

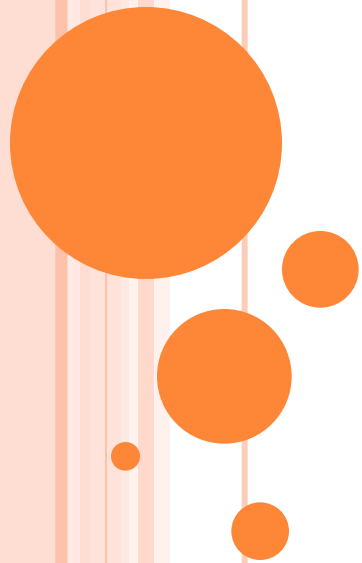
ТЕМА 5.

СПРОС,

ПРЕДЛОЖЕНИЕ И

РЫНОЧНОЕ

РАВНОВЕСИЕ



ТЕМА 5. ВОПРОСЫ:

- 1. Рыночный спрос: понятие, функция. Кривая спроса. Закон спроса. Неценовые факторы спроса.
- 2. Рыночное предложение: понятие, функция. Закон предложения. Неценовые факторы предложения.
- 3. Отраслевое рыночное равновесие и механизм его установления. Последствия отклонения цены от равновесного уровня. Товарный дефицит и товарные излишки.
- 4. Изменения спроса и предложения и их влияние на цену.
- 5. Выигрыш от обмена: излишки потребителя и производителя.



Вопрос 1. Рыночный спрос: понятие, функция. **Кривая спроса. Закон спроса. Неценовые факторы спроса.**

Спрос - желание и ВОЗМОЖНОСТЬ приобрести конкретные товары и услуги.

Величина (объем) спроса – это количество блага, которое потребители купят по определенной цене при данных условиях.



ЗАКОН СПРОСА

Закон спроса – при прочих равных условиях, чем выше цена товара, тем меньше величина спроса на него и наоборот, чем меньше цена, тем больше величина спроса.

P – цена, Q – величина спроса

Между ними обратная зависимость



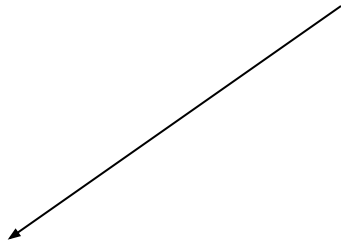
P



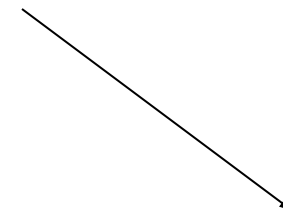
Q



Закон спроса объясняется эффектами дохода и замещения



Эффект дохода: при более низкой цене человек может купить большее количество товара, не жертвуя покупками других товаров.



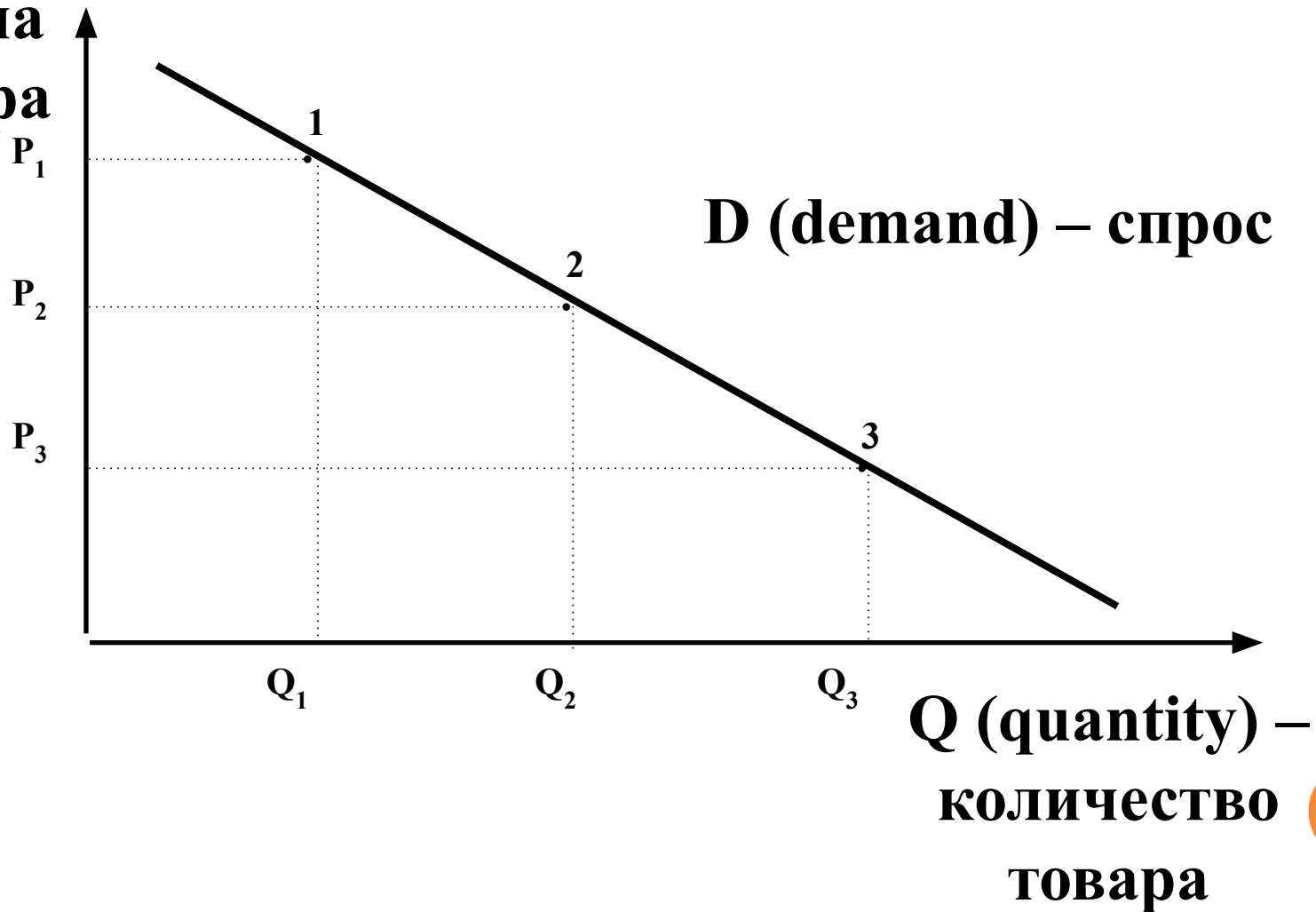
Эффект замещения: при более низкой цене человек покупает больше данного товара, замещая им другие товары (которые становятся относительно дороже).



График функции спроса для нормального товара

P (price)

