

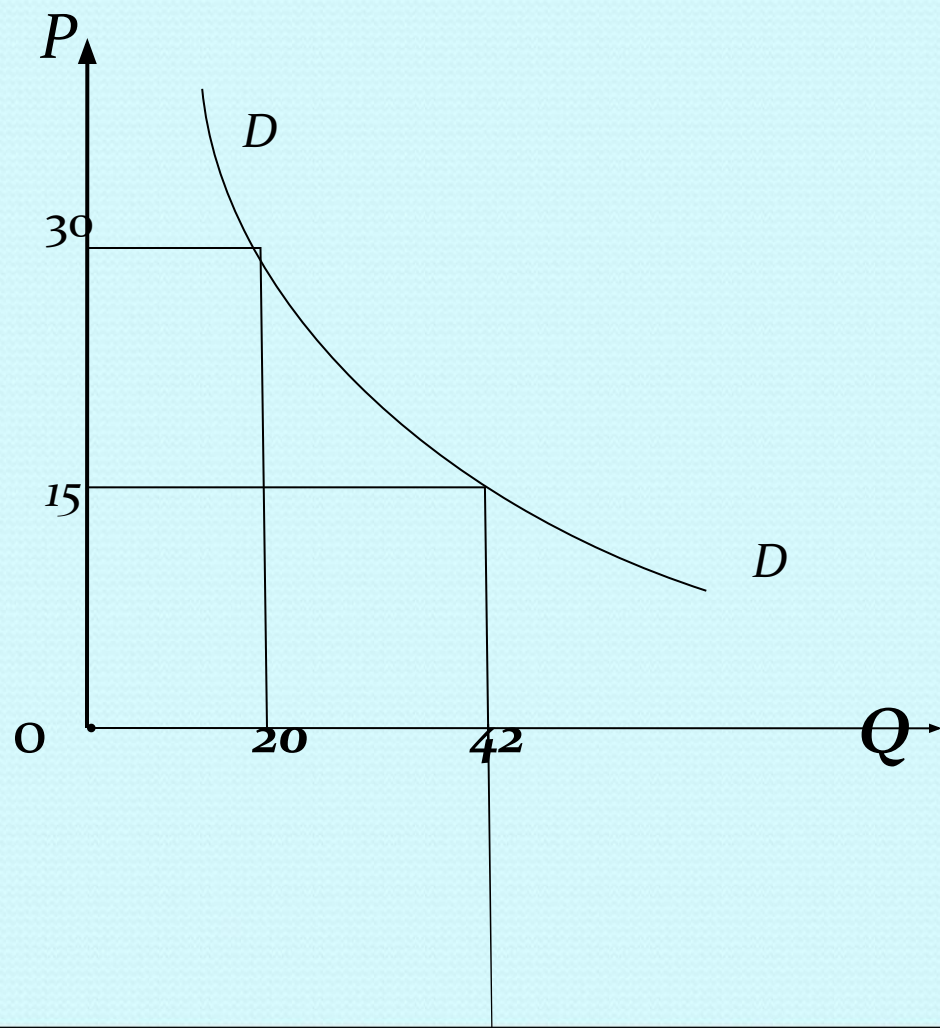
СПРОС , ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Спрос – потребность покупателей в данном товаре, выраженная в их покупательной способности.

Величина спроса – количество товара, которое покупатели готовы купить по данной цене в определённое время и в определённом месте.

Зависимость величины спроса от цены товара.

Цена (P) , р.	Величина спроса (Q_d), шт.
10	50
15	42
20	32
25	25
30	20
35	15
40	10



Кривая спроса показывает, что повышение цены понижает величину спроса. Например, если цена повысится с 15р. за штуку до 30р., то величина спроса уменьшится с 42 до 20 штук.

Закон спроса гласит: при прочих равных условиях величина спроса на товар находится в обратной зависимости от цены этого товара.

