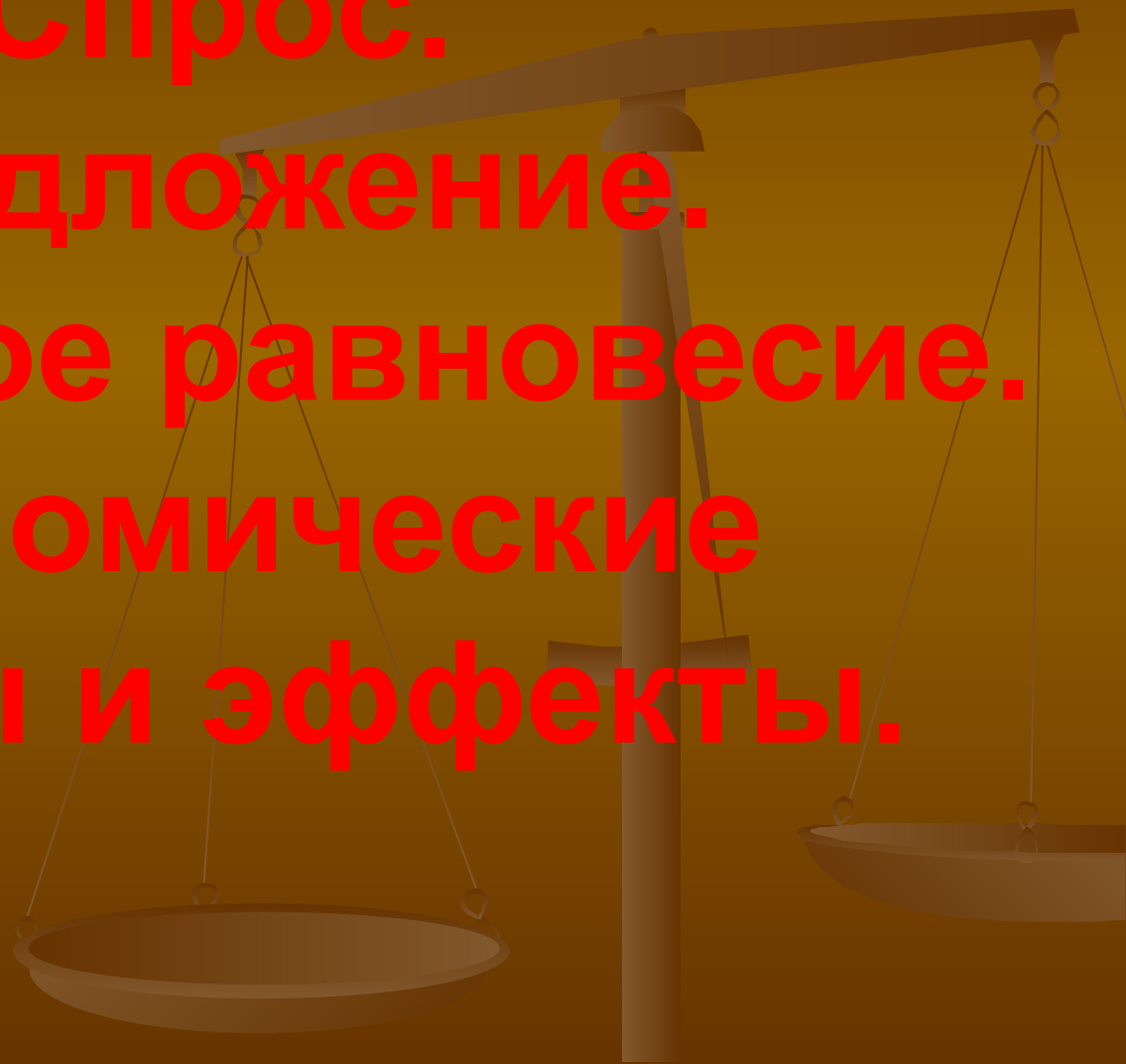
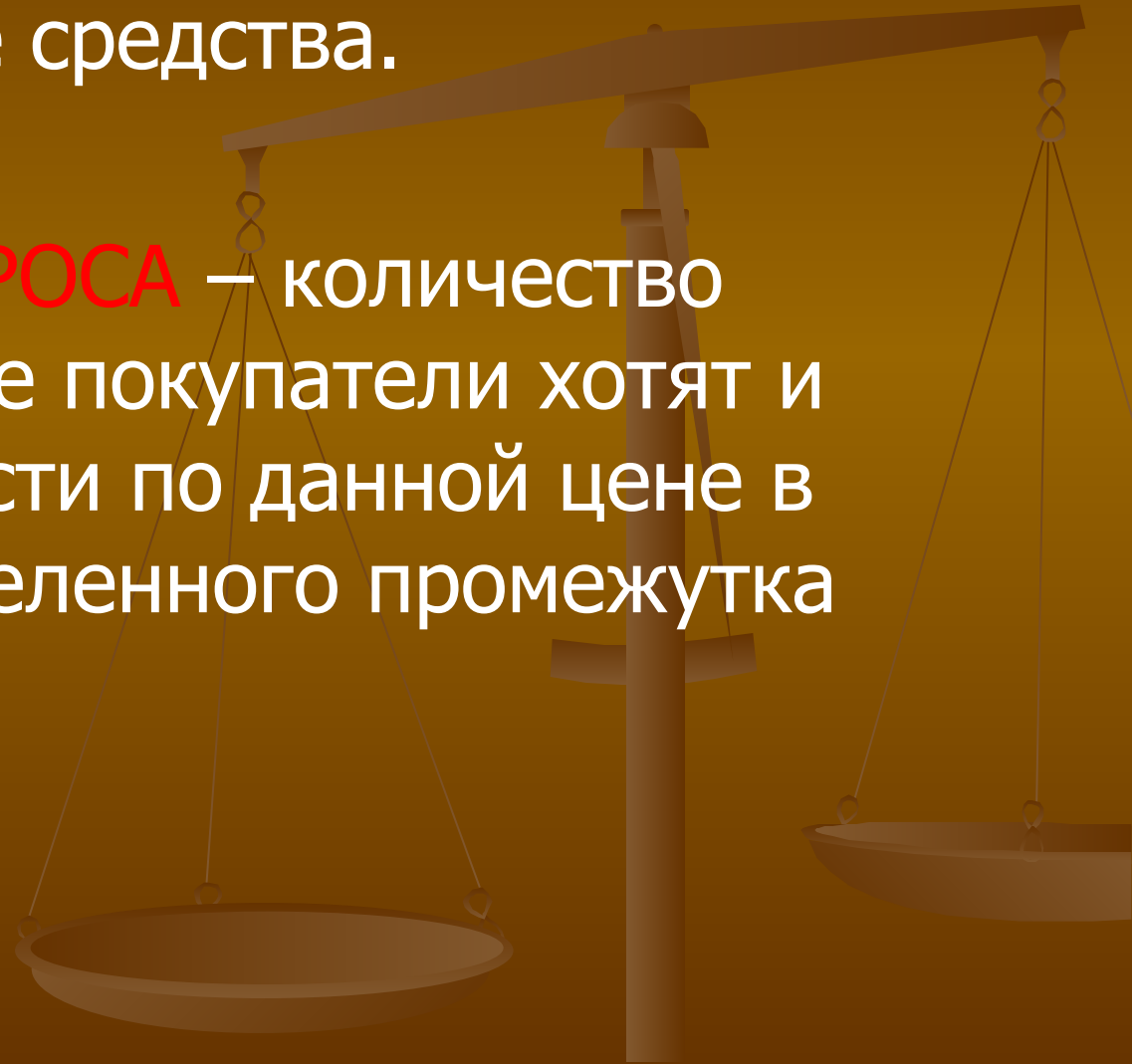


