



СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

ТЕМА 5.

План лекции:

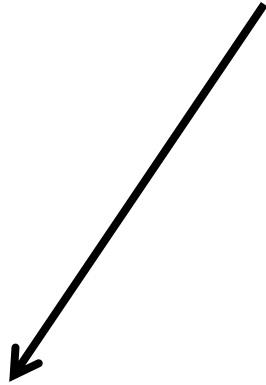
- 1. Спрос. Закон спроса.**
- 2. Предложение. Закон предложения.**
- 3. Рыночное равновесие.**

Вопрос первый:

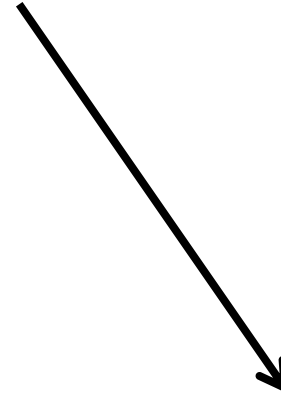
Спрос. Закон спроса.

ПОКУПАТЕЛЬ

ПРОДАВЕЦ



СПРОС



ПРЕДЛОЖЕНИЕ

СПРОС - это

**потребность в товаре,
подкреплённая денежными или
другими платёжными средствами.**

СПРОС

- ▶ спрос со стороны конкретного потребителя



индивидуальный

- ▶ спрос всех потребителей при каждой данной цене блага



рыночный

ФАКТОРЫ СПРОСА:

- **Цена данного товара**
- **Цены других товаров**
- **Доход покупателя**
- **Мода, вкусы, предпочтения**
- **Сезон, погода**
- **Мнения других людей**

ФАКТОРЫ СПРОСА:

- **Численность населения, его структура**
- **Реклама**
- **Марка производителя, его реноме**
- **Сервис**
- **Ожидания покупателя**
- **Условия продажи...**

Величина (объём) спроса – это

**количество блага, которое
потребитель, группа
потребителей или население в
целом купит по определённой
цене в единицу времени при
данных условиях.**

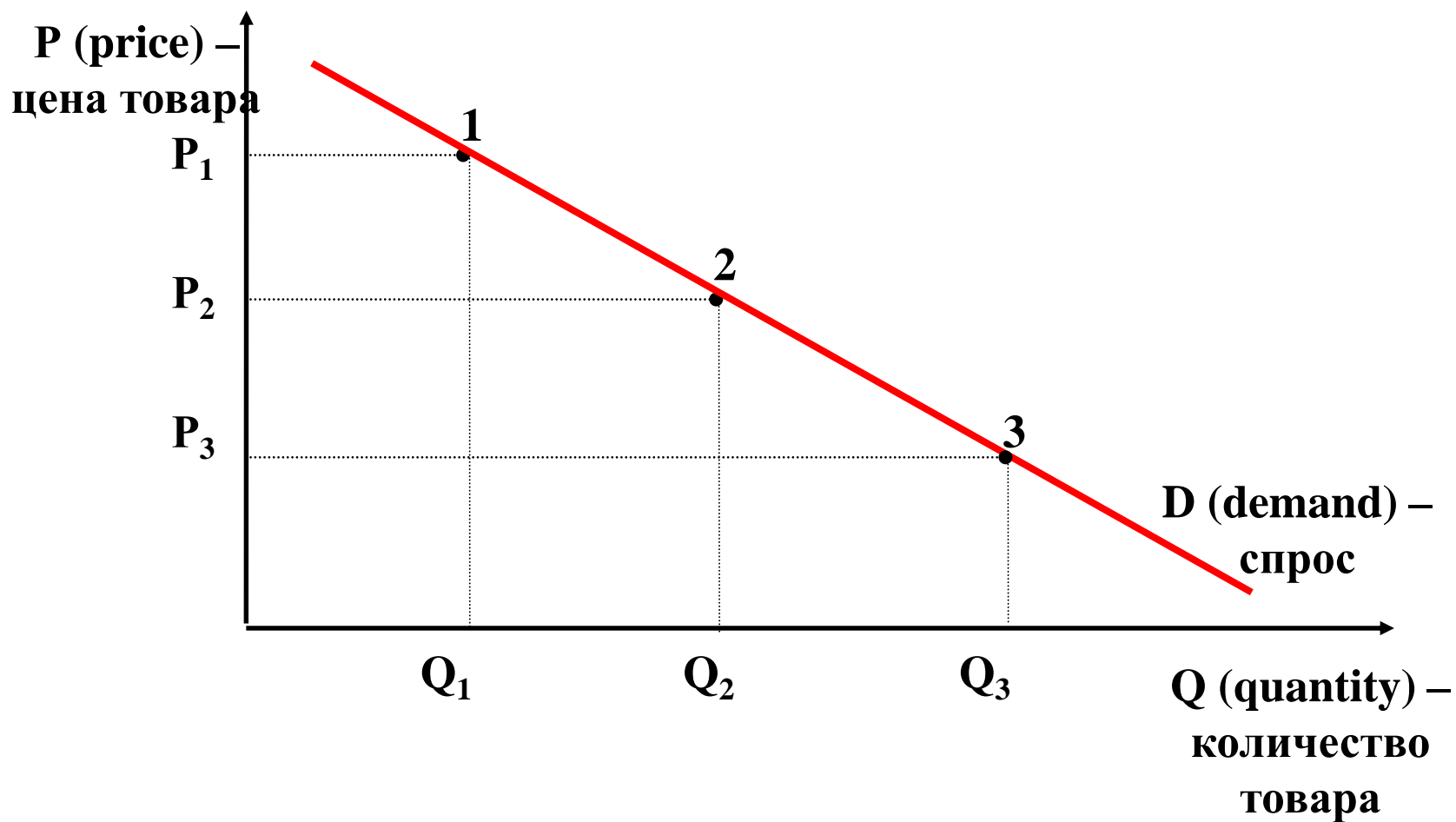
Закон спроса: при прочих равных условиях, при повышении цены товара уменьшается величина спроса на него, при снижении цены величина спроса возрастает.

**т.е. между ценой товара и объёмом
спроса на него существует обратная
связь!**

ОБОЗНАЧЕНИЯ:

- ВЕЛИЧИНА (ОБЪЁМ) СПРОСА – **Q** (quantity)
- ЦЕНА ТОВАРА (price) - **P**

Графическая иллюстрация закона спроса



ЗАКОН СПРОСА ОБЪЯСНЯЕТСЯ эффектами:

- роста выгоды,**
- дохода,**
- замещения.**

Эффект дохода

– при более низкой цене человек может купить большее количество товара, не отказываясь от покупки других товаров в прежних количествах.

