

МИКРОЭКОНОМИКА

Тема:

спрос

Основные вопросы:

Что такое спрос?

Факторы, влияющие на спрос

Виды спроса

Эластичность спроса

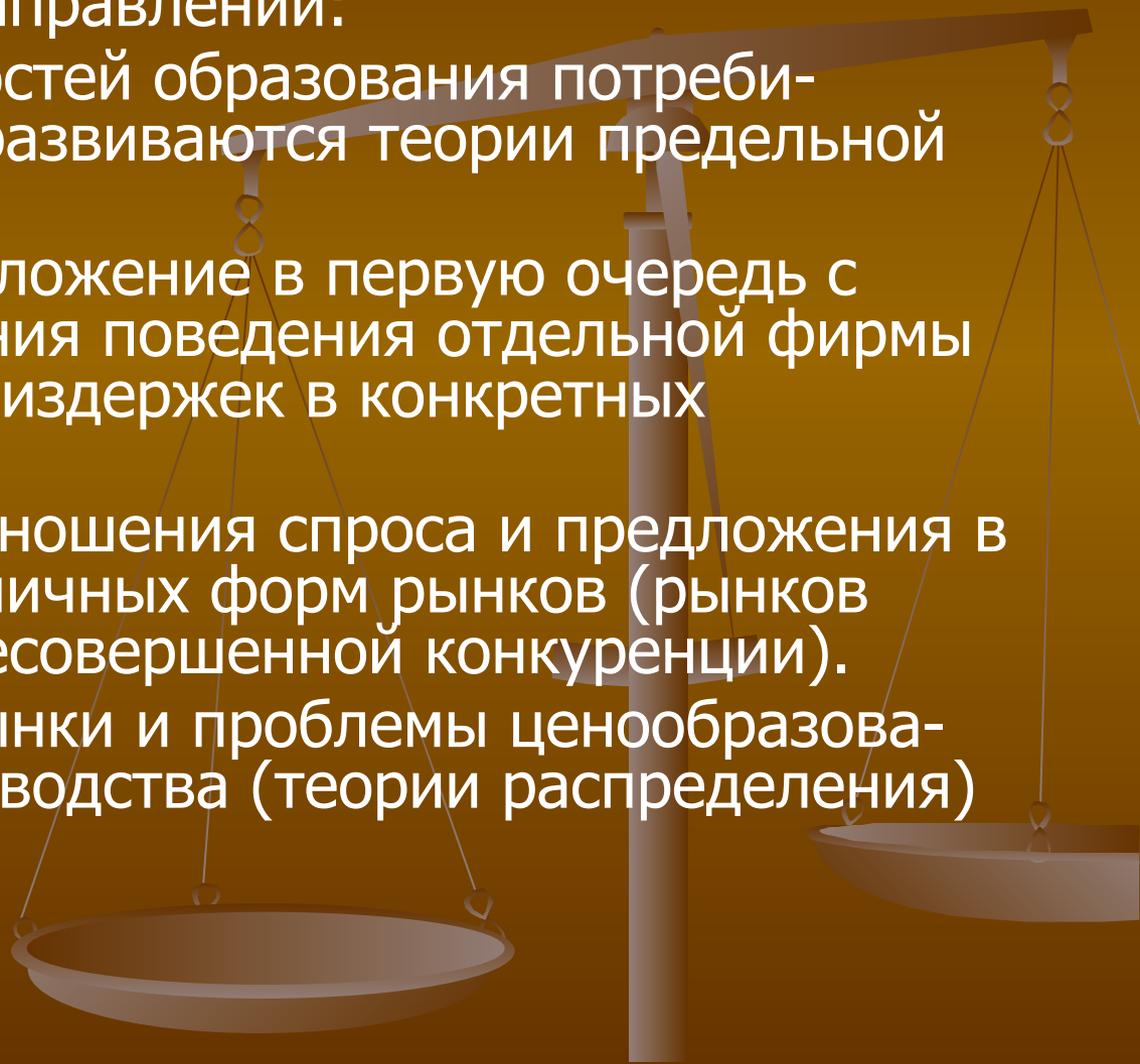
Закон спроса



Современная микроэкономика

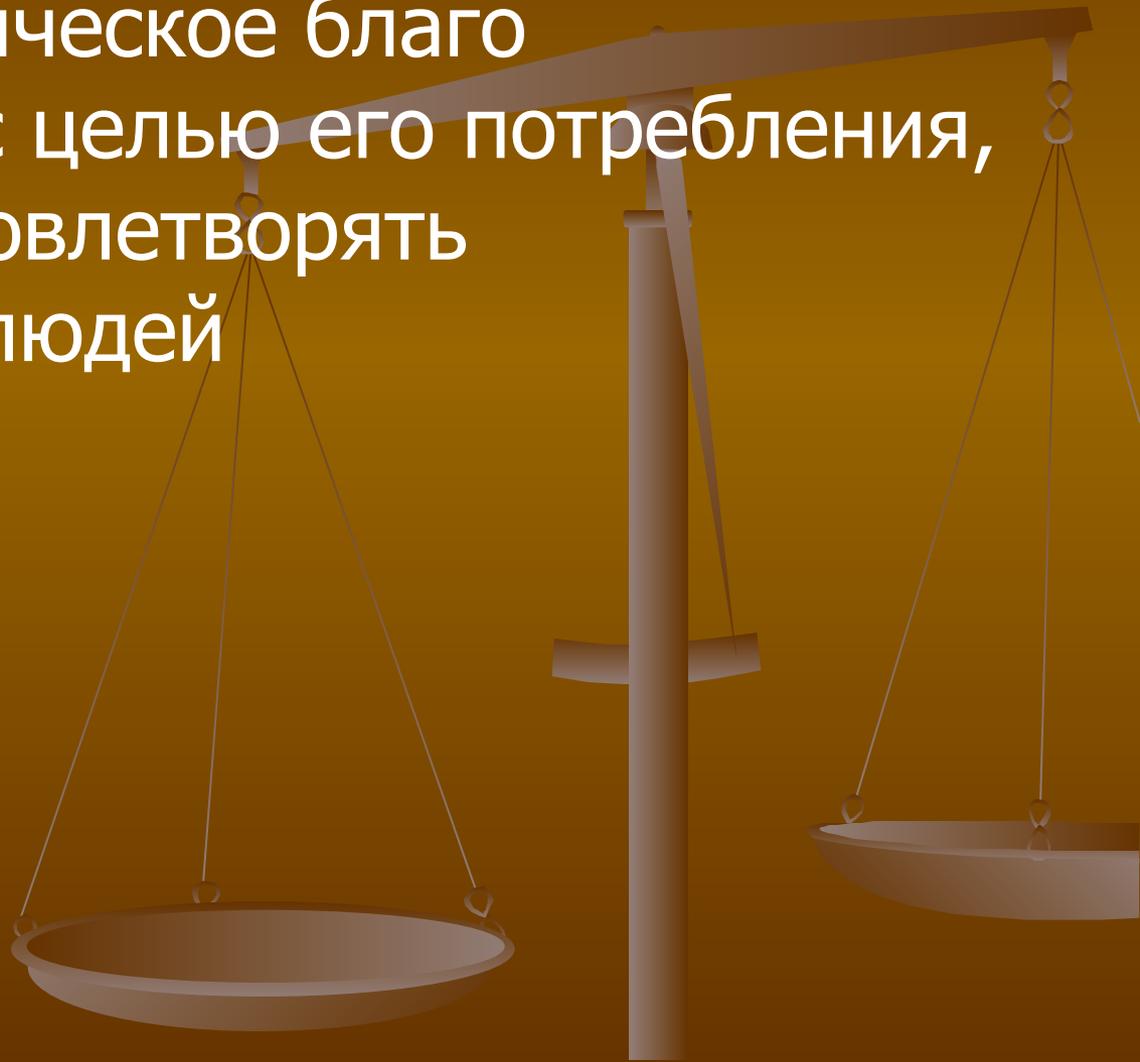
состоит из четырех направлений:

- анализ закономерностей образования потребительского спроса (развиваются теории предельной полезности).
- анализируется предложение в первую очередь с точки зрения изучения поведения отдельной фирмы и формирования ее издержек в конкретных рыночных условиях.
- анализируются соотношения спроса и предложения в зависимости от различных форм рынков (рынков совершенной или несовершенной конкуренции).
- анализируются рынки и проблемы ценообразования факторов производства (теории распределения)



Человеческие потребности

- Любое экономическое благо производится с целью его потребления, т.е. должно удовлетворять потребностям людей