**Спрос.  
Предложение.  
Рыночное равновесие.  
Экономические  
законы и эффекты.**

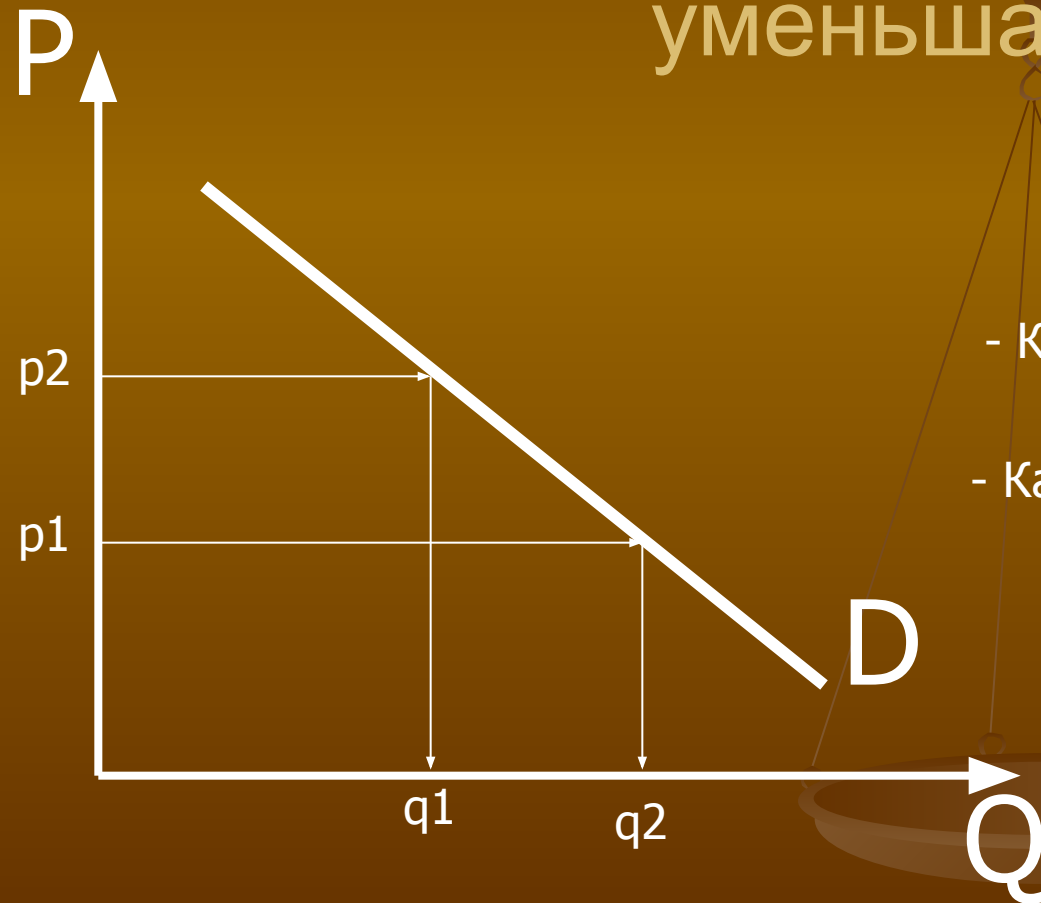


- **СПРОС** – запрос покупателя на приобретение товаров за имеющиеся у него денежные средства.
- **ВЕЛИЧИНА СПРОСА** – количество товара, которое покупатели хотят и могут приобрести по данной цене в течение определенного промежутка времени.



# Закон спроса:

при прочих равных условиях по мере роста цены на товар величина спроса уменьшается.

