

Тема: Теория спроса и предложения

Выполнила:

Студентка 2 курса ФВМиБ

Направления подготовки: ВСЭ

Выполнила: Калашникова А.Д.

Проверил: Шишкин А.П.

1. Предмет микроэкономической теории

- Экономическая система страны представляет собой сложный народнохозяйственный комплекс. В его составе взаимодействуют многочисленные хозяйственные единицы — предприятия. **Микроэкономика** — область экономической науки, которая исследует экономическую деятельность предприятий.
- **Микроэкономический анализ** имеет дело со всей совокупностью обособленных производителей и потребителей, с детальным изучением их поведения, мотивов и интересов. Исследуя деятельность предприятий и отраслей, микроэкономика оперирует такими понятиями, как затраты, результаты, полезность, цена, прибыль, эффективность и др., анализирует динамику их показателей в сложившихся рыночных условиях. Если говорить о микроэкономике как предмете науки, то ее можно принимать как среду обитания бизнеса. Важно иметь в виду, что **микроэкономический анализ** — такая же важная часть экономической науки, как и макроэкономика. Они взаимосвязаны и дополняют друг друга, а грань между ними бывает порой весьма условна.

- Несмотря на то что современная экономика — сложный хозяйственный комплекс, в котором функционируют многочисленные предприятия, их подразделения, а также объединения предприятий, подотрасли и отрасли, основной формой организации производства является все же предприятие.
- **Предприятие** — основное звено народного хозяйства. Оно выступает как особая форма функционирования производительных сил и производственных отношений.
- На **предприятии** происходит соединение рабочей силы со средствами производства, осуществляется создание продукта, проявляется действие экономических законов. Зачастую понятие «предприятие» отождествляют с понятием «фирма». Однако это неправомерно. Эти понятия не совпадают, поскольку фирма, как правило, включает в себя не менее двух предприятий

2. Спрос и факторы, влияющие на него

- Чтобы глубже понять, как функционируют предприятия и рынки, необходимо начать с анализа спроса и предложения.
- **Спросом** называется количество товаров и услуг, которое будет куплено по определенной цене за определенный временной период. Он является формой выражения потребности, представленной на рынке и обеспеченной соответствующими денежными средствами. Иначе говоря, спрос выступает в виде платежеспособной потребности. Рынок не реагирует на потребность, не обеспеченную платежеспособностью покупателя. Действует закон спроса, суть которого заключается в том, что спрос на товары изменяется в обратной зависимости от цены.

- **Это происходит по двум причинам:**

- 1) при снижении цены потребитель может приобрести больше товара;
- 2) товар при снижении цены на него дешевеет относительно других товаров, и приобретать его становится выгоднее. При повышении цены спрос сокращается.

- **Закон спроса не действует в трех случаях:**

- 1) при ажиотажном спросе, вызванном ожидаемым повышением цен;
- 2) для некоторых редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством помещения денег;
- 3) при переключении спроса на более качественные и дорогостоящие товары.

- **Объем спроса на некий товар** — это количество товара, которое покупатели желают приобрести на рынке за некоторый период. Важно различать объем спроса и сам спрос. На изменение объема спроса влияет изменение цены, что отражается на кривой спроса. На изменение спроса оказывают влияние и неценовые факторы, что отражается сдвигом кривой спроса. В рыночном механизме функция спроса является определяющей. Именно она заставляет производителя выпускать необходимые населению товары, улучшать их качество и ассортимент. Спрос в свою очередь зависит от потребностей людей: с изменением потребностей меняется и спрос.

3. Предложение и факторы, влияющие на него

- **Предложением** называется количество товара или услуг, которое производители готовы продать по определенной цене за определенный период. Зависимость между ценой и предложением уже не обратная, а прямая. Закон предложения гласит: предложение изменяется в прямой зависимости от изменения цены. По мере роста цен производители предлагают к продаже большие количества товаров, а по мере их падения — меньшие.
- **Тонка равновесия** характеризует такое состояние рынка, когда объем спроса на товар равен объему его предложения, а установившаяся цена устраивает одновременно и продавца, и покупателя. Если предложение превысит спрос, то товар перестанут покупать, и поэтому продавцы вынуждены будут снижать цены. Когда же спрос превысит предложение, то цена повысится.