– цена
товара

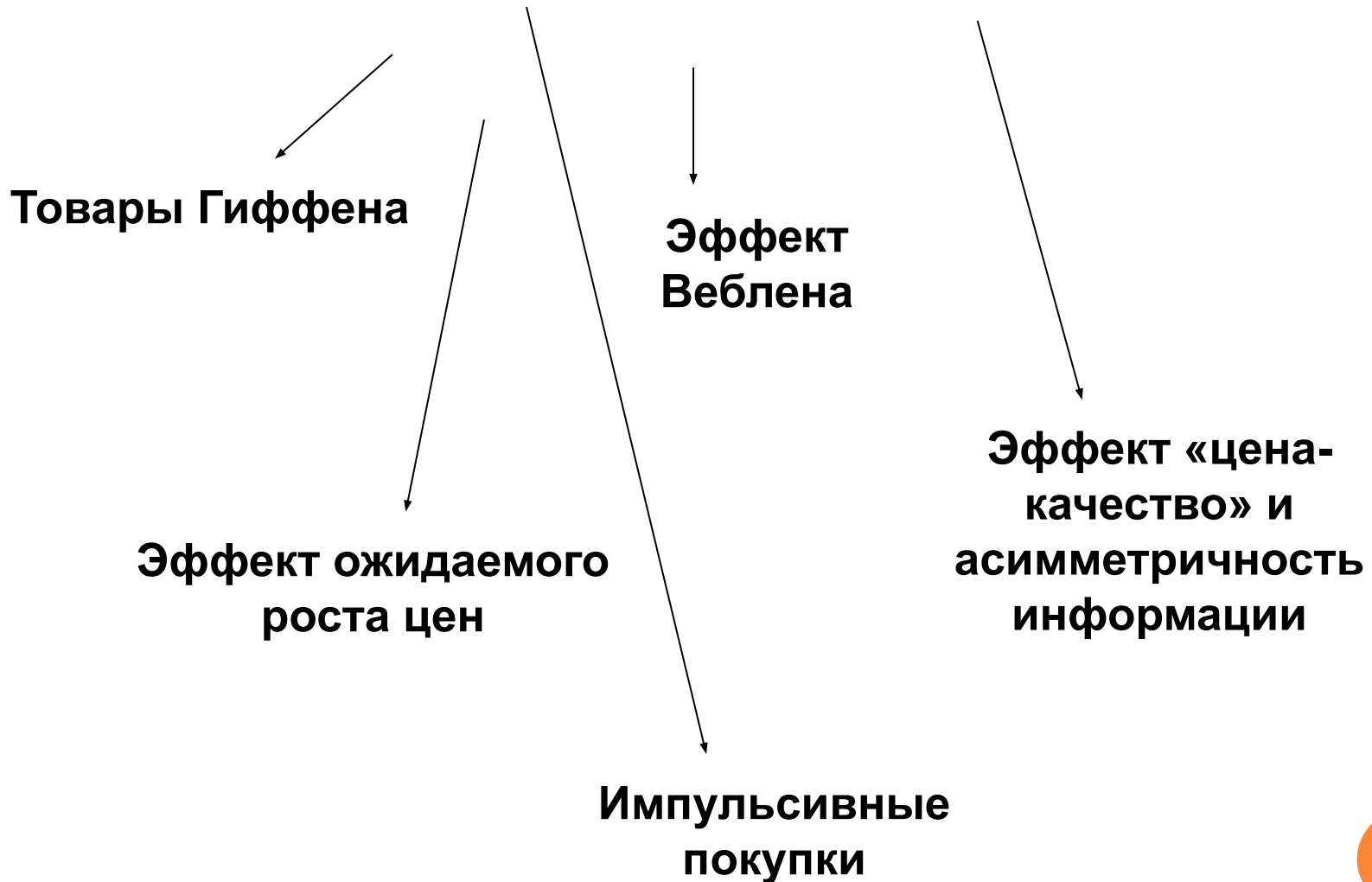


Q (quantity) –

количество

товара

Исключения из закона спроса

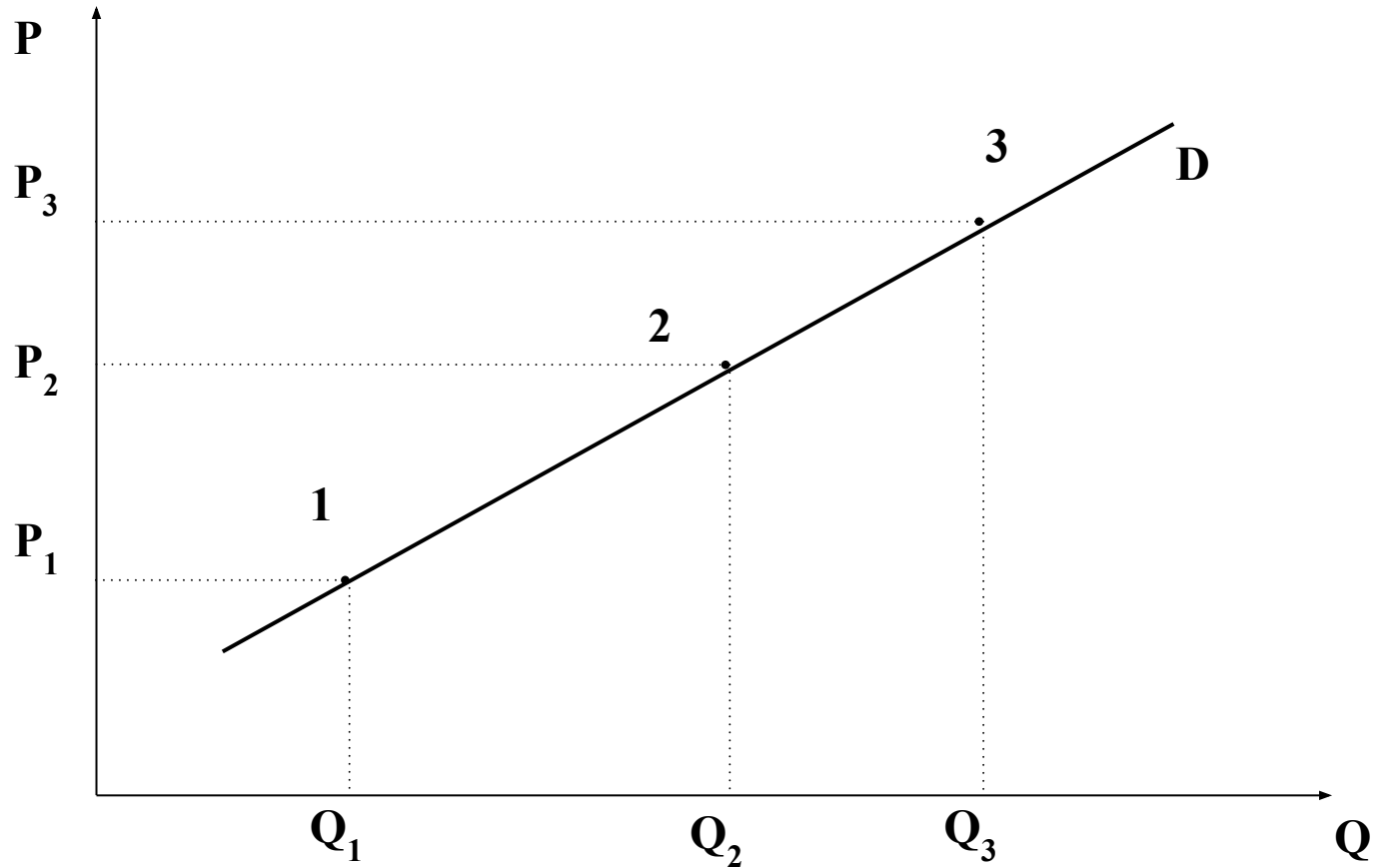


Товары Гиффена



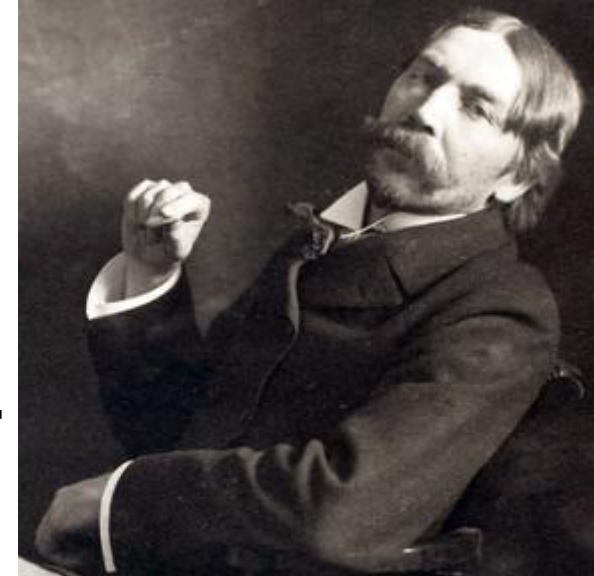
- Когда цена таких товаров растёт, величина спроса на них также растёт.
- Р. Гиффен исследовал голод в Ирландии 1845—1849. Картофель был основным продуктом питания, из-за неурожая цены на картофель сильно возросли, его потребление повысилось. Почему?
- Другие товары были заменены на картофель (подорожали еще больше).
- **Товары Гиффена** - дешёвые и низкокачественные товары, товары первой необходимости, которые занимают большой удельный вес в потреблении.

График функции спроса для товара Гиффена



Эффект Веблена

Т. Веблен: существуют категории товаров, **спрос на которые возрастает с ростом цены.**



Товары роскоши (бриллианты) – их покупают в первую очередь ради престижа (высокого социального статуса), и потому с ростом цены бриллиантов величина спроса на них может вырасти.

Эффект ожидаемого роста цен

В условиях экономической нестабильности повышение цен отдельных товаров может запустить механизм «инфляционных ожиданий» и привести к росту объема покупок этих товаров (попытка избежать дефицита или купить товар долгосрочного пользования)



Эффект «цена – качество» и асимметричность информации

Часто низкие цены «сигнализируют» потребителю о низком качестве товара, или высокие цены - сигнал о высоком качестве товара.

В условиях асимметричности информации рост цены товара может быть ошибочно принят потребителем за повышение качества.

Тогда рост цены может привести к росту величины спроса, и наоборот.



Импульсивные покупки

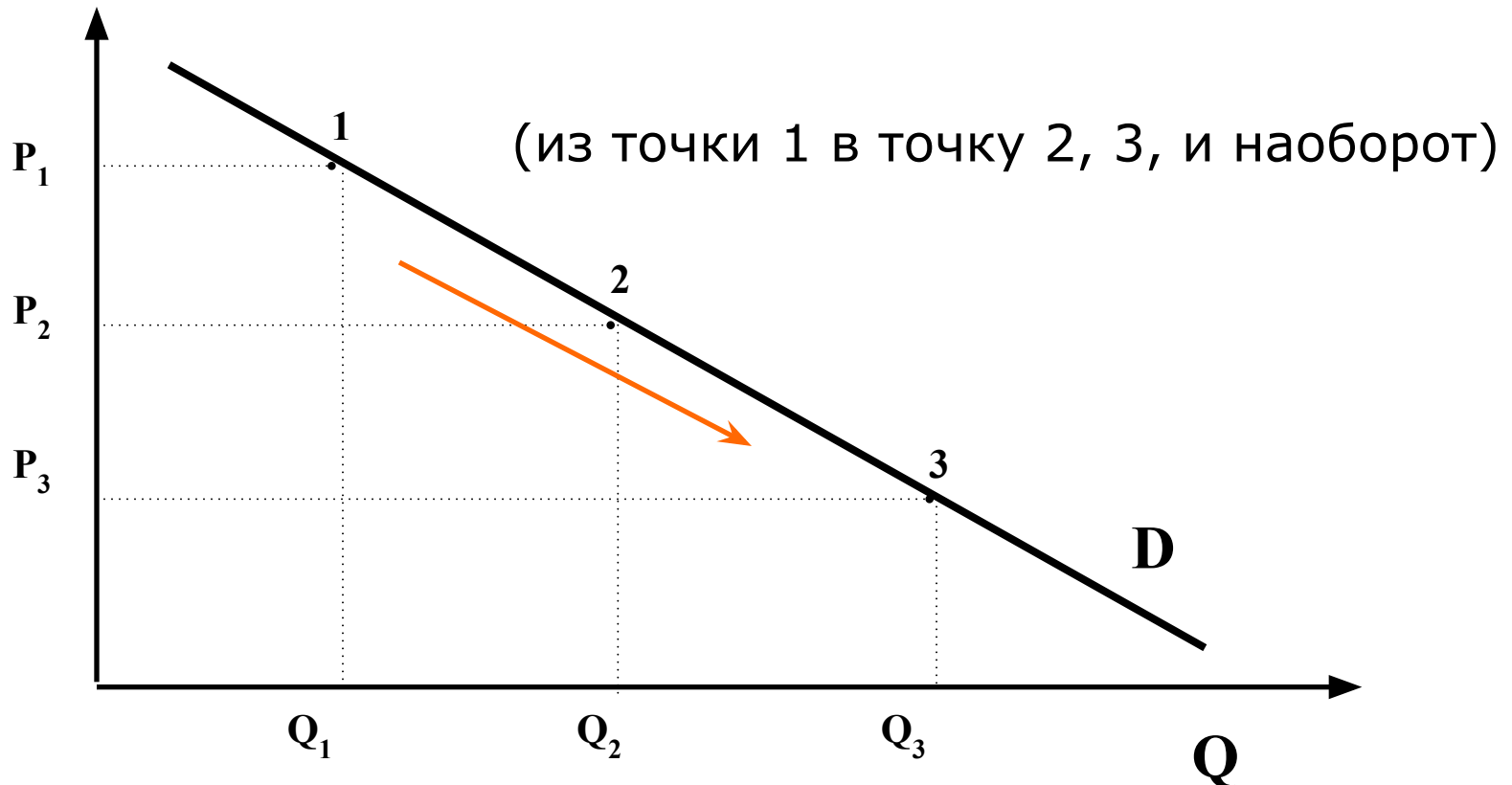
- «Нерациональный» спрос не связан с анализом цен, выбором между разными вариантами
- Спонтанный выбор «здесь и сейчас»
- Легко манипулировать, наука маркетинга



