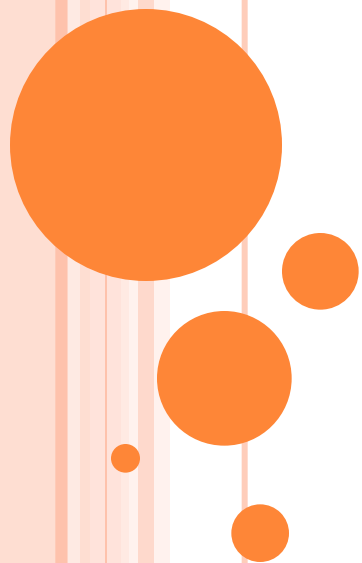


## **ТЕМА 5.**

# **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.

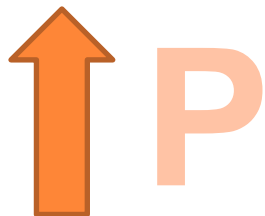


# ЗАКОН СПРОСА

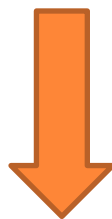
**Закон спроса** – при прочих равных условиях, чем выше цена товара, тем меньше величина спроса на него и наоборот, чем меньше цена, тем больше величина спроса.

$P$  – цена,  $Q$  – величина спроса

**Между ними обратная зависимость**



$P$



$Q$



# Закон спроса объясняется эффектами дохода и замещения



```
graph TD; A[Закон спроса объясняется  
эффектами дохода и  
замещения] --> B[Эффект дохода]; A --> C[Эффект 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

$P_1$

$P_2$

$P_3$

$Q_1$

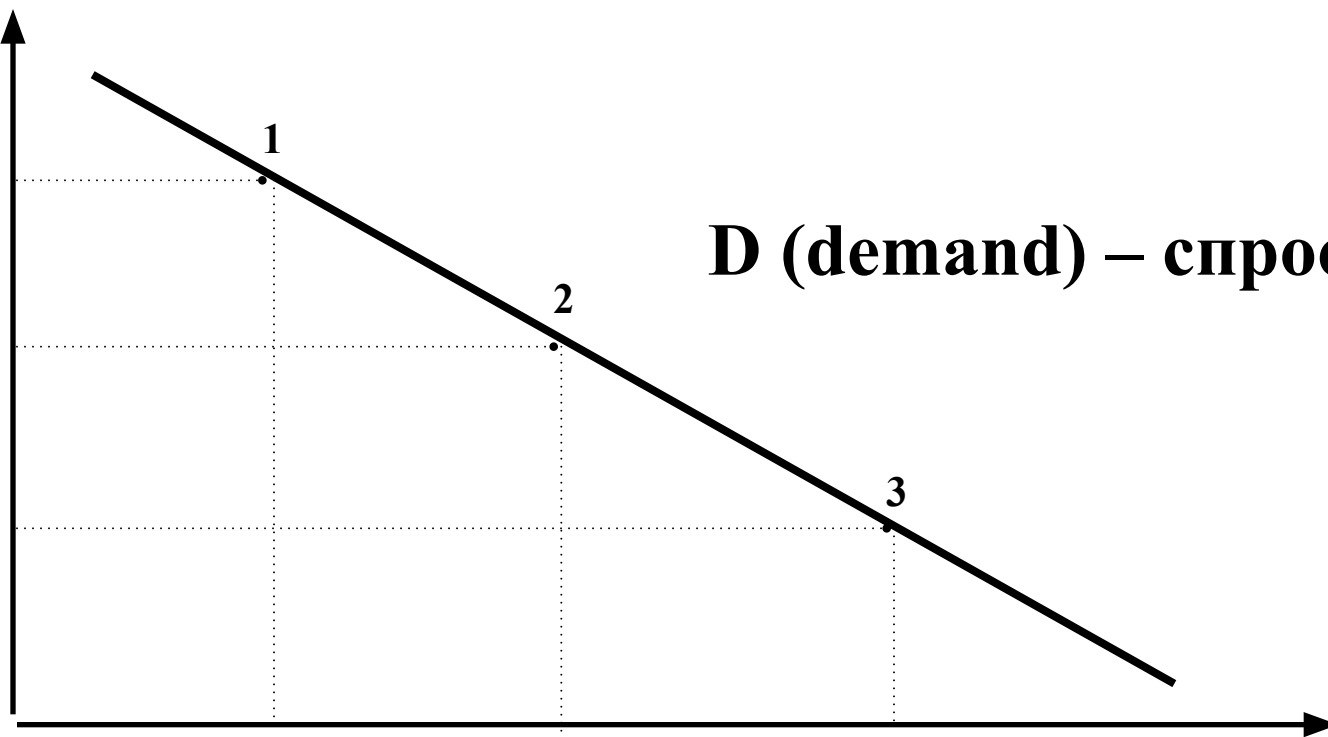
$Q_2$

$Q_3$

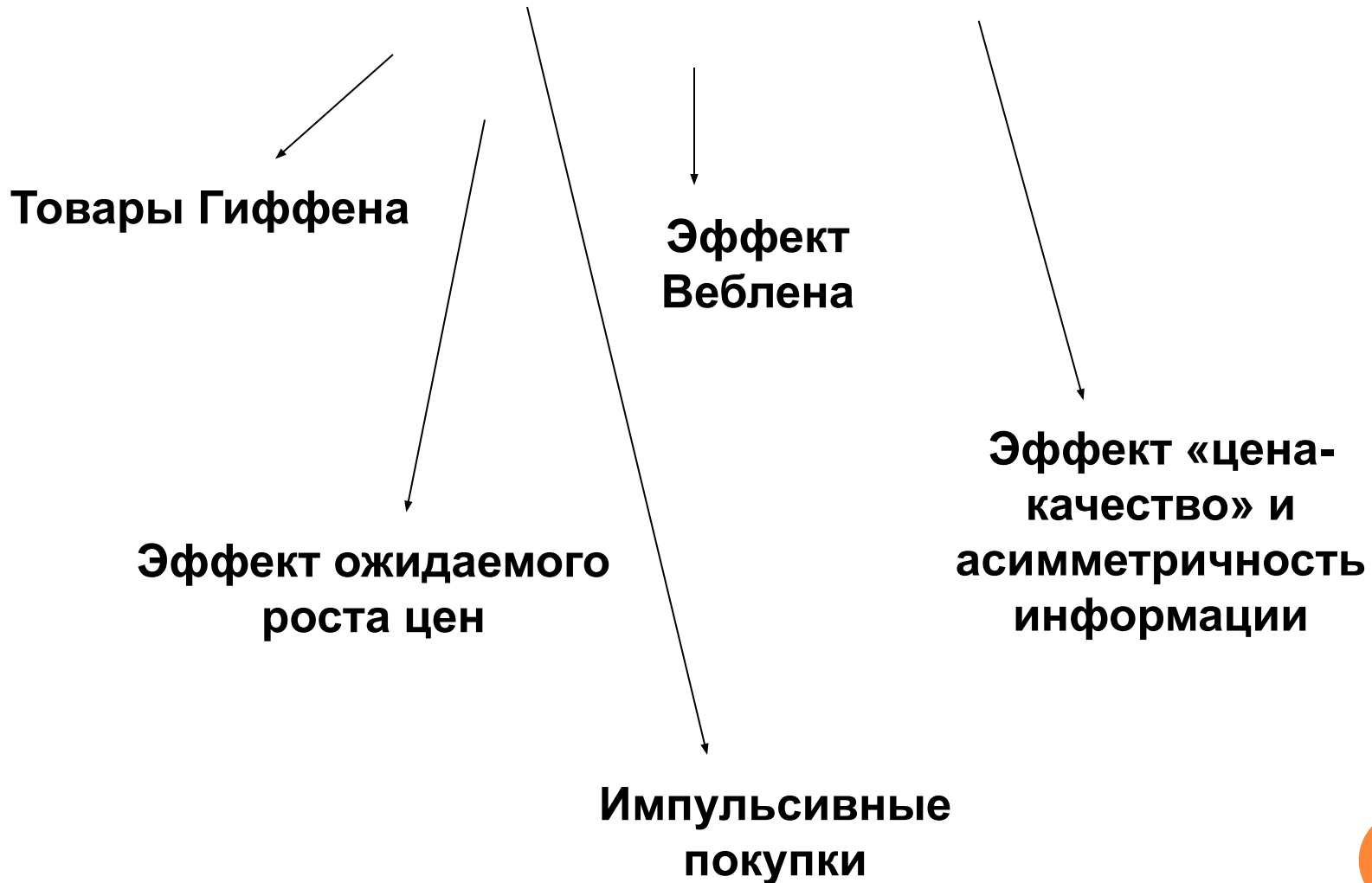
**Q (quantity) –**

количество  
товара

**D (demand) – спрос**



# Исключения из закона спроса

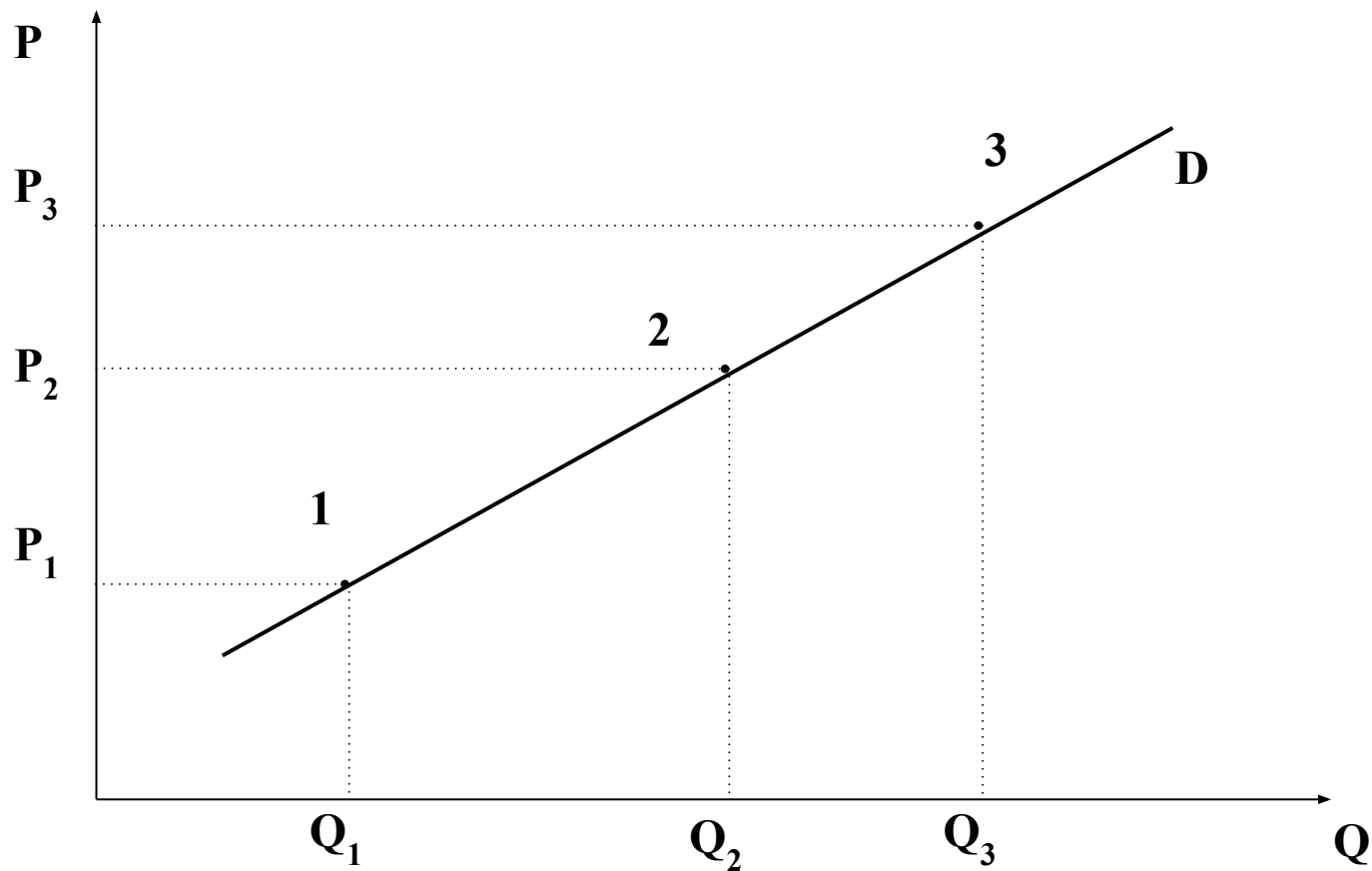


# Товары Гиффена

- 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.

