

# Спрос и предложение. Установление рыночной цены.

---

1. Спрос. Закон спроса. Изменение спроса.
2. Предложение. Закон предложения. Изменение предложения.
3. Рыночное равновесие.

# Спрос

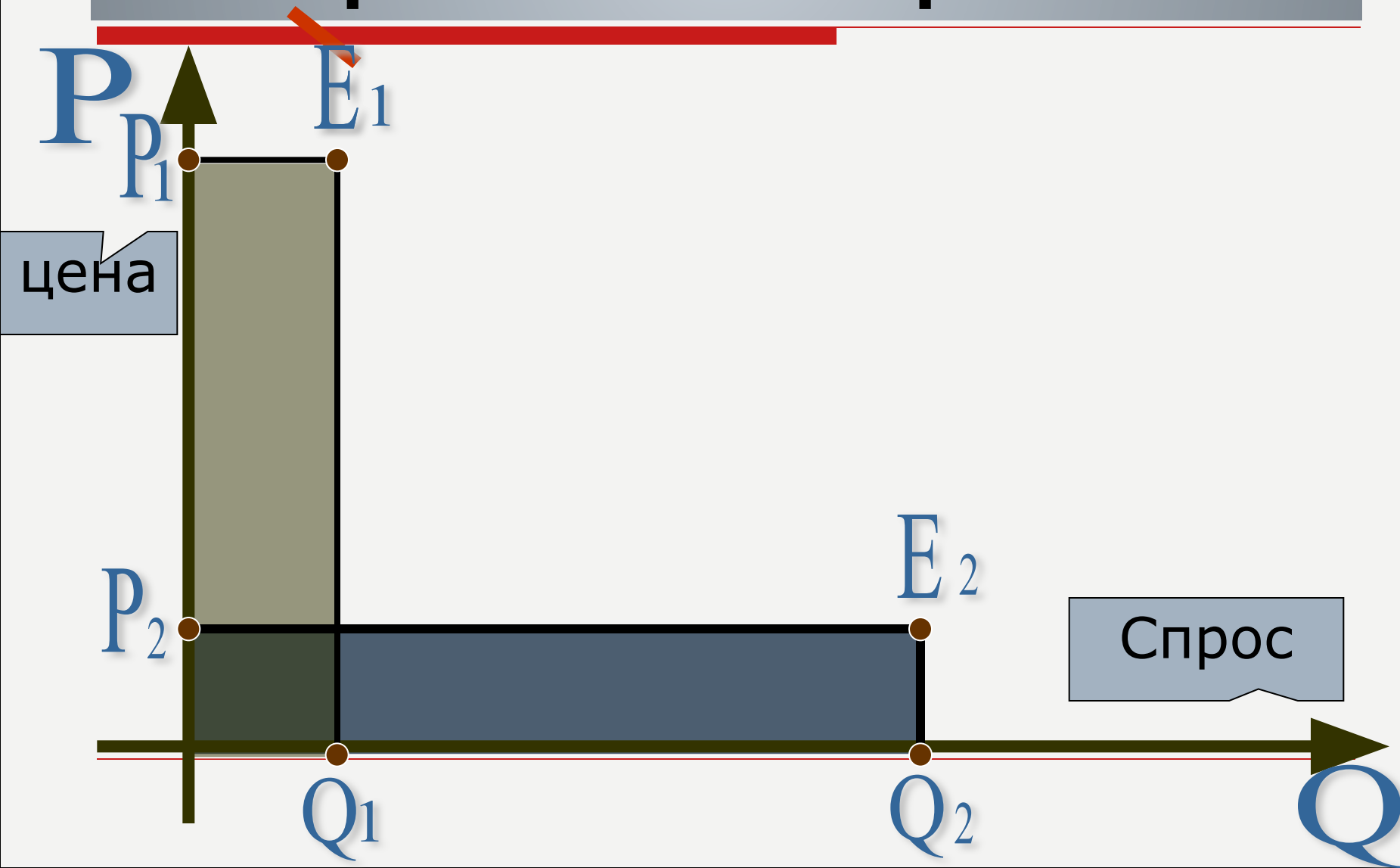


# Словарь к уроку

---

- Способность людей покупать на рынке материальные блага и услуги называется **платежеспособным спросом.**
  - **Спрос** — платежеспособная потребность человека, т. е. потребность, подкрепленная деньгами; спрос показывает, какие количества данного товара желает и способен приобрести покупатель по каждой возможной цене в каждый данный момент времени.
-

# Кривая спроса



# Словарь к уроку

---

- **Закон спроса** — при прочих равных условиях, чем ниже цена, тем больше величина спроса, и наоборот, чем выше цена, тем величина спроса меньше. Таким образом, между ценой и величиной спроса существует обратная зависимость.
-

