Теория спроса и предложения. Рыночное равновесие

Тема 4. Теория спроса и предложения. Рыночное равновесие

Спрос. Функция спроса. Закон спроса. Рыночный спрос.
Предложение. Функция предложения. Закон предложения.
Рыночное предложение. Предложение в периодах деятельности фирмы.
Эластичность спроса. Виды эластичности спроса. Факторы, влияющие на эластичность спроса.
Эластичность предложения. Виды эластичности предложения. Факторы, влияющие на эластичность предложения.
Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.
Сдвиг равновесия. Сдвиг равновесия в периодах.
Излишки (рента) покупателя и продавца.
Рыночное равновесие и государственное воздействие на рынок.

ДЗ: 1.Неценовые факторы спроса**.** Виды спроса по Ф.Котлеру.

2. Неценовые факторы предложения.
3. Эластичность спроса и предложения: примеры.
4. Паутинообразная модель.
5. Налоги и субсидии.

Спрос (Demand)

- **Спрос (D)** - желание купить определенное количество товара по определённой цене, при определенных условиях, в данное время.
- **Виды спроса:**

- индивидуальный
- рыночный
- совокупный

- **Функция спроса: $Q_{Dx} = f\ Px$,** неценовые факторы

  линейная зависимость $Q_{Dx} = a - b\ Px$

- **Цена спроса -** максимальная (резервная)цена, которую готов платить за товар покупатель. Зависит от предельной полезности (MU)

Закон спроса

При прочих равных условиях снижение цены товара сопровождается увеличением объема спроса.

- эмпирические наблюдения
- закон убывающей предельной полезности
- эффект дохода
- эффект замещения

Парадоксы закона спроса

Парадокс Гиффена

Эффект Веблена

Цена как показатель качества

Инфляционные ожидания

Неценовые факторы спроса

доход потребителя (I)

цена на товары-субституты (Py) и комплименты (Pz)

…

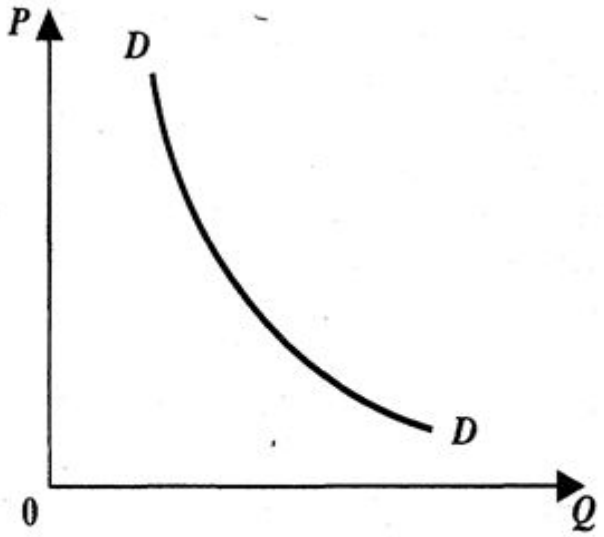


Рис. 13.1.1

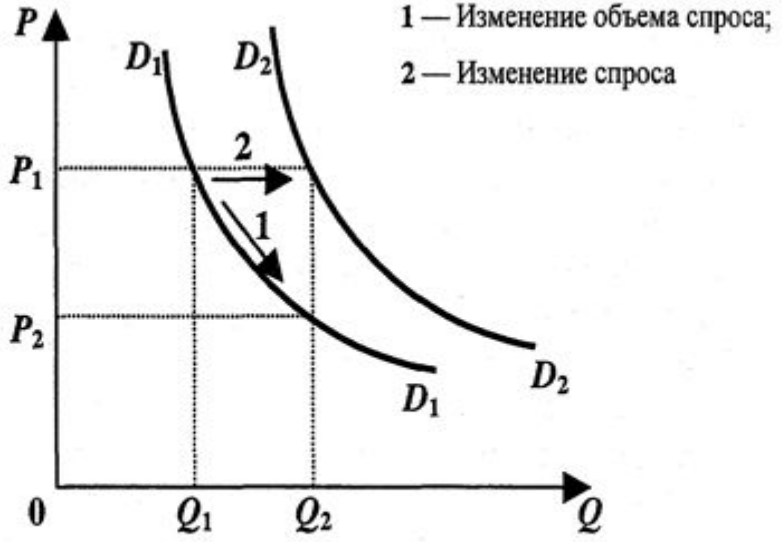


Рис. 13.1.2

Рыночный спрос

- Это спрос всех покупателей на рынке данного товара.
- Графически основан на методе горизонтального суммирования.
- Отражает поведение покупателей на рынке.