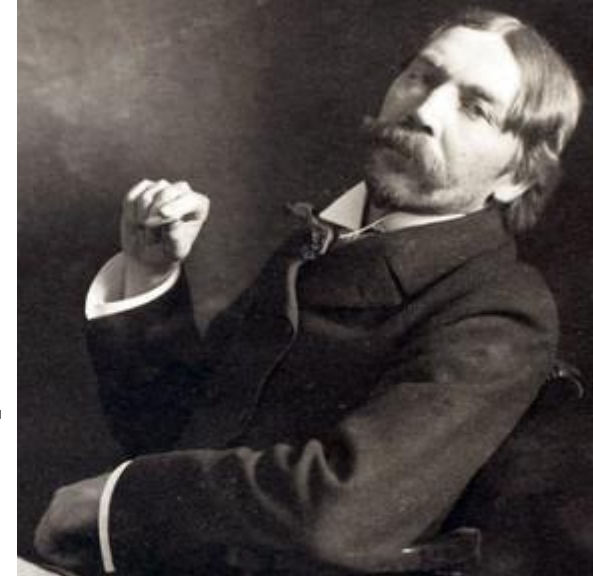


# График функции спроса для товара Гиффена



# 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

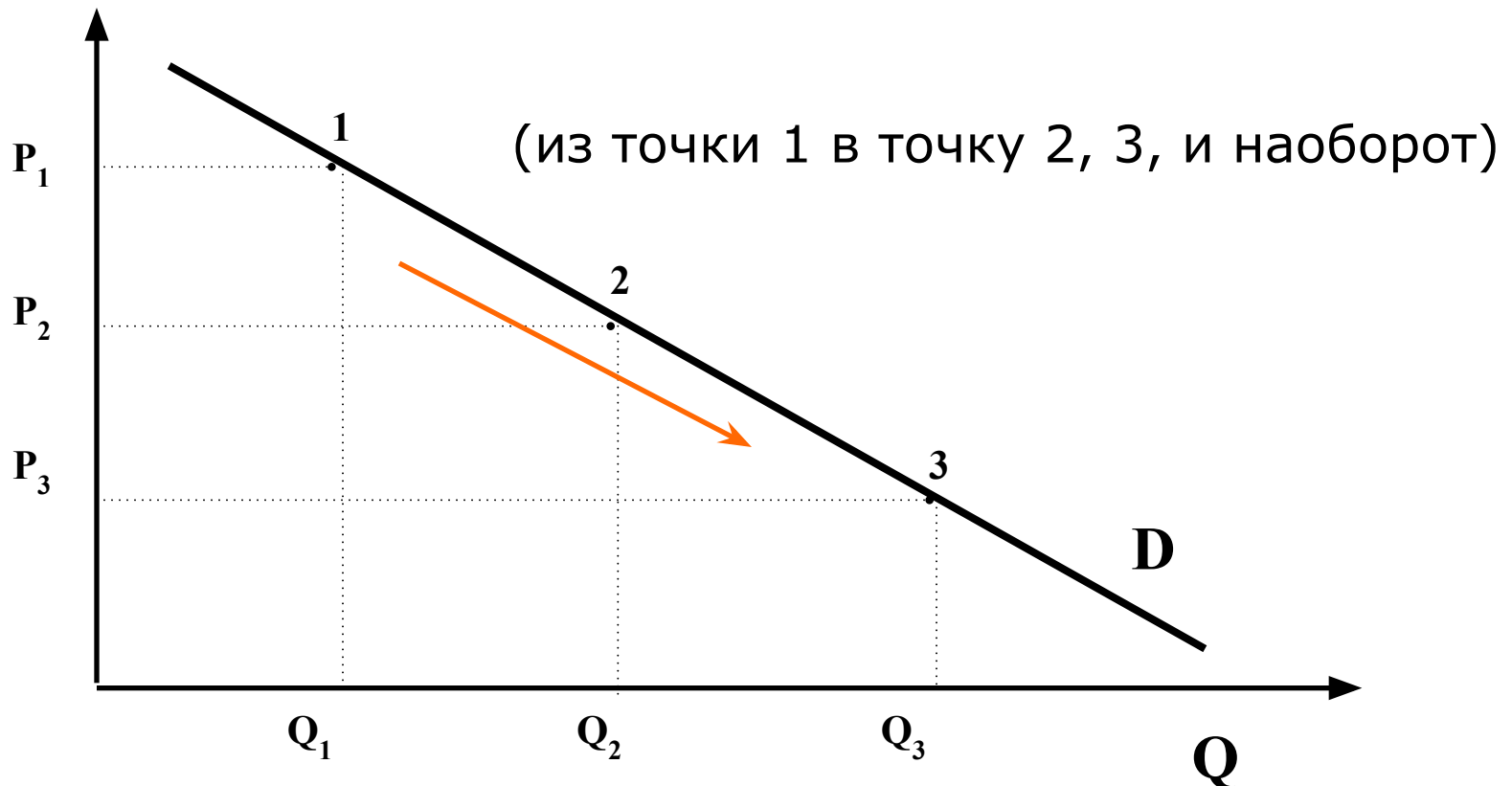
- «Нерациональный» спрос не связан с анализом цен, выбором между разными вариантами
- Спонтанный выбор «здесь и сейчас»
- Легко манипулировать, наука маркетинга



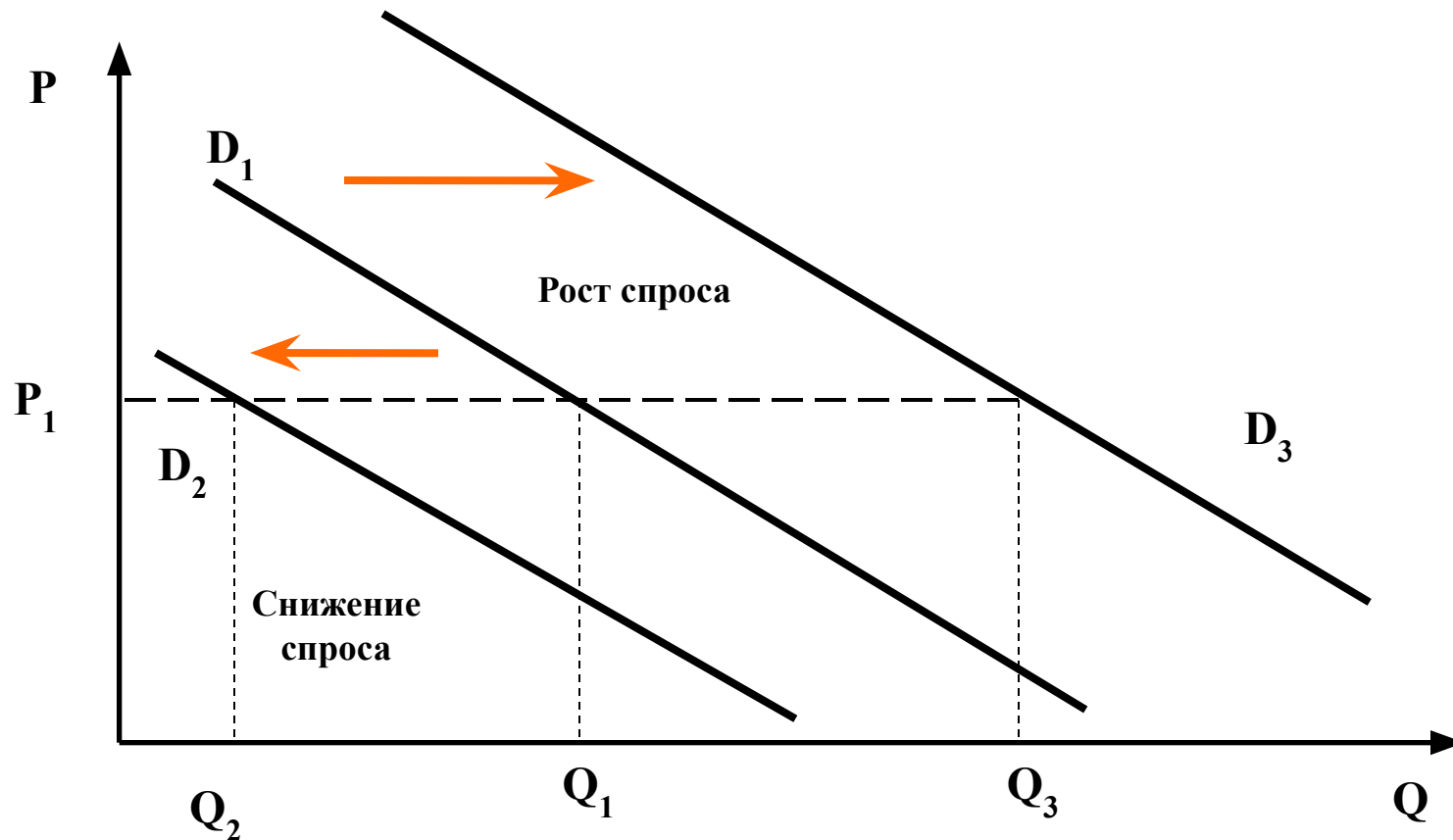
Когда при изменении цены товара изменяется величина покупок, это **изменение величины спроса**. При этом происходит движение **по кривой спроса**

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)**

