

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.**

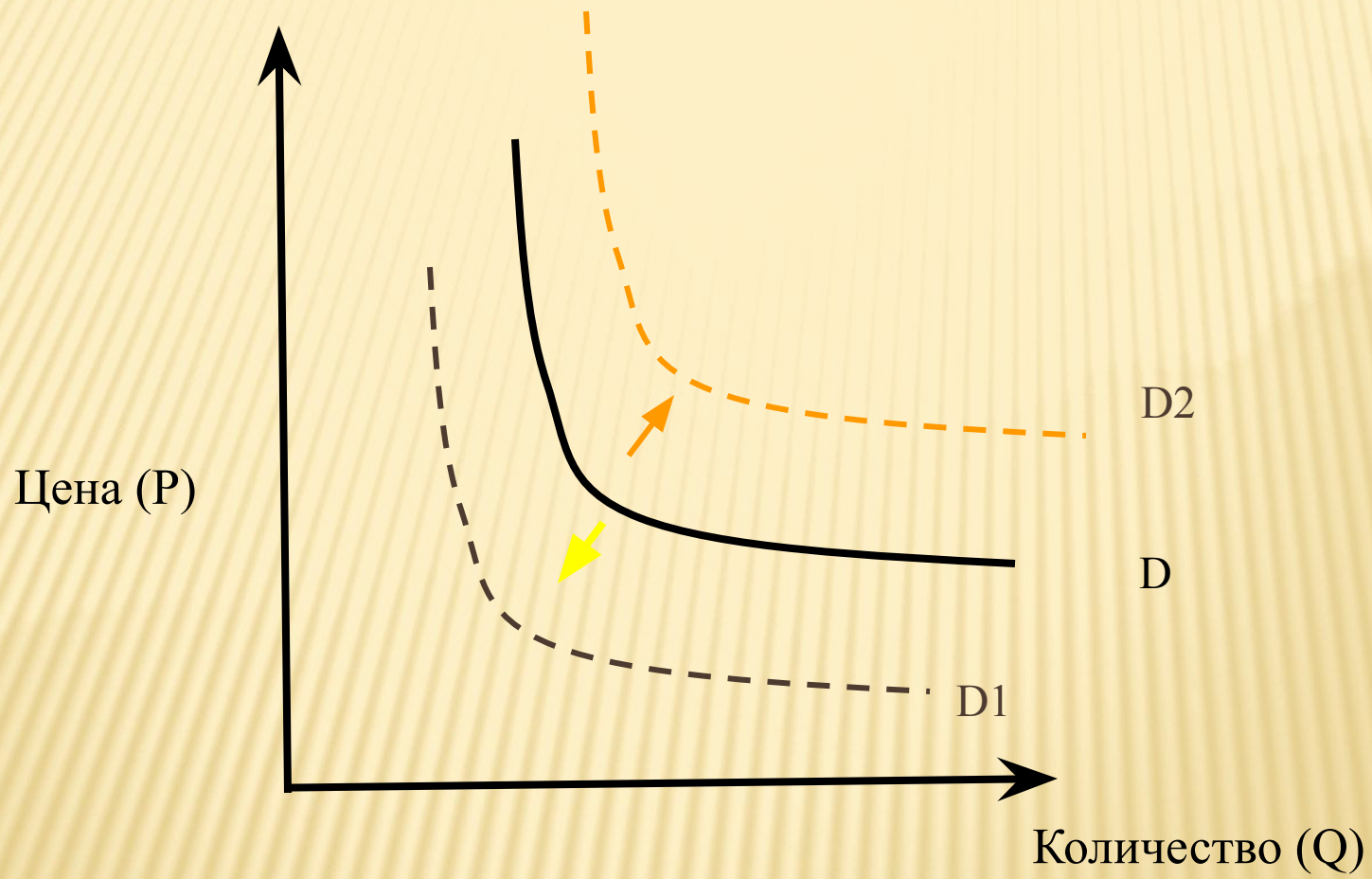


- **Объем потребности** – это количество благ определенного вида, которое человек хотел бы получить для удовлетворения своих нужд, если бы эти блага были доступны бесплатно и без ограничений.
- **Спрос** – это количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену и в определенный промежуток времени.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

- **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

Ценовые

Цена Блага (P)

ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ (ОБЪЕМА) СПРОСА

Движение по линии спроса

Снижение цены

Увеличение величины спроса

Изменение числа потребителей

Доходы покупателей (I)

Цены благ заменителей (P_s)

Цены дополняющих благ (P_c)

