

Спрос и предложение

**микрoэконом
ика**



1. Спрос и величина спроса. Закон спроса. Эффект дохода, эффект замещения. Виды спроса. «Парадоксы» спроса.
2. Предложение и величина предложения. Закон предложения. Виды предложения.
3. Изменения в спросе и предложении.

Спрос и величина спроса

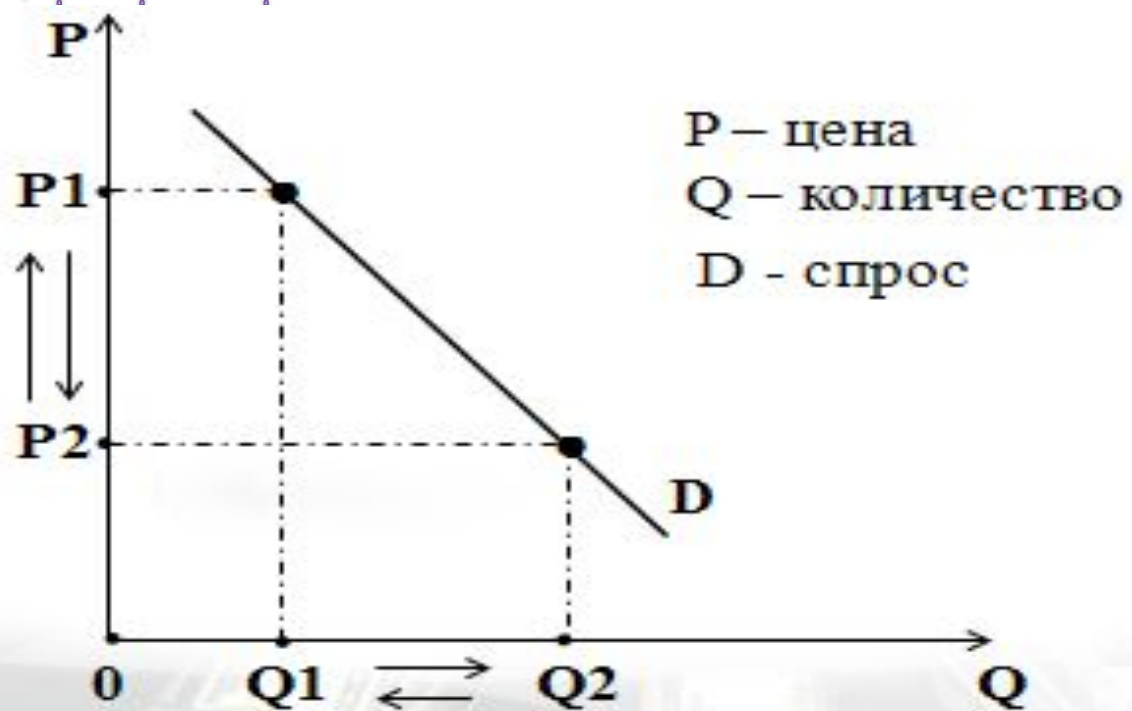


Спрос

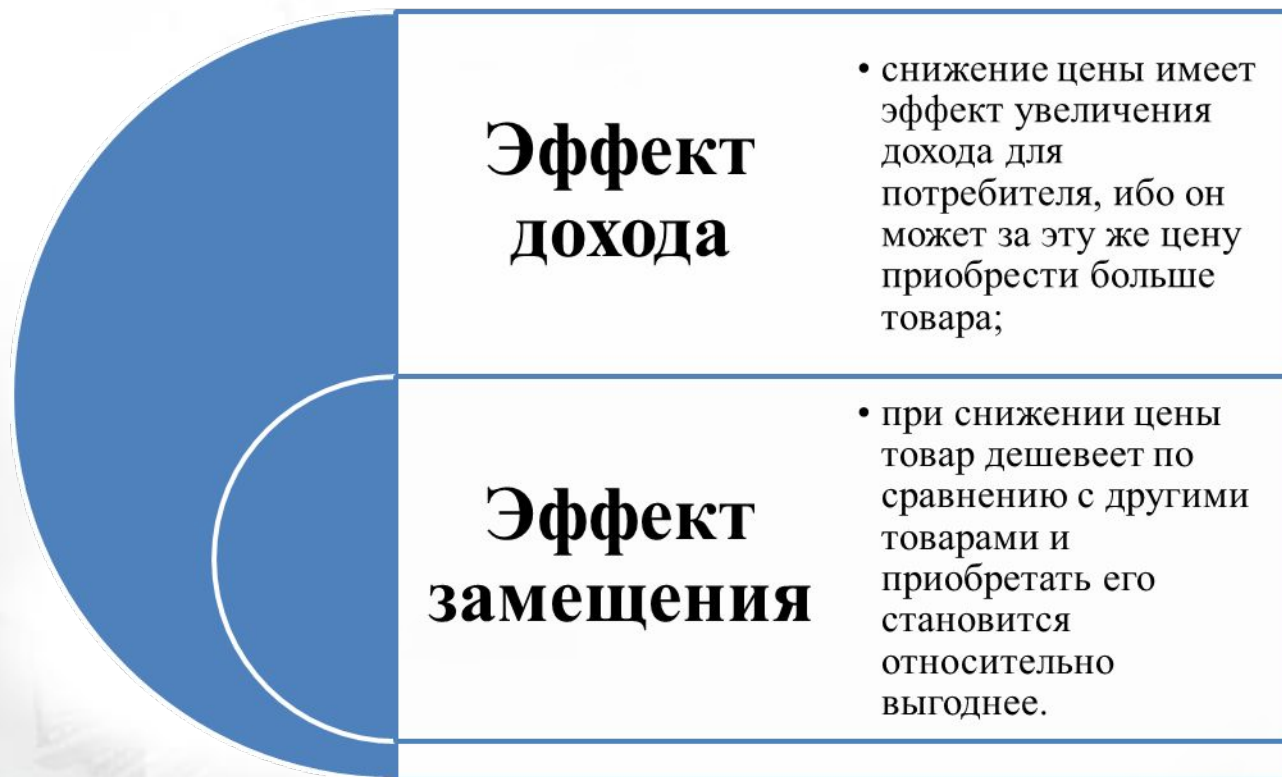
- выражает реальный покупательный потенциал потребителей, т.е. количество товаров (Q), которые покупатели готовы купить при определенном уровне цен (P).