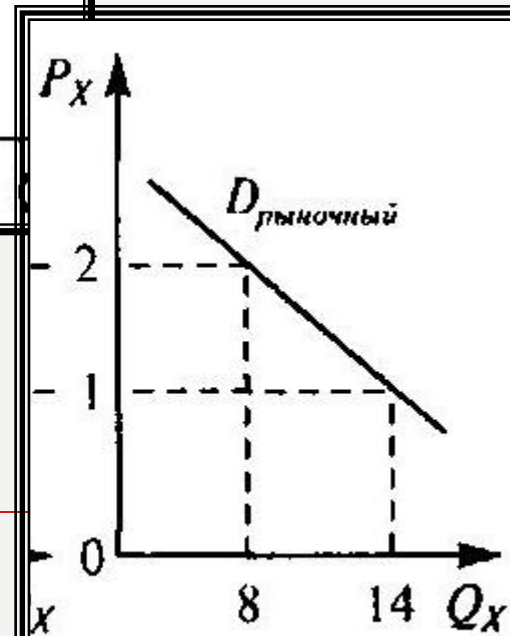
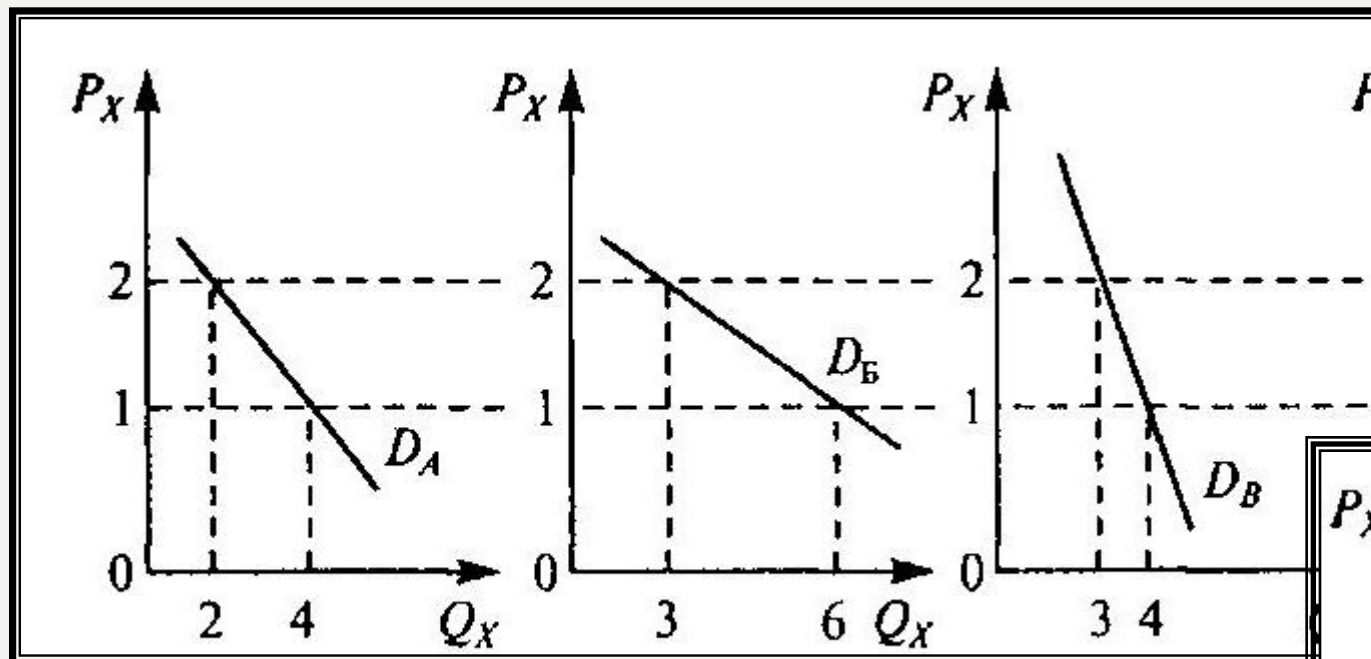
# Спрос



□ Индивидуальный спрос — спрос, предъявляемый отдельным покупателем (именно этот спрос мы рассматривали выше).

□ Рыночный спрос — совокупность индивидуальных спросов.

# Индивидуальный и рыночный спрос



- Чтобы получить величину рыночного спроса, необходимо просуммировать опросы индивидуальные.

# Неценовые факторы изменения спроса

---

- **1. Вкусы и предпочтения потребителей** которые, в свою очередь, определяются такими факторами, как мода, реклама, качество потребляемых благ, обычаи, традиции и т. п. Если вкусы потребителей изменятся в пользу данного товара, то спрос на него увеличится, и кривая спроса сместится вправо.
-



# Неценовые факторы изменения спроса

## □ 2. Уровень доходов населения.

Увеличение дохода потребителей приводит к тому, что они предъявляют спрос на большее количество данного блага при каждой цене, т. е. спрос растет и кривая спроса смещается вправо из положения  $D_0$  в положение  $D_1$ .

Соответственно, снижение уровня доходов населения вызывает понижение спроса и сдвиг кривой спроса до положения  $D_2$

