

Спрос и его содержание.
Величина спроса.

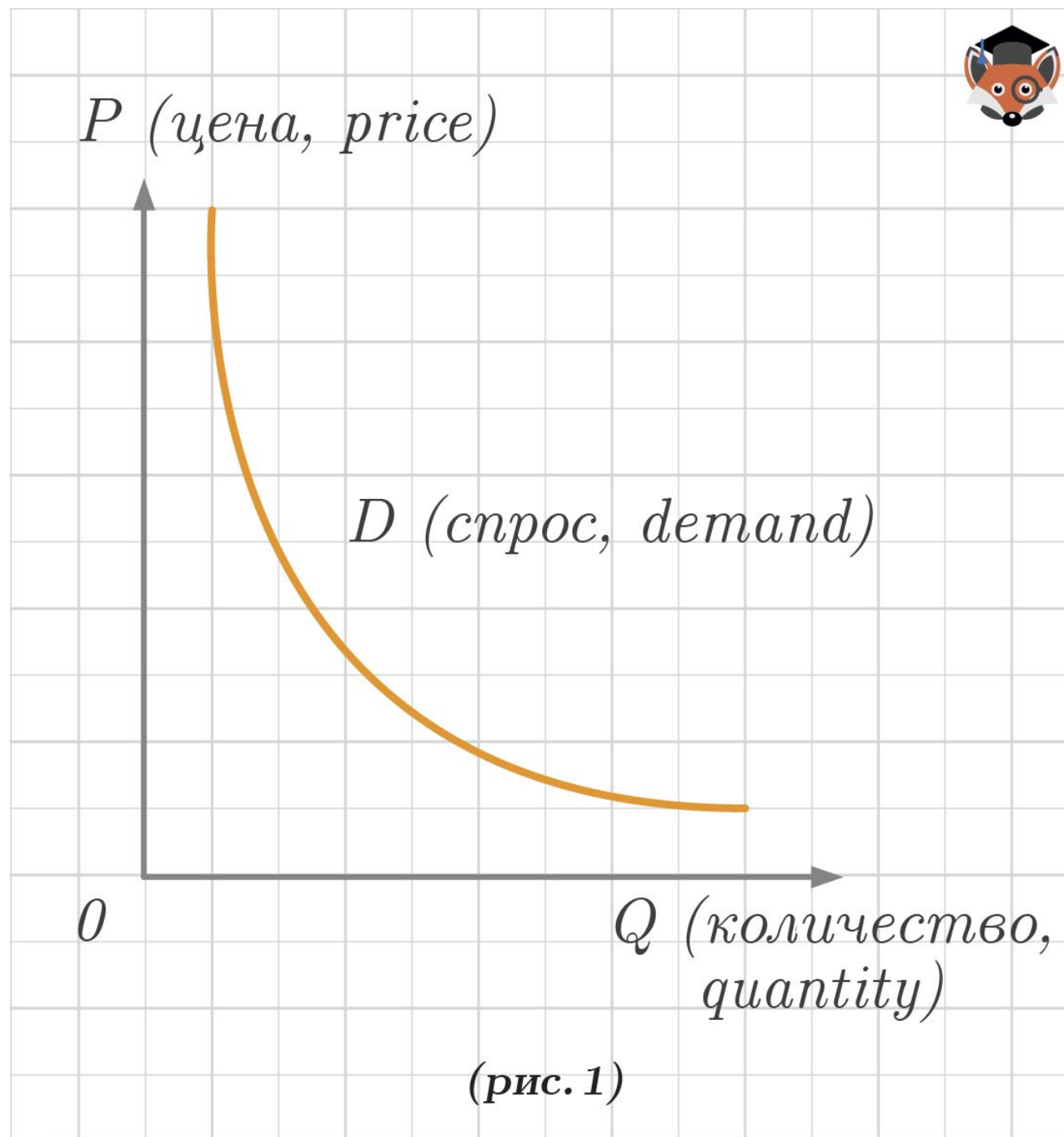
Что такое спрос?

- **Спрос** — это желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определённого периода времени, подкреплённое готовностью оплатить покупку.
- **Величина спроса** — это объём (количество) товара определённого вида, который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести в течение определённого периода при определённом уровне цены на этот товар.
- **Цена спроса** — максимальная цена, по которой покупатель готов приобрести товар или услугу.
- **Платежеспособный спрос** — это возможность приобрести товар покупателями.



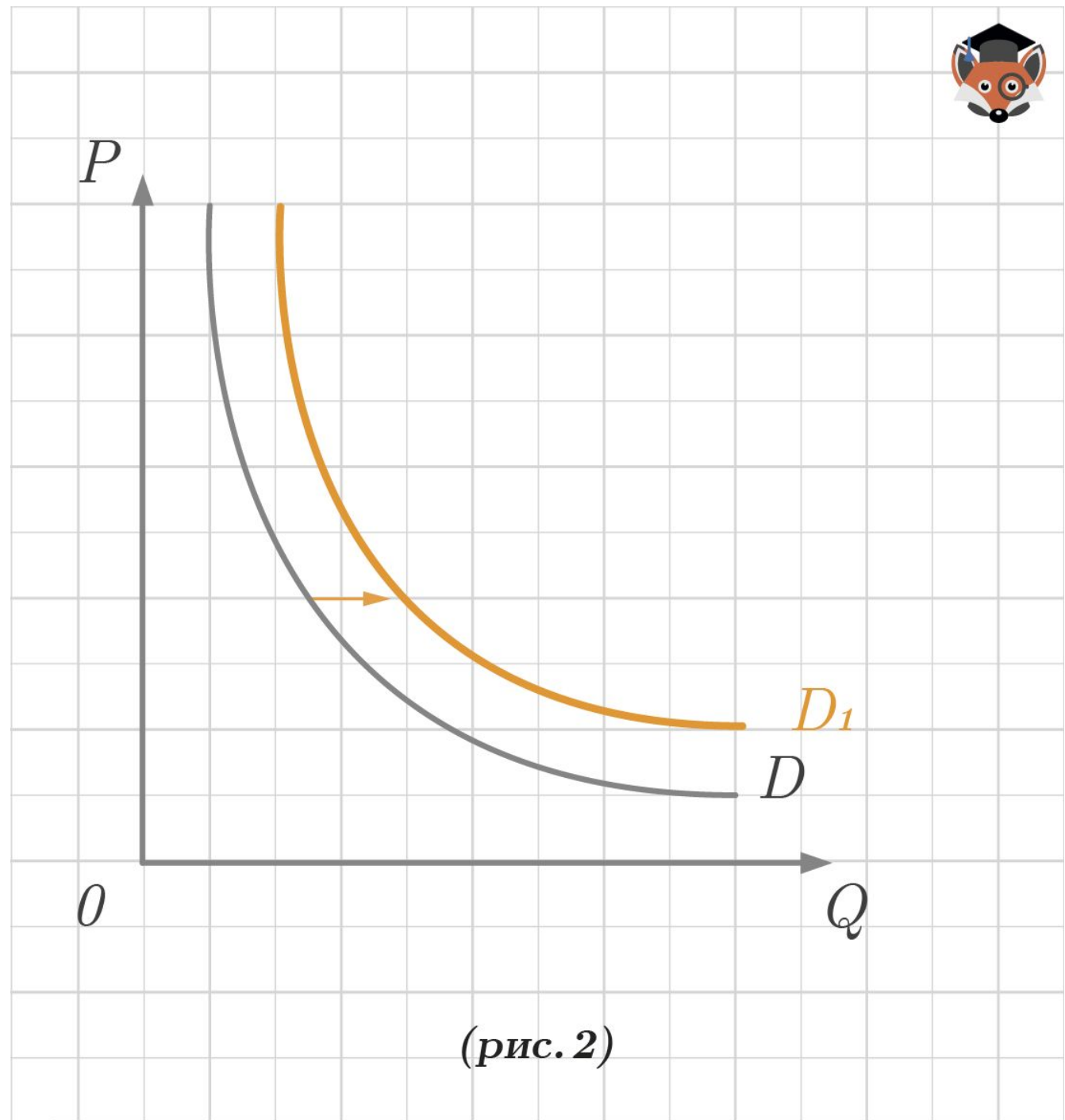
Спрос может изменяться: увеличиваться или уменьшаться. Графически изменение спроса можно показать через изменение положения кривой спроса.

