

Лекция 4  
СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

09 октября 2019 г.

Дав-б-о

# Теория спроса и предложения

Закон спроса. Факторы определяющие изменения в величине спроса и в спросе.

Закон предложения. Факторы определяющие изменения в величине предложения и в предложении.

Механизм взаимодействия спроса и предложения. Рыночное равновесие.

Эластичность спроса. Виды эластичности. Факторы влияющие на эластичность.

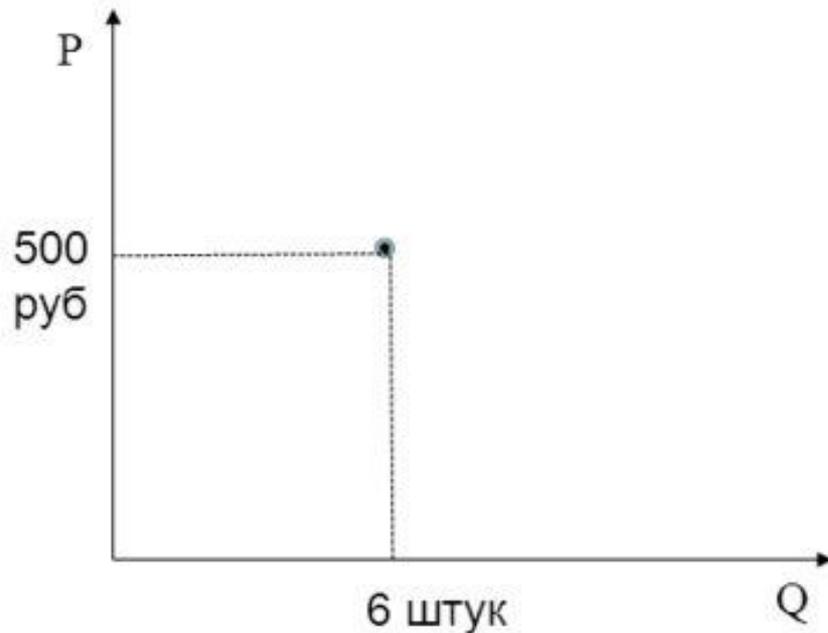
Эластичность предложения. Фактор времени.

## **Закон спроса:**

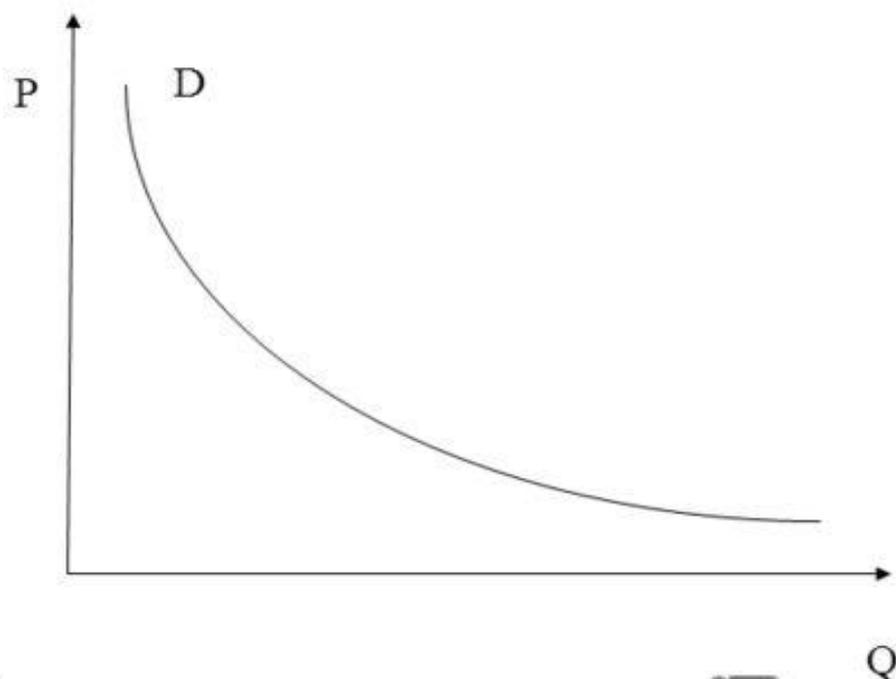
при прочих равных условиях  
покупатель приобретает больше  
товаров при понижении цен и  
меньше при повышении цен.

Величина спроса – количество благ, которые потребитель желает и может приобрести в течение некоторого промежутка времени по данной цене.

