

Теория спроса и предложения.

Тема 6. Теория спроса и предложения.

Вопросы: 1. Спрос. Функция спроса. Закон спроса.

2. Парадоксы закона спроса.

3. Неценовые факторы спроса.

4. Рыночный спрос.

5. Предложение. Функция предложения. Закон предложения.

6. Неценовые факторы предложения.

7. Рыночное предложение.

8. Предложение в периодах деятельности фирмы.

ДЗ: 1. Неценовые факторы спроса.

2. Виды спроса по Ф. Котлеру.

3. Неценовые факторы предложения.

4. Метод горизонтального суммирования спроса и предложения.

Спрос (demand)

- **Спрос (D)** - желание купить определенное количество товара по определённой цене, при определенных условиях, в данное время.
- **Виды спроса:**
 - индивидуальный
 - рыночный
 - совокупный (макроэкономика)
- **Функция спроса:** $Q_{Dx} = f P_x$, неценовые факторы
линейная зависимость $Q_{Dx} = a - b P_x$
- **Цена спроса** - максимальная (резервная) цена, которую готов платить за товар покупатель. Зависит от предельной полезности (MU)

Закон спроса

При прочих равных условиях снижение цены товара сопровождается увеличением объема спроса.

Обоснование закона спроса:

- эмпирические наблюдения
- закон убывающей предельной полезности
- эффект дохода
- эффект замещения

Парадоксы закона спроса

Парадокс Гиффена

Эффект Веблена

Цена как показатель качества

Инфляционные ожидания

Неценовые факторы спроса

доход потребителя (I)

цена на товары-субституты (P_y) и комплименты (P_z)

...

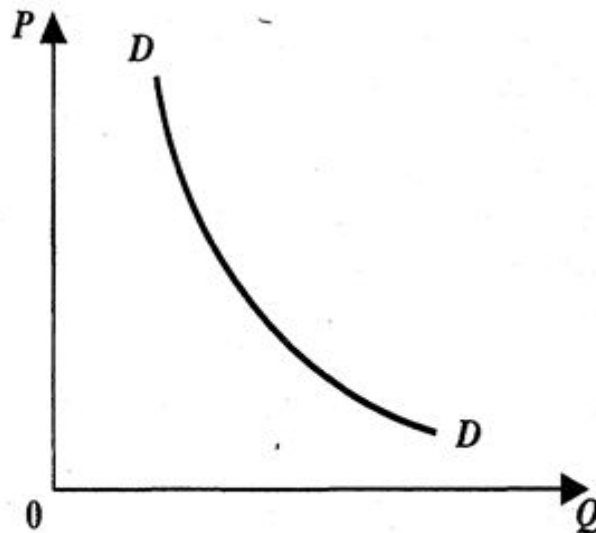


Рис. 13.1.1

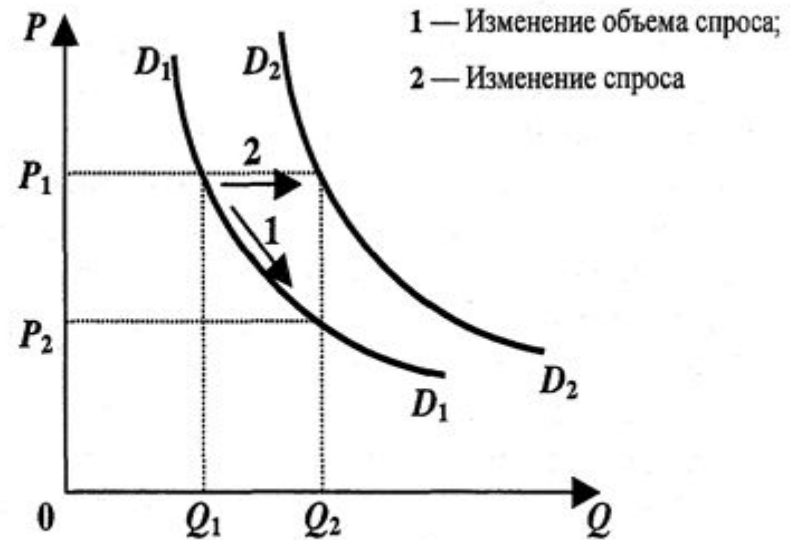


Рис. 13.1.2

Рыночный спрос

- Это спрос всех покупателей на рынке данного товара.
- Графически основан на методе **горизонтального суммирования**.
- Отражает поведение покупателей на рынке.

Х.Лейбенстайн (1976г.) выделил три типичных случая взаимного влияния потребителей друг на друга:

- ✓ эффект присоединения к большинству, поведение подражательства
- ✓ эффект сноба, обратный эффект, поведение «бегство от очередей»
- ✓ эффект Веблена, эффект престижного, показного потребления;

Ф. Котлер « Основы маркетинга»

8 состояний спроса

- отрицательный спрос
- отсутствие спроса
- скрытый спрос
- падающий спрос
- нерегулярный спрос
- полноценный спрос
- чрезмерный спрос
- нерациональный спрос

Предложение (supply)

- **Предложение (S)** – желание продавца предоставить на рынок определённое количество товара по определённой цене, при определенных условиях, в данное время.
- **Виды предложения:**
 - индивидуальное
 - рыночное
 - совокупное (макроэкономика)
- **Функция предложения:** $Q_{sx} = f P_x$, неценовые факторы
- **Цена предложения** - минимальная (резервная)цена, по которой готов продать товар продавец, зависит от предельных издержек (МС)

Закон предложения

При прочих равных условиях увеличение цены сопровождается ростом объема предложения

- Предполагает «вымывание» дешевого ассортимента
- Предполагает продвижение товаров на рынки с более высокими ценами
- Не действует на отдельных рынках и в отдельных периодах

Неценовые факторы предложения

Капитал(K), цены ресурсов (R), цены субститутов (P_y) и
КОМПЛИМЕНТОВ (P_z),...

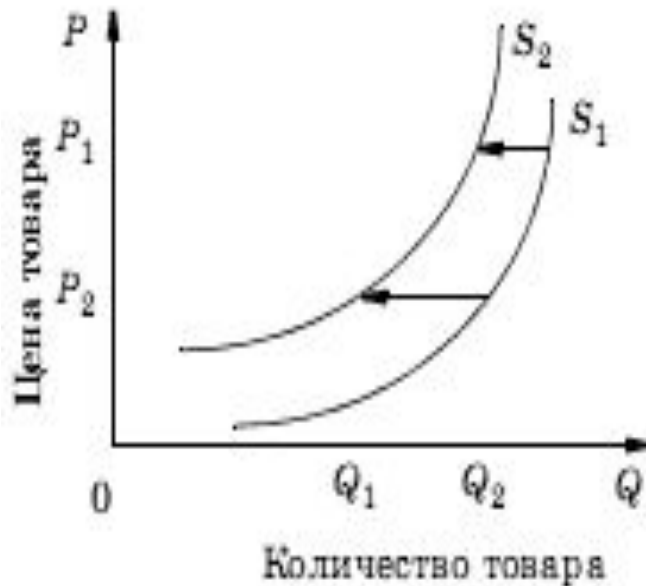


Рис. 3. Изменение предложения

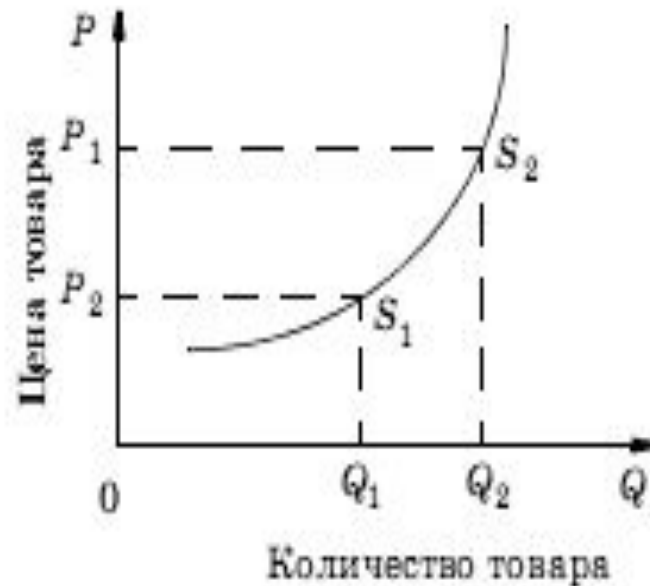


Рис. 4. Изменение величины предложения

Рыночное предложение

- Предложение всех производителей на рынке данного товара, отраслевое предложение.
- Характеризует тип рынка.
- Графически основано на методе **горизонтального суммирования.**

Предложение в периодах

Период анализа деятельности фирмы (рынка) характеризует возможность использования факторов производства и производственных мощностей (ПМ) при данной технологии.

- **Мгновенный период** (очень короткий) - S_1

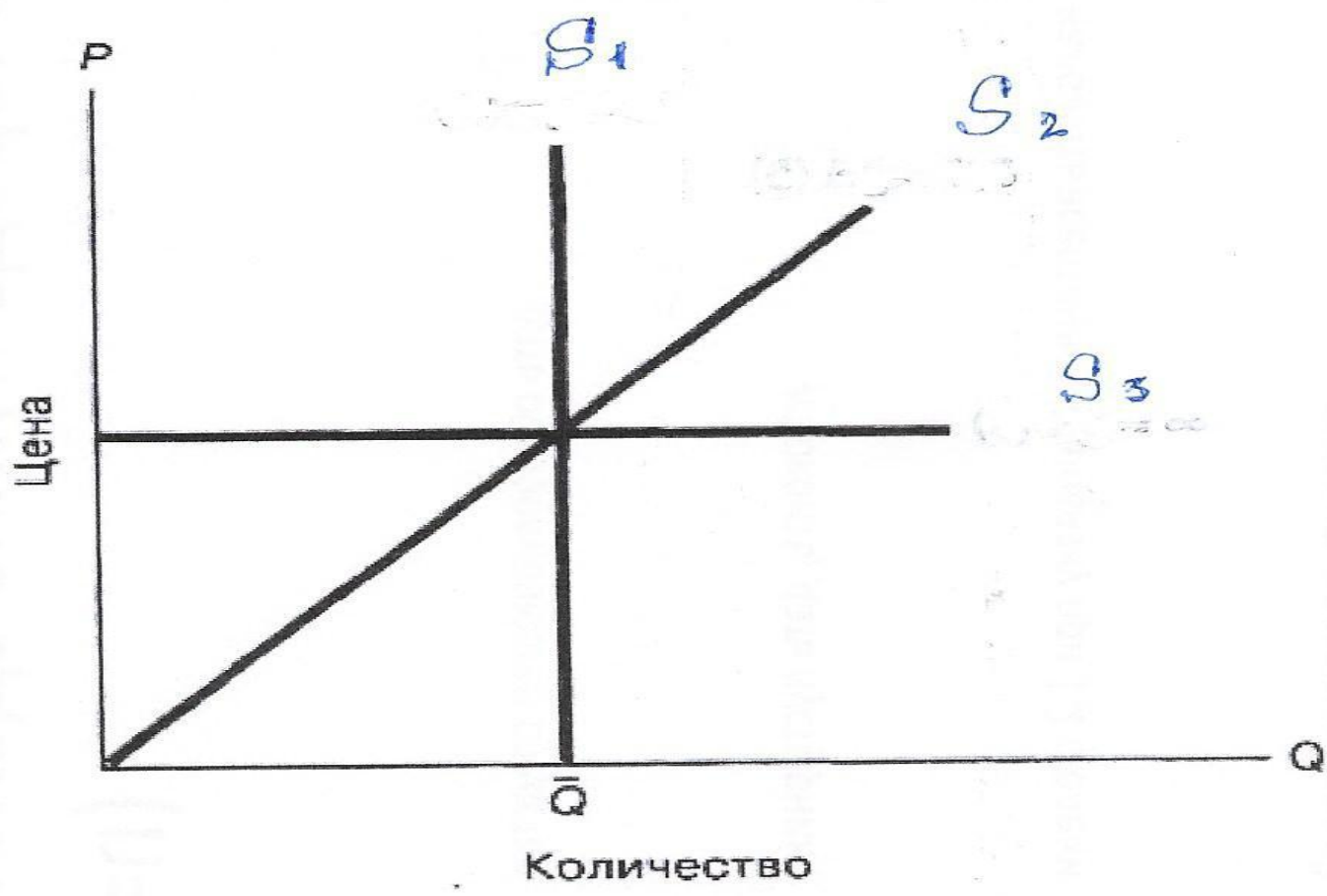
$$P \neq \text{const} \quad Q = \text{const}$$

