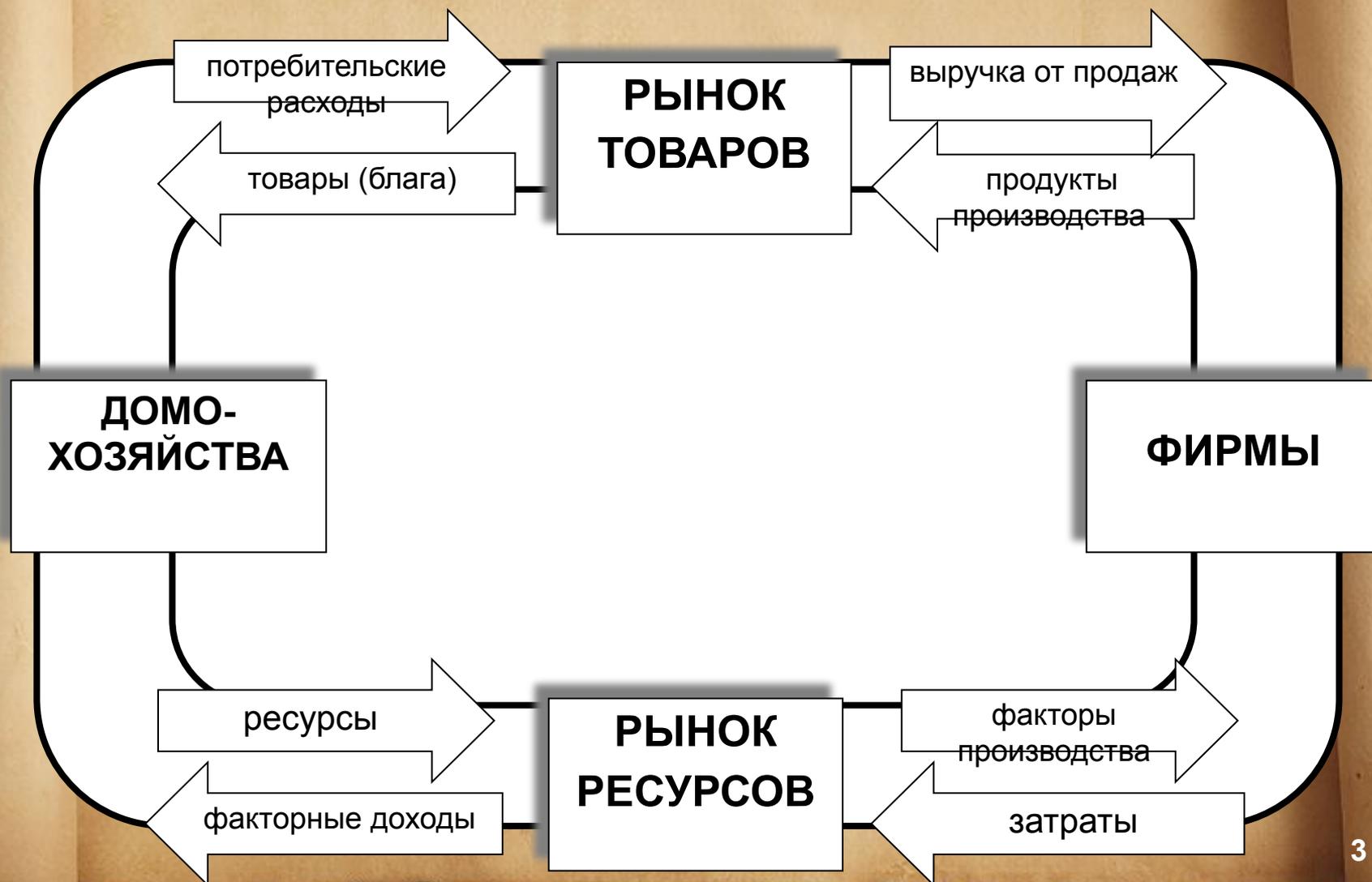


***ТЕМА. ТЕОРИЯ СПРОСА
И ПРЕДЛОЖЕНИЯ***

План

1. Спрос. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы спроса
2. Предложение. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы предложения
3. Взаимодействие спроса и предложения

Кругооборот благ и денег в ЭКОНОМИКЕ



Повторение

- **Рынок**

- в узком смысле – место торговли;
- в широком смысле – совокупность сделок купли-продажи.

Как экономическая категория
рынок – это система отношений между покупателями и продавцами по поводу купли-продажи товаров по ценам, устанавливающимся на основе взаимодействия спроса и предложения в результате конкуренции

Повторение

- **Причины формирования рынка:**
 - ограниченность ресурсов;
 - необходимость экономического выбора.
- **Условия существования рынка:**
 - общественное разделение труда;
 - экономическая обособленность товаропроизводителей;
 - свобода предпринимательства.
- **Субъекты на рынке готовых продуктов:**
 - покупатели – домохозяйства;
 - продавцы – фирмы.
- **Объекты рынка:**

товары, прежде всего, готовые продукты.

Рыночный механизм (механизма рынка)

- **это механизм взаимодействия покупателей и продавцов**
- **включает следующие элементы:**
 - спрос,
 - предложение,
 - цену,
 - конкуренцию

В центре рыночной экономики – взаимодействие покупателей и продавцов, т.е. **спрос и предложение**.

Изучаем спрос и предложение на примере **индивидуального товарного рынка** (рынка отдельного товара).

Условимся, что субъекты рынка:

- покупатель = потребитель и
- продавец = производитель.

Анализ начинаем со **спроса**, потому что **не все** участвуют в предложении, но **все** участвуют в спросе.

Спрос

В основе спроса – *потребности*.

Спрос (*D* – demand):

- платежеспособная потребность,
**не только желание, но и возможность
приобрести продукт;**
- количество продукта, кт
приобретается по опр. ценам за опр.
отрезок времени

Закон спроса:

**при прочих равных условиях с ростом
цены продукта величина спроса
уменьшается,**

**т.е. зависимость величины спроса от
цены *отрицательная* или *обратная*.**

Шкала спроса (на рынке кукурузы)

Цена за бушель (в долларах)	5	4	3	2	1
Величина спроса (в неделю)	10	20	35	55	80

Бушель – мера объема жидкостей и сыпучих веществ в системе англ. мер.

1 бушель (брит.) = 36, 3687 дм³;

1 бушель (амер.) = 35, 2393 дм³.