Графически ->



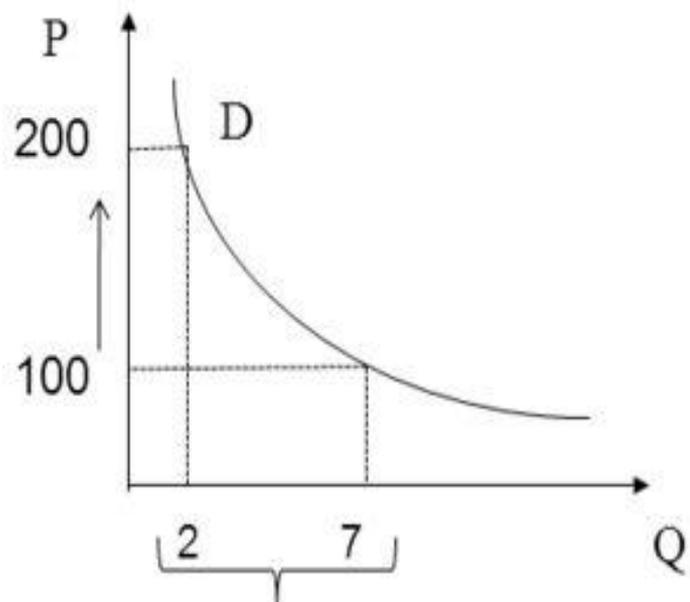
**Кривая спроса** – кривая показывающая, какое количество экономического блага готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент времени.



# Различают:

Изменение величины спроса

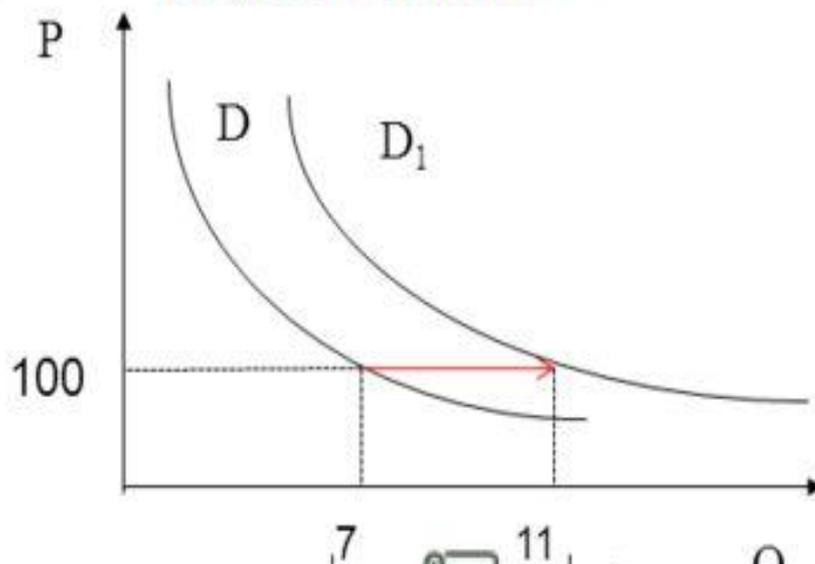
– это переход от одной точки к другой на постоянной кривой спроса (изменение количества покупаемого продукта), вызванный изменением уровня цены.



Изменение в спросе (спроса)

– это сдвиг кривой спроса, вызванный неценовыми факторами спроса.

Было 200 покупателей  
По тем же ценам теперь  
На рынок пришло еще 100 покупателей  
покупают больше



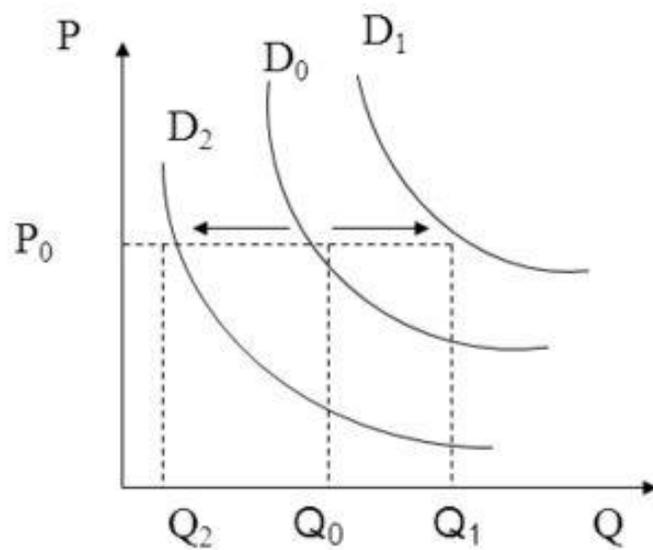
## **Факторы влияющие на величину спроса.**

1. Уровень цены
2. Принцип убывающей предельной полезности.
3. Предельная полезность – это тот эффект, который получает потребитель от каждой новой единицы продукта. Уменьшение полезности может быть компенсировано снижением цены.
4. Эффект дохода и эффект замещения.

