



Курс «Микроэкономика»

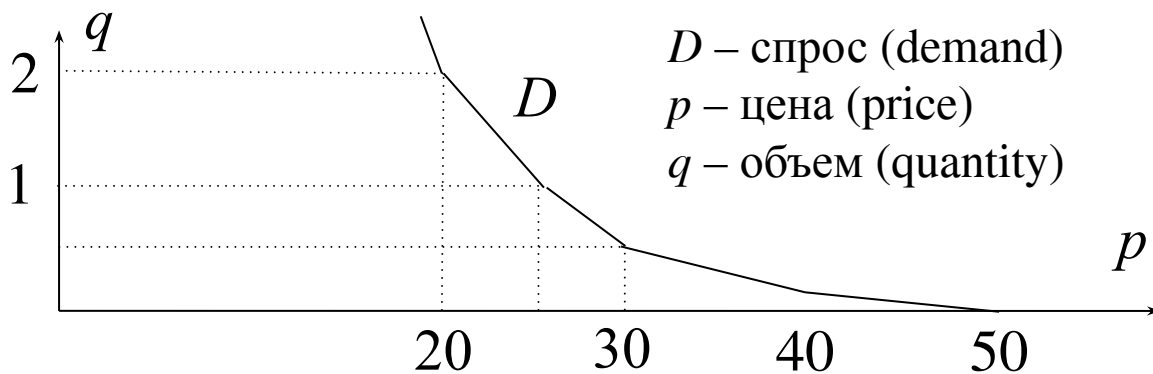
Тема 3. Теория спроса и  
предложения

## Индивидуальный и рыночный спрос

**Рынок** – механизм, сводящий воедино потребителей и производителей

Цена йогурта, руб.	20	25	30	40	50
Объем спроса, шт. / тыс. шт.	2	1	0,5	0,1	0

**Рыночный спрос** – суммарный спрос покупателей на рынке.



1. Желает и способен!
2. За промежуток времени в среднем!
3. Зависимость между ценой и объемом продаж!

**Спрос** – количество продукции, которое потребитель желает и способен приобрести за определенный промежуток времени по каждой из возможных цен.

## Изменение величины спроса

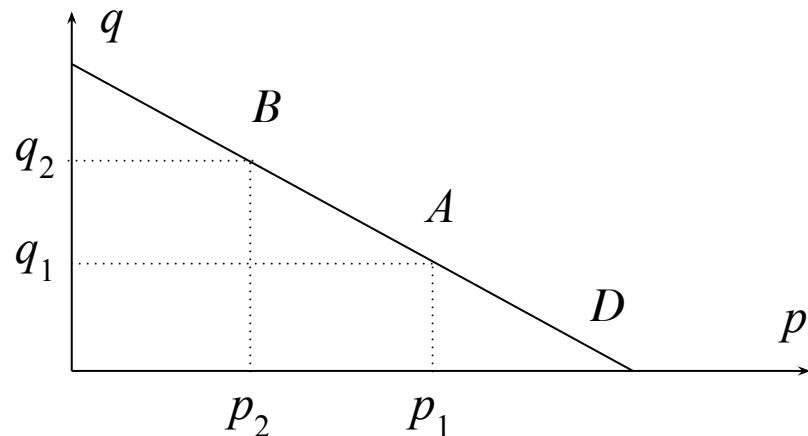
### Спрос – убывающая функция!

Причины:

- 1. Эффект дохода:** при повышении цены потребитель становится более бедным и не в состоянии покупать товар в прежнем объеме.
- 2. Эффект замещения:** при повышении цены потребитель переходит на другие, относительно подешевевшие товары.

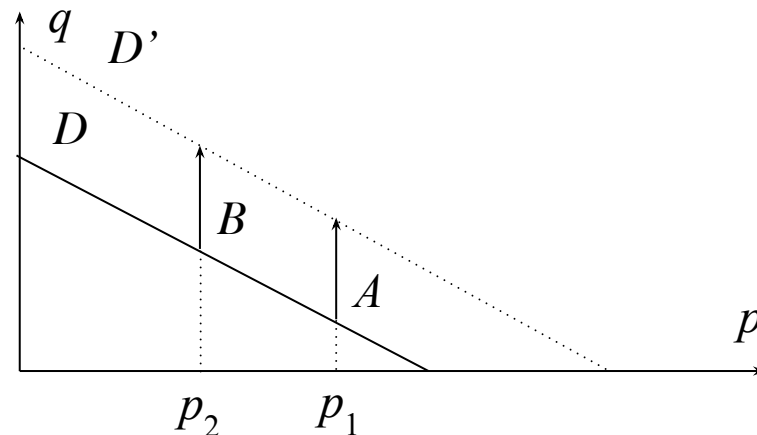
**Изменение цены** (например, распродажа) не сдвигает спрос – мы просто переходим из одной точки в другую на той же кривой спроса. Это **изменение величины спроса**.

$$A \rightarrow B: \quad p_2 < p_1 \Rightarrow q_2 > q_1$$



## Сдвиги спроса. Факторы, сдвигающие спрос

**Сдвиги спроса** происходят под влиянием **неценовых факторов** (при любой фиксированной цене объем продаж увеличивается или уменьшается).