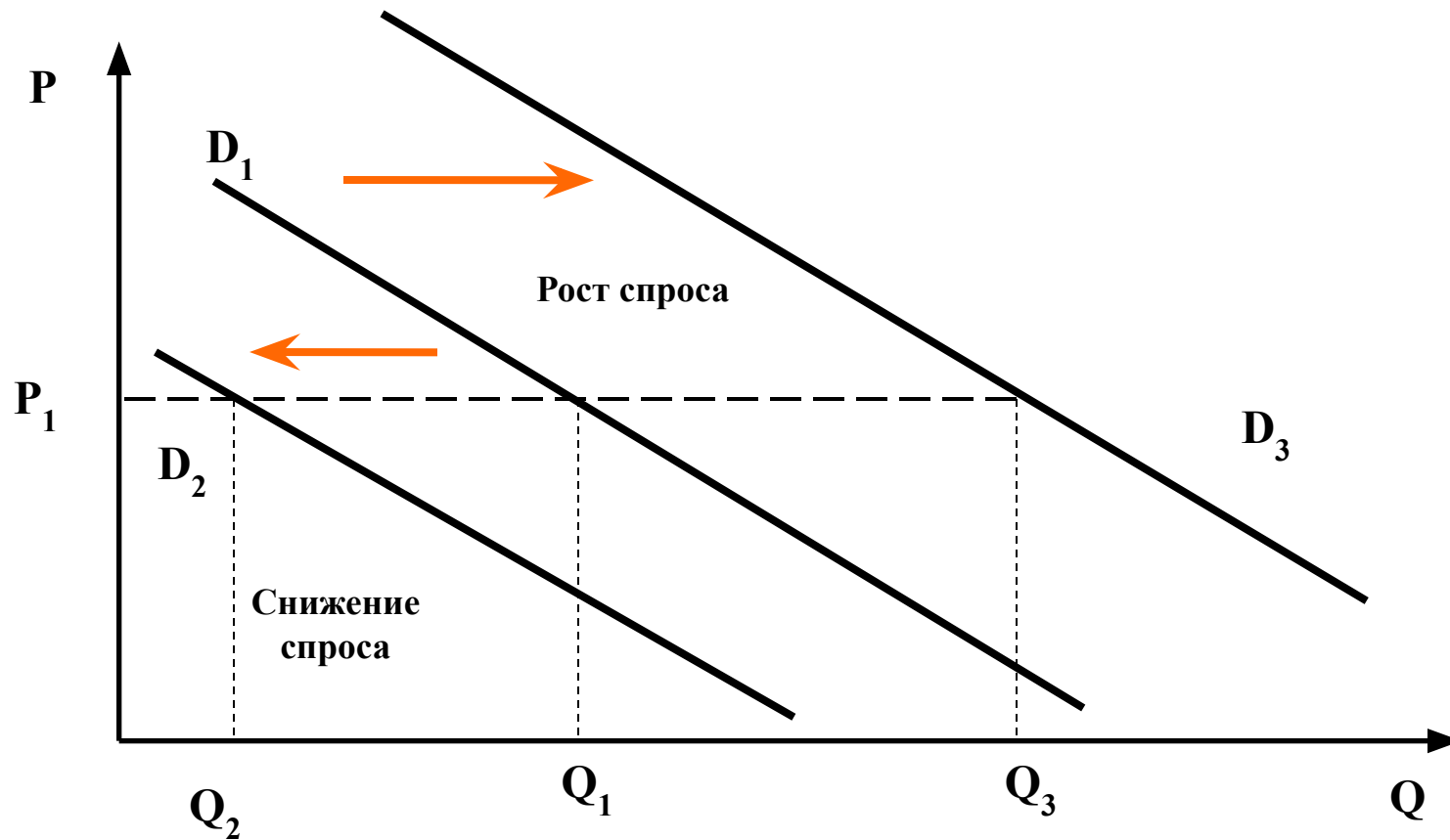
Когда при изменении цены товара изменяется величина покупок, это **изменение величины спроса**. При этом происходит движение **по кривой спроса**

P (price)

кривой спроса



Если цена остается неизменной, а на спрос влияют *неценовые факторы*, то это **изменение спроса**. При этом смещается сама кривая спроса (влево или вправо)



Сдвиги кривой спроса



Неценовые факторы изменения спроса

Цены на товары-заменители (субституты)

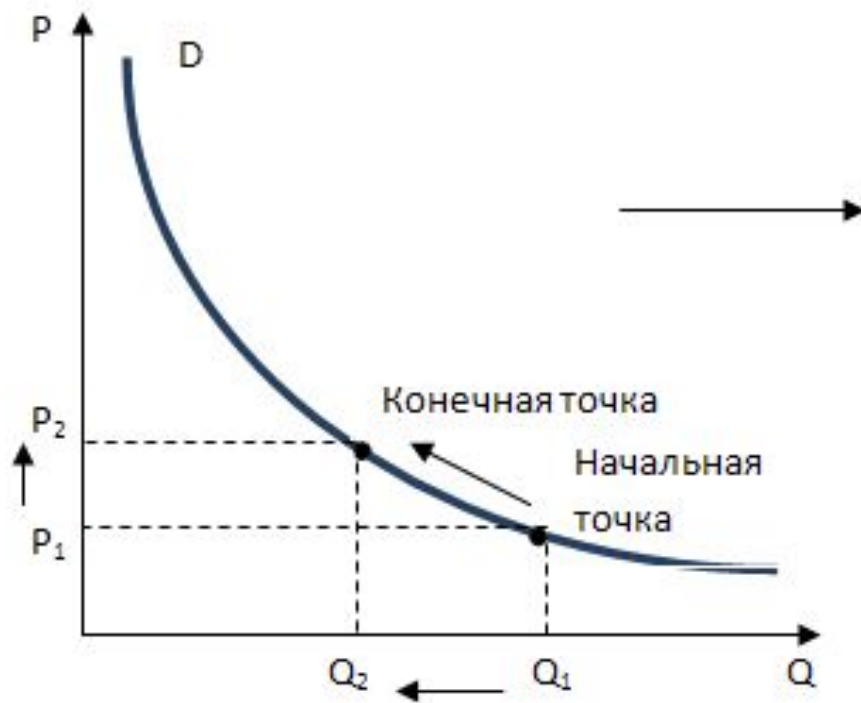
Если цены на товары-заменители растут, то спрос на изучаемый товар также растет;

Если цены на товары-заменители падают, то падает и спрос на изучаемый товар.

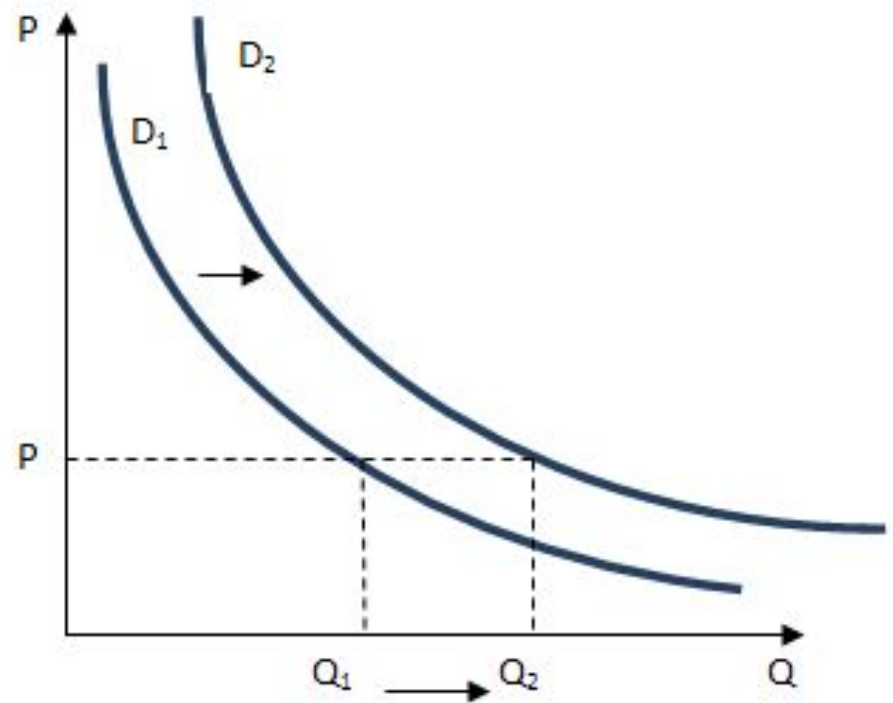


СУБСТИТУТЫ

Заменяющий товар



Рассматриваемый товар



Неценовые факторы изменения спроса

Цены на товары-комплементы

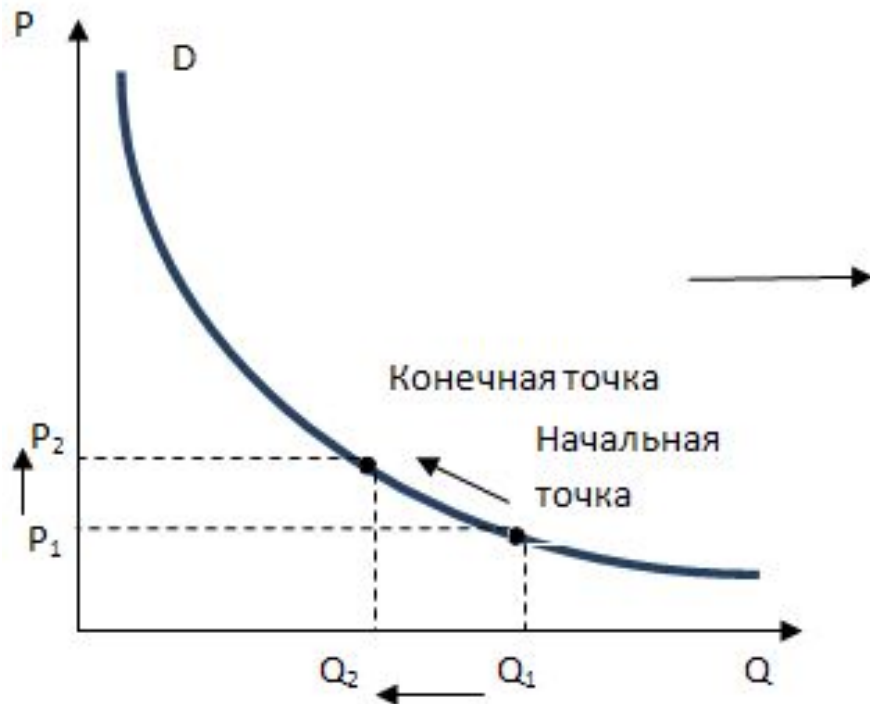
Если цены на товары-дополнители растут, то спрос на изучаемый товар снижается;

Если цены на товары-дополнители падают, то растет спрос на изучаемый товар.

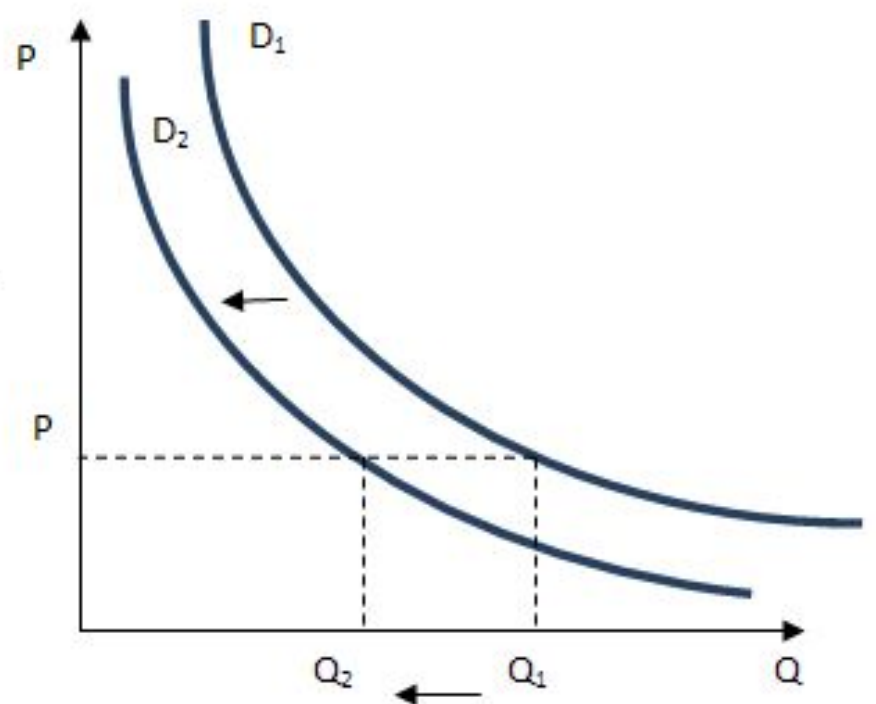


КОМПЛЕМЕНТЫ

Дополняющий товар



Рассматриваемый товар



Неценовые факторы изменения спроса

Вкусы потребителей – приводят к росту или снижению спроса независимо от цены.

