Основы экономики организации

Раздел 1. Тема 1.3. Основы теории спроса и предложения

СПБ ГБПОУ «РТК»

План

1. Спрос, величина спроса, закон спроса.

2. Предложение, величина предложения, закон предложения.

3.Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.

4. Эластичность спроса и предложения.

1.Спрос - желание покупателей приобрести товар или услугу.

Величина спроса - количество товаров и услуг, которые покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.

Цена спроса - максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за определенное количество данного блага.

Функция спроса - зависимость объема спроса от определяющих его факторов.

В общем виде функция спроса может быть представлена так:

$$Q_i^D = Q_i^D(T; P_1,...P_k; I;...)$$

где Q_i^D - объем спроса на i-тое благо (i = 1,2,..., k); T - вкусы и предпочтения; P_1, .. .,P_k - цены всех благ, включая i-тое; I –денежный доход.

Закон спроса : при прочих равных снижение цены приводит к возрастанию величины спроса, повышение – к уменьшению величины спроса.

Причины изменения величины спроса

1. *Закон убывающей предельной полезности* - каждая дополнительная единица продукта по мере потребления приносит потребителю все меньшее удовлетворение. Готовность продолжать покупки товара возникает при снижении цены на него.
2. *Эффект дохода* - желание потребителя приобрести больше данного продукта при снижении его цены, не уменьшая при этом объема приобретаемых других товаров.
3. *Эффект замещения* - готовность потребителя при снижении цены товара отдать предпочтение именно этому товару по сравнению с другими более дорогими.

Уравнение линейной функции спроса

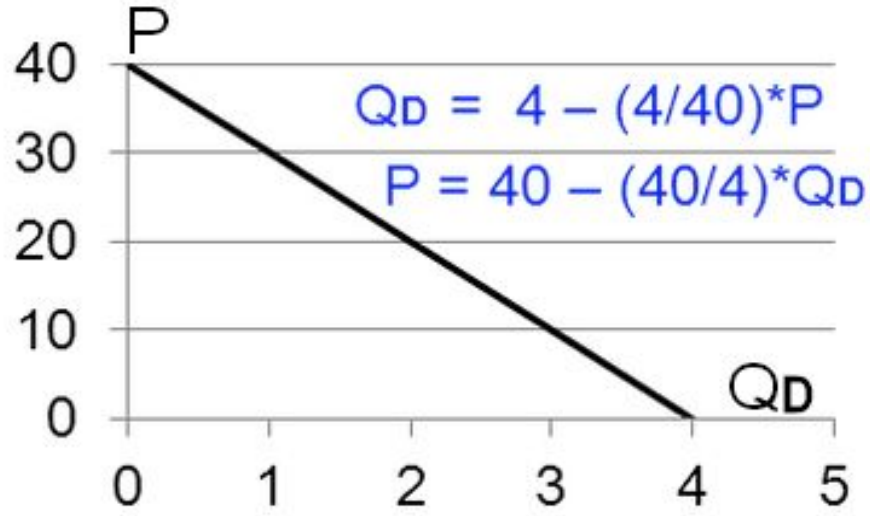
- Величина спроса

$$Q_D = a - bP$$, где

a – точка пересечения с осью абсцисс (Q_D),
b – тангенс угла наклона кривой,
P - цена (price).

Таблица и график для примера:

