



Микроэкономика

Занятие 1

Спрос

- **Спрос – отношение между ценой товара и его количеством, который покупатели хотят и могут купить по данной цене**



D – demand – спрос

P – price – цена

Q – quantity – количество товара

Спрос

- **Спрос** – отношение между ценой товара и его количеством, который покупатели хотят и могут купить по данной цене
- **Объем (величина) спроса** – объем (количество) товара (в натуральном измерении), который покупатели **купили бы по данной цене за определенный период** (месяца, года)

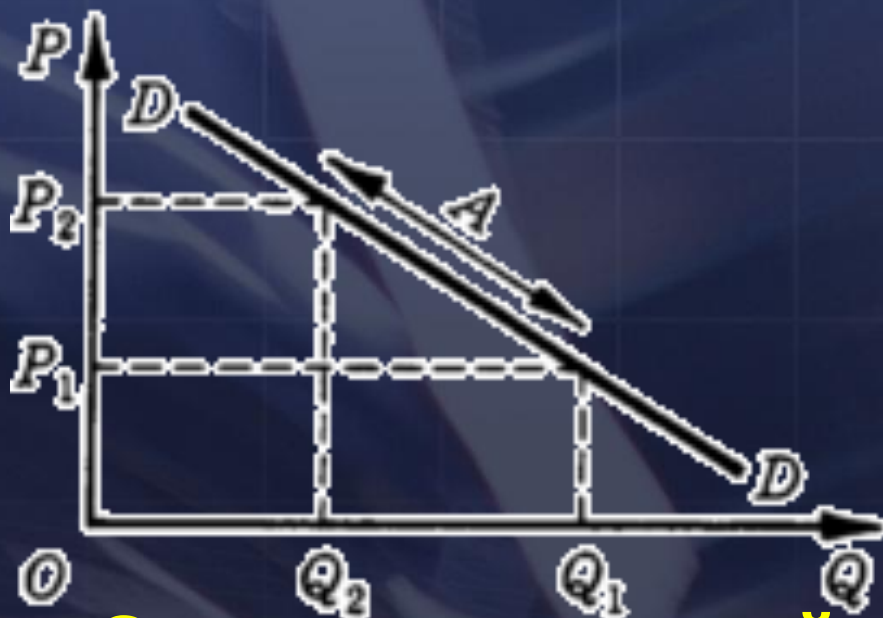
Спрос

- **Изменение спроса
(change in demand)**



Сдвиг кривой

- **Изменение объема
спроса
(change in quantity)**



Сдвиг вдоль кривой

Закон спроса

- Повышение цен обычно ведет к снижению величины спроса, а снижение цен – к ее увеличению при прочих равных условиях



Спрос: факторы влияния, кроме цены

На спрос также влияют:

1. Цены взаимосвязанных товаров;
2. Уровень доходов покупателей;
3. Численность покупателей;
4. Предпочтения покупателей (вкусы, мода, реклама, брэндсы и др.)

Спрос: факторы влияния, кроме цены

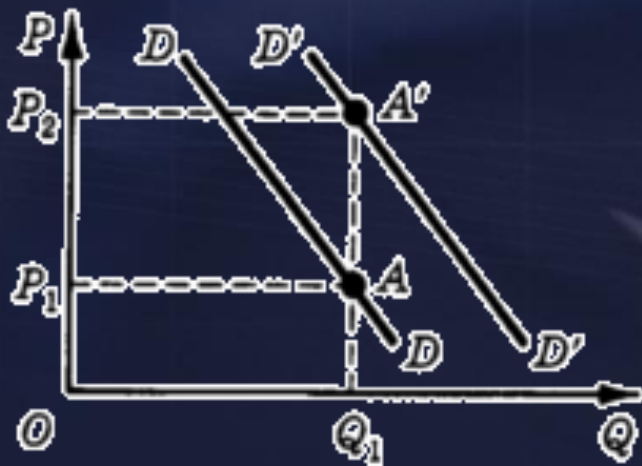
1. цены взаимосвязанных товаров

Два типа взаимосвязанных товаров:

1. **Взаимозаменяемые товары** (substitutes)
(капуста и морковь)

$$\uparrow P_s \Rightarrow D \rightarrow$$

Рост цен на заменитель –
сдвиг кривой спроса вправо



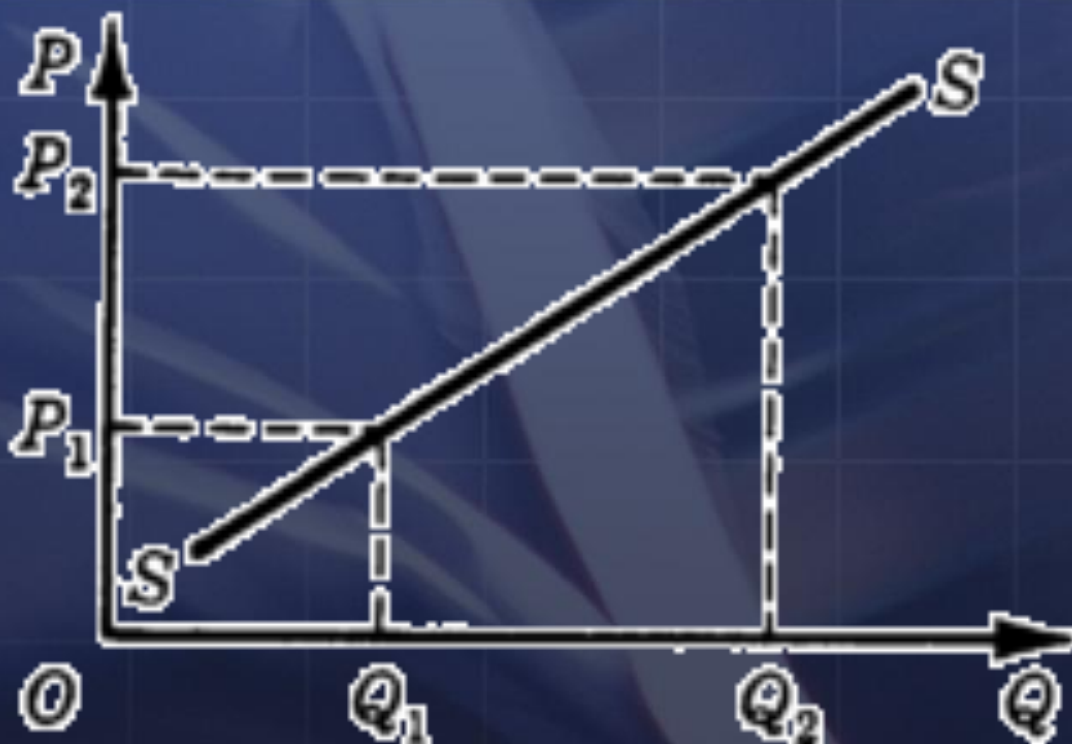
2. **Взаимодополняемые товары** (complements)
(машины и бензин)

$$\downarrow P_c \Rightarrow D \rightarrow$$

Снижение цены на
взимодополняющий товар –
сдвиг кривой спроса вправо

Предложение

- **Предложение** – отношение между ценой товара и его количеством, который продавцы хотят и могут продать по данной цене



S – supply – предложение

P – price – цена

Q – quantity – количество товара

Предложение

- **Предложение – отношение между ценой товара и его количеством, который продавцы хотят и могут продать по данной цене**
- **Объем (величина) предложения – объем (количество) товара (в натуральном измерении), который продавцы продали бы по данной цене за определенный период (месяца, года)**

Предложение

Изменение предложения

(change in supply)