Изобразим понятие спроса на графике, где P — цена, а Q — объем (количество) спроса, D — кривая спроса.



(рис. 1)

- Спрос может изменяться: увеличиваться или уменьшаться. Графически изменение спроса отражается изменением положения кривой спроса (D), то есть её перемещением на плоскости из позиции кривой D к D_1 . Если происходит движение вправо, дальше от осей координат, то речь идёт об увеличении спроса. Это легко проверить, выбрав точку на обеих кривых с одинаковой ценой и сравнив количество товаров/услуг на которые

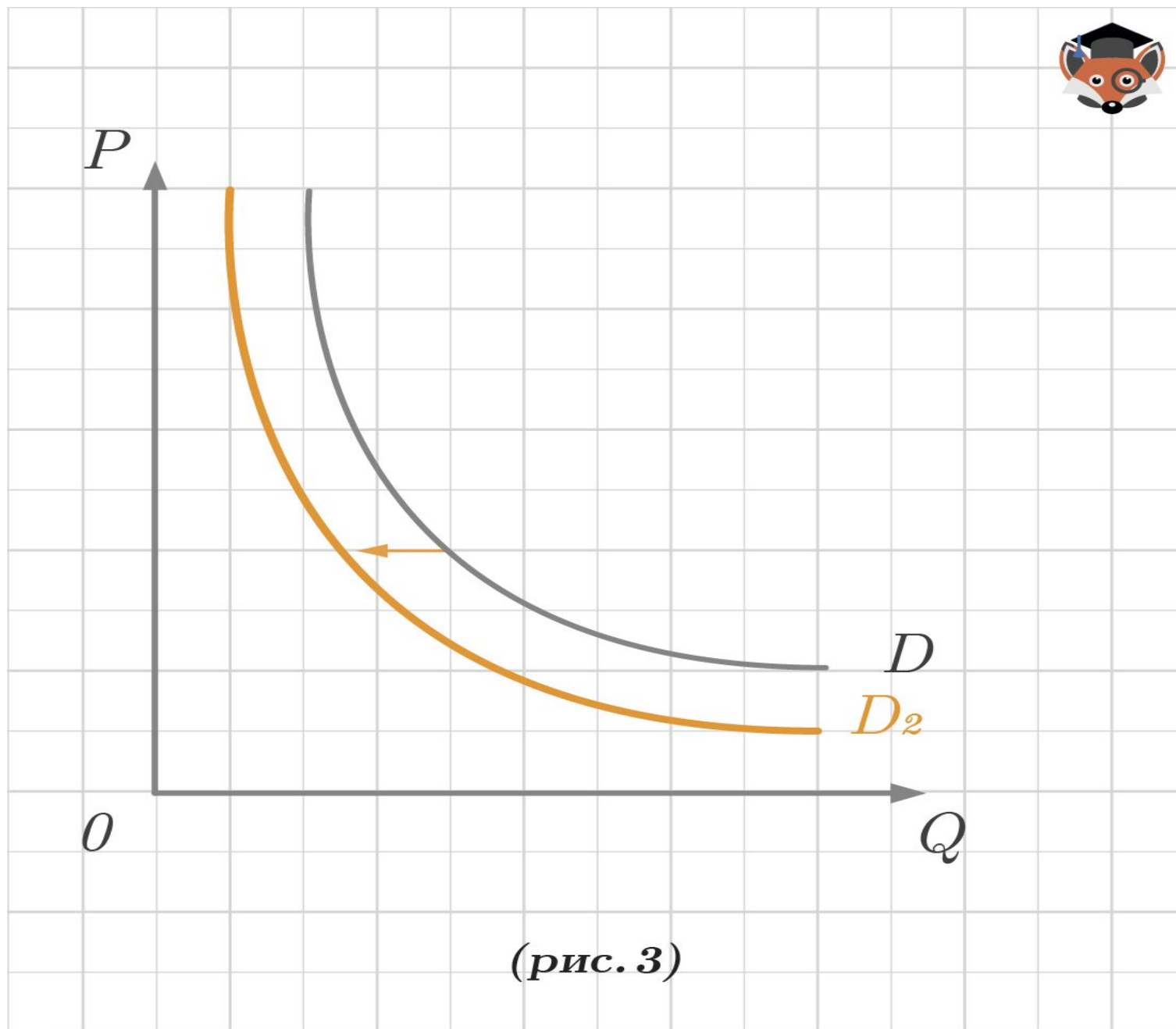


(рис. 2)