Эффект замещения

– при более низкой цене на товар люди покупают больше данного товара, замещая им другие товары (которые становятся относительно дороже), и наоборот.

Закон спроса объясняется:

действием закона убывающей предельной полезности – каждая последующая единица блага приносит всё меньше удовлетворения потребителю, и он готов купить её только по более низкой цене.

Неценовые факторы изменения спроса:

БЛАГА ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ

(субституты) – товары, которые потребитель может использовать для удовлетворения одной той же потребности.

**Если цены на товары-
заменители растут, то спрос на
данный товар также растёт;**

**если цены на товары-
заменители падают, то падает и
спрос на данный товар.**

Неценовые факторы изменения спроса:

**БЛАГА ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМЫЕ
(комплементы) – блага, которые
потребляются вместе.**

**Если цены на товары-
комплементы растут, то спрос на
данный товар снижается;**

**если цены на товары-
комплементы
падают, то растёт спрос на данный
товар.**

Всю совокупность факторов спроса можно представить в виде формулы:

$$Q_d = f (P_1, P_2, \dots P_n, I, Z, W, A),$$

где Q_d – объем спроса;

$P_1, P_2, \dots P_n$ – цены всех товаров в экономике;

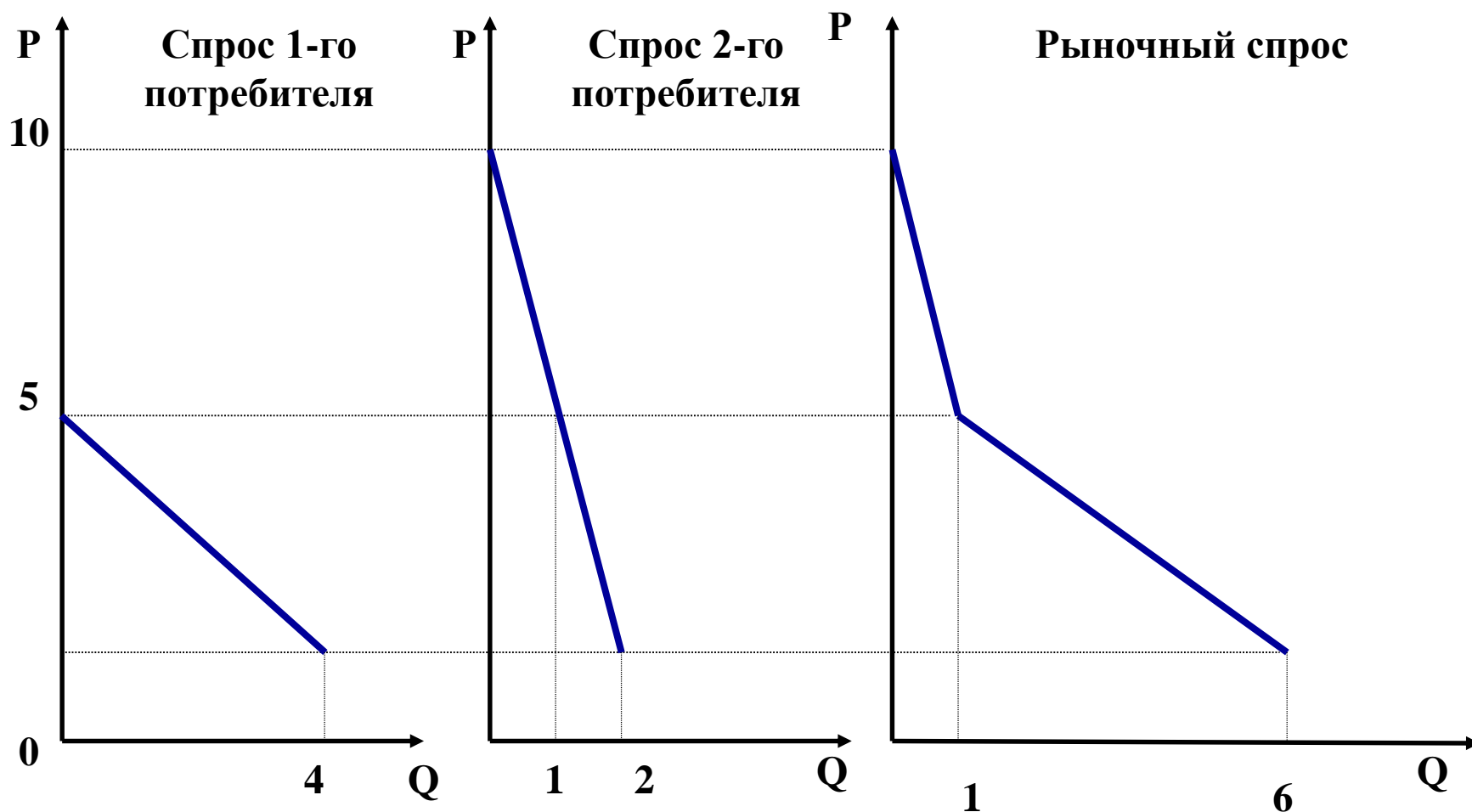
I – доход потребителя;

Z – вкусы потребителя;