Кривая спроса

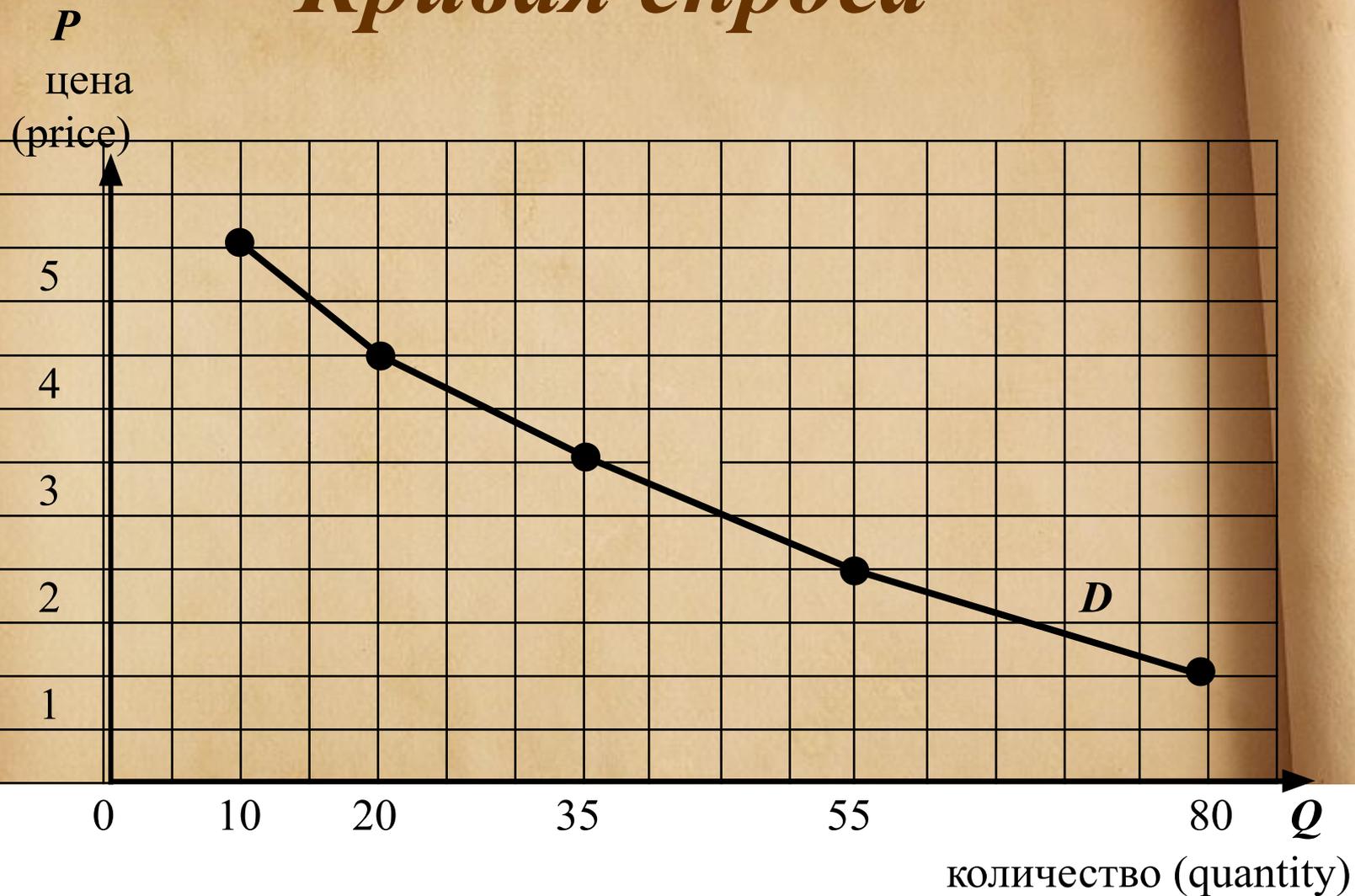


график. Кривая (график) спроса

Кривая спроса:

- **величина (объем) D** \rightarrow точки на кривой D – опр. количество товара, кт покупается по опр. цене;
- **спрос в целом** \rightarrow вся кривая D .

Объяснение закона спроса

- эффект дохода;
- эффект замещения;
- убывающая предельная полезность

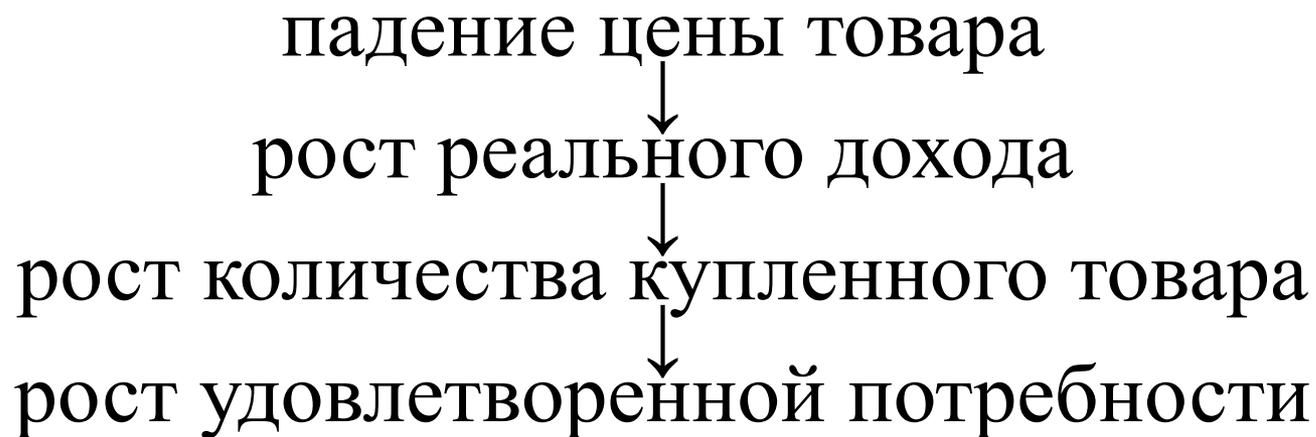
Эффект дохода

- изменение покупательной способности потребителя (т.е. реального дохода) в результате изменения цены:

– $P_D \uparrow \rightarrow$ реальные доходы $\downarrow \rightarrow Q_D \downarrow$;

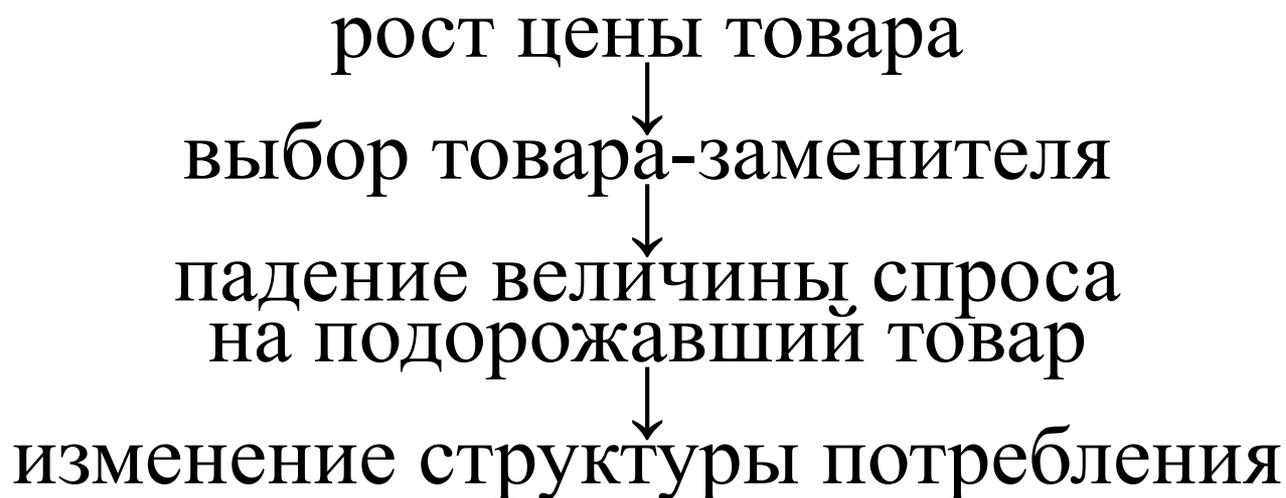
– $P_D \downarrow \rightarrow$ реальные доходы $\uparrow \rightarrow Q_D \uparrow$.

- действует по схеме:



Эффект замещения

- изменение структуры потребления в результате изменения цены: при снижении цены покупатель заменяет более дорогие аналоги относительно дешевым продуктом;
- действует по схеме:



Убывающая предельная полезность

- потребление (покупка) дополнительной единицы блага приносит меньшее удовлетворение, чем предыдущая → предельная полезность товара снижается

Исключения из закона спроса

- эффект Гиффена;
- эффект Веблена

Эффект (товар, феномен, парадокс) Гиффена

Гиффен Роберт – брит.статистик, экономист XIX в.