Эффект моды: покупаю то, что все другие покупают

Эффект сноба: перестаю покупать то, что покупают другие



Неценовые факторы изменения спроса

Доходы потребителей – при росте доходов спрос на нормальные блага и предметы роскоши растет;

Спрос на блага низшей категории и товары Гиффена падает.



НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА

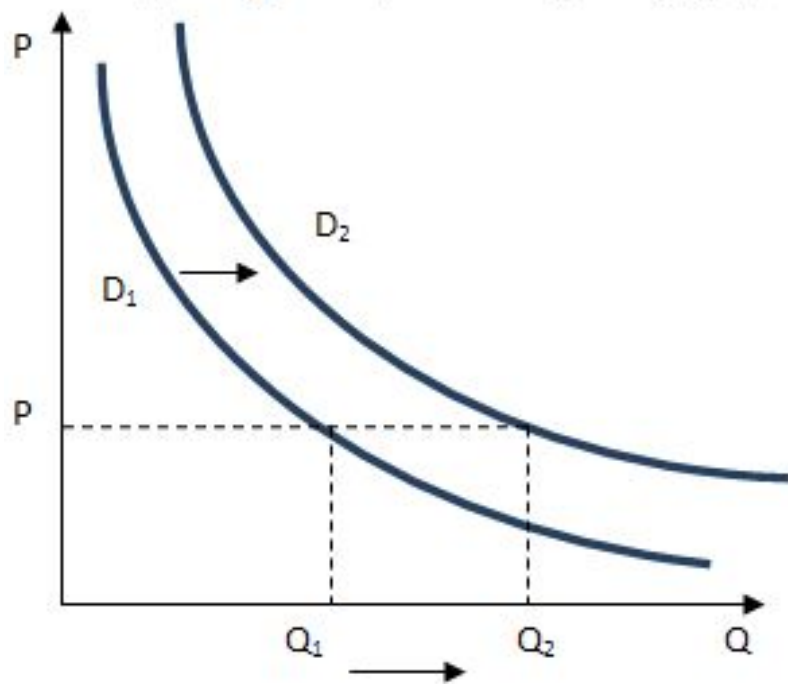
- Государство: **изменение размера налогов и трансфертов**
- При росте налогов и снижении трансфертов спрос на товары падает;
- При снижении налогов и росте трансфертов спрос на товары растёт.



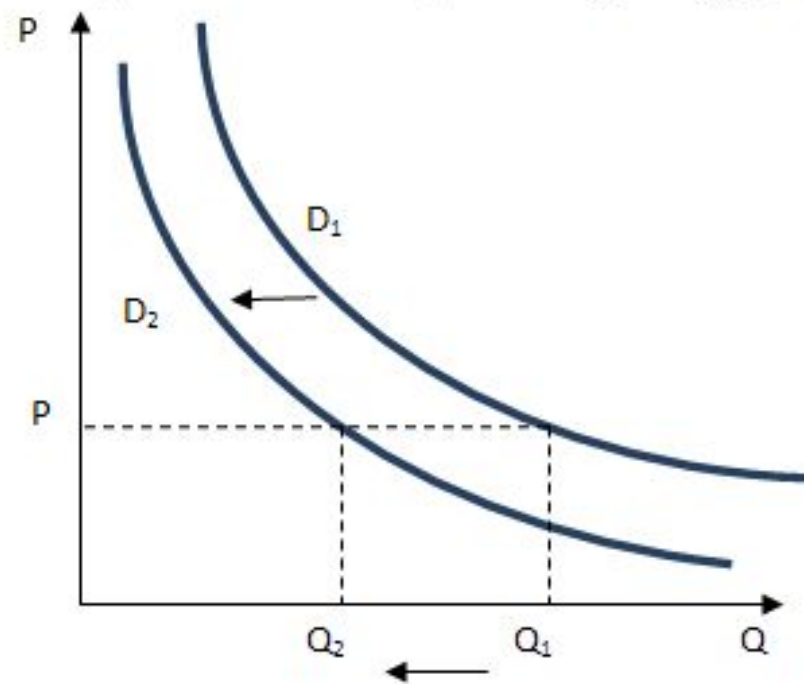
Неценовые факторы изменения спроса

**Потребительские ожидания
относительно возможного изменения
цен или доходов в будущем.**

Ожидание роста цены товара в будущем



Ожидание снижения цены товара в будущем



НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА

- ▣ **Количество покупателей:**
- ▣ Чем больше покупателей на рынке, тем больше их рыночный (суммарный) спрос

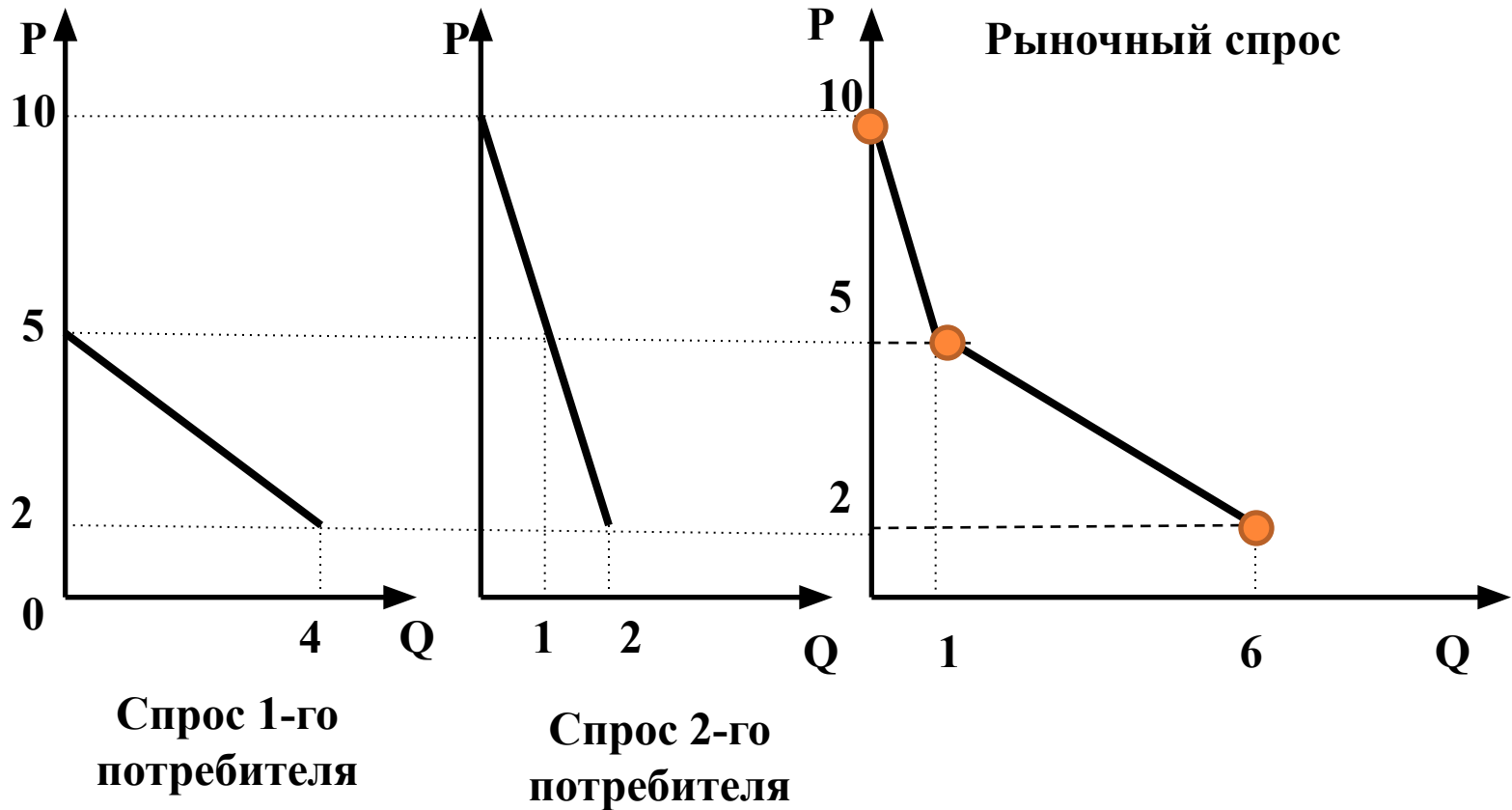


Спрос со стороны отдельного потребителя – это **индивидуальный спрос**.

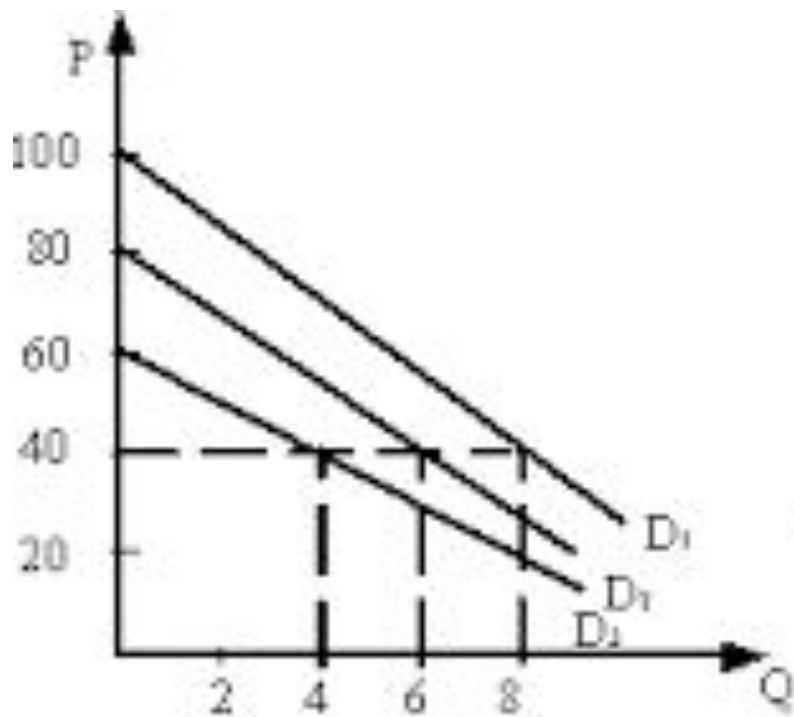
Все потребители данного товара создают **рыночный спрос**.