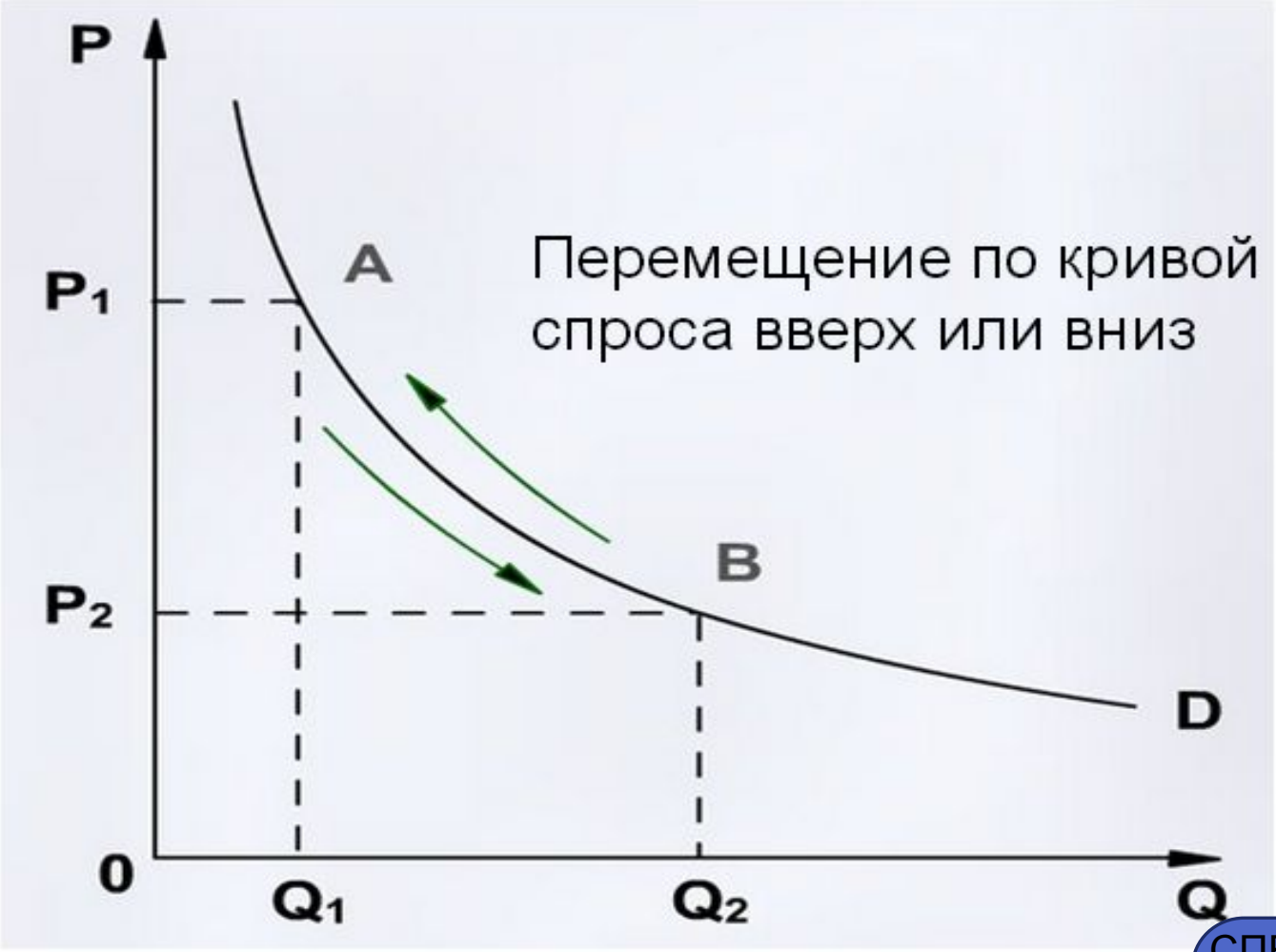
P	10	20	30
Q	3	2	1



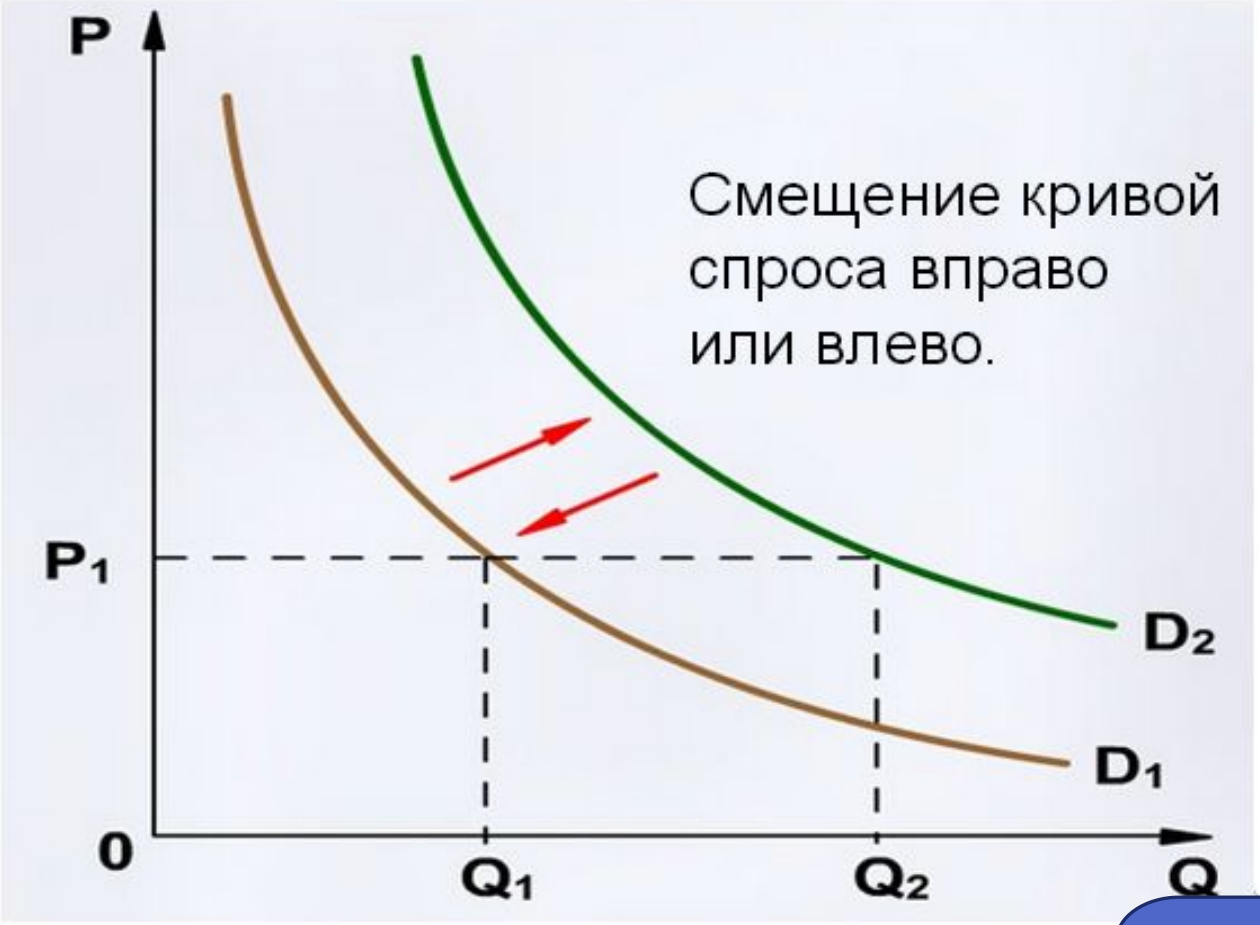
Индивидуальный и совокупный рыночный спрос

- **Индивидуальный спрос** – спрос отдельного покупателя.
- **Рыночный спрос** – совокупный спрос всех покупателей на данный товар при данной цене.
- **Величина (объем) спроса на товар** – определенная точка на кривой спроса.
- **Спрос на товар в целом** характеризует вся кривая спроса (совокупность точек, отражающих зависимость Q и P при разных их значениях).

Изменение величины спроса



Изменение спроса



СПБ ГБПОУ «РТК»

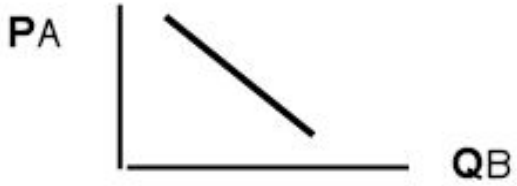
Факторы (детерминанты) смещения спроса

- Изменение денежных доходов потребителей.
- Изменение вкусов и предпочтений потребителей (мода, образ жизни, реклама).
- Количество потребителей (размер рынка).
- Ожидания потребителей (роста или снижения цен, повышения или понижения доходов).
- Цены на товары -заменители (субституты).
- Цены на связанные (сопряженные, дополняющие, комплиментарные) товары

- *Товары-заменители (субституты).* Цена на один продукт (А) и спрос на другой (В) находятся в прямой зависимости. Если выросли цены на один, растет спрос на другой.

Положительный угол наклона

- *Взаимодополняющие (комплиментарные) товары* . Обратная зависимость между ценой на один товар и спросом на другой . Рост цен на один сократит спрос на другой и снижение цены на один вызовет рост спроса на другой.



Отрицательный угол наклона

Существуют исключения из закона спроса:

1) Эффект Гиффена - спрос на низкокачественные товары первой необходимости может расти и при увеличении цены.

2) Эффект сноба - отражает ту величину спроса, на которую он упадет, если другие люди увеличат потребление этого товара.