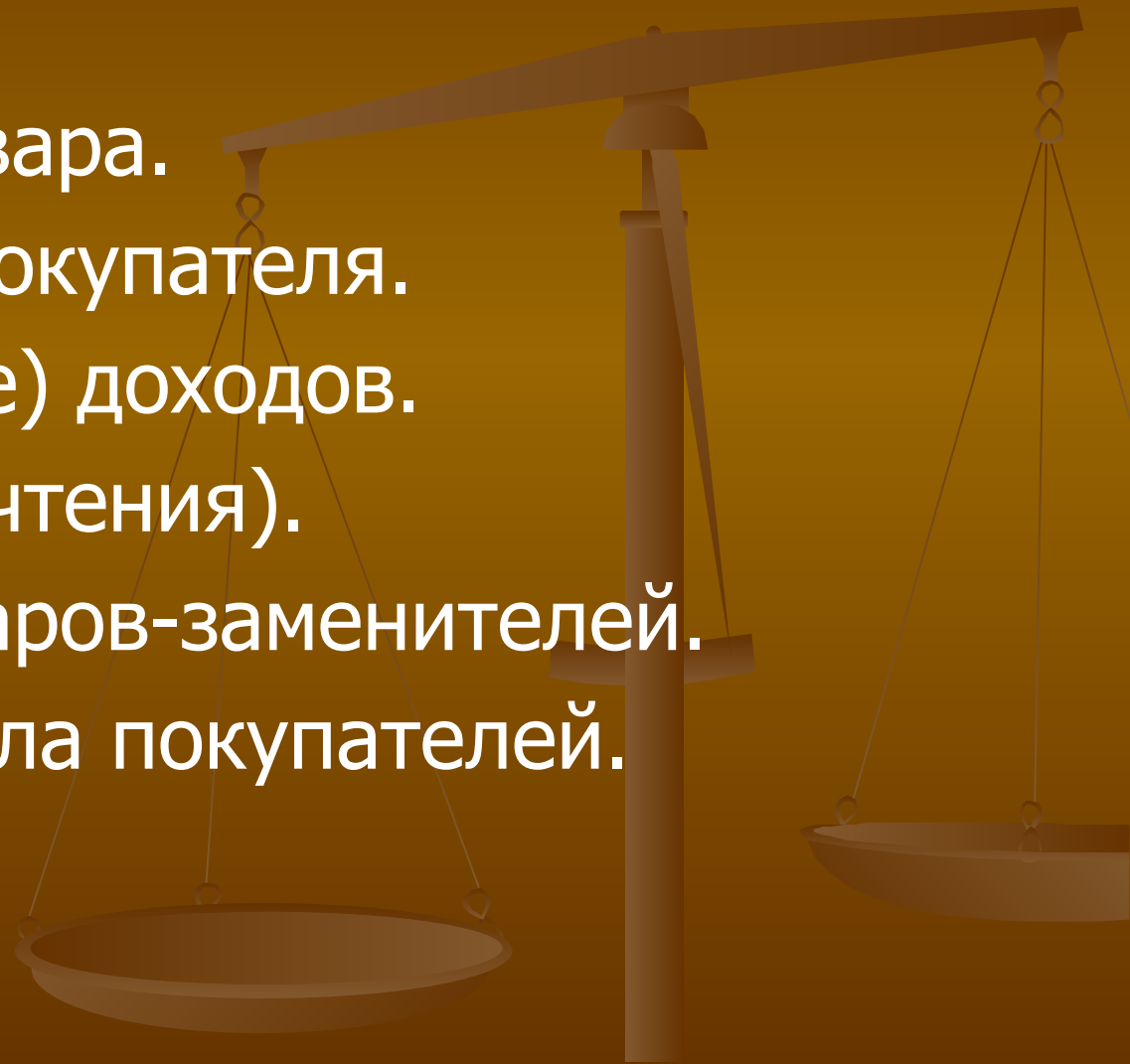


**Кривая спроса позволяет ответить на вопросы:**

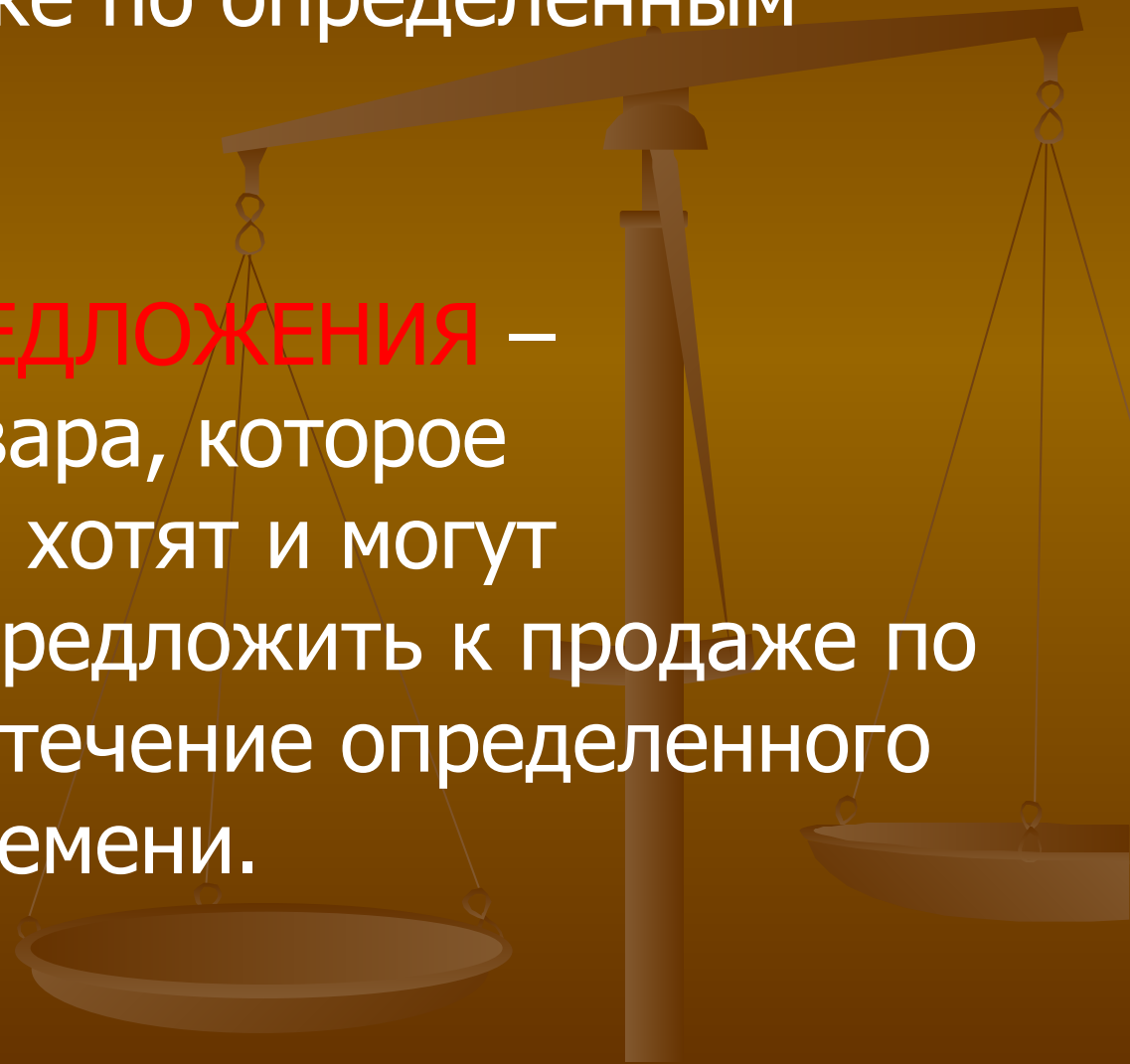
- Какова будет величина спроса при разных уровнях цен?
- Как изменится величина спроса при изменении цены?

# Факторы, влияющие на сдвиг кривой спроса

- Цена.
- Полезность товара.
- Цена выбора покупателя.
- Рост (снижение) доходов.
- Вкусы (предпочтения).
- Стоимость товаров-заменителей.
- Изменение числа покупателей.

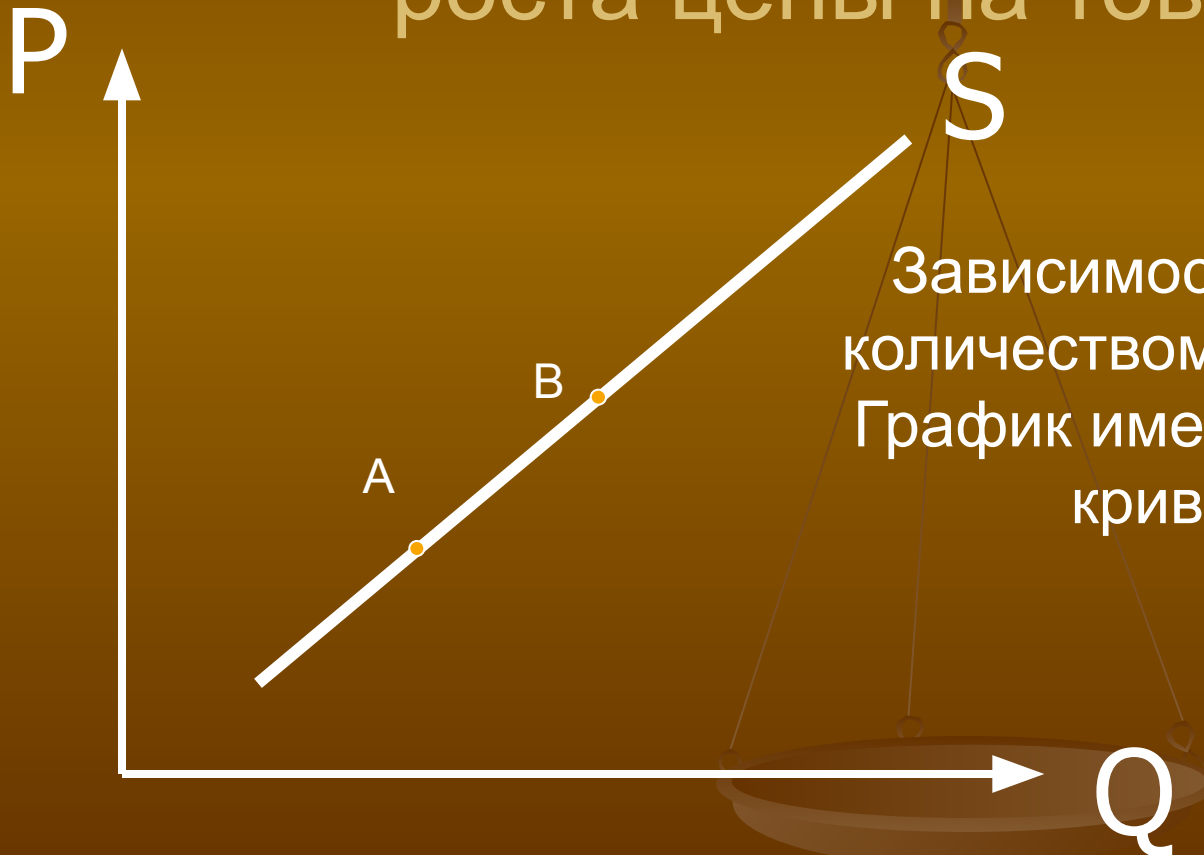


- **ПРЕДЛОЖЕНИЕ** – возможность и желание продавцов предлагать свои товары на рынке по определенным ценам.
- **ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ** – количество товара, которое производители хотят и могут произвести и предложить к продаже по данной цене в течение определенного промежутка времени.