потребности



потребности

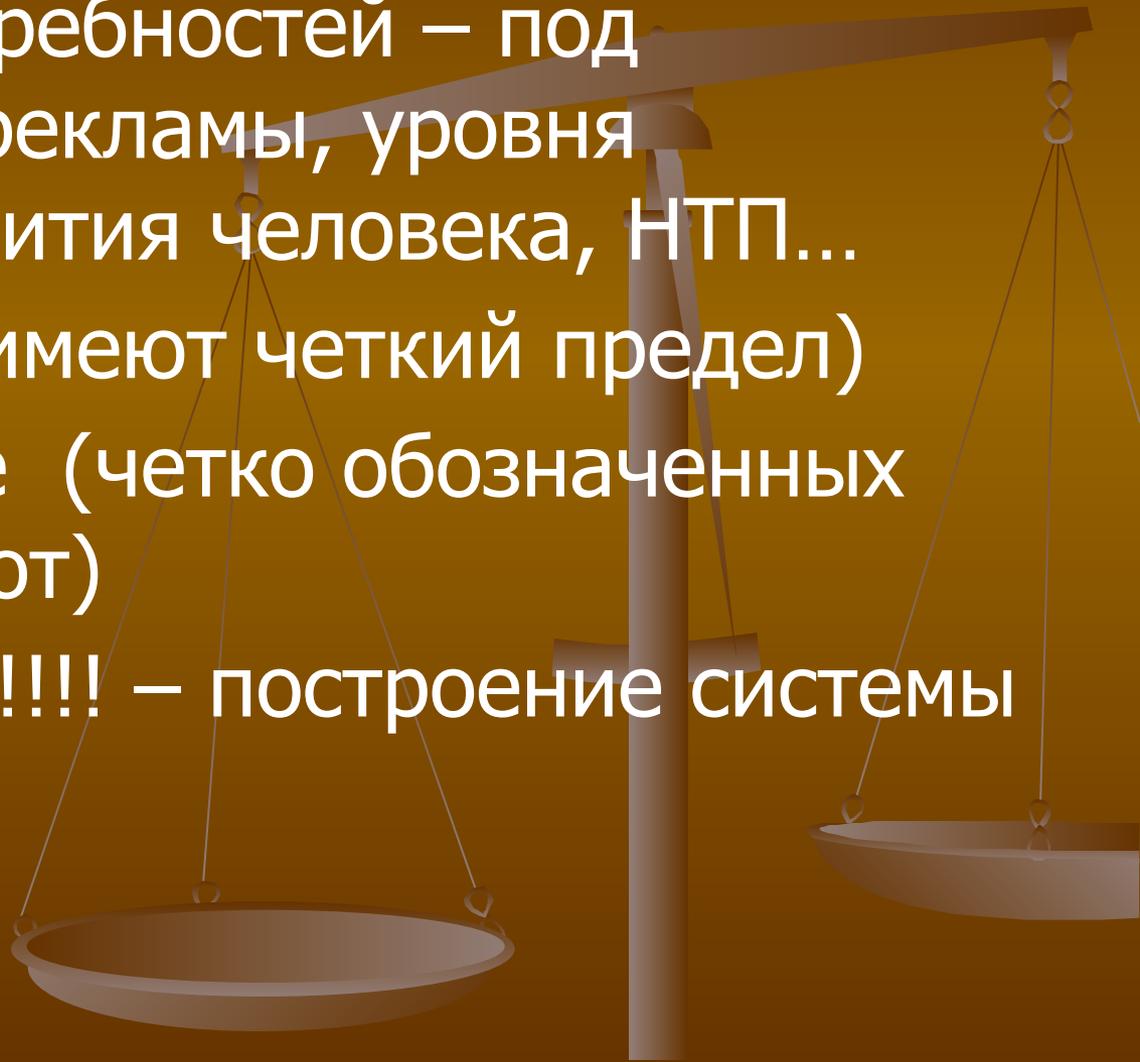


потребности



потребности

- Изменение потребностей – под воздействием рекламы, уровня духовного развития человека, НТП...
- Насыщаемые (имеют четкий предел)
- Ненасыщаемые (четко обозначенных границ не имеют)
- Уровень жизни!!!! – построение системы потребностей



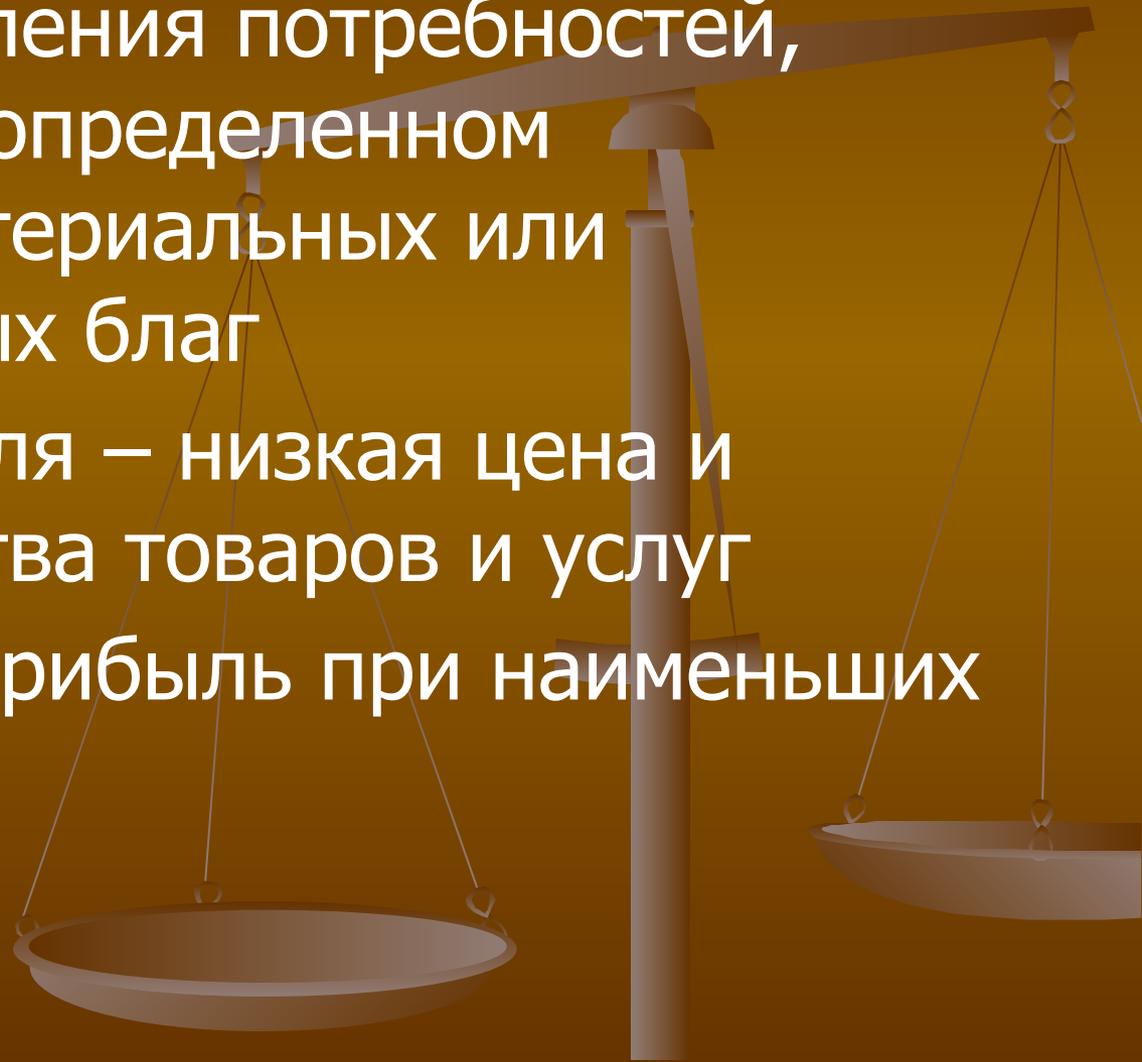
А.Маслоу

- Физиологические
- Самосохранения
- Социальные
- Признания человека как личности
- самоуважения