**Эффект дохода** проявляется в том, что снижение цены увеличивает покупательную способность постоянного дохода, что позволяет приобретать большее количество данного продукта.

**Эффект замещения** выражается в том, что при более низкой цене у человека появляется стимул приобрести дешёвый товар вместо аналогичных товаров, которые теперь стоят относительно дороже.

Изменение в спросе характеризуют увеличение или сокращение объёма спроса, вызванное действием неценовых факторов и графически изображаются как сдвиг кривой спроса вправо при увеличении объёма спроса или влево при уменьшении при сохранении цены на постоянном уровне.



Сдвиги кривой спроса

## Неценовые факторы изменения в спросе

1. Потребительские вкусы
2. Число покупателей
3. Увеличение дохода

Товары, спрос на которые изменяется в прямой зависимости от изменения денежного дохода, называются товарами высшей категории, или нормальными товарами.

Товары, спрос на которые изменяется в обратной зависимости от изменения доходов, называются товарами низшей категории (непрестижными товарами).

4. Цены на сопряженные товары.

**Взаимозаменяемыми** называются товары, которые можно использовать один вместо другого. Когда два продукта взаимозаменяемы, между ценой на один из них и спросом на другой существует прямая зависимость.

Взаимодополняющие товары используются в сочетании с другим товаром.

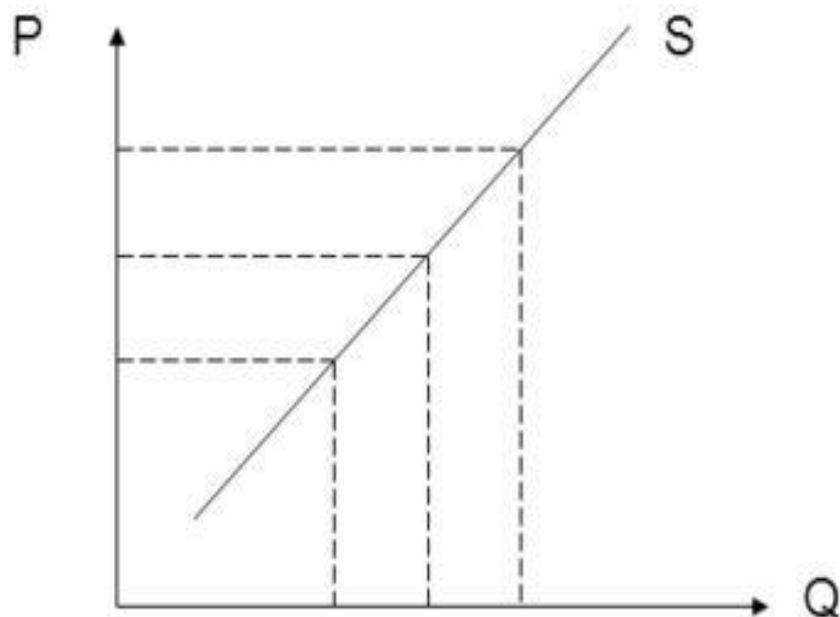
Когда два товара являются взаимодополняющими, между ценой на один из них и спросом на другой существует обратная зависимость.

5. Ожидания.

## **Закон предложения:**

при прочих равных условиях  
производитель заинтересован  
производить, следовательно,  
продавать больше продукта при  
повышении цены и сокращать  
производство при снижении  
цены.

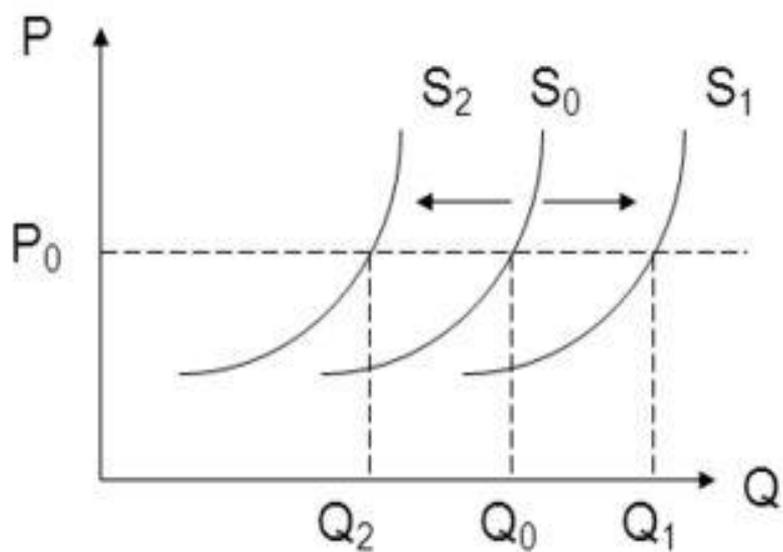
**Кривая предложения** – кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени.