Величина спроса

- количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах.



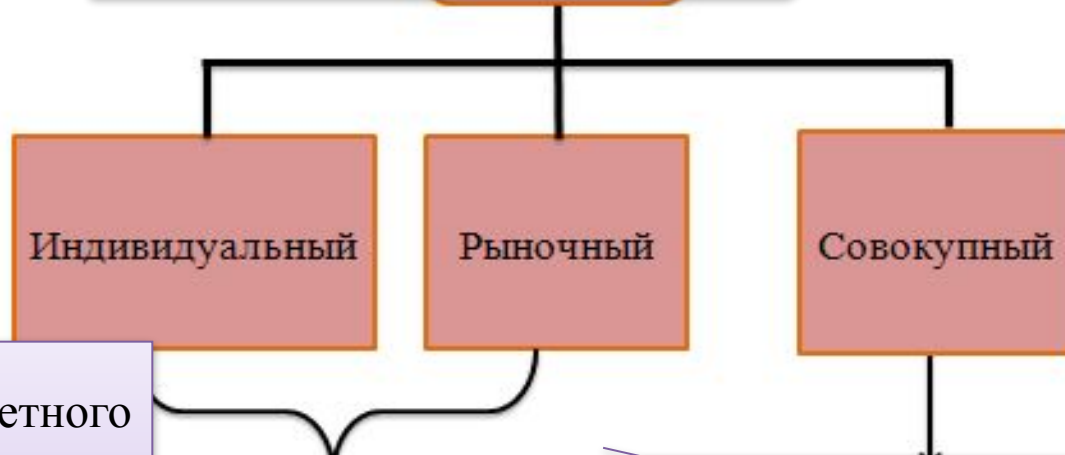
Эффект дохода, эффект замещения



микроэконо мика

Спрос

Это объем товаров и услуг (объем национального продукта, совокупность конечных товаров), который потребители, предприятия и правительство готовы купить (на которые предъявляется спрос на рынках страны) при данном уровне цен (в данный момент времени, при данных условиях).