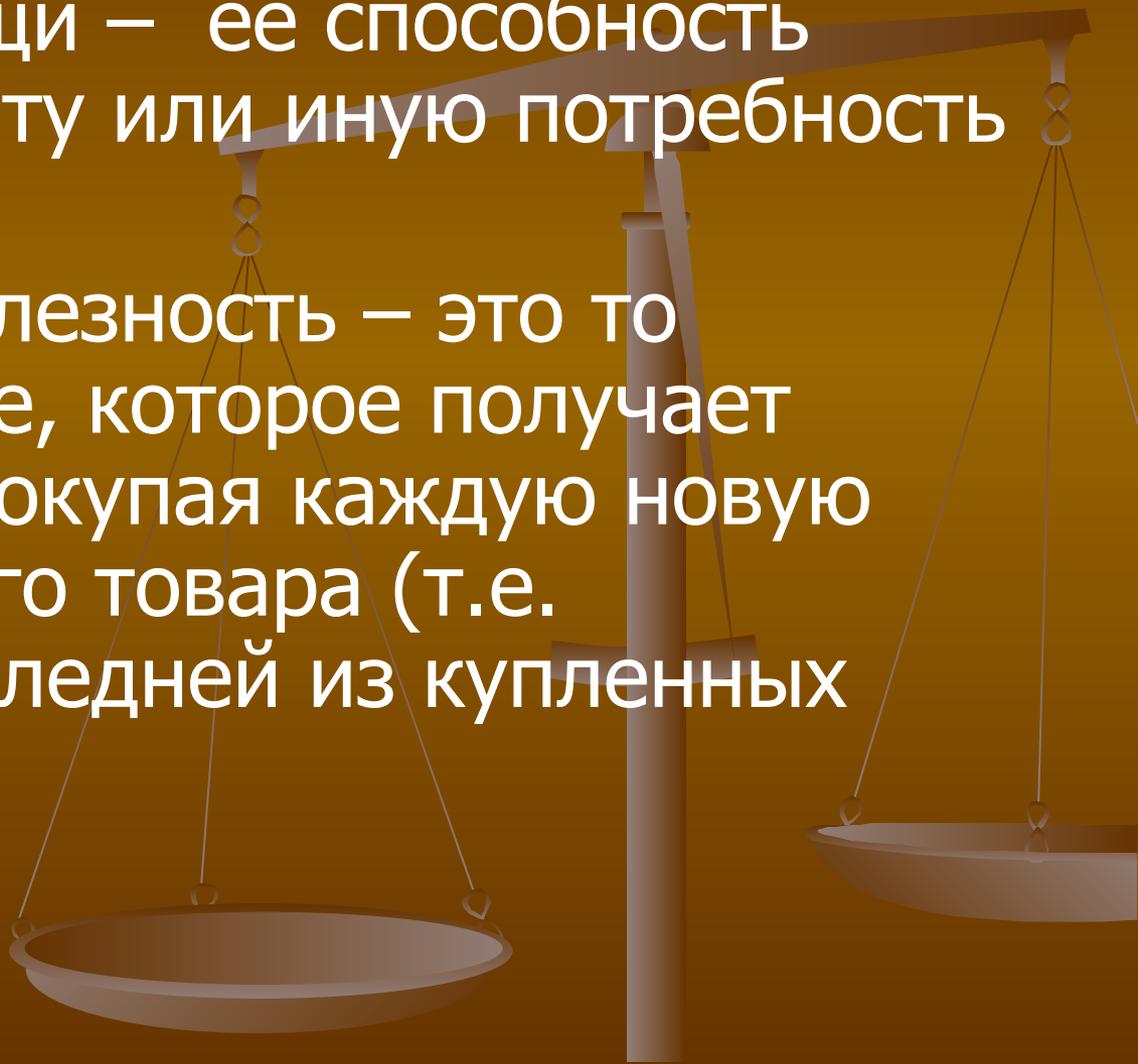
Экономический интерес

- - форма проявления потребностей, реализуется в определенном количестве материальных или нематериальных благ
- Для потребителя – низкая цена и высокое качества товаров и услуг
- Для фирмы – прибыль при наименьших затратах и пр.



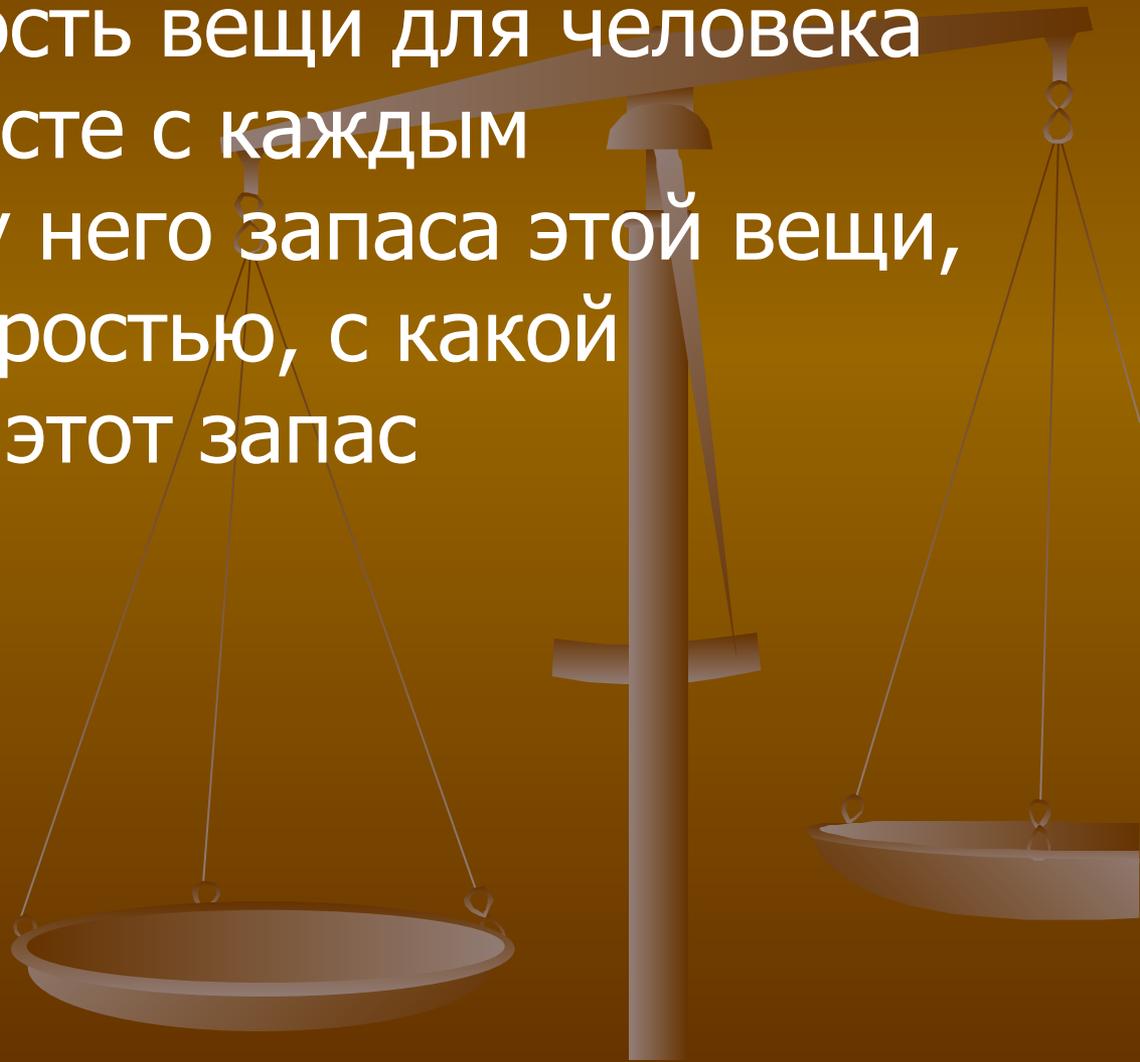
Сторонники маржинализма

- Полезность вещи – ее способность удовлетворять ту или иную потребность людей
- Предельная полезность – это то удовлетворение, которое получает потребитель, покупая каждую новую единицу данного товара (т.е. полезность последней из купленных единиц)



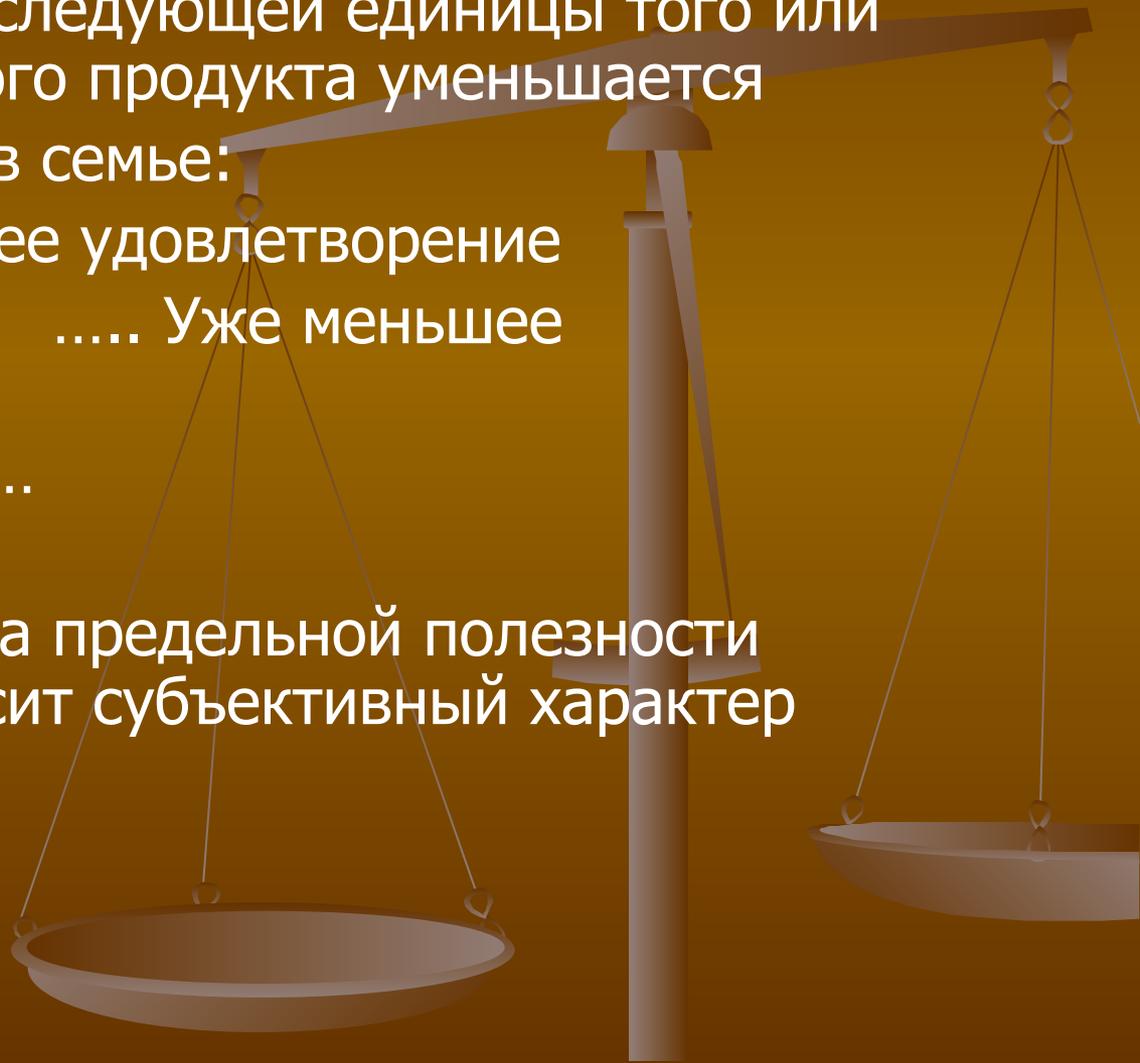
Закон убывающей полезности

- Общая полезность вещи для человека возрастает вместе с каждым приращением у него запаса этой вещи, но не с той скоростью, с какой увеличивается этот запас