3) Эффект Веблена - показательное потребление дорогих и престижных товаров, приобретаемых для подчеркивания высокого социального статуса покупателя, а не ради потребительских качеств самих вещей.

4) Эффект присоединения к большинству - характеризует возрастание спроса на товар в связи со стремлением людей приобрести его, чтобы «не отстать от жизни» и соответствовать определенному кругу людей, в котором они хотели бы вращаться, или не являться белой вороной, или быть модными и элегантными и т.д.

5) Эффект «цена — показатель качества» - характеризует субъективное мнение покупателей, обусловленное предположением, что более высокая цена говорит о лучшем качестве товара.

2. Предложение характеризует готовность продавца продать определенное количество того или иного блага в определенный период времени.

Объем предложения - количество какого-либо блага, которое желает продать на рынке отдельный продавец или группа продавцов в единицу времени при определенных условиях.

Цена предложения - это минимальная цена, по которой продавец согласен продать определенное количество данного блага.

Функция предложения – зависимость объема предложения от определяющих его факторов.

В общем виде функция предложения имеет вид:

$$Q_i^S = Q_i^S(L_i; P_{1,\ldots,} P_k; T_i; N; \ldots)$$

где - объем предложения i-того блага (i = 1,2,..., k); L_i, - характер применяемой в производстве i-того блага технологии; P_1, ..., P_k - цены благ, включая i-тое благо; T_i - налоги и дотации, установленные по i-тому благу; N - природные условия.

Закон предложения состоит в том, что, при прочих равных условиях, чем выше цена товара, тем больше и величина предложения. Соответственно, снижение цены сокращает предложение.

Кривая предложения на конкретный товар

Прямая зависимость между ценой и величиной предложения.

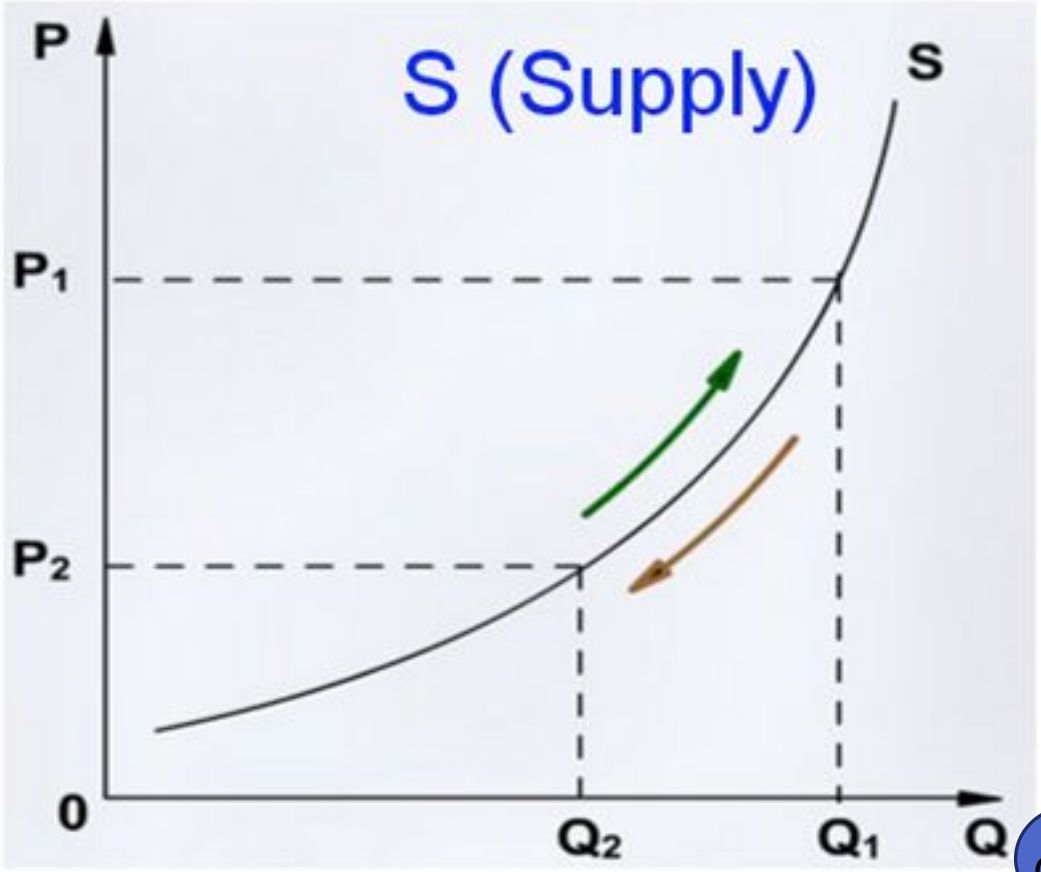
P – цена

S – предложение

Q – количество товара

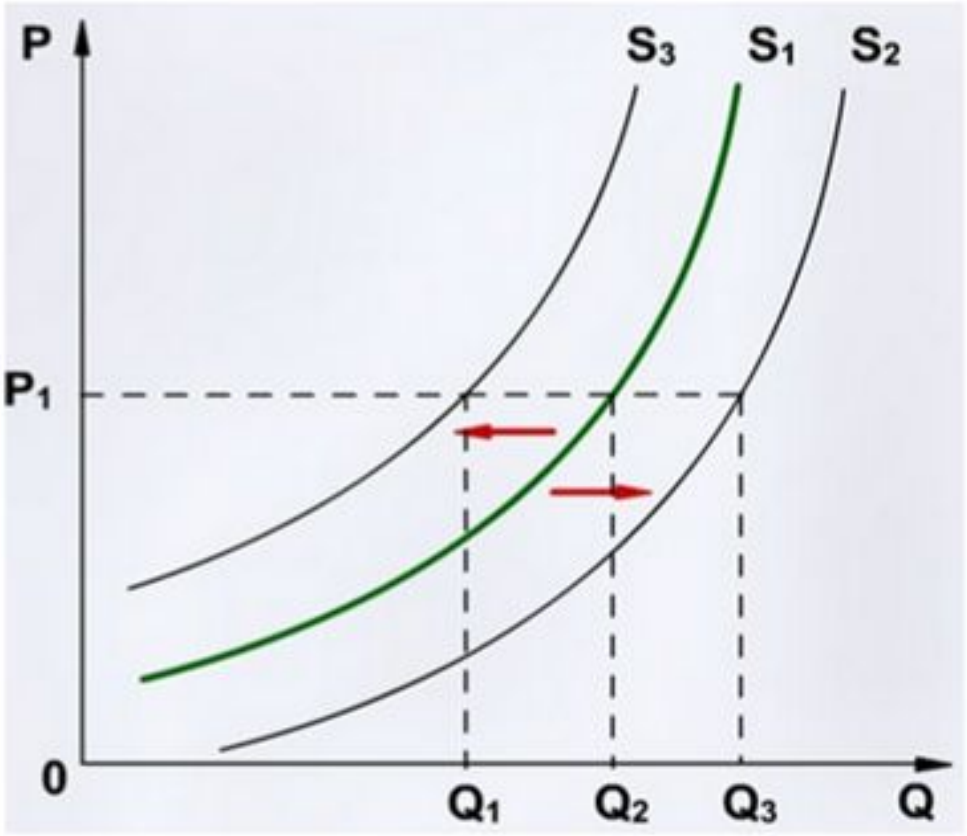
Кривая предложения

Изменение величины предложения - перемещение по кривой предложения при изменении цены.