Зависимость величины предложения от цены

Изменение в величине предложения это переход от одной точки к другой на постоянной кривой предложения, характеризующее изменение объема производства, по мере изменения уровня цен.

Изменение в предложении характеризует увеличение или сокращение производства, следовательно объема продаж, вызванное действиями неценовых факторов. Графически изменения в предложении изображается сдвигом кривой предложения вправо при увеличении предложения или влево при уменьшении предложения.



Сдвиги кривой предложения

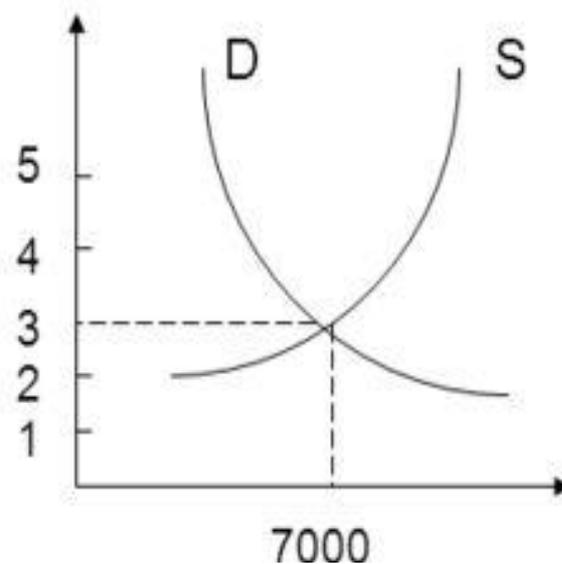
## **Неценовые факторы, влияющие на изменение в предложении:**

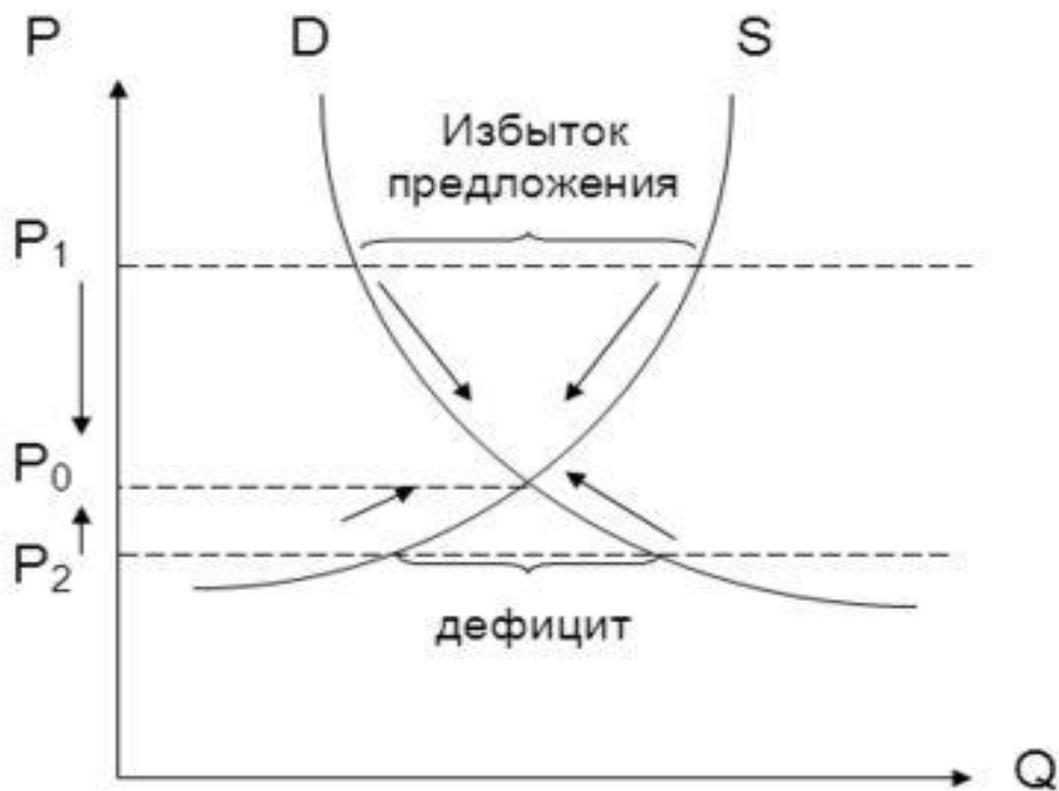
1. Изменение в цене на экономические ресурсы, необходимые для выпуска продукции, при сохранении цены на готовую продукцию на неизменном уровне.
2. Применение новой технологии.
3. Налоги и дотации.
4. Цены на другие товары.
5. Ожидания производителей.

