

# **Теория спроса и предложения.**

## **Тема 6. Теория спроса и предложения.**

Вопросы: 1. Спрос. Функция спроса. Закон спроса.

2. Парадоксы закона спроса.

3. Неценовые факторы спроса.

4. Рыночный спрос.

5. Предложение. Функция предложения. Закон предложения.

6. Неценовые факторы предложения.

7. Рыночное предложение.

8. Предложение в периодах деятельности фирмы.

**ДЗ:** 1. Неценовые факторы спроса.

2. Виды спроса по Ф. Котлеру.

3. Неценовые факторы предложения.

4. Метод горизонтального суммирования спроса и предложения.

# Спрос (demand)

- **Спрос (D)** - желание купить определенное количество товара по определённой цене, при определенных условиях, в данное время.
- **Виды спроса:**
  - индивидуальный
  - рыночный
  - совокупный (макроэкономика)
- **Функция спроса:**  $Q_{Dx} = f P_x$ , неценовые факторы  
линейная зависимость  $Q_{Dx} = a - b P_x$
- **Цена спроса** - максимальная (резервная) цена, которую готов платить за товар покупатель. Зависит от предельной полезности (MU)

# **Закон спроса**

**При прочих равных условиях снижение цены товара сопровождается увеличением объема спроса.**

**Обоснование закона спроса:**

- эмпирические наблюдения
- закон убывающей предельной полезности
- эффект дохода
- эффект замещения

## **Парадоксы закона спроса**

Парадокс Гиффена

Эффект Веблена

Цена как показатель качества

Инфляционные ожидания

# Неценовые факторы спроса

доход потребителя ( $I$ )

цена на товары-субституты ( $P_y$ ) и комплименты ( $P_z$ )

...

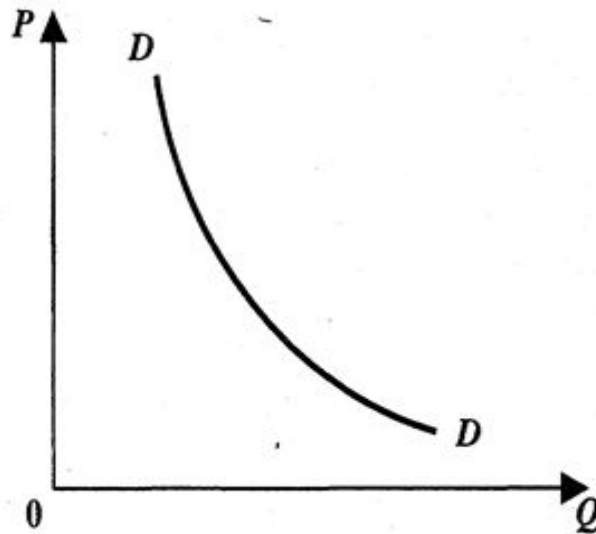


Рис. 13.1.1

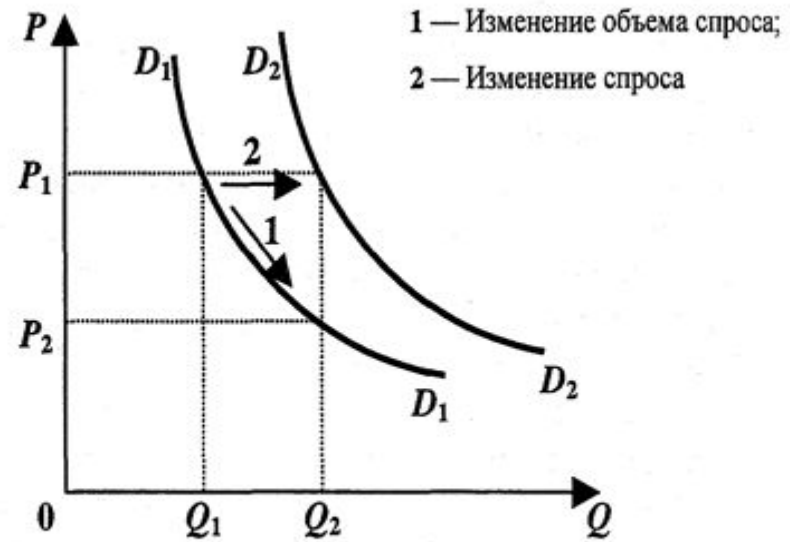


Рис. 13.1.2

# Рыночный спрос

- Это спрос всех покупателей на рынке данного товара.
- Графически основан на методе **горизонтального суммирования**.
- Отражает поведение покупателей на рынке.