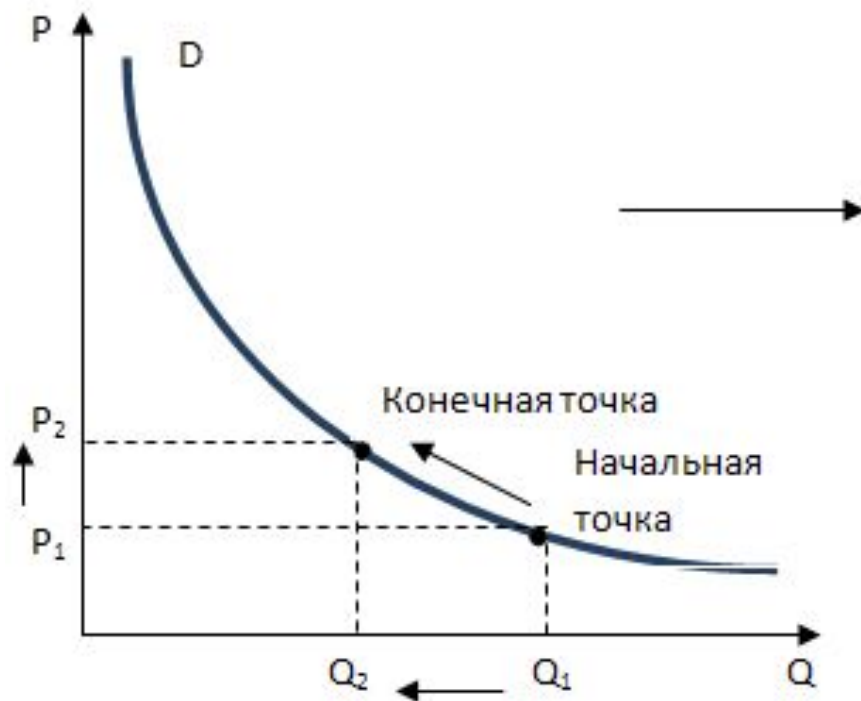
Если цены на товары-заменители растут, то спрос на изучаемый товар также растет;

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

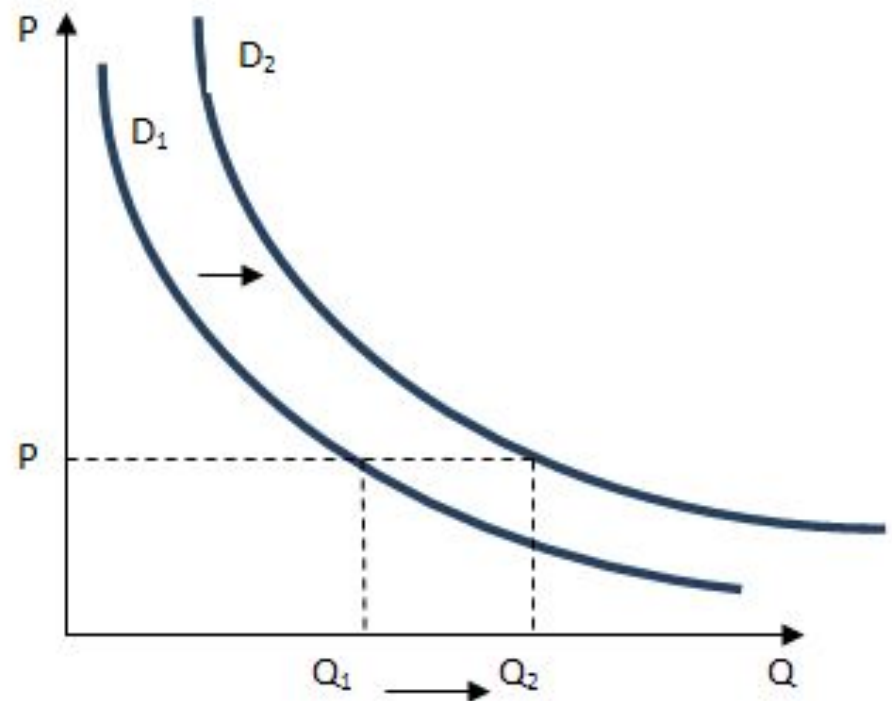


# СУБСТИТУТЫ

Заменяющий товар



Рассматриваемый товар



# Неценовые факторы изменения спроса

## Цены на товары-комплементы

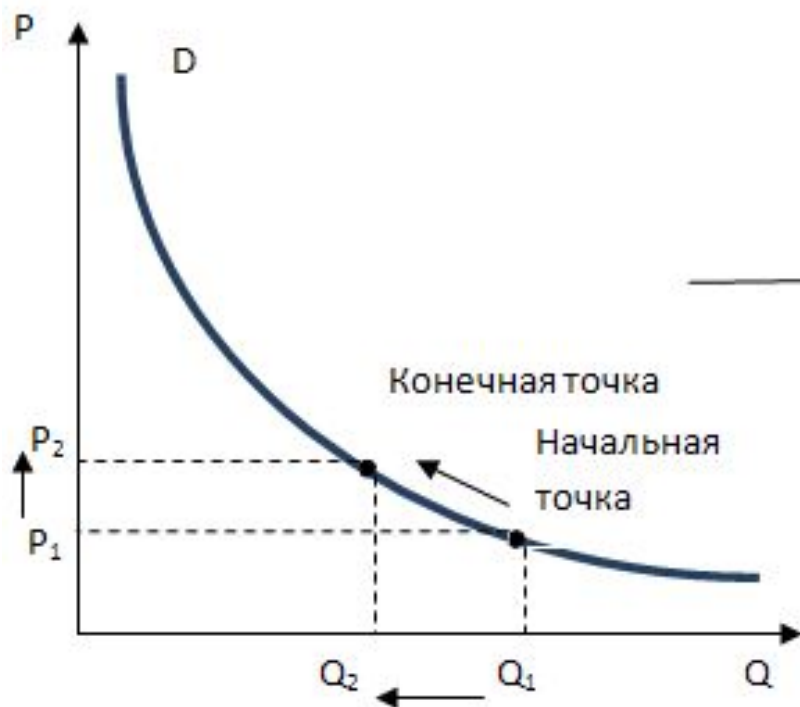
Если цены на товары-дополнители растут, то спрос на изучаемый товар снижается;

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

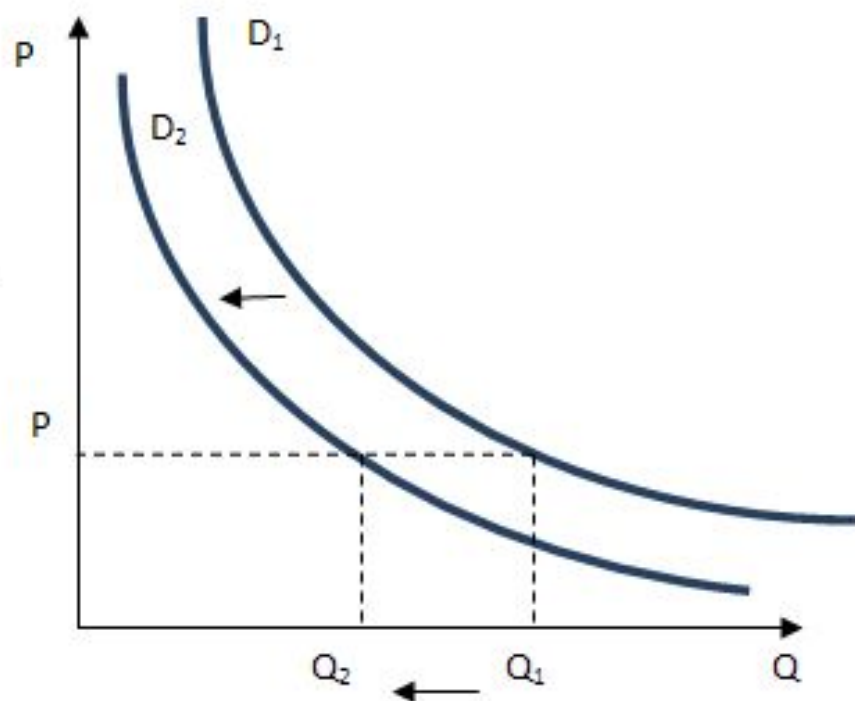


# КОМПЛЕМЕНТЫ

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.