Х.Лейбенстайн (1976г.) выделил три типичных случая взаимного влияния потребителей друг на друга:

- ✔ эффект присоединения к большинству, поведение подражательства
- ✔ эффект сноба, обратный эффект, поведение «бегство от очередей»
- ✔ эффект Веблена, эффект престижного, показного потребления;

Ф. Котлер « Основы маркетинга»

8 состояний спроса

- отрицательный спрос
- отсутствие спроса
- скрытый спрос
- падающий спрос
- нерегулярный спрос
- полноценный спрос
- чрезмерный спрос
- нерациональный спрос

Предложение (supply)

- **Предложение (S)** – желание продавца предоставить на рынок определённое количество товара по определённой цене, при определенных условиях в данное время
- **Виды предложения:**

-индивидуальное

-рыночное

-совокупное

- **Функция предложения: $Qs_x = f\ Px$,** неценовые факторы
- **Цена предложения** - минимальная (резервная)цена, по которой готов продать товар продавец, зависит от предельных издержек (MC)

Закон предложения

При прочих равных условиях увеличение цены сопровождается ростом объема предложения

- Предполагает «вымывание» дешевого ассортимента
- Предполагает продвижение товаров на рынки с более высокими ценами
- Не действует на отдельных рынках и в отдельных периодах

Неценовые факторы предложения

Капитал(K), цены ресурсов (R), цены субститутов (Ру) и комплиментов (Pz),…

Рис. 3. Изменение предложения

Рис. 4. Изменение величины предложения

Рыночное предложение

- Предложение всех производителей на рынке данного товара, отраслевое предложение.
- Характеризует тип рынка.
- Графически основано на методе горизонтального суммирования.

Предложение в периодах

Период анализа фирмы характеризует возможность использования факторов производства и производственных мощностей (ПМ).

- **Мгновенный период** (очень короткий) S_1

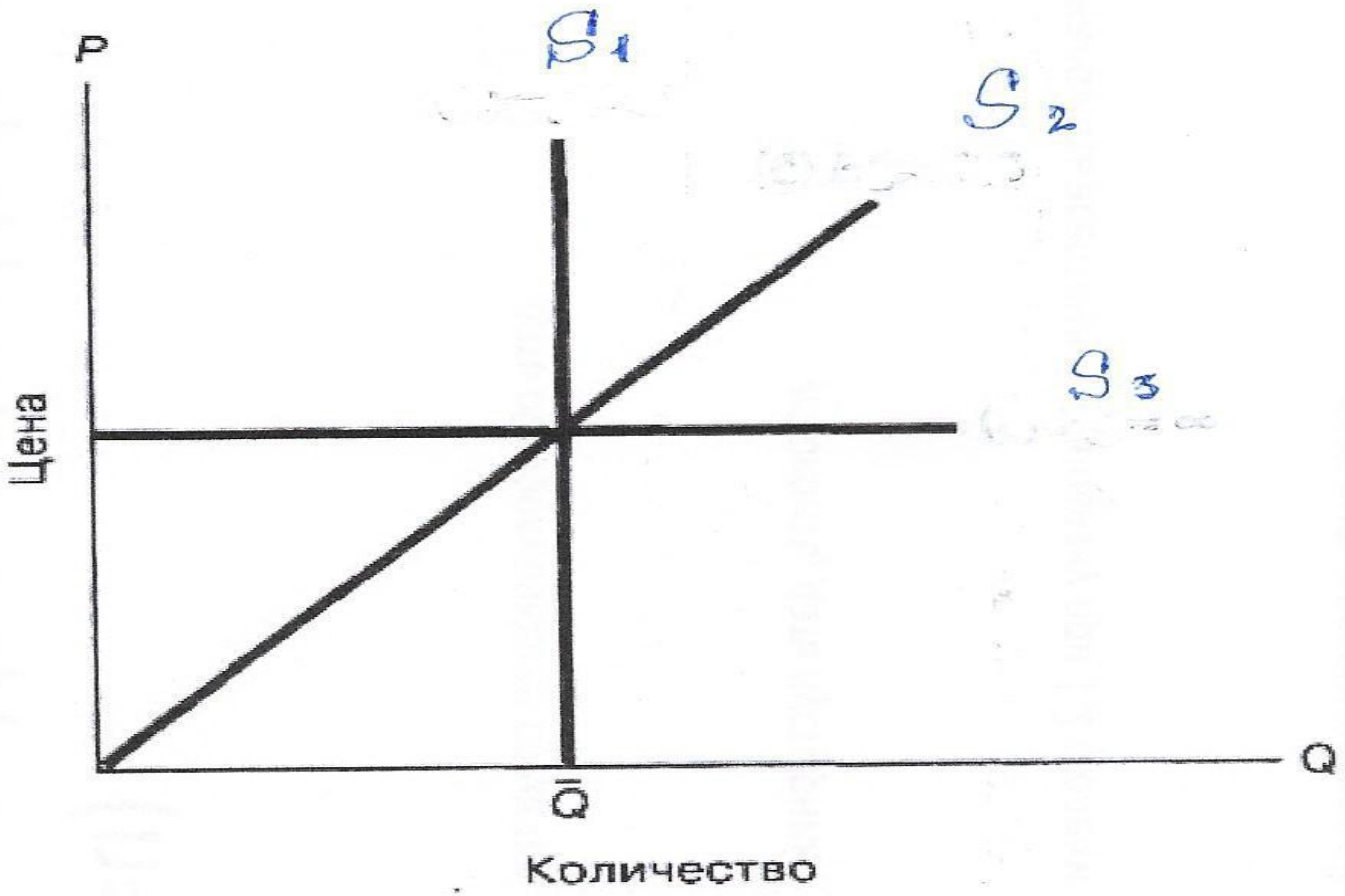
  $P \neq const$ $Q = const$

- **Короткий период** (краткосрочный) S_2

  $P \neq const$ $Q \neq const$

- **Длительный период** (долгосрочный) S_3

  $P = const$ $Q \neq const$


P
S1
S2
S3
Цена
Q
Q̄
Количество

Эластичность спроса

- **Эластичность** спроса отражает реакцию покупателя на изменение факторов спроса.
- **Виды эластичности спроса**:

1.По цене (прямая). Показывает реакцию покупателя на изменение цены товара.

2.По цене других товаров (перекрестная). Показывает реакцию покупателя на изменение цены товаров - субститутов или товаров- комплиментов.

3.По доходу потребителя. Показывает реакцию покупателя на изменение дохода потребителя.

Прямая эластичность спроса.

$$\left|E_{D_X}\right| = \frac{\Delta Q_{D_X}(\%)}{\Delta P_x(\%)}$$

Абсолютно неэластичные товары: $E = 0$

Абсолютно эластичные товары: $E = \infty$

Товары с единичной эластичностью: $|E| = 1$

Неэластичные товары: $|E| < 1$

Эластичные товары: $|E| > 1$

Вид эластичности	Значение коэффициента	Соотношение изменения спроса и цены
Совершенно неэластичный спрос	$E = 0$	Цена растет (падает), спрос постоянен
Неэластичный спрос	$E < 1$	Цена растет (падает) больше, чем спрос
Эластичный спрос	$E > 1$	Цена растет (падает) меньше, чем спрос
Единичная эластичность спроса	$E = 1$	Спрос и цена изменяются в равной степени
Совершенно эластичный спрос	$E = \infty$	Спрос растет (падает), цена постоянна

Измерение эластичности прямой эластичности спроса

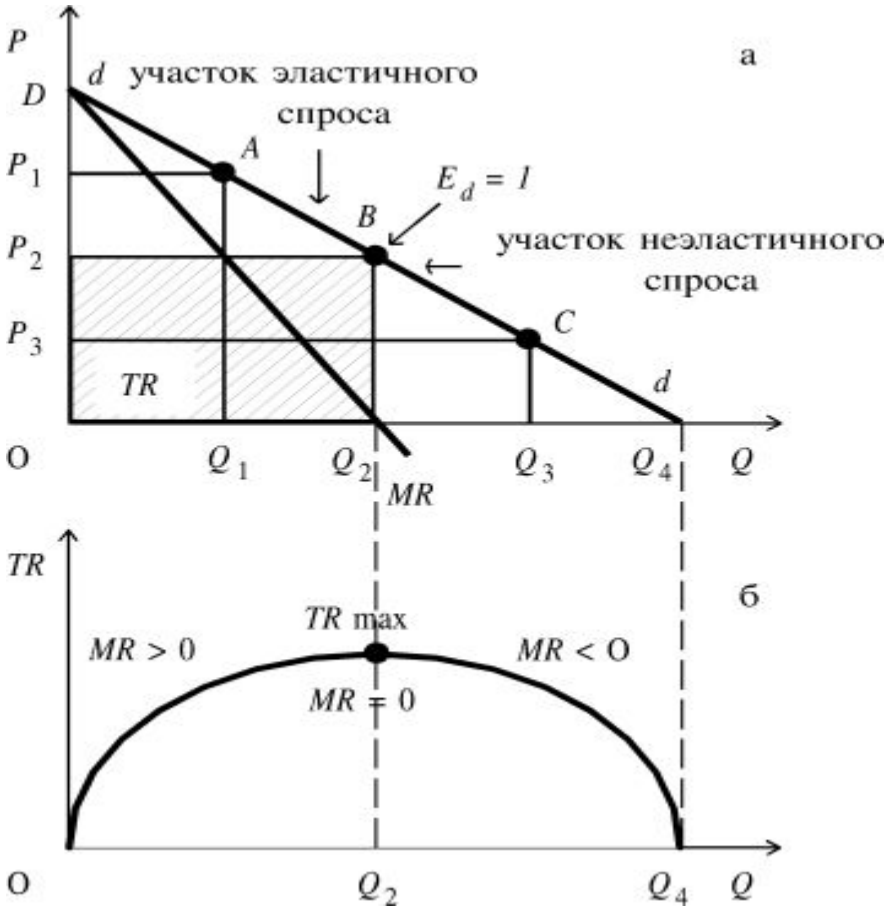
Дуговая эластичность

Точечная эластичность

$$E_P^D = \frac{-\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{-(Q_2 - Q_1)}{(P_2 - P_1)} \times \frac{(P_2 + P_1)/2}{(Q_2 + Q_1)/2} = \frac{-(Q_2 - Q_1)}{(P_2 - P_1)} \times \frac{(P_2 + P_1)}{(Q_2 + Q_1)}$$

$$E_P^D = -b \frac{P}{Q},$$

Эластичность спроса по цене и выручка



Факторы, влияющие на эластичность спроса

- уровень доходов потребителей
- наличие товаров- заменителей
- доля расходов на данный товар в бюджете потребителя
- границы использования данного блага в альтернативных целях
- консерватизм потребителей, их вкусы, предпочтения, привычки
- степень значимости товара для потребителя
- размеры запаса
- фактор времени, ожидания потребителя