ИЛИ: (закон убывающей предельной полезности)

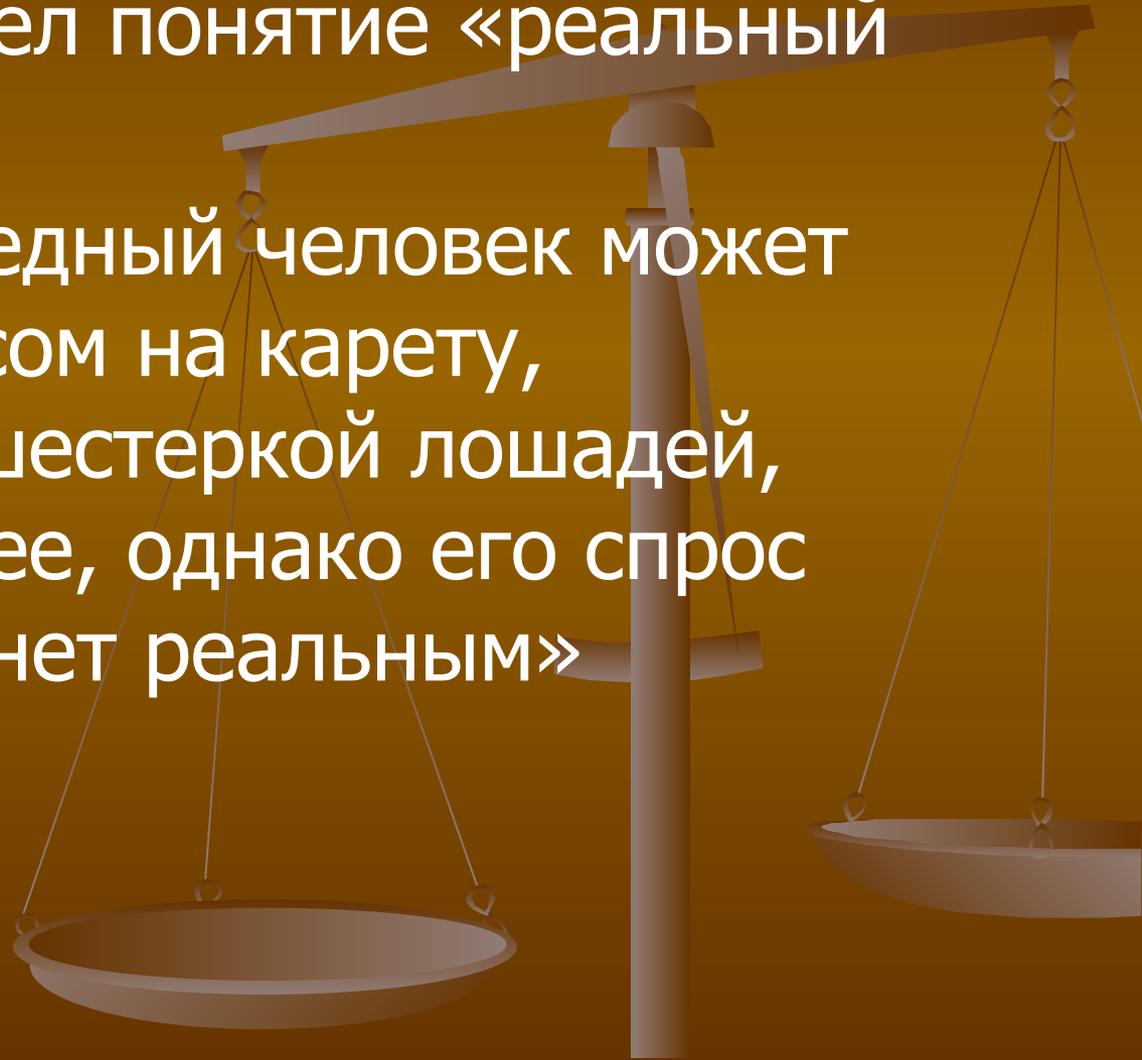
- полезность каждой следующей единицы того или иного приобретаемого продукта уменьшается
- Пример: телевизор в семье:
- Первый – наибольшее удовлетворение
- Второй для кухни... Уже меньшее удовлетворение
- Третий для детской...
- Практическая оценка предельной полезности затруднительна, носит субъективный характер





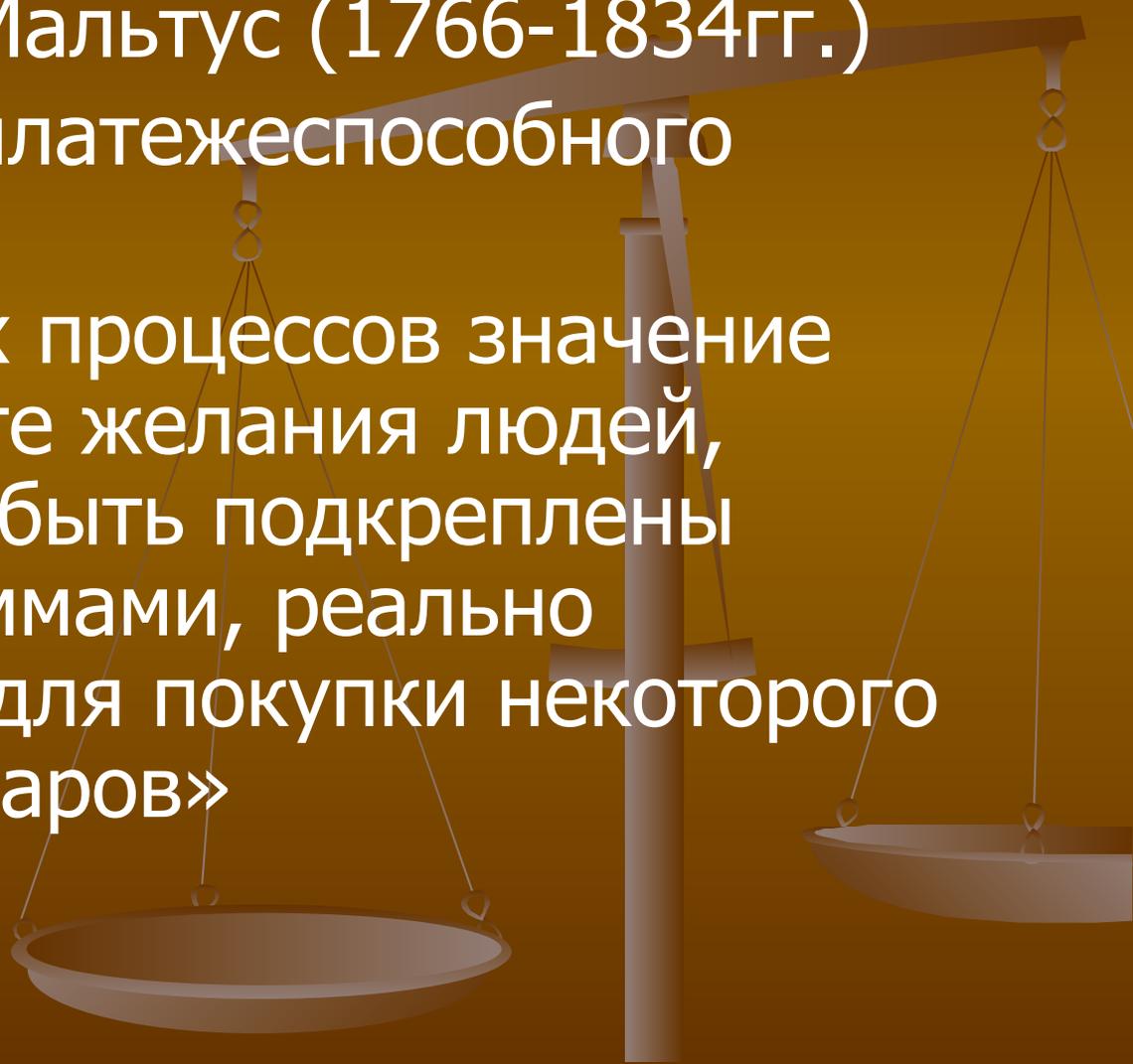
Желания и возможности

- Адам Смит ввел понятие «реальный спрос»
- «даже очень бедный человек может обладать спросом на карету, запряженную шестеркой лошадей, может желать ее, однако его спрос никогда не станет реальным»