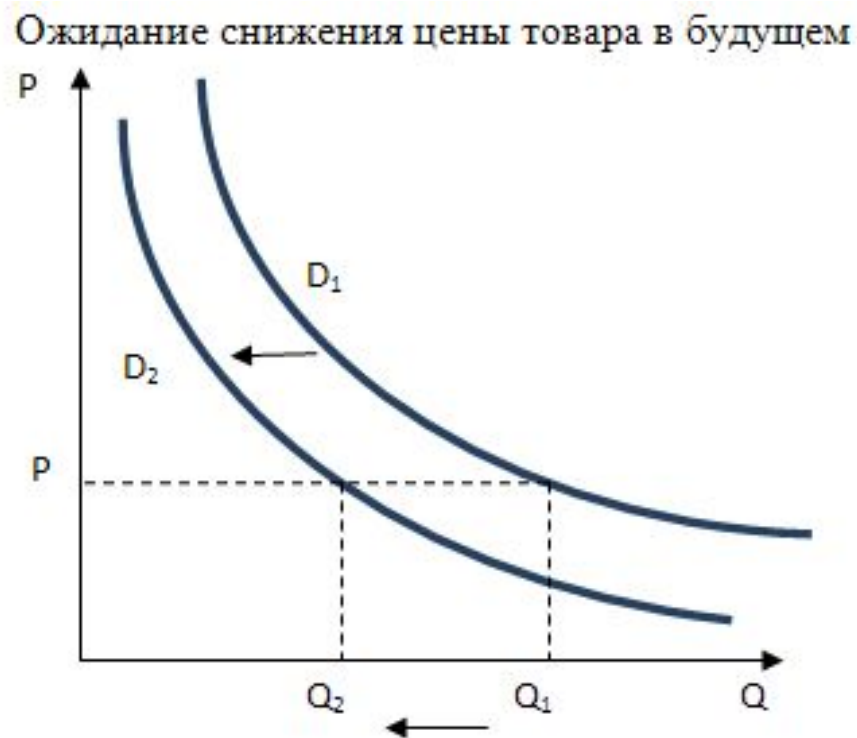
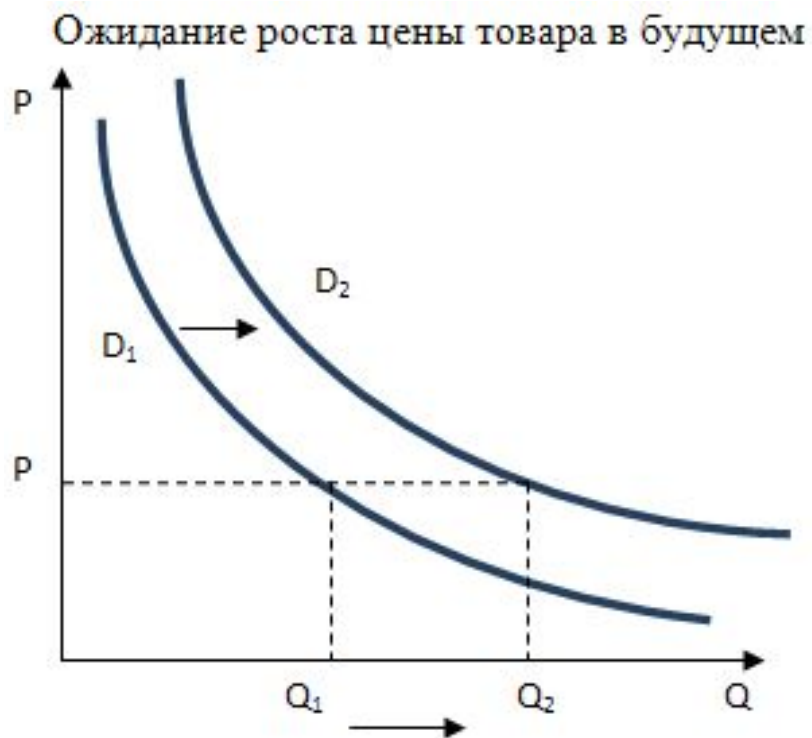
# НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА

- 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.**



# НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА

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

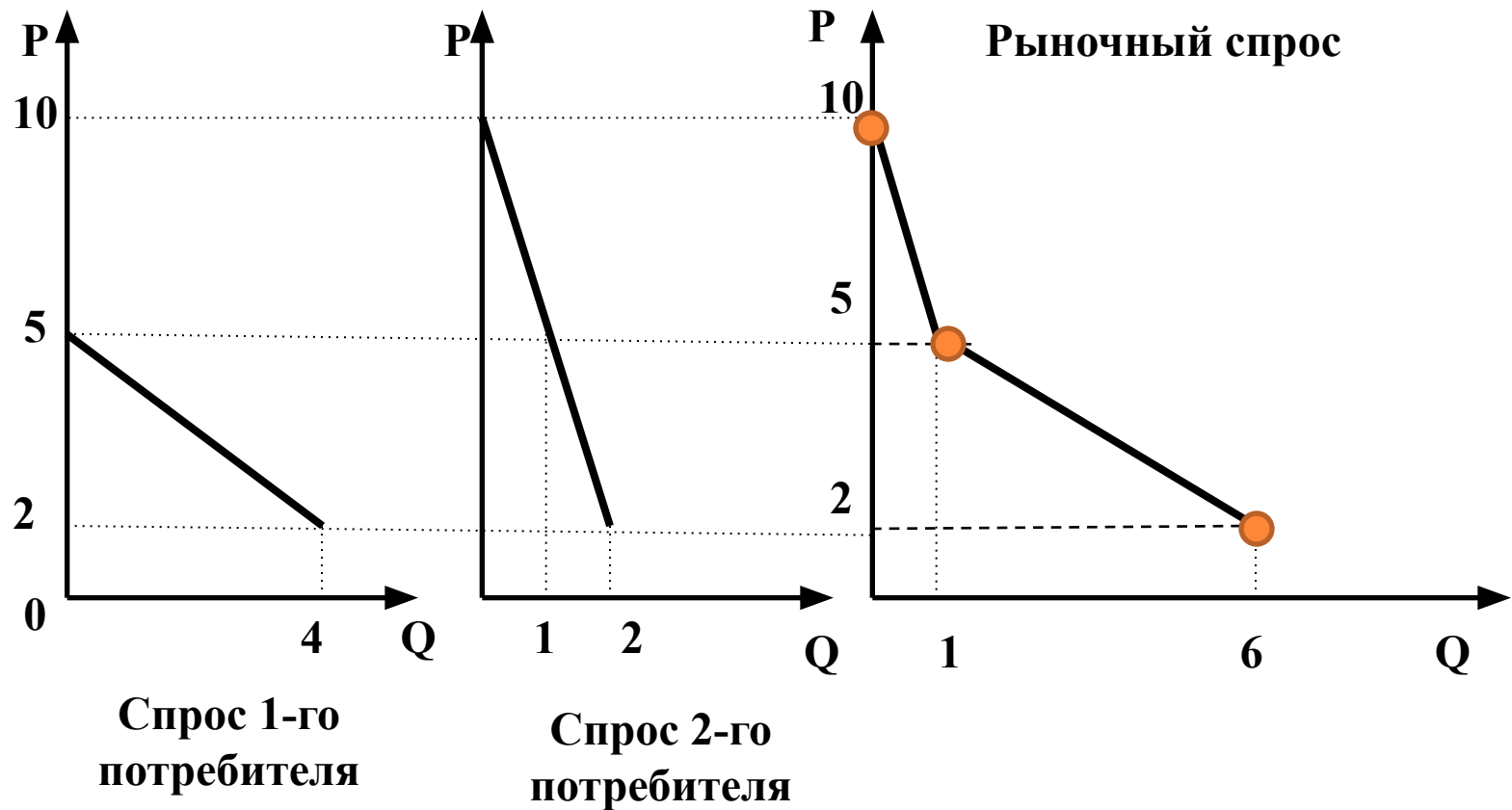


Спрос со стороны отдельного потребителя – это **индивидуальный спрос**.

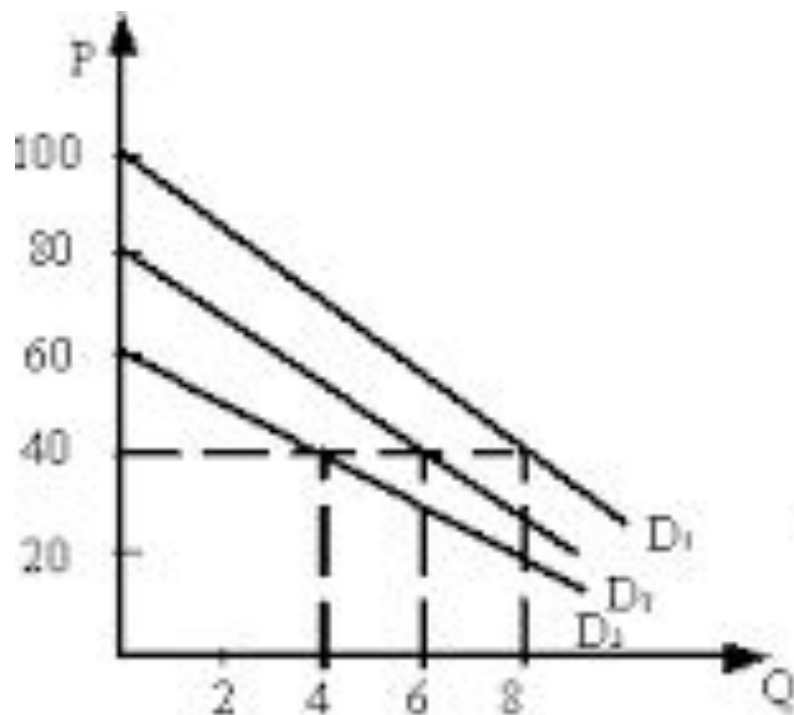
Все потребители данного товара создают **рыночный спрос**.



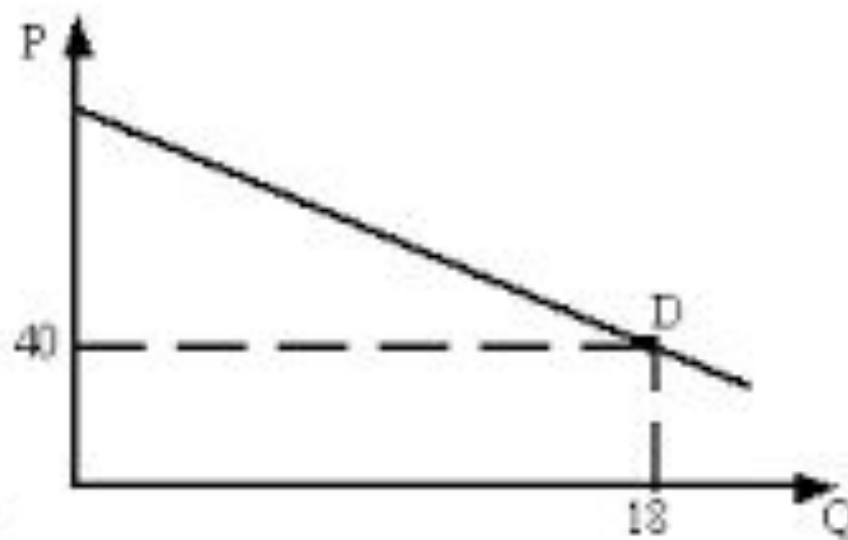
# Суммирование индивидуальных кривых спроса для получения кривой рыночного спроса



# В упрощенном виде:



(a)



(b)



## **Вопрос 2. Предложение. Закон предложения.**

### **График функции предложения. Неценовые факторы предложения.**

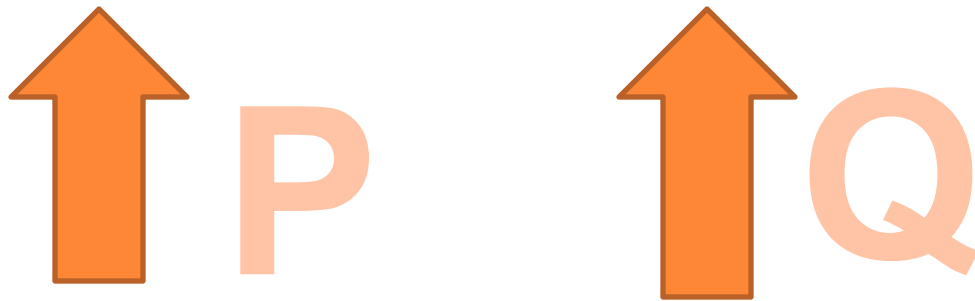
- ▣ **Предложение** – это товары и услуги, которые производители желают и могут произвести и продать в данных экономических условиях.