Перекрестная эластичность спроса

$$E_{D_X} = \frac{\Delta Q_{D_X}(\%)}{\Delta P_{y,z}(\%)}$$

Для товаров -субститутов E > 0
Для товаров- комплиментов E < 0

Эластичность спроса по доходу

$$E_{dx} = \frac{\Delta Q_{dx}(\%)}{\Delta I(\%)}$$

Блага некачественные E < 0
Блага нормальные E > 0
Блага высококачественные E >> 1
В мировой практике по коэффициенту эластичности по доходу товары делятся на группы

а) продукты питания 0< E <1
б) одежда и обувь E = 1
в) предметы роскоши E >> 1

Эластичность предложения

Эластичность предложения отражает реакцию производителя (продавца) на изменение факторов предложения.

Виды эластичности предложения:

1.По цене (прямая). Показывает реакцию производителя (продавца) на изменение цены товара.

2.По цене других товаров (перекрестная). Показывает реакцию производителя (продавца) на изменение цены товаров -субститутов или товаров- комплиментов.

Прямая эластичность предложения

$$E_{S_X} = \frac{\Delta Q_{S_X}(\%)}{\Delta P_X(\%)}$$

Факторы, влияющие на эластичность предложения

- период деятельности фирмы
- уровень загрузки и наличие резервов используемых производственных мощностей
- применение гибких технологий
- ресурсное обеспечение производства
- финансовые ограничения, процентная ставка
- конкурентность рынка и монополии
- государственная поддержка
- развитие транспортной инфраструктуры
- условия хранения товаров

