

Раздел № 2. Микроэкономика.

Тема 5. Основы теории спроса и предложения.

В главный офис обувной фирмы пришли две телеграммы из некоей слаборазвитой страны. В первой сообщалось: «Никакого рынка здесь нет. Никто не носит обувь». Во второй: «Рынок здесь превосходный. Никто не носит обувь».

Арнолд Голдстейн, президент консалтинговой фирмы, США.

- 5.1. Сущность спроса. Закон спроса.
- 5.2. Функциональный и нефункциональный спрос.
- 5.3. Индивидуальный и рыночный спрос.
- 5.4. Рыночное предложение.
- 5.5. Индивидуальное и рыночное предложение.

Спрос и предложение – основополагающие категории рыночного хозяйства. Они объясняют, каким образом посредством взаимодействия между собой они устанавливают рыночные цены и объемы торговых сделок. Исследуя проблему спроса и предложения, следует исходить из процесса постоянного кругооборота экономической деятельности. Поэтому мы не рассматриваем факты отдельных покупок и продаж, а анализируем непрерывный поток торговых сделок, совершаемых за определенный период времени.

Будучи самыми значимыми инструментами анализа рыночной деятельности, спрос и предложение лежат в основе принятия многих экономических решений.

5.1. Сущность спроса. Закон спроса.

Термин «спрос» выражает желание и способность покупателя приобрести тот или иной товар, поэтому под спросом всегда понимается платежеспособная потребность, т.е. **спрос** – это платежеспособная потребность в каком-либо товаре или услуге.

Величина спроса (Qd) – количество товаров и услуг, которое покупатели готовы приобрести в данное время, в данном месте, при данных ценах.

Максимальная цена, которую покупатели готовы заплатить за определенное количество данного товара или услуги в данное время и в данном месте, называется **ценой спроса** (Pd).

Функция спроса.

$$Qd = Qd (P_1, \dots, P_i, \dots, P_n, E, R, N, T, X),$$

где Qd – величина спроса на рассматриваемый товар i ;

$P_1 \dots P_i \dots P_n$ - цены рассматриваемого и других товаров;

E – ожидания потребителей относительно будущих цен, доходов и доступности товаров;

R – денежный доход потребителей;

N – количество потенциальных покупателей;

T – вкусы и предпочтения потребителей;

X – другие факторы влияющие на спрос товара.

Функциональная зависимость между величиной спроса и ценой (как и любая другая функциональная зависимость) может быть представлена тремя традиционными способами:

- *табличным;*
- *аналитическим* (через уравнение).
- *графическим.*

Поясним сказанное Примером 1.

Потребительский опрос на рынке бытовых пылесосов позволил выявить следующие предпочтения. Покупатели А, Б, В были готовы купить пылесосы по цене не выше 160-200 у.е. Если бы рыночная цена была выше предельного уровня ($P > 200$ у.е.), то ни один из покупателей не согласился бы приобрести данный товар. В диапазоне цен от 180 до 200 у.е. количество покупателей составило бы 2 человека (по 1 пылесосу), т.е. $Qd = 2$. при рыночных ценах от 160 до 180 у.е. объем спроса увеличился бы до 3 и т.д.

Если подсчитать аналогичным образом объем рыночного спроса при других ценах, то по этим данным можно построить таблицу рыночного спроса, для простоты анализа предложив, что каждый покупатель приобретает по одному пылесосу.

Цена (у.е.)	$P > 200$	$180 < P < 200$	$160 < P < 180$	$150 < P < 160$	$100 < P < 150$	$P < 100$
Величина рыночного спроса	0	2	3	4	5	6

Графическое изображение зависимости величины спроса от рыночной цены (рис. 1) называется **кривой спроса**. Для ее построения на вертикальной оси (оси ординат) отложим цены, на горизонтальной оси (оси абсцисс) – количество товаров (величину спроса) и получим искомый график.

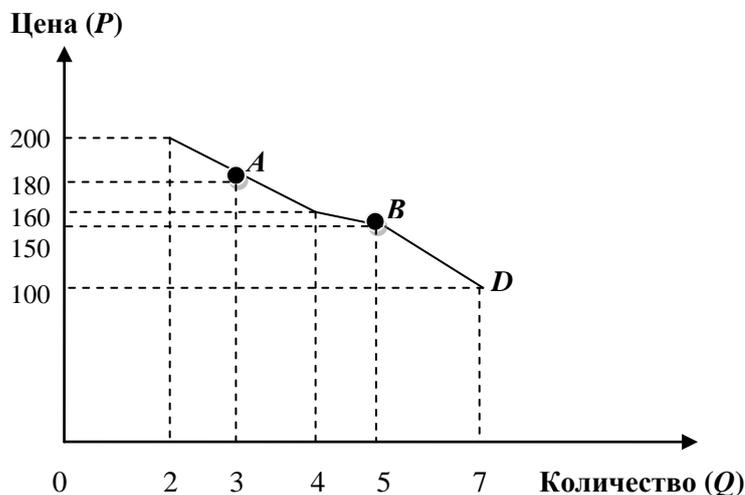


Рис. 5.1. Кривая рыночного спроса на пылесосы.