- рост цены товара сопровождается ростом величины спроса;
- наблюдается среди бедных слоев населения, в инфляционной экономике, в период ажиотажного спроса;
- товар Гиффена - товар первой необходимости, занимающий значительное место в бюджете потребителя с низким уровнем дохода.
- напр., картофель во времена массового голода, вызванного неурожаем в XIX в. в Ирландии.

Эффект Веблена

Веблен Торстейн – амер.экономист к.ХІХ-н.ХХ вв.,
основатель институционализма

- рост цены товара сопровождается ростом величины спроса;
- но характеризует престижное потребление узкого круга обеспеченных потребителей.

Факторы спроса

- **ценовой фактор;**
- **неценовые факторы.**

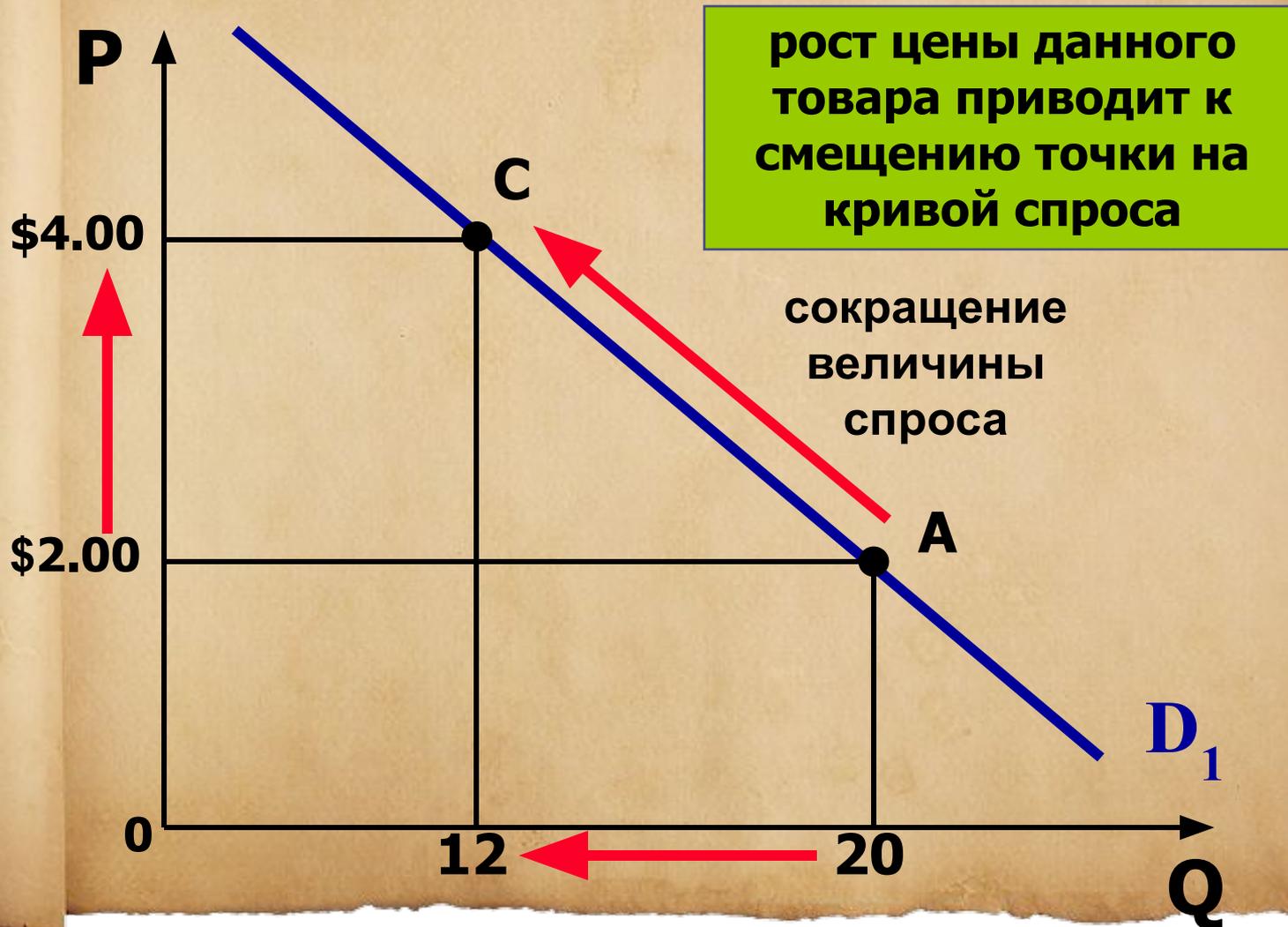
Ценовой фактор *(цена данного товара)*

изменяет величину (объем) $D \rightarrow$

движение точки по кривой D :

- $Q_D \uparrow \rightarrow$ точка *вниз* по кривой D ;
- $Q_D \downarrow \rightarrow$ точка *вверх* по кривой D

