

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ СПРОСА**  
**И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.**

# Спрос и его факторы.

Спрос – это сжатая характеристика поведения покупателя на рынке.

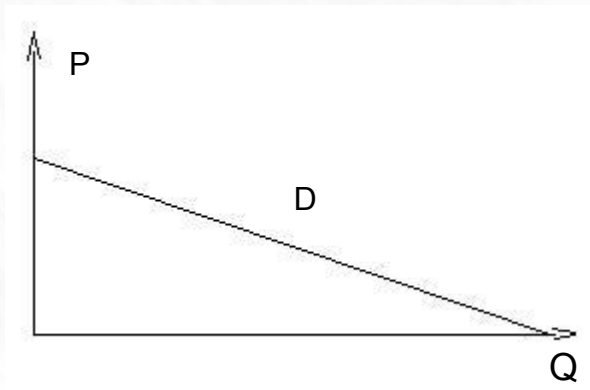
Предложение - это сжатая характеристика поведения продавца на рынке.

Объём спроса – это количество товара, которое покупатели желают приобрести за некоторый период времени (за год).

Желание приобрести означает, что покупатели действительно желали и имели бы возможность заплатить за требуемое количество товара, если бы такое количество имелось на рынке, т.е. спрос – это платежеспособное потребление.

- Шкала спроса – характеризует связь между ценой и объёмом спроса, т.е. она показывает некоторые комбинации между объёмом спроса и уровнем цены на данный товар.
- Пример шкалы спроса:

P	Q <sub>d</sub>
0	15
1	12
2	9
3	6
4	3
5	0



Кривая D имеет нисходящую форму.

Кривая D отражает все возможные комбинации между ценой и объёмом спроса.

Для того, чтобы перейти от индивидуального спроса к рыночному необходимо просуммировать величины индивидуальных спросов при каждом значении цены.

Индивидуальный спрос – это спрос «МОЙ».

## Неценовые факторы спроса.

Это факторы, которые ведут к изменению самих объёмов спроса при каждом значении цены. Эти факторы приведут к смещению самой кривой D параллельно первоначальному уровню.

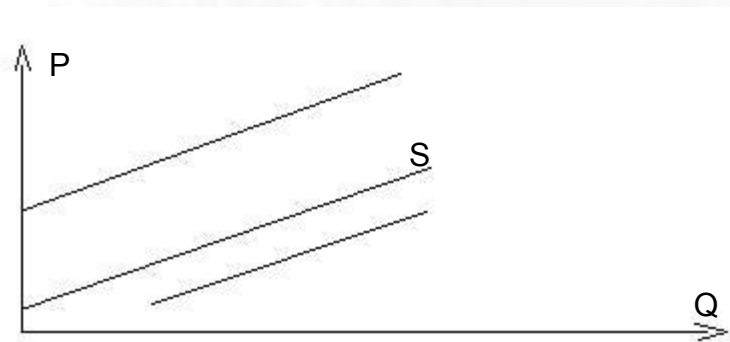
- Первый фактор – цены взаимосвязанных товаров. Результат этого воздействия зависит от того, являются ли товары взаимозаменяемыми или взаимодополняемыми.
- Товары называются взаимозаменяемыми или субститутами, если повышение цены одного товара(мяса) влечёт за собой повышение объёма спроса на другой товар (например, рыбу).
- Товары называются взаимодополняемыми или комплементарными, если повышение цены одного товара (кассеты) влечёт за собой понижение объёмов спроса на другой товар (магнитофон).
- Второй фактор - доходы потребителей. Рост дохода приведёт к повышению объёма спроса на товары. Это правило действует для «нормальных» товаров.
- В отличие от них низшим благом называется товар, спрос на который будет падать с ростом дохода потребителя.
- Пример: дешевые китайские товары, вместо автобуса автомобиль.
- Третий фактор – число потребителей. Чем их больше, тем больше спроса на товар.
- Четвёртый фактор – вкусы потребителей формируются под воздействием моды, рекламы, традиций и обычаев общества.
- Пятый фактор – ожидаемые в будущем цены, т.е. спрос, возрастет в данный момент, т.к. потом цена возрастет.

# Предложение.

- Объём предложения – это количество товара, которое продавцы желают продать за некоторый период времени.
- Желание продать означает, что продавцы действительно желали и могли поставить на рынок предлагаемое количество товара при наличии достаточного числа покупателей.
- Необходимо различать объем предложения и объем фактических продаж:
- Если первое определяется со стороны продавца, то второе и со стороны продавца, и со стороны покупателя.
- Закон предложения:
- Как правило, при прочих равных условиях при повышении цены товара растёт объём его предложения.

- Шкала предложения отражает некоторые комбинации между ценой и объемом предложения.

P	$Q_s$
0	0
1	0
2	3
3	6
4	9
5	12





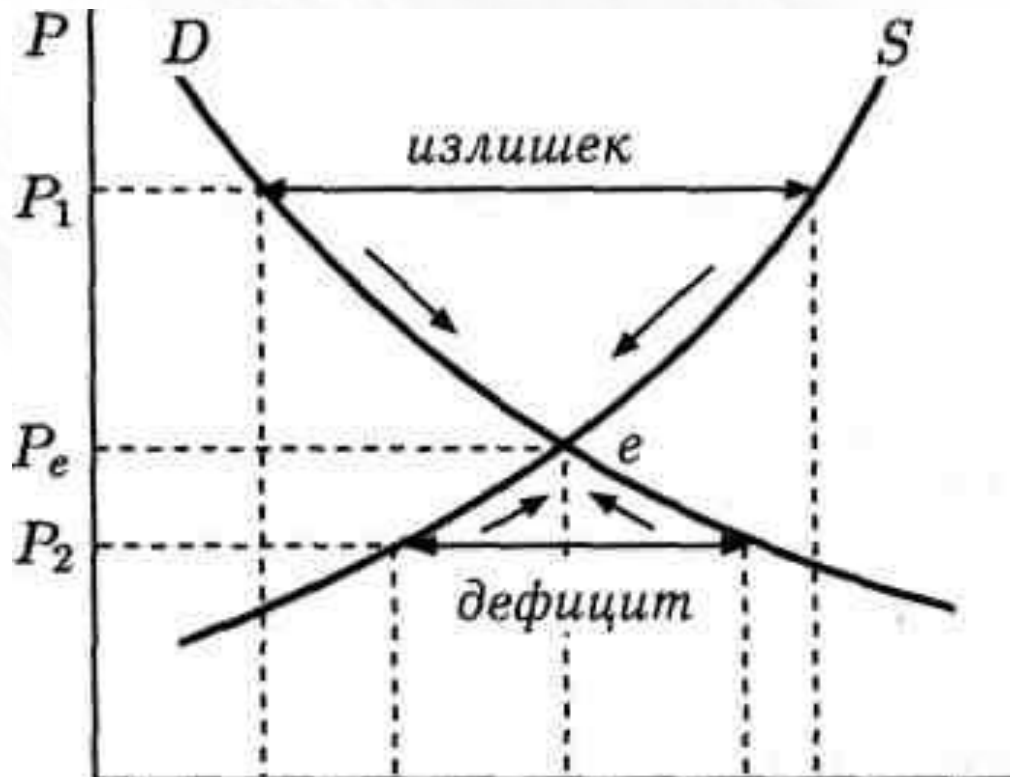
# Неценовые факторы предложения.

Они определяют издержки продавцов, поэтому изменения в этих факторах приведут к изменению объёма предложения при всех ценах. Отсюда следует, что на графике кривая S сдвинется параллельно первоначальному уровню.

- Первый фактор: изменения в основных средствах производства (здания, машины, станки и т.д.) эти ресурсы являются постоянными в краткосрочном периоде, т.е. не изменяется, и переменными в долгосрочном периоде.
- Второй фактор : изменение цен переменных производственных ресурсов (топливо, энергия и т.д.).
- Третий фактор: имеющиеся технологии (технология – это набор способов или методов производства любого конкретного товара или услуги).
- Четвёртый фактор: количество продавцов. Чем больше продавцов, тем больше хлеба предложат.
- Пятый фактор: Ожидания изменения цены со стороны продавца.

# Равновесие.

- Равновесие на рынке устанавливается, когда спрос совпадает с предложением:



- При цене равновесия ( $P_e$ ) спрос равен предложению  $Q_e$ . При цене выше равновесной ( $P_1$ ) предложение больше спроса и на рынке возникает *излишек*. При цене ниже равновесной ( $P_2$ ) спрос больше предложения и на рынке возникает *дефицит*.
- **Излишек** — состояние рынка, когда предложение больше спроса, а рыночная цена *выше* равновесной. В этих условиях между продавцами возникает конкуренция, заставляющая их снижать цену. Предложение сокращается, а спрос возрастает. Рынок движется к равновесию.
- **Дефицит** — состояние рынка, когда спрос больше предложения, а рыночная цена *ниже* равновесной. В этом случае конкуренция возникает между покупателями, и они готовы заплатить большую цену. Предложение возрастает, а спрос сокращается. Рынок опять-таки движется к равновесию.
- В условиях конкуренции нарушение рыночного равновесия (дефицит или излишек) и отклонение рыночной цены от равновесной не могут быть длительными — равновесие восстанавливается автоматически, т.е. **происходит рыночное саморегулирование**.

# Коэффициент эластичности спроса по цене

$$K_p^o = \frac{\Delta\%Q_D}{\Delta\%P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Когда значение коэффициента  $> 1$ , тогда спрос эластичен.

Когда значение коэффициента  $< 1$ , тогда спрос не эластичен.

Когда значение коэффициента  $= 1$ , тогда имеет место единичная эластичность.

## Виды ценовой эластичности спроса

Вид эластичности	Соотношение изменения цены и спроса	Коэффициент эластичности	Изменение выручки от реализации ( $P \times Q$ )	
			Уменьшение цены	Увеличение цены
Совершенно неэластичный спрос	Цена растет (падает)-спрос постоянен	$E_d = 0$	Уменьшается	Увеличивается
Неэластичный спрос	Цена изменяется больше, чем изменяется спрос	$E_d < 1$	Уменьшается	Увеличивается
Единичная эластичность спроса	Цена и спрос изменяются одинаково	$E_d = 1$	Не изменяется	Не изменяется
Эластичный спрос	Цена изменяется меньше, чем изменяется спрос	$E_d > 1$	Увеличивается	Уменьшается
Совершенно эластичный спрос	Спрос изменяется, цена постоянна	$E_d = \infty$	Уменьшается	Увеличивается

## Коэффициент перекрестной эластичности.

$$K_{ij} = \frac{\Delta\%Q_i}{\Delta\%P_j}$$

Чем выше перекрестная эластичность между двумя товарами, тем с большей легкостью покупатели заменяют один товар на другой.

# Коэффициент эластичности спроса по доходу.

$$K_Y^D = \frac{\Delta\%Q_D}{\Delta\%Y}$$

Y – доход.

Для нормального  
товара значение  
коэффициента  $> 0$ .

И для низшего  
блага  $< 0$ .

# Коэффициент эластичности предложения по цене.

$$K_P^S = \frac{\Delta\%Q_S}{\Delta\%P}$$

Чем более эластичным является предложение, тем проще продавцам увеличивать объемы выпускаемого продукта, и тем больше будет предложение в ответ на любые изменения в цене.