Используя данные примера, поострим кривую рыночного спроса на бытовые пылесосы (рис. 5.1).

Закона спроса.

Если цена на какой-либо товар сокращается и при этом все прочие параметры остаются неизменными, то величина спроса на данный товар возрастает.

При анализе рыночной конъюнктуры необходимо проводить четкое различие между спросом и величиной спроса и соответственно между изменениями величины спроса и изменениями в самом спросе на данный товар. **Изменение величины спроса** наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменности всех прочих параметров.

Так, на рассматриваемом нами рынке пылесосов снижение цены со 180 до 150 у.е. привело к росту величины спроса с 3 до 5 единиц продукции. На графике (рис. 5.1) подобные изменения отражаются движением вдоль кривой спроса из точки А в точку В.

Изменение спроса происходит под воздействием неценовых факторов. Графически это отражается *смещением кривой спроса вправо* (если спрос растет) или *влево* (если падает). Так, активная рекламная компания фирм-производителей может вызвать рост спроса на пылесосы, при этом кривая спроса сместится вправо вверх (рис. 5.2).

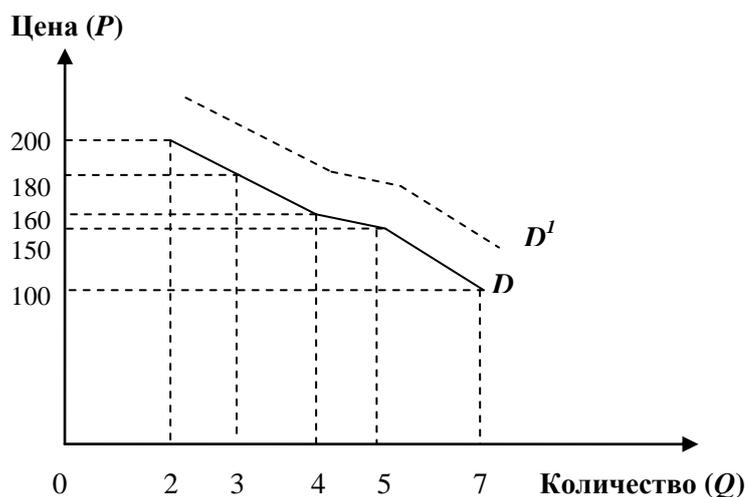


Рис. 5.2. Изменение (увеличение) спроса.

5.2. Функциональный и нефункциональный спрос.

В зависимости от того, какие факторы побуждают человека к покупке, выделяют две специфические разновидности рыночного спроса:

- *функциональный спрос*, обусловленный исключительно присущему данному благу потребительскими качествами;

- *нефункциональный спрос*, возникающий у потребителя не в силу потребительских характеристик товара, а под влиянием каких-либо других факторов.

Нефункциональный спрос в свою очередь делится на:

1) **спрос, обусловленный внешними (экзогенными) воздействиями** на полезность товара. Здесь выделяют:

- а) эффект массового потребления (или эффект вагона);
- б) эффект сноба;
- в) эффект показательного потребления;

2) **спекулятивный спрос;**

3) **нерациональный спрос.**

5.3. Индивидуальный и рыночный спрос.

Различают индивидуальный и рыночный спрос на товары и услуги. Если *индивидуальный спрос* на товар отражает желание и возможности отдельного потребителя, то общий *рыночный спрос* является суммированным, или агрегированным, отражением спроса на какой-либо товар со стороны всех потенциальных потребителей.

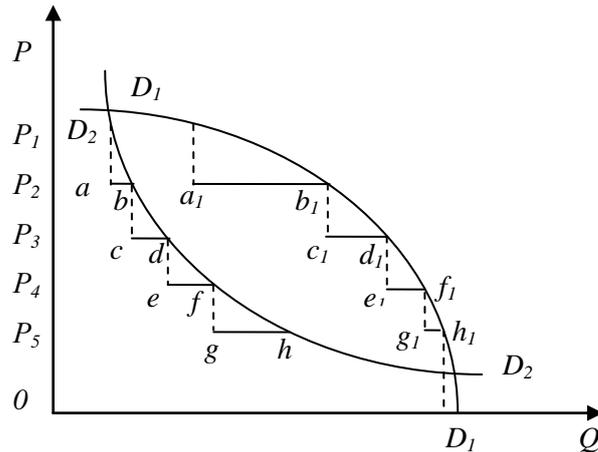


Рис. 5.5. Кривые индивидуального спроса (D_1D_1) и массового (D_2D_2) спроса

5.4. Рыночное предложение.