# Неценовые факторы изменения спроса

---

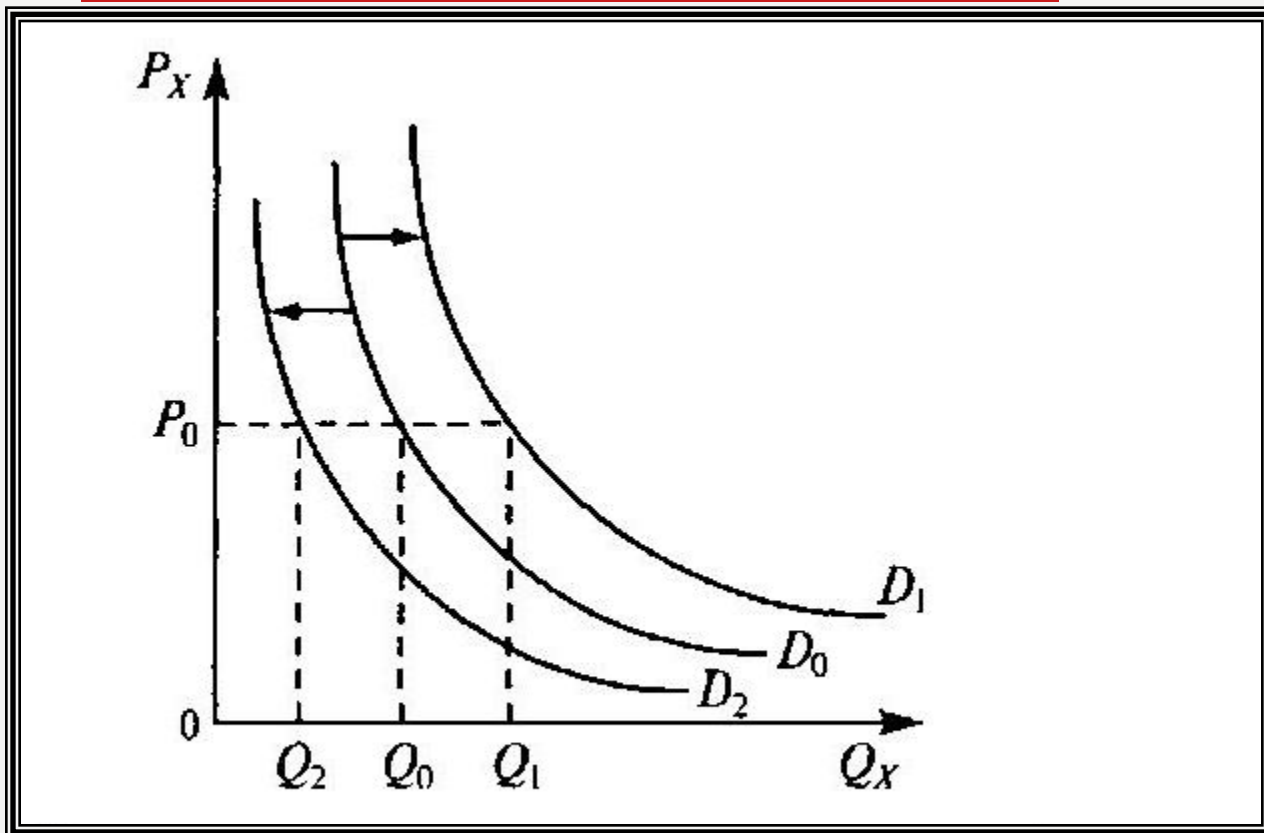
- **3. Цены на другие товары**  
могут повлиять на изменение  
спроса на данный товар. В  
частности речь идет о ценах на  
взаимозаменяемые и  
взаимодополняющие друг друга  
товары.
-

# Словарь к уроку

---

- **Взаимозаменяемые товары** — товары, которые по своим потребительским свойствам похожи и могут быть заменены друг другом.
  - **Взаимодополняющие товары** — товары, которые не могут быть использованы друг без друга (бензин и автомобиль, фотоаппарат и фотопленка, магнитофон и кассеты).
-

# Изменение спроса под действием неценовых факторов



- Если кривая  $D_0$  смещается вправо, спрос увеличивается. Если кривая  $D_0$  сместится влево, то спрос уменьшится.