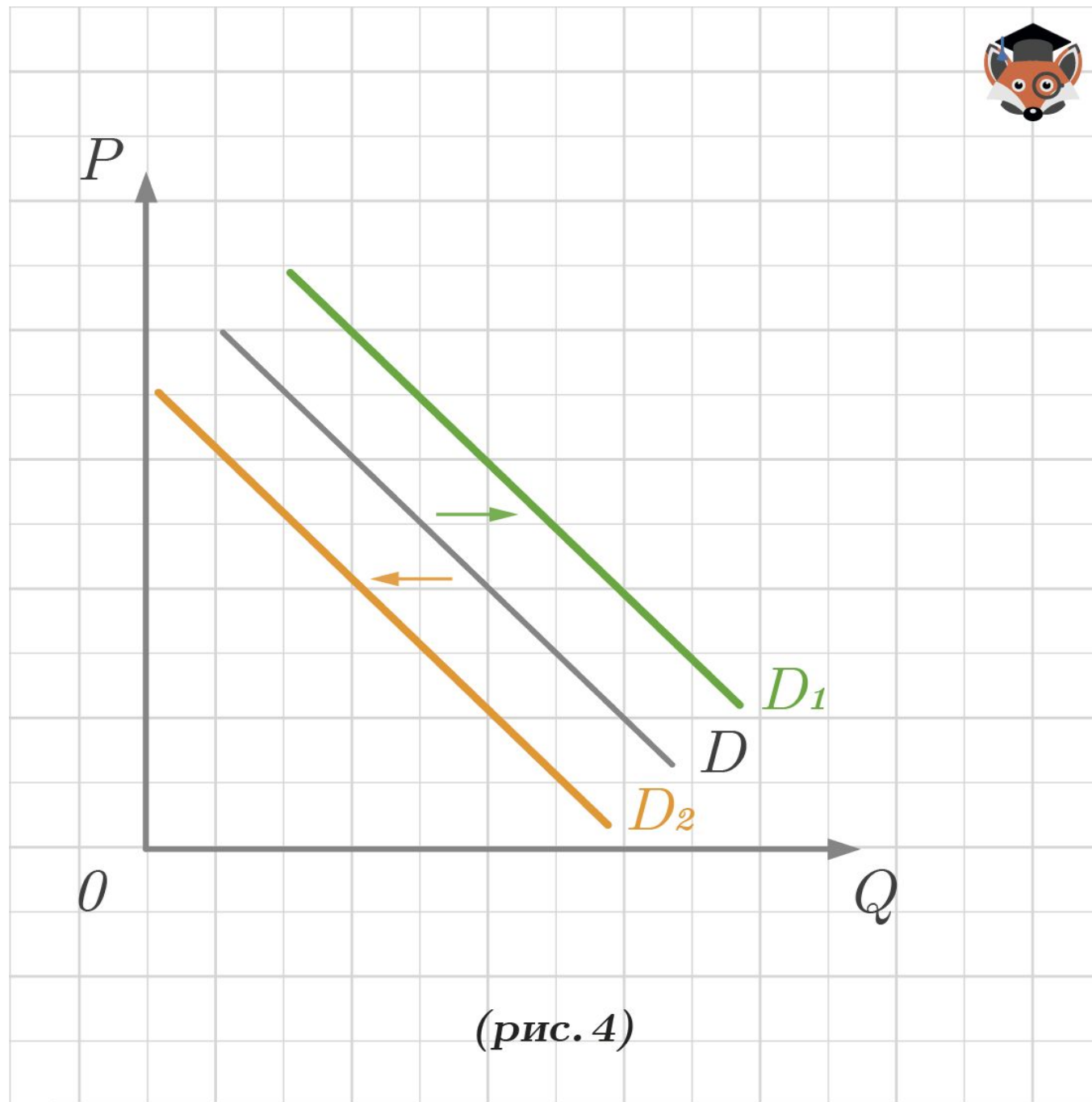
Аналогично можно рассмотреть и уменьшение спроса:

Если происходит движение влево, ближе к осям координат, то речь идёт об уменьшении спроса, из позиции кривой D к D_2 .



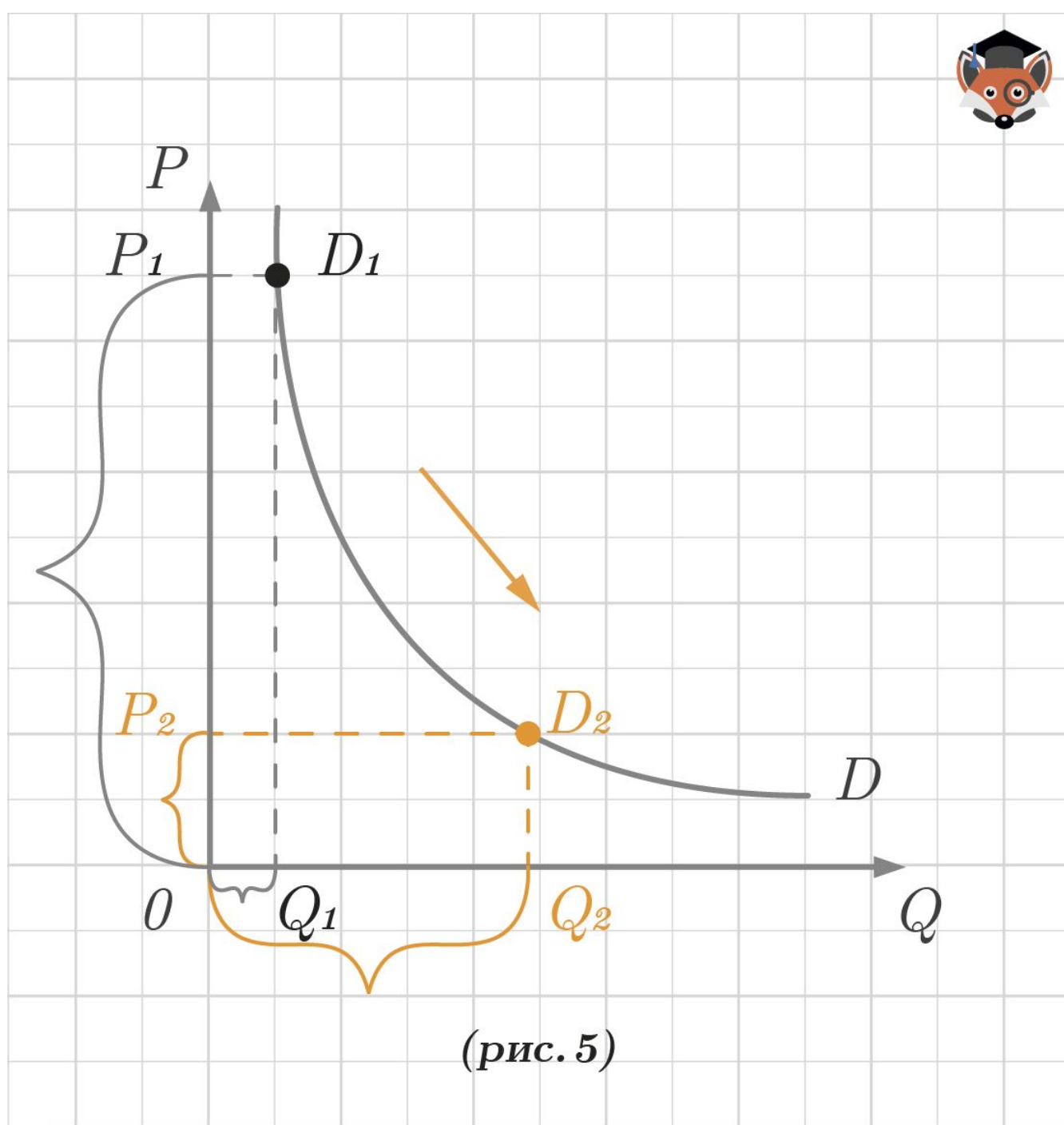
(рис. 3)

Линии спроса
могут быть
представлены и в
виде
прямых, никаких
принципиальных
отличий в данном
случае это не
имеет.