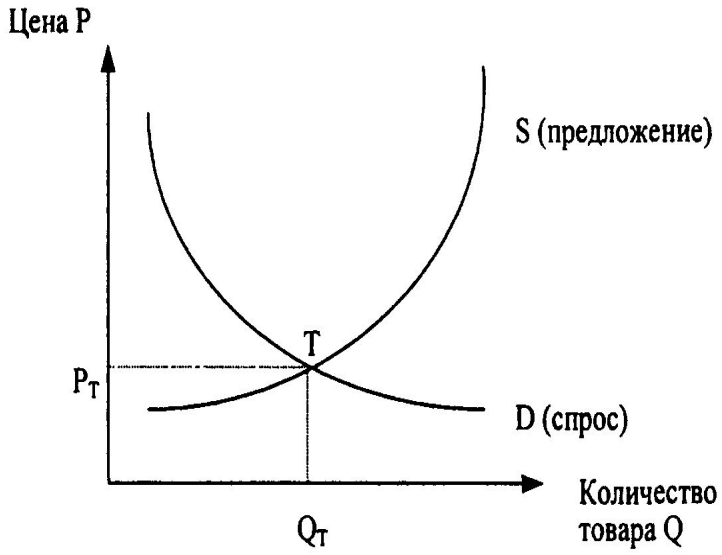
Рыночное равновесие

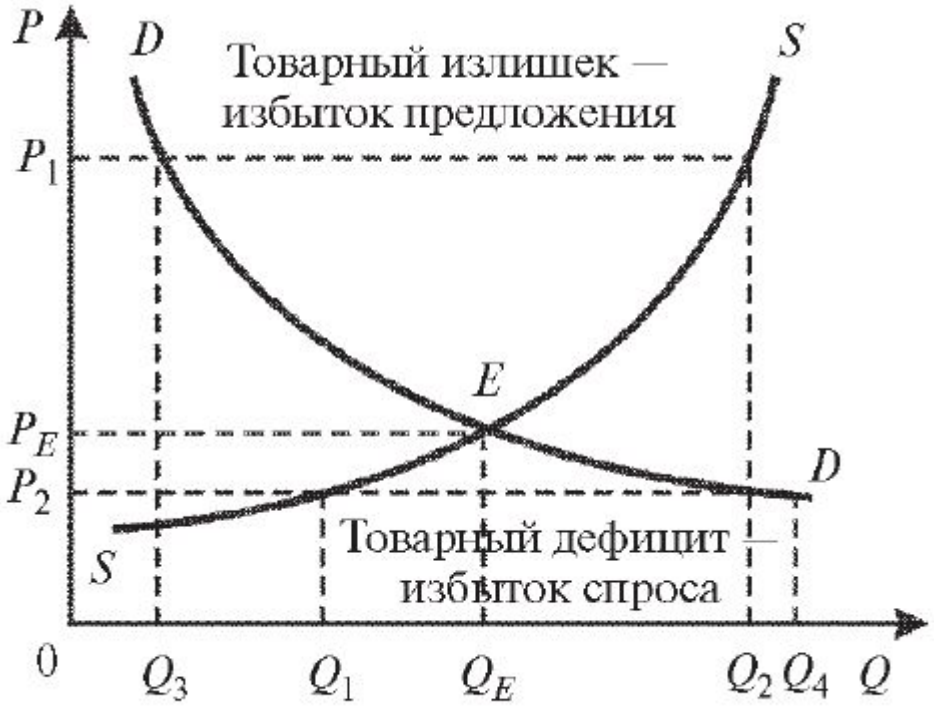
Теория равновесия предполагает

1.Важнейшим видом деятельности является производство товаров и услуг
2.Экономическая деятельность осуществляется в условиях свободной конкуренции, а цены складываются под влиянием спроса и предложения
3.Цель производителей — получение максимальной прибыли
4.Цель потребителей — получение максимальной полезности
5.Модель статическая

Крест А.Маршалла

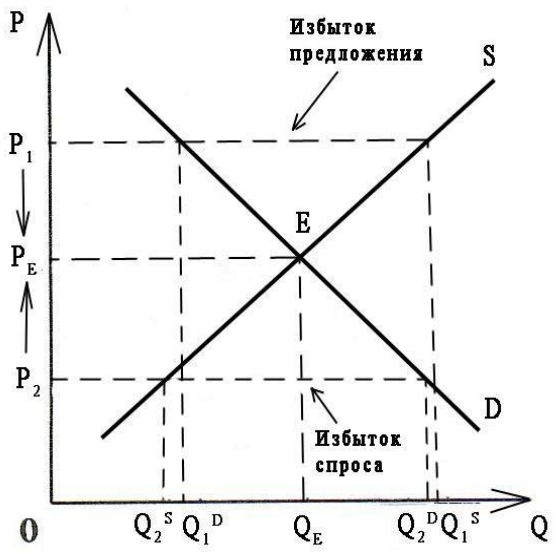
Рыночное равновесие — состояние, при котором ни у кого, из экономических субъектов не возникает побуждений к его изменению.



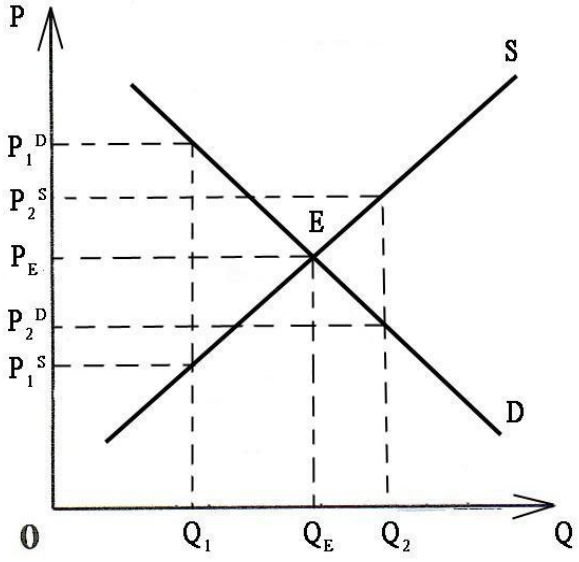


Два подхода к рассмотрению рыночного равновесия

1.Концепция Л. Вальраса (Краткосрочный период)

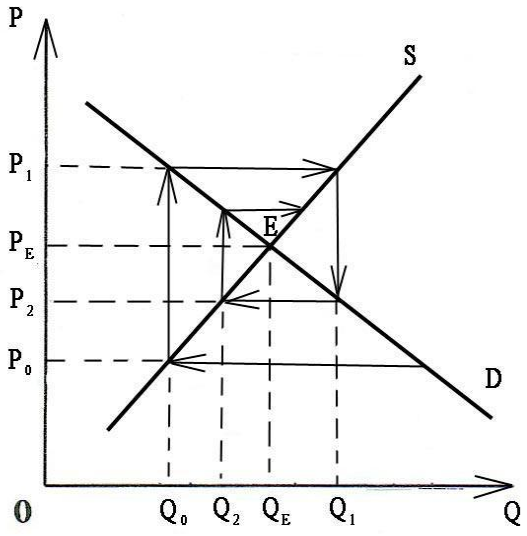


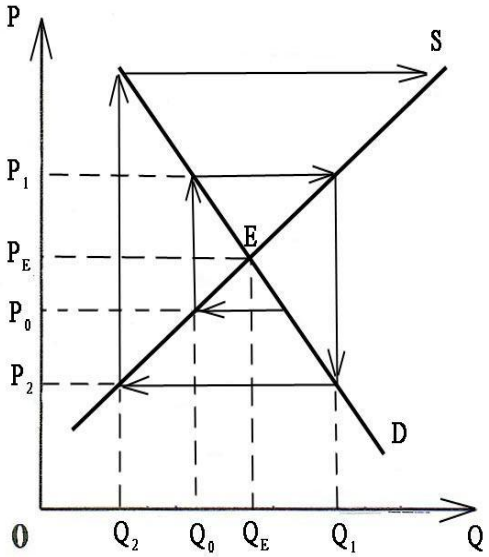
2.Концепция А. Маршалла (Краткосрочный и долгосрочный периоды)