Изменение предложения

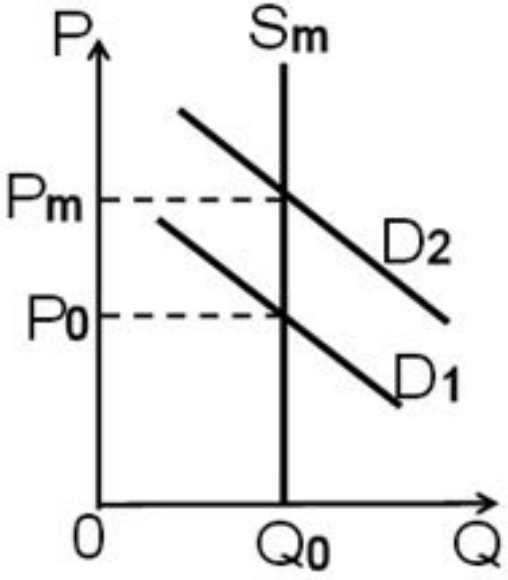
Смещение кривой предложения вправо или влево под воздействием неценовых факторов.



Факторы (детерминанты) предложения

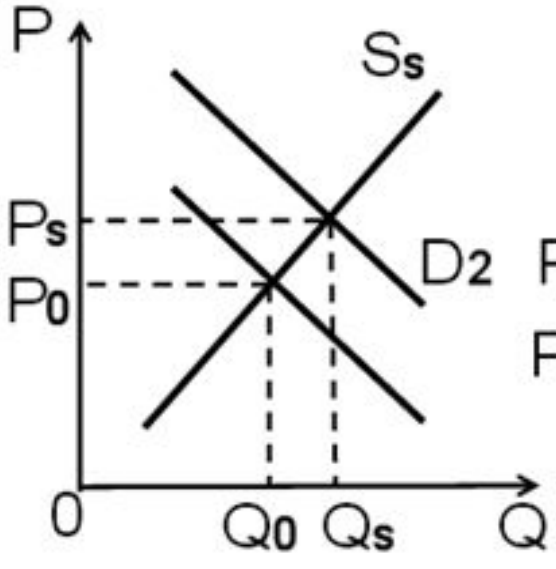
- Цены на ресурсы (факторы производства). Увеличение цен на ресурсы повышает издержки производства, что уменьшит предложение (кривая предложения сдвинется влево). Снижение издержек увеличит предложение (кривая предложения переместится вправо).
- Применение современных технологий позволяет затрачивать на производство единицы продукции меньше ресурсов. Следовательно, уменьшаются издержки, предложение растет.
- Налоги и субсидии . Рост налогов увеличивает издержки и сокращает предложение. Государственные субсидии уменьшают издержки и увеличивают предложение.
- Количество продавцов . Увеличение числа фирм, производящих данный продукт, приведет к увеличению рыночного предложения и сдвигу кривой предложения вправо (если объемы производства каждого предприятия при этом не сократятся).
- Цены на другие товары . Фирма может переориентироваться на производство другой продукции, цены на которую возросли. В то же время фирма сократит предложение или совсем прекратит производство данного товара, если цена на него упадет или даже останется неизменной.
- Ожидания. Ожидание повышения цен может увеличить предложение или сократить текущее предложение в ожидании будущего роста цен.

Функция предложения и фактор времени



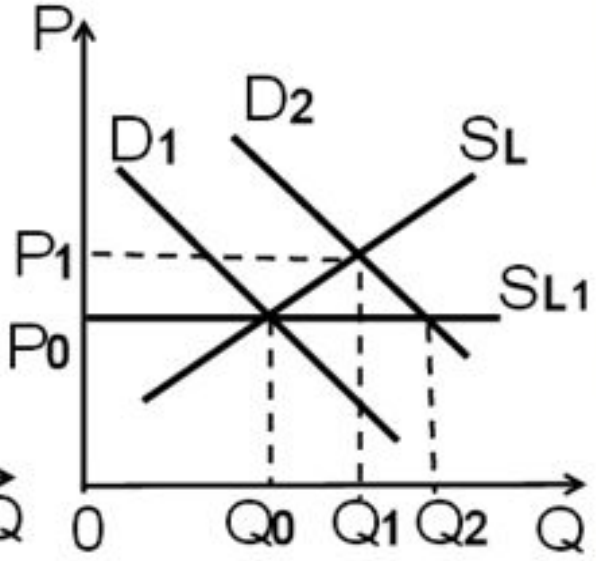
Кратчайший рыночный период – все факторы производства постоянны.

Величина Sm не меняется при росте спроса.



Короткий рыночный период – некоторые факторы (сырье, рабочая сила) переменны.

Увеличивается объем производства при росте спроса.



Длительный рыночный период - все факторы переменны (включая производственные мощности, число фирм).

Значительный рост предложения даже при постоянных ценах.