Изменение величины (объема) спроса

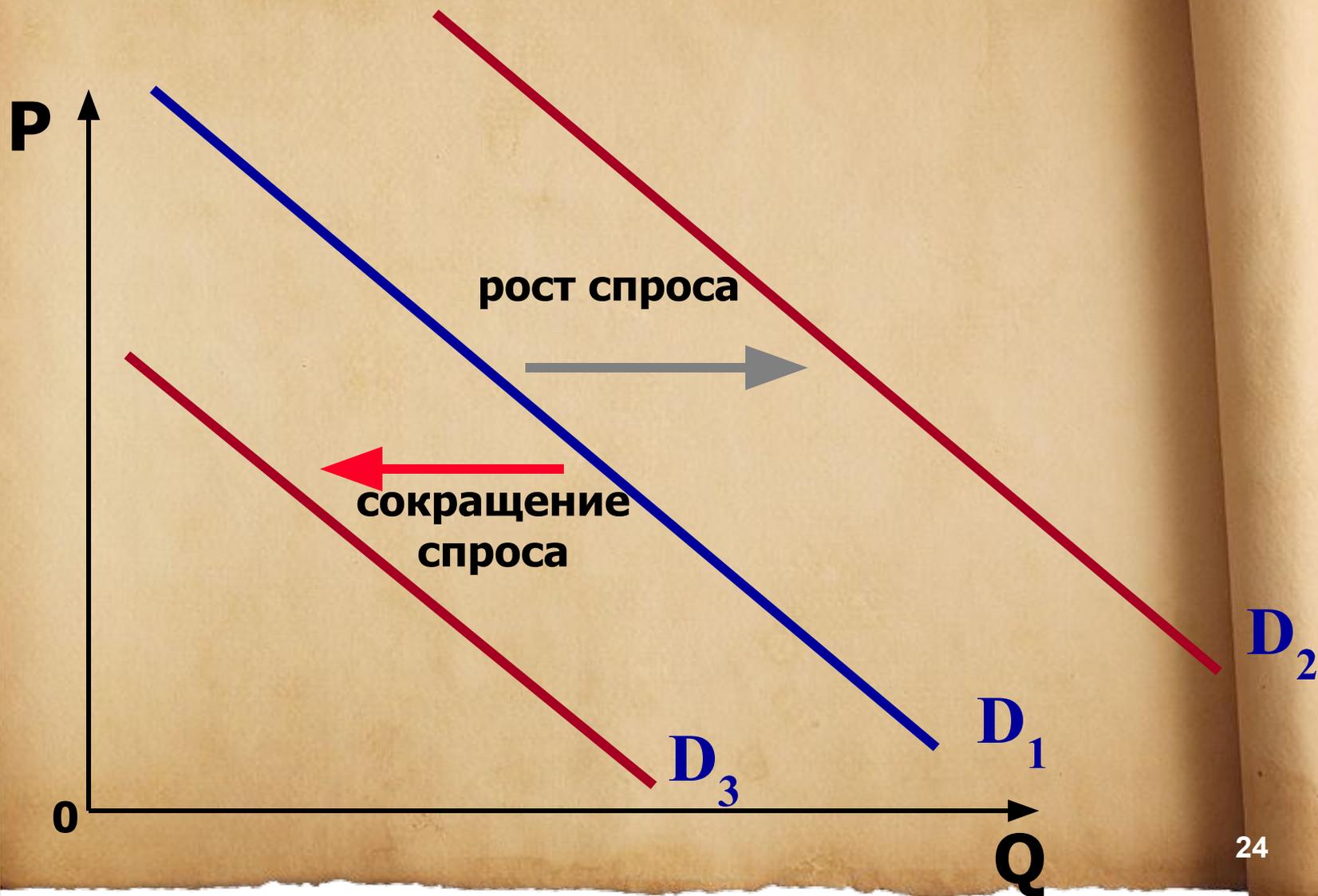


Неценовые факторы спроса

изменяют спрос в целом \rightarrow смещение кривой D :

- $D \uparrow \rightarrow$ кривая D *вправо-вверх*;**
- $D \downarrow \rightarrow$ кривая D *влево-вниз***

Изменение спроса в целом



Неценовые факторы спроса:

- потребительские предпочтения и вкусы;*
- число покупателей;*
- доход;*
- сопряженные товары;*
- ожидания потребителей*

Потребительские предпочтения и вкусы

- формируются под влиянием моды, традиций, отражают изменение полезности продукта
- **изменчивые предпочтения и вкусы** зависят от времени года, моды и т.п.;
- **относительно стабильные предпочтения и вкусы** зависят от возраста, образа жизни и т.п.

Число покупателей

- число покупателей \uparrow \rightarrow спрос в целом \uparrow
 \rightarrow кривая *D* **вправо-вверх**;
- число покупателей \downarrow \rightarrow спрос в целом \downarrow
 \rightarrow кривая *D* **влево-вниз**;
- **напр., приток туристов в курортные города летом вызывает рост спроса на многие товары**

Доход:

- приток денег или натуральных благ, заработанных или полученных за опр. время;
- в зависимости от влияния дохода на спрос различают:
 - нормальные (высшие) товары;
 - низшие товары.

Нормальные (высшие) товары

люди покупают охотно, не будучи стесненными в средствах.

Например:

- натуральный кофе;
- модная одежда;
- автомобили и др.

Низшие товары

люди покупают, если нормальные товары им недоступны.

Например:

- ячменный кофе;
- одежда «second hand»;
- услуги по ремонту обуви и др.

Доход



**Что произойдет со
спросом на
подержанную одежду,
если доходы
потребителей
повысятся?**

Доход

ДОХОД \uparrow \rightarrow D на норм.товар \uparrow \rightarrow кривая D *вправо-вверх*;
 \rightarrow D на низ.товар \downarrow \rightarrow кривая D *влево-вниз*;

ДОХОД \downarrow \rightarrow D на норм.товар \downarrow \rightarrow кривая D *влево-вниз*
 \rightarrow D на низ.товар \uparrow \rightarrow кривая D *вправо-вверх*

Сопряженные товары

- взаимосвязанные товары двух видов:
 - взаимозаменяемые товары (заменители) - товары, кт. удовлетворяют одинаковые (однотипные) потребности.

Например:

- апельсины – мандарины;
- лыжи – коньки;
- чай – кофе и др.

- взаимодополняющие товары (дополнители) - товары, кт. могут использоваться только вместе.

Например:

- принтер – картриджи к нему;
- электроплиты – электроэнергия;
- автомобиль – бензин – запчасти – автострахование – транспортный налог и др.

- **Заменители** - товары, для кт. рост цены одного товара приводит к росту спроса на другой товар (заменитель)
- **Дополнители** - товары, для кт. рост цены одного товара приводит к падению спроса на другой товар (дополнитель)

Ожидания потребителей:

- дефицитные, инфляционные, ожидание относительно цен, наличия товаров и будущих доходов и т.д.

Предложение

- результат *производственного процесса*;
- вся товарная масса, предназначенная для продажи.
- **Предложение** (S – supply):
 - желание (готовность) производителей продать свой продукт;
 - количество продукта, кт. предлагается по опр. ценам за опр. отрезок времени

Закон предложения:

**при прочих равных условиях с ростом
цены продукта величина предложения
растет,**

**т.е. зависимость величины предложения
от цены *положительная*.**

Шкала предложения (на рынке кукурузы)

Цена за бушель (в долларах)	5	4	3	2	1
Величина предложения (в неделю)	60	50	35	20	5