- ▣ **Величина (объем) предложения** – это количество благ, которое производитель может произвести и продать по определенной цене.



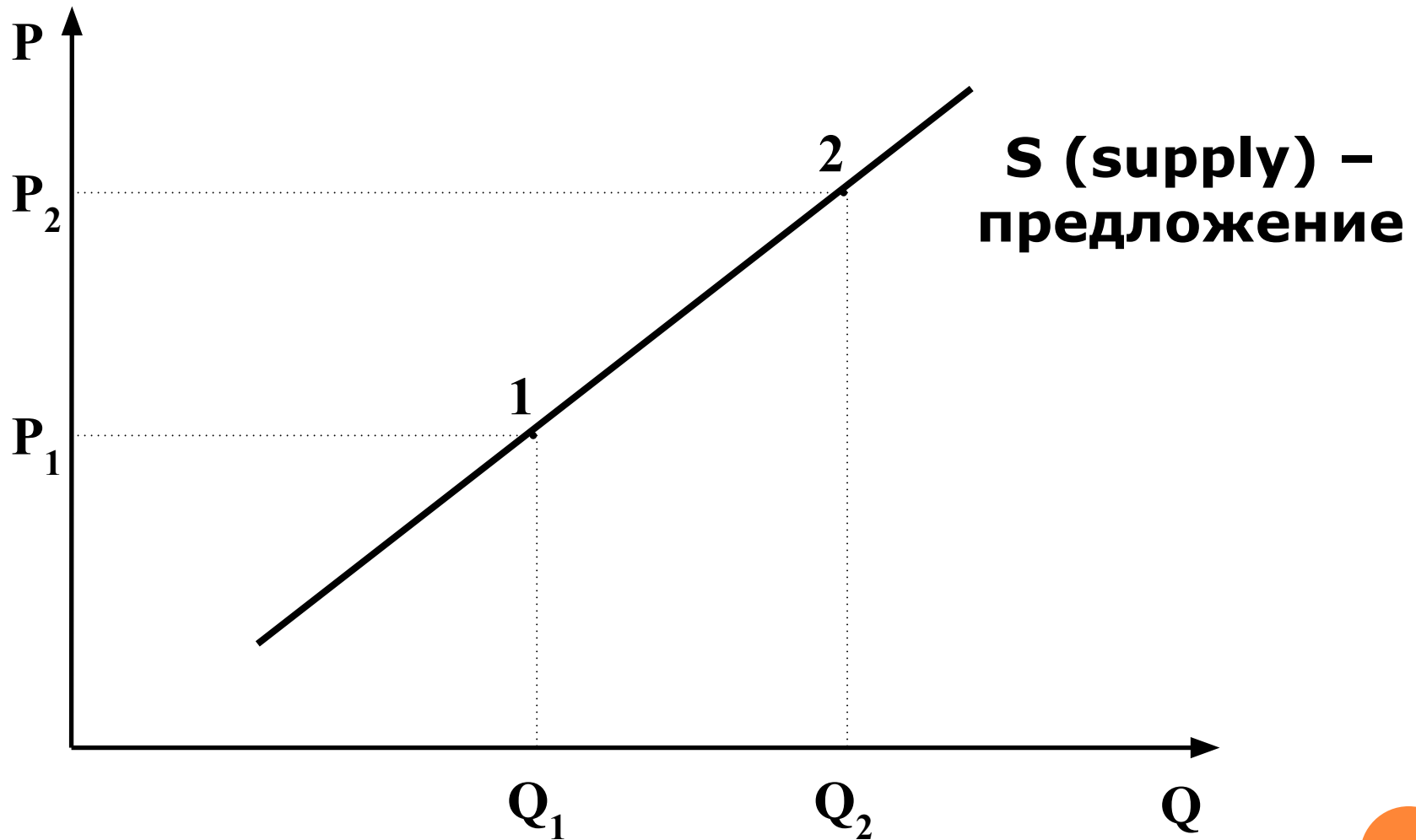
# Закон предложения

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

**Между ними прямая зависимость**

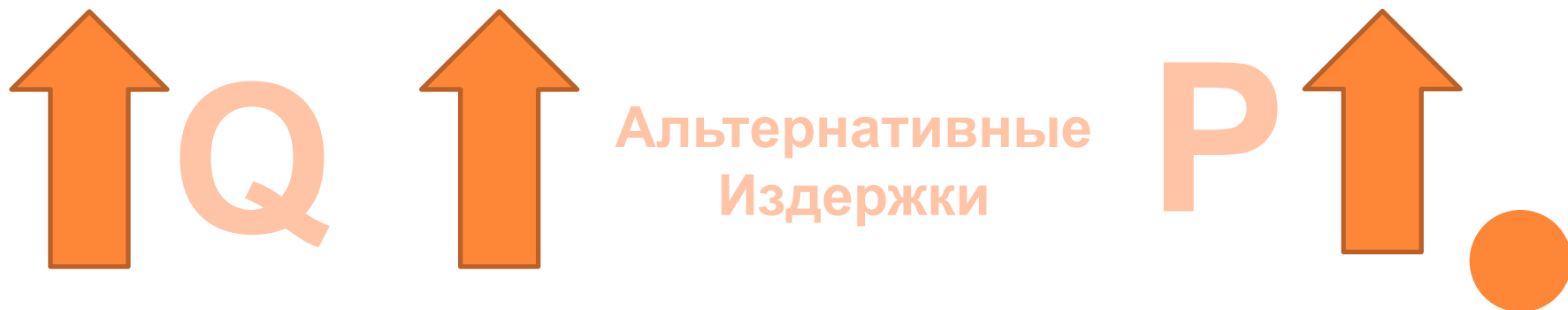


## График зависимости величины предложения от цены товара



# 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*.

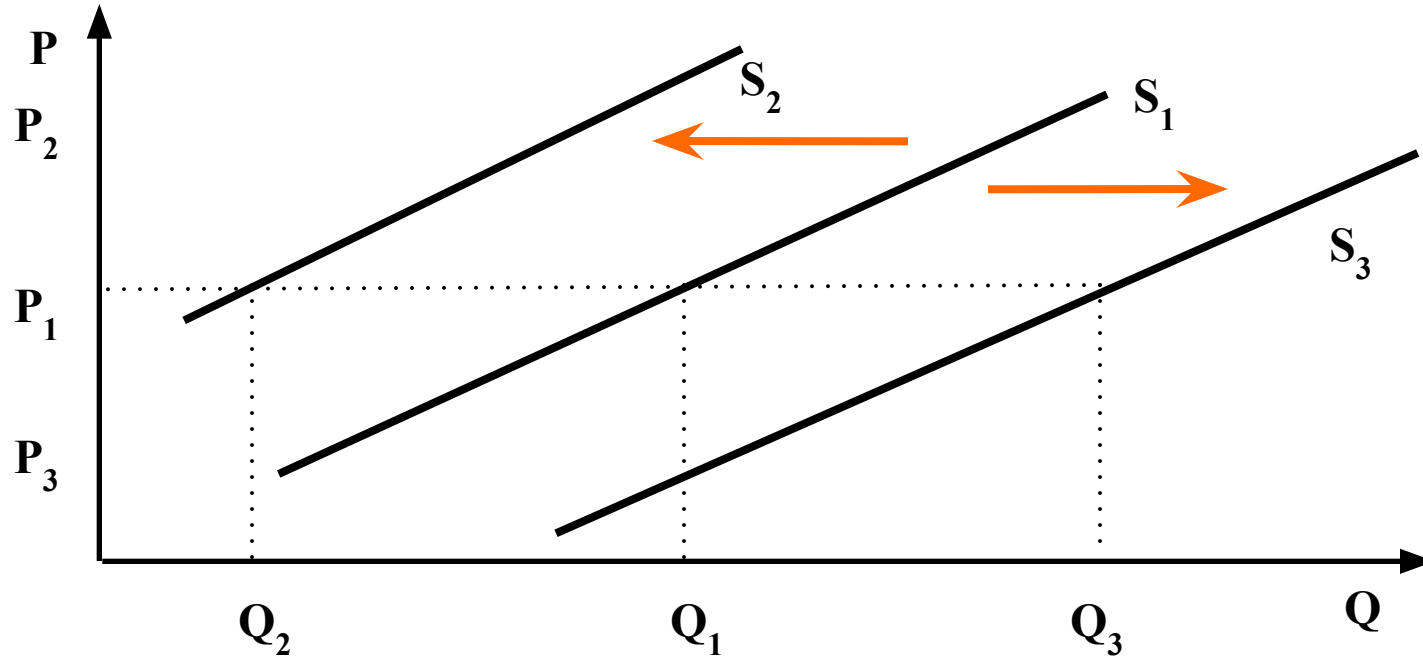
## **Изменение величины предложения**

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.*



**Изменения  
цен на  
ресурсы**

**Изменения  
технологий  
производства**

**Изменения  
налогов и  
субсидий**

**Форс-  
мажорные  
обстоятельства**

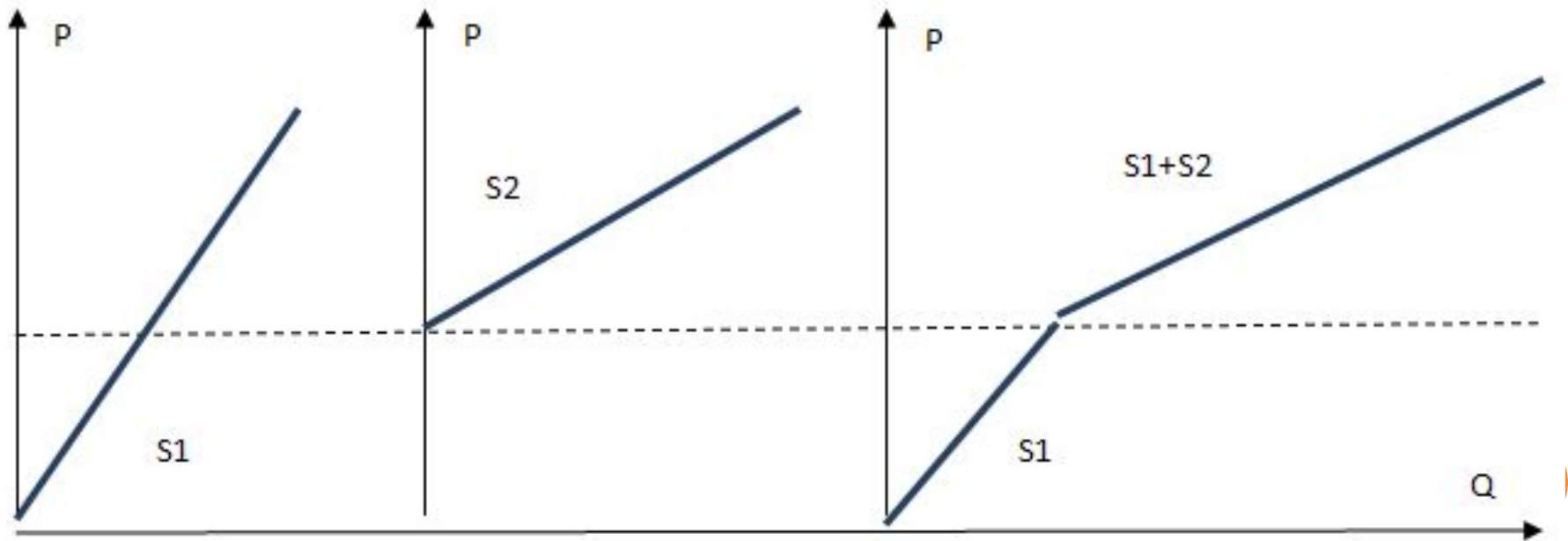
2. На величину предложения товара оказывают влияние изменения цен на прочие товары, ожидания продавцов, сезонные колебания, количество продавцов.

**РАЗОБРАТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО К  
СЕМИНАРУ!**



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

и **рыночное предложение** товара  
всеми производителями.



### **Вопрос 3. Отраслевое рыночное равновесие.**

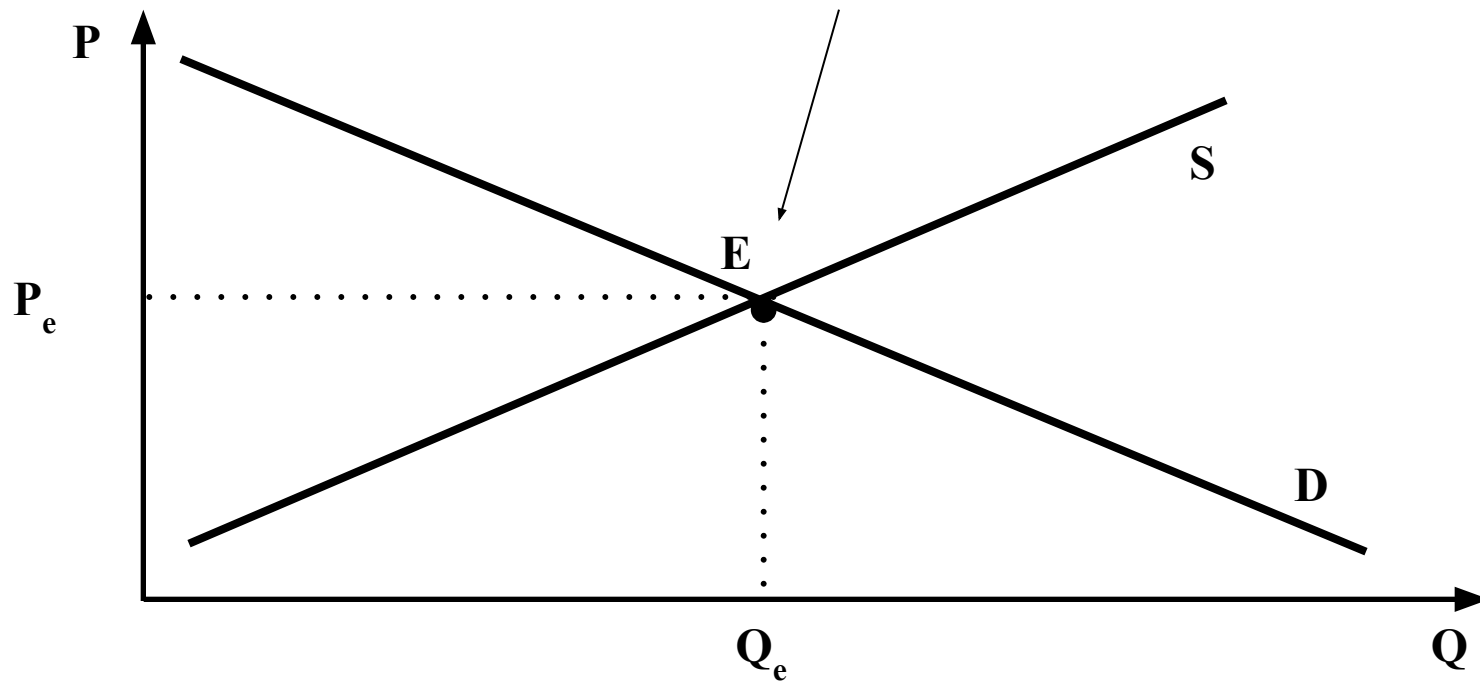
#### **Последствия отклонения цены от равновесного уровня. Товарный дефицит и товарные излишки**

- 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

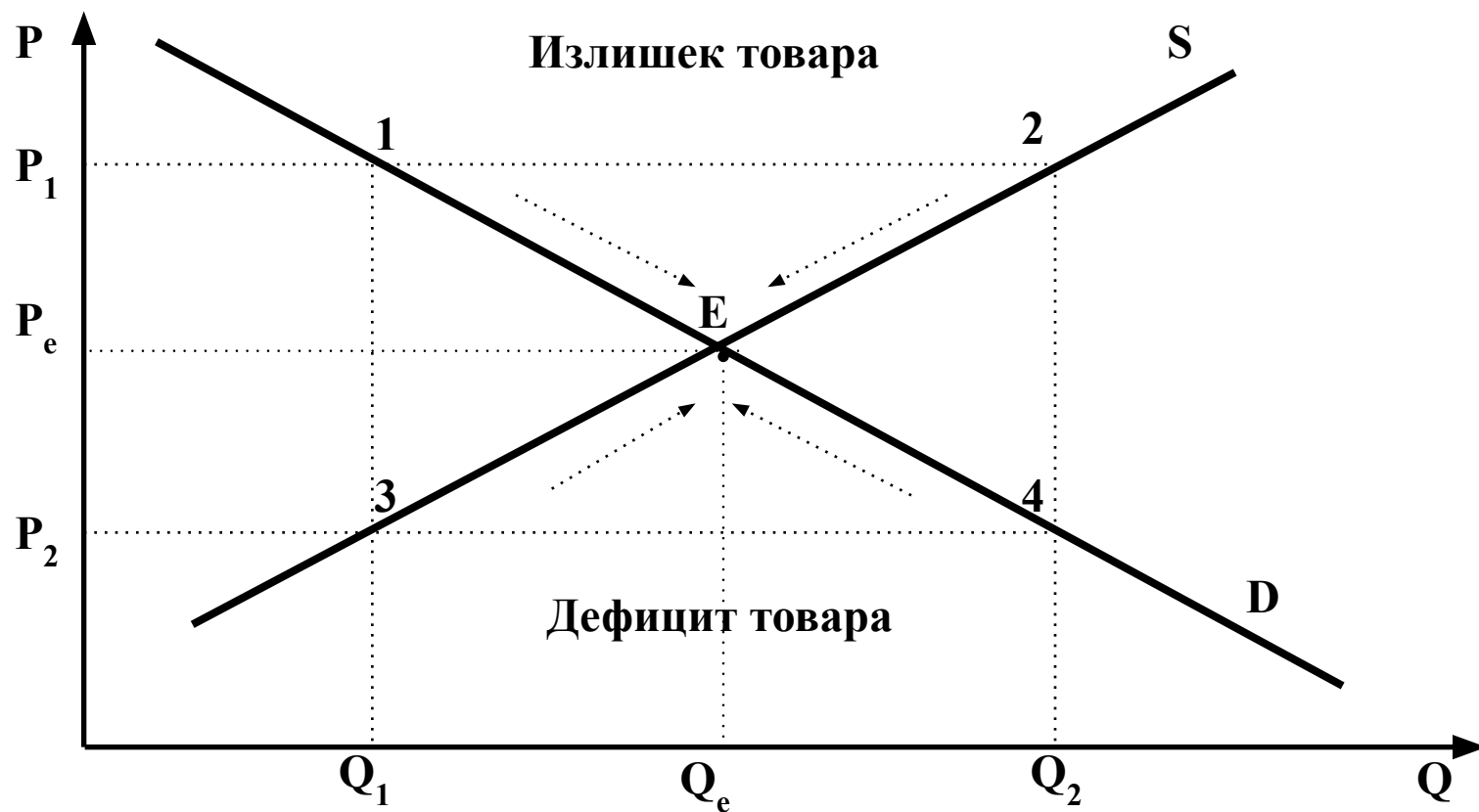
$$Q_s = f_2(P) \text{ и}$$

$$Q_d = f_1(P)$$

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.