СПБ ГБПОУ «РТК»

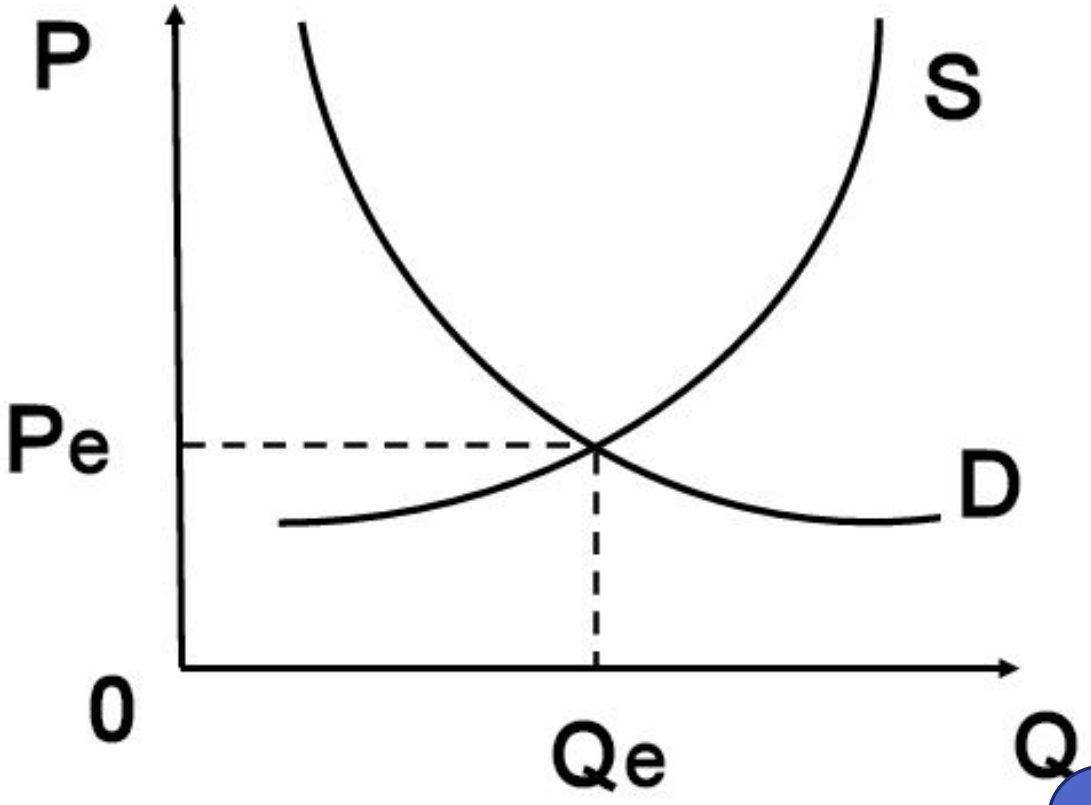
Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие

- Равновесие на рынке конкретного товара возникает в точке пересечения кривых спроса и предложения.

$$Q_D = Q_S$$

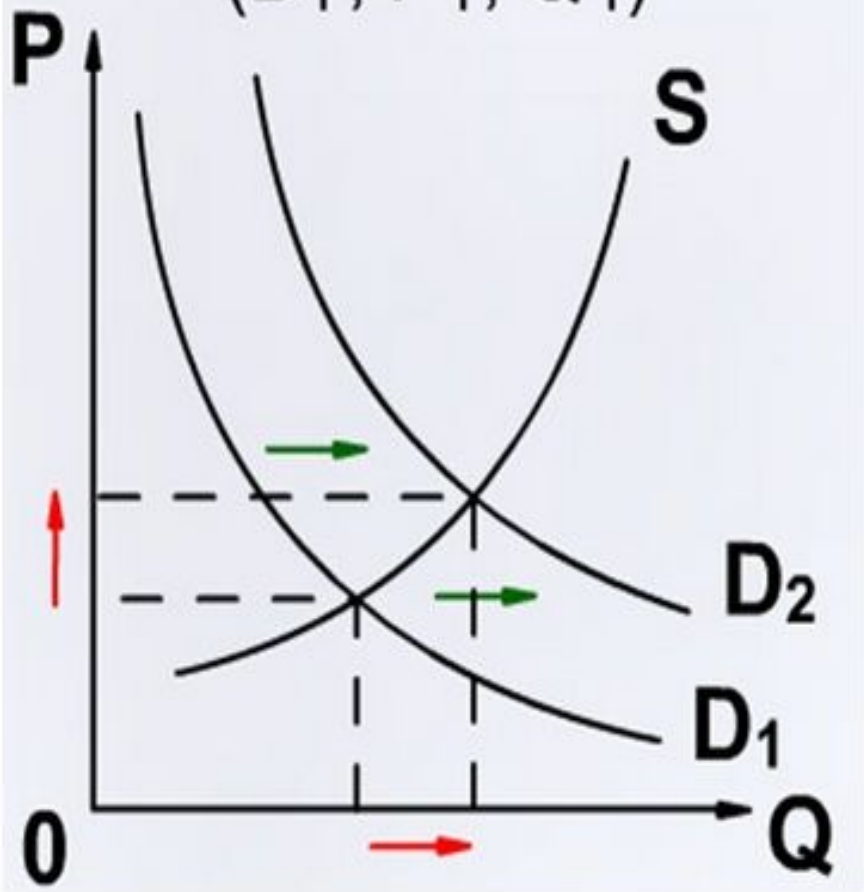
- Равновесная цена (equilibrium price) – по которой покупатели желают и могут приобрести, а продавцы готовы продать определенное количество товара. Такая цена называется равновесной (рыночной) ценой.
- Равновесное количество соответствует равновесной цене.

Pe , Qe – равновесная цена и равновесное количество товара (equilibrium – равновесие)