Кривая предложения

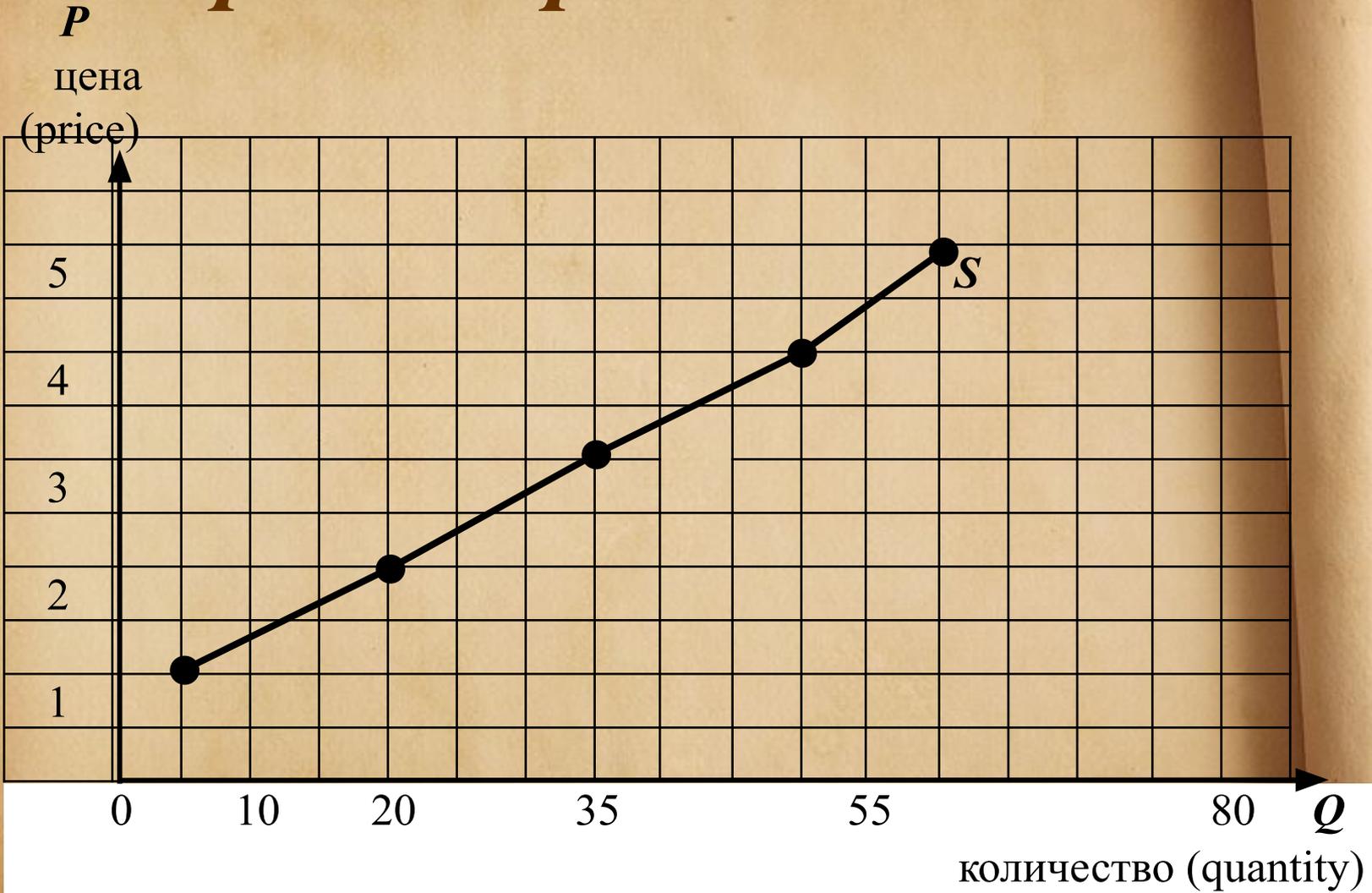


график. Кривая (график) предложения

Кривая предложения:

- **величина (объем) предложения** → точки на кривой S – опр. количество товара, кт. продается по опр. цене;
- **предложение в целом** → вся кривая S .

Объяснение закона предложения

- выручка (общий доход) производителя;
- убывающая производительность;
- уровень конкуренции.

Исключения из закона предложения

- на монопольном рынке предприниматель предлагает меньше продукта при растущих ценах;
- на рынке продуктов, не подлежащих хранению, при снижающихся ценах продавцы (крестьяне, дачники) предлагают больше товара, напр., при хорошем урожае ягод.

Факторы предложения

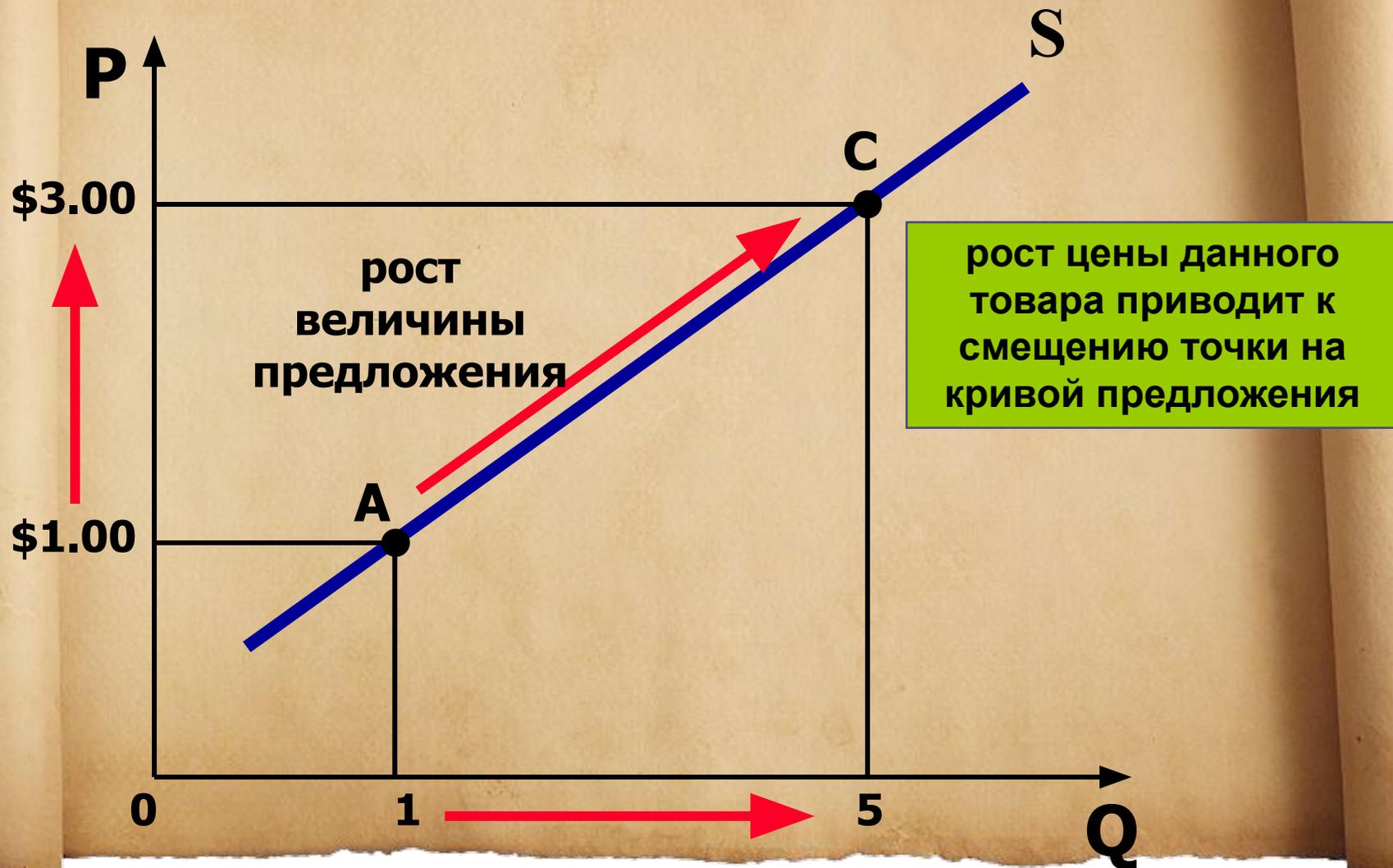
- **ценовой фактор:**
- **неценовые факторы.**

Ценовой фактор

(цена данного товара)

- **изменяет величину (объем) $S \rightarrow$**
движение точки по кривой S :
 - $Q_s \uparrow \rightarrow$ точка ***вверх*** по кривой S ;
 - $Q_s \downarrow \rightarrow$ точка ***вниз*** по кривой S

