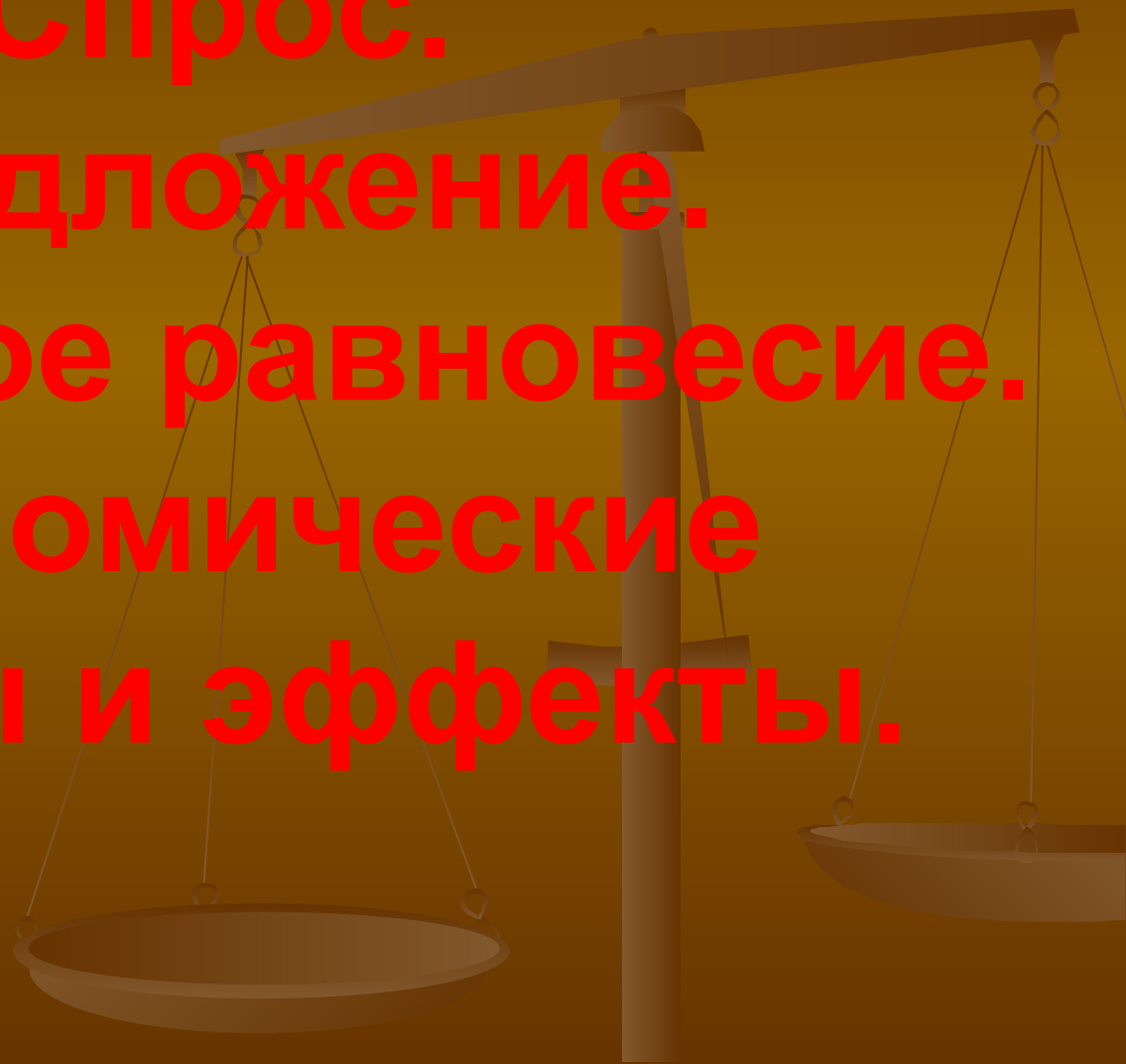
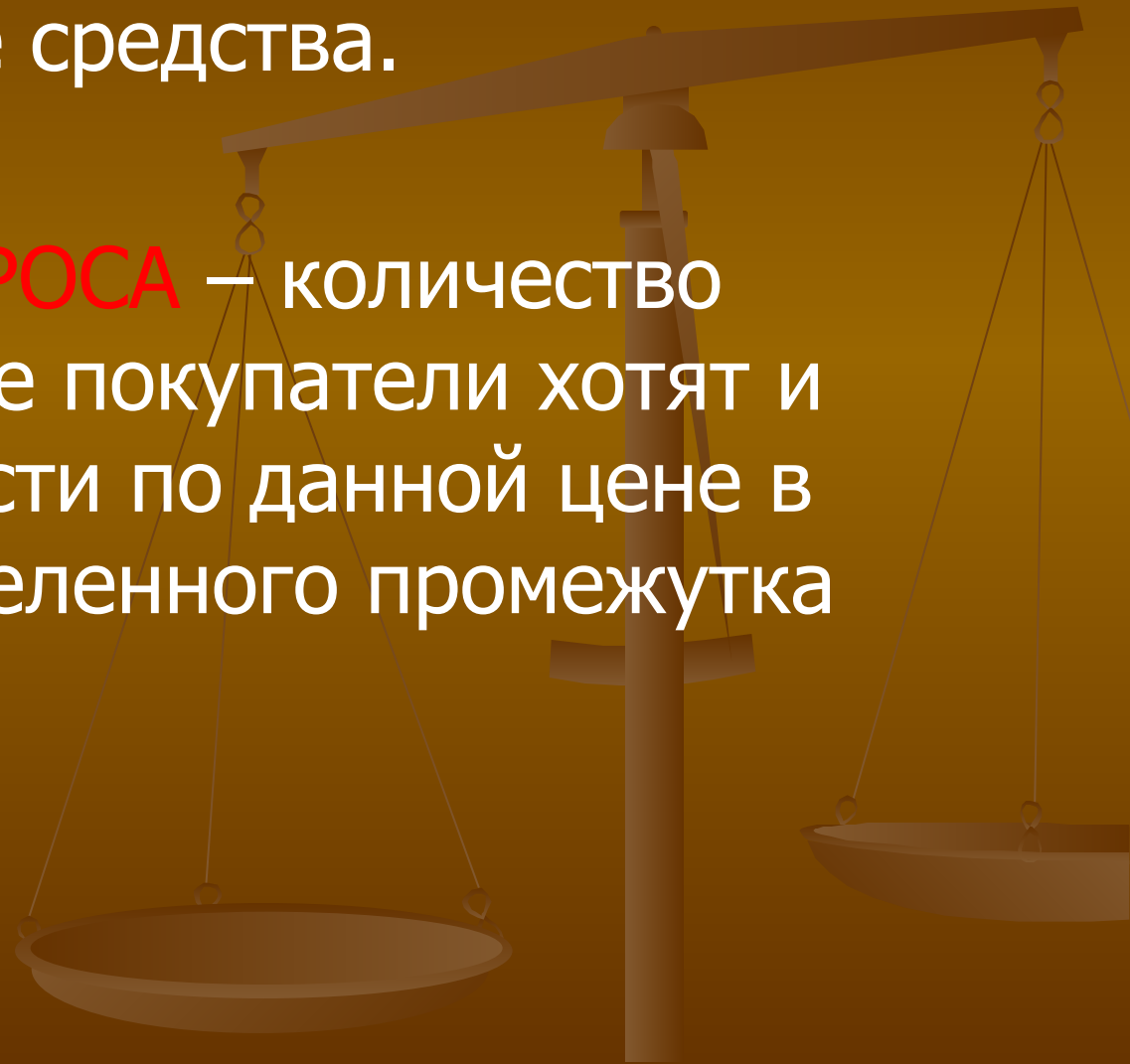