микроэкономика

Спрос конкретного потребителя; соответствующий данной цене, который тот потребитель хотел бы купить на рынке.

спрос, предъявляемый на товар всеми потребителями (покупателями) на рынке данного товара.

Парадокс спроса: эффект Гиффена



Роберт Гиффен -родился в Стратхэйвене, Ланкашир(22 июля 1837- 12 апреля 1910) - британский статистик, экономист и финансовый обозреватель.

Классическим примером является «картофельный кризис» в Ирландии в 1845-1849 гг. – неурожай привел к росту цен на картофель и повышенному спросу на этот продукт, занимавший в корзине потребления ирландцев львиную долю;

Эффект Гиффена (Giffen effect, парадокс Гиффена) снижение цены на отдельные виды товара приводит к снижению на них спроса. Справедливо и обратное: повышение цены на отдельные виды товара приводит к повышению на них спроса.

Такой тип покупательского поведения назван парадоксом потому, что противоречит основному закону спроса, согласно которому увеличение цены товара приводит к снижению его потребления.

Парадокс спроса: эффект Веблена

**микроэконом
ика**



Парадокс Веблена (эффект Веблена) – ситуация, когда покупатели воспринимают снижение цены товара как сигнал о снижении его качества или престижности, а повышение цены, наоборот, делает товар более привлекательным.

Торстейн Бунде Веблен (30 июля 1857, Като, шт. Висконсин - 3 августа 1929, Менло-Парк, шт. Калифорния) - американский экономист, социолог, публицист, футуролог. Основоположник институционального направления в политической экономии.

Все товары Веблена относятся к премиальному сегменту, и по мере роста цены на них растет и желание целевой аудитории ими обладать. Ярчайший пример – произведения современного искусства.