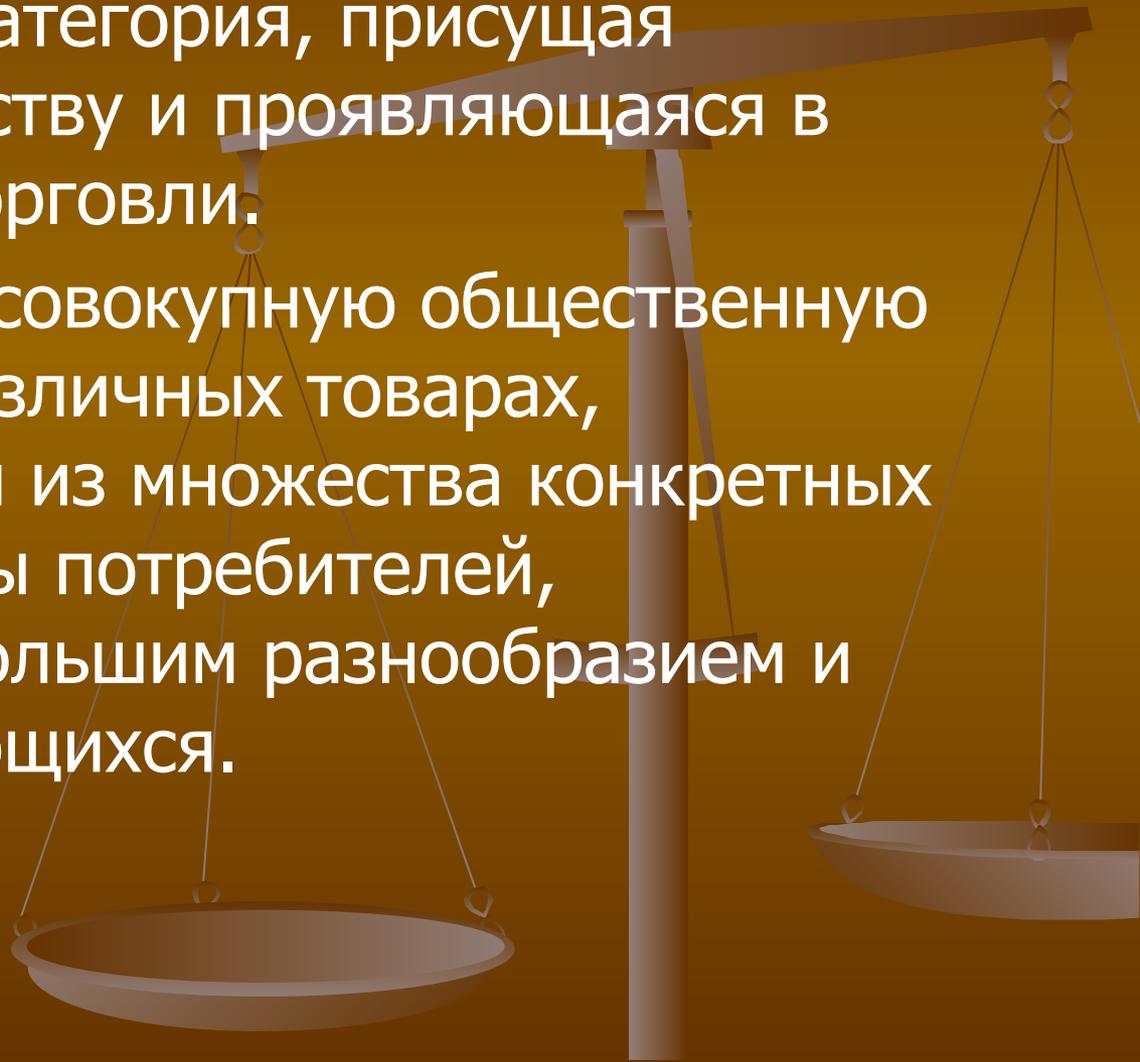
Желания и возможности

- Томас Роберт Мальтус (1766-1834гг.)
- Ввел понятие платежеспособного спроса
- «для рыночных процессов значение имеют только те желания людей, которые могут быть подкреплены денежными суммами, реально достаточными для покупки некоторого количества товаров»



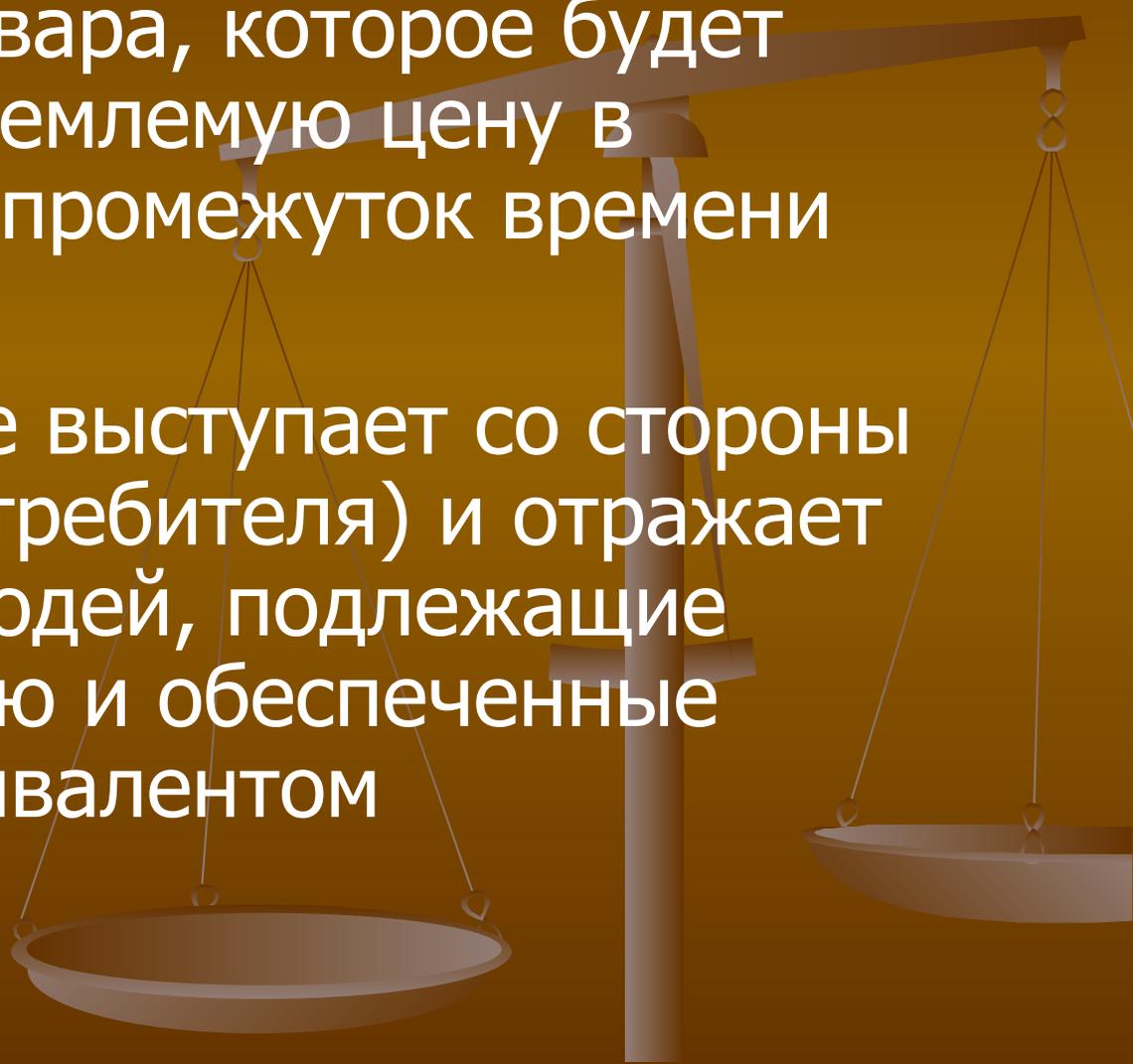
спрос

- Экономическая категория, присущая товарному хозяйству и проявляющаяся в сфере обмена, торговли.
- Спрос выражает совокупную общественную потребность в различных товарах, складывающуюся из множества конкретных требований массы потребителей, отличающихся большим разнообразием и постоянно меняющихся.