**Спрос.
Предложение.
Рыночное равновесие.
Экономические
законы и эффекты.**

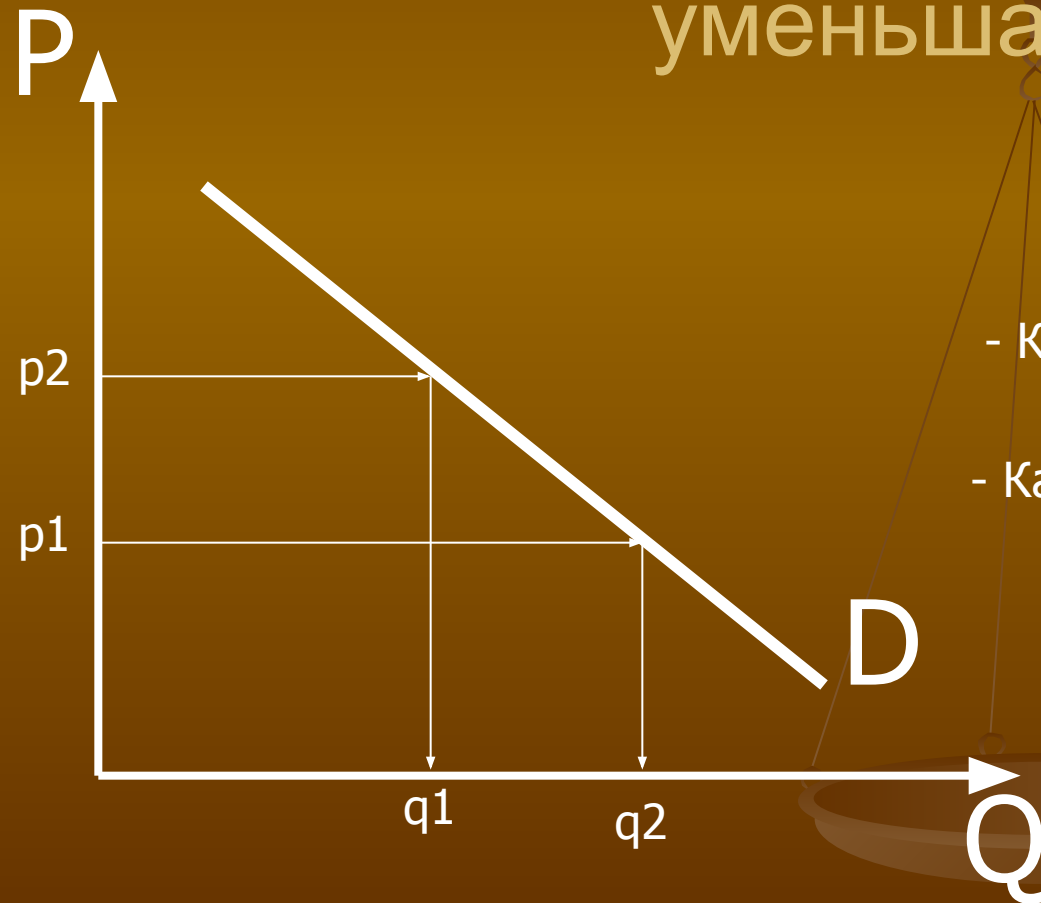


- **СПРОС** – запрос покупателя на приобретение товаров за имеющиеся у него денежные средства.
- **ВЕЛИЧИНА СПРОСА** – количество товара, которое покупатели хотят и могут приобрести по данной цене в течение определенного промежутка времени.



Закон спроса:

при прочих равных условиях по мере роста цены на товар величина спроса уменьшается.