Изменение объема предложения

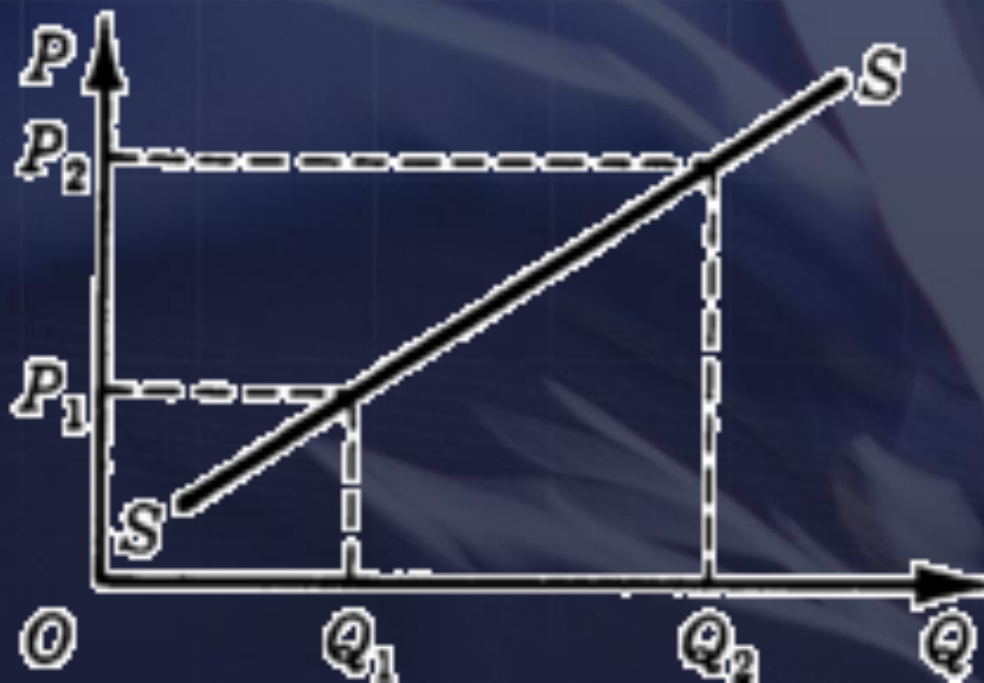
(change in quantity)

Сдвиг кривой

Сдвиг вдоль кривой

Закон предложения

- Повышение цен обычно ведет к увеличению величины предложения, а снижение цен – к ее уменьшению при прочих равных условиях



Предложение: факторы влияния, кроме цены

На предложение также влияют:

1. Цены на ресурсы;
2. Технология производства;
3. Налоги и дотации;
4. Цены на другие товары;
5. Ожидания изменения цен;
6. Количество продавцов на рынке.

Цена



Подход 1 (К. Маркс)

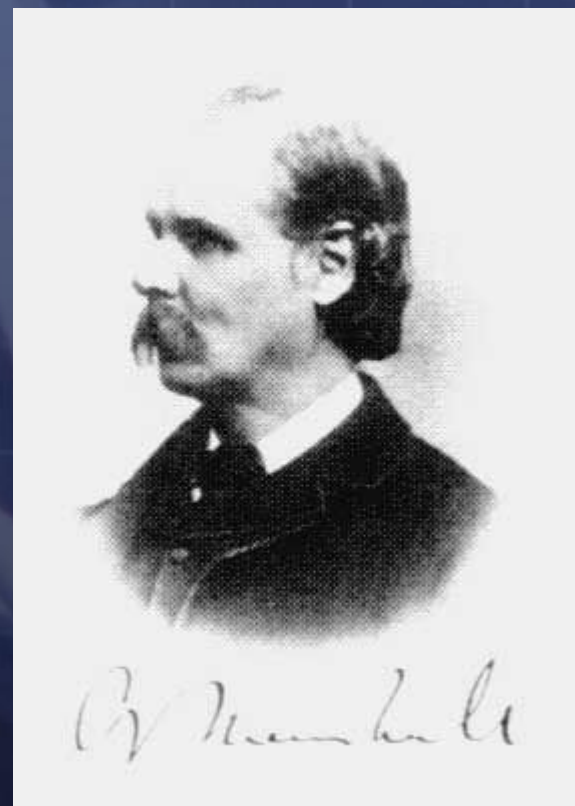
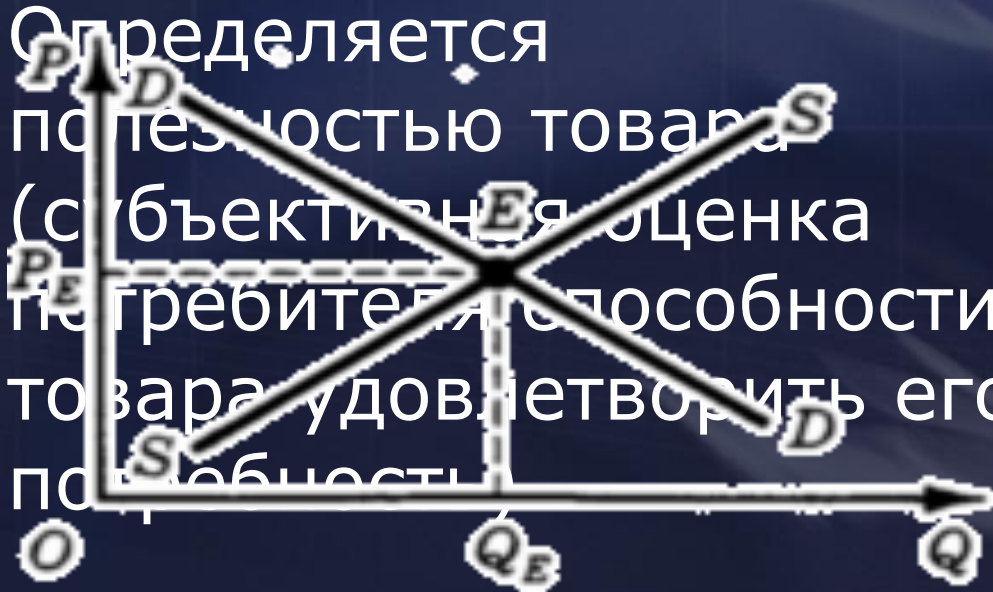
- Цена – денежное выражение **СТОИМОСТИ**
- Определяется вложенным в него трудом (объективная оценка рабочего времени и квалификации)

Цена

Подход 2 (А. Маршалл, 1842-1924)

- Цена – результат взаимодействия на рынке спроса и предложения

- Определяется полезностью товара (субъективная оценка потребителя способности товара удовлетворить его потребности)



Цена



Q (quantity) – количество товара

P (price) - цена

D (demand) – спрос

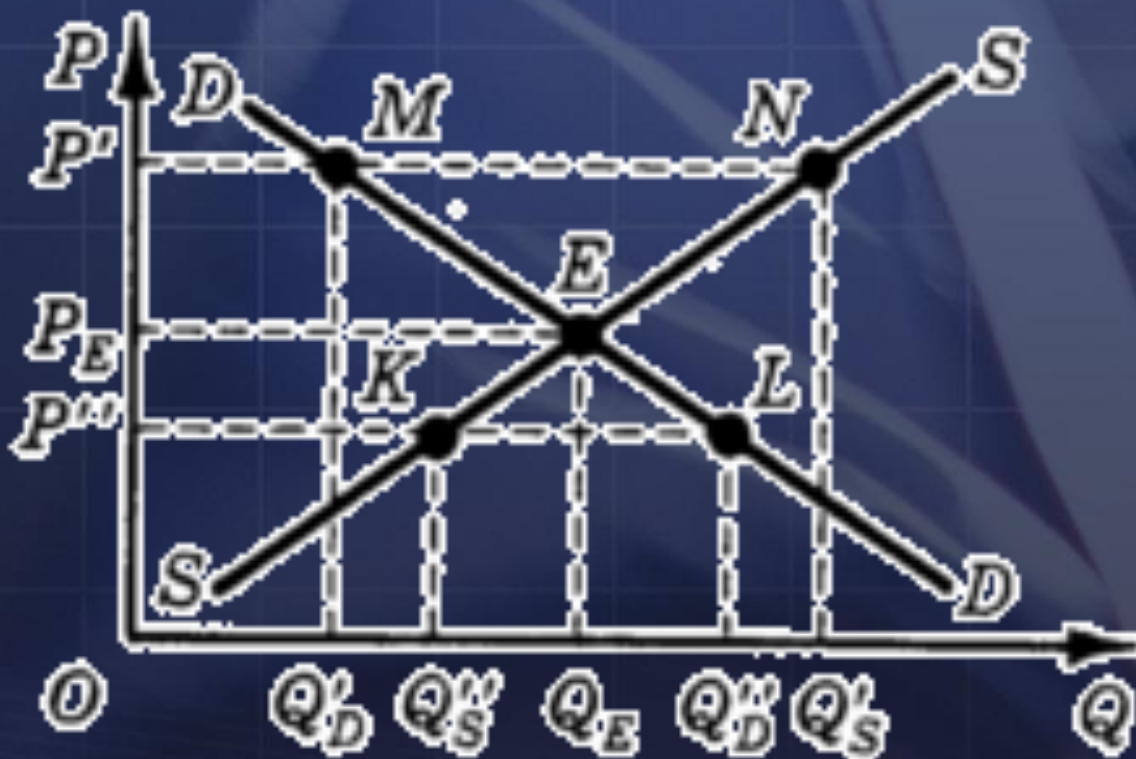
S (supply) – предложение

E (equilibrium) – равновесная цена

Механизм цен –

формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения продавцов и покупателей, принимающих свои решения без давления извне