Предложение и величина предложения

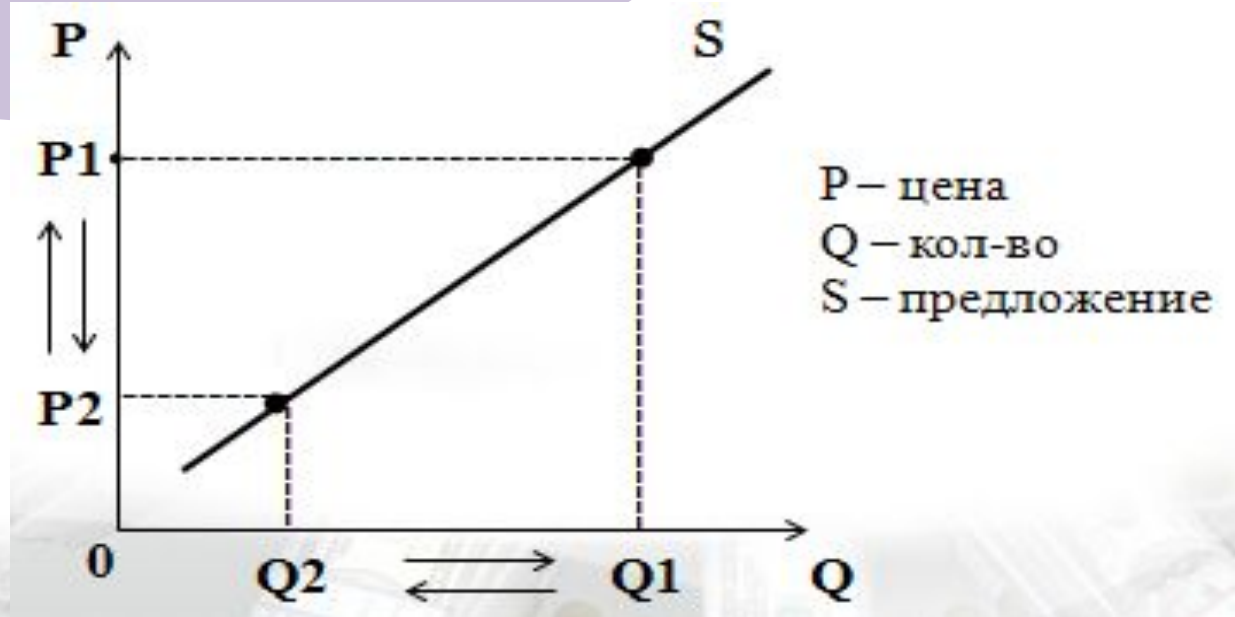
микроэконо
мика



Закон предложения

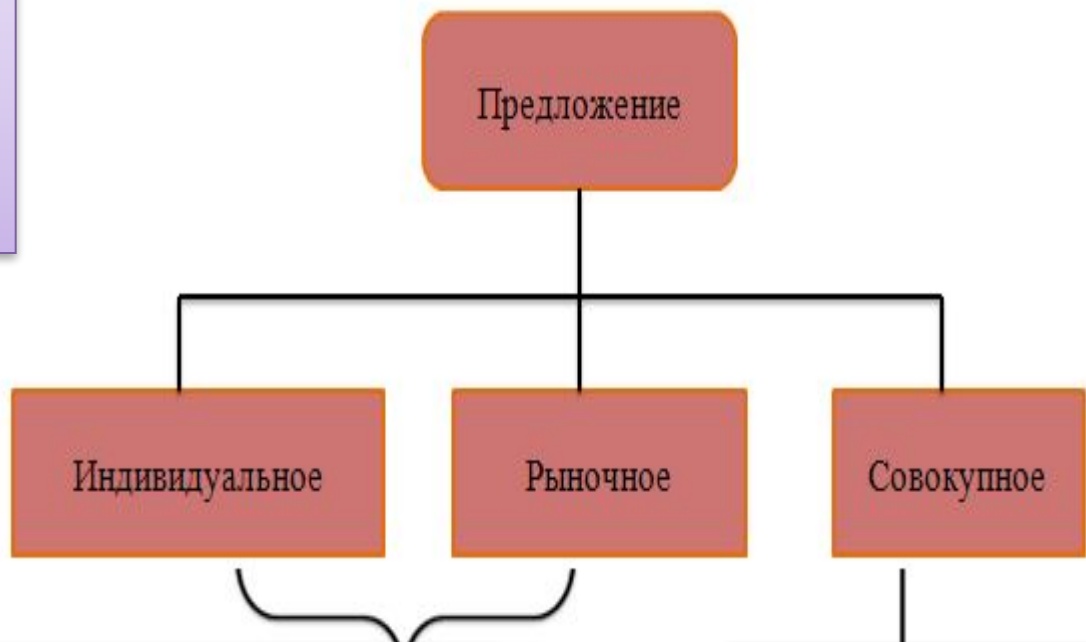
микроэконо

мика Если прочие факторы остаются без изменения, то продавец склонен продавать больше продукта, когда его цена - высока, и меньше, когда она низка.



Виды предложения

это соответствующее каждой данной цене количество товара, которое готов предложить к продаже на рынке тот или иной производитель (продавец).



количество благ, предлагаемых для продажи на рынке в определенный момент или период времени.