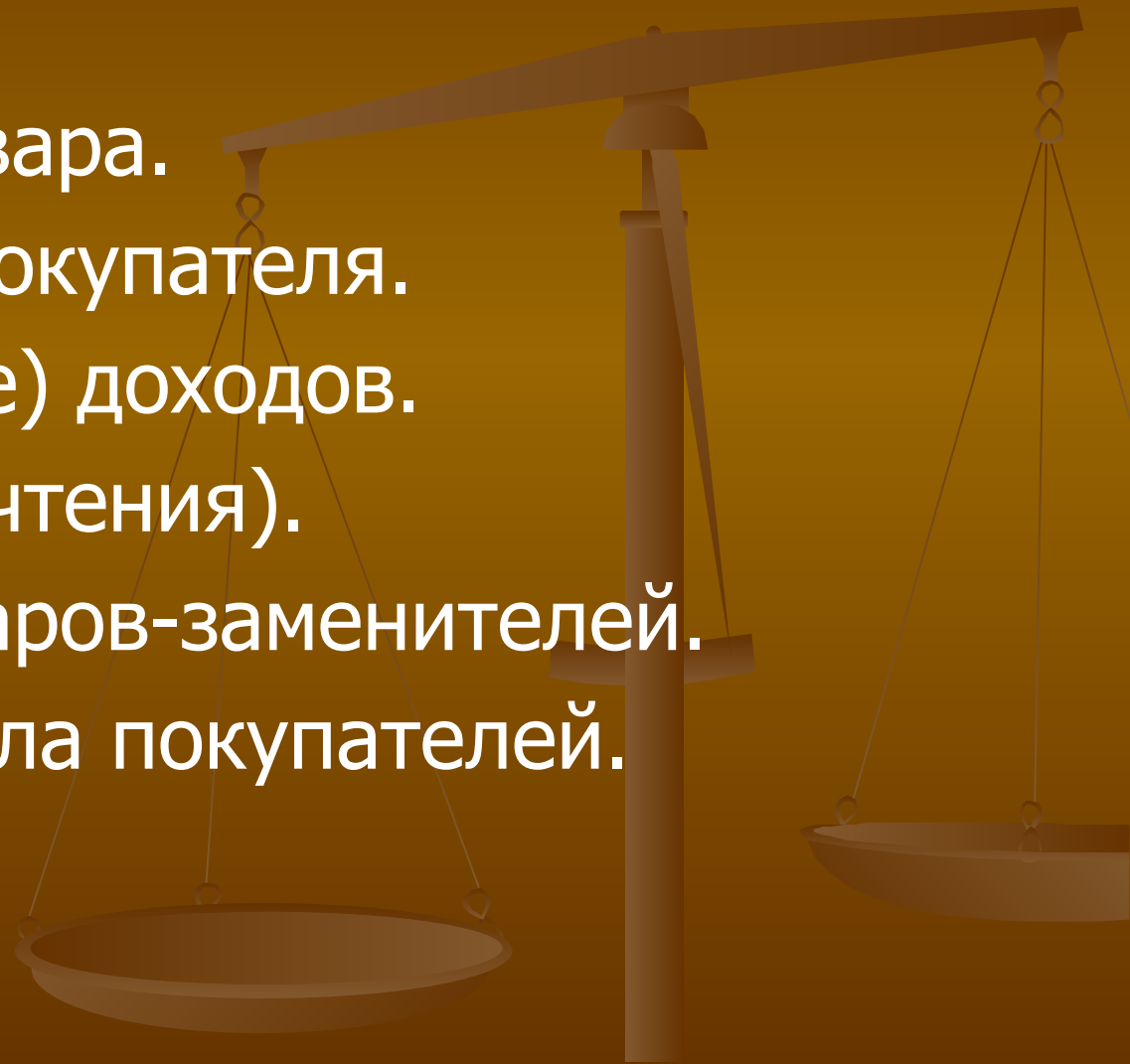


Кривая спроса позволяет ответить на вопросы:

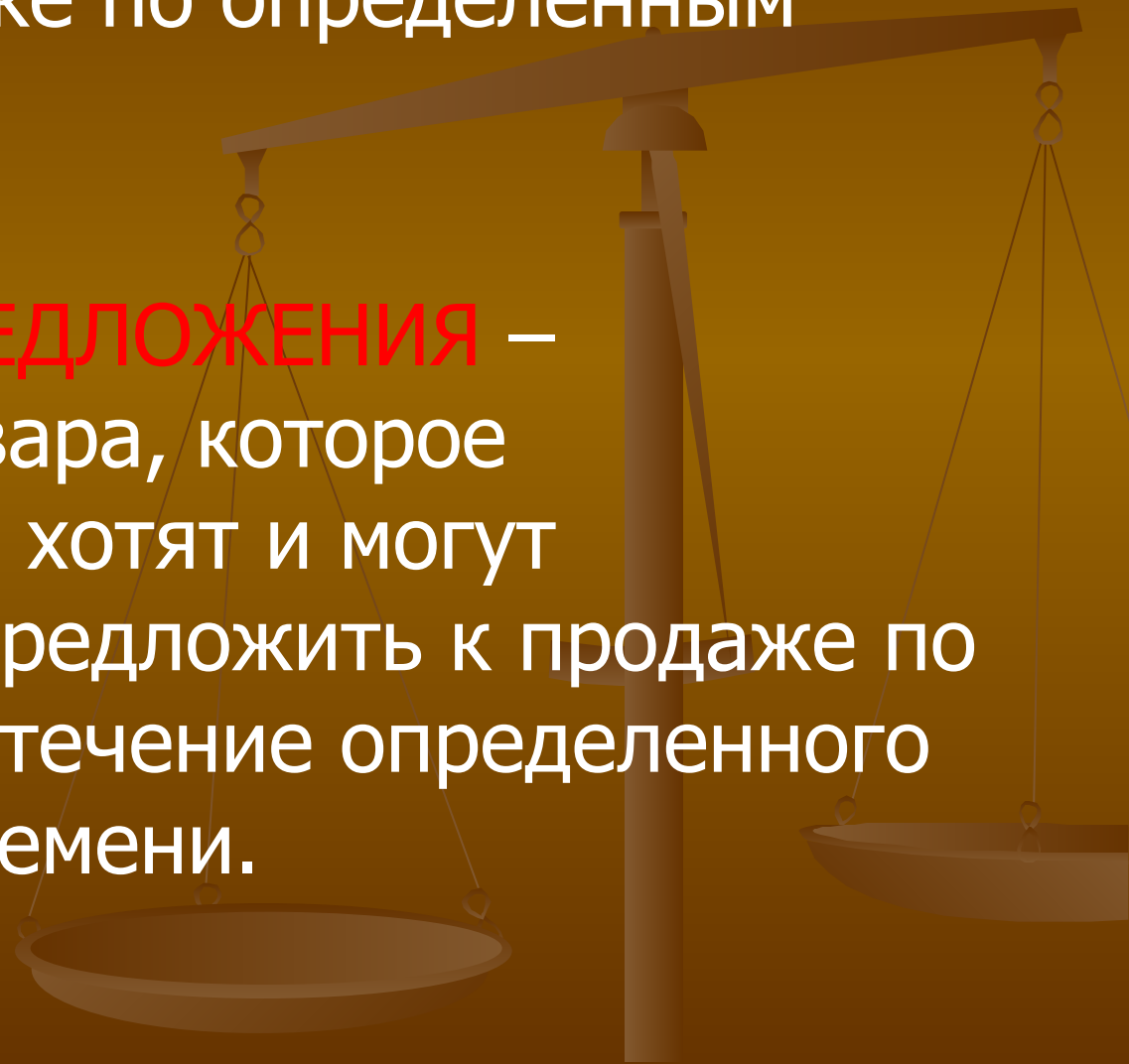
- Какова будет величина спроса при разных уровнях цен?
- Как изменится величина спроса при изменении цены?

Факторы, влияющие на сдвиг кривой спроса

- Цена.
- Полезность товара.
- Цена выбора покупателя.
- Рост (снижение) доходов.
- Вкусы (предпочтения).
- Стоимость товаров-заменителей.
- Изменение числа покупателей.