Цена

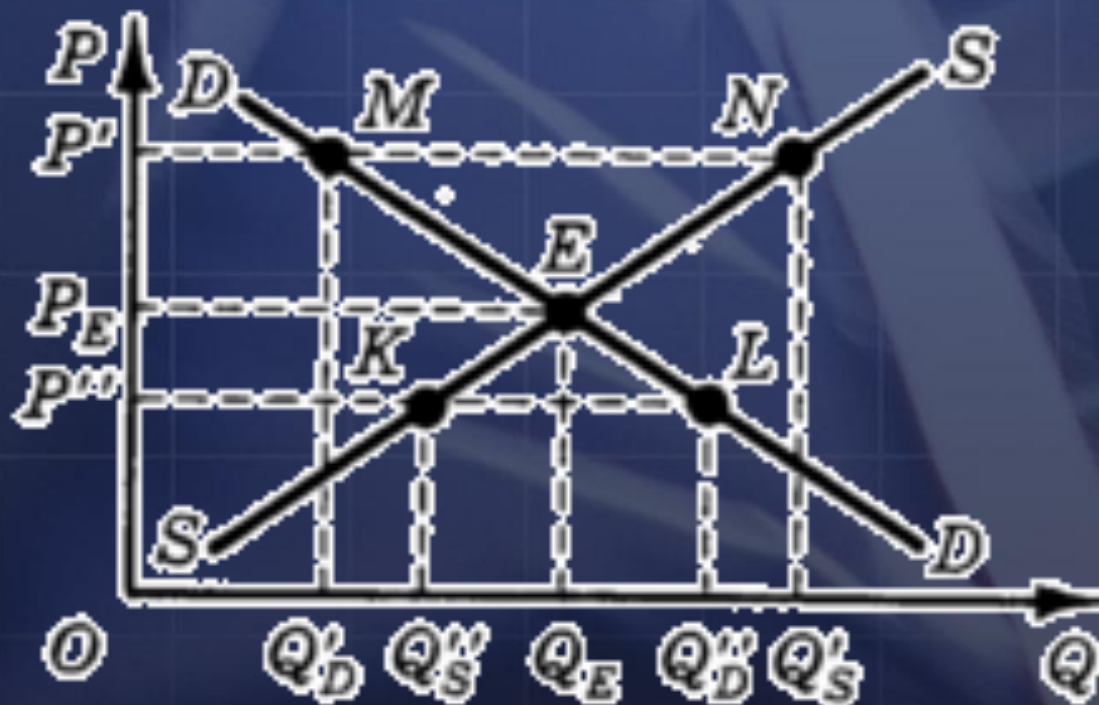


При цене P' возникает избыток (NM)

При цене P'' возникает дефицит (KL)

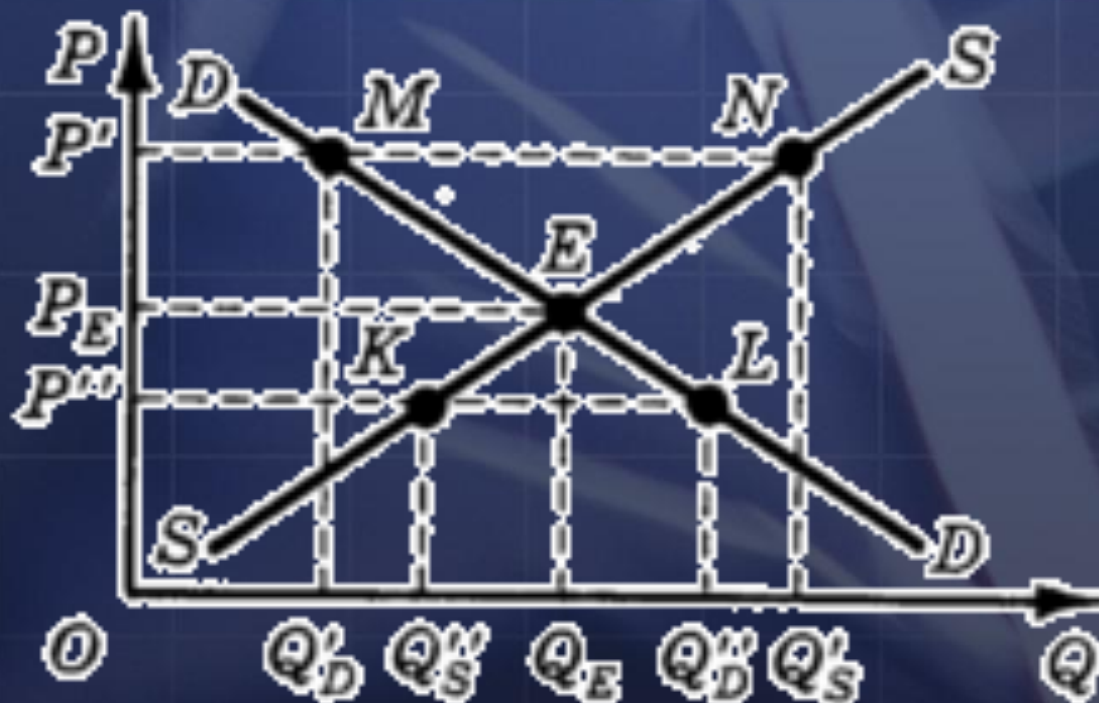
При цене P_E устанавливается равновесие (E)

Цена



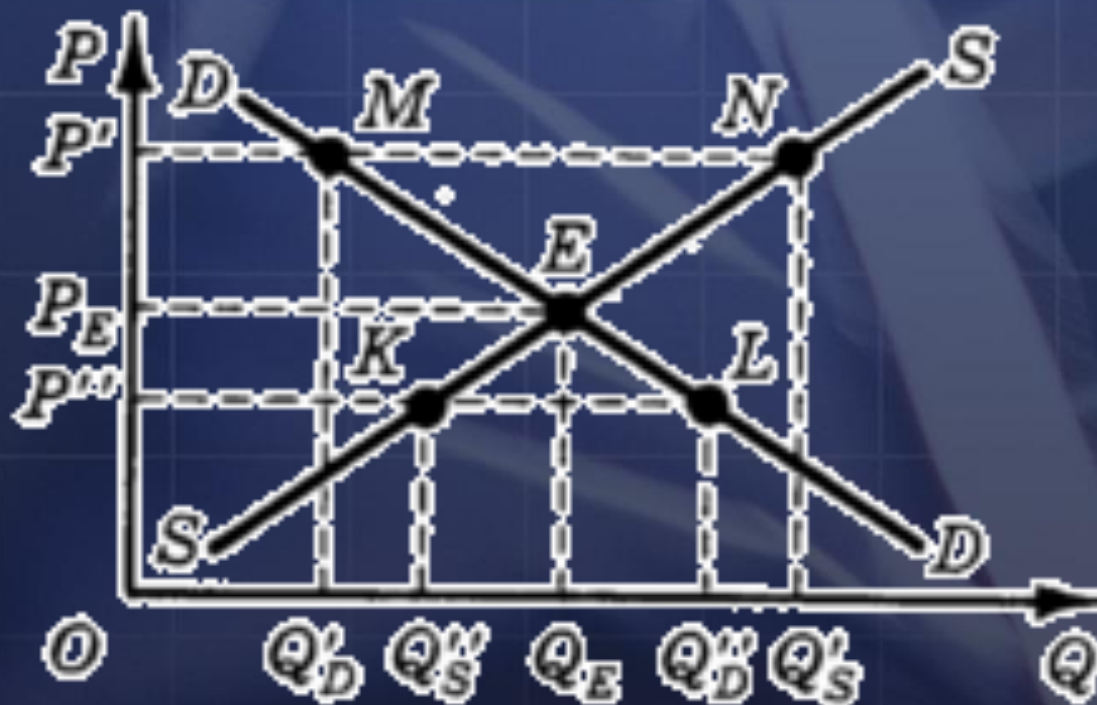
- Избыток (NM) – при существующем уровне цены продавцы предлагают больший объем товаров, чем готовы купить покупатели

Цена



- Дефицит (KL) – при существующем уровне цены покупатели готовы купить больший объем товаров, чем продавцы приобрести

Цена



- Равновесная цена (E) – цена, позволяющая продать весь объем товаров, который продавцы согласны предложить

Цена и рынок

- **Рынок** – особый механизм взаимодействия участников хозяйственной деятельности, в основе которого лежит добровольный взаимовыгодный обмен ресурсами, товарами и услугами по законам спроса и предложения

Цена и рынок

Функции рынка

1. Посредническая
2. Ценообразования
3. Регулирующая
4. Информационная
5. Стимулирующая
6. Санирующая

Функции цены

1. Информационная
2. Стимулирующая
3. Распределительная