## Закон предложения:

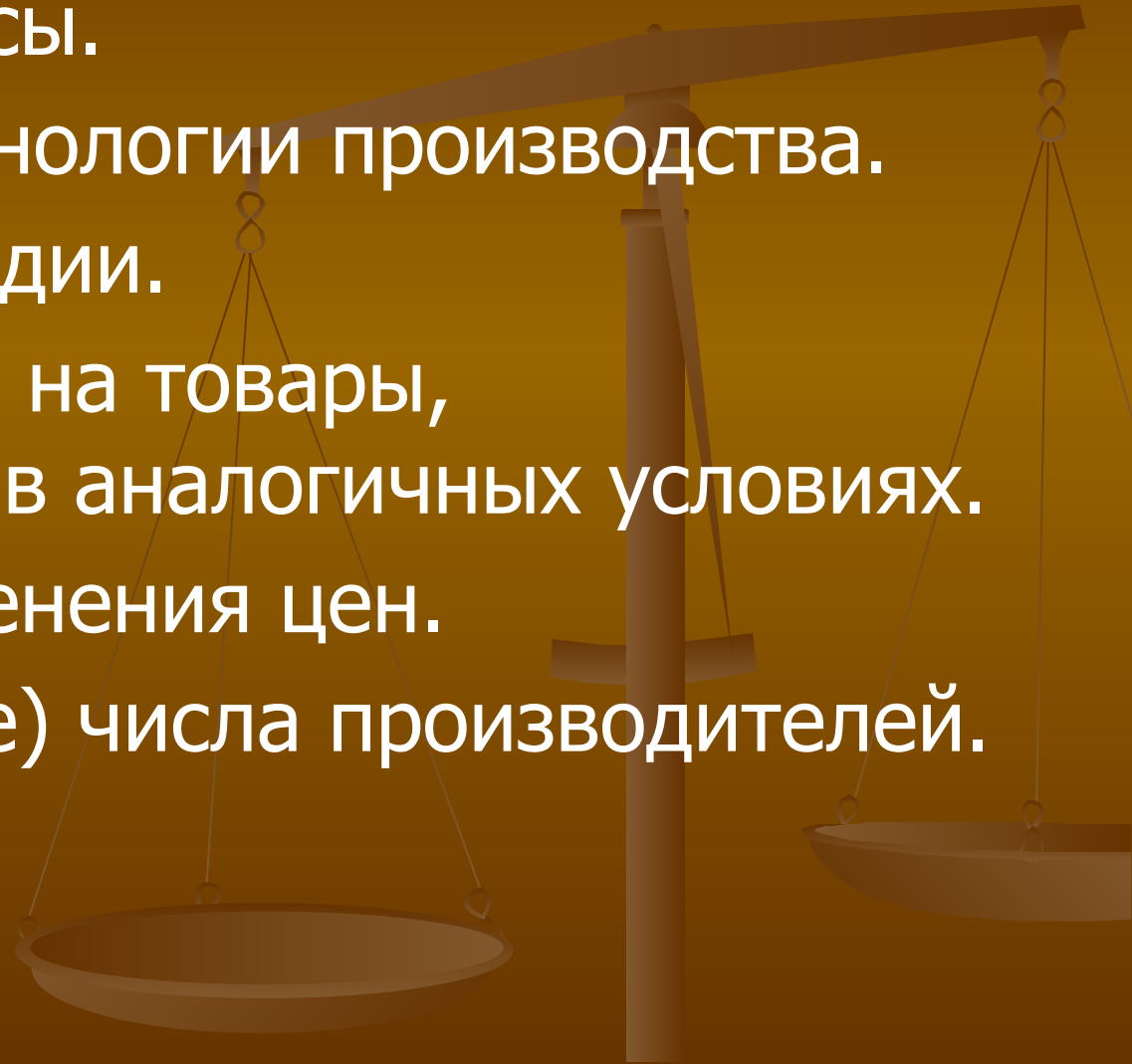
при прочих равных условиях величина предложения увеличивается по мере роста цены на товары.



Зависимость между ценой и количеством товаров – прямая. График имеет вид восходящей кривой (прямой)  
 $Q = f(P)$

# Факторы, влияющие на величину предложения

- Цены на ресурсы.
- Изменение технологии производства.
- Налоги и субсидии.
- Изменение цен на товары, производимые в аналогичных условиях.
- Ожидание изменения цен.
- Рост (снижение) числа производителей.



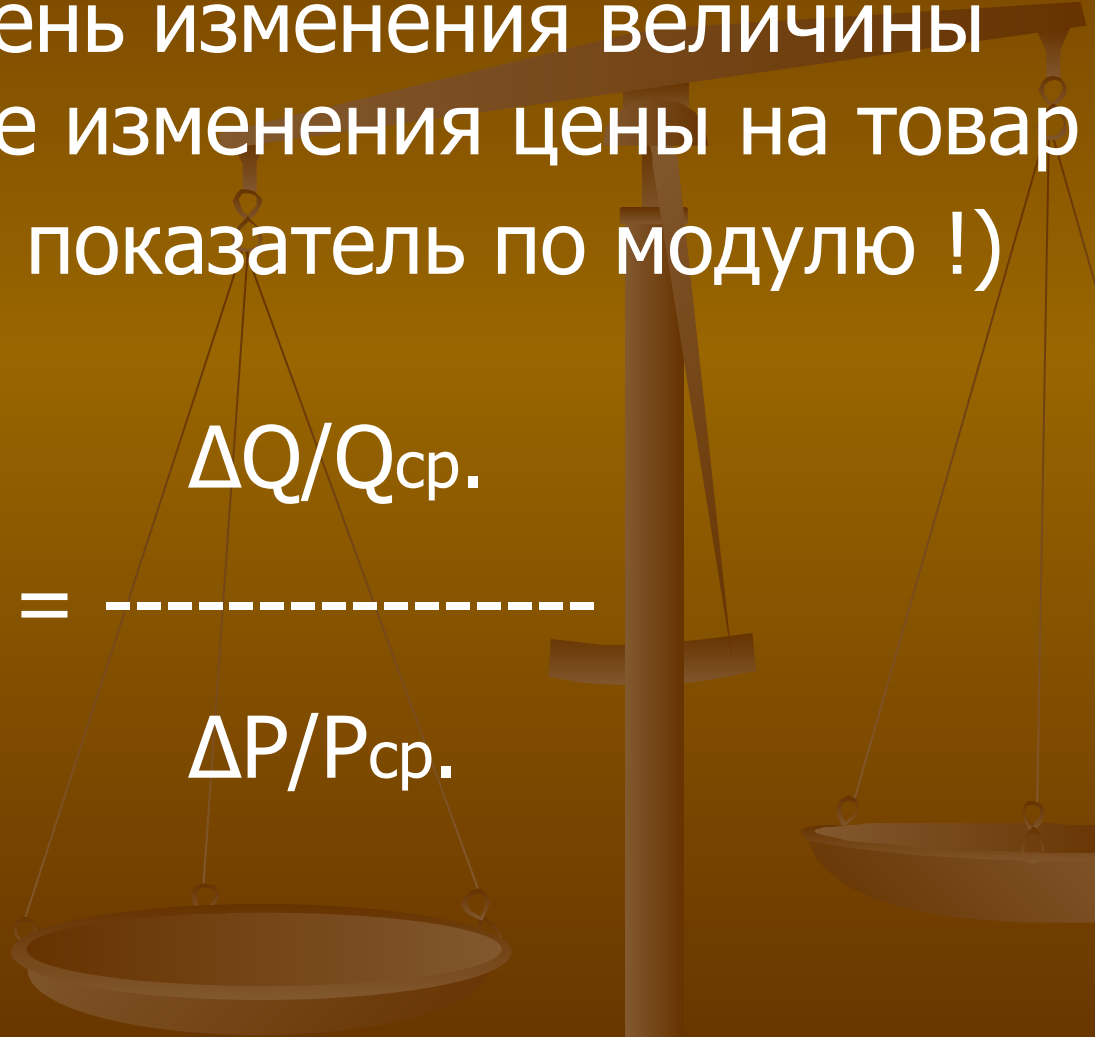
# Эластичность спроса и предложения





# Эластичность спроса по цене

показывает степень изменения величины спроса в результате изменения цены на товар ( рассчитывается показатель по модулю !)