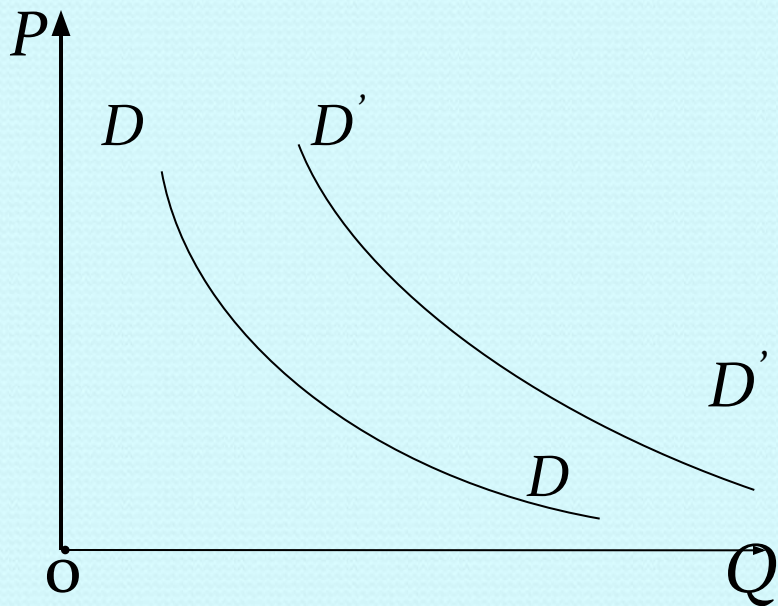
Аргументы достоверности закона спроса:

- ✓ **ценовой барьер** для какой-то части людей;
- ✓ **эффект дохода** , когда снижение цены на товар экономит часть бюджета покупателя;
- ✓ **эффект замещения** взаимозаменяемых товаров;
- ✓ **Принцип убывания предельной полезности.**

Эффект Гиффена.

Ситуация на рынке, когда повышение цены ведёт к повышению величины спроса.

Факторы влияющие на спрос.



- Уровень дохода покупателей . Следует выделять низшие и нормальные товары . С ростом доходов спрос на низшие товары сокращается, а на нормальные увеличивается.
- Вкусы и предпочтения потребителя.

- Изменение цены товара.
- Изменение цен на дополняющие или взаимозаменяемые товары.
- Ожидание изменения доходов и цен.
- Изменение числа покупателей.

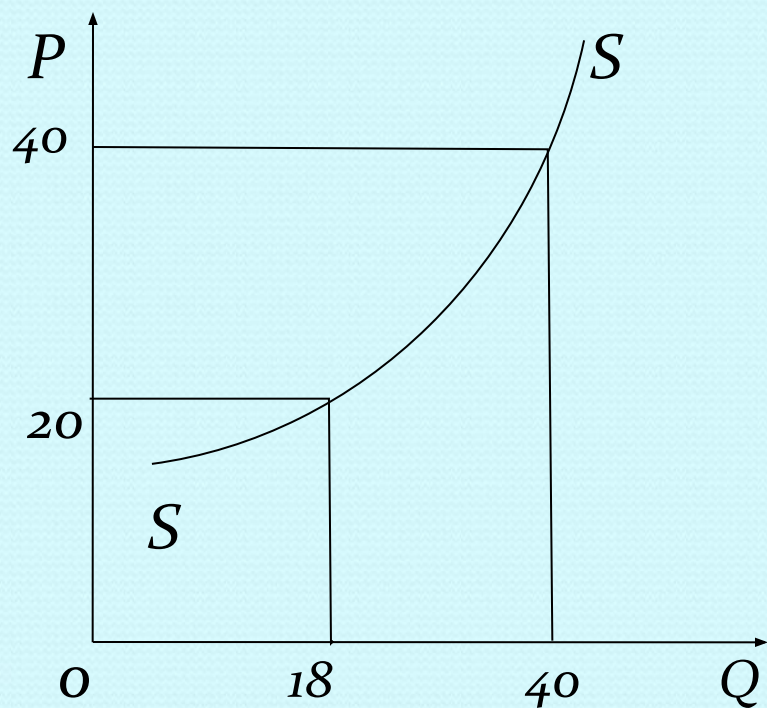
Предложение – количество товаров, которое производители готовы поставить на рынок в зависимости от их цены.

Величина предложения – количество товаров, которое продавцы способны и готовы продать по определённой цене в заданном месте и в заданное время.

Зависимость величины предложения от цены.