Предпочтения покупателей (T)

Ожидания покупателей (E)

ИЗМЕНЕНИЯ В СПРОСЕ

Смещение (сдвиг) линии спроса

Сдвиг линии спроса вправо

Увеличение объема спроса

Сдвиг линии спроса влево

Уменьшение объема спроса

Рост цены

Уменьшение величины 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

Неценовые

Цена Блага (P)

Затраты производства (C)

Налоги (T), дотации

Цены субститутов (P_s)

Численность продавцов (M)

Ожидания продавцов (E)

Изменение технологий

Увеличение цены

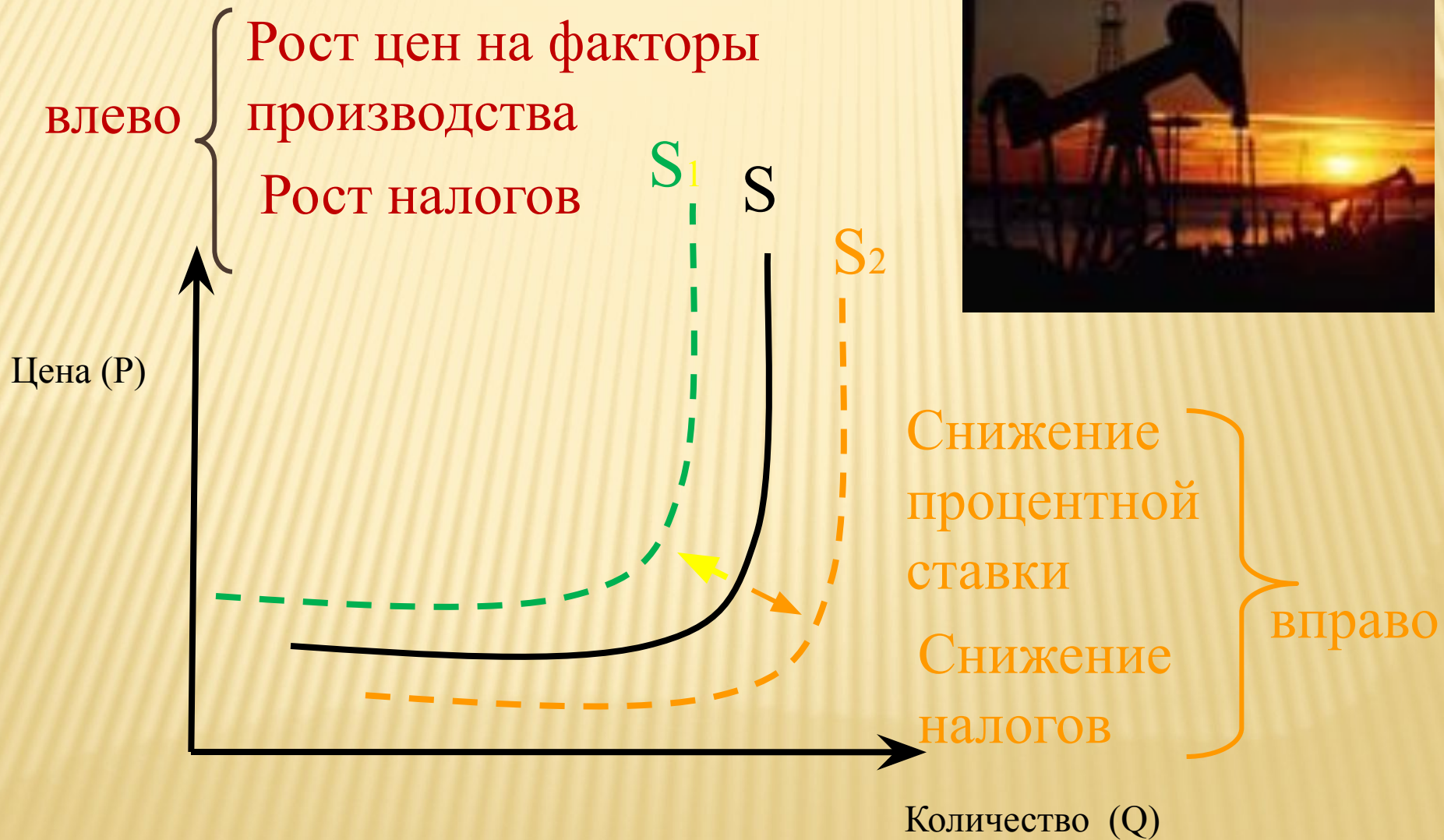
Уменьшение цены

Изменение в предложении

Увеличение величины предложения

Уменьшение величины предложения