экономика

общее количество конечных товаров и услуг, произведенных в экономике

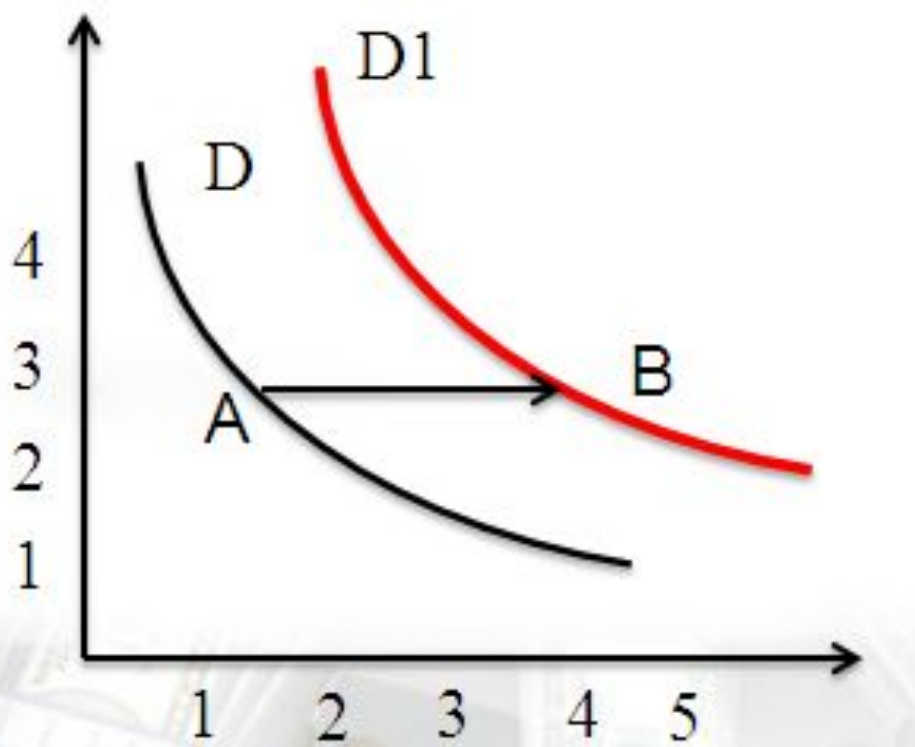
Неценовые факторы спроса



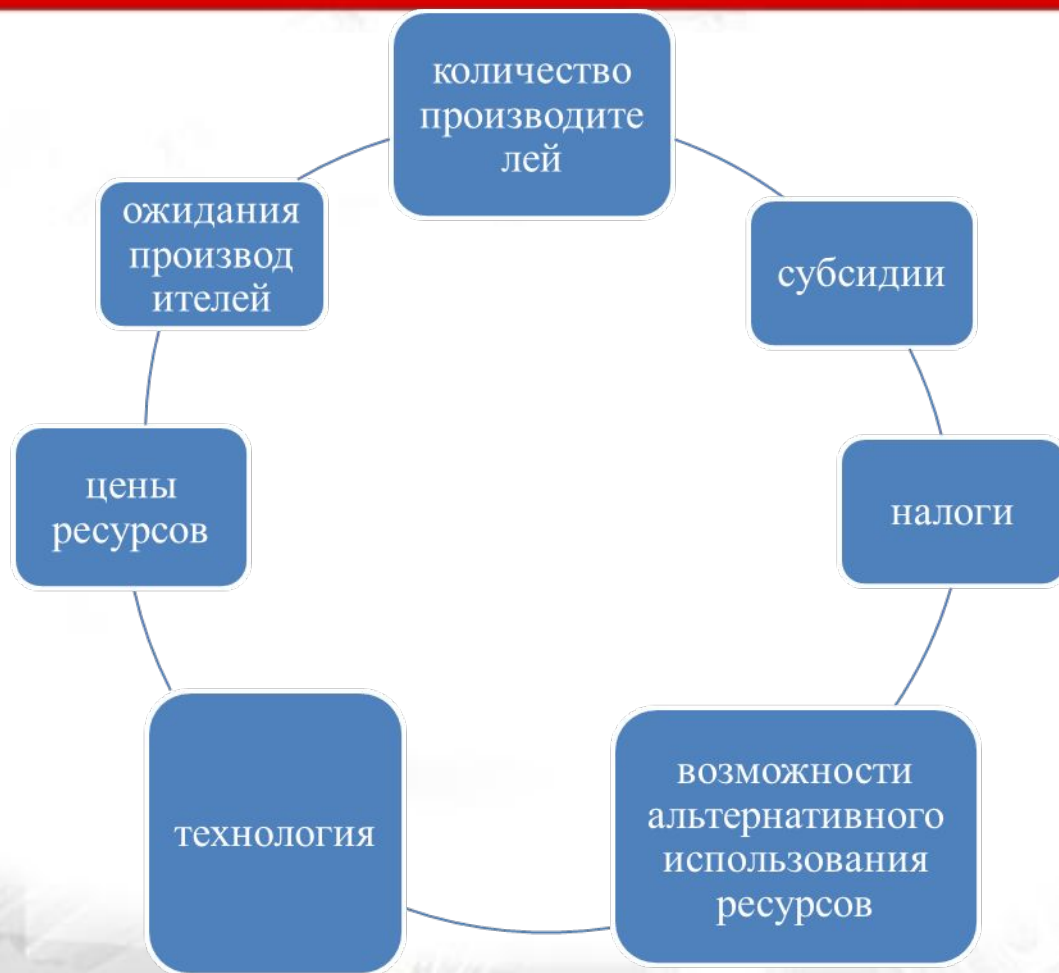
Выделяют два типа сдвига.