предложение в результате действия конкурентных сил.

Таблица для определения равновесной цены

Цена за единицу продукта	Спрос на продукт	Предложение продукта	Избыток или дефицит
5	2000	12000	+10000
4	4000	10000	+6000
3	7000	7000	0
2	11000	4000	-7000
1	16000	1000	-15000





Восстановление равновесной цены

Эластичность спроса относительно цены показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на 1%.

Эластичность измеряется с помощью коэффициента эластичности:

$$E_d = \frac{\text{Изменение } Q \text{ в } \%}{\text{Изменение } P \text{ в } \%} = \frac{\Delta Q}{Q} \quad : \quad \frac{\Delta P}{P}$$

**Эластичным спросом** называется такой, при котором величина спроса изменяется на больший процент, чем цена, и поэтому общий доход возрастает по мере того, как падает цена.

Например: Цена снизилась на 2%, а продажи увеличились на 4%.

$$E_d = \frac{4}{2} = 2; E_d > 1$$

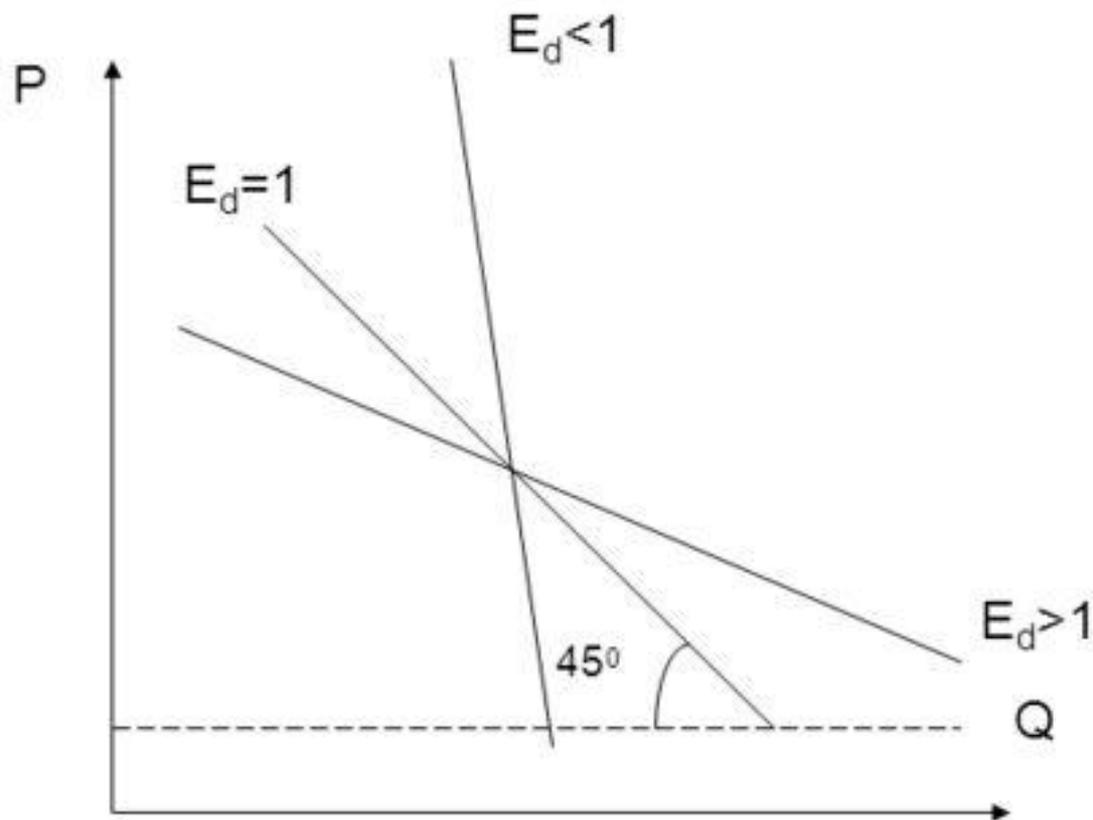
**Неэластичным спросом** называется такой, при котором величина спроса изменяется на меньший процент, чем изменяется цена, и общий доход уменьшается по мере падения цены. Например: Цена снизилась на 3%, а объем продаж увеличился на 1%.

$$E_d = \frac{1}{3} = 0,33; E_d < 1$$

**Единичная эластичность** будет тогда, когда снижение цены сопровождается ростом спроса на такой же процент, так что общая выручка остается неизменной.