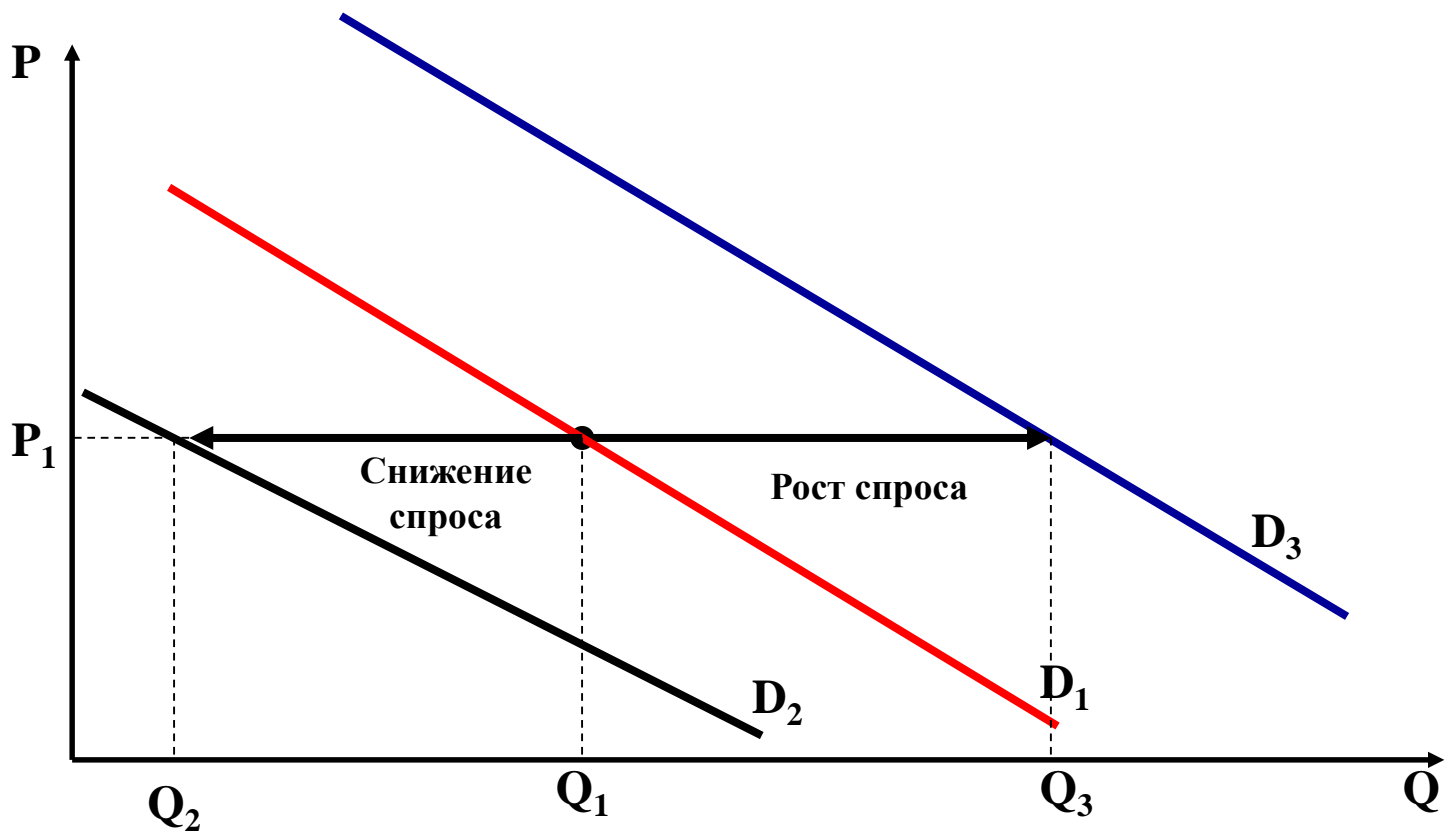
W – ожидания потребителя;

A – другие факторы.

Суммирование индивидуальных кривых спроса для получения кривой рыночного спроса



Сдвиги кривой спроса.



Вопрос второй:

**Предложение. Закон
предложения.**

ПРЕДЛОЖЕНИЕ - ЭТО

**возможность и желание у производителя
создавать и предлагать к продаже
определённое количество товара.**

Величина (объём) предложения – это
количество благ, которое отдельный
производитель или группа
производителей могут произвести и
продать по определённой цене в
единицу времени при данных условиях.

ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ:

- **Наличие ресурсов,**
- **Климатические, географические, природные условия,**
- **Технология,**
- **Издержки производства (затраты),**

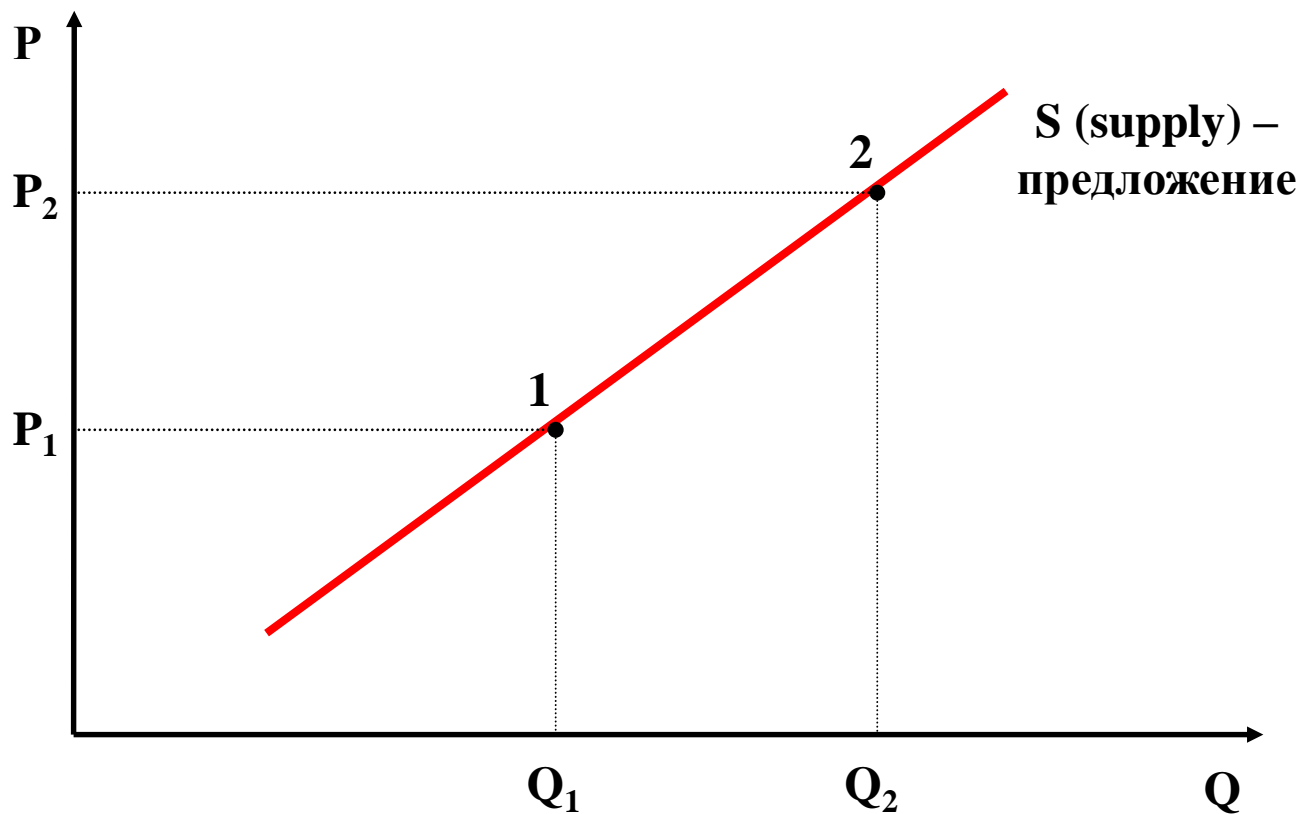
ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ:

- **Цена данного товара,**
- **Цены других товаров,**
- **Монополия, конкуренция,**
- **Налоги, субсидии,**
- **Государственное регулирование рынка,**
- **Ожидания предпринимателей...**

Закон предложения: при прочих равных условиях, при росте цены величина предложения растёт, при снижении цены величина предложения снижается.