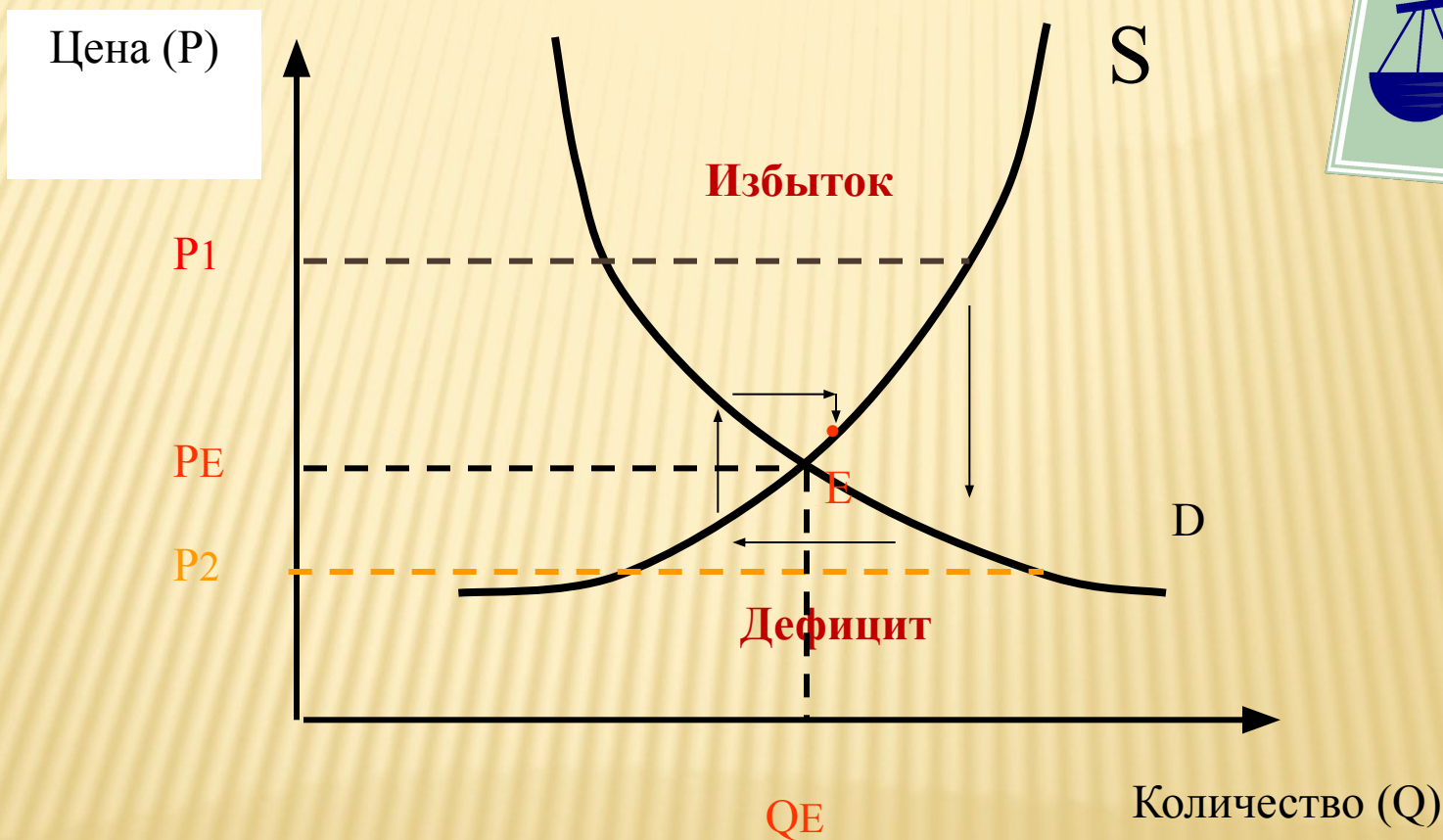




3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ.

- **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.**

**Государственное
регулирование цен**

**Установление
ВЕРХНЕЙ границы
цен**

**Установление
НИЖНЕЙ границы
цен**

**Нарушение рыночного
саморегулирования**

**Нарушение рыночного
саморегулирования**

**Устойчивый ДЕФИЦИТ
товара**

**Устойчивый ИЗБЫТОК
товара**

**Государство
нормирует товары**

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

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

**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.