Например: Цена снизилась на 3%, продажа увеличилась на 3%.

$$E_d = \frac{3}{3} = 1; E_d = 1$$



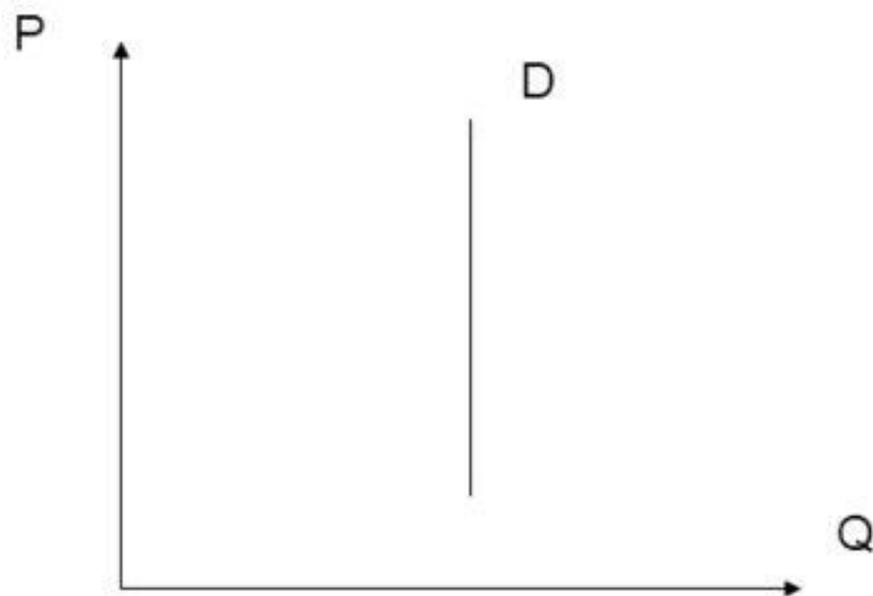
Графическая интерпретация спроса с различной эластичностью

Абсолютно эластичный спрос будет тогда, когда потребители платят одну и ту же цену за товар, невзирая на величину спроса



Абсолютно эластичный спрос

Абсолютно неэластичный спрос будет тогда, когда изменение цены не приводит ни к какому изменению количества спрашиваемой продукции



Абсолютно неэластичный спрос

**Перекрестная эластичность спроса** определяется как процентное изменение величины спроса на товар к заданному процентному изменению цены некоторого другого товара при прочих равных условиях

Эластичность спроса по доходу показывает процентное изменение объема спроса на товар к процентному изменению дохода (i):

$$E_d = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta i / i}$$

## **Факторы эластичности спроса:**

1. Наличие заменителей
2. Удельный вес товара в бюджете потребителя
3. Степень необходимости товара:  
является ли данный товар предметом роскоши или предметом необходимости
4. Фактор времени

**Эластичность предложения** показывает степень изменения количества предлагаемых к продаже товаров и услуг в ответ на изменение рыночной цены.

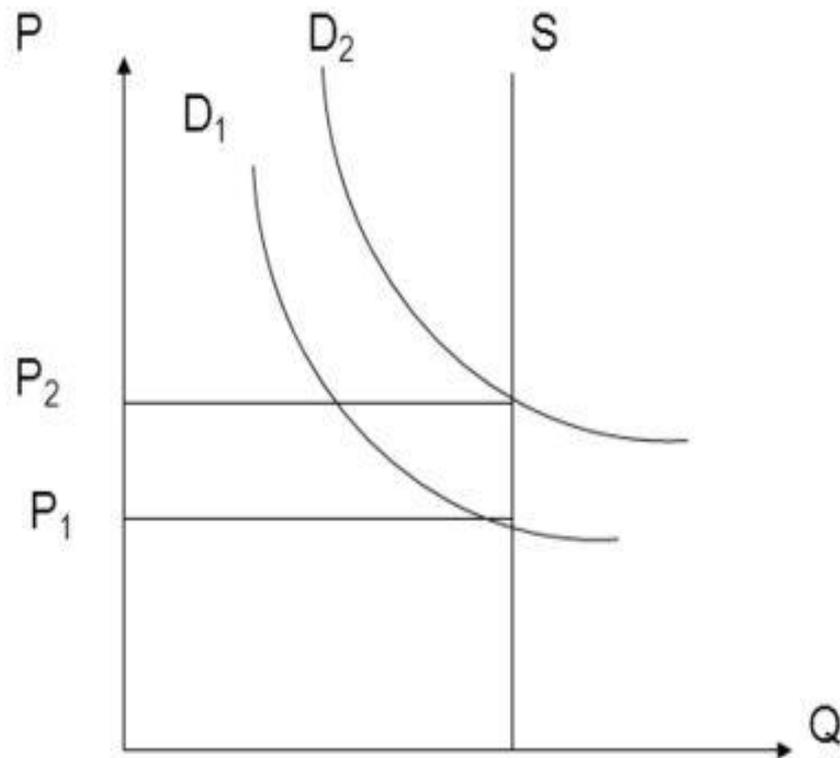
Коэффициент эластичности предложения:

$$E_s = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P}$$

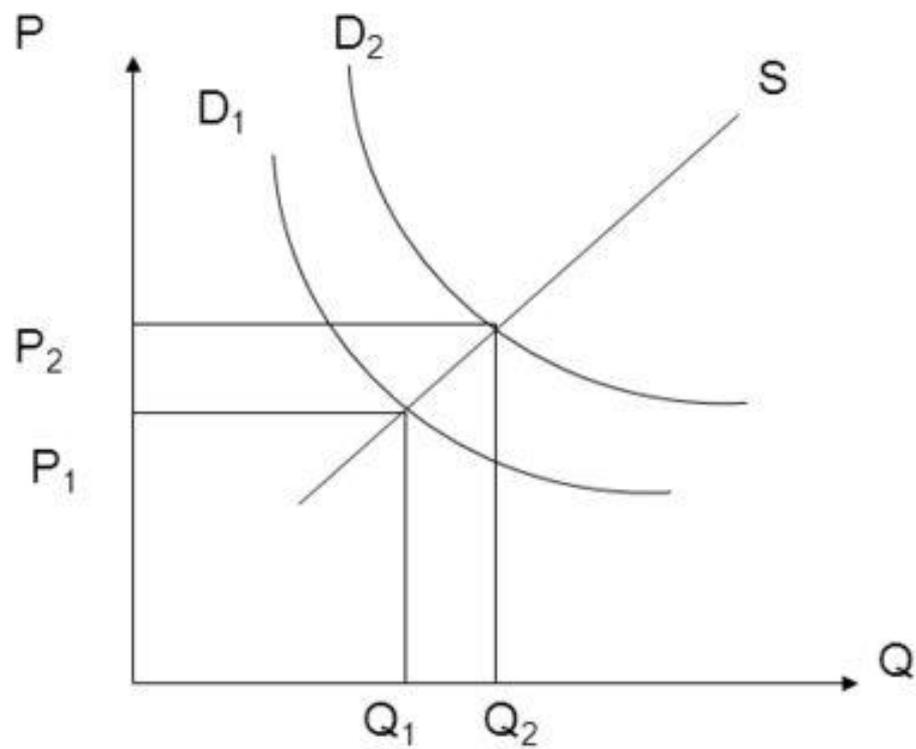
Важное значение для эластичности предложения имеет фактор времени.

**Различают три временных интервала:**

1. Кратчайший рыночный период.
2. Краткосрочный период.
3. Долгосрочный период.