В первом случае большее количество блага будет покупаться при каждой цене и кривая спроса сместится вправо таким образом, что спрос будет выше, чем он был до сдвига.

Другой тип сдвига - при каждой цене спрос будет ниже, чем он был до сдвига. При увеличении спроса кривая спроса смещается вправо, при уменьшении - влево.



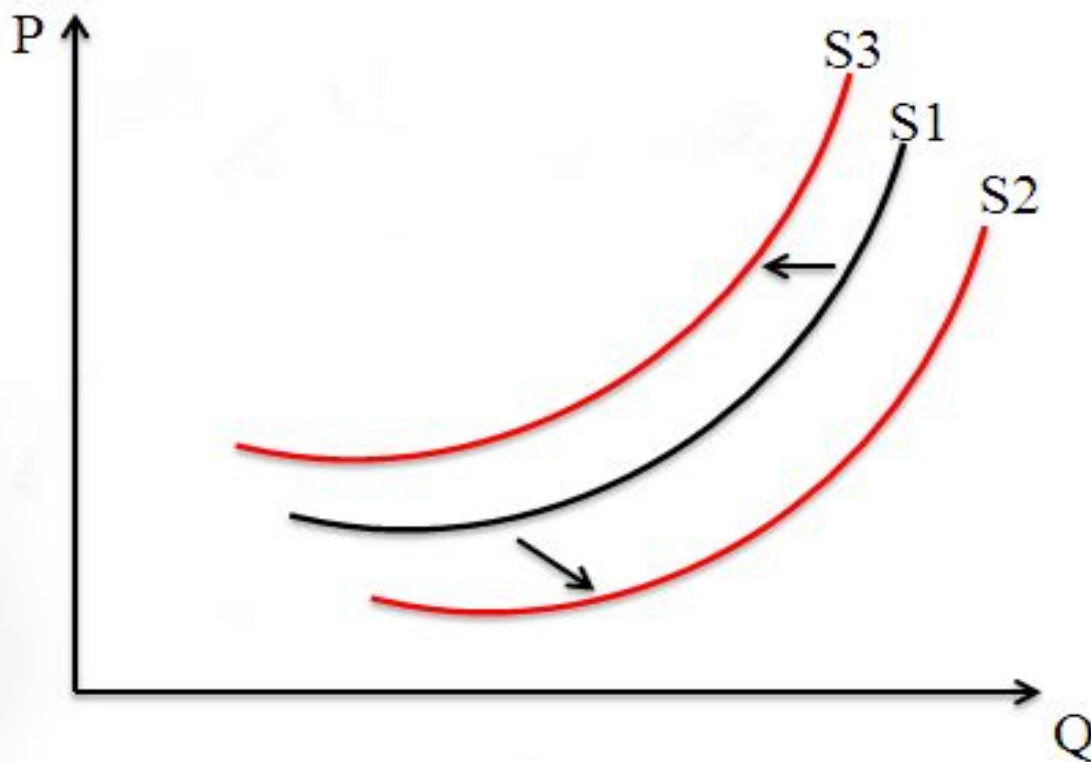
Неценовые факторы предложения



микроэконо мика

Изменения в предложении

Неценовые факторы влияют на изменение всей функции предложения, наглядно это можно представить в виде смещения кривой предложения вправо – при увеличении предложения, и влево – при его снижении



1. Курс экономической теории / под ред. Сидоровича А.В. – Учебник – 2-е изд., 2007. – С 145- 148.
2. Введение в экономику / под ред. Аллагулова Р.Х. – Учеб. Пособие – 3 –е изд., 2005. – С 133-136.
3. Курс экономической теории / под ред. Нуреева Р.М. – Учебник – 3-е изд., 2007. – С 674-679.

1. Закон спроса гласит:

- 1) изменение величины предложения на товар находится в прямой зависимости от количества этого товара;
- 2) при прочих равных условиях количество товара, которое покупатели готовы приобрести, находится в обратной зависимости от цены на этот товар;
- 3) при прочих равных условиях изменение величины спроса на товар находится в прямой зависимости от изменения цены этого товара;
- 4) при прочих равных условиях изменение величины предложения на товар находится в обратной зависимости от цены на этот товар.

2. Что произойдет на рынке картофеля, если в ведущих странах-экспортерах его будет собран рекордный урожай:

- 1) равновесная цена увеличится, равновесное количество уменьшится;
- 2) равновесная цена увеличится , равновесное количество увеличится;
- 3) равновесная цена уменьшится, равновесное количество уменьшится;
- 4) равновесная цена уменьшится, равновесное количество увеличится;