$$E_{DP} = \frac{\Delta Q / Q_{\text{ср.}}}{\Delta P / P_{\text{ср.}}}$$

Эластичность спроса по доходу характеризует степень изменения объема спроса на товар при изменении величины дохода потребителя.

$$E_{DI} = \frac{\Delta Q / Q_{\text{ср.}}}{\Delta I / I_{\text{ср.}}}$$

Если  $E_{DI} > 0$ , то товары потребителя повышенного качества.

Если  $E_{DI} < 0$ , то товары низшего качества.

Перекрестная эластичность спроса характеризует реакцию потребителя на приобретение одного товара в результате изменения цены на другой товар.

$$E_{x,y} = \frac{\Delta Q_x / Q_{\text{ср.}x}}{\Delta P_y / P_{\text{ср.}y}}$$

Если  $E_{x,y} > 0$ , то товары  $x$  и  $y$  – субституты (взаимозаменяемые товары).

Если  $E_{x,y} < 0$ , то товары  $x$  и  $y$  – компоненты (дополняют друг друга).

# Формы эластичности

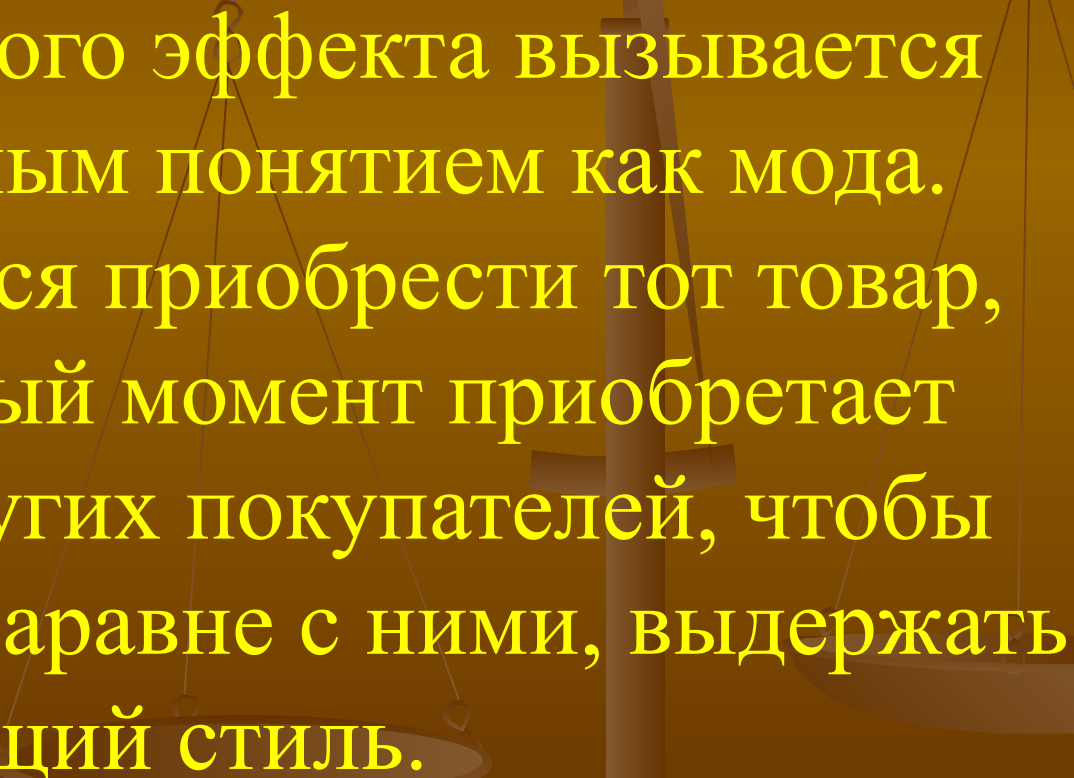
- **эластичный спрос ( $E_D > 1$ )**. Величина спроса изменяется в большей степени, чем цены. Например, рост цены на 1% вызывает снижение величины спроса на 4%;
- **неэластичный спрос ( $E_D < 1$ )**. Величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цена. Например, рост цены на 1% приводит к снижению спроса лишь на 0,3%;
- **единичная эластичность спроса ( $E_D = 1$ )**. На каждый 1% изменения цены количество спроса изменяется на 1%;
- **совершенно эластичный спрос ( $E_D = \infty$ )**. Величина спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены. Кривая спроса строго горизонтальна;
- **совершенно неэластичный спрос ( $E_D = 0$ )**. Величина спроса абсолютно не меняется при изменении цены. Такой спрос представлен вертикальной кривой спроса.

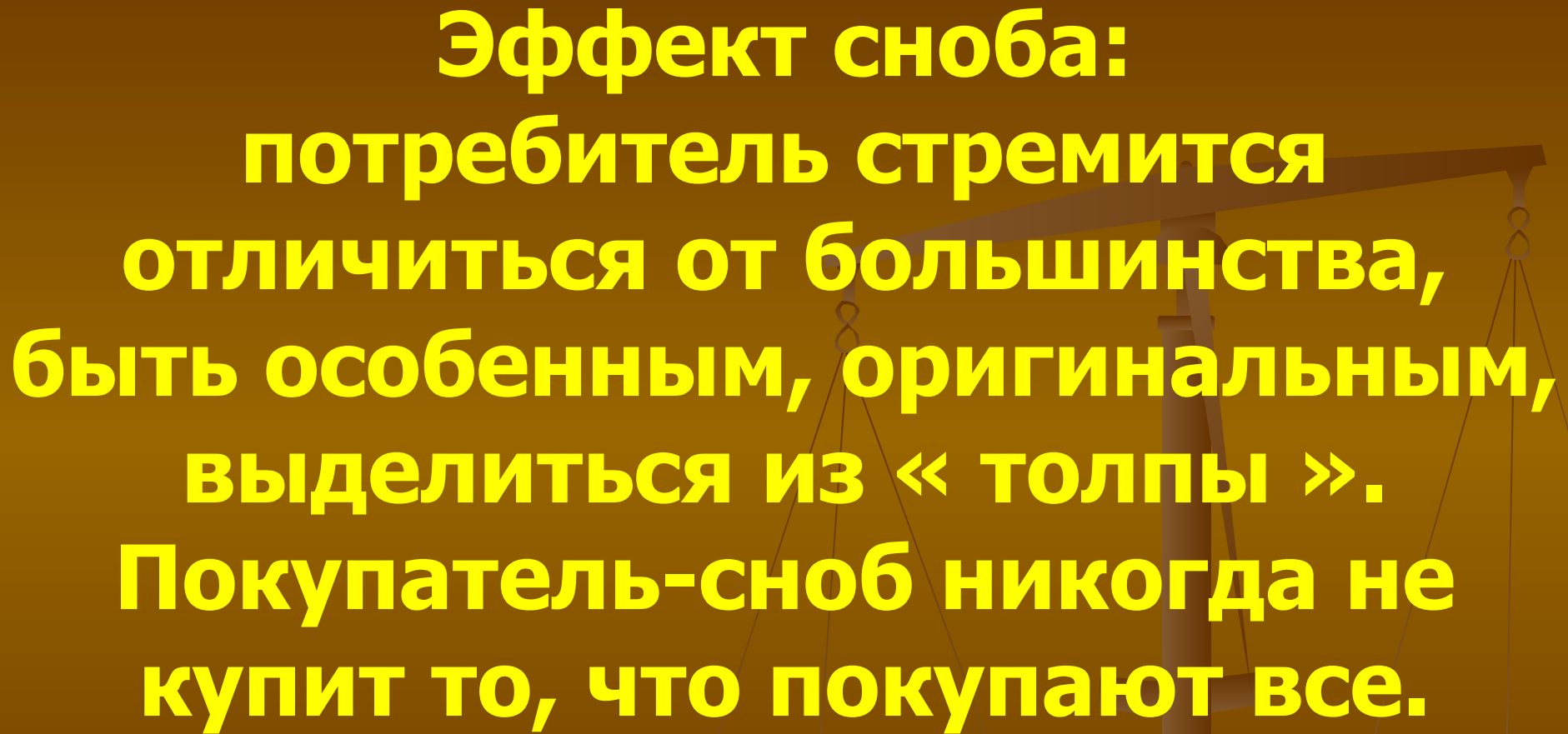
Эффект замещения - с ростом цен потребители переключаются с подорожавших товаров на их заменители.