# Предложение

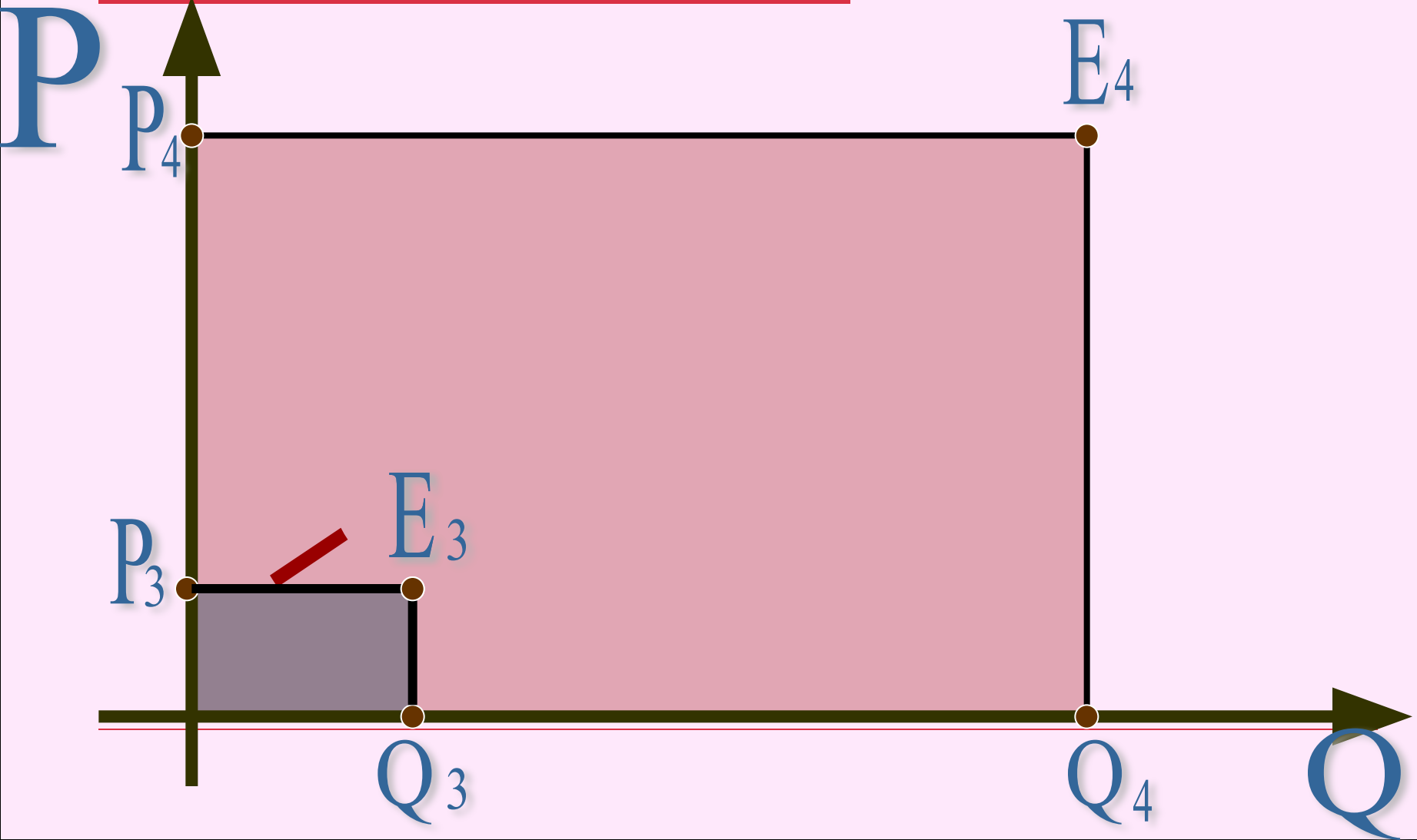
---

# Словарь к уроку

---

- **Предложение** — желание и способность производителей (продавцов) предоставлять товары для продажи на рынке по каждой возможной цене в каждый данный момент времени.
-

# Кривая предложения



# Словарь к уроку

---

- при прочих равных условиях с повышением цены возрастает и величина предложения, и наоборот, снижение цены сопровождается при прочих равных условиях сокращением объема предложения. Эта специфическая связь называется **законом предложения.**
-



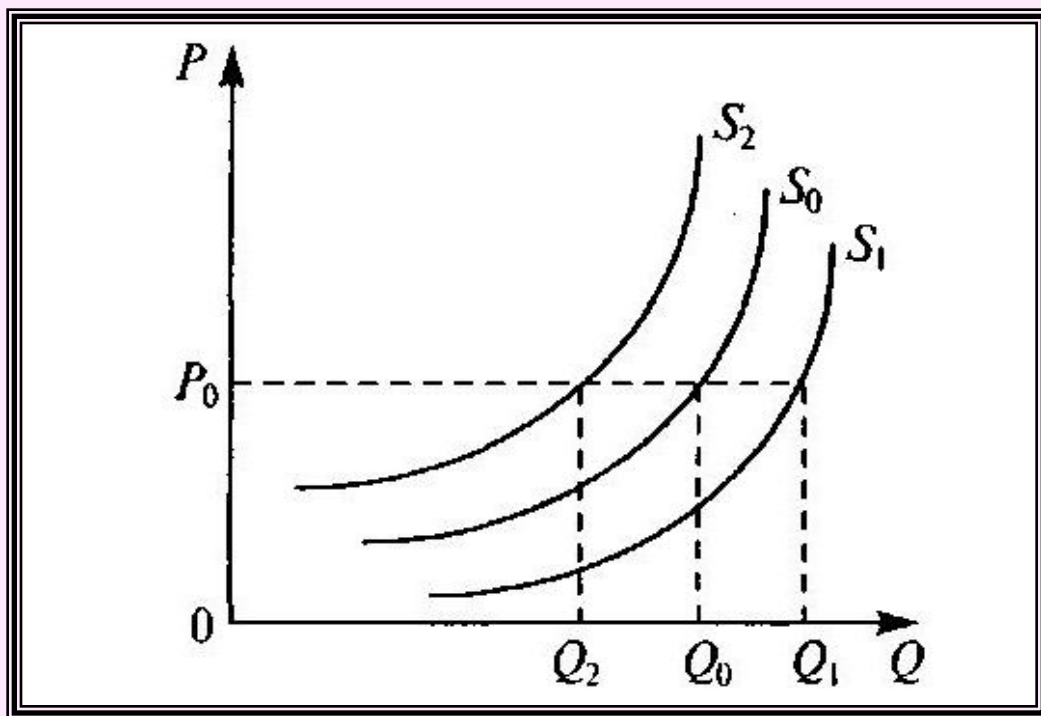
# Предложение

```
graph TD; A[Предложение] --> B[Индивидуальное предложение]; A --> C[Рыночное предложение];
```

□ **Индивидуальное предложение** — предложение отдельного производителя.

□ **Рыночное предложение** — совокупность индивидуальных предложений данного товара. Рыночное предложение находится чисто арифметически, как сумма предложений данного товара разными производителями по каждой возможной цене.

# Кривая предложения и неценовые факторы



- Когда предложение расширяется, то кривая  $S_0$  смещается вправо и занимает положение  $S_1$ , в случае сужения предложения кривая предложения сместится влево до положения  $S_2$ .