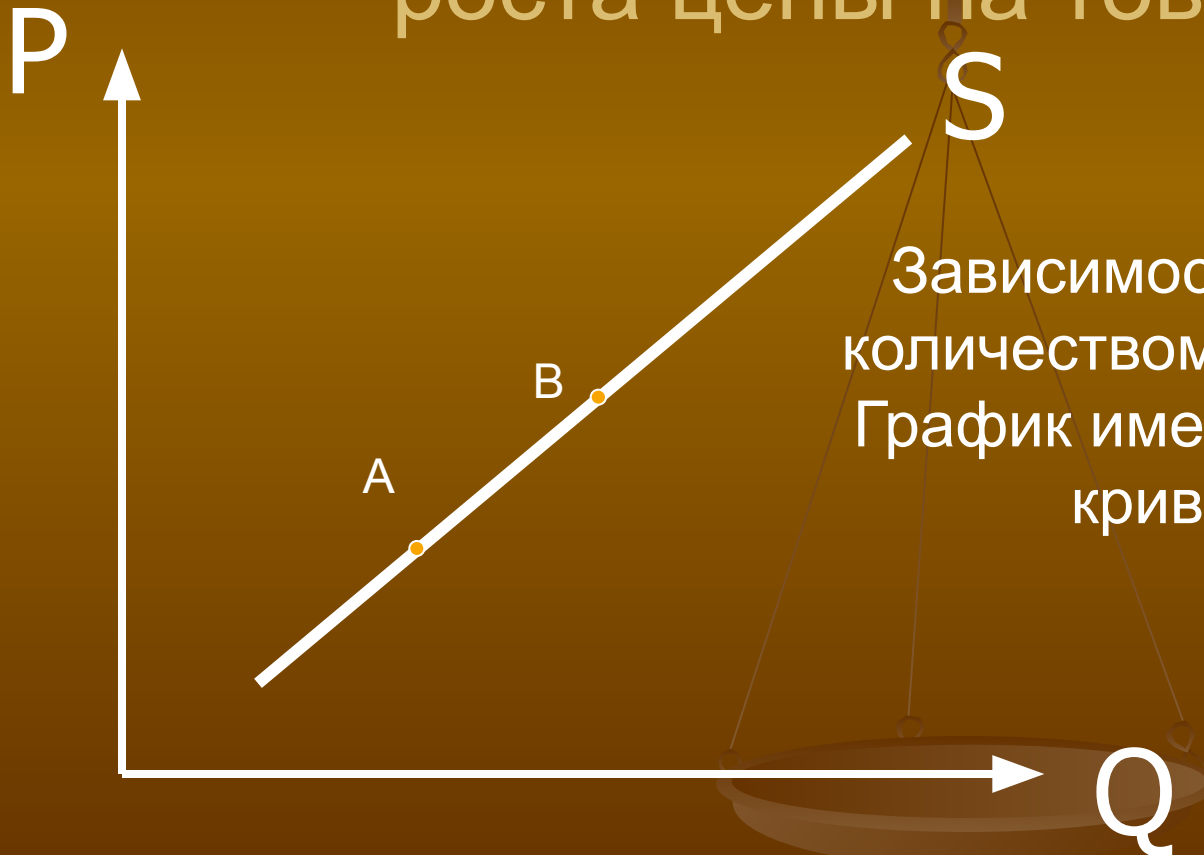


- **ПРЕДЛОЖЕНИЕ** – возможность и желание продавцов предлагать свои товары на рынке по определенным ценам.
- **ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ** – количество товара, которое производители хотят и могут произвести и предложить к продаже по данной цене в течение определенного промежутка времени.



Закон предложения:

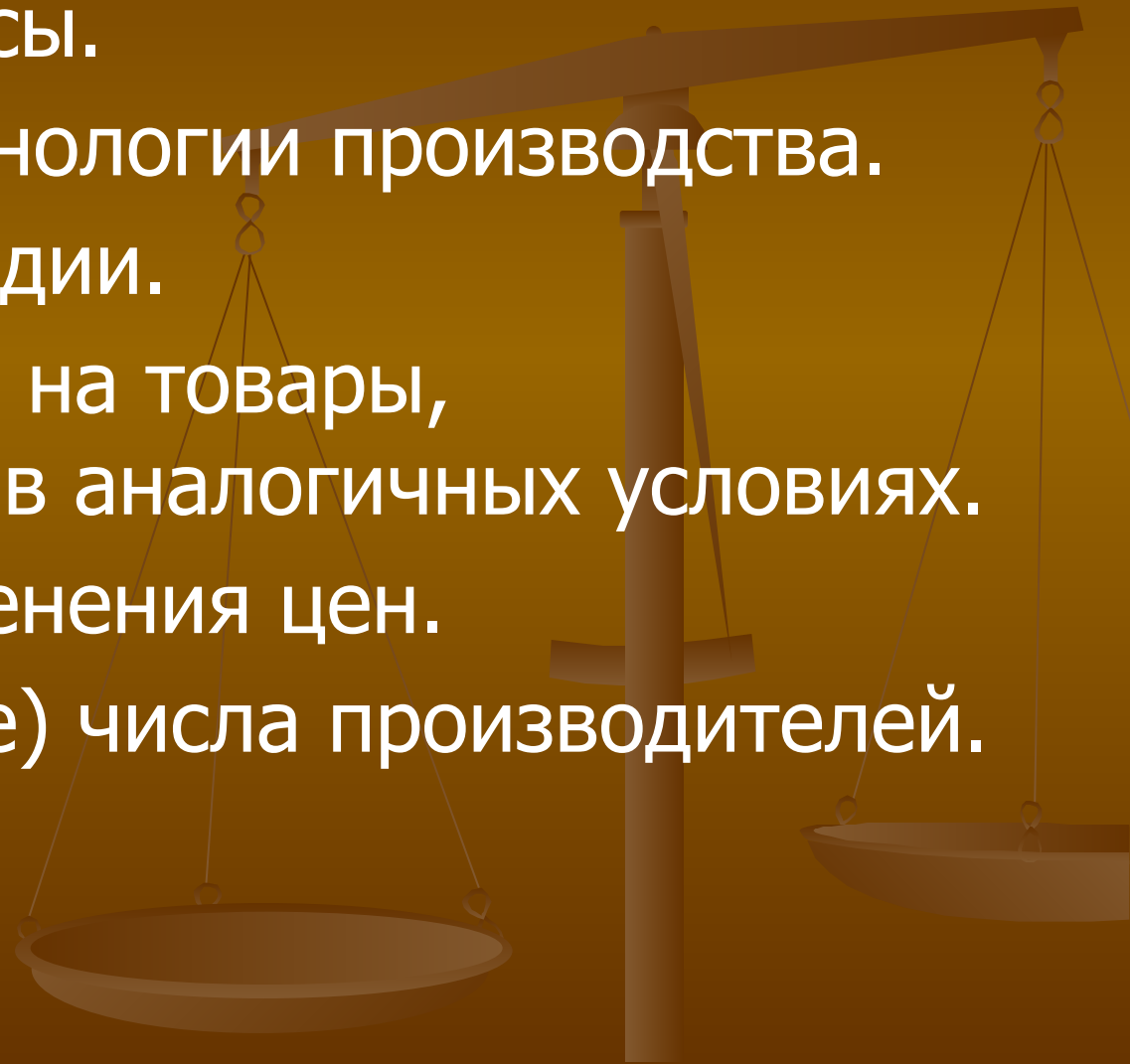
при прочих равных условиях величина предложения увеличивается по мере роста цены на товары.