Х.Лейбенстайн (1976г.) выделил три типичных случая взаимного влияния потребителей друг на друга:

- ✓ эффект присоединения к большинству, поведение подражательства
- ✓ эффект сноба, обратный эффект, поведение «бегство от очередей»
- ✓ эффект Веблена, эффект престижного, показного потребления;

# Ф. Котлер « Основы маркетинга»

## 8 состояний спроса

- отрицательный спрос
- отсутствие спроса
- скрытый спрос
- падающий спрос
- нерегулярный спрос
- полноценный спрос
- чрезмерный спрос
- нерациональный спрос

# Предложение (supply)

- **Предложение (S)** – желание продавца предоставить на рынок определённое количество товара по определённой цене, при определенных условиях, в данное время.
- **Виды предложения:**
  - индивидуальное
  - рыночное
  - совокупное (макроэкономика)
- **Функция предложения:**  $Q_{sx} = f P_x$ , неценовые факторы
- **Цена предложения** - минимальная (резервная)цена, по которой готов продать товар продавец, зависит от предельных издержек (МС)



# **Закон предложения**

**При прочих равных условиях увеличение цены сопровождается ростом объема предложения**

- Предполагает «вымывание» дешевого ассортимента
- Предполагает продвижение товаров на рынки с более высокими ценами
- Не действует на отдельных рынках и в отдельных периодах

# Неценовые факторы предложения

Капитал( $K$ ), цены ресурсов ( $R$ ), цены субститутов ( $P_y$ ) и  
КОМПЛИМЕНТОВ ( $P_z$ ),...

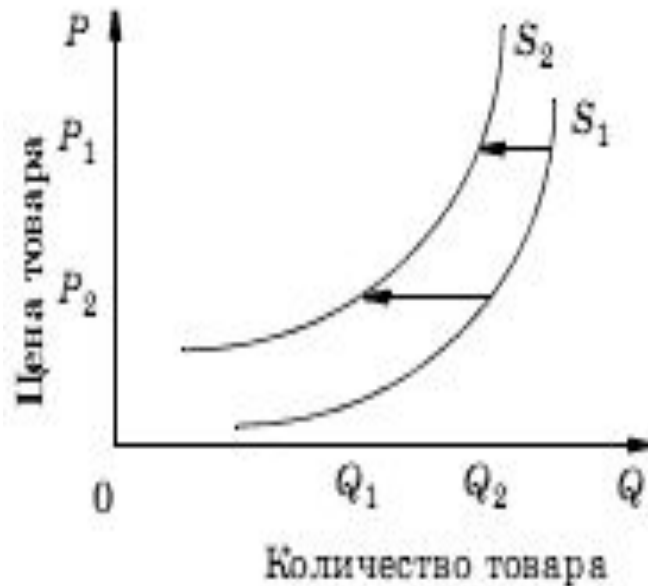


Рис. 3. Изменение предложения



Рис. 4. Изменение величины предложения

# Рыночное предложение

- Предложение всех производителей на рынке данного товара, отраслевое предложение.
- Характеризует тип рынка.
- Графически основано на методе **горизонтального суммирования.**

# Предложение в периодах

**Период** анализа деятельности фирмы (рынка) характеризует возможность использования факторов производства и производственных мощностей (ПМ) при данной технологии.

- **Мгновенный период** (очень короткий) -  $S_1$

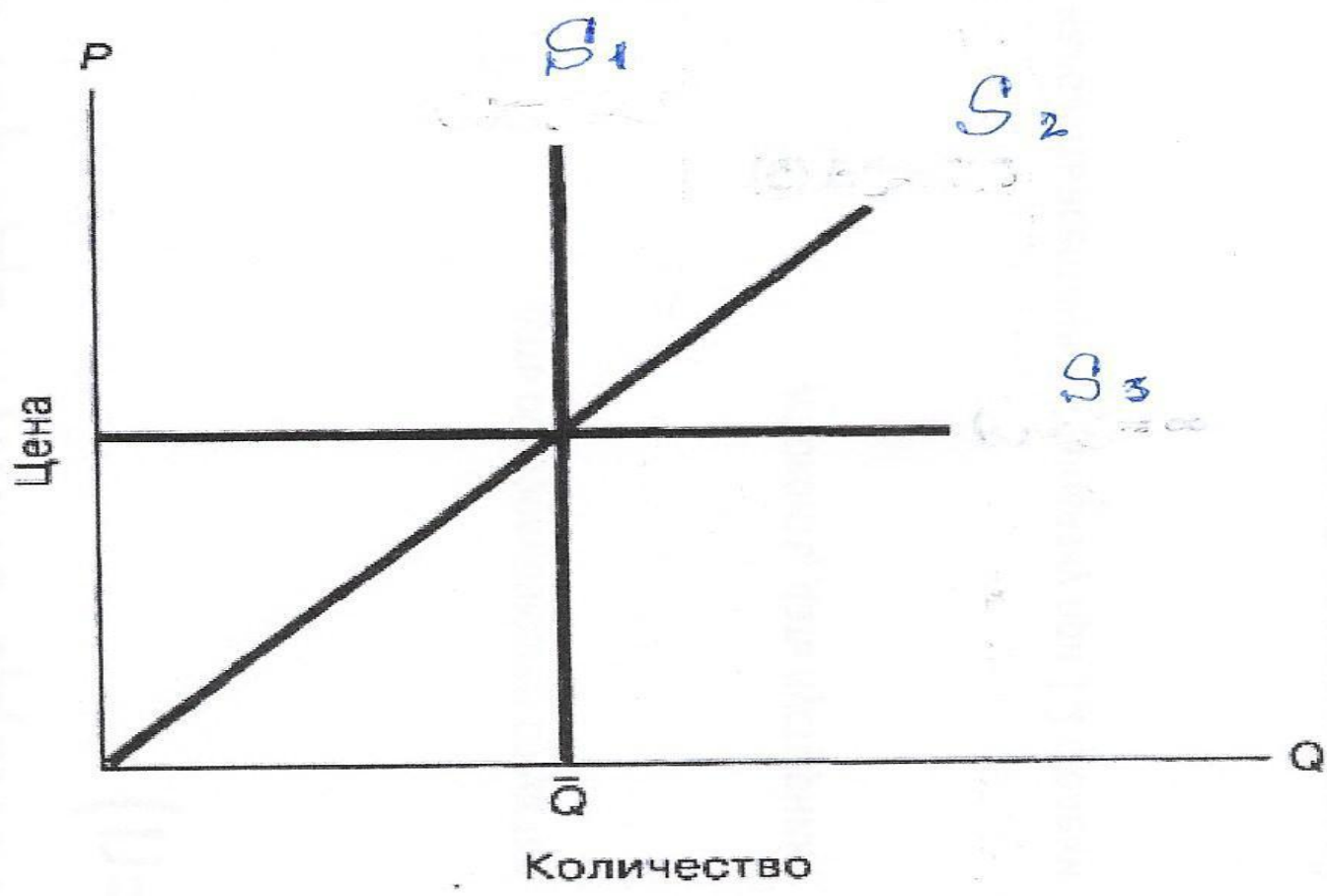
$$P \neq \text{const} \quad Q = \text{const}$$