# Неценовые факторы изменения предложения

- **1. Цены ресурсов, используемых в производстве товара.** Чем больше должен платить предприниматель за труд, землю, сырье, энергоносители и т. п., тем ниже его прибыль и тем меньше его желание предлагать на продажу данный товар. Значит, при увеличении цен на применяемые факторы производства предложение товара снижается, а уменьшение цен на ресурсы, наоборот, стимулирует повышение количества предлагаемого товара при каждой цене, и предложение возрастает.

# Неценовые факторы изменения предложения

---

- **2. Уровень технологии.** Любое технологическое усовершенствование, как правило, приводит к сокращению затрат на ресурсы (снижению издержек производства) и поэтому сопровождается расширением предложения товара.
-

# Неценовые факторы изменения предложения

- **3. Цели фирмы.** Основная цель любой фирмы — максимизация прибыли. Однако зачастую фирмы могут преследовать иные цели, что сказывается на предложении. Например, стремление фирмы производить товар без загрязнения окружающей среды может привести к снижению количества предлагаемого товара при каждой возможной цене.

# Неценовые факторы изменения предложения

- **4. Налоги и субсидии.** Налоги влияют на расходы предпринимателей. Рост налогов означает для фирмы рост затрат на производство продукции, а это, как правило, вызывает сокращение предложения; снижение налогового бремени имеет обычно обратный эффект. Субсидии ведут к снижению издержек производства, поэтому увеличение субсидий бизнесу, безусловно, стимулирует расширение производства, и кривая предложения смещается вправо.

# Неценовые факторы изменения предложения

---

- **5. Цены на иные товары**  
также могут влиять на предложение данного блага. Например, резкое повышение цен на нефть может привести к увеличению предложения угля.
-

# Неценовые факторы изменения предложения

## □ 6. Ожидания производителей.

Так, ожидания производителями возможного повышения цен (инфляционные ожидания) оказывают неоднозначное воздействие на предложение товаров. Предложение тесно связано с инвестициями, а последние чутко и, главное, труднопредсказуемо реагируют на конъюнктуру рынка. Однако в зрелой рыночной экономике ожидаемый рост цен на многие товары вызывает оживление предложения. Инфляция в условиях кризиса обычно вызывает снижение производства и сокращение предложения.



# Неценовые факторы изменения предложения

---

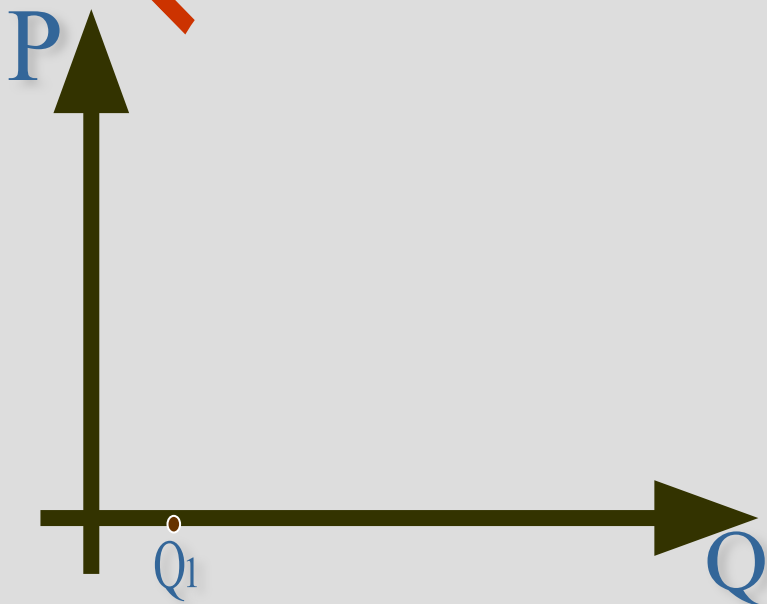
- **7. Количество производителей** (степень монополизации рынка). Чем больше фирм выпускает данный товар, тем выше предложение этого товара на рынке. И наоборот.
-