Цена (P), р.	Количество произведённого продукта (Q_s), шт.
10	2
15	9
20	18
25	25
30	31
35	37
40	40

- Величина предложения определяется величиной цены. Если мы проведем опрос группы продавцов однородной продукции, мы сможем составить зависимость величины предложения от уровня цены. Такую зависимость называют **графиком (кривой) предложения**.



Кривая предложения показывает, что рост цены сопровождается ростом величины предложения. Например, при повышении цены с 20р. за штуку до 40р., то величина предложения увеличится с 18 до 40 штук.

Закон предложения гласит : **чем выше цена, тем выше величина предложения и наоборот.**

Чем объясняется действие закона предложения? Чтобы ответить на этот вопрос, т. е. обосновать достоверность закона предложения, мы можем выдвинуть следующие аргументы:

- **Увеличение прибыли при большей цене** (с ростом цен увеличится прибыль, расширится производство).

- **Увеличение прибыли при большей цене** (с ростом цен увеличится прибыль, расширится производство).
- **Когда цена на товар растет, производители, заинтересованные в увеличении прибыли, начнут расширять свое производство. Кроме того, в отрасль, где растут цены, устремятся и предприниматели из других отраслей, изымая свои капиталы из менее прибыльного дела. Открытие новых предприятий еще больше увеличит величину предложения.**
- **Дополнительные затраты** (дополнительная продукция будет производиться, если будет расти цена товара).
- **Рост величины предложения связан с ростом цены товара еще и потому, что производство каждой дополнительной единицы товара требует *дополнительных затрат*. Следовательно, если будет расти цена товара, дополнительная продукция будет производиться. Расширение производства может продолжаться до тех пор, пока дополнительные затраты не превысят дополнительный доход, полученный от производства еще одной, дополнительной, единицы продукции.**

Факторы, влияющие на предложение.

1. **Цены на ресурсы** (рост предложения при сокращении затрат на сырье).
2. **Изменение в технологии производства** (если заменить ручной труд машинами, то увеличится производительность труда, увеличится предложение).
3. **Налоги и дотации** (если увеличить налоги, то производство сократится, а выплата дотаций вызовет рост производства).
4. **Цены на другие товары** (рост цен на одни товары влечет изменение предложения других товаров).
5. **Ожидание изменения цен.**
6. **Рост числа производителей** (увеличение количества фирм, производимых однородный товар вызовет рост предложений) .

эластичность предложения – это реакция на изменение цены со стороны производителей. Между ценой и величиной предложения существует прямая зависимость. Эластичность предложения позволяет определить степень реагирования производителей различной продукции на изменение цены.

ВИДЫ:

- **Эластичное предложение -**

предложение, при котором степень изменения его количества превышает степень изменения цены предлагаемого товара.

- **Неэластичное предложение –**

предложение при котором степень изменения его количества меньше степени изменения цены предлагаемого товара.

- **Коэффициент ценовой эластичности предложения** – числовой показатель, определяющий степень изменения величины предложения в ответ на изменение его цены.
- **Коэффициент ценовой эластичности предложения** меньше единицы при не эластичном предложении.
- **Коэффициент ценовой эластичности предложения** больше единицы при эластичном предложении.

Равновесная цена.

- Спрос и предложение взаимодействуют. В результате этого взаимодействия устанавливается равновесная цена.

Равновесная цена – цена, при которой количество товара, предлагаемого продавцами, совпадает с количеством товара, которое готовы купить покупатели.

На графике равновесная цена соответствует точке равновесия, получаемая в результате пересечения кривых спроса и предложения.

- Поскольку продавцы и покупатели хотят продать или купить различное количество товара (услуги) в зависимости от его цены, для рыночного равновесия необходимо, чтобы установилась такая цена, при которой величины спроса и предложения совпадут. Другими словами, *цена уравнивает величины спроса и предложения.*

- Если при некоторой цене величина предложения товара превысит величину спроса на него, то на рынке возникает избыток этого товара.
- Если величина спроса на товар больше величины его предложения, то товар будет дефицитным.

Уравновешивающая функция цены – способность конкурентных сил спроса и предложения устанавливать цену на уровне, при которой решения о продаже и купле синхронизируются.