хотел бы получить для удовлетворения своих нужд, если бы эти блага были доступны бесплатно и без ограничений.
- **Спрос** – это количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену и в определенный промежуток времени.
- **Спрос (demand)** – это желание потребителей приобрести определенные товары или услуги за определенную цену.

□ Цена (P)

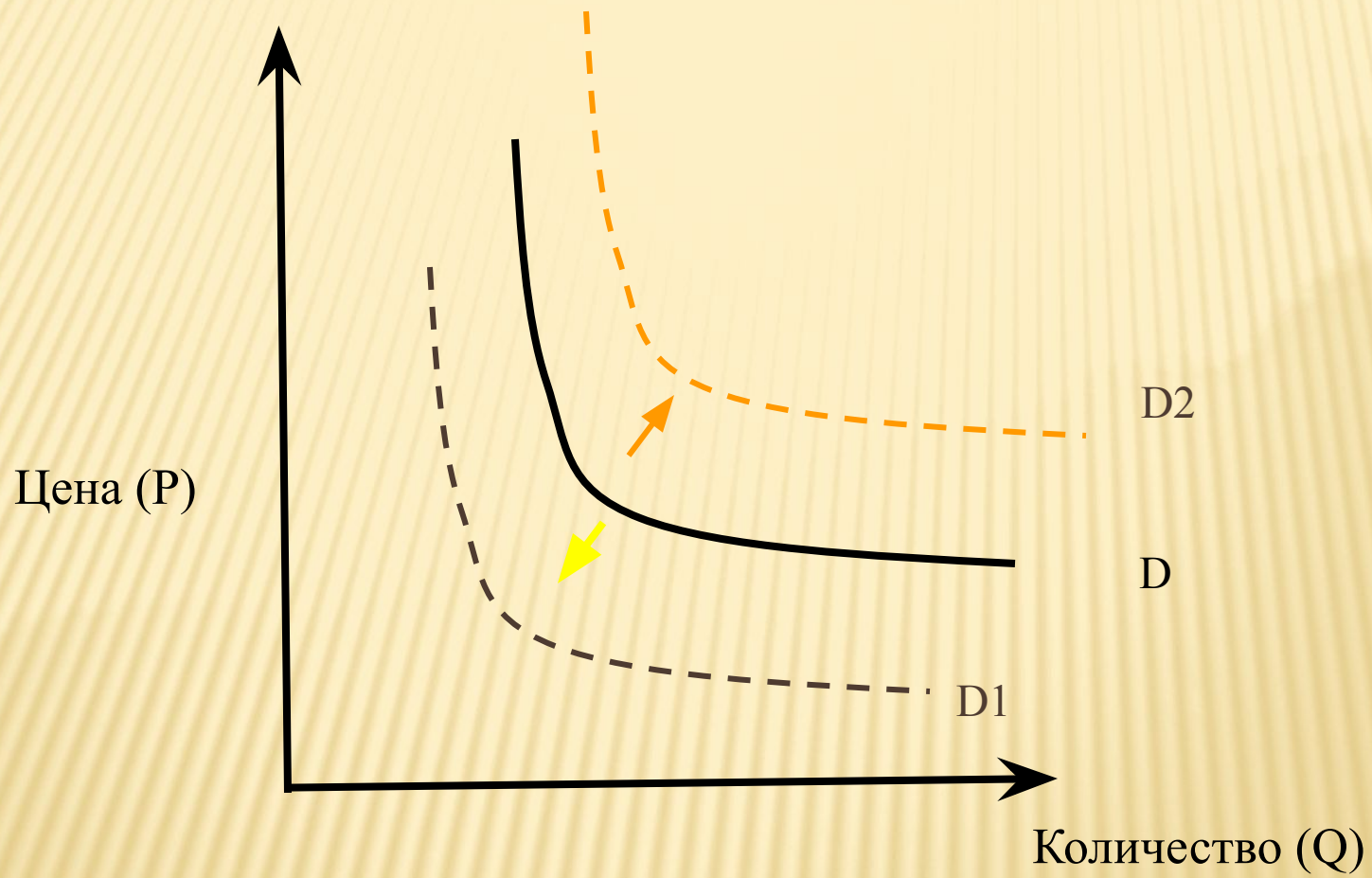


□ Количество (Q)

- **Кривая спроса** — кривая, показывающая, какое количество товара готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент времени.
- **Величина спроса** – количество товаров и услуг, которое покупатели желают и могут приобрести по разным ценам в данный момент времени.