# Рыночное равновесие

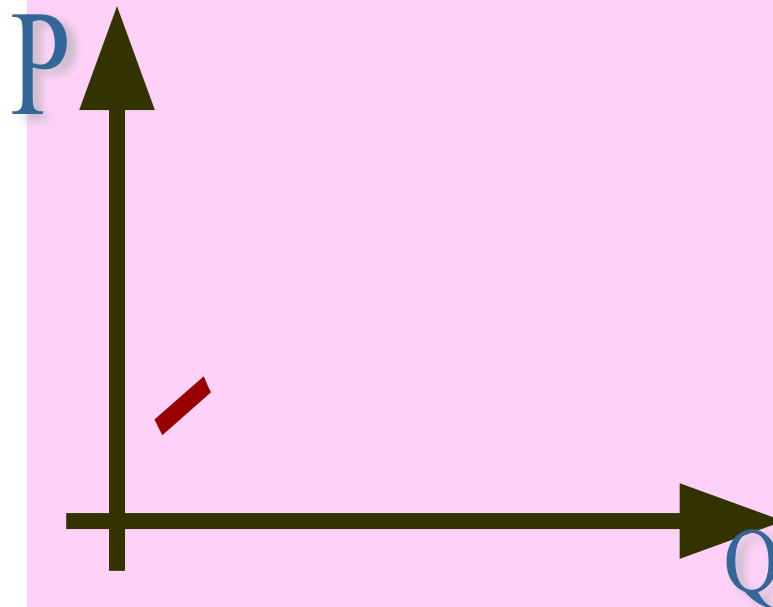
---

# Равновесная цена

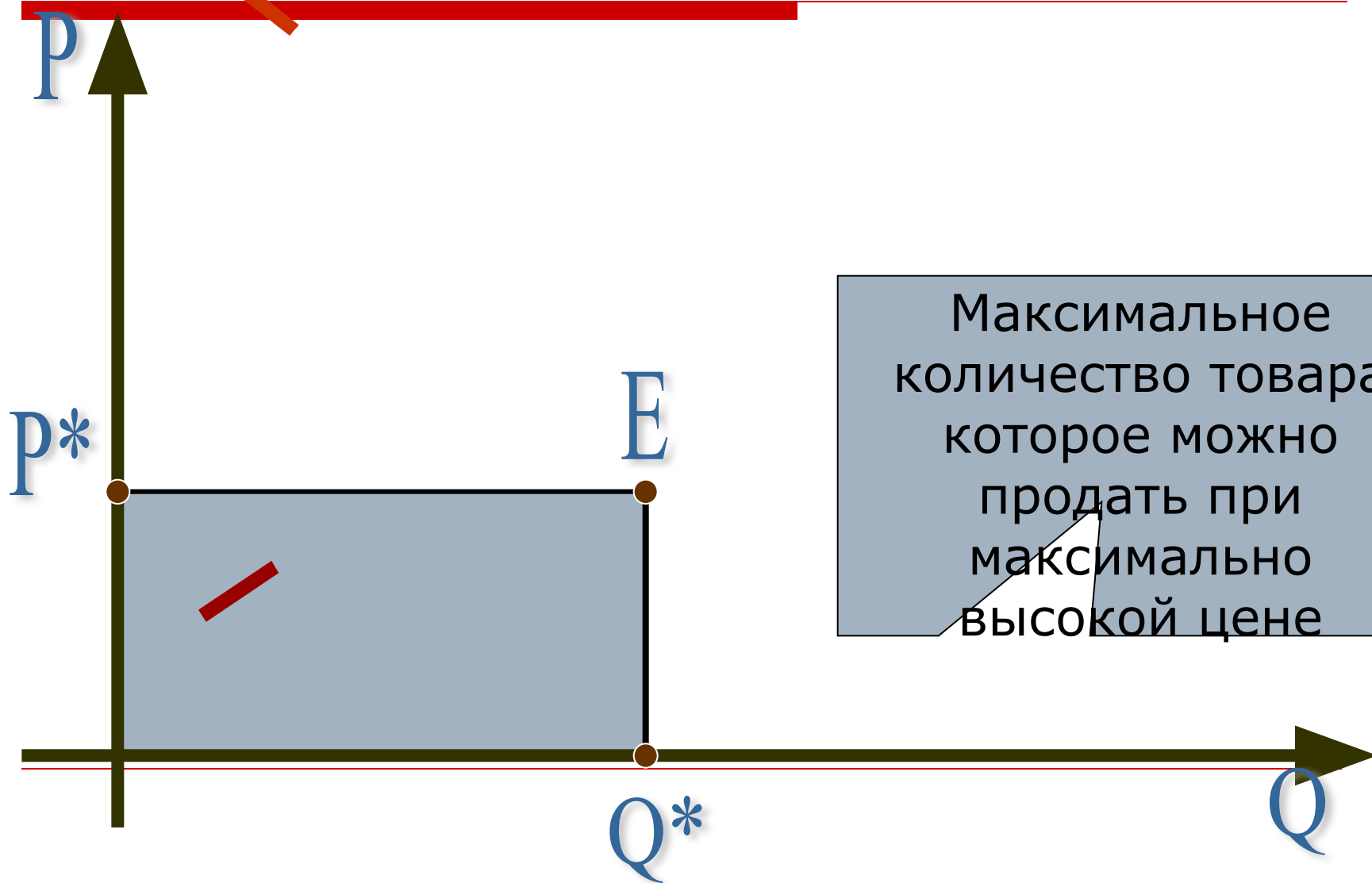
Кривая спроса



Кривая предложения