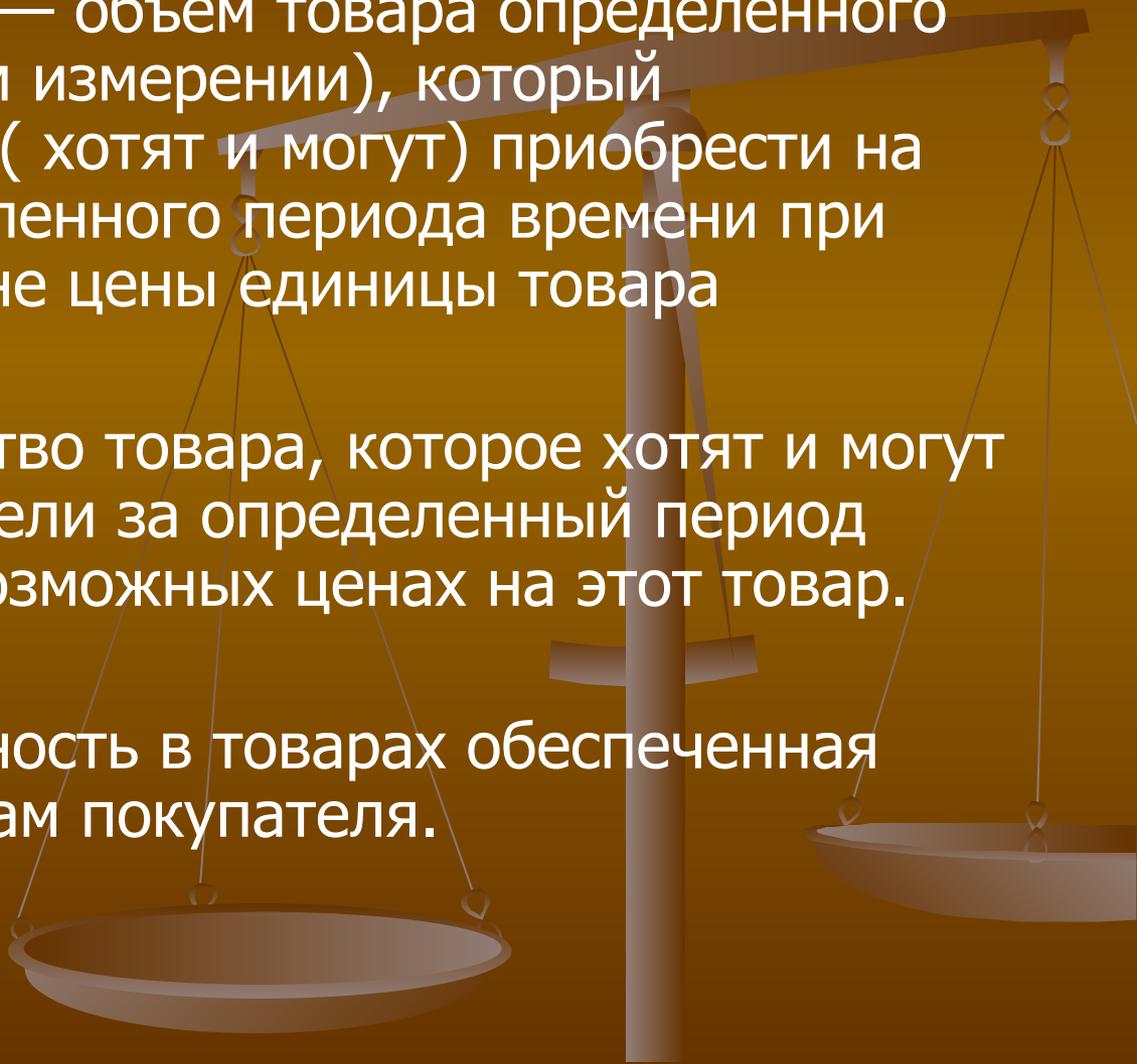
спрос

- -количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену в определенный промежуток времени
- Спрос на рынке выступает со стороны покупателя(потребителя) и отражает потребности людей, подлежащие удовлетворению и обеспеченные денежным эквивалентом



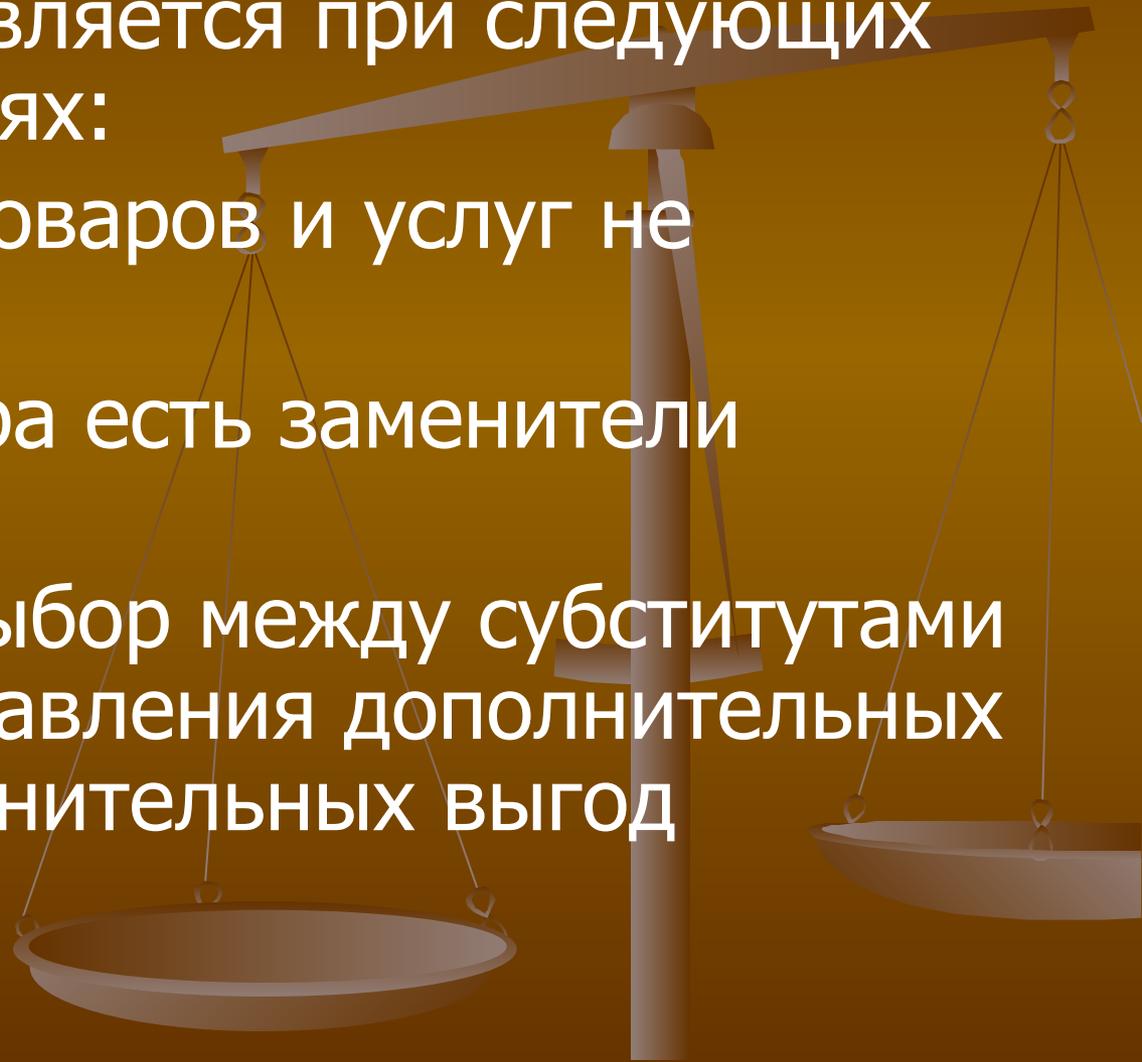
Основные определения

- **Величина Спроса** — объем товара определенного вида (в натуральном измерении), который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести на протяжении определенного периода времени при определенном уровне цены единицы товара
- **Спрос** -это количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели за определенный период времени при всех возможных ценах на этот товар.
- **Спрос** - это потребность в товарах обеспеченная денежными средствами покупателя.



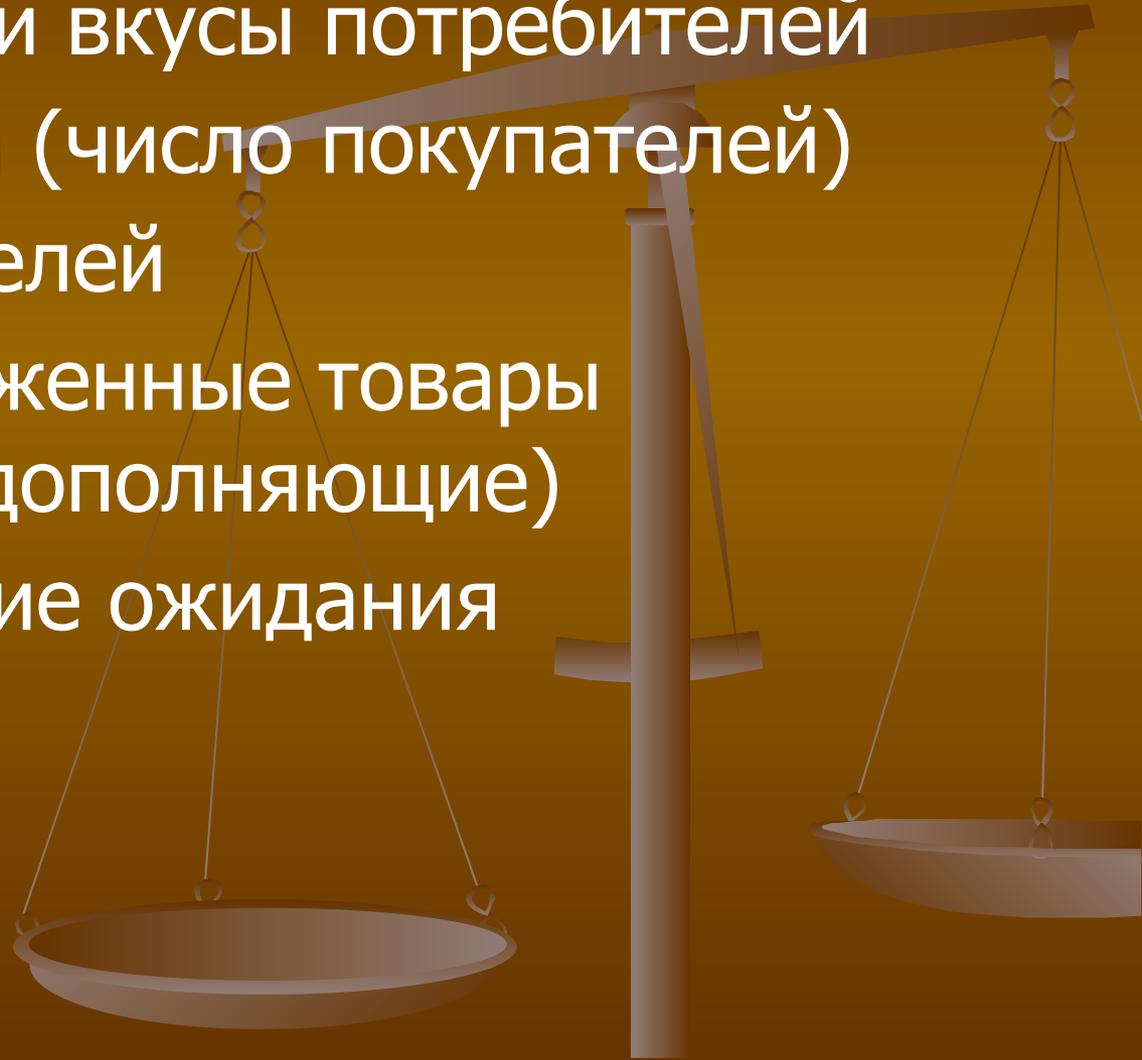
На микроуровне

- **Спрос осуществляется при следующих важных условиях:**
- **Большинство товаров и услуг не бесплатны**
- **У любого товара есть заменители (субституты)**
- **Неизбежный выбор между субститутами требует сопоставления дополнительных затрат и дополнительных выгод**