1. Изменение предпочтений потребителей (мода, реклама,...).
2. Сезонность.
3. Изменение доходов потребителей (**нормальные товары vs товары низшей категории**).
4. Изменение цен на другие товары (**товары-заменители vs дополняющие товары**).
5. Ожидания потребителей  
(в первую очередь относительно изменения цен).
6. Изменение числа потребителей.

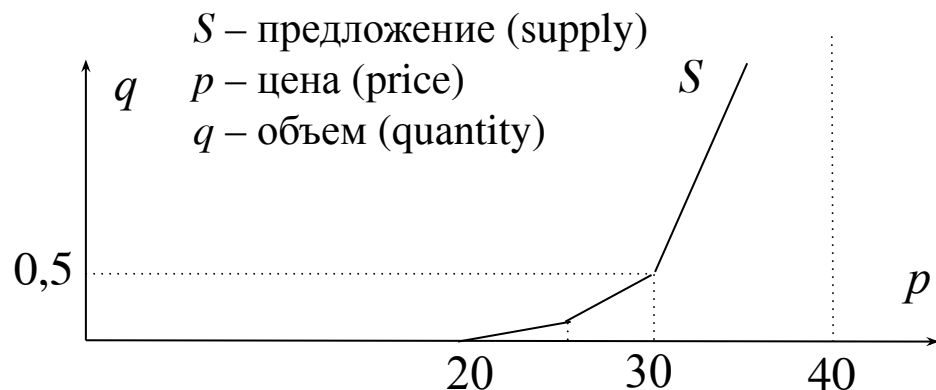
## Предложение

Цена йогурта, руб.	20	25	30	40	50
Объем предложения, тыс. шт.	0	0,1	0,5	5	100

**Предложение – возрастающая функция!**

Причины:

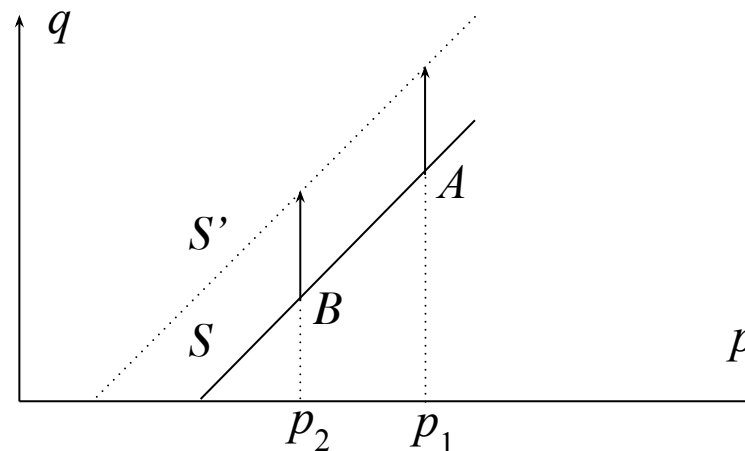
1. При повышении цены каждой фирме выгодно расширить выпуск.
2. Высокие цены привлекают на рынок новых производителей.



**Предложение** – количество продукции, которое **фирмы** желают и способны **произвести и предоставить на рынок** за определенный промежуток времени по каждой из возможных цен.