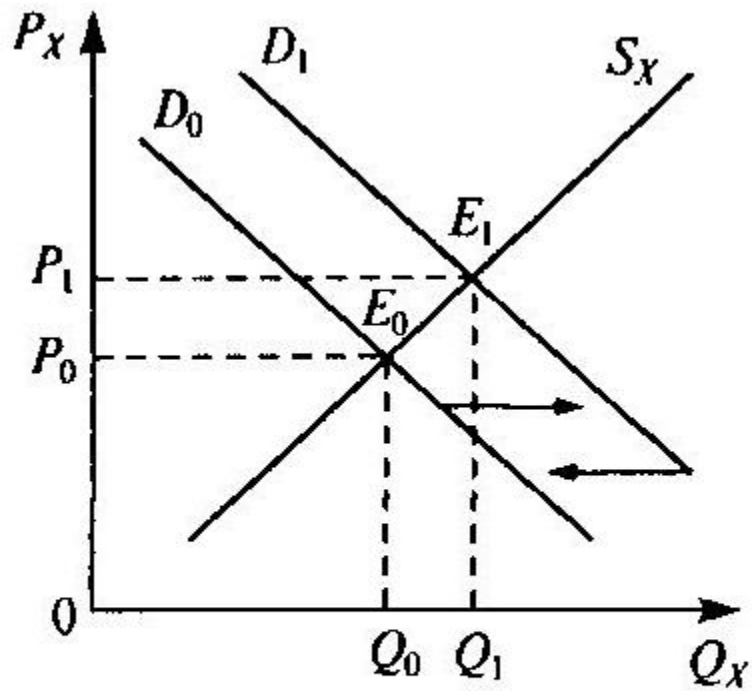


# Равновесная цена

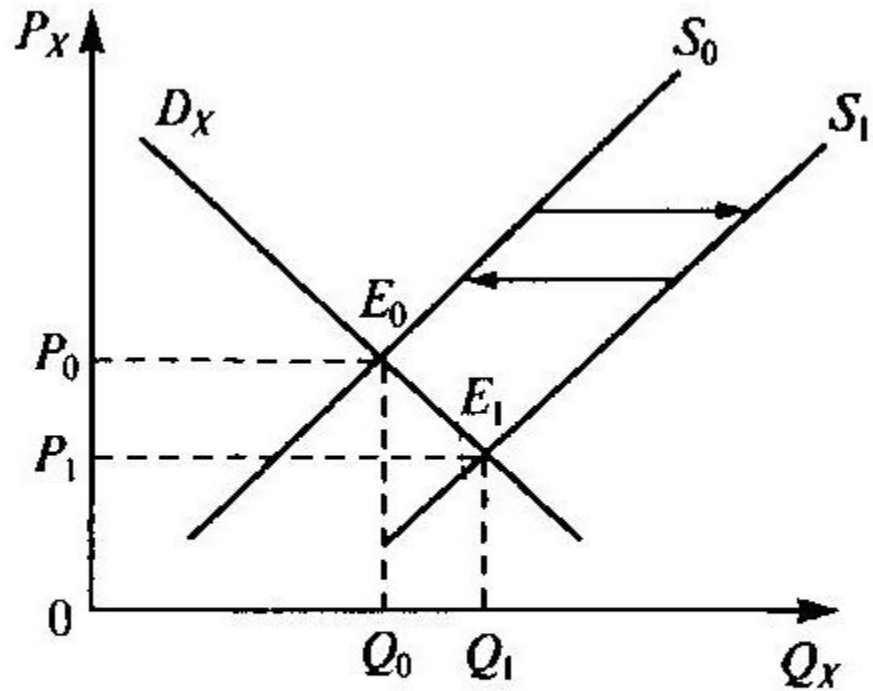


Максимальное количество товара которое можно продать при максимально высокой цене