- **При цене ниже равновесной** формируется избыточный спрос, означающий превышение объема спроса над объемом предложения. Это обстоятельство находит выражение в дефиците товаров. **При цене выше равновесной** существует избыточное предложение (излишек), означающее превышение объема предложения над объемом спроса. Если рынок не находится в состоянии равновесия, то цены движутся в направлении равновесного уровня.
- Когда имеет место избыточный спрос, производители (продавцы), обладая рыночной властью, могут диктовать условия купли-продажи потребителям (покупателям), поднимать цены и при этом продавать столько продукции, сколько хотели бы по более высоким ценам. Такая ситуация на рынке характеризуется как **«рынок продавца»**.
- Когда на рынке наблюдается значительное превышение предложения над спросом (избыточное предложение), давление со стороны нереализованных товаров заставляет производителей снижать цену, а потребители получают возможность широкого выбора товаров. Такая ситуация получила название **«рынок покупателя»**.

4. Мгновенный, кратко- и долгосрочный периоды равновесия

- **Проблемы изменения равновесной цены в зависимости от временного периода** подробно исследовал А. Маршалл, который ввел понятия мгновенного, кратко- и долгосрочного равновесия.
- При мгновенном равновесии предложение товара не меняется, но в связи с увеличением спроса равновесная цена на него увеличивается. Эту ситуацию можно изобразить на графике передвижением точки равновесия вверх по прямой линии, изображающей постоянное предложение.
- **Краткосрочное равновесие** устанавливается за более длительный промежуток времени при увеличении предложения, но без роста численности предприятий, производящих товар. Убедившись в том, что данный товар пользуется спросом, то же самое число предприятий начинает увеличивать его производство. При этом равновесная цена будет ниже той, которая возникает при мгновенном равновесии.
- **Долгосрочное, или нормальное, равновесие** устанавливается, когда изменяются как объем используемых для производства товара ресурсов, так и число предприятий. Благодаря этому предложение товара увеличивается, а это приводит к понижению равновесной цены. Таким образом, долгосрочное равновесие называется нормальным потому, что оно отражает типичную ситуацию, когда возникает конкуренция между предприятиями и в результате устанавливается относительно длительное равновесие между спросом и

5. Эластичность спроса

- Мера реакции одной величины на изменение другой называется эластичностью. **Эластичность** показывает, на сколько процентов изменится одна переменная величина при изменении другой на 1%. Примером может служить эластичность спроса по цене, или ценовая эластичность спроса, которая показывает, насколько изменится в процентном отношении величина спроса на товар при изменении его цены на 1%. Другими словами, эта величина измеряет чувствительность объема спроса к изменению цены товара при условии, что остальные факторы, влияющие на спрос, неизменны.
- **Важным фактором, оказывающим воздействие на эластичность спроса,** является наличие товаров-заменителей. Чем больше на рынке продуктов, призванных удовлетворять одну и ту же потребность, тем больше возможность для покупателя отказаться от приобретения данного конкретного продукта в случае повышения его цены, тем выше эластичность спроса на данный товар. Другим важным обстоятельством, влияющим на ценовую эластичность, является фактор времени. В краткосрочном периоде спрос менее эластичен, чем в долгосрочном.

- С повышением цен на продукцию предприятия можно ожидать снижения спроса на нее. **Активная деятельность конкурентов**, выпускающих продукты-заменители и продающих их по более низким ценам, также может привести к снижению спроса на продукцию предприятия. В то же время с ростом доходов населения предприятие может рассчитывать на расширение покупательского спроса и соответственно увеличение сбыта предлагаемой продукции. Однако как изменится величина спроса при повышении или понижении цены продукции? Обычно предприятие, повышая цену, рассчитывает на рост выручки от продаж. Однако возможна ситуация, когда повышение цены приведет не к росту выручки, а наоборот, к ее снижению за счет сокращения величины спроса и соответственно уменьшения сбыта. Поэтому для предприятия при планировании объема и структуры производства важно знать, какое воздействие на величину спроса могут оказать изменения цены продукции, доходов потребителей или цен на товары-заменители, производимые конкурентами.

6. Эластичность предложения

Теория эластичности спроса и предложения имеет важное практическое значение. Например, увеличение производственных издержек вынуждает предприятие повышать цену продукции. Что произойдет со сбытом и доходами? Снизятся они или вообще не изменятся? Компенсирует ли рост цены сокращение прибыли за счет потери части потребительского спроса? Чтобы ответить на эти вопросы и правильно выбрать ценовую стратегию предприятия, надо знать эластичность спроса и эластичность предложения на данный товар.

Эластичность спроса является важным фактором, влияющим на ценовую политику предприятия. Допустим, что какое-то предприятие построило многоквартирный дом и решает вопрос, по какой цене следует сдавать квартиры в аренду. Расходы на эксплуатацию дома фактически не зависят от того, сколько квартир будет сдано. Если предприятие знает спрос на квартиры и его эластичность, оно может определить, по какой цене следует сдавать в аренду эти квартиры, чтобы обеспечить максимальную выручку. При этом максимальная выручка может достигаться даже в том случае, если часть квартир останется пустовать. С понятиями эластичности спроса и эластичности предложения связано понятие гибкости цены. Гибкость цены может быть определена как величина, обратная эластичности. Она показывает влияние изменения спроса и предложения на изменение цены.

7. Последствия установления государством неравновесных цен

- Иногда, преследуя социальные цели, государство идет на установление максимальных и минимальных цен, по которым производителям позволено продавать свою продукцию. Рассмотрим, что происходит на рынке в случае ценовой поддержки, т.е. при установлении более высоких цен по сравнению с равновесными. Равновесная цена — инструмент распределения ресурсов.
- **Автоматическое формирование равновесной цены** способствует перераспределению ресурсов и других экономических благ из отраслей с низкими ценами в отрасли с более высоким платежеспособным спросом. Высокие цены свидетельствуют о редкости благ, о стремлении к более рациональной их использованию, о необходимости расширения их производства. В конечном счете в экономике происходит уравнивание цен, благодаря чему имеет место эффективное распределение экономических благ, при котором редкие блага не рассчитываются впустую.

- Люди не всегда считают, что рыночные (равновесные) цены оптимальны . Поэтому иногда государство, преследуя те или иные социальные цели, может идти на установление максимальных ("цена поддержки") или минимальных («цена пола») цен, по которым производителям надлежит продавать свою продукцию. Однако административное установление цен и контроль за ними **нарушают функционирование** рыночного механизма, и в результате общество несет потери. Так, в случае установления рыночных цен выше равновесных образуется излишек товара: установленная цена не позволяет поставщика», продать все, что они хотели, и эта ситуация называется избыточным предложением. В случае установления цен ниже равновесных спрос на товар превышает предложение и на рынке складывается ситуация дефицита: покупатели не могут купить то количество товара, которое они желали бы при текущей цене. В конечном счете им приходится простаивать в длинных очередях, тратить время на поиски товара, что ведет к росту альтернативных издержек и фактически увеличивает цену покупаемого товара.
- **Административное установление** цен выше или ниже равновесной цены приводит к экономическим потерям общества (продается меньше товара, чем хотели бы продавцы, или покупается меньше, чем хотели бы приобрести покупатели)

8. Влияние налогов на рыночное равновесие

Рассмотрим воздействие на рыночное равновесие различных налогов, которые устанавливаются на деятельность предприятия. К числу таких налогов относится, например, акцизный налог. Пусть первоначальное состояние на рынке какого-либо товара характеризуется как равновесное.