**т.е. между ценой и объёмом
предложения существует прямая
связь!**

График зависимости величины предложения от цены товара.

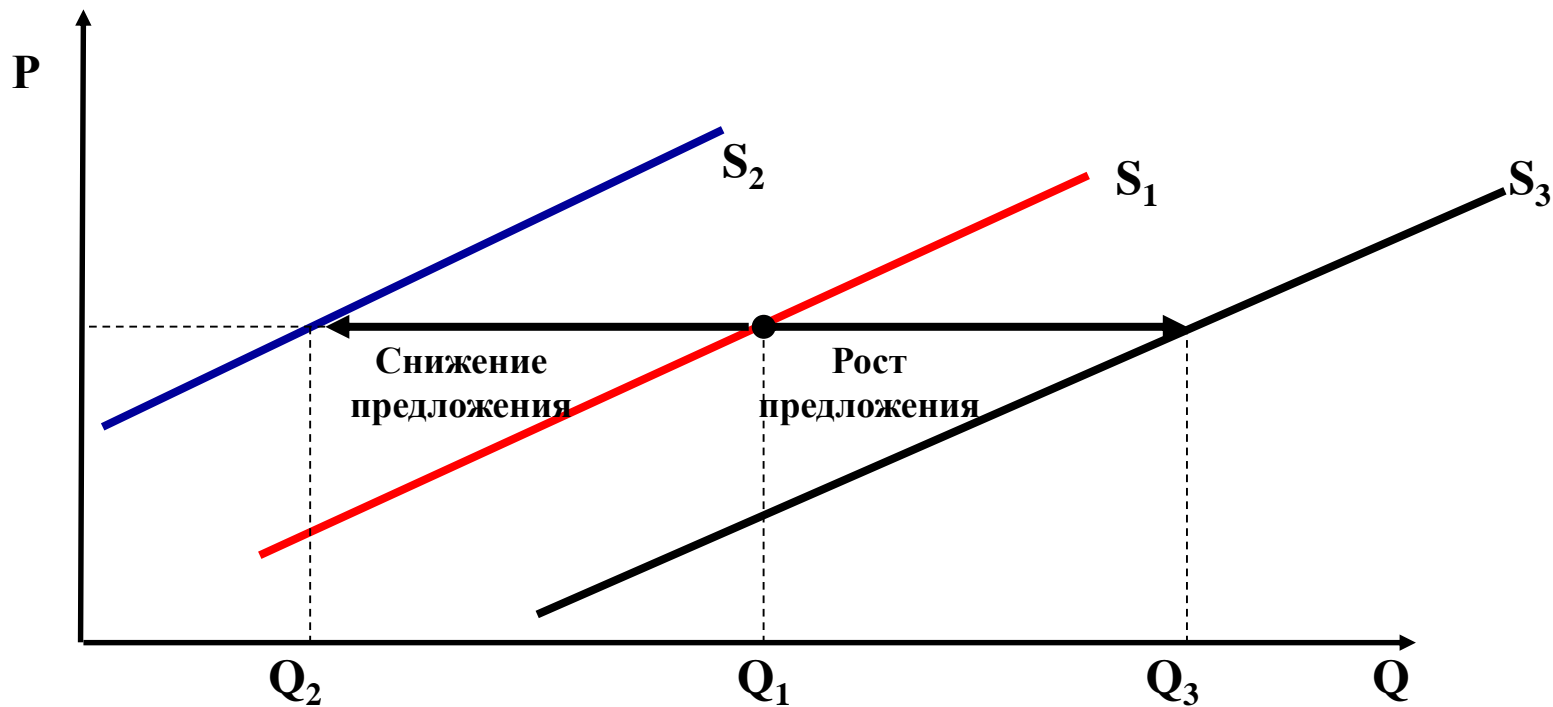


**Следует различать изменение
величины предложения и изменение
предложения.**

Изменение величины предложения
иллюстрируется движением по кривой
предложения.

Изменение предложения происходит под
воздействием **неценовых факторов**
предложения и определяет сдвиг кривой
предложения.

Изменение предложения под воздействием неценовых факторов.



Функция рыночного предложения :

$$Q_s = f (P_1, P_2, \dots P_n, K, T, W, N, A),$$

где Q_s – объем предложения;

$P_1, P_2, \dots P_n$ – цены всех товаров в экономике;

K – уровень технологий;

T – налоги (субсидии);

W – ожидания продавцов;

N – количество продавцов;

A – другие факторы.

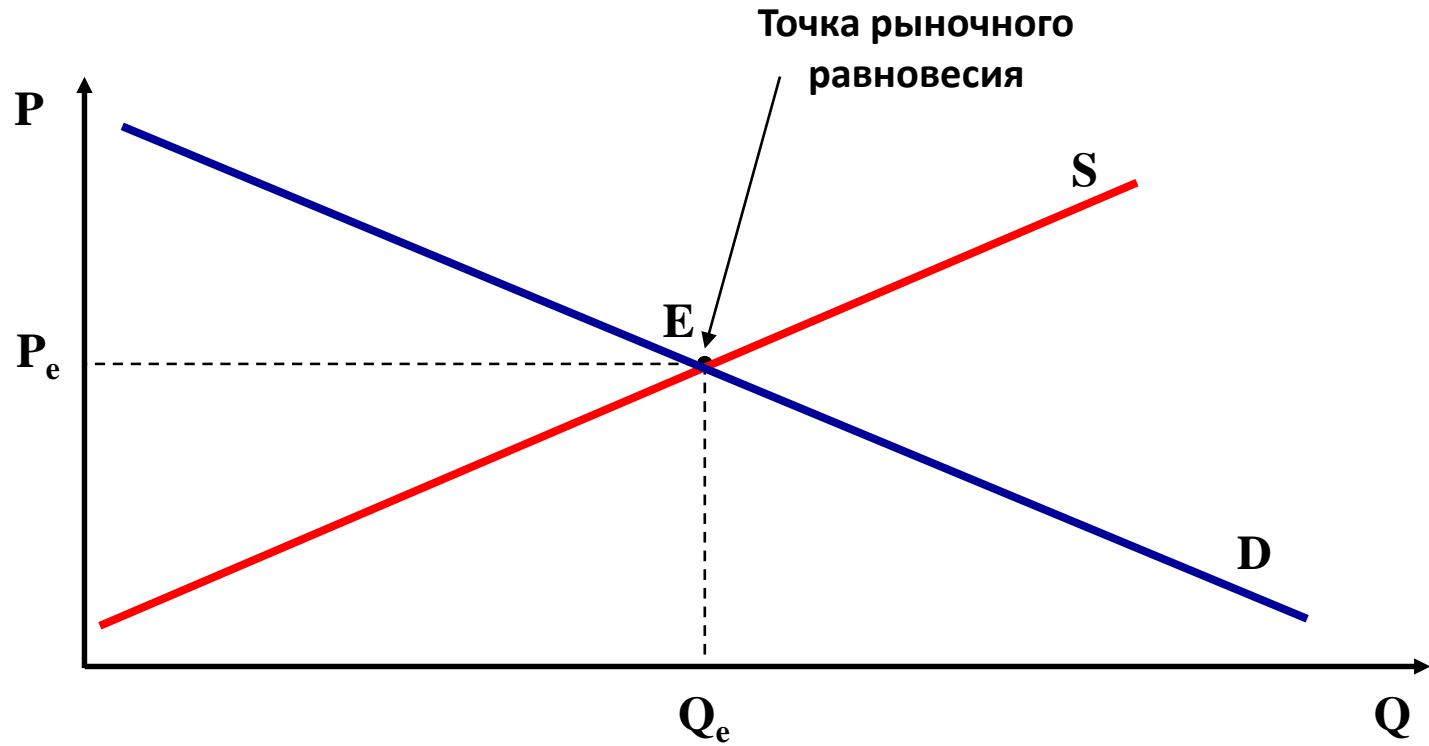
Необходимо различать предложение
товара со стороны **отдельного**
предприятия и **рыночное**
предложение товара всеми
производителями.