Зависимость между ценой и количеством товаров — прямая. График имеет вид восходящей кривой (прямой)
 $Q = f(P)$

Факторы, влияющие на величину предложения

- Цены на ресурсы.
- Изменение технологии производства.
- Налоги и субсидии.
- Изменение цен на товары, производимые в аналогичных условиях.
- Ожидание изменения цен.
- Рост (снижение) числа производителей.



Эластичность спроса и предложения



Эластичность спроса по цене

показывает степень изменения величины спроса в результате изменения цены на товар (рассчитывается показатель по модулю !)

$$E_{DP} = \frac{\Delta Q / Q_{\text{ср.}}}{\Delta P / P_{\text{ср.}}}$$

Эластичность спроса по доходу характеризует степень изменения объема спроса на товар при изменении величины дохода потребителя.

$$E_{DI} = \frac{\Delta Q / Q_{\text{ср.}}}{\Delta I / I_{\text{ср.}}}$$

Если $E_{DI} > 0$, то товары потребителя повышенного качества.

Если $E_{DI} < 0$, то товары низшего качества.

Перекрестная эластичность спроса характеризует реакцию потребителя на приобретение одного товара в результате изменения цены на другой товар.

$$E_{x,y} = \frac{\Delta Q_x / Q_{\text{ср.}x}}{\Delta P_y / P_{\text{ср.}y}}$$

Если $E_{x,y} > 0$, то товары x и y – субституты (взаимозаменяемые товары).

Если $E_{x,y} < 0$, то товары x и y – компоненты (дополняют друг друга).

Формы эластичности

- **эластичный спрос ($E_D > 1$)**. Величина спроса изменяется в большей степени, чем цены. Например, рост цены на 1% вызывает снижение величины спроса на 4%;
- **неэластичный спрос ($E_D < 1$)**. Величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цена. Например, рост цены на 1% приводит к снижению спроса лишь на 0,3%;
- **единичная эластичность спроса ($E_D = 1$)**. На каждый 1% изменения цены количество спроса изменяется на 1%;
- **совершенно эластичный спрос ($E_D = \infty$)**. Величина спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены. Кривая спроса строго горизонтальна;
- **совершенно неэластичный спрос ($E_D = 0$)**. Величина спроса абсолютно не меняется при изменении цены. Такой спрос представлен вертикальной кривой спроса.

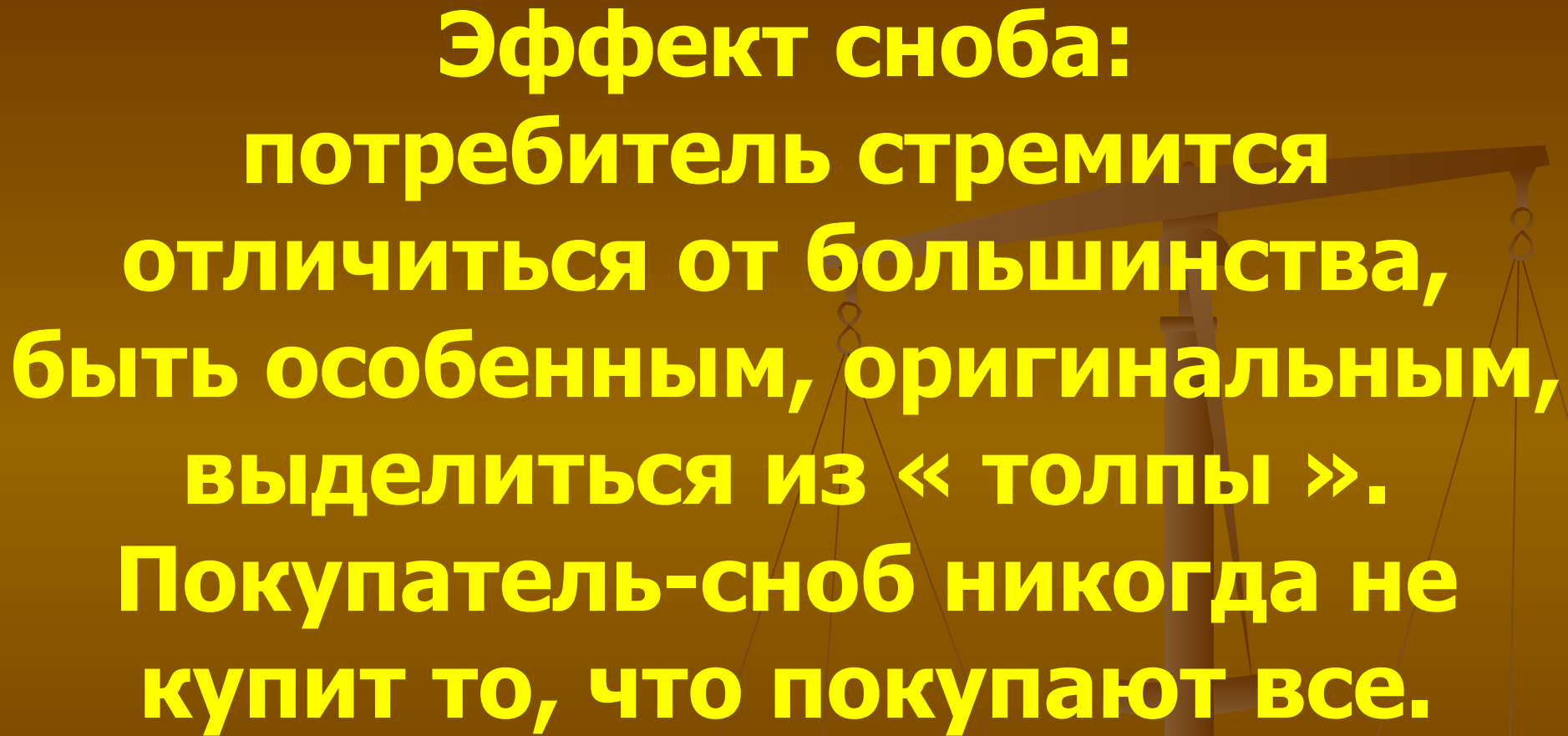
Эффект замещения - с ростом цен потребители переключаются с подорожавших товаров на их заменители.

Эффект дохода – проявляется при снижении цены на товар, приобретаемый потребителем.

Эффект присоединения к большинству:
побуждает потребителя покупать то, что
покупают все.

