



СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ПОНЯТИЕ СПРОСА. ЗАКОН СПРОСА. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

Закон спроса

Спрос – это платежеспособная потребность покупателя в данном товаре при данной цене.

Закон спроса гласит: между уровнем цены (P) на товар и величиной спроса на него (Q_d) существует обратная зависимость.

$$Q_d = f \left(\frac{1}{P} \right)$$

Кривая спроса – кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени. Кривая имеет отрицательный наклон, что свидетельствует о желании потребителей купить большее количество благ при меньшей цене (рис.3.1а).



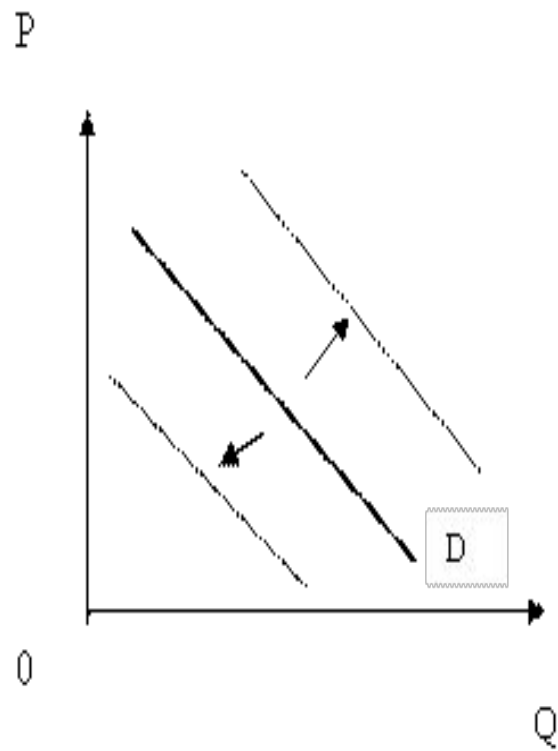
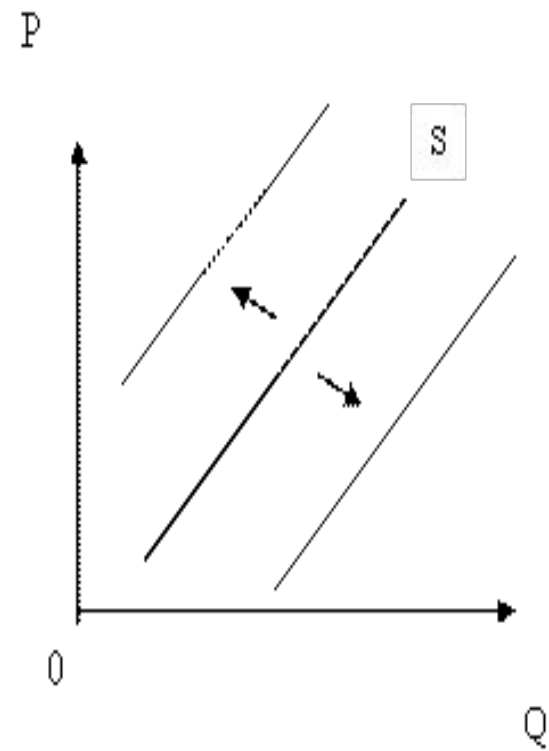


Рис. 3.1. Кривая спроса (а)



Кривая предложения (б)



Функция спроса – функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него различных факторов. Важнейшим из них являются цена на единицу блага в данный момент. Изменение цены (P) означает движение по кривой спроса (вверх-вниз).

Кроме цен на спрос влияют факторы:

- 1) изменение доходов потребителя (I);
- 2) изменение вкусов и предпочтений (Z);
- 3) ценовые и дефицитные ожидания (W);
- 4) колебание расходов на рекламу;
- 5) изменение цен товаров-субститутов (P_{sub}) и комплементарных товаров (P_{com});
- 6) изменение количества покупателей (N);
- 7) прочие факторы (B).

Эти факторы способствуют сдвигу кривой спроса вправо или влево.



Эластичность спроса — это показатель, выражающий колебания совокупного спроса, вызванные изменением цен на товары и услуги.