**Изменение числа
производителей является
важным фактором, влияющим на
рыночное предложение блага.**

Вопрос третий:

Рыночное равновесие.

Рыночное равновесие



Q_e - равновесное количество

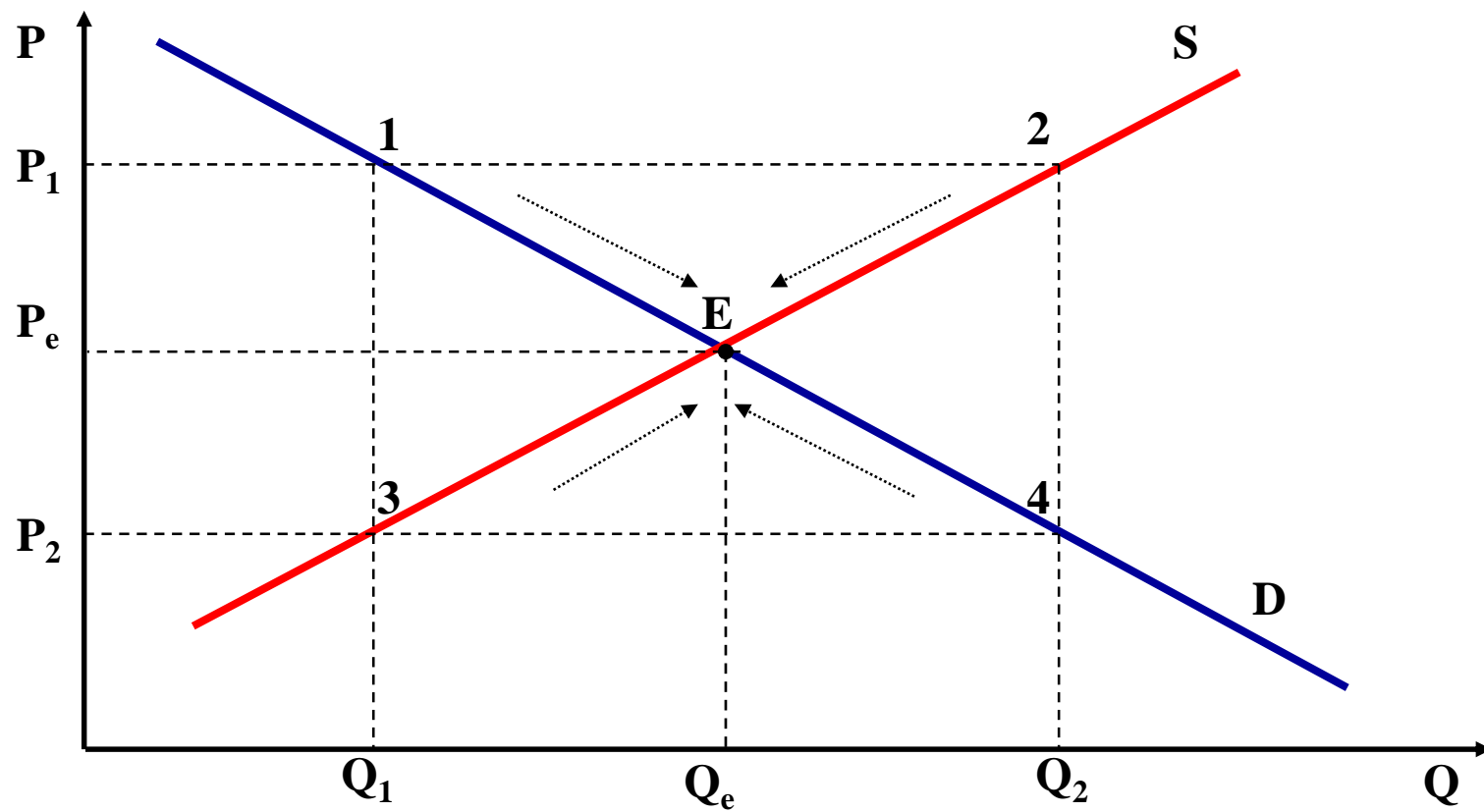
P_e - равновесная цена

Рыночное равновесие

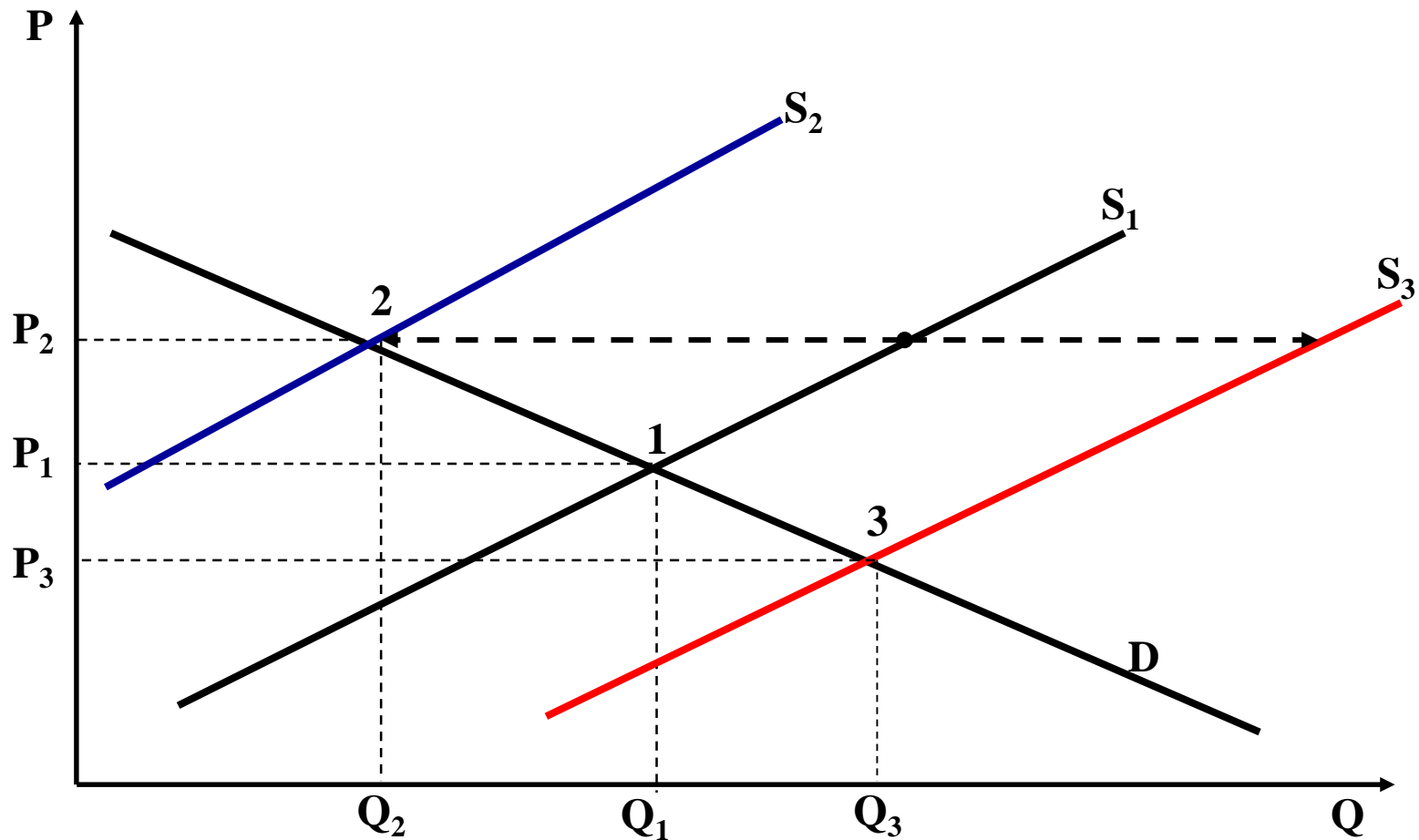
ОБЪЁМ СПРОСА = ОБЪЁМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