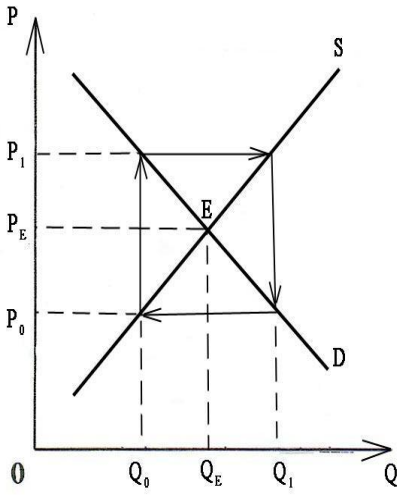


Паутинообразная модель рынка

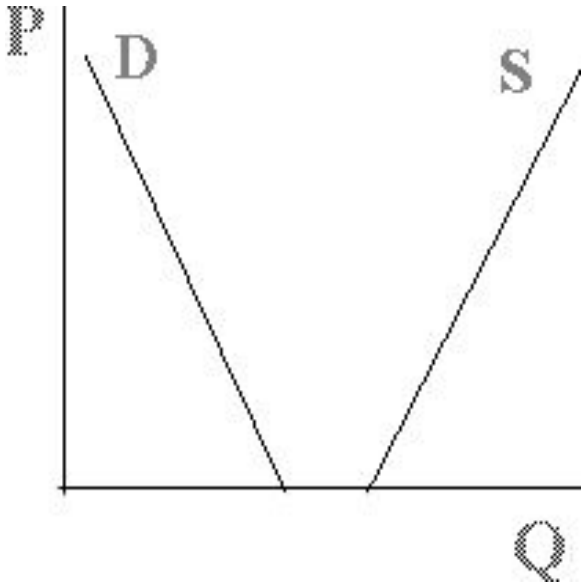
Это **динамическая модель** рынка, показывающая способность рынка к самостоятельному установлению равновесия в результате взаимодействия спроса и предложения.