Эффект дохода – проявляется при снижении цены на товар, приобретаемый потребителем.

Эффект присоединения к большинству:  
побуждает потребителя покупать то, что  
покупают все.

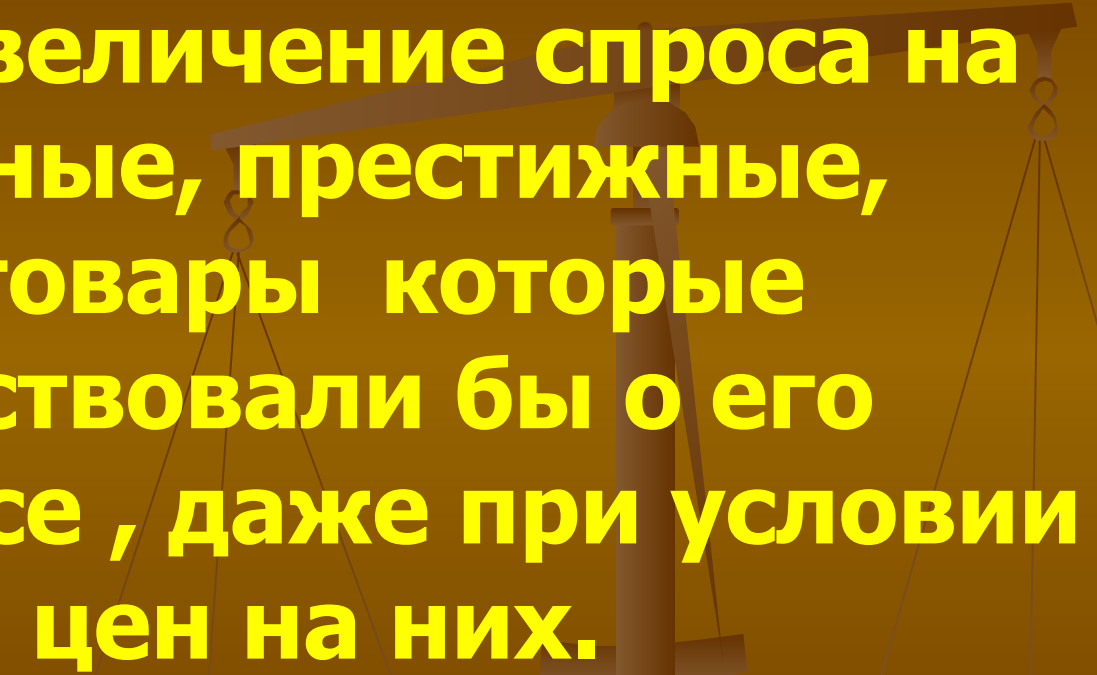
Большая доля этого эффекта вызывается  
таким социальным понятием как мода.  
Человек стремится приобрести тот товар,  
который в данный момент приобретает  
большинство других покупателей, чтобы  
чувствовать себя наравне с ними, выдержать  
общий стиль.





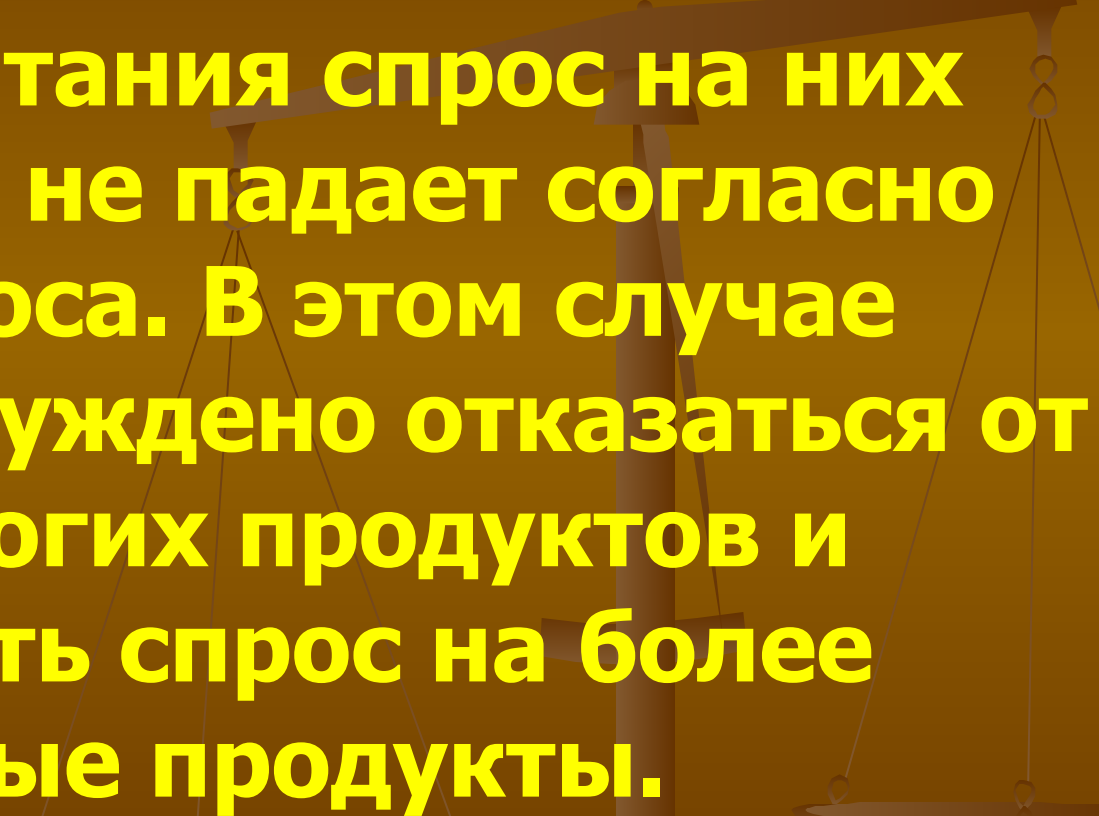
**Эффект сноба:**  
потребитель стремится  
отличиться от большинства,  
быть особенным, оригинальным,  
выделиться из « толпы ». **Покупатель-сноб никогда не  
купит то, что покупают все.**