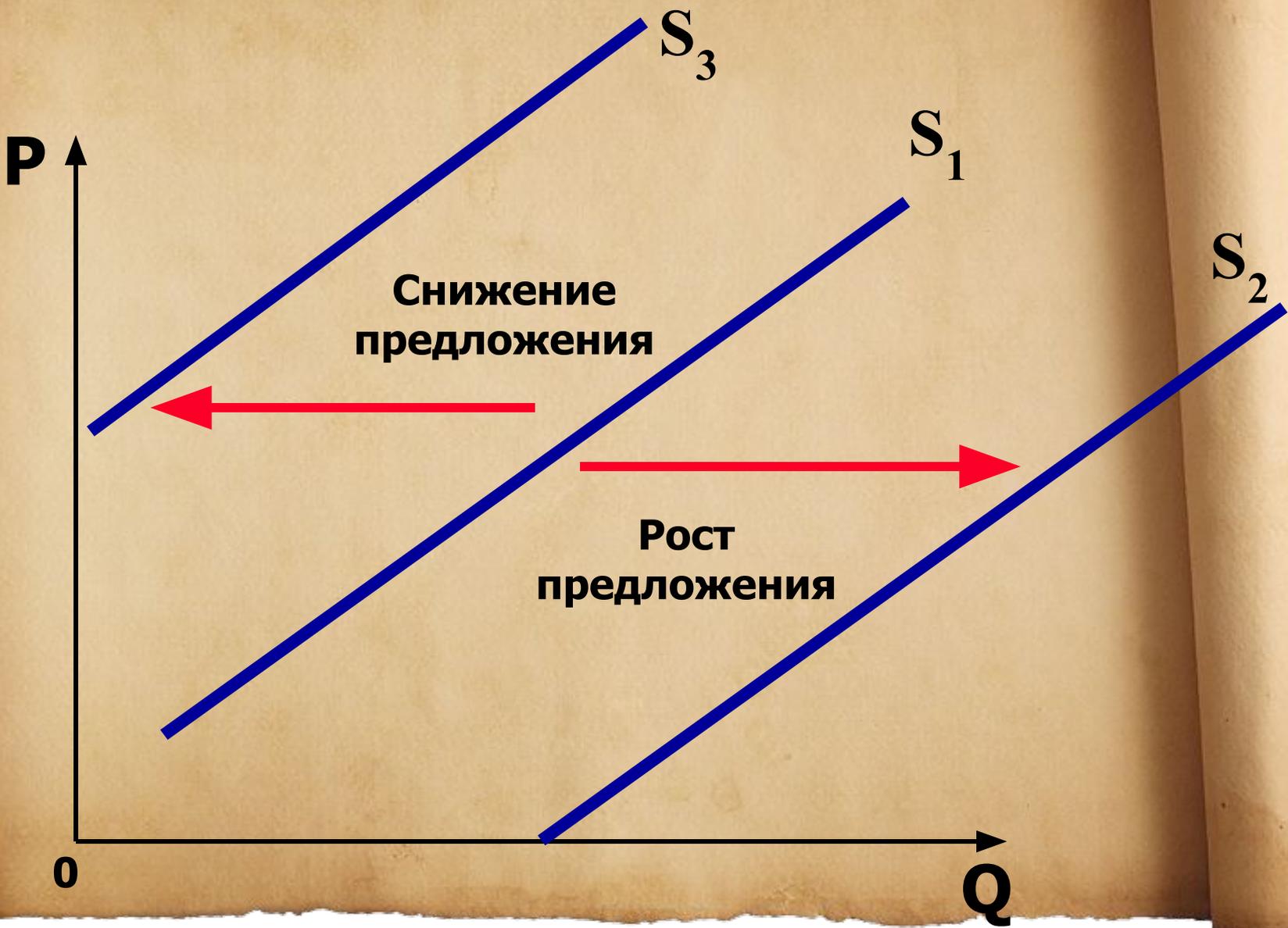
Изменение величины (объема) предложения



Неценовые факторы предложения

- **изменяют предложение в целом \rightarrow смещение кривой S :**
 - $S \uparrow \rightarrow$ кривая S *вправо-вниз*;
 - $S \downarrow \rightarrow$ кривая S *влево-вверх*

Изменение предложения в целом



Неценовые факторы предложения

- *цены на ресурсы;*
- *технологии;*
- *число продавцов;*
- *цены на взаимосвязанные товары;*
- *налоги и дотации (субсидии);*
- *ожидания производителей*

Цены на ресурсы

образуют издержки (затраты) производства или себестоимость продукта:

- цены ресурсов \uparrow (удорожание производства) \rightarrow
 S в целом \downarrow \rightarrow кривая S влево-вверх;
- цены ресурсов \downarrow (удешевление производства) \rightarrow
 S в целом \uparrow \rightarrow кривая S вправо-вниз

Технология

- способ соединения (комбинации) экономических ресурсов для производства готового продукта:
 - технология улучшается →
 S в целом \uparrow → кривая S *вправо-вниз*;
 - технология ухудшается →
 S в целом \downarrow → кривая S *влево-вверх*

Число продавцов

- число продавцов $\uparrow \rightarrow$
 S в целом $\uparrow \rightarrow$ кривая S *вправо-вниз*;
- число продавцов $\downarrow \rightarrow$
 S в целом $\downarrow \rightarrow$ кривая S *влево-вверх*

Цены на взаимосвязанные товары

(товары, производимые на основе однотипных ресурсов или технологий, т.е. **конкурирующие** товары)

- P взаимосвязанного товара $\uparrow \rightarrow S$ в целом дан. товара $\downarrow \rightarrow$ кривая S дан. товара *влево-вверх*);
- P взаимосвязанного товара $\downarrow \rightarrow S$ в целом дан. товара $\uparrow \rightarrow$ кривая S дан. товара *вправо-вниз*)

Налоги и дотации/субсидии

- инструменты государственного регулирования рынка:
 - **налог** – обязательный безвозмездный платеж, кт. взимается с организаций и физ.лиц в целях обеспечения деятельности государства или муниципальных образований ;
 - **дотация** – сумма средств из государственного или местных бюджетов без установления направлений и (или) условий их использования;
 - **субсидия** – сумма средств из государственного или местных бюджетов под определенную задачу;
- налоги \uparrow или дотации $\downarrow \rightarrow S$ в целом $\downarrow \rightarrow$ кривая S *влево-вверх*;
- налоги \downarrow или дотации $\uparrow \rightarrow S$ в целом $\uparrow \rightarrow$ кривая S *вправо-вниз*

Ожидания производителей

- **возникают по поводу будущего состояния рынка в зависимости от конкретных обстоятельств**

Взаимодействие спроса и предложения

Цена товара формируется в результате взаимодействия D и S .

- **Классическая школа** (А.Смит, Дж.С.Милль, К. Маркс): основа цены (стоимости) товара — издержки производства → акцент на роли производства (S) в создании товара.
- **Школа предельной полезности** (К.Менгер, У. Джевонс, Е.Бем-Баверк): основа цены (ценности) блага — его полезность → акцент на роли потребления (D) в формировании цены товара.

Рыночное равновесие

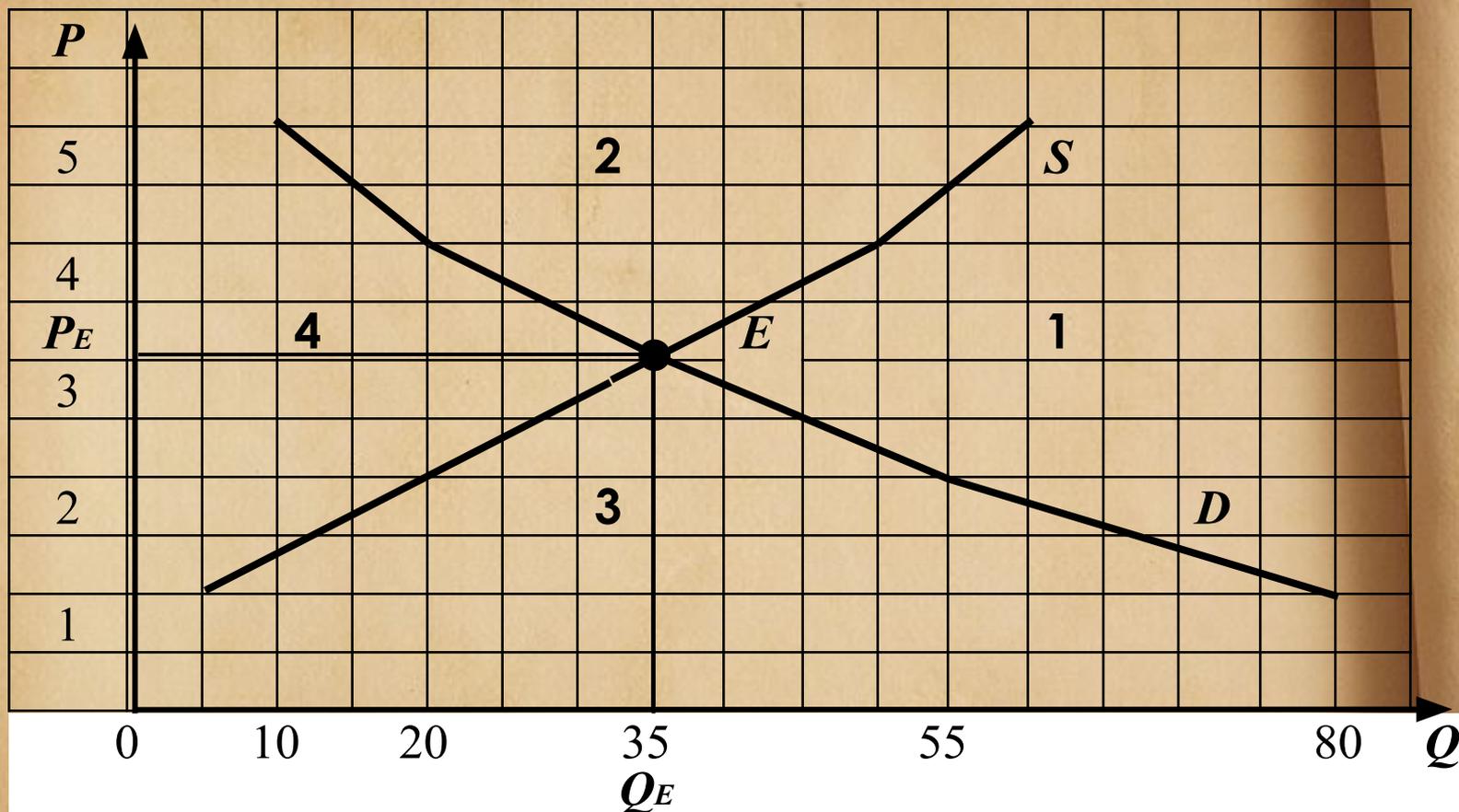
А.Маршалл создал ценовую теорию, объединив D и S :
графически – наложение графиков D и S .