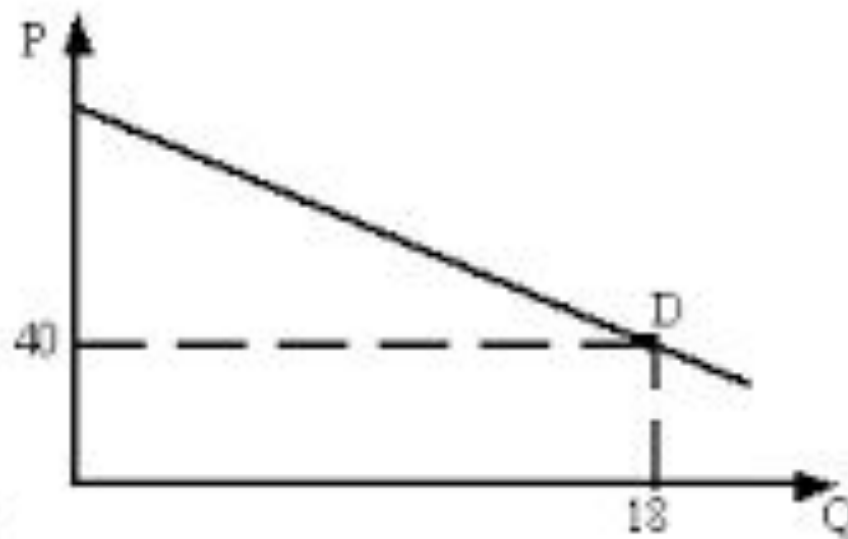
Суммирование индивидуальных кривых спроса для получения кривой рыночного спроса



В УПРОЩЕННОМ ВИДЕ:



(a)



(b)



Вопрос 2. Предложение. Закон предложения. График функции предложения. Неценовые факторы предложения.

- ▣ **Предложение** – это товары и услуги, которые производители желают и могут произвести и продать в данных экономических условиях.
- ▣ **Величина (объем) предложения** – это количество благ, которое производитель может произвести и продать по определенной цене.



Закон предложения

При росте цены величина предложения растёт, при снижении цены величина предложения снижается (могут быть исключения)

Между ними прямая зависимость

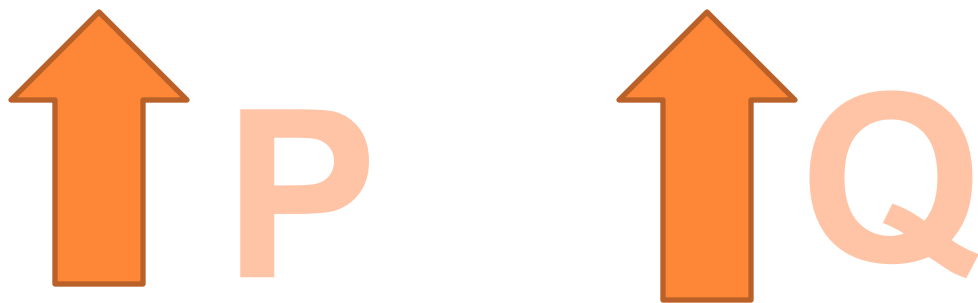
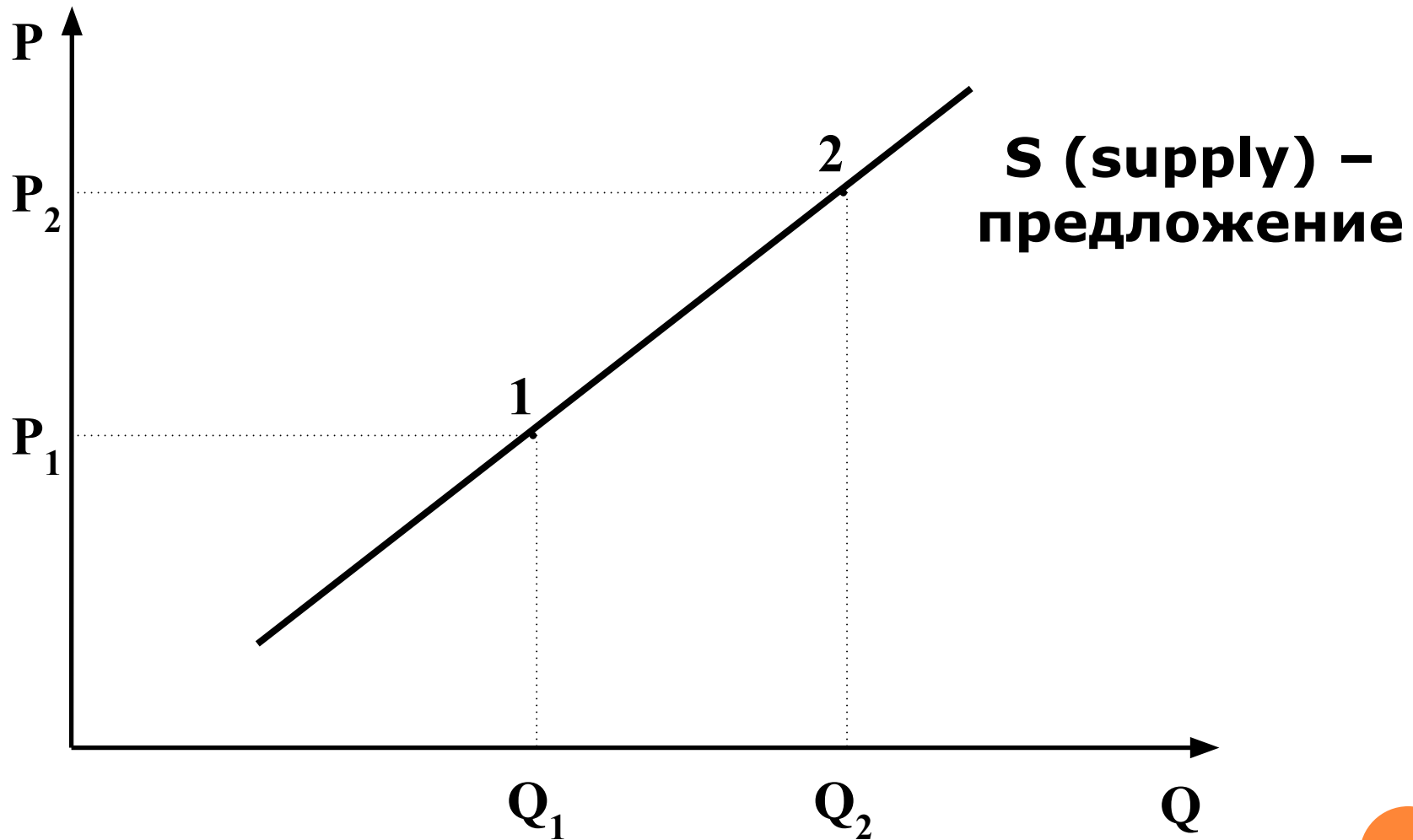


График зависимости величины предложения от цены товара



Объяснение закона предложения

Эффект возрастающих альтернативных издержек: при повышении объема производства данного товара его альтернативные издержки растут. Поэтому производитель будет готов предложить больший объем только по большей цене.



Следует различать *изменение величины предложения* и *изменение предложения*.

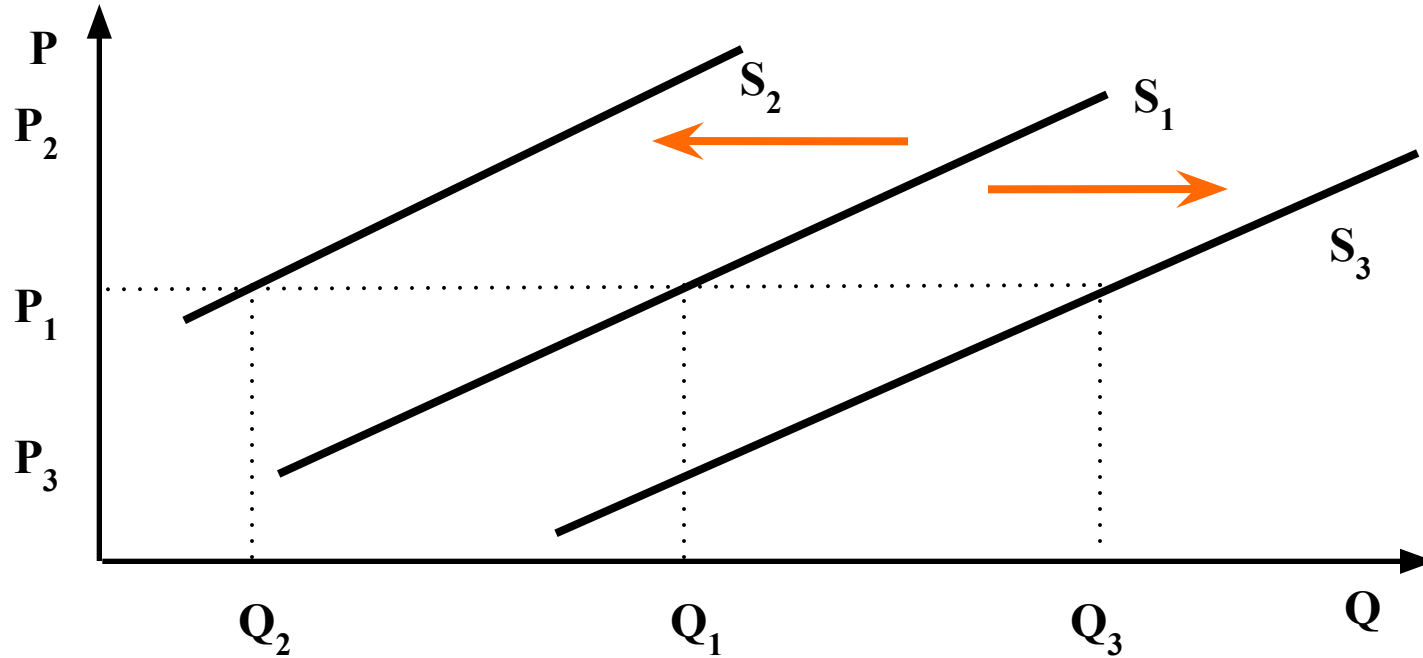
Изменение величины предложения

показывает зависимость величины предложения от цены. На графике происходит движение по кривой предложения.

Изменение предложения под воздействием *неценовых факторов* предложения показывается сдвигом кривой предложения.