$$Q_D = Q_S$$

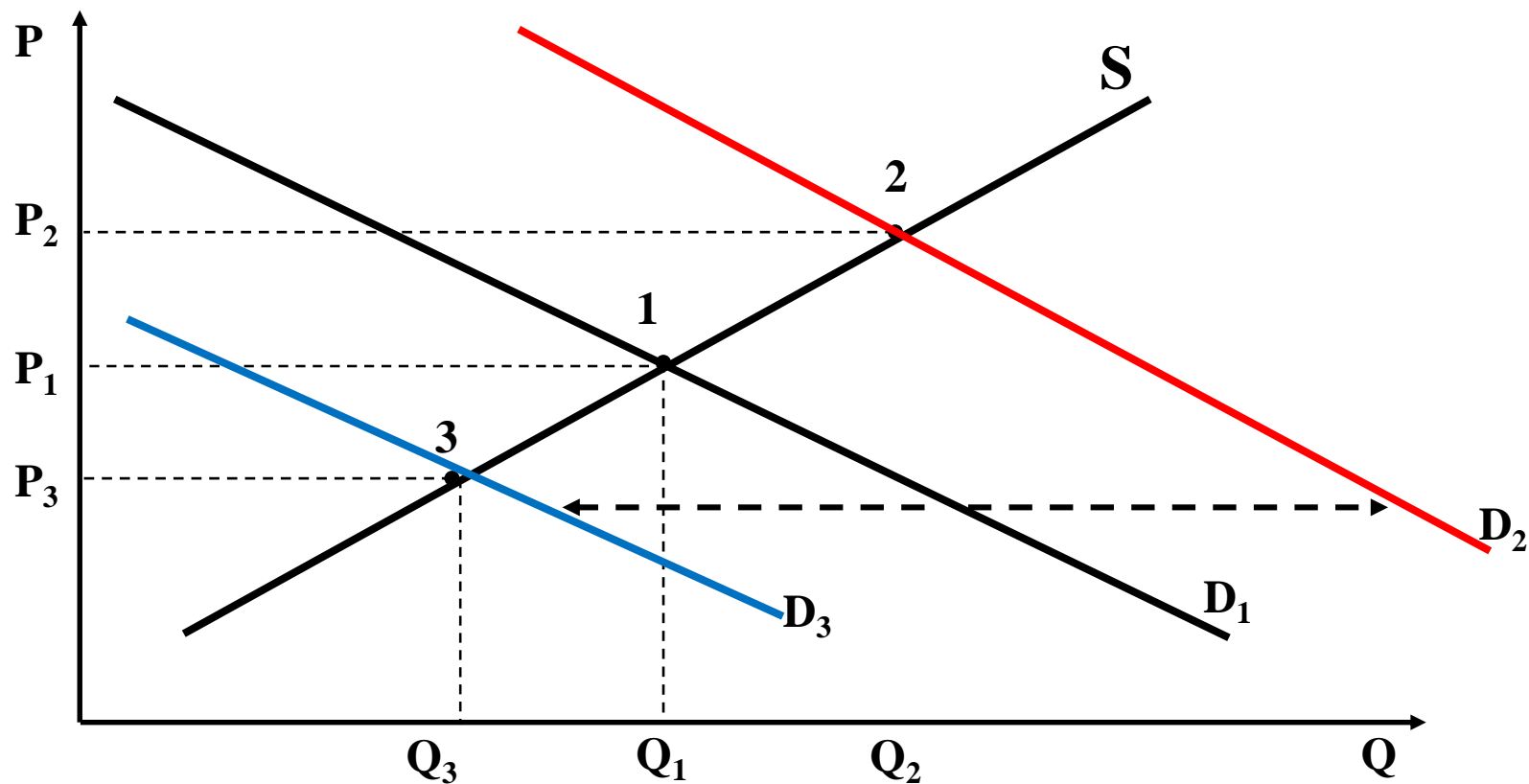
Установление рыночного равновесия



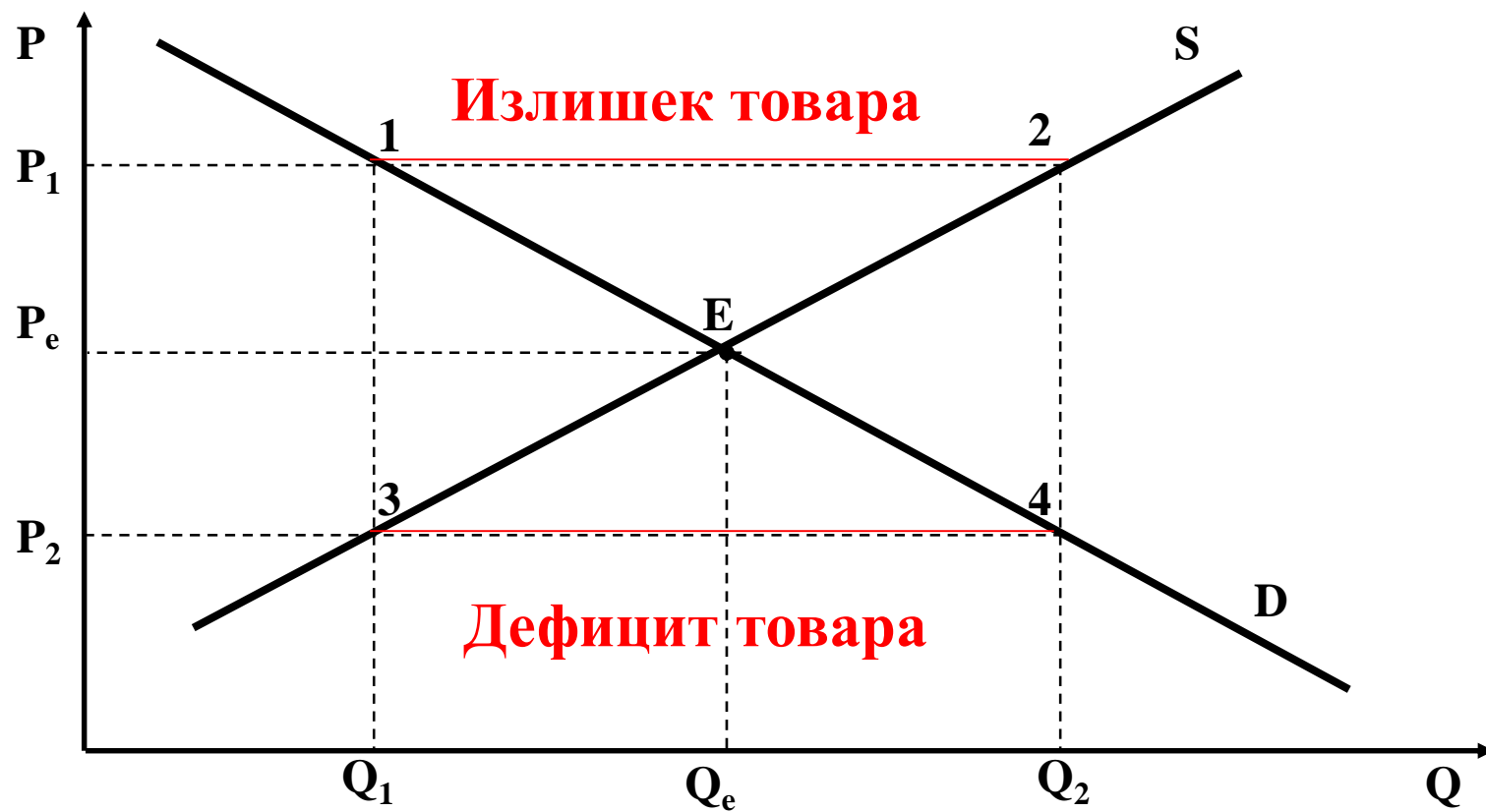
Воздействие изменений в предложении на рыночную ситуацию



Воздействие изменения спроса на рыночную ситуацию



Последствия государственного регулирования цен



ВЫИГРЫШ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Потребитель хотел бы купить товар как можно дешевле, но для каждого существует максимальная цена, которую он согласен заплатить за данную единицу товара, прежде чем откажется от её покупки.

Такая цена называется **ценой спроса**.

ВЫИГРЫШ ПОТРЕБИТЕЛЯ

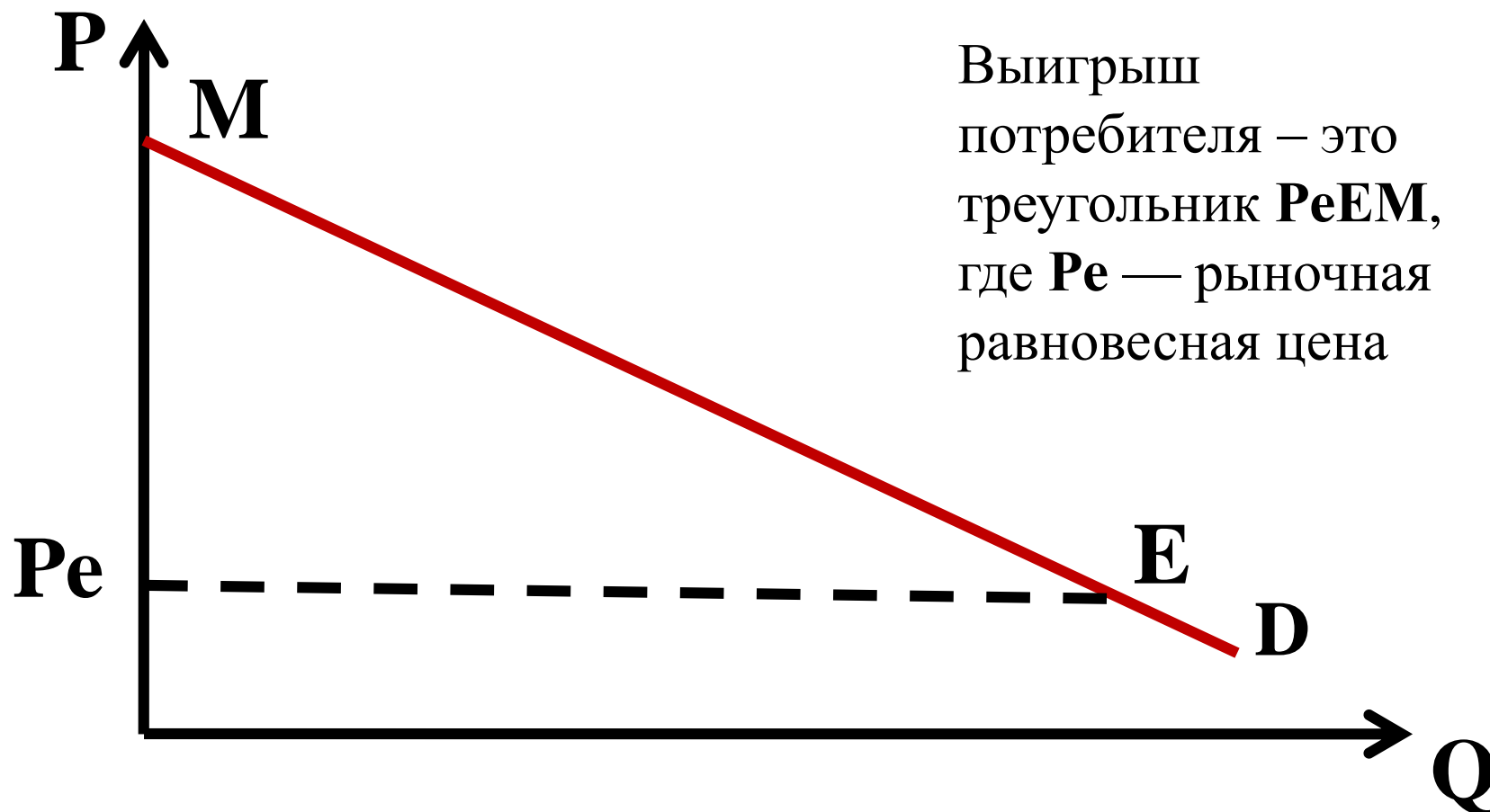
Вместе с тем все потребители независимо от их цен спроса покупают товар по единой рыночной цене.