**Эффект Веблена:**  
**показное потребление для которого**  
**характерно увеличение спроса на**  
**эксклюзивные, престижные,**  
**дорогие товары которые**  
**свидетельствовали бы о его**  
**высоком статусе , даже при условии**  
**роста цен на них.**



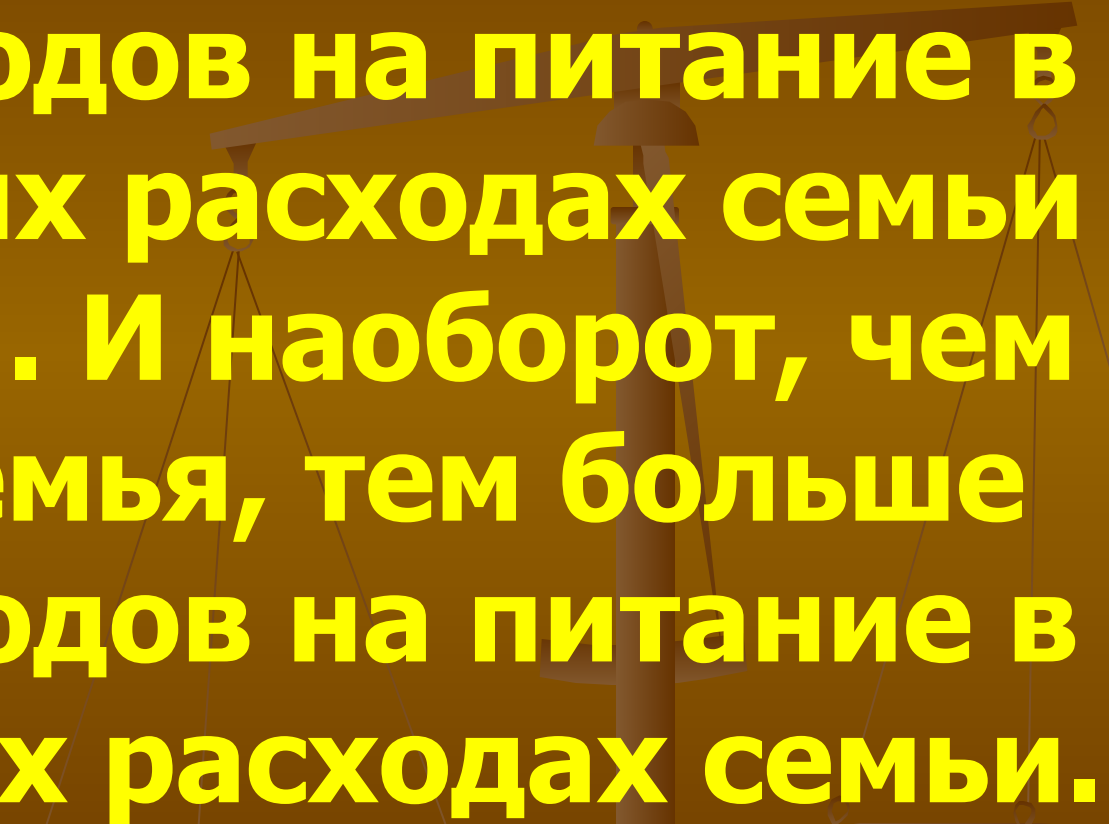


**Эффект Гиффена - при повышении цен на важные для малообеспеченных слоев населения продукты питания спрос на них возрастает, а не падает согласно закону спроса. В этом случае население вынуждено отказаться от более дорогих продуктов и увеличивать спрос на более дешевые продукты.**

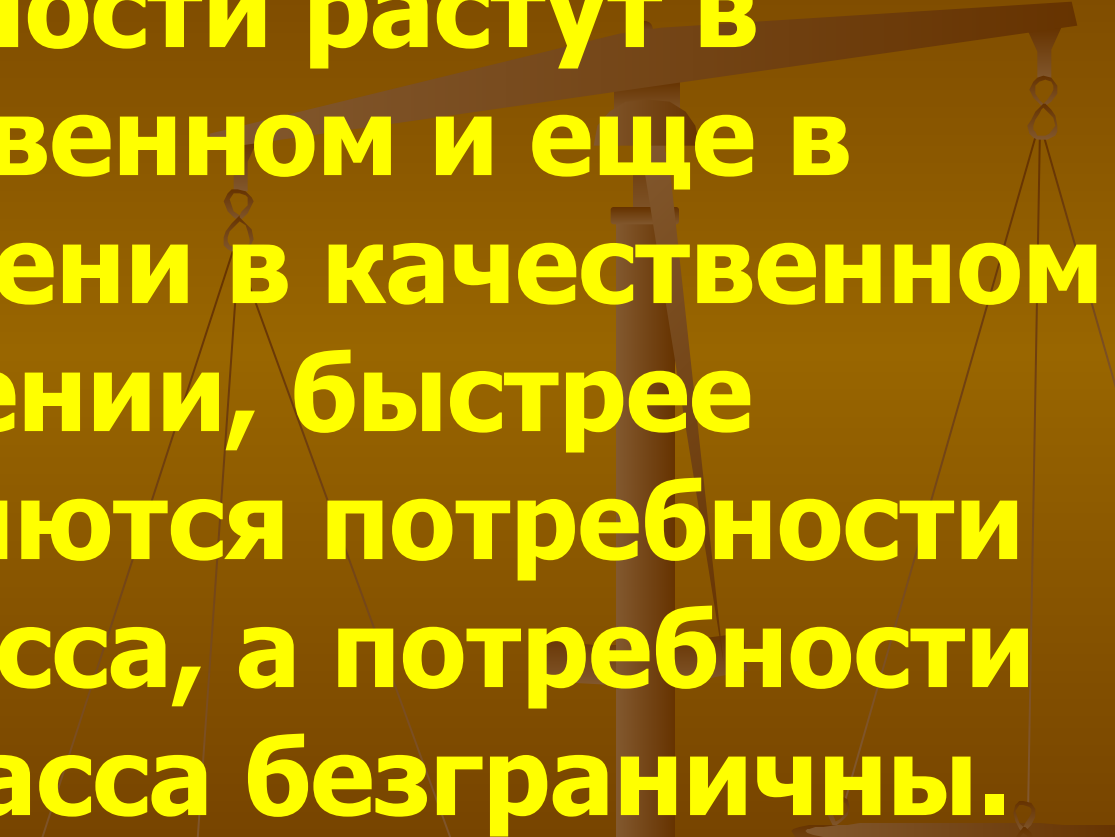


# **Закон Энгеля:**

**с ростом доходов населения доля расходов на питание в совокупных расходах семьи снижается. И наоборот, чем беднее семья, тем больше доля расходов на питание в совокупных расходах семьи.**