Теперь можно рассмотреть графически изменение величины спроса.

Изменение величины спроса графически отображается не сдвигом всей кривой, а движением по кривой спроса (D), то есть перемещением, например, из точки D_1 к D_2 . В данном случае, наоборот, учитывается ценовой фактор, а иные факторы рассматриваются как неизменные. Прослеживается закономерность: чем дороже товар/услуга, тем меньше желающих его/её приобрести. Цена P_1 высокая, количество товаров, приобретённых по такой цене — Q_1 , небольшое. Однако по невысокой цене P_2 количество покупок Q_2 существенно выше.



Это действительно для большинства товаров/услуг, иначе называемых **нормальными**, спрос на которые увеличивается при увеличении доходов потребителя. Исключениями являются, например, **низшие товары Гиффена**, спрос на которые будет уменьшаться. **(Эффект Гиффена — это явление в экономике, при котором спрос на товар снижается вместе с понижением цены и наоборот — спрос повышается вместе с повышением цены вопреки основному закону спроса).**

- Взаимосвязь между изменением спроса и величины спроса проявляется в следующем: когда спрос увеличивается, повышаются объёмы спроса при всех ценах, и наоборот. Например, стоимость недорогого вафельного стаканчика с мороженым 20 рублей, а эскимо — 100 рублей. В летний сезон, когда спрос на мороженое в целом повышается, покупают больше и стаканчиков, и эскимо.



SIR ROBERT GIFFEN, K.C.B., F.R.S., LATE ASSISTANT SECRETARY OF THE BOARD OF TRADE
DRAWN FROM LIFE BY SYDNEY F. HALL

Закон спроса:

Повышение цен обычно ведёт к снижению величины спроса, а снижение цен — к её увеличению

Спрос может изменяться под воздействием одного или нескольких факторов.

Факторы, влияющие на спрос: см. Баранова тема 2.4(в ней найти таблицу «Неценовые факторы спроса») - учить!!!

- цена;
- полезность и необходимость товара;
- число покупателей;
- ожидания изменения цены;
- уровень доходов населения;
- наличие товара на рынке;
- предложение альтернативных товаров и их цены;
- мода;
- инфляционные ожидания.

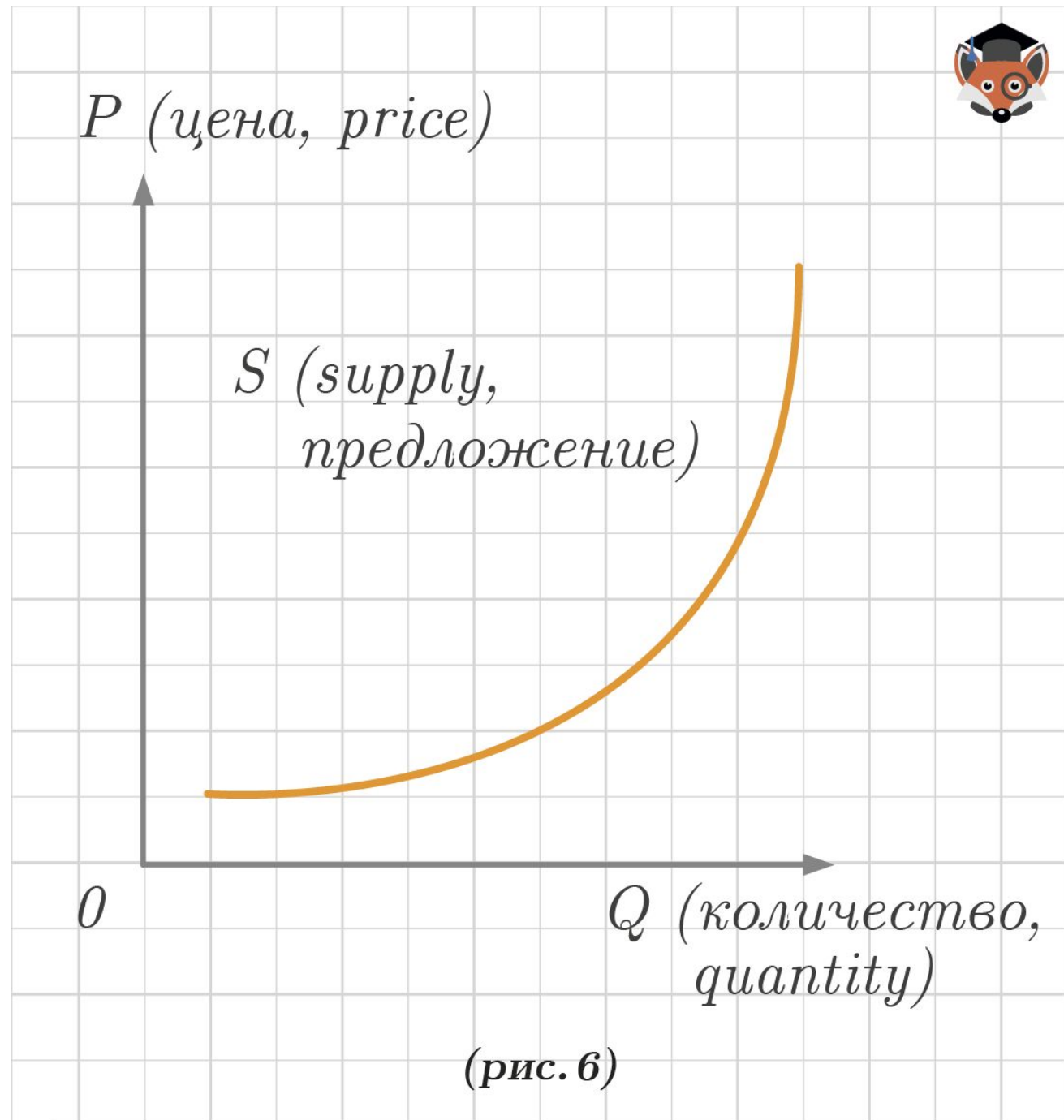
Предложение — это желание производителя произвести и предложить к продаже на рынке свои товары по конкретным ценам из ряда возможных цен в течение определённого периода времени.

Величина предложения — это объём (количество) товара определенного вида, который производители готовы (хотят и могут) предложить в течение определённого периода при определённом уровне цены на этот товар.



Аналогично рассмотрим типовой график с изображением кривой предложения (S). На оси абсцисс откладывается количество товаров/услуг (Q), на оси ординат — цена на товар/услугу (P). Предложение также может изменяться под воздействием одного или нескольких различных факторов. Графики изменения предложения, рассматриваемые далее, отображают ситуации изменения предложения в связи с неценовыми факторами (например, мода, количество производителей на рынке и т. д.), т. е. при постоянных ценах.

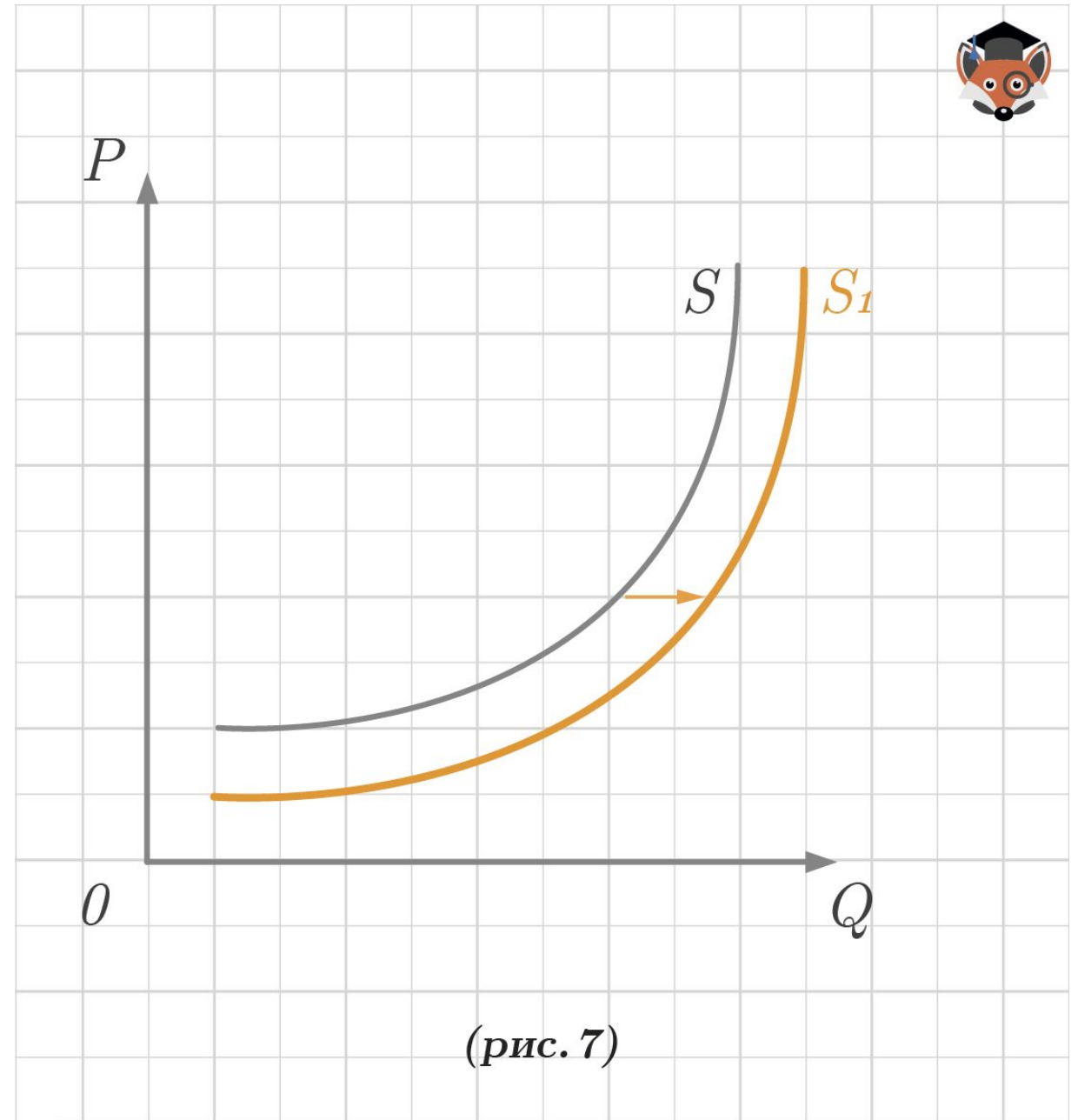
-



(рис. 6)