- **Закон спроса** – при прочих равных условиях повышение цены вызывает уменьшение величины спроса, напротив, понижение рыночной цены увеличивает величину спроса.
- ▣ Этот закон впервые сформулировал французский математик Антуан Огюстен Курно в работе "**Исследование математических принципов теории богатства**".
- ▣ **В математическом виде закон спроса выглядит: $Q_d=f(P)$**

-
- **Движение вдоль кривой спроса** - это изменение величины спроса при изменении цен, т.е. количества товара, которое готовы приобрести покупатели.
 - **Изменение спроса** – это смещение самой кривой спроса, преимущественно оно отражает влияние неценовых факторов (исключением является изменение цен на связанные товары).



ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ СПРОСА И ИЗМЕНЕНИЯ В СПРОСЕ

ФАКТОРЫ (ДЕТЕРМИНАНТЫ) СПРОСА



КЛАССИФИКАЦИЯ СПРОСА

- **Индивидуальный спрос** – это то количество товара или услуги, которое отдельный индивидум или домохозяйство способно приобрести за определенный период времени.
- **Рыночный спрос** - это то количество товара или услуги, которое потребители способны приобрести в рамках определенного рынка.
- **Совокупный спрос** - это то количество товара или услуги, которое потребители страны способны приобрести в рамках национального рынка.

- **Действительный спрос** (реально предъявляемый спрос на товары и услуги),
- **реализованный** (часть действительного спроса, которая реализована на рынке в купленных товарах и услугах) – **неудовлетворенный спрос.**
Неудовлетворенный спрос приобретает самые различные формы: *скрытый явный, текущий, мобильный и накопительный.*
- **Функциональным спросом** считается та часть спроса, которая обусловлена свойствами самого товара, а **нефункциональным** — не связанная со свойствами товара, а под влиянием каких-либо факторов.

ЭФФЕКТЫ, ОБУСЛАВЛИВАЮЩИЕ НЕФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СПРОС:

- **Эффект присоединения к большинству** (стремление людей не отстать от моды, жизни, быть не хуже других);
- **Эффект сноба** (настойчивое желание потребителя быть исключительным, выделиться из общей массы);
- **Эффект показательного потребления** (отражает увеличение спроса на некоторый товар в силу его более высокой по сравнению с аналогами цены т.е. большей престижности товара).

□ Х.Лейбенштайн выделяет также **спекулятивный и нерациональный спрос.**

□ **Спекулятивный спрос** связан с высокими инфляционными ожиданиями, **нерациональный спрос** — связан с нарушениями рационального поведения покупателей.

-
- ▣ **Экзогенный спрос** — спрос, изменение которого вызвано вмешательством правительства или внедрением каких-либо сил извне системы свободного рынка.
 - ▣ **Эндогенный, или внутренний, спрос** — это спрос, который образуется внутри общества.

2. ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ФАКТОРЫ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

- ▣ Предложение благ осуществляется производителями. В этом смысле предложение отражает поведение производителей, т.е. их желание и способность поставлять блага на рынок.
- ▣ Предложение – это те товары, которые находятся на рынке или могут быть туда доставлены.
- ▣ Следует различать **натурально-вещественную (по ассортименту) и стоимостную (выраженную в деньгах, ценах сумму товаров) формы товарного**

- **Объем и структура предложения** характеризуют экономическую ситуацию на рынке со стороны продавцов (производителей) **и определяются размерами и возможностями производства.**
- **Величина (объем) предложения** – это общее количество блага, которое желают и способны предоставить на рынок все производители в единицу времени.
- **Цена предложения** – это минимальная цена, по которой продавец согласен предложить и продать определенное количество данного блага.

- **Закон предложения** – это принцип рыночной экономики, который утверждает, что «при прочих равных условиях» величина предложения блага будет больше, чем выше цена и наоборот: величина предложения блага будет уменьшаться по мере снижения его цены. Т.е. существует прямая зависимость между ценой и величиной предложения.
- **Кривая предложения** - это линия, отражающая характер изменения величины предложения блага в зависимости от изменения его цены в единицу времени и показывающая минимальные значения цены для каждого объема предложения.

ФАКТОРЫ И ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ВЕЛИЧИНА РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Определение временного периода

Определение условий формирования

ФАКТОРЫ (ДЕТЕРМИНАНТЫ) ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ценовые

Цена
Блага (P)

Неценовые

Затраты
производ
ства (C)

Налоги
(T),
дотации

Цены
субститу
тов (P_s)

Численност
ь продавцов
(M)

Ожидани
я продавцо
в (E)

Изменен
ие технолог
ий

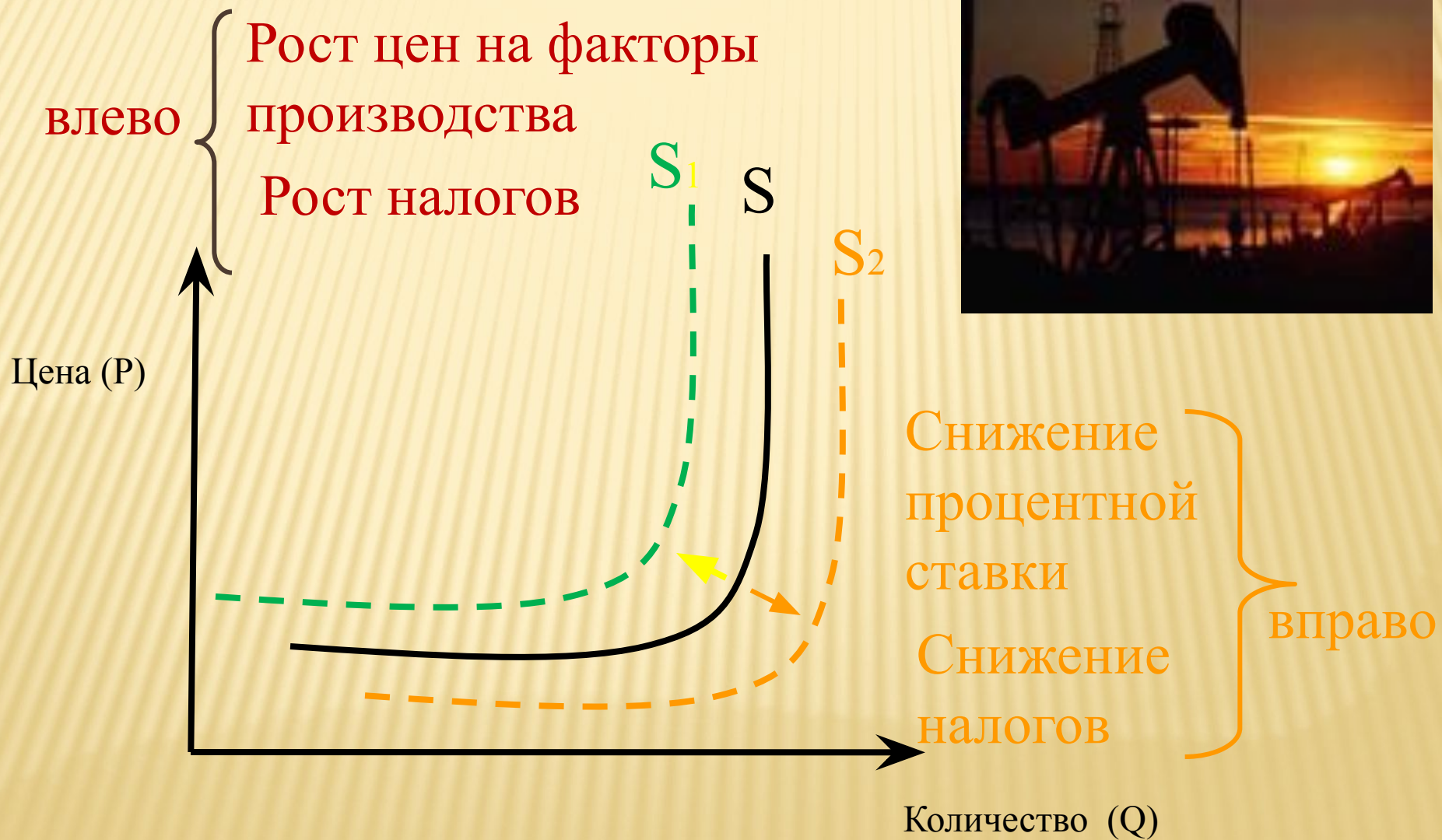
Увеличение
цены

Уменьшение
цены

Увеличение
величины
предложения

Уменьшение
величины
предложения

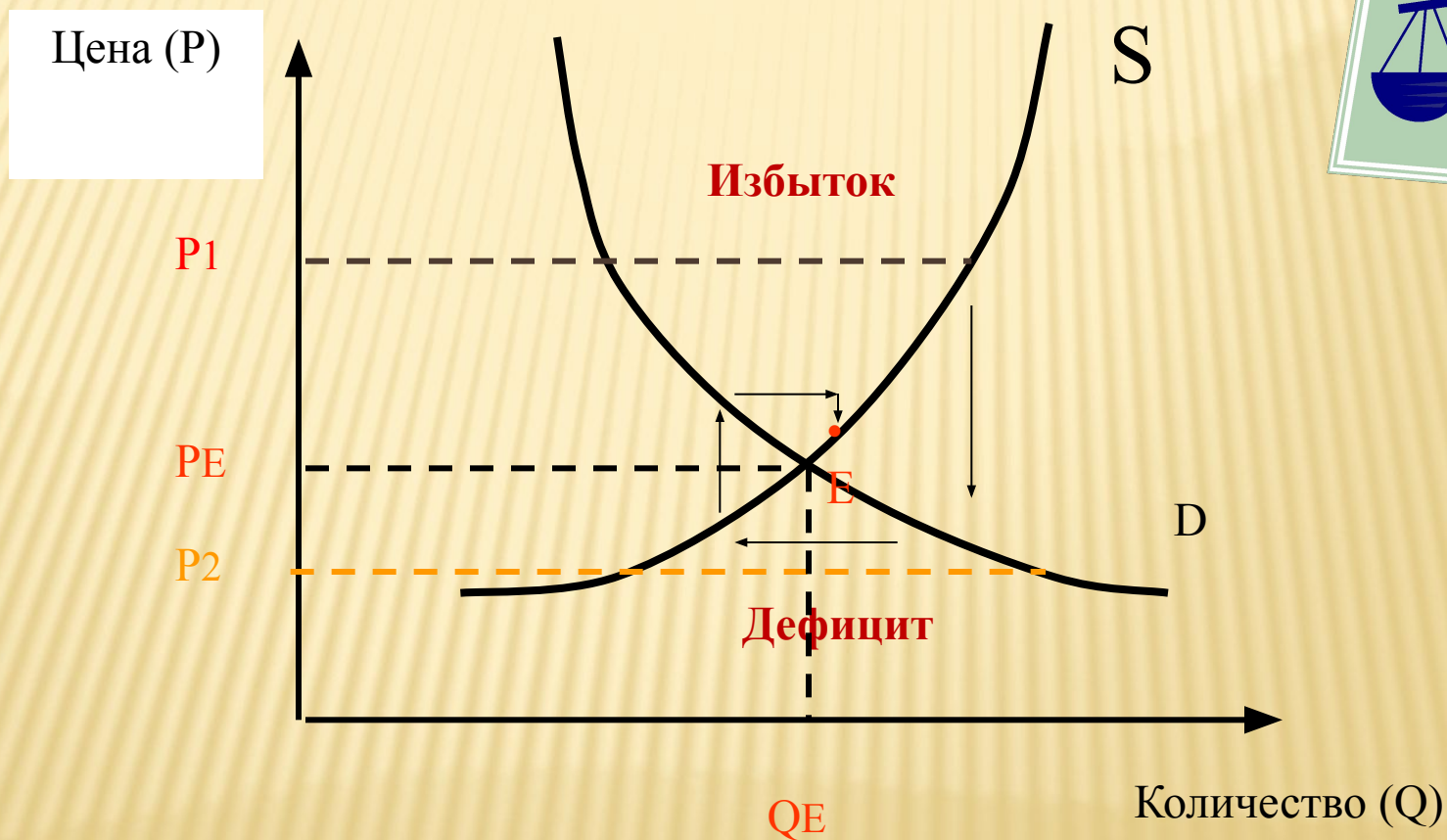
Изменение в предложении



3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ.

- **Рыночное равновесие** — это когда планы покупателей (спрос) и продавцов (предложение) совпадают так, что при данной цене величина предложений равна величине спроса.
- Параметрами, выражающими условия рыночного равновесия, являются:
- **равновесная цена**, при которой объем спроса на данное благо равен объему его предложения; **равновесный объем**, отражающий количество блага, при котором устанавливается равенство между ценой спроса и ценой предложения.

РАВНОВЕСИЕ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ



-
- Если цена выше равновесной то:
 - величина предложения больше величины спроса;
 - нарастают трудности сбыта;
 - усиливается конкуренция продавцов;
 - цена снижается;
 - величина предложения сокращается, величина спроса растет.

ЕСЛИ ЦЕНА ВЫШЕ РАВНОВЕСНОЙ ТО:

- ▣ величина предложения больше величины спроса;
- ▣ нарастают трудности сбыта;
- ▣ усиливается конкуренция продавцов;
- ▣ цена снижается;
- ▣ величина предложения сокращается, величина спроса растет.

ЕСЛИ ЦЕНА НИЖЕ РАВНОВЕСНОЙ ТО:

- ▣ величина спроса больше величины предложения;
 - ▣ трудно купить товар;
 - ▣ усиливается конкуренция покупателей;
 - ▣ цена повышается;
 - ▣ величина спроса сокращается, а величина предложения растет.
-

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН

- В некоторых случаях государство может законодательно устанавливать ценовой потолок (верхний уровень цен) и их нижний уровень.
- **Первый – установление верхней границы цен (потолок цены), выше которой продавать продукцию запрещается.** При этом установленный потолок цен, естественно, ниже равновесного уровня.
- Эта мера применяется в периоды острого **товарного дефицита**, когда свободные рыночные цены для большинства населения недоступно высоки.
- Тогда подобное регулирование позволяет широким кругам потребителей приобретать товары первой необходимости, которые они не смогли бы купить при равновесных ценах.

-
- ❑ **Второй вариант – установление нижней границы цен (пол цены).**
 - ❑ Эта мера обычно применяется, когда государство хочет обеспечить достаточный уровень доходов определенным производителям. В данном случае установленная цена, напротив, выше цены равновесия.

**Установление
ВЕРХНЕЙ границы
цен**

**Государственное
регулирование цен**

**Установление
НИЖНЕЙ границы
цен**

**Нарушение рыночного
саморегулирования**

**Устойчивый ДЕФИЦИТ
товара**

**Государство
нормирует товары**

**Карточное
распределение
товаров, черные рынки
и т.д.**

**Нарушение рыночного
саморегулирования**

**Устойчивый ИЗБЫТОК
товара**

**Государство либо
ограничивает
производство, либо
выкупает излишки
продукции**

**Проблема хранения,
использования
излишков**

последствия

5. ПОНЯТИЕ, ВИДЫ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

- Для экономического анализа недостаточно определить направление изменения спроса, важно измерить *степень этого изменения*. *Степень изменения спроса под воздействием факторов, влияющих на спрос, называется эластичностью спроса.*
- **Эластичность** (*elasticity*) — численная характеристика изменения одного показателя (например, спроса или предложения) к другому показателю (например, цене, доходу), показывающая, на сколько процентов изменится первый показатель при изменении второго на 1%.

- **Экономическое определение эластичности было впервые дано А. Маршаллом в 1885 г.** Известный английский ученый не изобрел это понятие, но, используя достижения английских классиков (А. Смита и Д. Рикардо) и математической школы в экономической теории, дал определение коэффициента ценовой эластичности спроса.
- Введение понятия «эластичность» в экономический анализ имело огромное значение.
- С одной стороны, коэффициент эластичности — это инструмент статистических измерений, в том числе активно используемый в маркетинговых исследованиях (консалтинговые фирмы в США берут от 50 до 75 тыс. дол. за подсчет эластичности для частных фирм).
- С другой стороны, концепция эластичности служит важным инструментом экономического анализа, поскольку в науке недостаточно только измерить, необходимо еще и уметь объяснить полученный результат.