



СПРОС
ПРЕДЛОЖЕНИЕ
ЦЕНА



Спрос – это желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенном месте и в определенное время



Закон спроса -

при прочих равных условиях по низкой цене удастся продать больше товаров, чем по высокой

Эластичность спроса –

- показатель эффекта изменения цен
- она отражает желание покупателей приобрести товар или услугу

- 
- Эластичность спроса объясняет, в какой степени изменение цены влияет на величину спроса.
 - Если спрос эластичен, то даже небольшие изменения в цене могут вызвать значительные изменения в спросе на товар.
 - Если объем продаж не изменяется вместе с ценой, то спрос неэластичен.

Почему спрос на некоторые товары и услуги неэластичен?

- это товары первой необходимости
- для них трудно найти заменители
- они относительно недороги
- безвыходное положение потребителя



Иногда спрос на товары может
меняться (расти или падать),
несмотря на постоянную цену



Какие факторы могут вызвать рост или
снижение спроса при неизменных ценах?

- Изменения в окружающей среде
- Изменения в полезности вещи
- Изменение доходов
- Изменение цены на товар-заменитель

- 
-
- Изменения в цене или доступности дополняющих товаров
 - Изменения в стиле, вкусах, привычках
 - Изменение числа покупателей
 - Ожидаемая цена товара в будущем



Предложение – то количество товаров и услуг, которое продавцы готовы предложить покупателям в конкретном месте и в конкретное время



Закон предложения –
продавцы предложат больше
товаров при высоких ценах и
меньше – при низких

- 
- Количество предлагаемых товаров зависит от цены на них, т.к. производитель всегда стремится получить прибыль.
 - Чем выше цена, тем больше стимулов для производства и продажи продукта.

На величину предложения могут повлиять следующие факторы:

Изменения в себестоимости производства

- Если затраты при производстве товара снизятся, это позволит производителю выбросить больше товара на рынок
- Рост себестоимости приведет к противоположному результату – предложение снизится

Другие источники получения прибыли

Большинство товаропроизводителей могут выпускать не один, а несколько видов товаров

- Если цена товара, который еще не производился (но может быть запущен в производство), растет, то производители могут переключиться на выпуск этой продукции
- Например, с ростом популярности компьютеров многие мебельные фабрики перешли на производство столов, специально спроектированных под компьютеры

Перспективные ожидания

Если производитель прогнозирует рост цен в недалеком будущем, он может уже сегодня увеличить выпуск в надежде на последующее получение прибыли

- Аналогично, пессимистические прогнозы относительно цен в будущем могут привести к падению производства и предложения



Взаимодействие спроса и предложения приведет к установлению цены равновесия или рыночной цены

Рыночная цена – это именно та цена, по которой товары или услуги будут обменены на деньги

- 
-
- Колебания спроса и предложения оказывают влияние на рыночную цену
 - При неизменных условиях увеличение спроса приводит к увеличению рыночных цен, и наоборот
 - Аналогично увеличение предложения вызывает понижение цен, и наоборот

- 
- Цены в рыночной экономике выполняют две основные функции: позволяют ограничить потребление и являются мотивацией для производства.
 - Чем более редкий предмет, тем выше его цена и, следовательно, меньше людей захотят его приобрести. Экономисты называют это ограничивающим эффектом цен. Другими словами, поскольку количество разных вещей ограничено и их может не хватить для всех, то в системе рыночной экономики товары и услуги распределяются на основе цен.

-
- Рост или падение цен также влияет на поведение производителей.
 - Рост цен привлекает новых производителей, и наоборот, падение цен выталкивает часть производителей с рынка. Экономисты называют такое влияние цен функцией мотивации производства. Таким образом, цены поощряют производителей товаров и услуг увеличивать или уменьшать объем их выпуска.

В некоторых странах цены устанавливаются правительством. Это может привести либо к затовариванию, либо к дефициту.

Дефицит возникает, когда директивная цена ниже равновесной. В такой ситуации покупателей больше, чем продавцов, и нужны еще какие-то другие пути распределения ресурсов. Это может быть принцип: покупает тот, кто раньше пришел, но в этом случае возникают большие очереди в магазинах.

- В другом случае государство может ввести нормирование товаров по карточкам (как было во время 2-й мировой войны). Государственное распределение товаров часто приводит к возникновению черного рынка и другим попыткам обойти систему