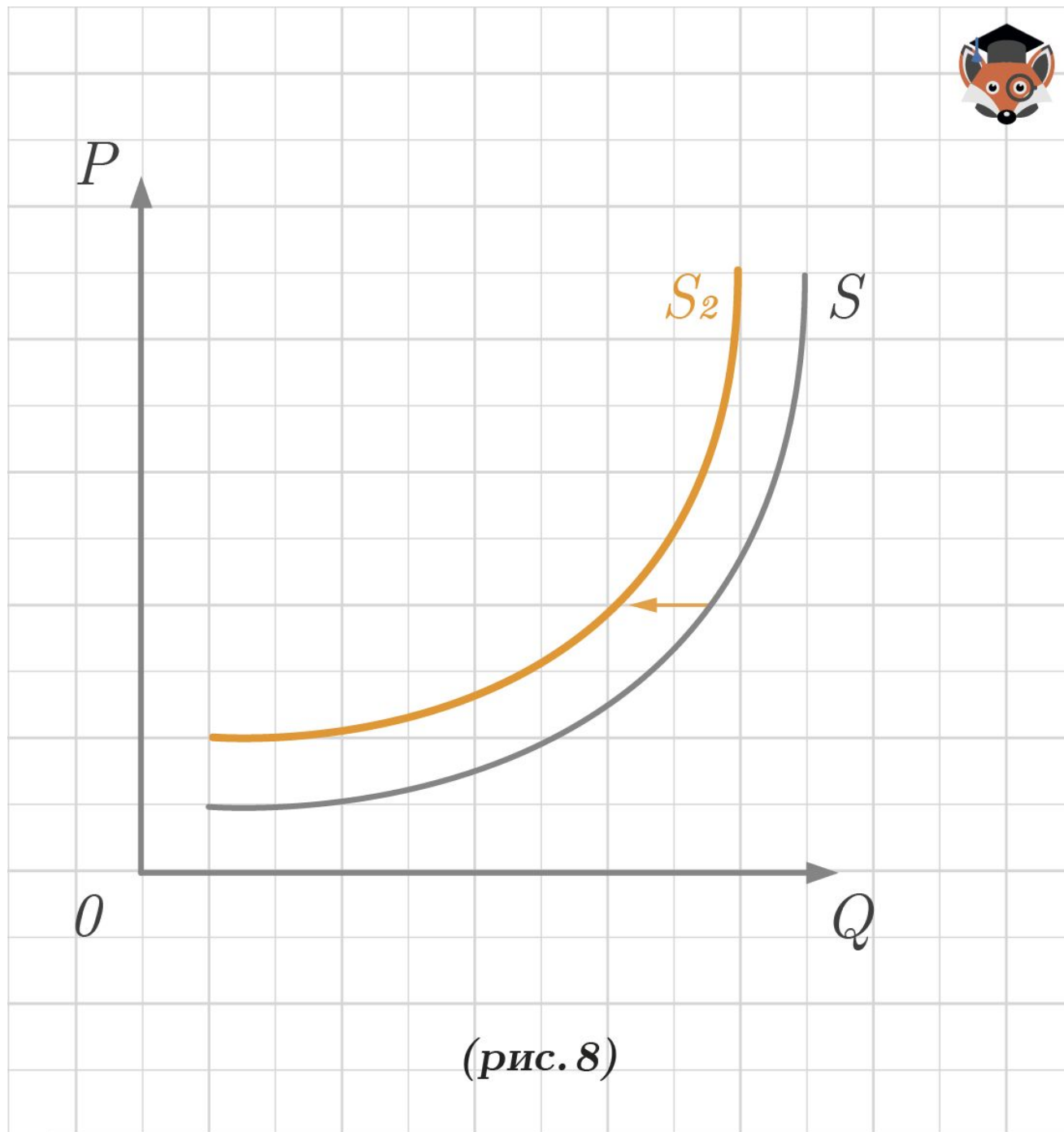


Предложение может изменяться: увеличиваться или уменьшаться. Изменение предложения отражается изменением положения кривой предложения (S), то есть её перемещением на плоскости (рис. 7) из позиции кривой S к S_1 . Если происходит движение вправо, дальше от осей координат, то речь идёт об увеличении предложения.



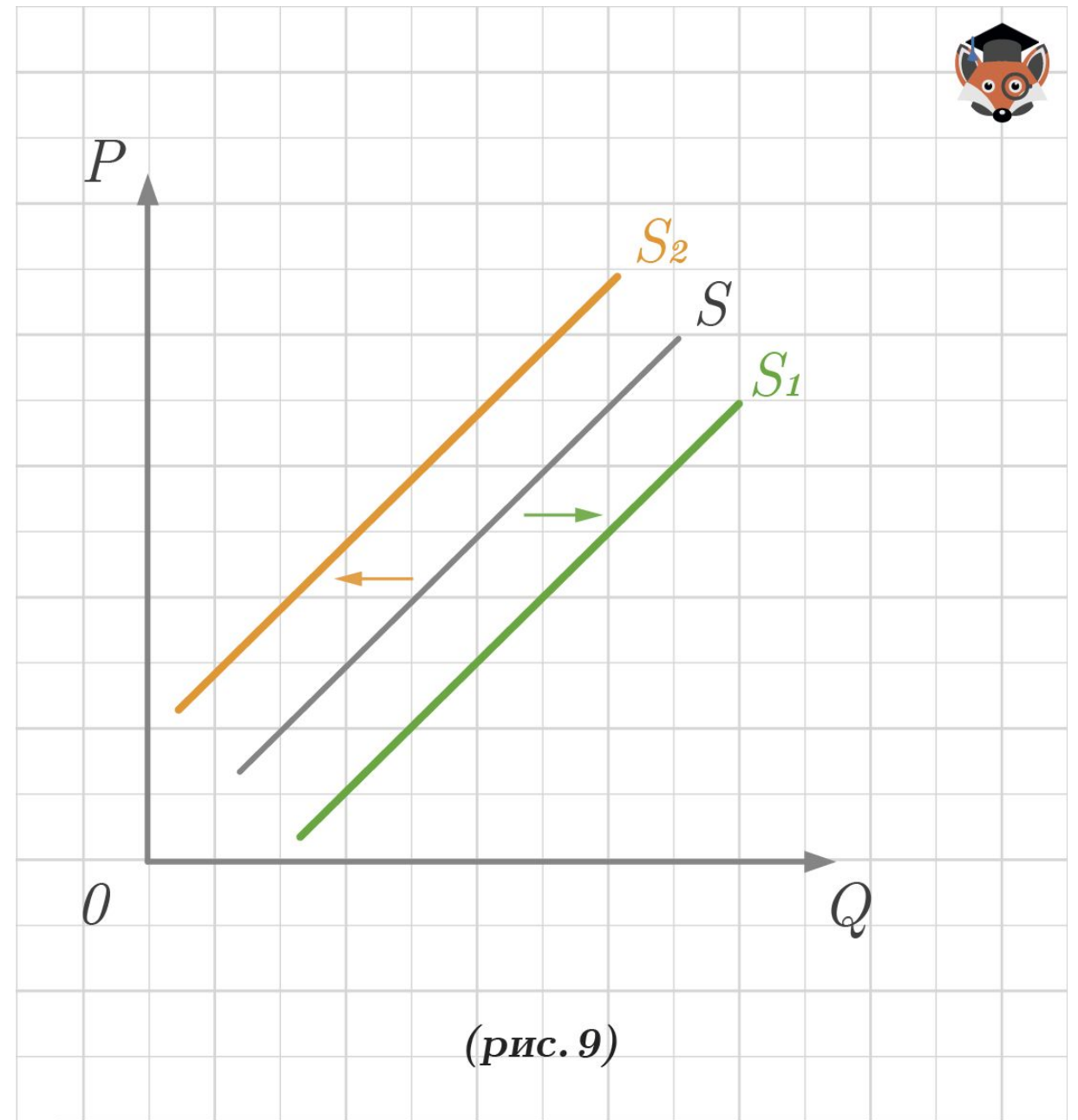
Аналогично можно рассмотреть и уменьшение предложения:

Если происходит движение влево, ближе к осям координат, то речь идёт об уменьшении предложения, из позиции кривой S к S_2





Линии предложения также могут быть представлены и в виде прямых

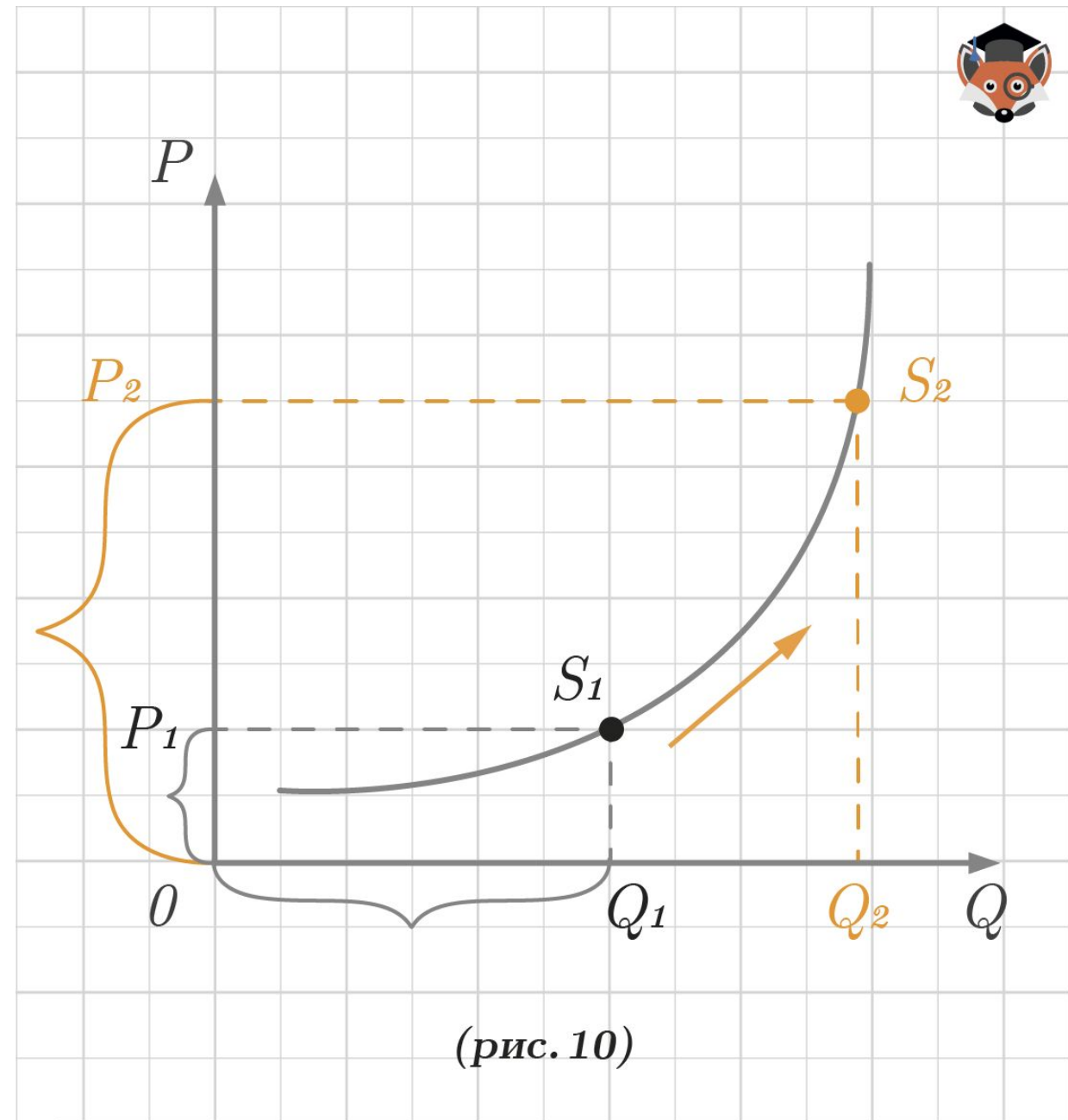


(рис. 9)

Теперь можно рассмотреть графически изменение величины предложения

Изменение величины предложения есть движение вдоль кривой предложения (S) из позиции точки S_1 к S_2 при неизменности факторов предложения. В данном случае, наоборот, учитывается ценовой фактор, а иные факторы рассматриваются как неизменные. Прослеживается закономерность: чем дороже товар/услуга, тем больше желающих по такой цене его продать.

Взаимосвязь между изменением предложения и величины предложения проявляется в следующем: когда предложение увеличивается, повышаются объёмы предложения при всех ценах, и наоборот. Например, в сезон продажи фруктов предлагают больший ассортимент по самым разным ценам.



Цена предложения — минимальная цена, по которой продавцы готовы продать некоторое количество данного товара за определённый период времени.

График на предыдущем слайде иллюстрирует один из важнейших законов экономики: закон предложения.

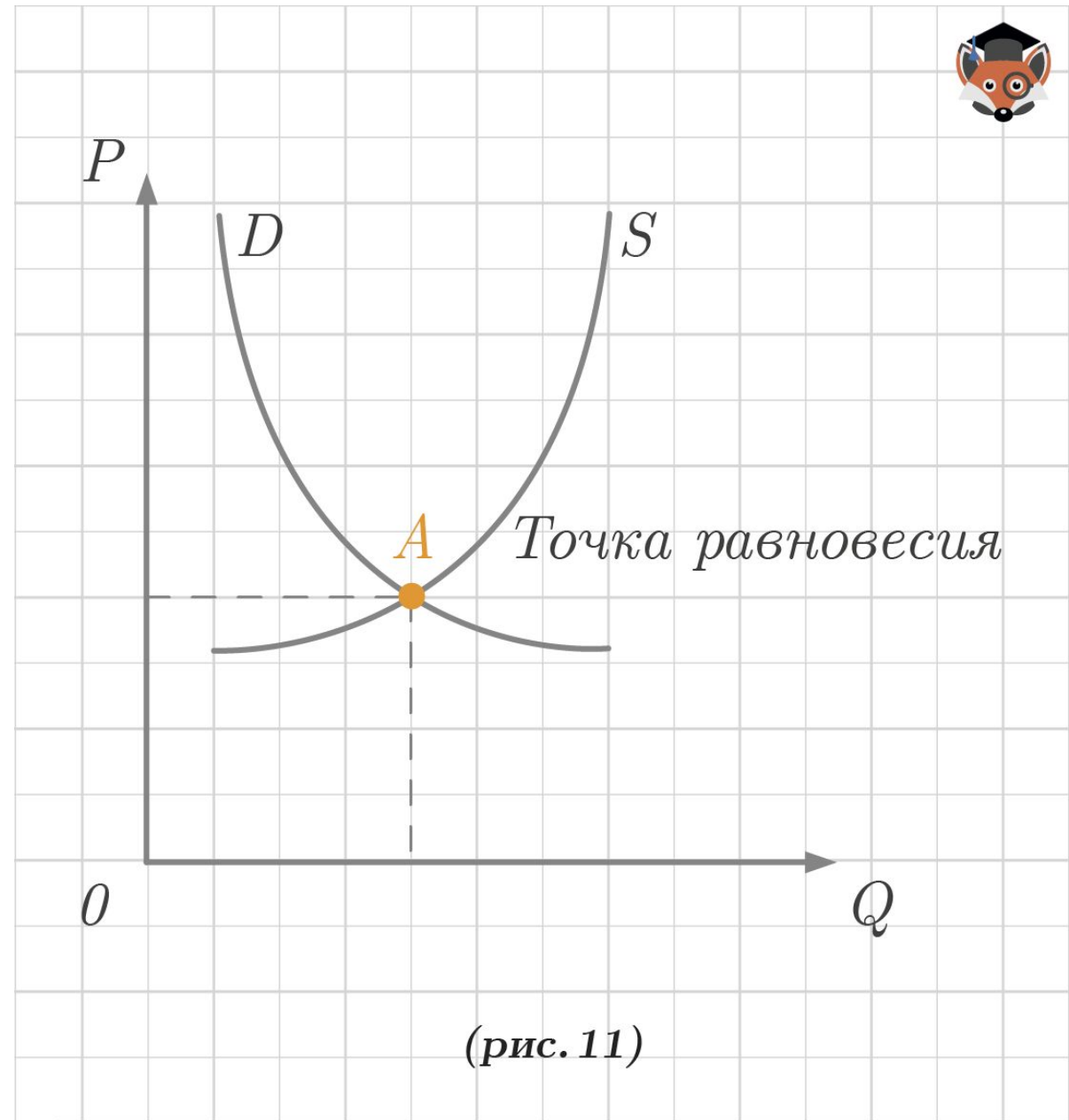
Закон предложения: повышение цен обычно ведёт к росту величины предложения, а снижение цен — к её уменьшению.

Основные неценовые факторы предложения:

- цены на ресурсы;
- технология производства;
- число продавцов на рынке;
- ожидания изменения цен;
- цены на другие товары;
- мода;
- налоги и дотации и др.

Неценовые факторы могут быть общими и для спроса, и для предложения, а могут относиться только к покупателям/производителям.

Графически пересечение кривых спроса и предложения происходит в некой точке A , называемой **точкой равновесия**. Это компромисс между желаниями и возможностями потребителя и производителя. Товар/услуга реализуется по **равновесной цене** (цене, по которой покупатель готов купить, а продавец готов продать товар или оказать услугу).



Задачи:

1. Ниже приведен перечень терминов. Все из них, за исключением двух, являются характеристикой факторов формирования предложения:

1) мода; 2) уровень налогов; 3) цены на сырьё и комплектующие; 4) количество продавцов на рынке; 5) доходы потребителей; 6) уровень технологий; 7) рост производительности труда.

• Ответ: 1,5

2. Назовите любые три фактора, которые влияют на изменение спроса, и проиллюстрируйте каждый из них соответствующим примером.

• Ответ:

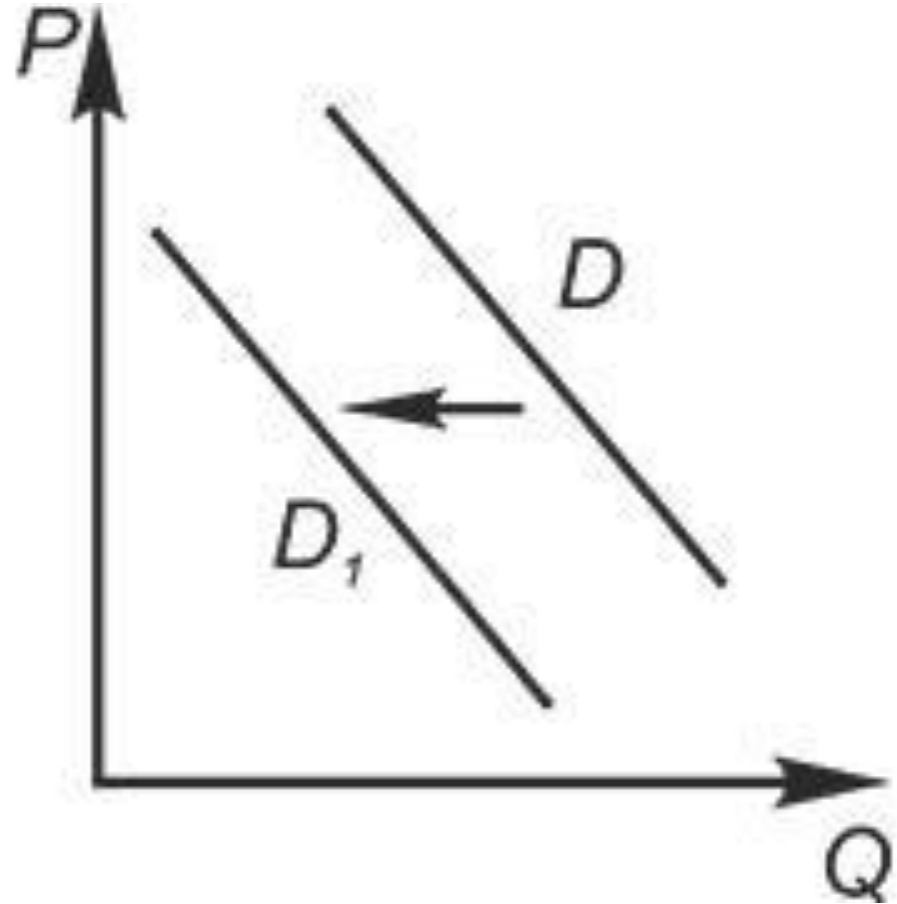
изменение цены товара-заменителя: например, если (из-за снижения предложения) цена кока-колы повысится, спрос на пепси-колу увеличится;

• изменение цены дополняющего товара: если (из-за снижения предложения) цена дополняющего товара повышается, это приводит к снижению спроса на рассматриваемый товар; например, если (из-за снижения предложения) цена на фотоплёнку резко увеличится, спрос на фотоаппараты снизится;

• изменение ожиданий потребителей в отношении цен: например, если потребители ожидают, что цена на компьютеры вырастет, они будут пытаться купить их сейчас, т. е. до того, как повысится цена.

3. На рисунке отражено изменение спроса на моторные яхты на соответствующем рынке: линия спроса D переместилась в новое положение – D_1 (P – цена; Q – количество).

- Какие из перечисленных факторов могут вызвать такое изменение?
- 1. серия несчастных случаев с моторными яхтами;
- 2. снижение издержек на производство яхт;
- 3. увеличение количества производителей яхт;
- 4. проведение удачной рекламной кампании;
- 5. появление моды на парусные яхты.



Ответ: 1, 5.