Это пример **частичного экономического равновесия**
– на рынке отдельного товара, взятого изолированно от
остальной экономики



Маршалл Альфред – английский экономист, основоположник неоклассического направления в экономической науке, представляет кембриджскую школу экономики

Рыночное равновесие



- E – точка равновесия
- P_E – равновесная цена
- Q_E – равновесное количество товара

график. Рыночное равновесие (крест Маршалла)

Рыночное равновесие

А.Маршалл сравнивал действие рыночных сил с действием ножниц, говоря, что мы могли бы с равным основанием спорить о том,

- регулируется ли стоимость полезностью или издержками производства, как о том,
- разрезает ли кусок бумаги верхнее или нижнее лезвие ножниц.

Условия рыночного равновесия:

- равенство величины D величине S : $Q_D = Q_S$;
- равенство цены D цене S : $P_D = P_S$.

Координаты точки равновесия:

- равновесная цена P_E (=3 долл.) и
- равновесное количество продукта Q_E (=35 буш.)

Функции рыночной цены

- **Уравновешивающая функция:** цена уравновешивает D и S .
- **Распределительная функция:** цены обеспечивают распределение доходов по факторам производства в зависимости от их эффективности.
- **Дифференцирующая (выравнивающая) функция:** цена выявляет конкурентоспособность субъектов по уровню доходности (рентабельности).
- **Стимулирующая функция:** цена мотивирует производство по линии «цена–качество», а потребление по линии «цена–доход».

Нарушение равновесия

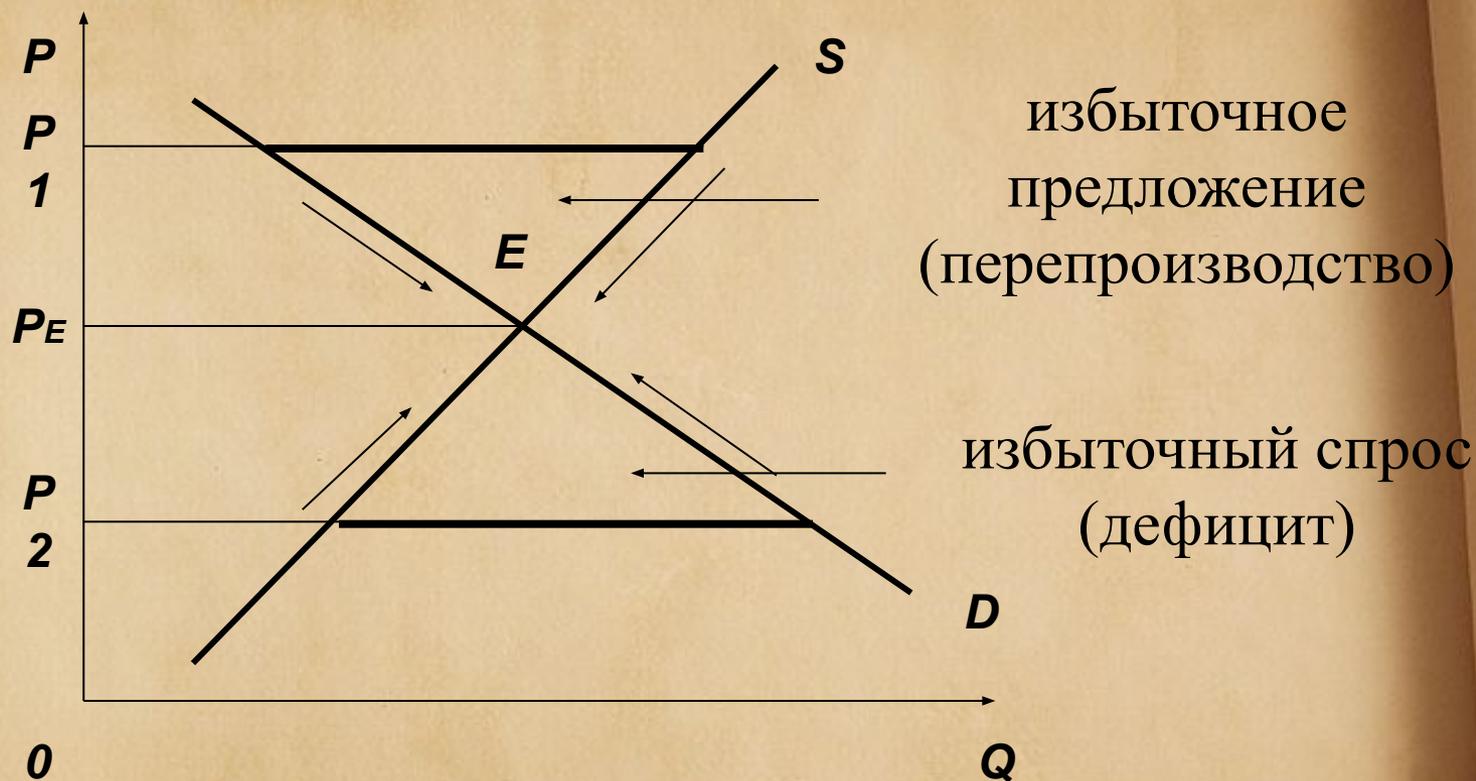


график. Избыточное предложение и избыточный спрос

Нарушение равновесия

- происходит при любой цене, отличной от P_E в форме перепроизводства или дефицита

перепроизводство

- $P_1 > P_E \rightarrow$ величина D не достигает величины $S \rightarrow$ перепроизводство (избыточное предложение), объем предложения больше объема покупок;
- причина – вздувание цен, низкое качество товара, дефицит денег у населения;
- перепроизводство оказывает понижающее давление на цену P_1

Нарушение равновесия

дефицит

- $P_2 < P_E \rightarrow$ величина S не достигает величины $D \rightarrow$ дефицит (избыточный или неудовлетворенный спрос), **объем спроса больше объема продаж;**
- **причина – занижение цены, отставание производства от потребностей населения;**
- **дефицит оказывает повышающее давление на цену P_2**

Устойчивость рын.равновесия

Рыночное равновесие имеет тенденцию к устойчивости, в условиях своб.конкуренции может восстанавливаться автоматически.