Изменение предложения под воздействием неценовых факторов



Неценовые факторы, влияющие на предложение

1. Так как предложение напрямую зависит от производственных издержек, то *при росте издержек предложение уменьшается, при снижении – увеличивается.*



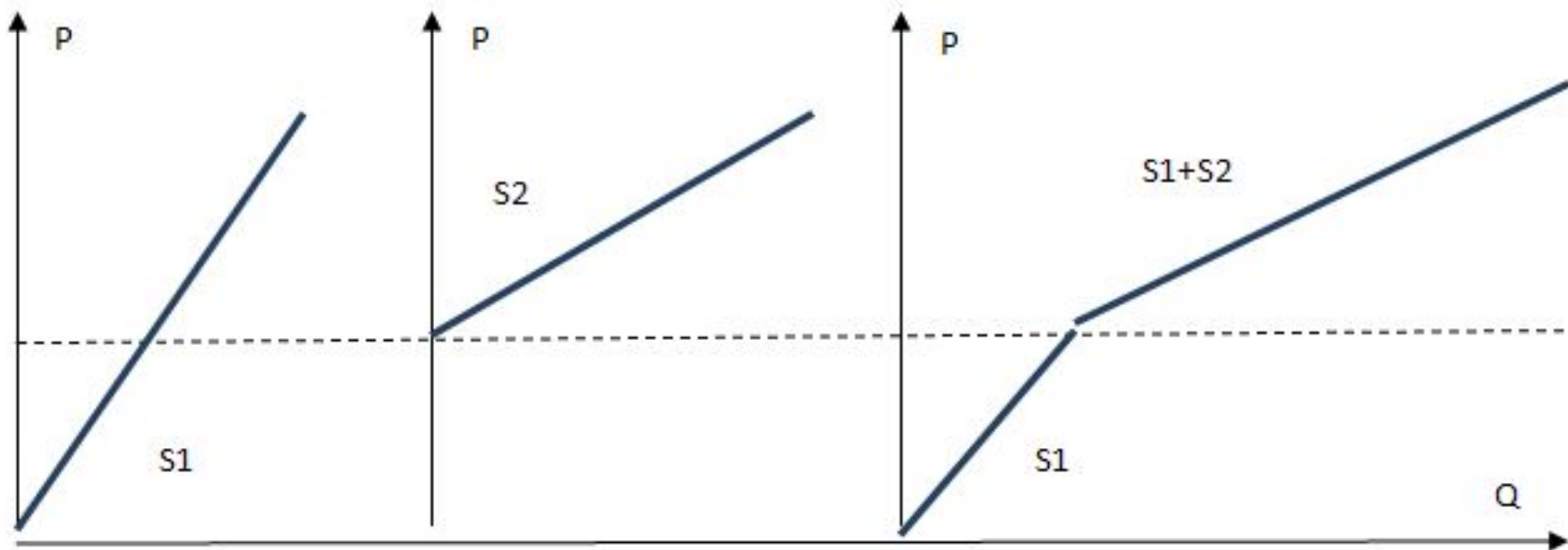
2. На величину предложения товара оказывают влияние изменения цен на прочие товары, ожидания продавцов, сезонные колебания, количество продавцов.

РАЗОБРАТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО К СЕМИНАРУ!



Необходимо различать предложение товара со стороны **отдельного предприятия**

и **рыночное предложение** товара всеми производителями.



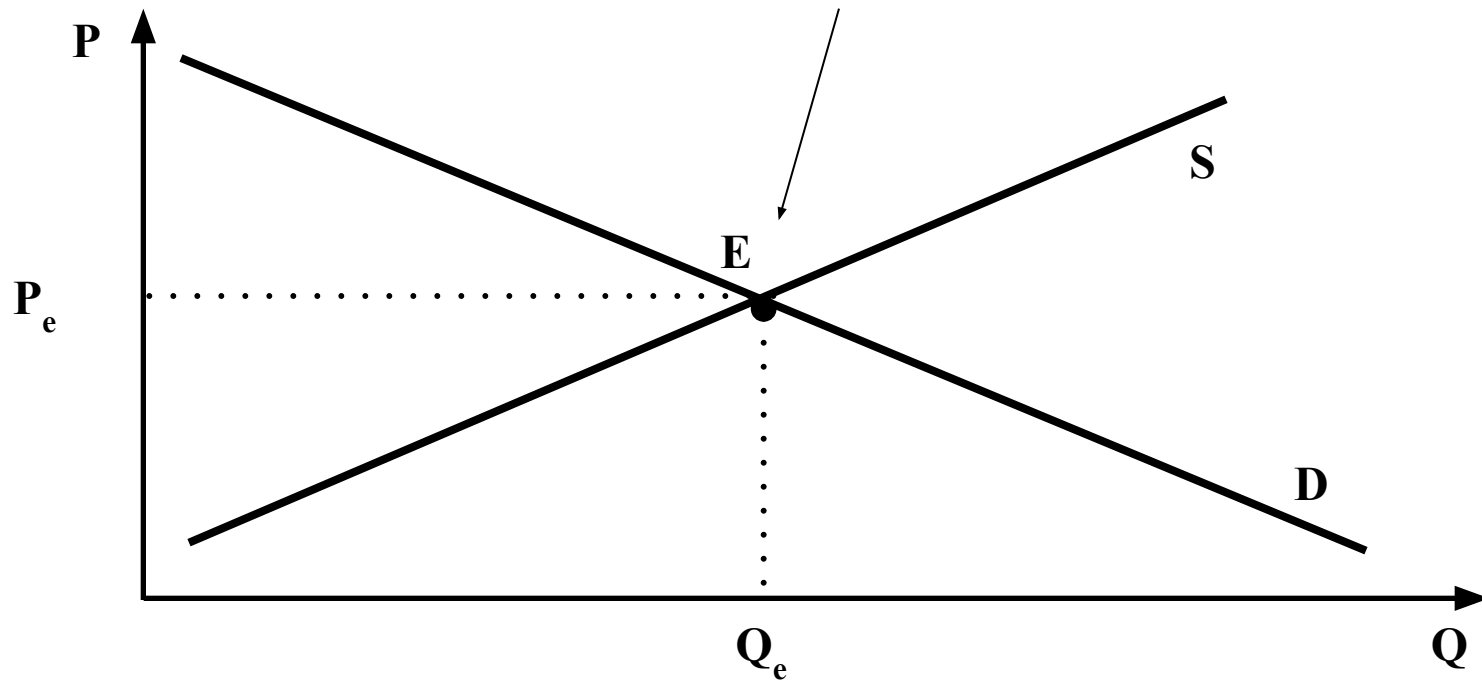
Вопрос 3. Отраслевое рыночное равновесие. Последствия отклонения цены от равновесного уровня. Товарный дефицит и товарные излишки

- Когда рассматривается рынок одного товара, такой анализ называется анализом **частичного, или отраслевого равновесия.**
- Когда рынки всех благ и ресурсов анализируются во взаимосвязи, такой анализ называется анализом **общего равновесия.**



Рыночное равновесие

Точка
рыночного
равновесия



Математически точку рыночного равновесия можно найти, решив систему из двух уравнений

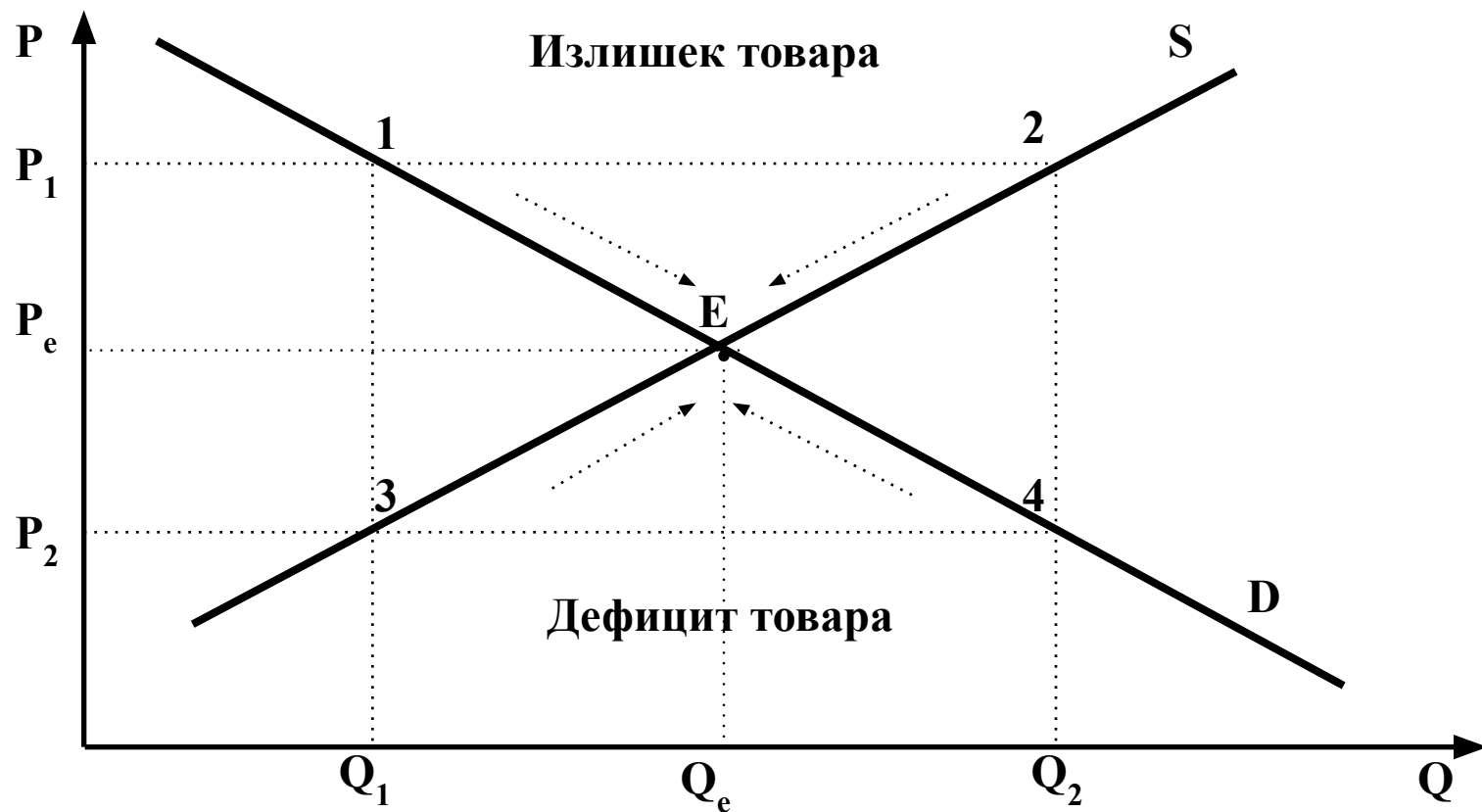
$$Q_s = f_2(P) \text{ и}$$

$$Q_d = f_1(P)$$

с двумя неизвестными (Q и P).

В состоянии равновесия ни у покупателей, ни у продавцов нет стимулов менять свое поведение, т.е. изменять величину спроса или предложения.