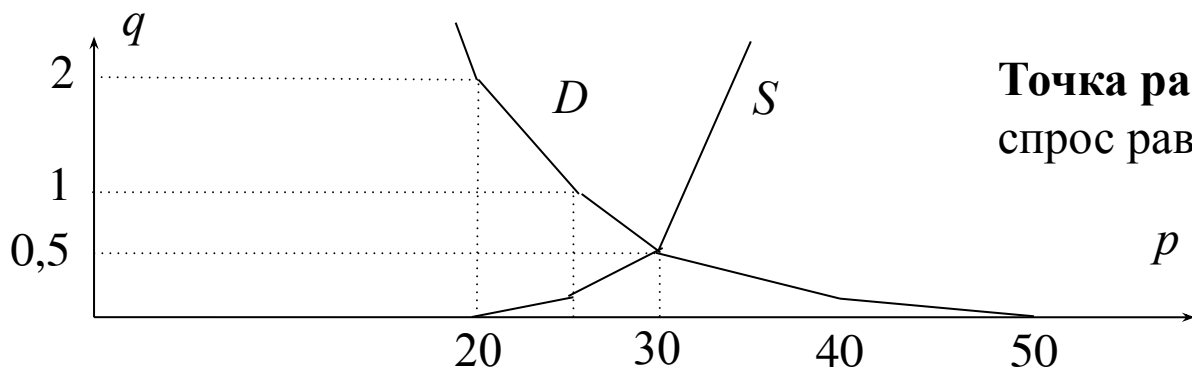
## Сдвиги предложения. Факторы, сдвигающие предложение

**Сдвиги предложения** происходят под влиянием **неценовых факторов** (при любой фиксированной цене объем продаж увеличивается или уменьшается). Причиной являются издержки.



1. Изменение цен на факторы производства (зарплата, цена сырья...).
2. Новые технологии.
3. Изменение налогов и субсидий.
4. Изменение цен на другие товары (перераспределение капитала между отраслями).
5. Ожидания производителей (расширение производства vs желание придержать товар).
6. Изменение числа производителей.

## Рыночное равновесие



**Точка равновесия** – точка, в которой спрос равен предложению.

## Неравновесие: дефицит и избыток

**Ситуация 1. Низкие цены:**

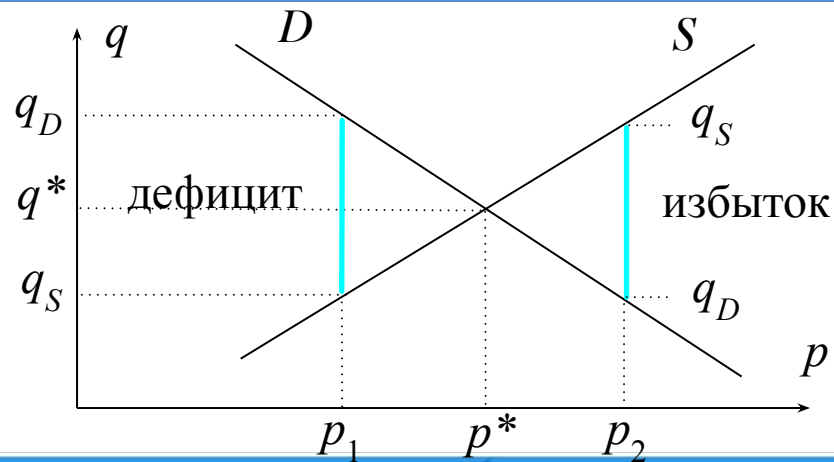
$$p_1 < p^* \Rightarrow \text{дефицит} = q_D - q_S$$

Выгодно повышать!

**Ситуация 2. Высокие цены:**

$$p_2 > p^* \Rightarrow \text{избыток} = q_S - q_D$$

Выгодно понижать!



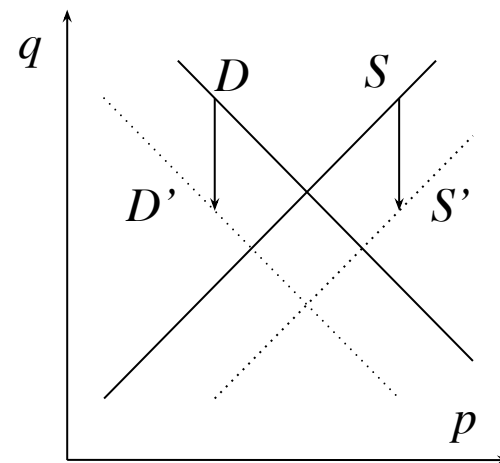
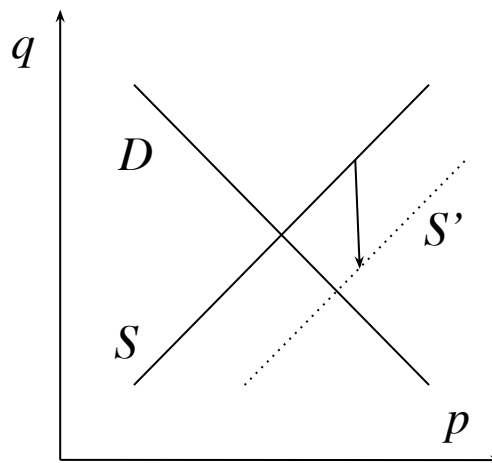
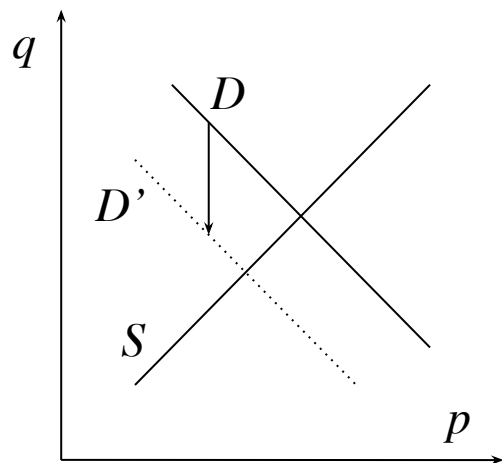
## Качественные задачи

### Анализ рынка компьютеров в следующих ситуациях:

1. В результате экономического кризиса сократились доходы населения.
2. Разорилась часть фирм, занимающихся продажей компьютеров.
3. Оба вышеперечисленных события произошли одновременно.

### Решение:

1. Сокращение доходов  $\Rightarrow D \downarrow, p \downarrow, q \downarrow$
2. Разорение фирм  $\Rightarrow S \downarrow, p \uparrow, q \downarrow$
3. Сокращение доходов и разорение фирм  $\Rightarrow D \downarrow, S \downarrow, p \sim, q \downarrow \downarrow$





## Обратные функции спроса и предложения

**Спрос и предложение на рынке йогурта:**

$$q_D = 2000 - 50p, \quad q_S = 100p - 2500.$$

**Равновесие:**  $2000 - 50p = 100p - 2500$ ,  $150p = 4500$ ,  $p^* = 30$ ,  $q^* = 500$ .

$$p_{\max} = 40, \quad p_{\min} = 25.$$

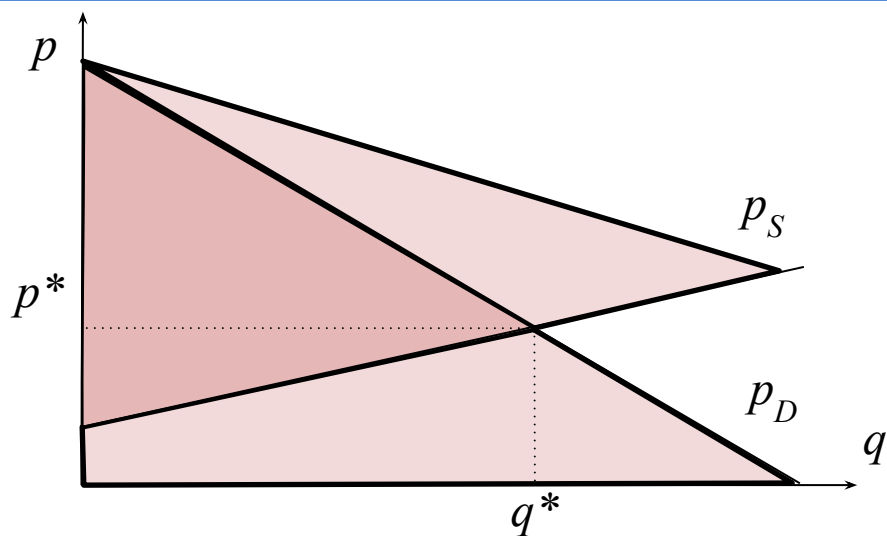
**Выразим цену через объем:**  $p_D = 40 - 0,02q$ ,  $p_S = 25 + 0,01q$ .

<b>Объем, шт.</b>	400	500	600	1000
<b>Цена потребителя, руб.</b>	32	30	28	20
<b>Цена поставщика, руб.</b>	29	30	31	35

**Цена потребителя** (обратная функция спроса) – максимальная цена, по которой потребитель купит заданный объем товара  $q$ .

**Цена поставщика** (обратная функция предложения) – минимальная цена, по которой поставщик поставит на рынок заданный объем товара  $q$ .

## Конкурентный рынок и эффективность



Желание производителей – высокие цены.

Желание потребителей – низкие цены.

**Конкурентный рынок** – механизм, обеспечивающий максимум продаж.

**Рыночная власть** (монополия, монополия, олигополия) уводит рынок от конкурентного равновесия и ведет к потере эффективности.

**Государственное вмешательство** (фиксация цен, налоги, таможенные пошлины) уводит рынок от конкурентного равновесия и ведет к потере эффективности.



**Спасибо за внимание!**