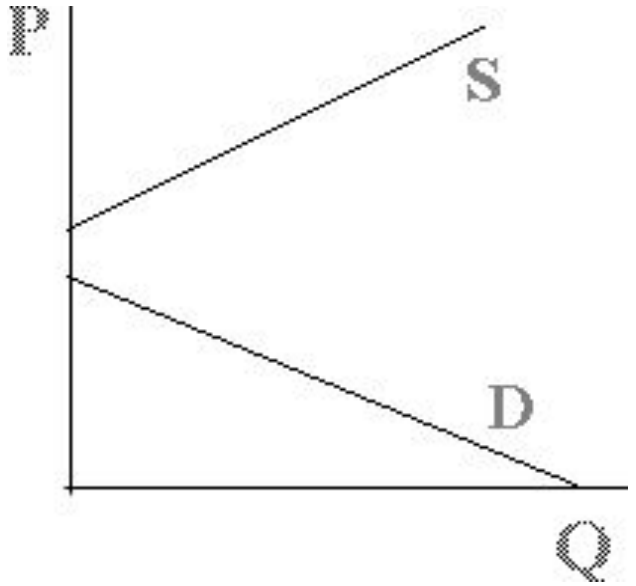






Равновесие не достигается

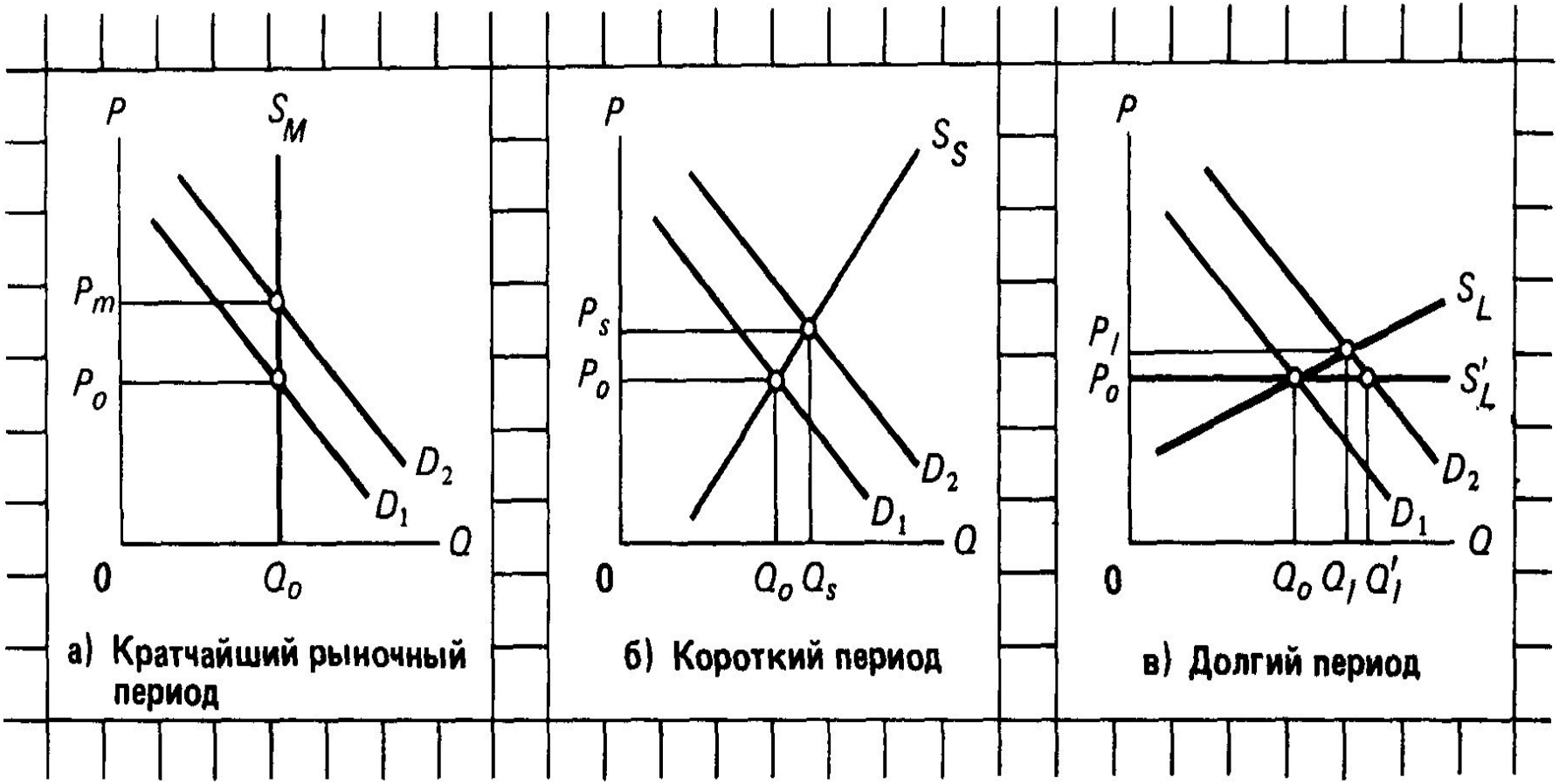




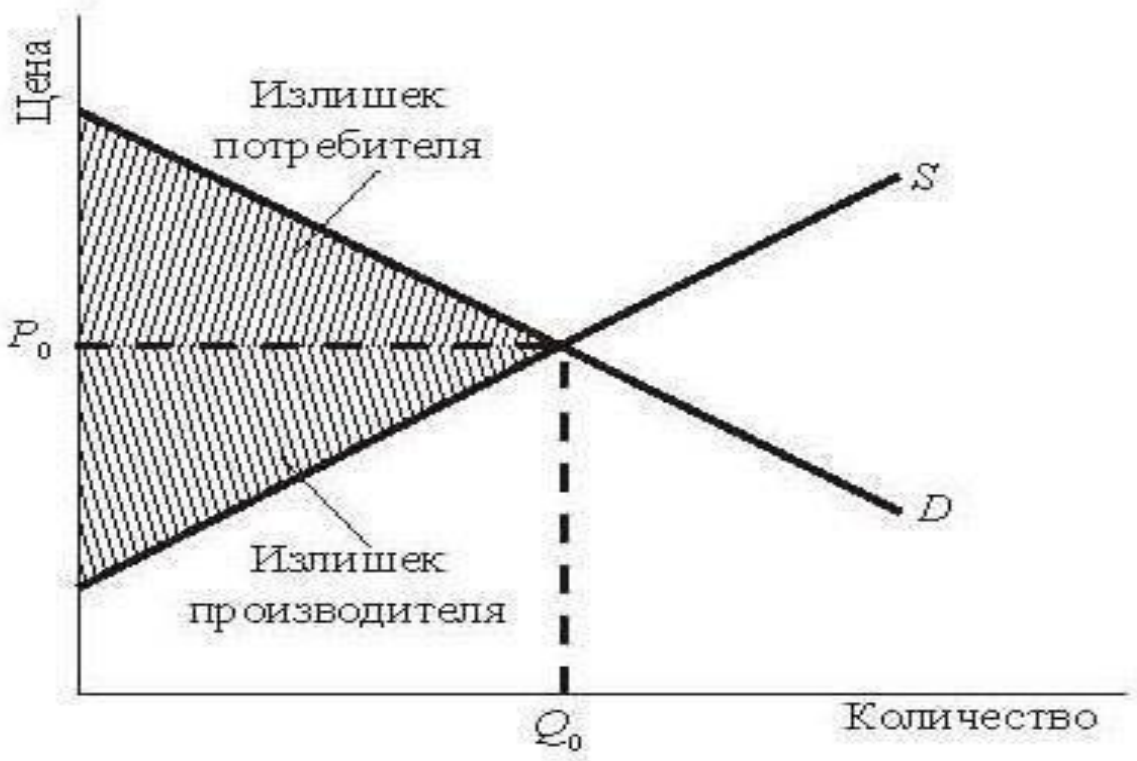
1. При любой цене. даже близкой к нулевой S>D , то есть благо будет абсолютно в избытке, значит продавать его нет смысла и это благо надо считать не экономическим.