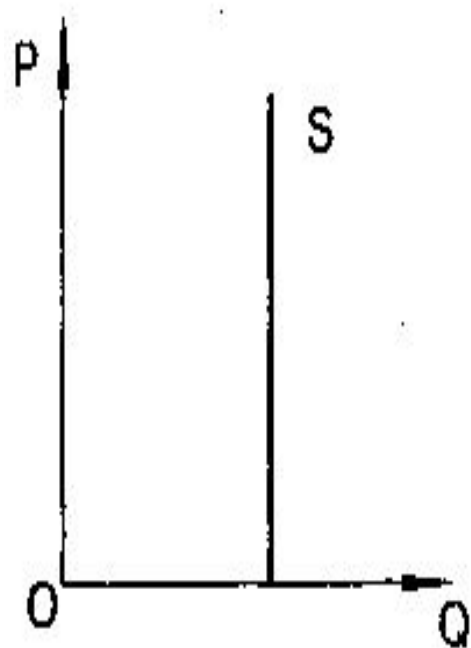
- **Короткий период** (краткосрочный) -  $S_2$

$$P \neq \text{const} \quad Q \neq \text{const}$$

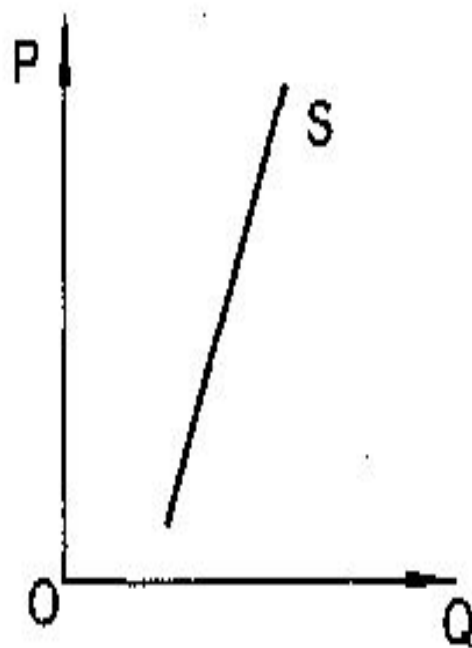
- **Длительный период** (долгосрочный) -  $S_3$

$$P \sim \text{const} \quad Q \neq \text{const}$$

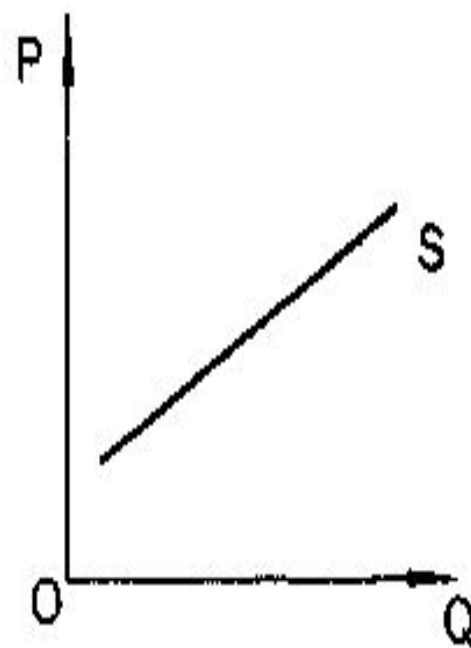




а) Кратчайший рыночный период



б) Краткосрочный период



в) Долговременный период