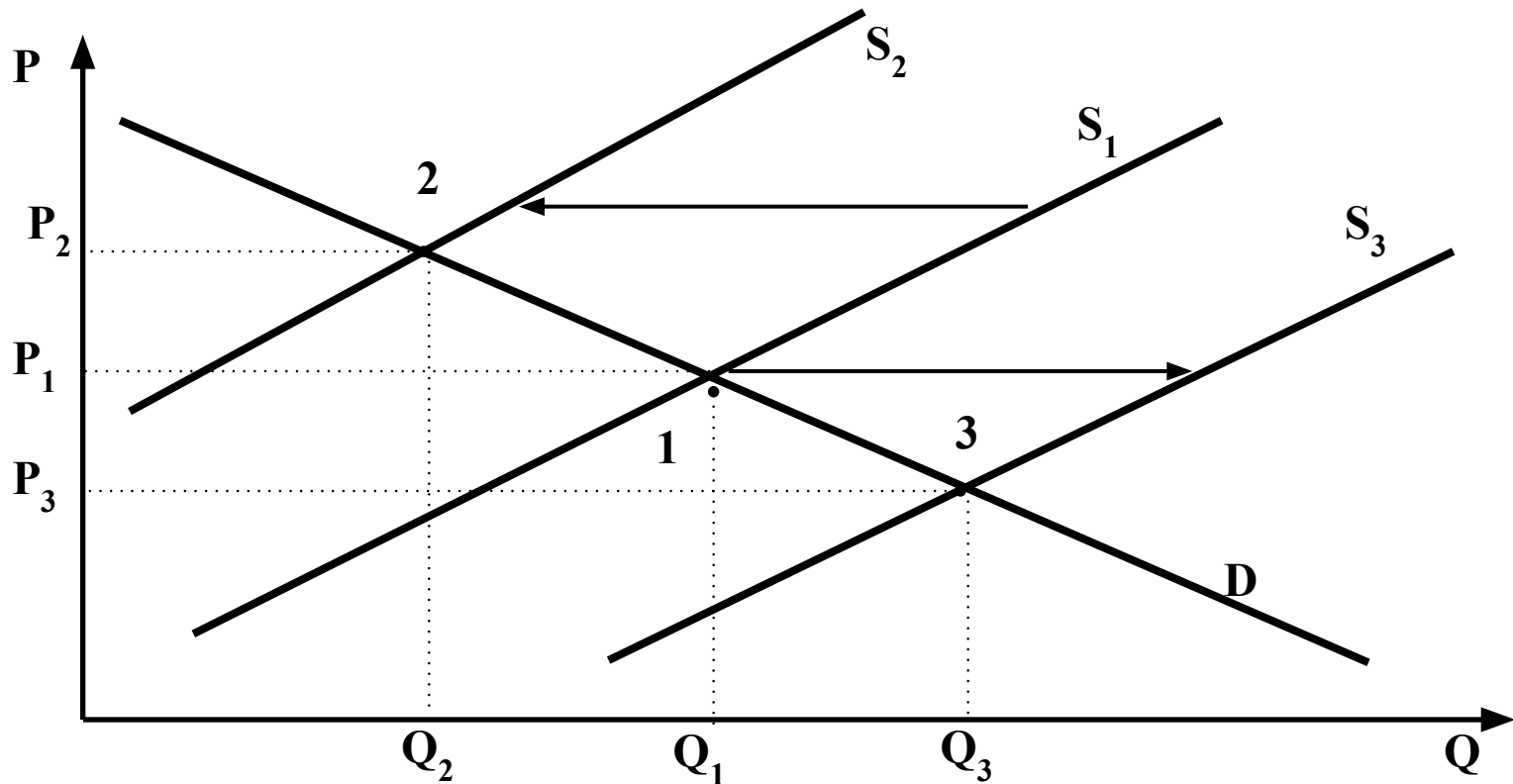




Установление рыночного равновесия

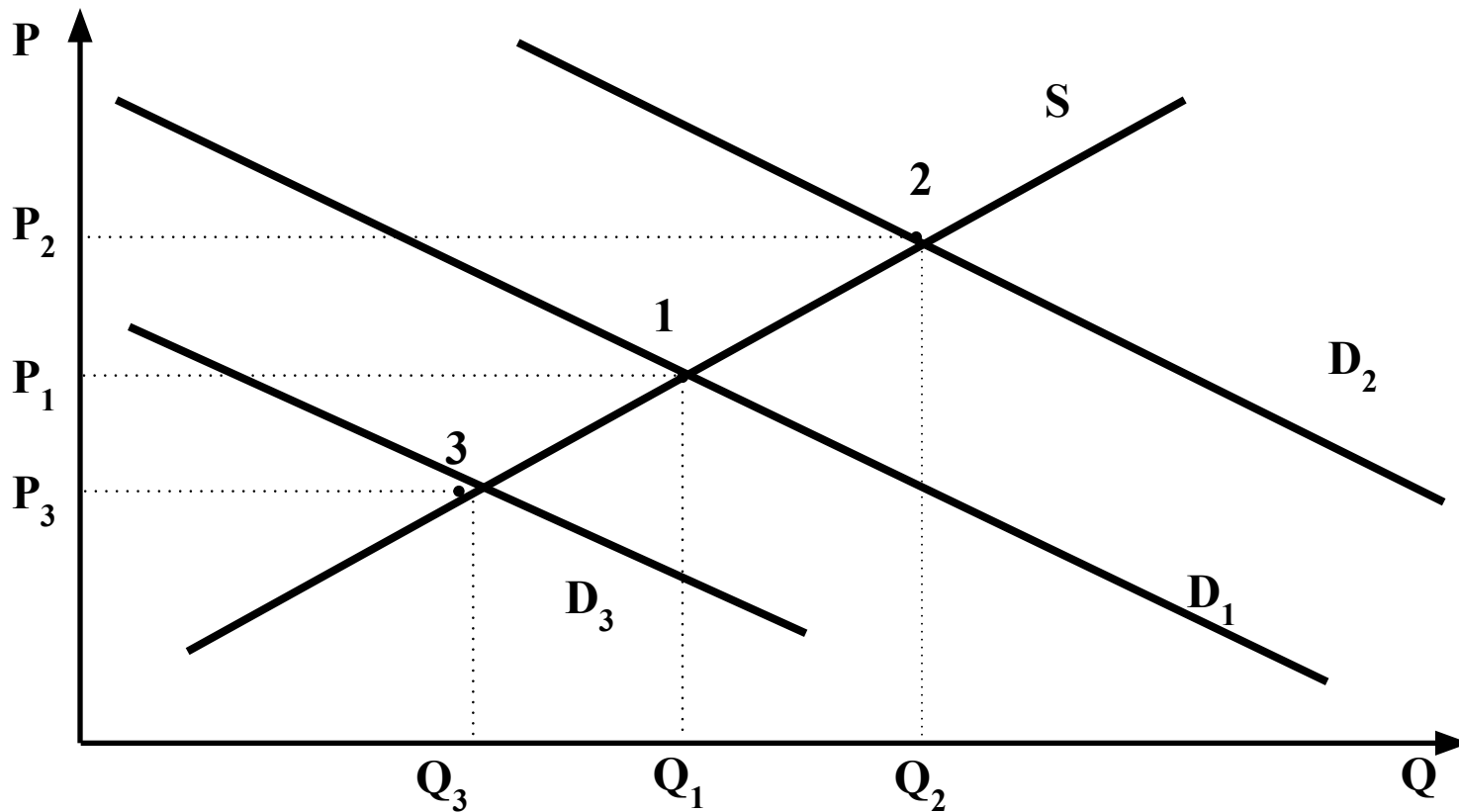


Вопрос 4. Изменения спроса и предложения и их влияние на цену

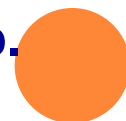


Воздействие изменения предложения на рыночную ситуацию.





Воздействие изменения спроса на рыночную ситуацию.

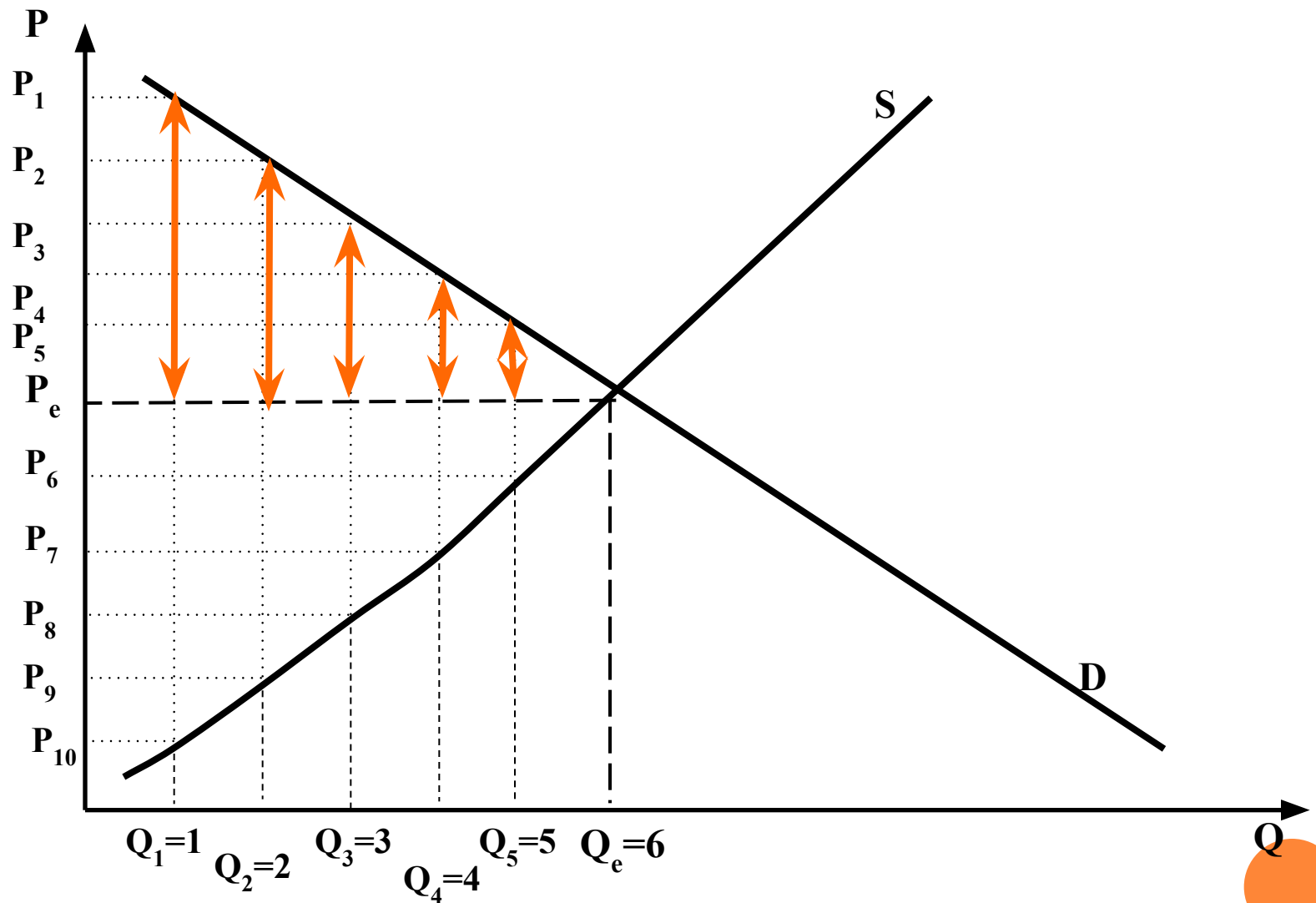


Вопрос 5. Выигрыш от обмена: излишки потребителя и производителя

- Каждая точка на линии спроса показывает максимальную цену, которую готов уплатить потребитель за каждую единицу товара.
- Аналогично каждая точка на кривой предложения показывает минимальную цену, за которую производитель готов продать свой товар.
- При установлении рыночного равновесия все сделки совершаются примерно по одной цене.