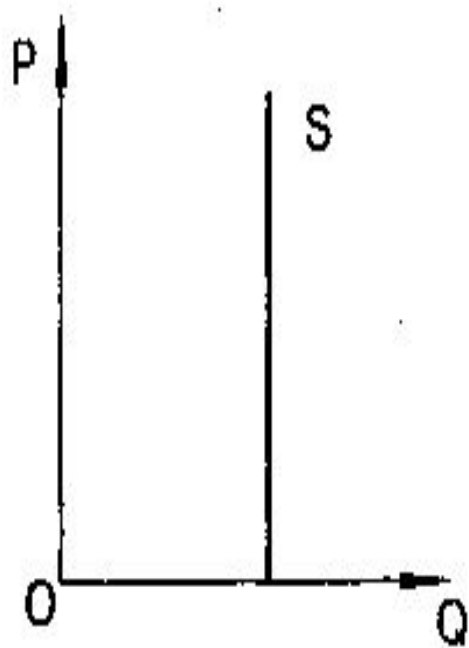
- **Короткий период** (краткосрочный) - S_2

$$P \neq \text{const} \quad Q \neq \text{const}$$

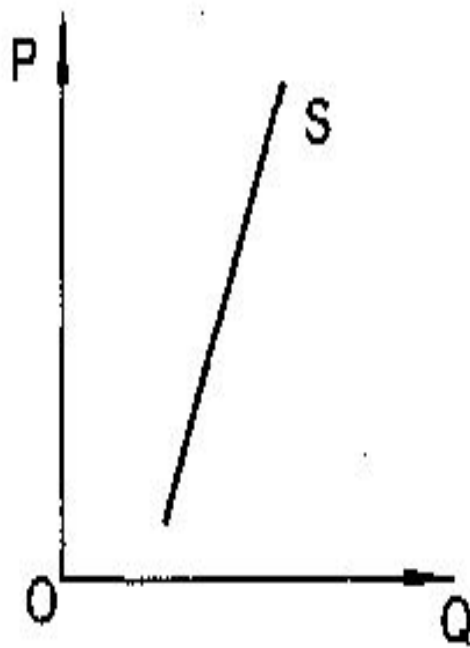
- **Длительный период** (долгосрочный) - S_3

$$P \sim \text{const} \quad Q \neq \text{const}$$

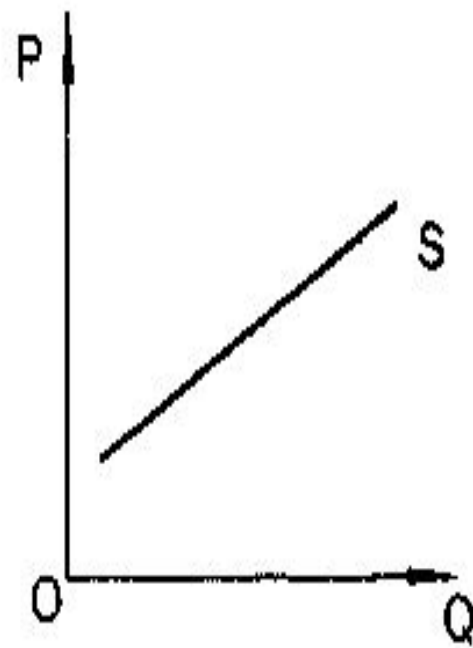




а) Кратчайший рыночный период



б) Краткосрочный период



в) Долговременный период