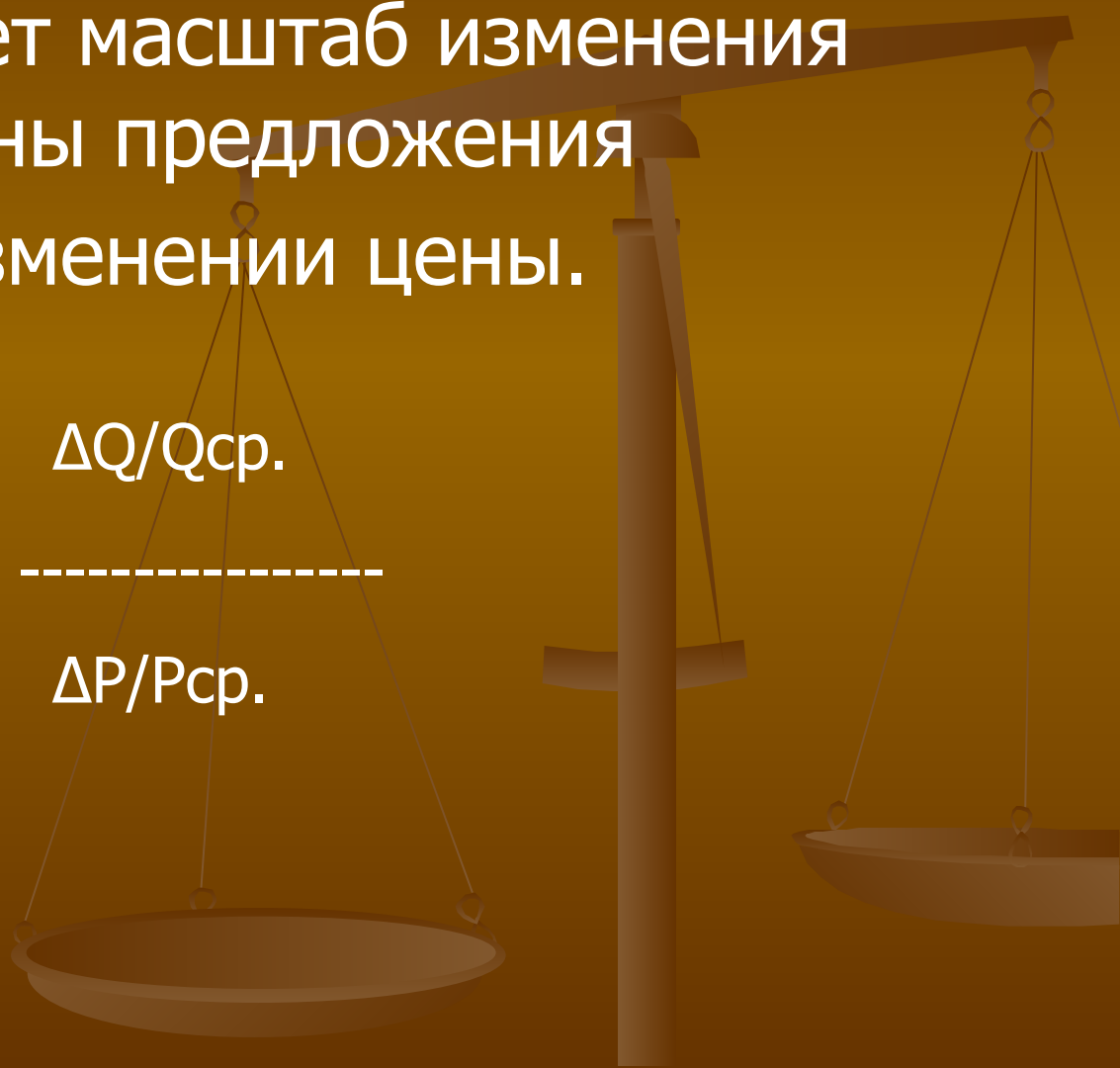
**Закон возвышения  
потребностей:  
потребности растут в  
количественном и еще в  
большей степени в качественном  
выражении, быстрее  
удовлетворяются потребности  
низшего класса, а потребности  
высшего класса безграничны.**



# Эластичность предложения

характеризует масштаб изменения  
величины предложения  
при изменении цены.

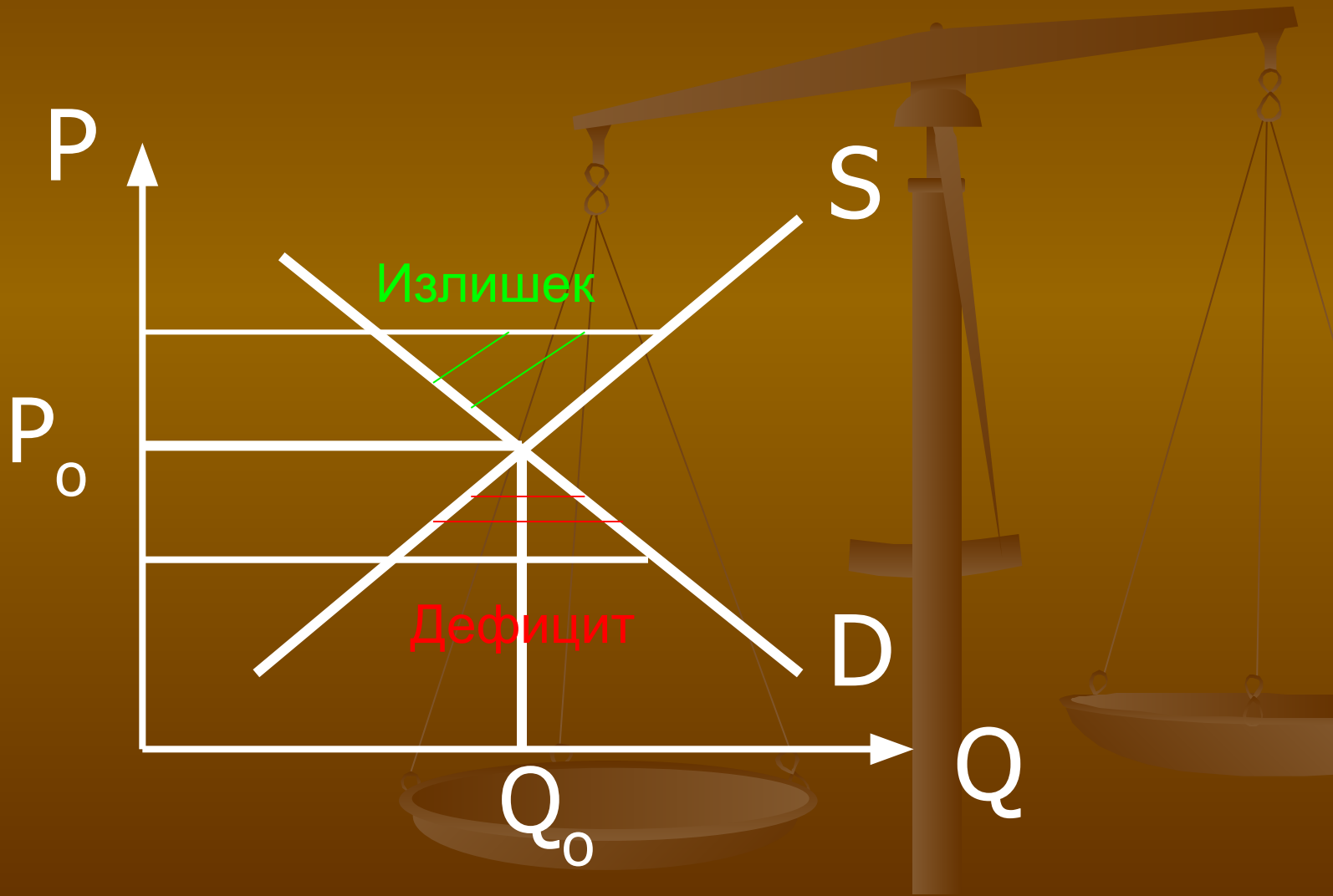
$$E_s = \frac{\Delta Q / Q_{\text{ср.}}}{\Delta P / P_{\text{ср.}}}$$



# Рыночное равновесие



Условие равновесия:  
спрос = предложение



Равновесная цена – цена,  
уравновешивающая спрос и  
предложение в результате  
действия конкурентных сил