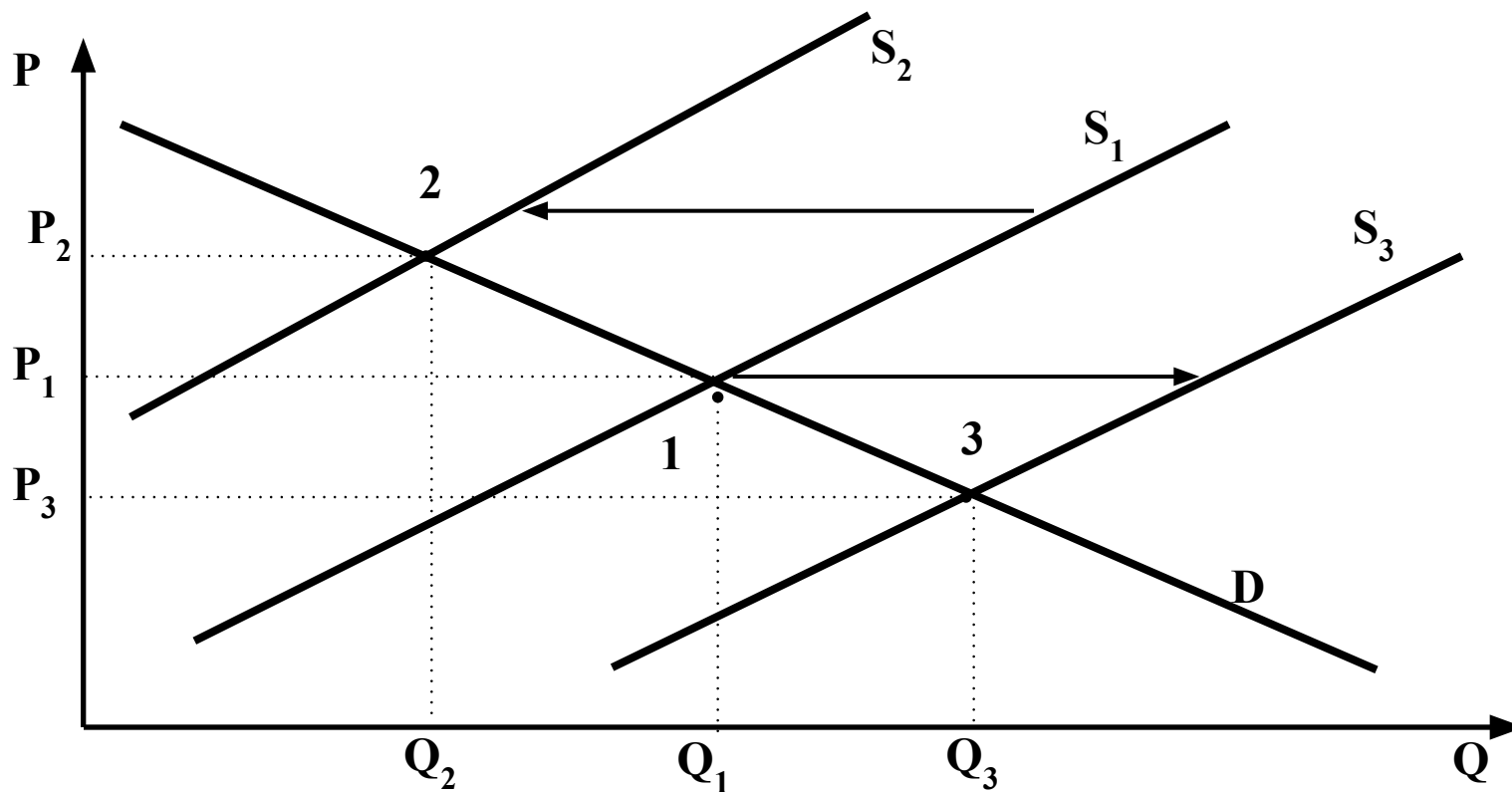




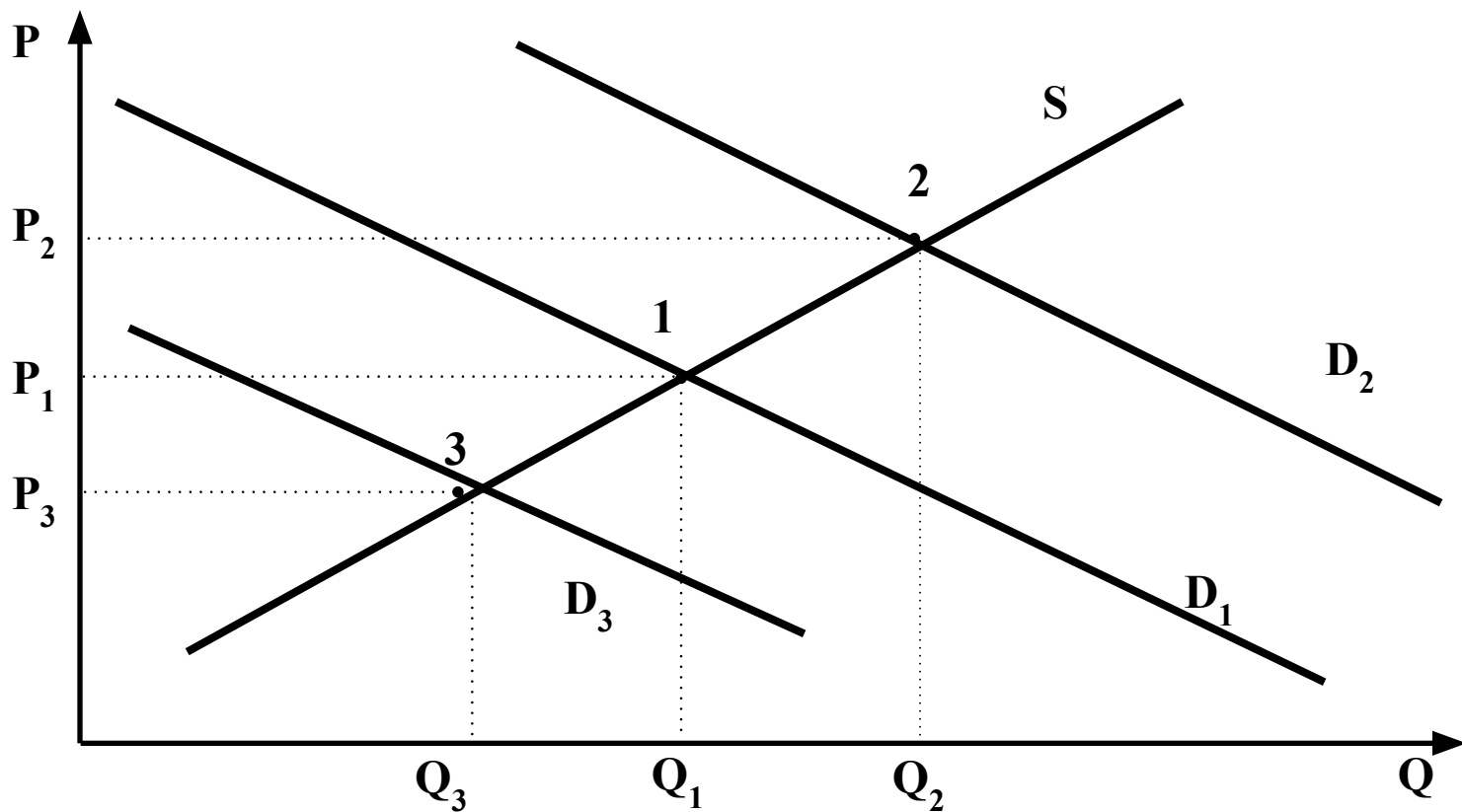
**Установление рыночного  
равновесия**



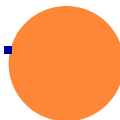
## Вопрос 4. Изменения спроса и предложения и их влияние на цену



Воздействие изменения предложения на рыночную ситуацию.



Воздействие изменения спроса на рыночную ситуацию.

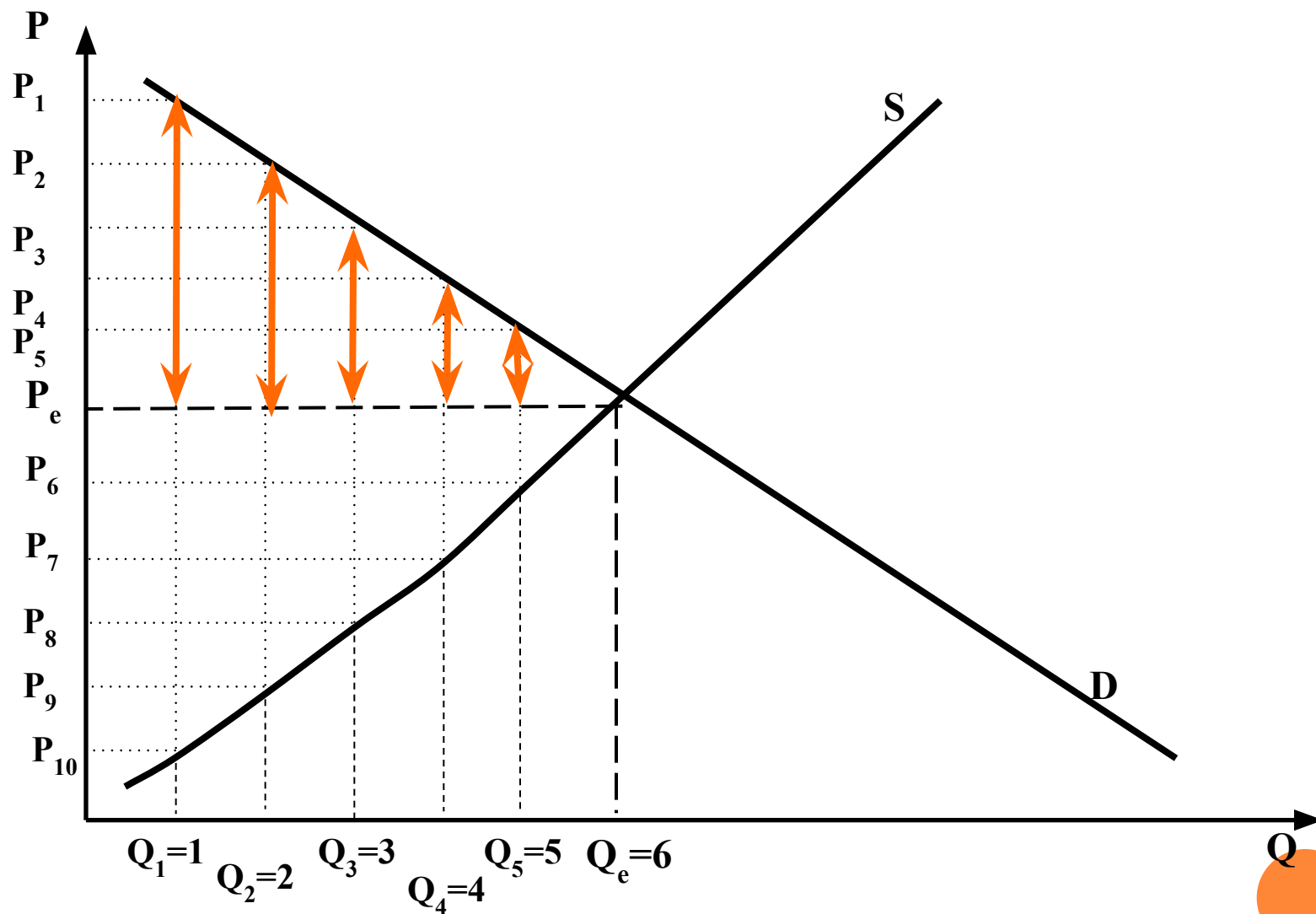


## Вопрос 5. Выигрыш от обмена: излишки потребителя и производителя

- 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

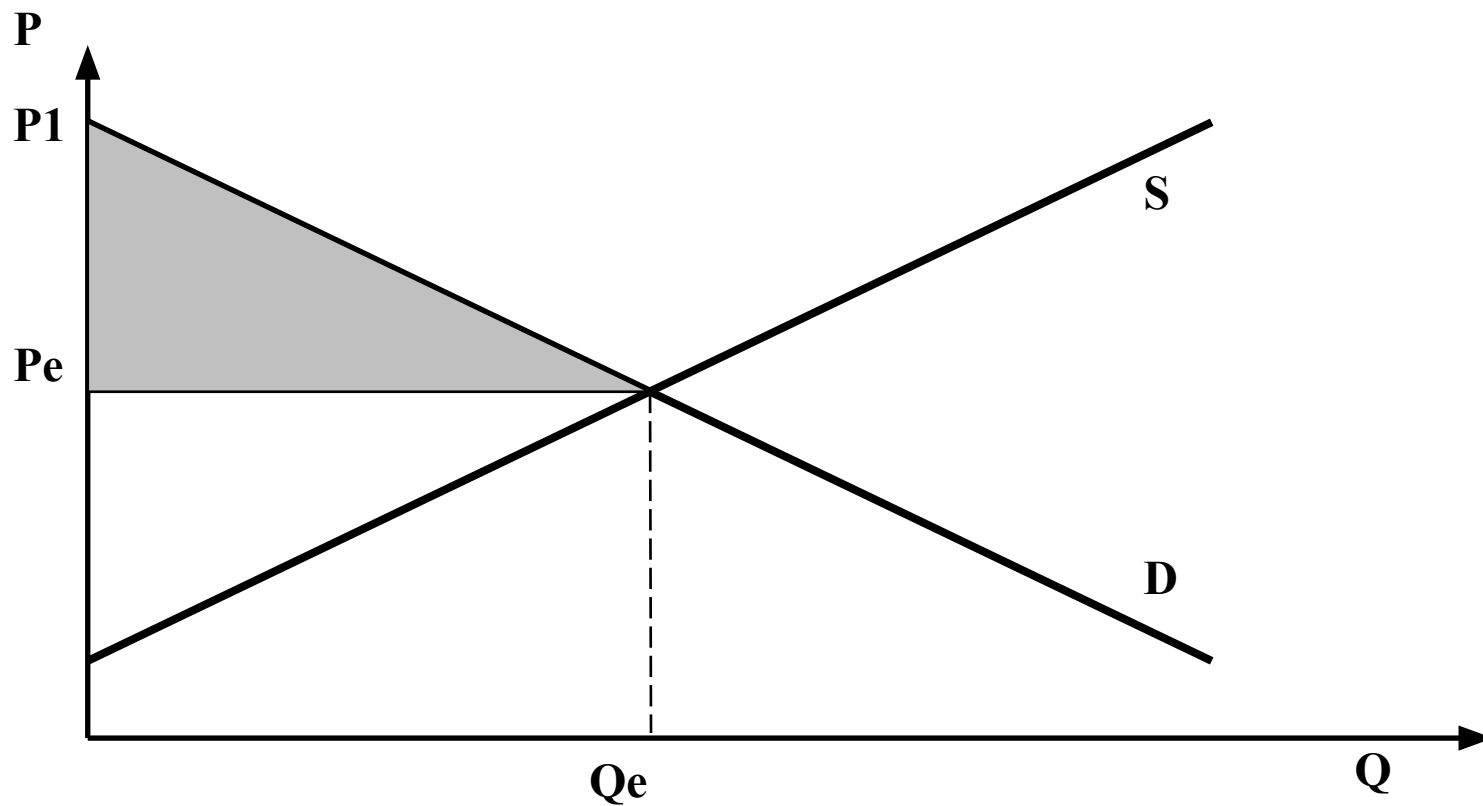


# Излишек потребителя

- Потребитель, готовый заплатить **P1** реально платит **Pe** и получает выгоду в размере **P1-Pe**. Эта выгода называется **излишком потребителя**.