Излишки потребителя

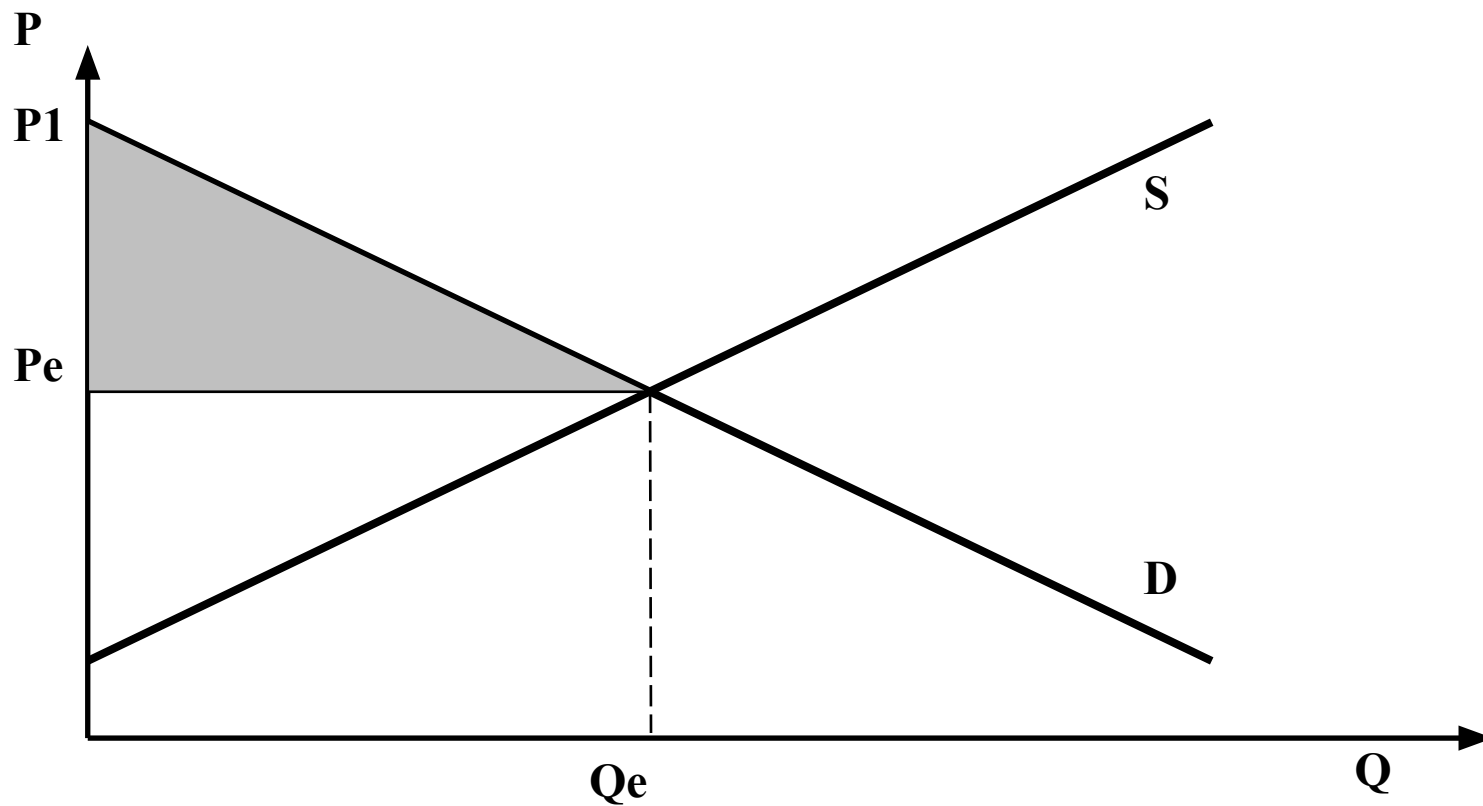


Излишек потребителя

- Потребитель, готовый заплатить P_1 реально платит P_e и получает выгоду в размере $P_1 - P_e$. Эта выгода называется **излишком потребителя**.
- Второй покупатель получит излишек в виде $P_2 - P_e$, и т.д. Последний покупатель, для которого максимальная цена равна P_e , не получит излишка.
- Если потребитель покупает один или больше товара, то общая величина излишка потребителя:

$$(P_1 - P_e)Q_1 + (P_2 - P_e)Q_2 + \dots + (P_5 - P_e)Q_5$$

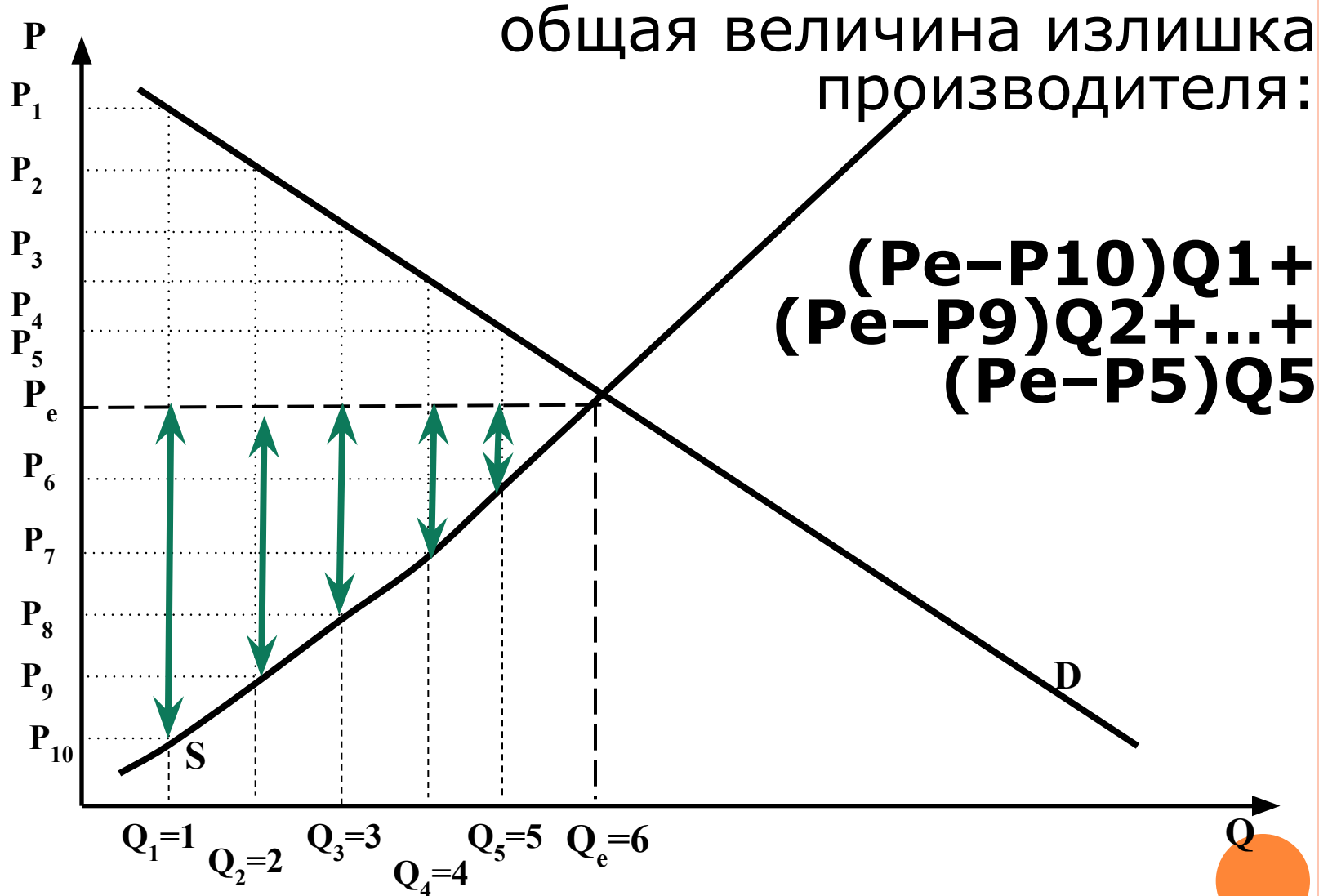


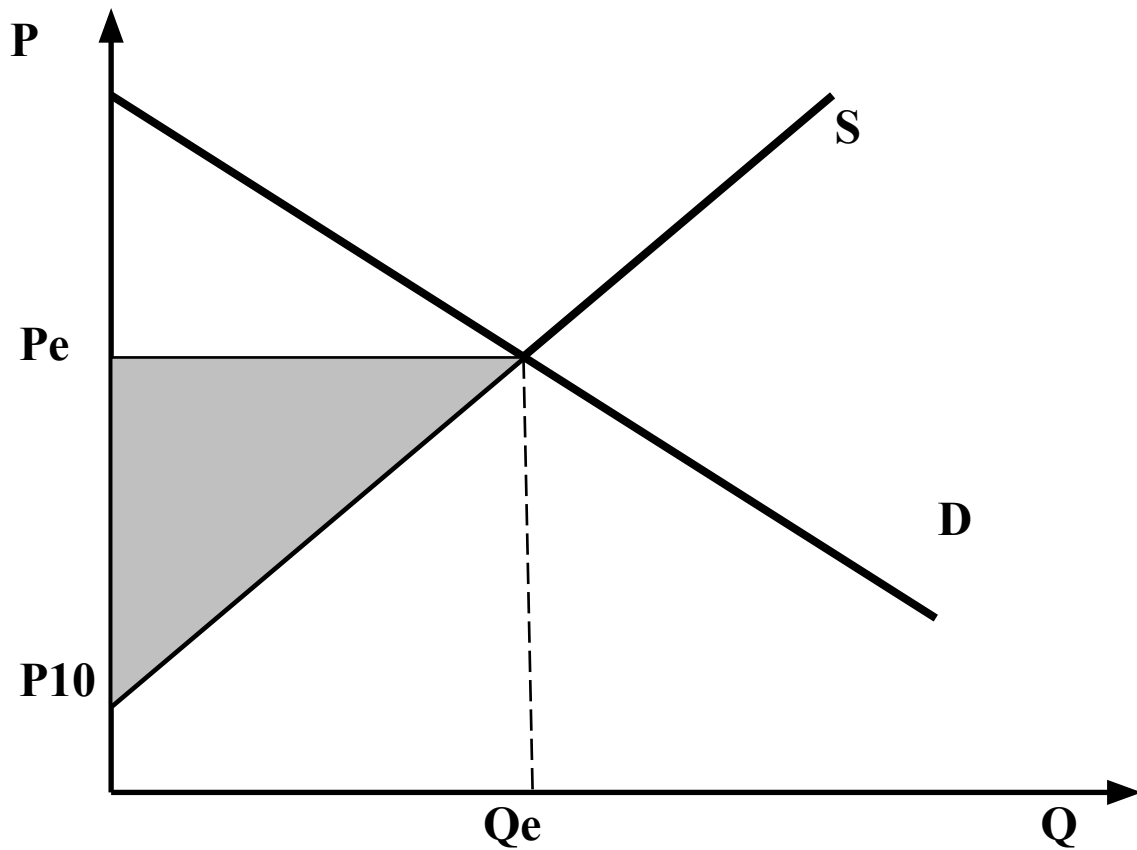


**Излишек потребителя:
Площадь треугольника:
 $\frac{1}{2} * (P1 - Pe) * Qe$**



Излишки производителя





**Аналогично: Излишек
производителя**

$$\frac{1}{2} * (P_e - P_{10}) * Q_e$$



ВВЕДЕНИЕ НАЛОГОВ И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИЗЛИШКОВ