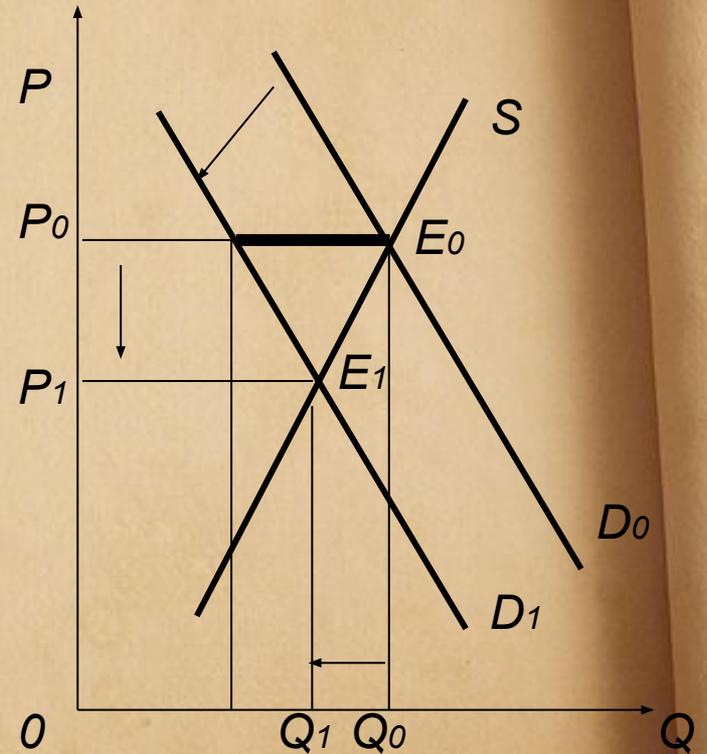
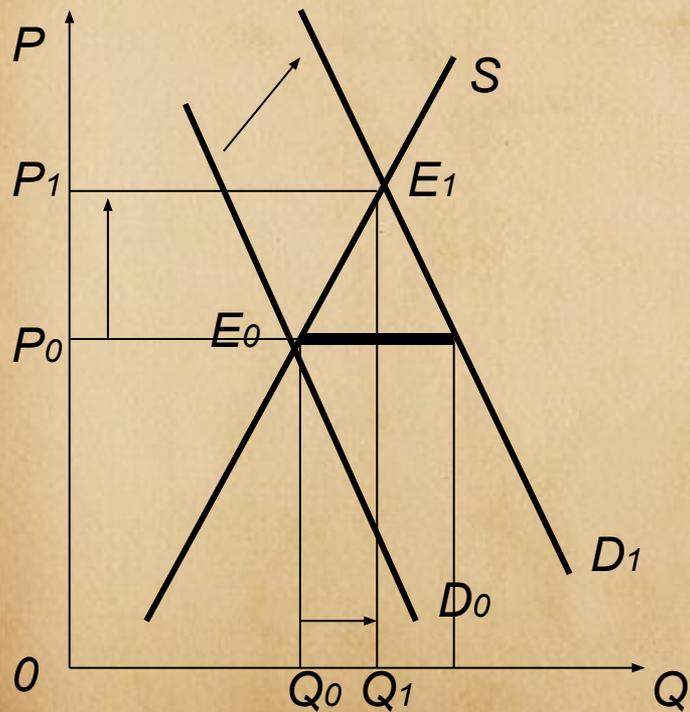
Нарушение равновесия

может возникнуть под воздействием государства, кт. для регулирования рынка использует след. инструменты:

- фиксированные цены;
- фиксированное количество продукта (квоты на производство);
- товарные интервенции;
- налоги и дотации

Изменение равновесия

Неценовые факторы D и S изменяют рын. равновесие \rightarrow кривые D и S смещаются:

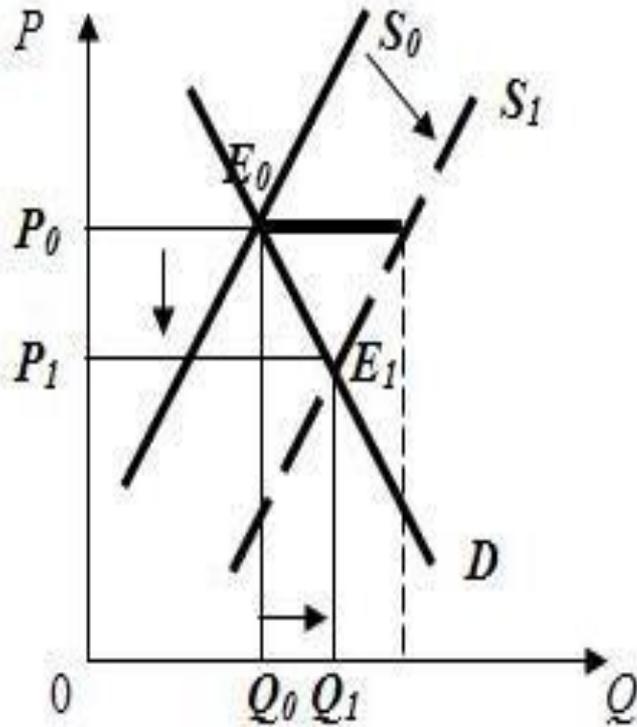


а) спрос растет – цена растет

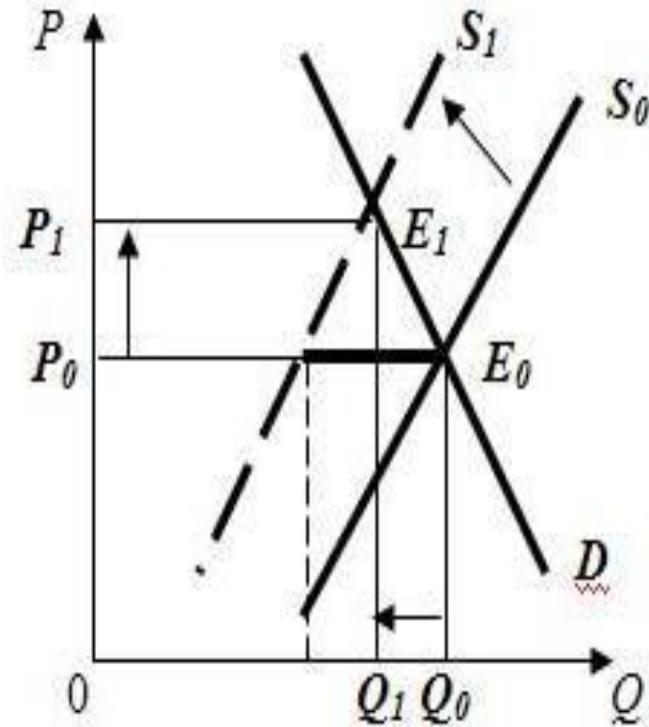
б) спрос падает – цена падает

график. **Изменение равновесия**

Изменение равновесия



в) предложение растет – цена падает
график. **Изменение равновесия**



г) предложение падает – цена растет

Обратное влияние D и S на P

- $D \uparrow \rightarrow P_E \uparrow;$
- $D \downarrow \rightarrow P_E \downarrow;$
- $S \uparrow \rightarrow P_E \downarrow;$
- $S \downarrow \rightarrow P_E \uparrow$