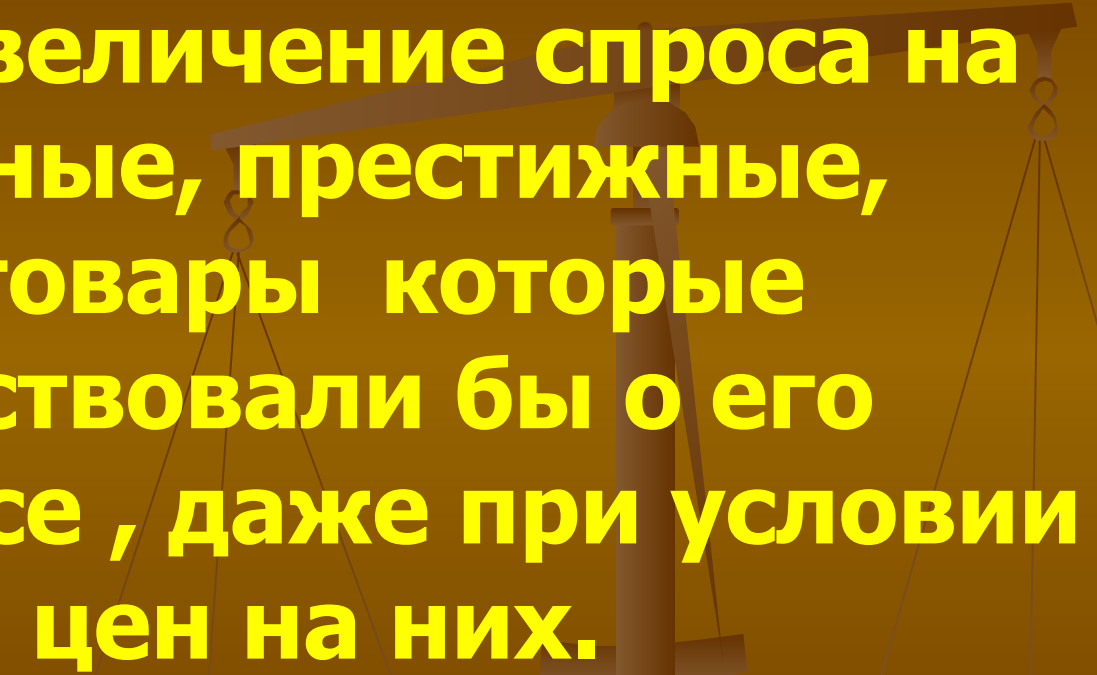
Большая доля этого эффекта вызывается
таким социальным понятием как мода.
Человек стремится приобрести тот товар,
который в данный момент приобретает
большинство других покупателей, чтобы
чувствовать себя наравне с ними, выдержать
общий стиль.



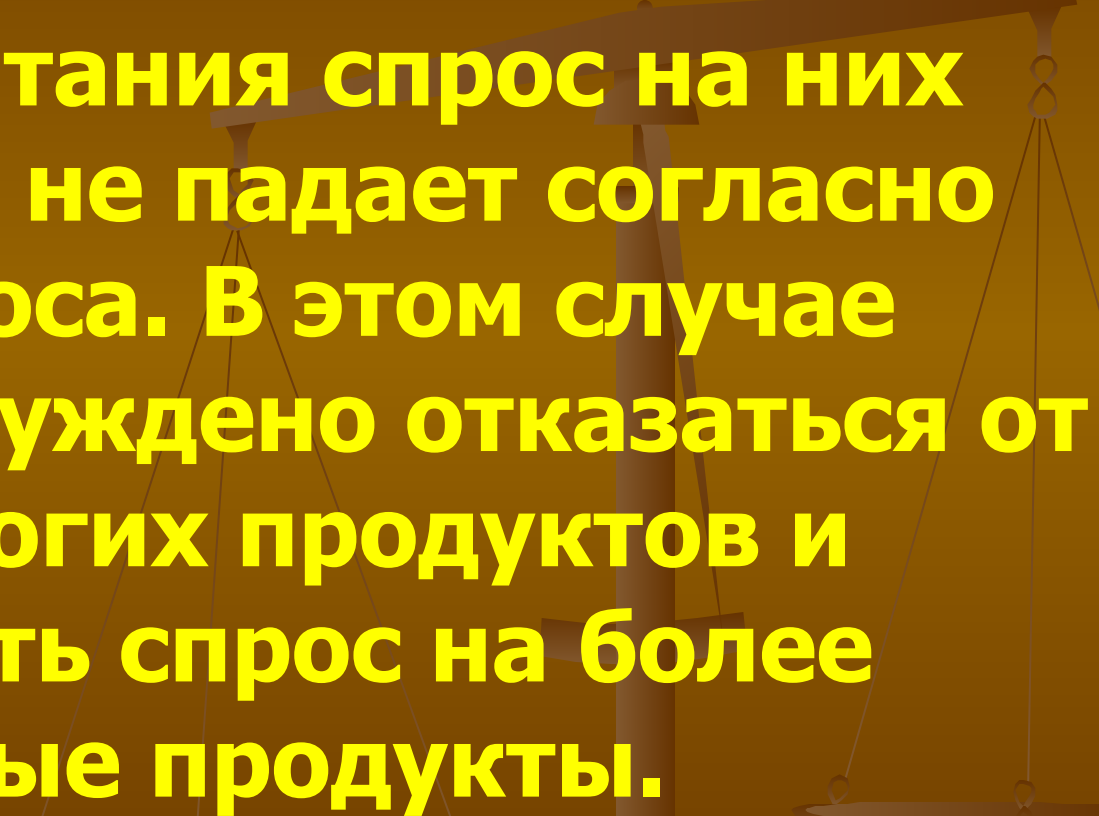


Эффект сноба:
потребитель стремится
отличиться от большинства,
быть особенным, оригинальным,
выделиться из « толпы ». **Покупатель-сноб никогда не
купит то, что покупают все.**

Эффект Веблена:
показное потребление для которого
характерно увеличение спроса на
эсклюзивные, престижные,
дорогие товары которые
свидетельствовали бы о его
высоком статусе , даже при условии
роста цен на них.