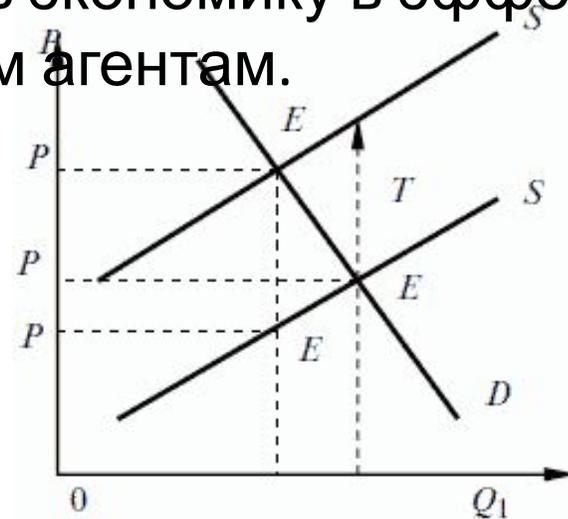
Допустим, что **правительство вводит акцизный налог** на данный товар в размере T_r на каждую его единицу. Введение налога вызывает смещение кривой предложения S влево - вверх на величину T . Это происходит вследствие того, что ранее производители согласны были предложить Q_E товара при цене P_E , теперь же они согласны предложить то же количество товара, но уже по цене на T р. выше прежней P_E . В результате изменения рыночного равновесия производителям достается выручка от продажи по прежней цене P_E , а излишек продажной цены, равный величине налога T , пойдет государству. Заметим при этом, что налог не изменяет количество товара, которое покупатели желают приобрести по новой цене, и не приводит к смещению кривой D

Новое состояние рынка характеризуется величинами Q_1 , P_1 , P_2 . На графике видно, что объем Q_1 меньше прежнего Q_E а цена P_1 , которую платит покупатель, выше первоначальной равновесной цены P_E , которую фактически получает продавец (без налога), ниже первоначальной. Разница между ценами P_1 и P_2 достается государству в виде налога.

Таким образом, в результате введения акцизного налога сокращается как объем производства, так и объем потребления. Кроме того, покупатели платят более высокую цену, а продавцы получают более низкую по сравнению с первоначальной равновесной ценой. Следовательно, налог ухудшает экономическое положение и покупателей, и продавцов.

Распределение налогового бремени между покупателями и продавцами зависит от эластичности спроса и эластичности предложения на отдельные виды товаров.

Введя налог, государство стремится ликвидировать **несовершенство рынка** - неспособность эффективно распределять ресурсы. Однако в действительности только рынок способен удержать экономику в эффективном состоянии, обеспечивая выигрыш рыночным агентам.



9. Излишки потребителя и производителя

- Напомним, что представляют собой понятия «цена спроса» и «цена предложения».
- **Цена спроса** — максимальная цена, которую согласны уплатить потребители при покупке товара. Цена спроса не тождественна равновесной цене. Она определяется размером дохода, ограничивается им и остается фиксированной, так как покупатель больше уплатить не может. Очевидно, что чем выше цена спроса, тем больше количество покупателей, чьи доходы не позволяют приобрести данный товар, и тем, следовательно, меньше количество товара будет продано. Это значит, что если установлена высокая цена спроса, все покупатели, чьих доходов не хватит для приобретения данного товара, уйдут с рынка.
- **Цена предложения** — минимальная цена, по которой продавцы согласны продавать на рынке определенное количество товара. По цене ниже этой продавцы предлагать данное количество товара не могут, поскольку им не позволяют издержки производства. Следовательно, чем ниже цена предложения, тем меньше количество товаров поступает на рынок, потому что у многих производителей затраты выше этой цены. Напротив, чем выше цена предложения, тем острее конкуренция на рынке (так как больше

- **Излишек потребителя** — это разница между суммой денег, которую потребитель был согласен уплатить за товар, и суммой денег, которую он реально уплатил. Излишек производителя — это разница между суммой денег, которую производитель реально получил за свой товар, и суммой денег, которую он рассчитывал получить.
- **Понятия излишка потребителя** и излишка производителя могут быть использованы для оценки последствий государственной политики в области ценообразования. Если государство фиксирует цену на какой-либо товар на уровне ниже цены равновесия (на социально значимые товары), то потребители в результате государственного контроля над ценами оказываются в выигрыше, а производители несут потери.

**Спасибо
за внимание!**