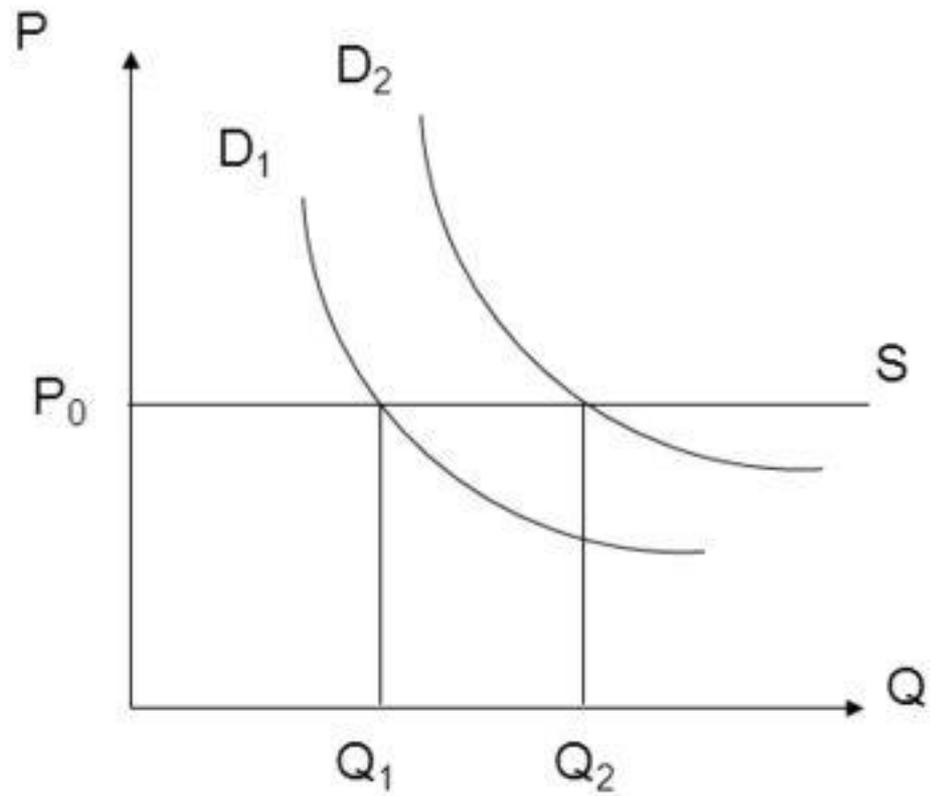
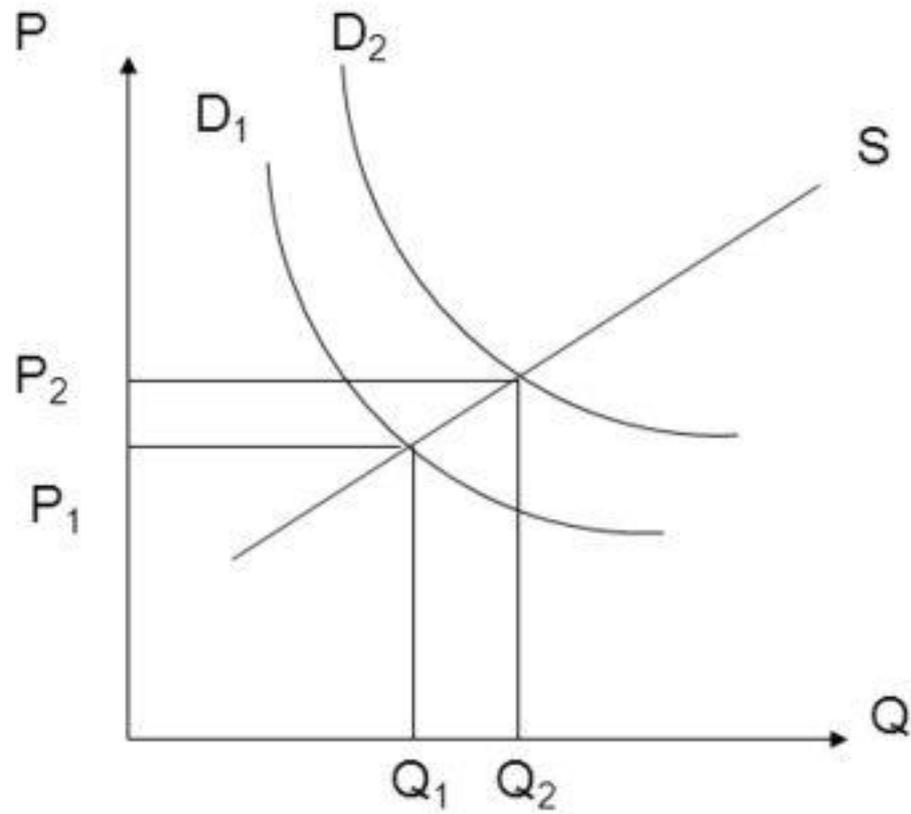


Совершенно неэластичное предложение  
в кратчайшем рыночном периоде



Эластичность предложения в краткосрочном периоде

ИЛИ



Эластичность предложения в долгосрочном периоде

из закона спроса существуют три исключения, которые получили названия:

- **парадокс Гиффена** (английский экономист и статистик Роберт Гиффен (умер в 1910 году);
- **эффект Веблена** (американский социолог и экономист);
- **эффект «сноба»**.

□ «Парадокс Гиффена» - в условиях экономического кризиса и инфляции рост цен на товары первой жизненной необходимости (хлеб, молоко, картофель) не приводит к сокращению спроса, а даже увеличивает его. Поскольку население меняет структуру спроса в пользу более дешевых продуктов питания и вещей.

□ «Эффект Веблена» в условиях экономического кризиса и инфляции рост цен на предметы роскоши (золото, бриллианты, антиквариат и т.п.) не приводит к сокращению спроса, а даже увеличивает его. Таким способом люди пытаются спасти деньги от обесценивания.

□ «Эффект сноба» - если потребители ожидают дальнейшего роста цен, то они покупают «впрок», несмотря на рост цен.