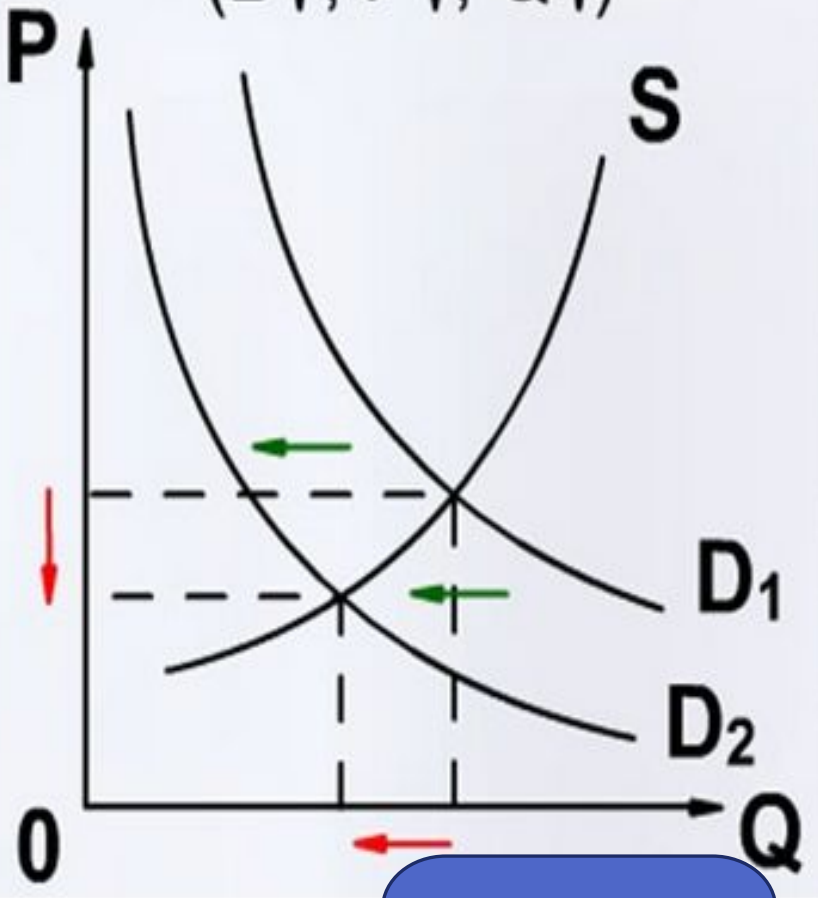


Сдвиг равновесия. Простые случаи.

1. Увеличение спроса
(D↑; P↑; Q↑)



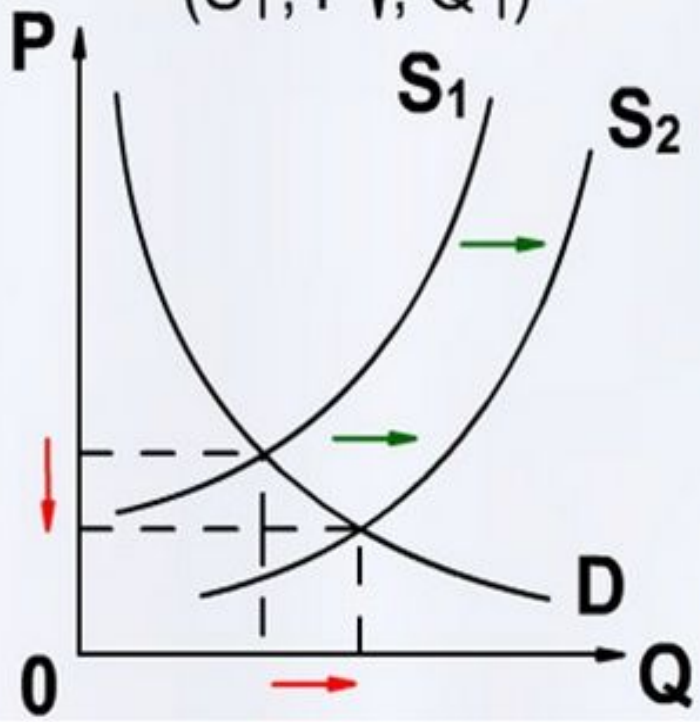
2. Сокращение спроса
(D↓; P↓; Q↓)



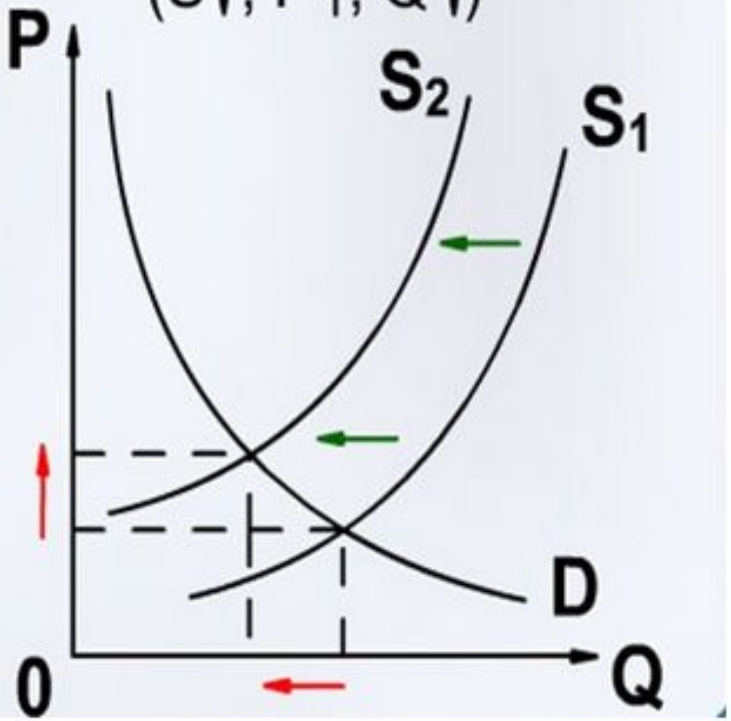
СПБ ГБПОУ «РТК»

Сдвиг равновесия. Простые случаи.

3. Увеличение предложения
(S↓; P↑; Q↑)