3. Какое из представленных суждений является верным:

- 1) спрос на лекарства совершенно эластичный;
- 2) спрос на предметы роскоши неэластичный;
- 3) ценовая эластичность спроса зависит от степени необходимости данного товара потребителю;
- 4) ценовая эластичность спроса зависит от ценовой эластичности предложения.

4. Ценовая эластичность предложения – это:

- 1) мера реакции величины спроса на товар, вызванная изменением величины дохода покупателей данного товара;
- 2) мера реакции величины предложения на товар, вызванная изменением цены на другой товар на 1%;
- 3) мера реакции величины спроса на данный товар, вызванная изменением цены этого товара, выраженная в процентах;
- 4) мера реакции величины предложения на данный товар, вызванная изменением цены этого товара, выраженная в процентах.

5. Люди ожидают повышения цен на бытовую технику. В результате на этом рынке:

- 1) спрос увеличивается
- 2) предложение увеличивается
- 3) спрос уменьшается
- 4) спрос остается неизменным

6. На какой товар эластичность спроса по цене выше?

- 1) роскошные автомобили “ Роллс-ройс ”
- 2) Черный хлеб
- 3) “Бородинский” черный хлеб соль

7) На рост предложения влияет:

1. недостаток сырья;
2. высокая производительность;
3. большие затраты на изготовление продукции;
4. все вышеперечисленное.

8) Верны ли следующие суждения о цене? А. Цена зависит от спроса, но не зависит от предложения. Б. На более редкие товары устанавливаются более высокие цены.

1. Верно только А;
2. верно только Б;
3. верны оба суждения;
4. оба суждения неверны.

9) Кривая спроса на товар X сместится вправо и вверх в результате:

1. Уменьшения числа покупателей;
2. Перехода на товар субститут;
3. Повышения таможенных барьеров;
4. Увеличения доходов потребителей;

10) Верно ли следующее утверждение: Моцарт, по свидетельству А. С. Пушкина, считал гениальность и злодейство взаимодополняемыми экономическими благами.