Неценовые факторы

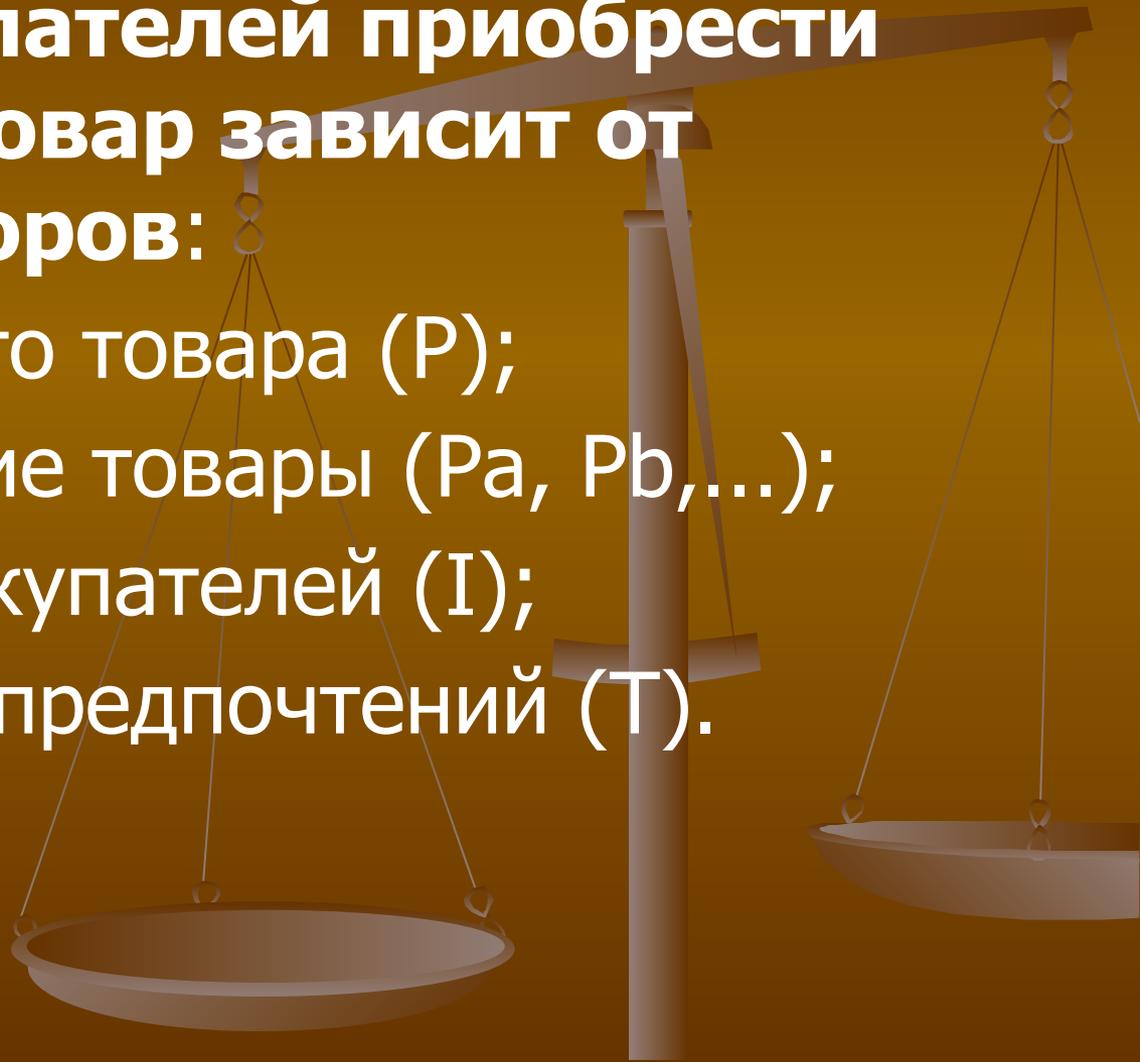
- Предпочтения и вкусы потребителей
- Размеры рынка (число покупателей)
- Доход покупателей
- Цены на сопряженные товары (субституты и дополняющие)
- Потребительские ожидания



Функция спроса

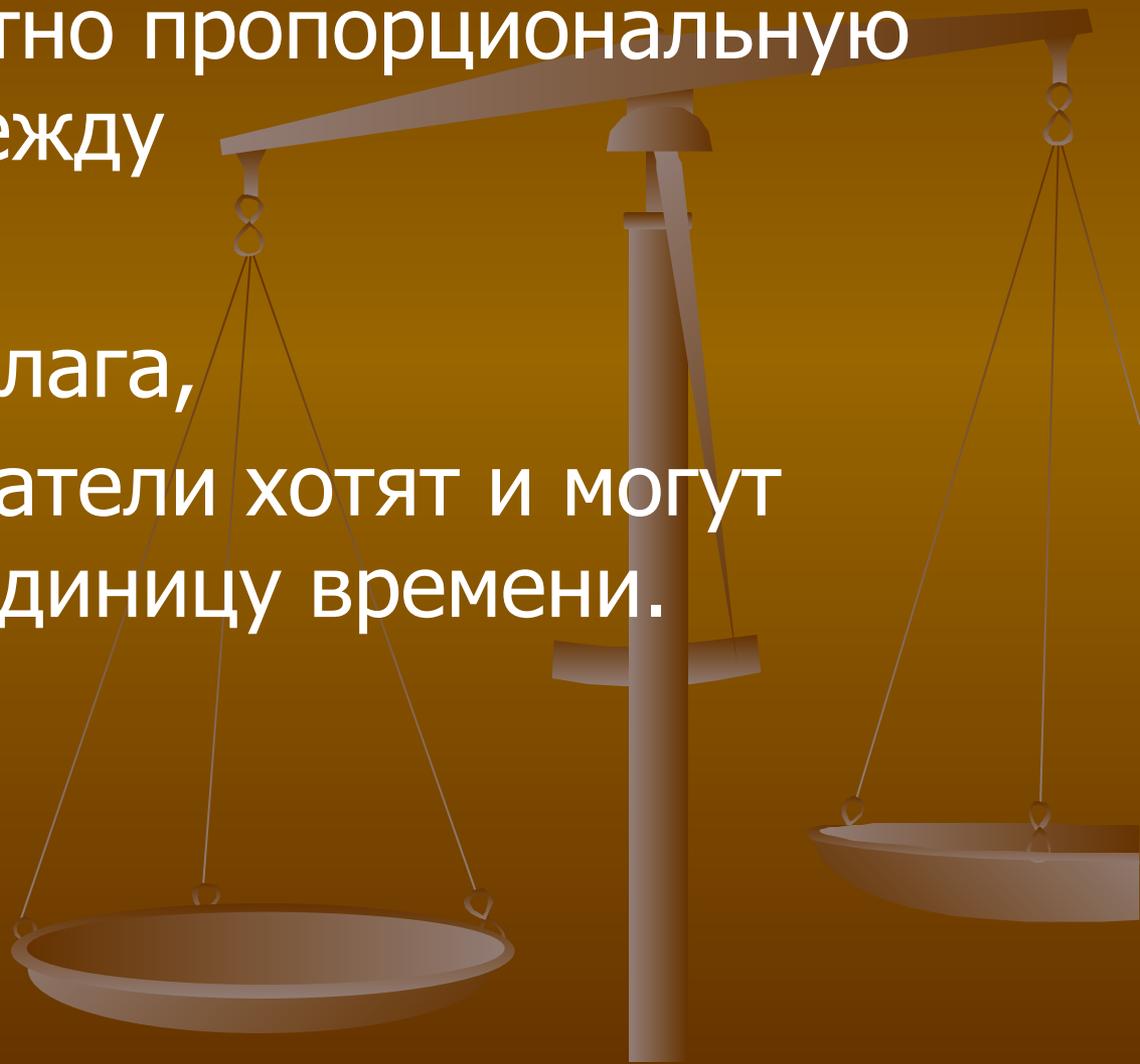
Желание покупателей приобрести какой-либо товар зависит от многих факторов:

- от цены данного товара (P);
- от цен на другие товары (P_a, P_b, \dots);
- от доходов покупателей (I);
- от их вкусов и предпочтений (T).