# Изменение рыночного равновесия



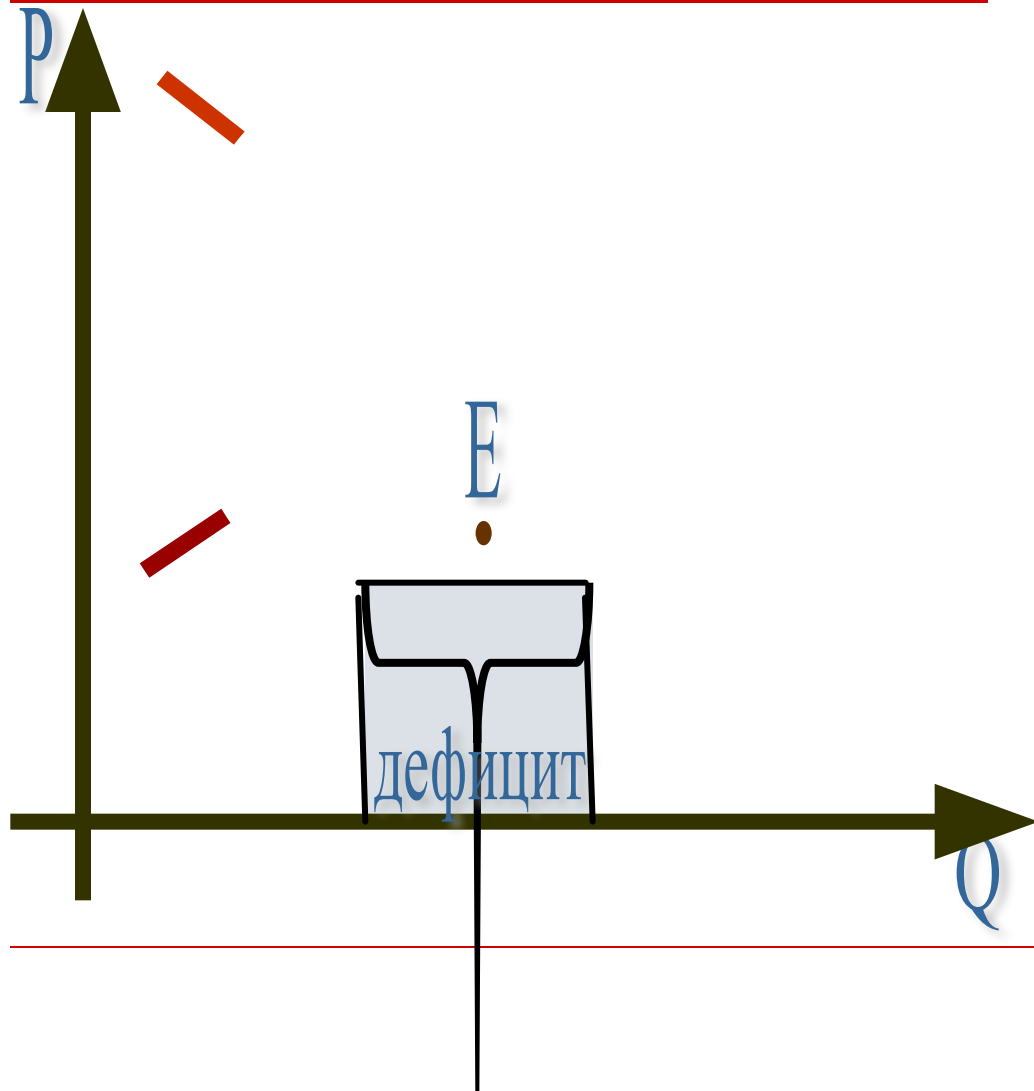
*a*



*б*

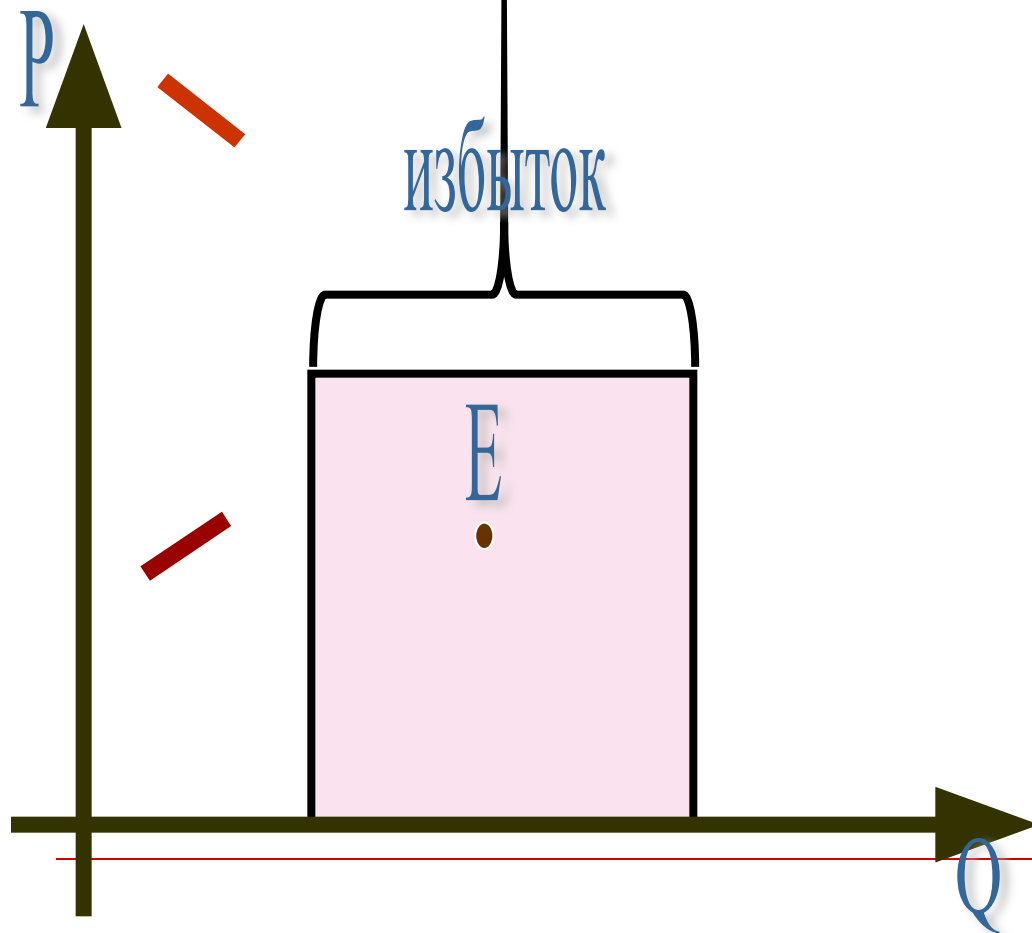
Изменение равновесия: *a* — вследствие изменения спроса; *б* — вследствие изменения предложения

# Дефицит товаров



- **Дефицит** возникает когда цена товара находится ниже равновесной цены и объем спроса превышает объем предложения.

# Избыток (перепроизводство)



- **Избыток (перепроизводство)** возникает тогда, когда цена товара выше равновесной цены и объем предложения превышает объем спроса.

# Ссылки

---

- Современная экономическая теория
- <http://modern-econ.ru/o-proekte.html>

На сайте рассматриваются экономические категории и принципы, освещаются основополагающие вопросы экономической теории, макро- и микроэкономики, анализируются закономерности действия рыночного механизма. Уделяется внимание некоторым проблемам и особенностям функционирования современных экономических систем, законам и тенденциям развития мировой экономики.

Сайт адресован студентам, преподавателям колледжей, вузов, другим читателям, изучающим экономическую теорию.

Данный ресурс был создан на основе трудов В. П. Бардовского, О. В. Рудаковой и Е. М. Самородовой.

---



# Ссылки

---

- Савитская Е.В. Равновесие на совершенно конкурентном рынке \\ Преподавание истории и обществознания в школе №1, 2012 г. – с. 70
-