Предложение можно определить как совокупность товаров и услуг, которые находятся в данный момент на рынке и которые продавцы (производители) готовы продать при существующих ценах.

Величина предложения (Q_s), или количество товаров и услуг, которые продавцы готовы продать в данное время, в данном месте и при данных ценах, не всегда совпадает с объемом производства и объемом продаж, имеющим места на рынке.

Цена предложения (P_s) показывает минимальную цену за данное количество товара, на которую продавец готов согласиться в данное время и в данном месте.

Функция предложения:

$$Q_s = Q_s(C, P_1, \dots, P_i, \dots, T, \dots),$$

где Q_s - величина предложения на товар;

C - уровень издержек фирмы;

P_1, \dots, P_i - цены на все товары и услуги, в том числе и на рассматриваемый товар;

T - налоги и т.д.

Графическое изображение **кривой предложения** (рис. 5.7).

Прямую зависимость между ценой и величиной предложения называют **законом**

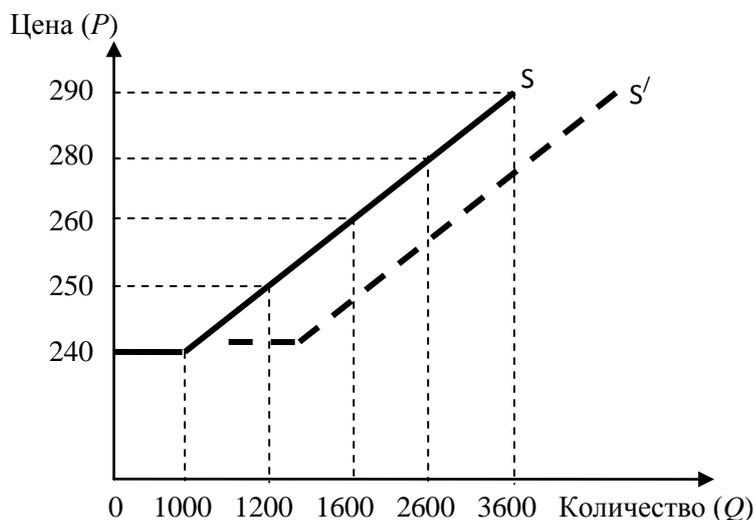


Рис. 5.7. Кривая предложения

предложения. Если цена на какой-либо товар возрастает и при этом все прочие параметры остаются неизменными, то величина предложения данного товара увеличивается. На рисунке видна прямая зависимость между ростом цен и динамикой рыночного предложения.

Как и при рассмотрении спроса, следует различать *изменения предложения и изменения величины предложения.* **Изменение величины предложения** наблюдается при изменении цены рассматриваемого товара и неизменности прочих факторов рыночной конъюнктуры и отражает движение вдоль кривой предложения. **Изменение предложения,** напротив, происходит под воздействием неценовых факторов (детерминант) при неизменной цене на анализируемый товар и отображается путем смещения кривой вправо (при увеличении предложения) или влево (при его уменьшении).

5.5. Индивидуальное и рыночное предложение.

Индивидуальное предложение – это количество товара, которое готов предложить на рынке отдельный продавец. *Рыночное предложение* – это предложение товара всеми продавцами, действующими на рынке.

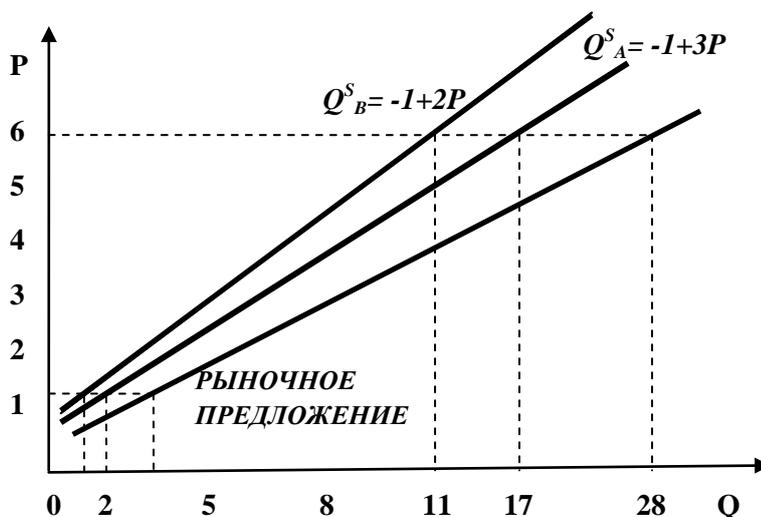


Рис. 5.8. Построение линии рыночного предложения при допустимых значениях цен

$$Q^S = Q_A^S + Q_B^S = (-1 + 3P) + (-1 + 2P) = -2 + 5P$$