- Второй покупатель получит излишек в виде **P2-Pe**, и т.д. Последний покупатель, для которого максимальная цена равна **Pe**, не получит излишка.
- Если потребитель покупает один или больше товара, то общая величина излишка потребителя:

$$(P1-Pe)Q1 + (P2-Pe)Q2 + \dots + (P5-Pe)Q5$$





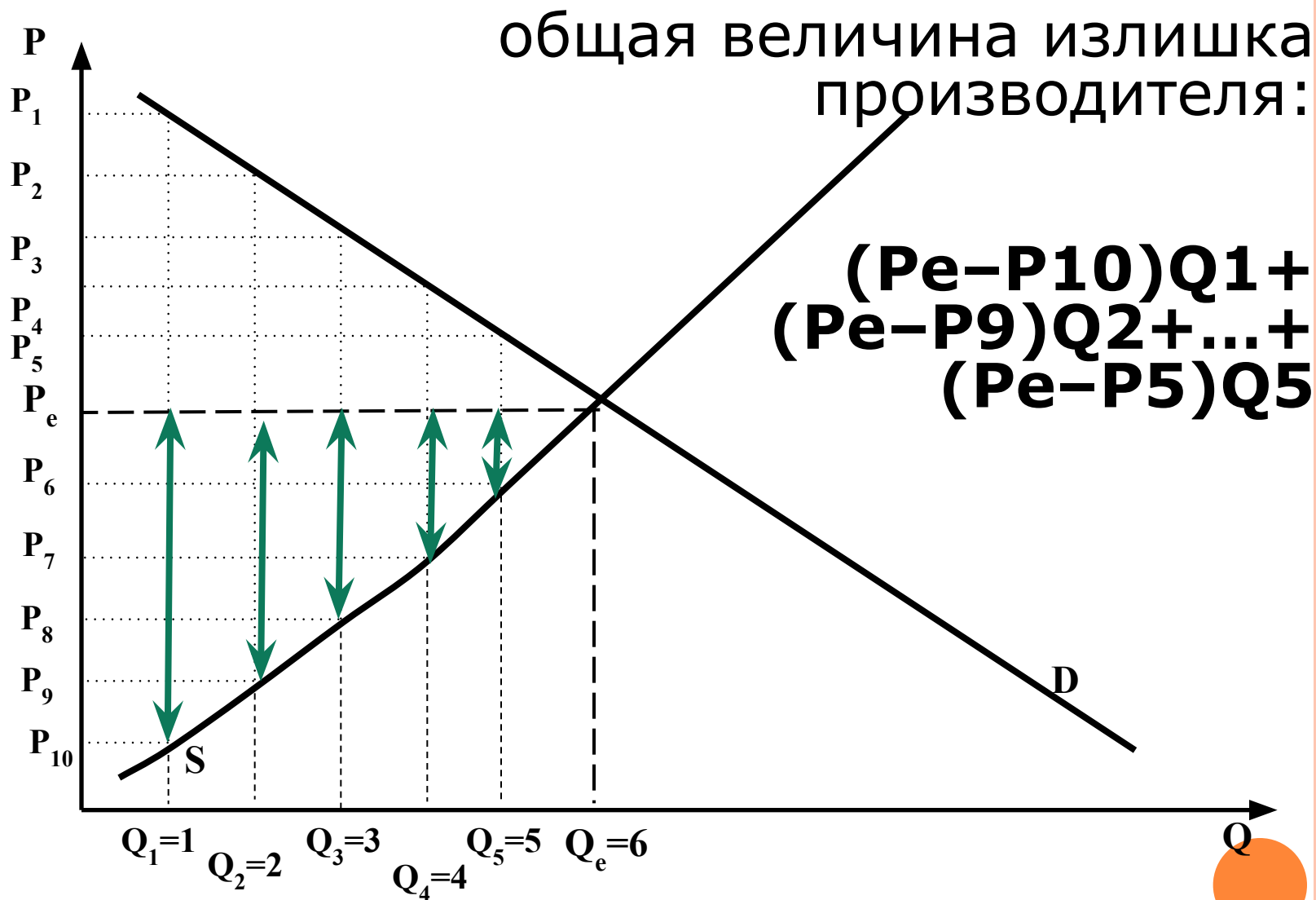
**Излишек потребителя:**

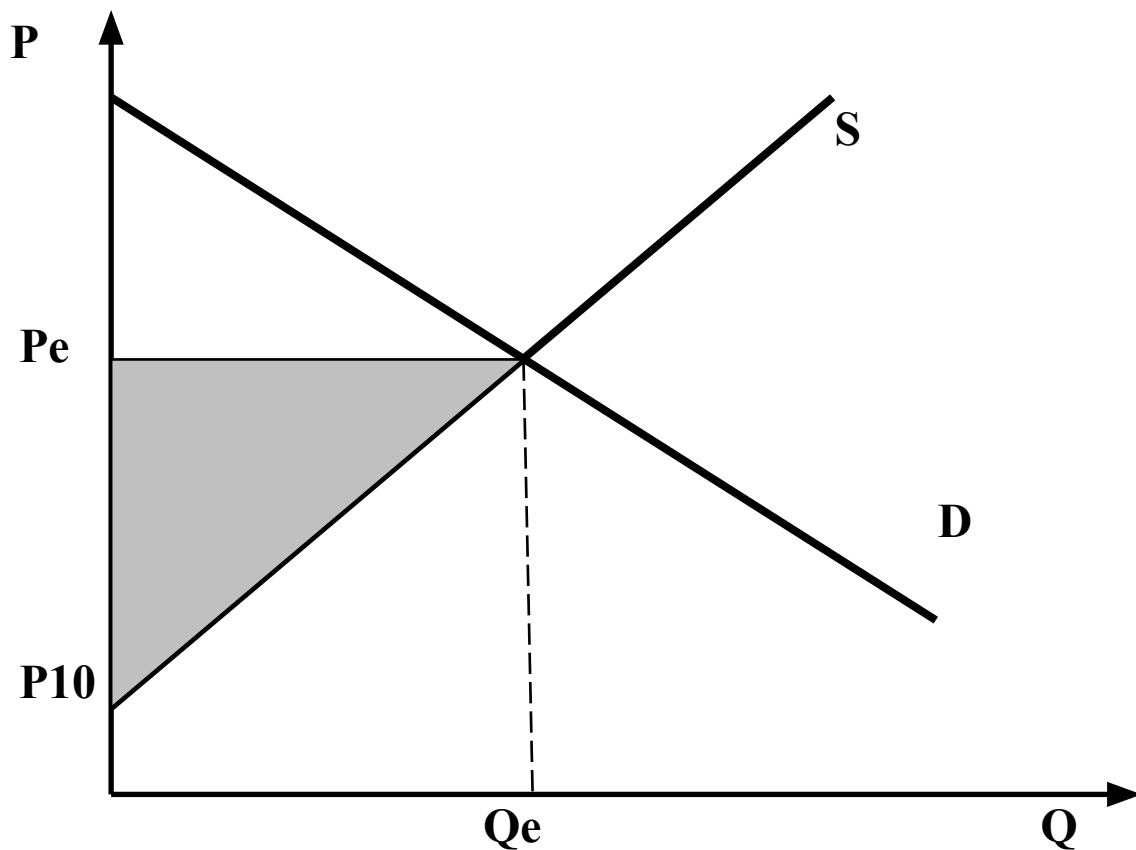
**Площадь треугольника:**

$$\frac{1}{2} * (P_1 - P_e) * Q_e$$



# Излишки производителя





**Аналогично: Излишек  
производителя**

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



# ВВЕДЕНИЕ НАЛОГОВ И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИЗЛИШКОВ