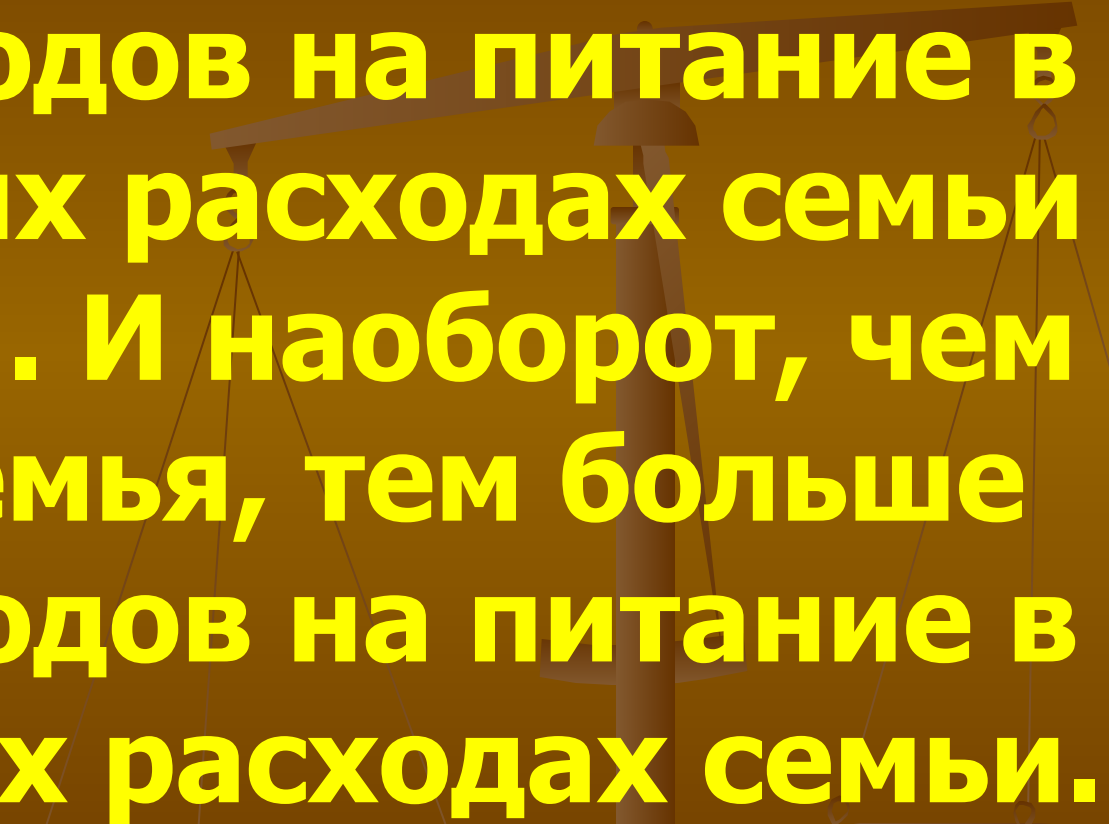


Эффект Гиффена - при повышении цен на важные для малообеспеченных слоев населения продукты питания спрос на них возрастает, а не падает согласно закону спроса. В этом случае население вынуждено отказаться от более дорогих продуктов и увеличивать спрос на более дешевые продукты.

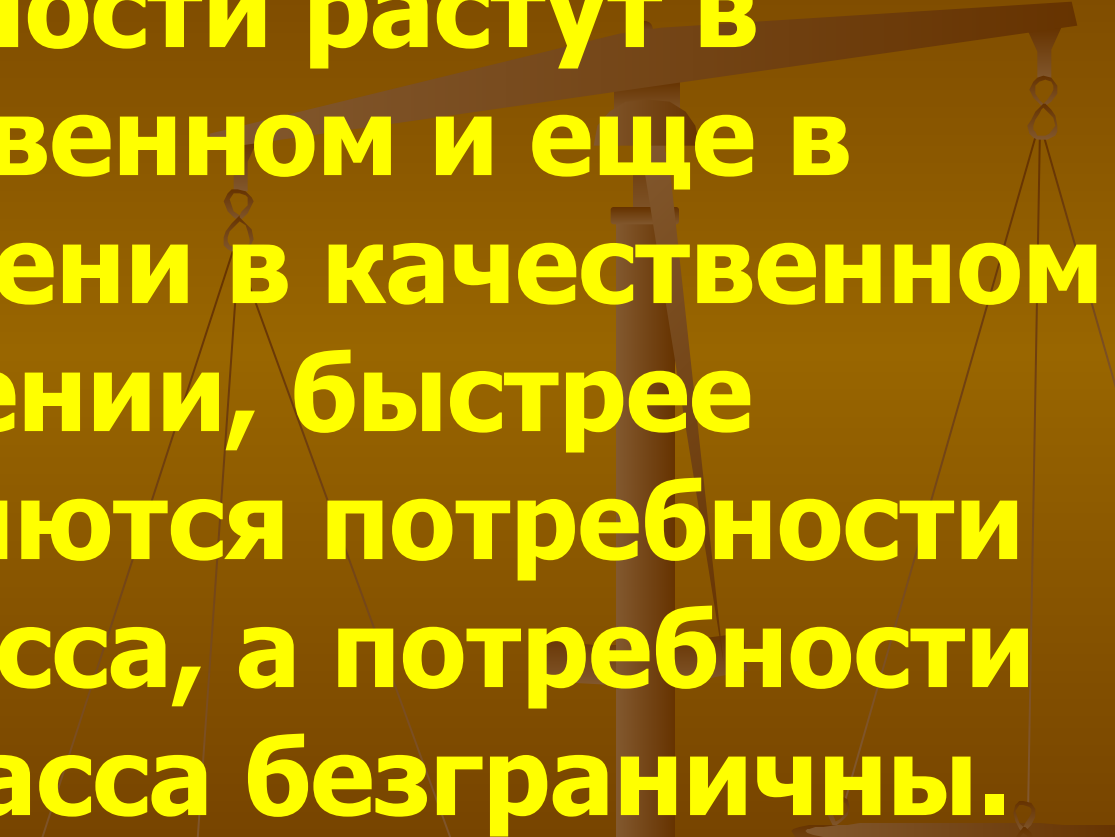


Закон Энгеля:

**с ростом доходов населения
доля расходов на питание в
совокупных расходах семьи
снижается. И наоборот, чем
беднее семья, тем больше
доля расходов на питание в
совокупных расходах семьи.**