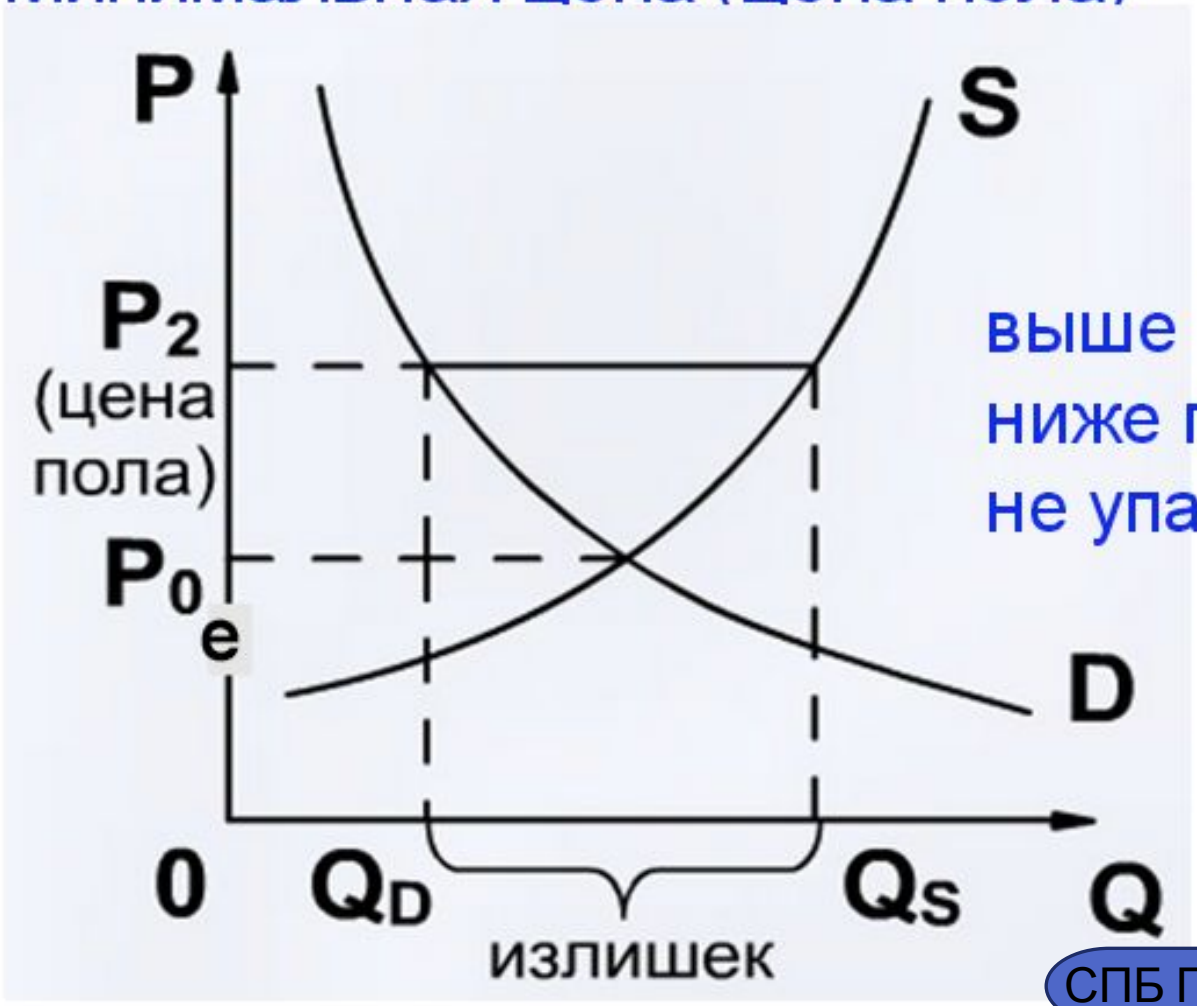
4. Сокращение предложения
(S↓; P↑; Q↓)



Воздействие на рынок с помощью фиксированных цен

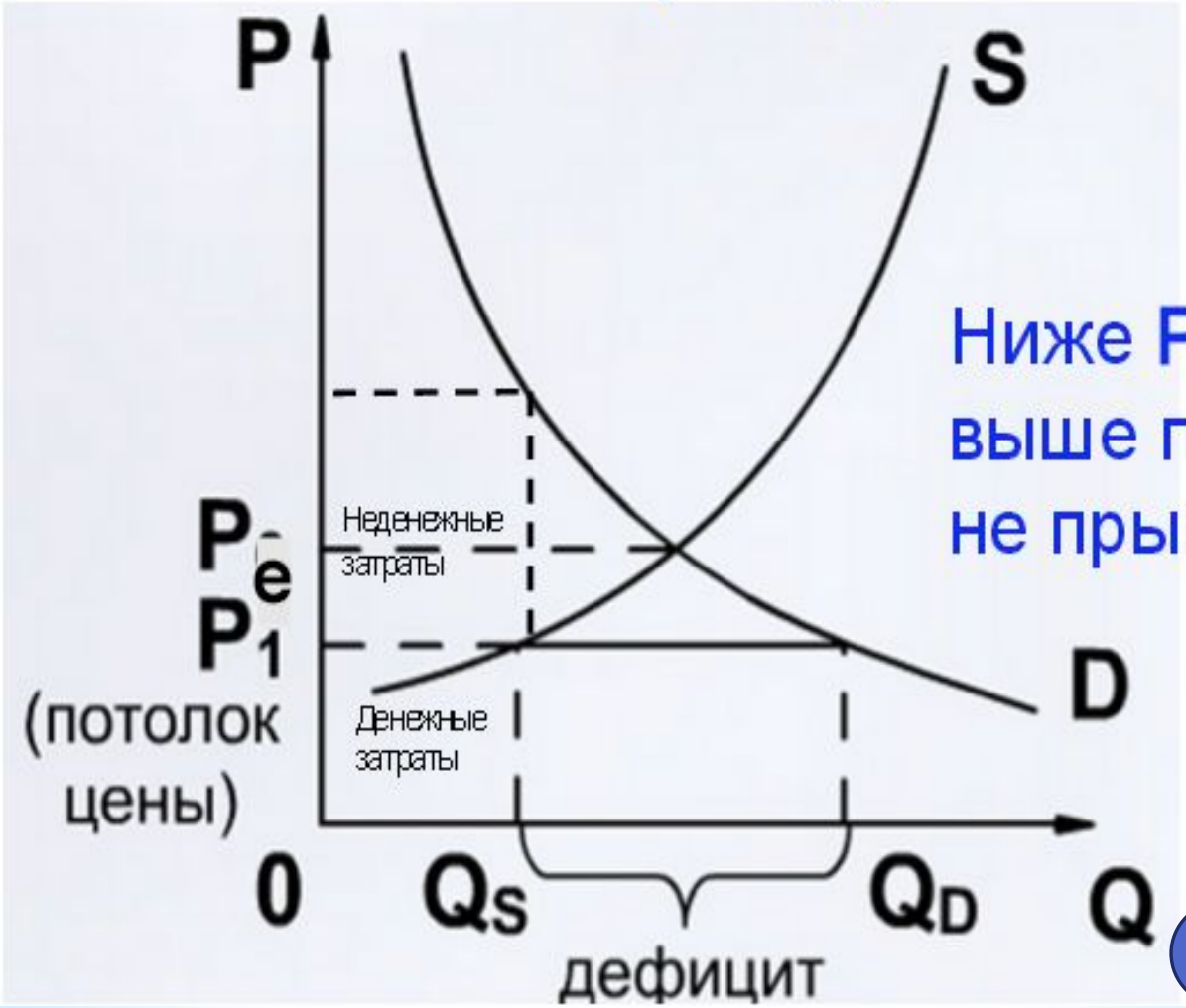
- Нарушения в действии рыночного механизма.
- Установление приказным, волевым порядком цены выше или ниже Pe (государство, монополия).
- *Потолки цен* - для сдерживания инфляционных процессов, решения социальных проблем (доступность каких-либо продуктов для бедных): очереди, "черный" рынок, карточки, талоны.
- *Цены пола* (низшие пределы цен) - поддержка нац. производителя (в с/х), решения социальных вопросов (мин. заработная плата). Ограничение предложения (картели), новые области применения продукта (для увеличения спроса). Государственные закупки излишек продукции.