Эластичность спроса измеряется количественно через коэффициент эластичности по формуле:


$$K_o = \frac{Q}{P}$$

- K_o — коэффициент эластичности спроса
- Q — процент изменения количества продажи
- P — процент изменения цены



**Предложение. Закон предложения.
Эластичность предложения.**

Предложение — возможность и желание продавца (производителя) предлагать свои товары для реализации на рынке по определённым ценам. Такое определение описывает предложение и отражает его суть с качественной стороны.



Закон предложения

Предложение – это совокупность товаров, выносимых на рынок производителями.

Прямая связь между ценой (P) и количеством предлагаемого продукта (Qs) называется *законом предложения*.

$$Q_s = f(P).$$

Кривая предложения – кривая, которая показывает, какое количество экономических благ готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени. Кривая S имеет положительный наклон.



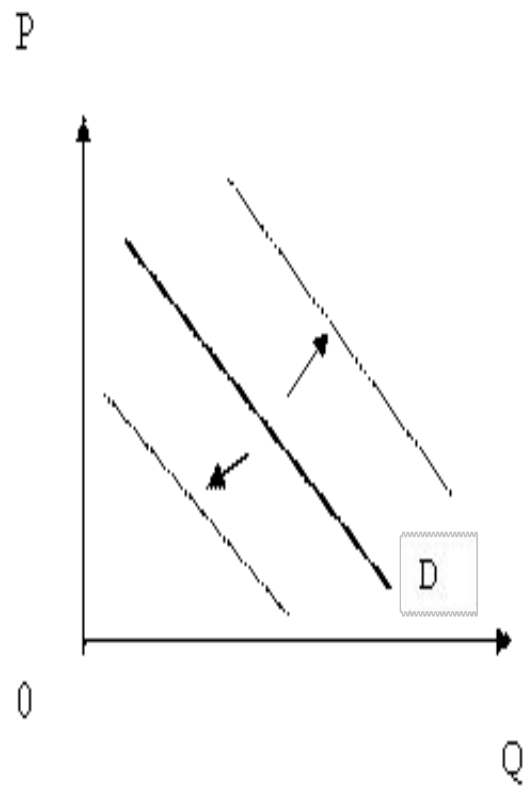
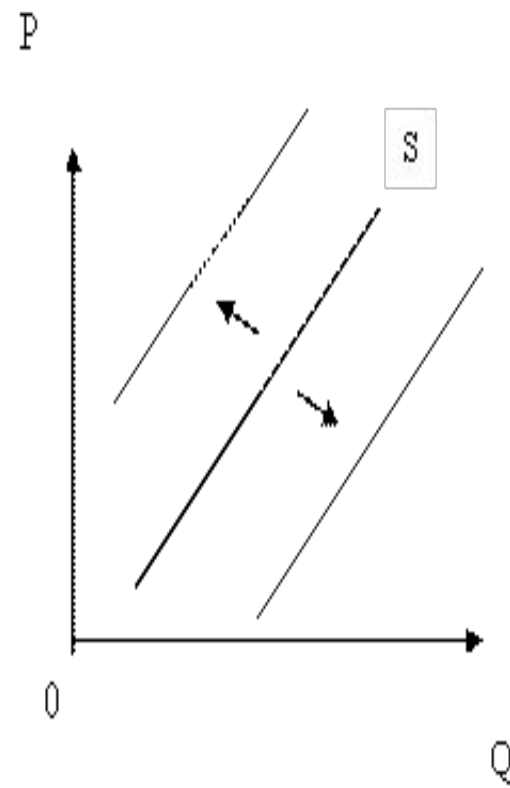


Рис. 3.1. Кривая спроса (а)



Кривая предложения (б)



Функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него факторов. Важнейшим фактором является цена на единицу блага в данный момент времени. Изменение цены означает движение по кривой S .

Кроме того, на предложение влияют факторы:

- 1) цены факторов производства (P_r);
- 2) технология (K);
- 3) ценовые и дефицитные ожидания агентов экономики;
- 4) размер налогов и субсидий (T);
- 5) количество продавцов (N);
- 6) прочие факторы (B).