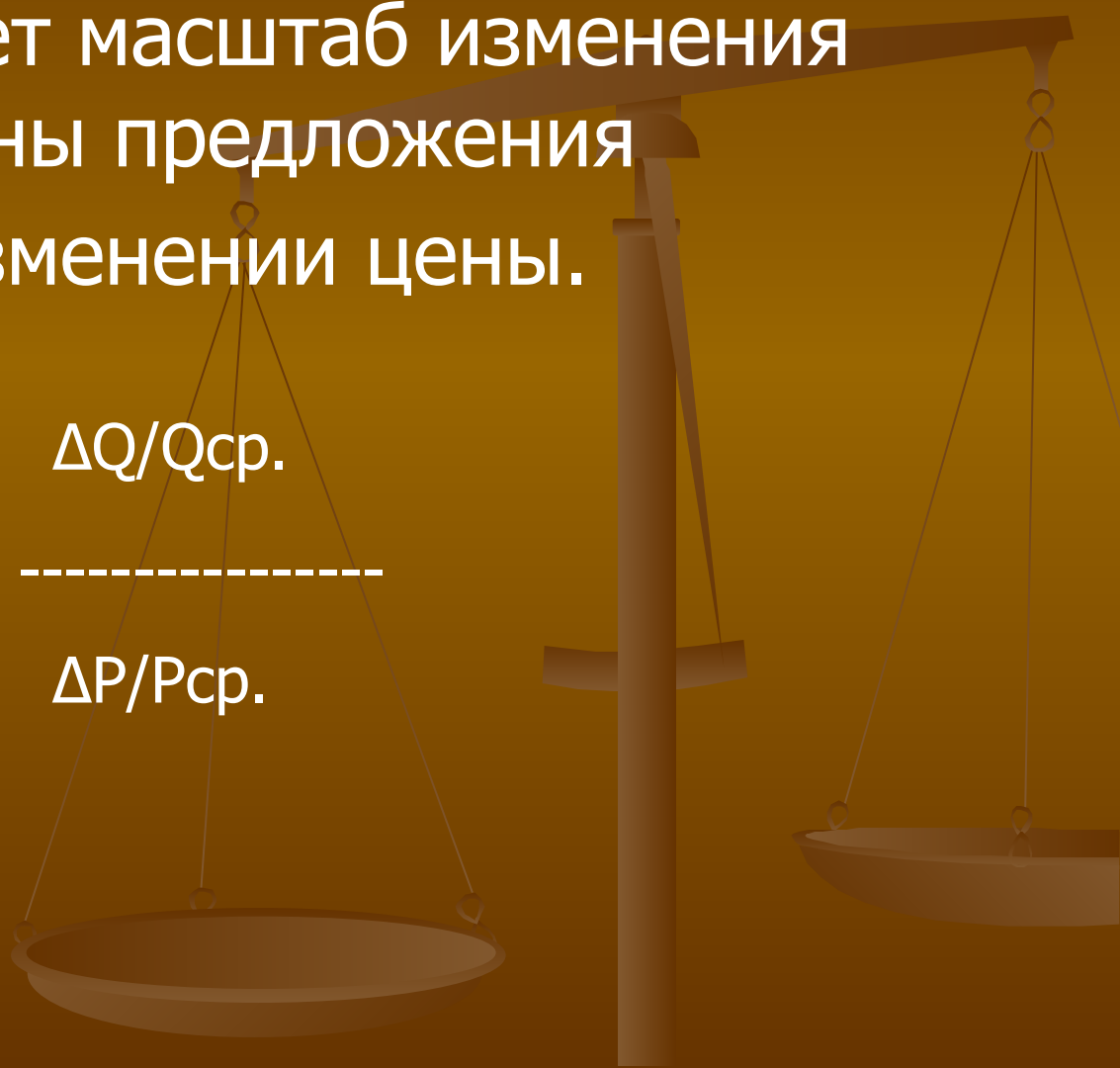
**Закон возвышения
потребностей:
потребности растут в
количественном и еще в
большей степени в качественном
выражении, быстрее
удовлетворяются потребности
низшего класса, а потребности
высшего класса безграничны.**



Эластичность предложения

характеризует масштаб изменения
величины предложения
при изменении цены.

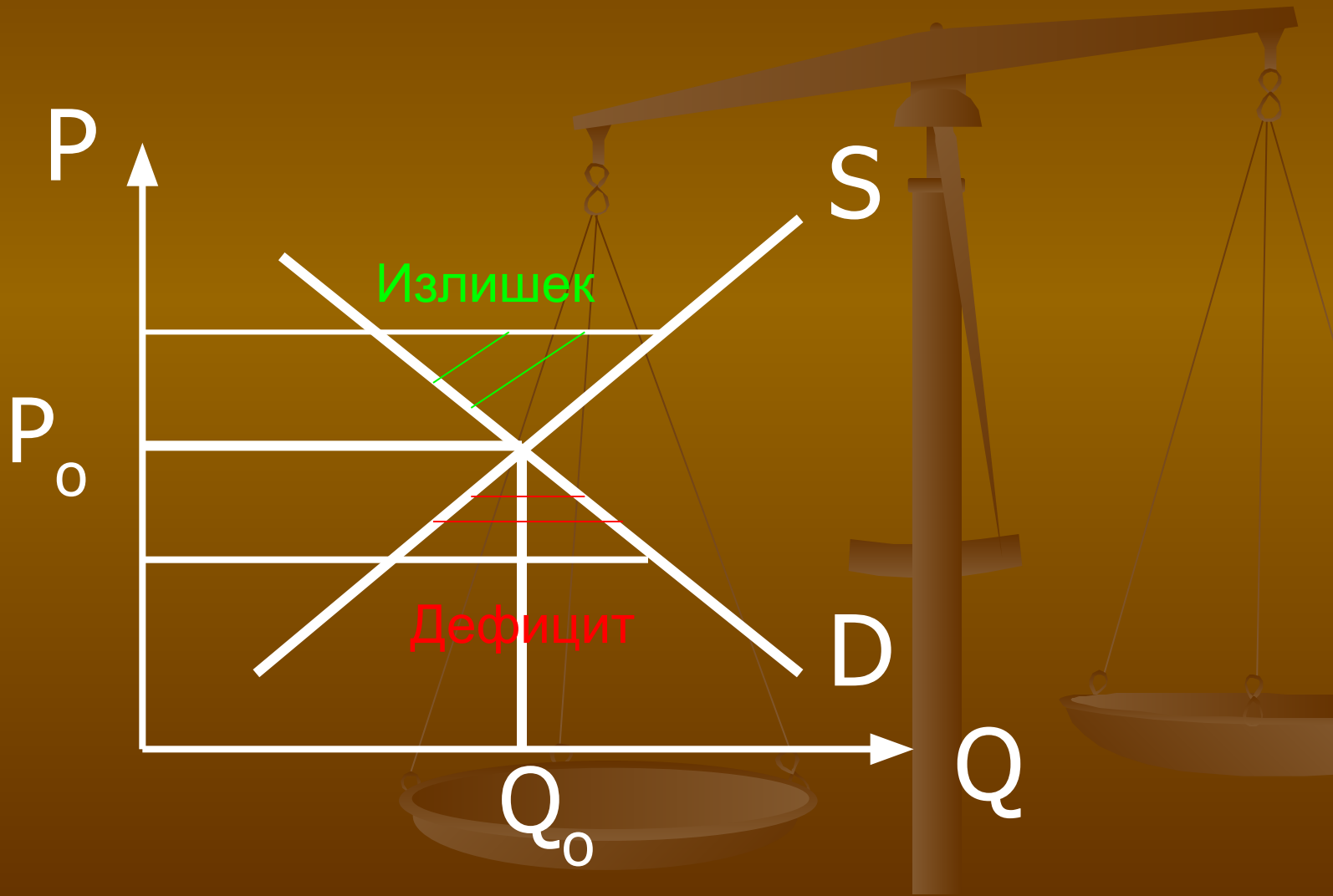
$$E_s = \frac{\Delta Q / Q_{\text{ср.}}}{\Delta P / P_{\text{ср.}}}$$



Рыночное равновесие



Условие равновесия:
спрос = предложение



Равновесная цена – цена,
уравновешивающая спрос и
предложение в результате
действия конкурентных сил