Отклонение от равновесия.
Минимальная цена (цена пола)



выше Pe - ниже пола не упасть

Отклонение от равновесия.
Максимальная цена (цена потолка)



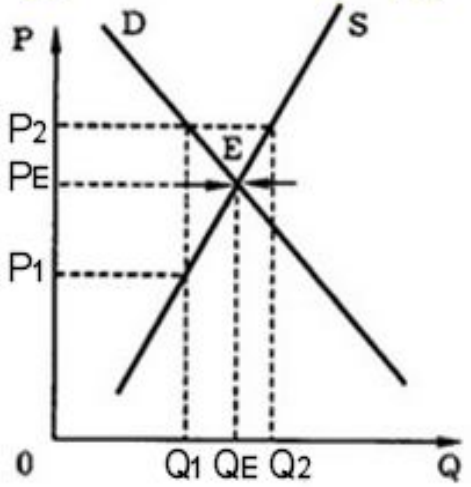
Ниже Pe - выше потолка не прыгнуть

Концепция формирования равновесной цены

Подход Л.Вальраса (короткий период)

Если существует избыток спроса $Q_2 - Q_1$ при цене P_1, то в результате конкуренции покупателей происходит повышение цены до тех пор, пока не исчезает избыток.

Подход А.Маршалла (длительный период)



В случае избытка предложения (при цене P_2) конкуренция продавцов приводит к исчезновению избытка. Продавцы реагируют на разность цены спроса и цены предложения. Чем больше этот разрыв, тем больше стимулов для роста предложения. Увеличение (уменьшение) объема предложения сокращает эту разность и способствует достижению равновесной цены.

4. Эластичность - это изменение одной величины под влиянием изменения другой величины.

Эластичность спроса относительно цены (ценовая эластичность) показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на 1 процент. Определяется по формуле:

$$\varepsilon_p^D = \frac{-\Delta Qd\,(в\%)}{\Delta P\,(в\%)}$$

где εpD – эластичность спроса по цене; ΔQd - относительное изменение спроса (в процентах); ΔP - относительное изменение цены (в процентах).

Спрос называют эластичным, когда εpD > 1. Это означает, что спрос растет или падает быстрее цены. Когда εpD < 1, спрос неэластичный (жесткий), т.е. спрос растет или падает медленнее, чем изменяются цены. Если εpD = 1, то спрос единичной эластичности.

Крайние случаи: если изменение цены не вызывает никакого изменения спроса, то εpD=0, случай абсолютной неэластичности; если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечное расширение спроса, то εpD = - ∞, случай абсолютной эластичности.

Рис. Абсолютно эластичный и абсолютно неэластичный спрос

Факторы, влияющие на эластичность:

1. Наличие заменителей.

2. Удельный вес товара в бюджете потребителя (.

3. Размер дохода.

4.Качество товара: является ли данный товар предметом роскоши (спрос на него эластичен) или предметом необходимости (спрос неэластичен).

5. Размер запаса.

6.Фактор времени: спрос на товары в долгосрочном периоде будет эластичен.

7. Определение границ рынка.

Перекрестная эластичность - эластичность спроса на одно благо относительно цен на другое благо называется. Определяется по формуле:

$$\varepsilon_C = \frac{Q_1^B - Q_0^B}{Q_1^B + Q_0^B} : \frac{P_1^A - P_0^A}{P_1^A + P_0^A},$$

где Q1B, Q0B – величина спроса на благо B до и после изменения цены блага A; P1A, P0A – цена блага A до и после изменения.

Если $\varepsilon c > 0$, то перед нами ***товары-субституты***, если $\varepsilon c < 0$ – ***взаимодополняемые.***

Чем выше эластичность спроса на благо X, тем выше степень заменяемости благ (в крайнем случае, когда $\varepsilon c = +\infty$, товары – ***совершенные субституты***) и, наоборот, чем меньше эластичность, тем больше взаимодополняемость (если $\varepsilon c = -\infty$, то это пример ***жесткой взаимодополняемости***).

Эластичность спроса относительно дохода (εi) показывает степень реакции объема спроса на продукт при изменении величины дохода потребителя. Определяется по формуле:

$$\varepsilon_j = \frac{\Delta Qd\,(в\%)}{\Delta I\,(в\%)}$$

где Δ I – относительное изменение дохода потребителя.

Если показатель εi является отрицательным, то товары являются недоброкачественными. Если εi > 0, благо является нормальным. Если 0 < εi < 1, то спрос на благо растет медленнее дохода, что типично для благ первой необходимости. При εi > 1 спрос на благо опережает рост доходов (предметы роскоши).

Закон Энгеля: для каждого блага с эластичностью спроса по доходу, меньшей единицы, должно существовать благо с εi > 1 для конкретного потребителя.

Эластичность предложения по цене показывает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цены на 1 %. Определяется по формуле:

$$\varepsilon_p^s = \frac{\Delta Qs(в\%)}{\Delta P(в\%)}$$

При оценке эластичности предложения рассматриваются различные временные периоды:

1.В краткосрочном периоде у фирмы нет времени, чтобы изменить предложение. Значит, она абсолютно не эластична.

2.В среднесрочном периоде фирма использует резервы и увеличивает производство. Эластичность предложения становится положительной, т.е. больше нуля.

3.В долгосрочном периоде фирма может перестроить производство путем замены старого оборудования новым. Эластичность предложения становится максимальной.

Список используемой литературы:

Данилова, Анна Издержки богемной жизни / М.: Дубчак Анна Васильевна, 2015. - 384 с., Фридман, П. Аудит. Контроль затрат и финансовых результатов при анализе качества продукции / М.: Аудит, 2016. - 286 с., Эймос, Шерон Сад без затрат / М.: Ниола 21 век, 2015. - 144 с,Н.Ф. Зенчук, И.Н. Тихомиров. - М.: Компания спутник +, 2013., Неровня, Т.Н. История экономики в вопросах и ответах / Т.Н. Неровня. - М.: Ростов н/Д: Феникс, 2018. - 320 с., Олейник, А.Н. Институциональная экономика: Учебное пособие / А.Н. Олейник. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 416 с., *Солнцева В.А.* Подготовка к трудоустройству выпускников учреждений среднего профессионального образования / В. А.Солнцева, Е.С.Дрожжина, Ю.С.Данилова. — М. : ООО «Центр новых технологий», 2012.