Движение вдоль кривой S означает изменение величины предложения. Сдвиг кривой S влево или вправо отражает изменение предложения, что происходит под влиянием факторов, определяющих функцию предложения.

Эластичность предложения — показатель, воспроизводящий изменения совокупного предложения, которые происходят в связи с ростом цен. В случае, когда увеличение предложения превосходит рост цен последнее характеризуется как эластичное (эластичность предложения больше единицы — $E > 1$). Если прирост предложения равен приросту цен, предложение называется единичным, а показатель эластичности равен единице ($E = 1$). Когда прирост предложения меньше прироста цен, формируется так называемое неэластичное предложение (эластичность предложения меньше единицы — $E < 1$).



Эластичность предложения вычисляется через коэффициент эластичности предложения по формуле:

$$K_m = \frac{G}{F}$$

- K_m — коэффициент эластичности предложения
- G — процент изменения количества предлагаемого товара
- F — процент изменения цены



График предложения (кривая предложения) показывает соотношение между **рыночными ценами** и количеством товаров, которые производители желают предложить.



Эффект дохода и эффект замещения

Эффект дохода (*Income effect*) — воздействие, оказываемое на структуру спроса потребителя за счет изменения его реального дохода, вызванного изменением цены блага.

Эффект замещения (*Substitution effect*) — изменение структуры потребительского спроса в результате изменения цены одного из благ, входящих в потребительский набор.



Взаимосвязь эффекта дохода и эффекта замещения

Эффект дохода и эффект замещения действуют не изолированно, а во взаимодействии друг с другом.

Для **нормальных товаров** эффект дохода и эффект замещения суммируются, так как снижение цены данных товаров приводит к росту спроса на них.

Для **товаров низшей категории** действие эффектов дохода и замещения определяется их разницей.



Эластичность спроса по цене и факторы ее определяющие

Факторы:

1. Количество товаров заменителей. Чем больше заменителей у данного товара и чем лучше они его замещают, тем выше прямая эластичность спроса для рассматриваемого товара. Это объясняется тем, что если наш товар подорожал, а товар-заменитель не изменился в цене, рациональный потребитель перейдет хотя бы частично на потребление товара-заменителя, следовательно, объем покупки нашего товара сильно изменится.

2. Узость определения товара. Чем конкретнее мы опишем товар, тем эластичнее спрос на него. Например, на что спрос эластичнее, на газированные напитки или на бутылку кока-колы объемом 0,5 литра? Конечно, эластичнее спрос на кока-колу, поскольку у нее гораздо большее количество близких товаров-заменителей.



3 Удельный вес расходов на товар в бюджете потребителя. Чем выше удельный вес расходов на товар, тем выше эластичность спроса по цене. Представим, что весь свой доход школьник тратит на покупку двух товаров - например, мороженого и авторучек. Удельный вес расходов на мороженое в его бюджете составляет 95%, а расходов на авторучки - 5%. Пусть цены обоих благ несколько увеличились, а доход не изменился. В этом случае потребитель может даже не обратить внимания на увеличение стоимости авторучек и не изменить объем их потребления, поскольку доля расходов на данный товар незначительна. А вот «не заметить подорожания мороженого школьнику не удастся и явно придется сократить приобретаемое количество.

4. Размер дохода потребителя. Чем выше доход потребителя, тем ниже эластичность спроса по цене. Чем богаче человек, тем менее он чувствителен к изменению цен на большинство товаров. Миллиардера, конечно, может волновать подорожание океанических яхт или картин на международных аукционах, но вряд ли он заметит подорожание хлеба или яблок.



5. Степень необходимости товара для потребителя.

Чем выше степень необходимости, тем ниже эластичность спроса по цене. Например, если вы - фанат футбола, то будете экономить на всем, но продолжать ходить на интересующие матчи, несмотря на рост стоимости билетов.

6. Длительность рассматриваемого интервала времени. Чем длительнее рассматриваемый интервал времени, тем выше эластичность спроса по цене. Сразу после подорожания необходимого товара вы можете не найти ему замены и продолжите покупать почти в прежнем объеме, но с течением времени ситуация может измениться. Например, рост стоимости сигарет может привести к постепенному отказу от курения, а рост цены нефти - к переключению на альтернативные источники энергии.