Разница между индивидуальной ценой спроса и рыночной ценой составляет **выигрыш потребителя** при покупке данной единицы товара.

ВЫИГРЫШ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Геометрически выигрыш всех потребителей равен площади треугольника, ограниченного кривой спроса, линией рыночной цены и осью цен.

ВЫИГРЫШ ПОТРЕБИТЕЛЯ



ВЫИГРЫШ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Производитель хотел бы продать товар как можно дороже, но для каждого из них существует минимальная цена, по которой он ещё согласится продавать данную единицу товара, прежде чем откажется от её производства и продажи.

Такая цена называется **ценой предложения**.

ВЫИГРЫШ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

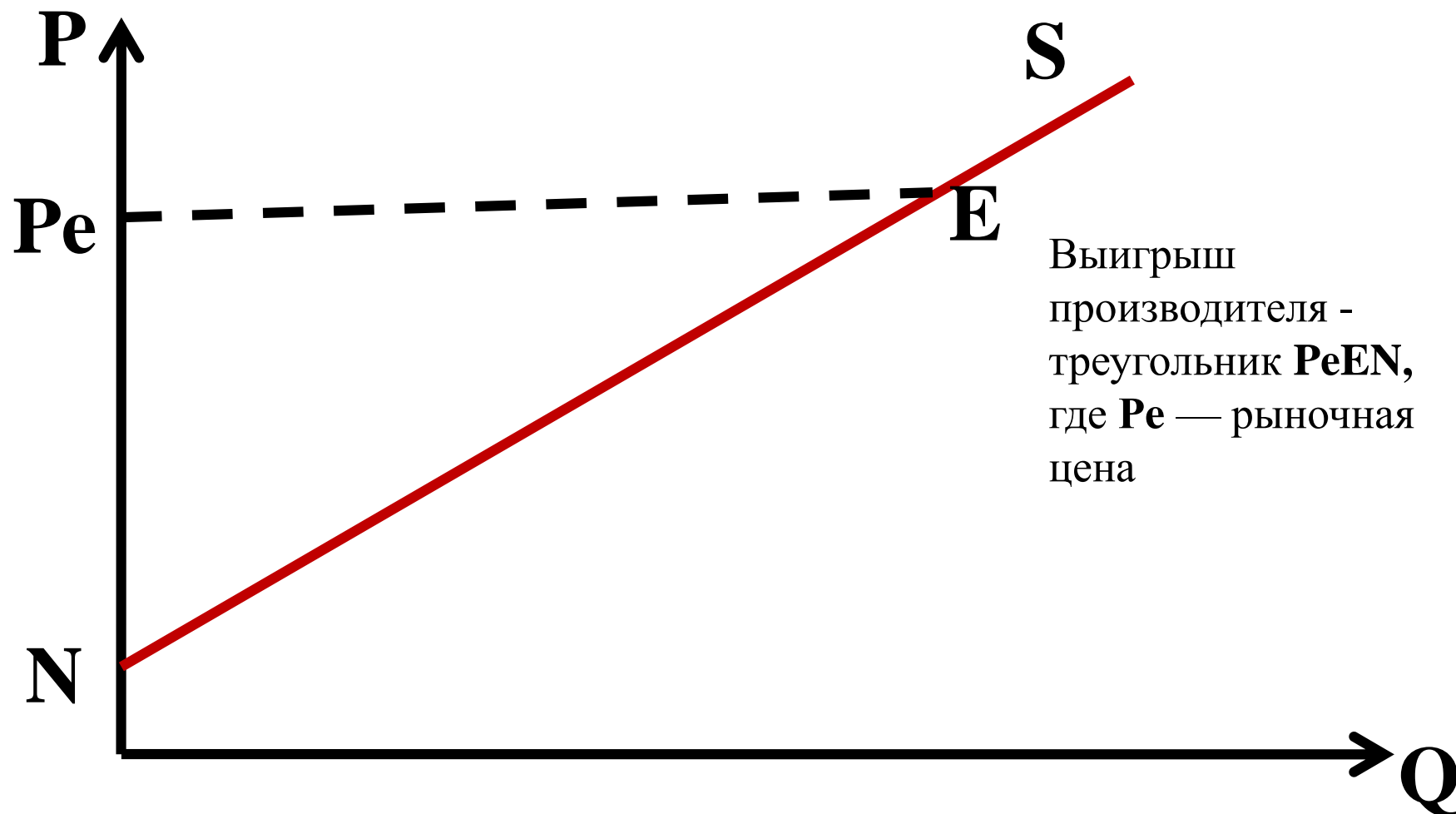
Вместе с тем все производители независимо от их цен предложения продают товар по единой рыночной цене.

Разница между рыночной ценой и индивидуальной ценой предложения составляет **выигрыш производителя** при продаже данной единицы товара.

ВЫИГРЫШ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Геометрически выигрыш всех производителей равен площади треугольника, ограниченного кривой предложения, линией рыночной цены и осью цен.

ВЫИГРЫШ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



Выигрыш потребителей и выигрыш производителей