2. При любом объеме Q цена предложения будет больше цены спроса, и это благо будет недоступным для покупателей.

Равновесие в периодах



Рента (излишек) покупателя и продавца



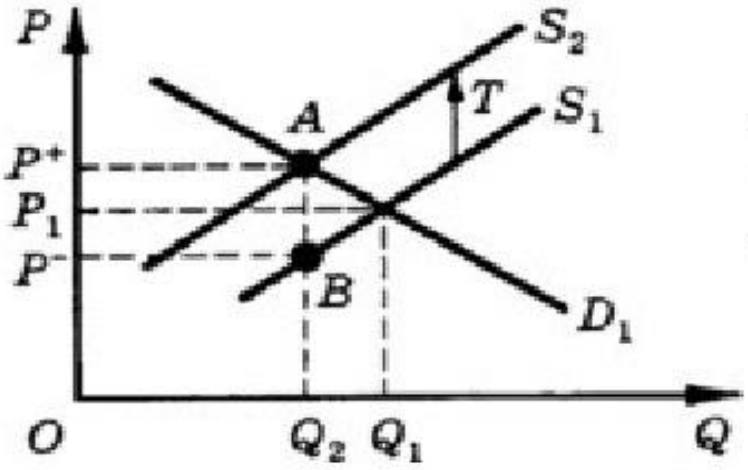
Государственное воздействие на рынок и равновесие

1. Фиксированные цены

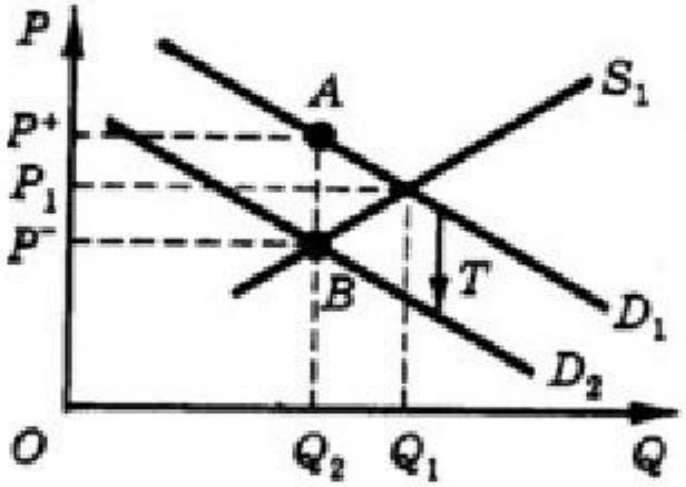
2. Налоги

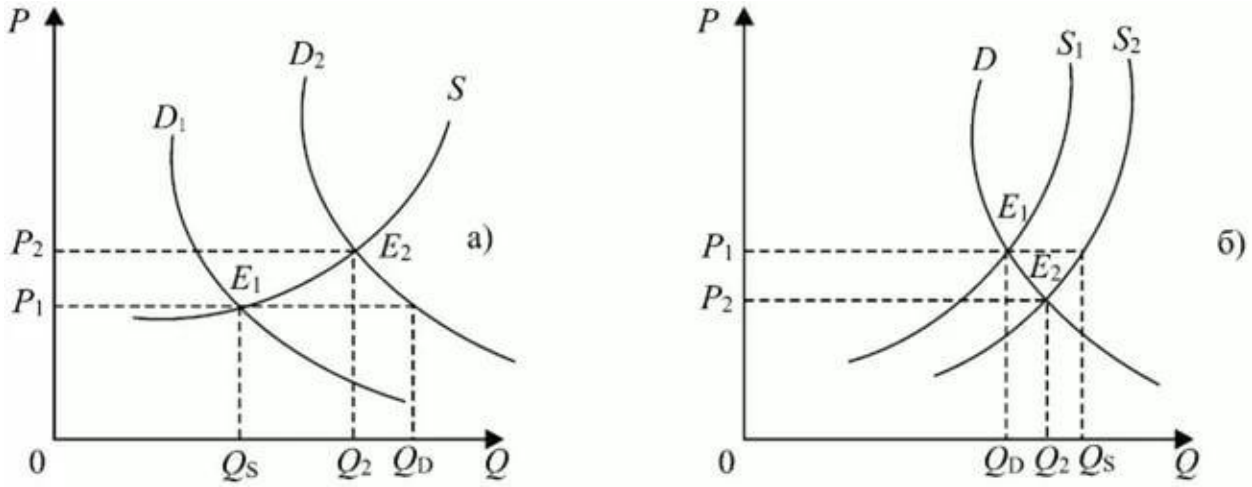
3. Субсидии, дотации

Воздействие налогов на рыночное равновесие



Воздействие на рыночное равновесие потоварного налога, если он уплачивается продавцами



Воздействие на рыночное равновесие потоварного налога, если он уплачивается покупателями

Субсидии, дотации покупателю, продавцу