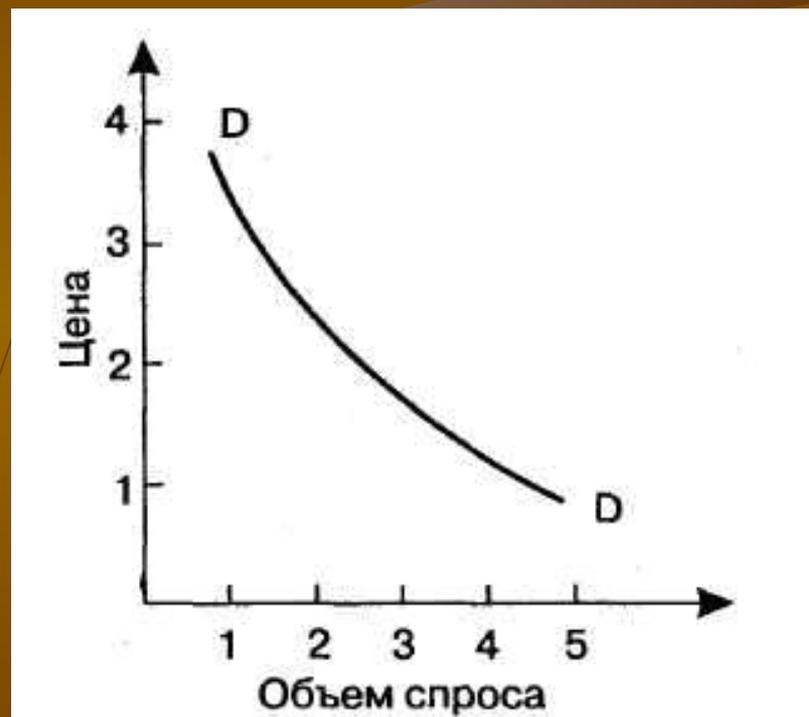
Кривая спроса

- отражает обратно пропорциональную зависимость между
 - ценой и
 - количеством блага,
 - которое покупатели хотят и могут приобрести в единицу времени.



Кривая спроса

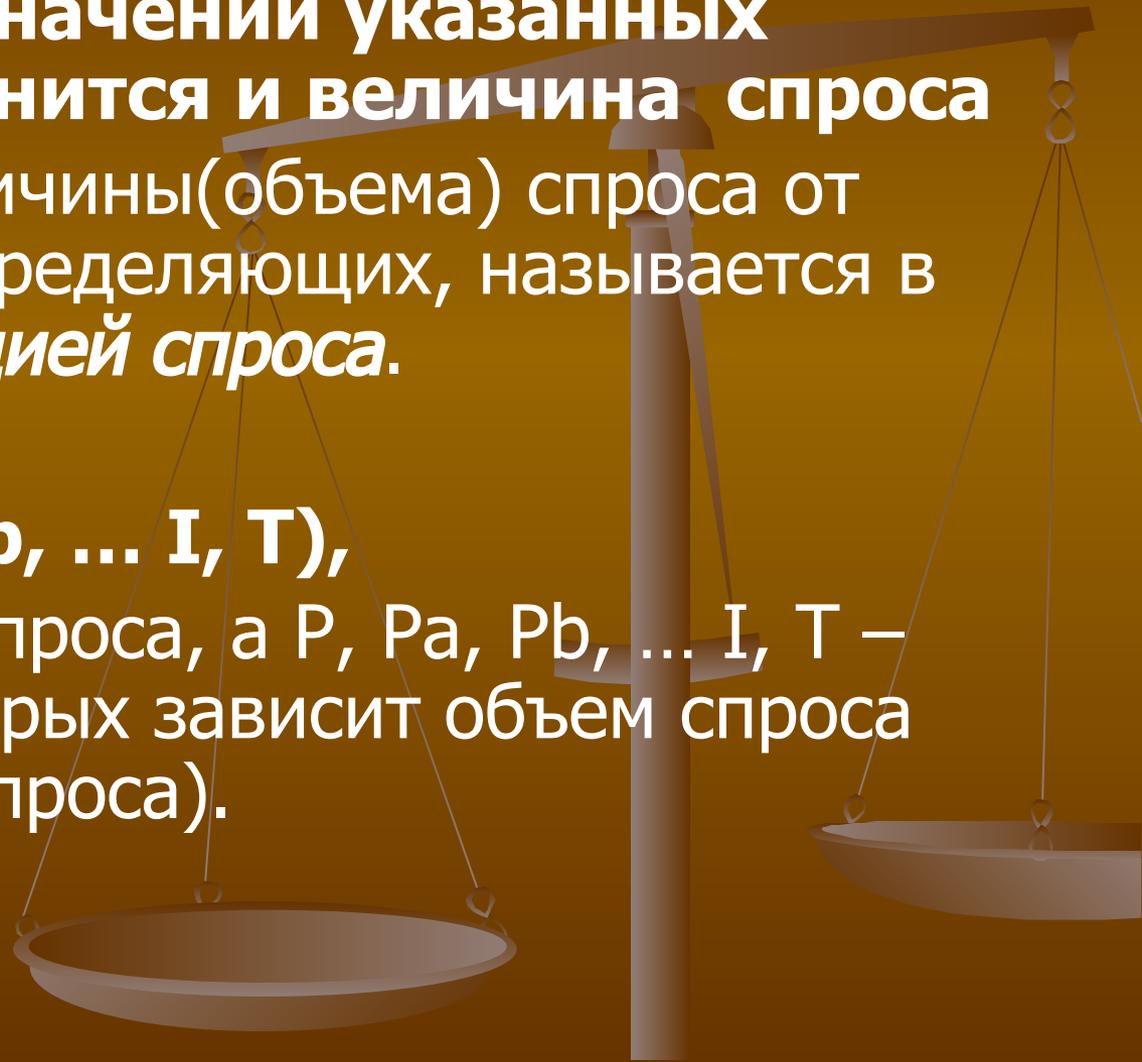
- по горизонтальной оси отложены величины спроса на товар,
- по вертикальной - цена на това.
- Из рис. видно: чем выше цена товара, тем на меньшее его количество предъявляется спрос. Эта зависимость называется *законом отрицательного наклона кривой спроса*.



Функция спроса

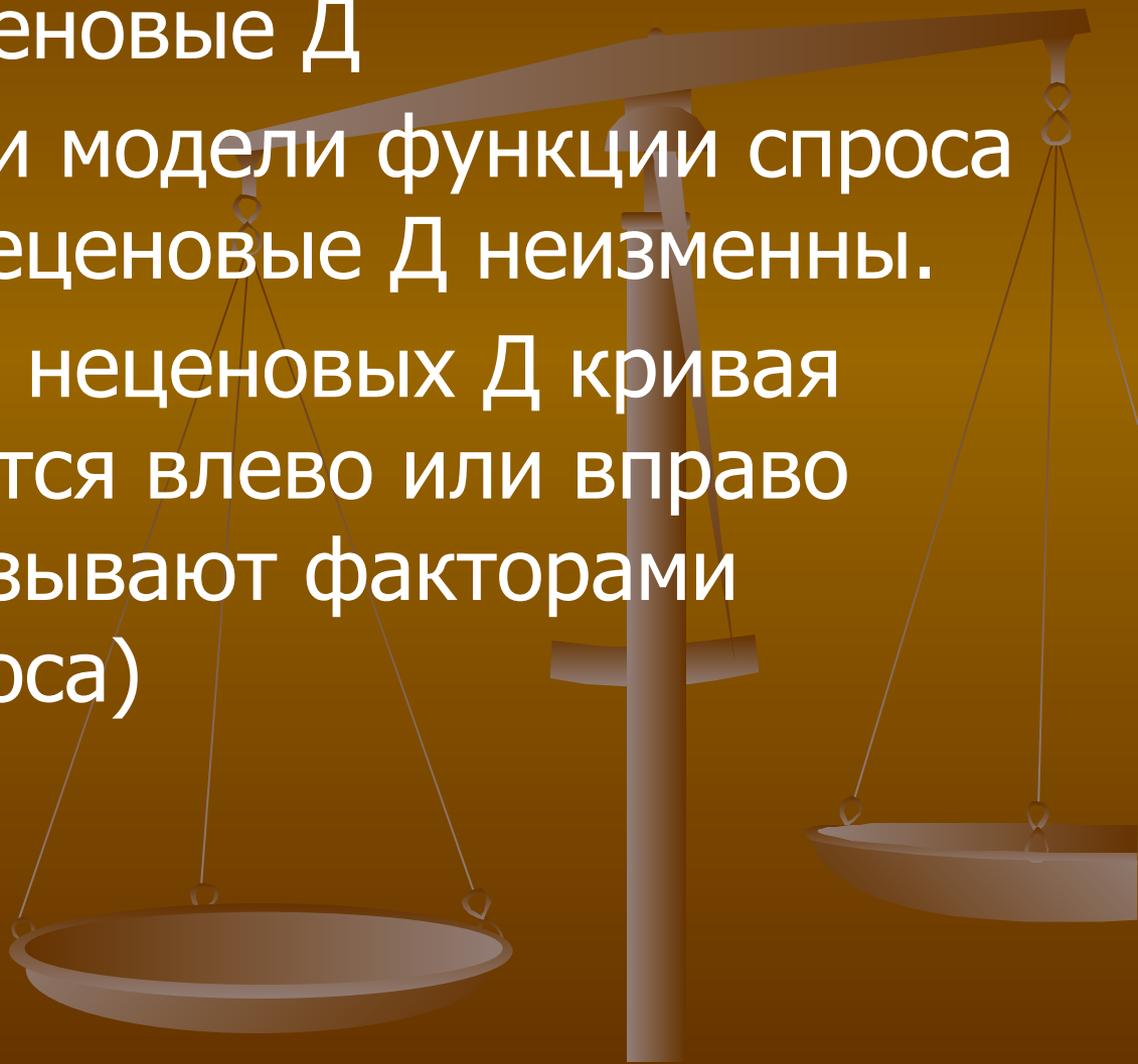
При изменении значений указанных факторов изменится и величина спроса

- Зависимость величины(объема) спроса от факторов, его определяющих, называется в экономике *функцией спроса*.
- Ее вид:
- $Q_d = f (P, P_a, P_b, \dots I, T),$
- где Q_d – объем спроса, а $P, P_a, P_b, \dots I, T$ – факторы, от которых зависит объем спроса (детерминанты спроса).



Детерминанты спроса

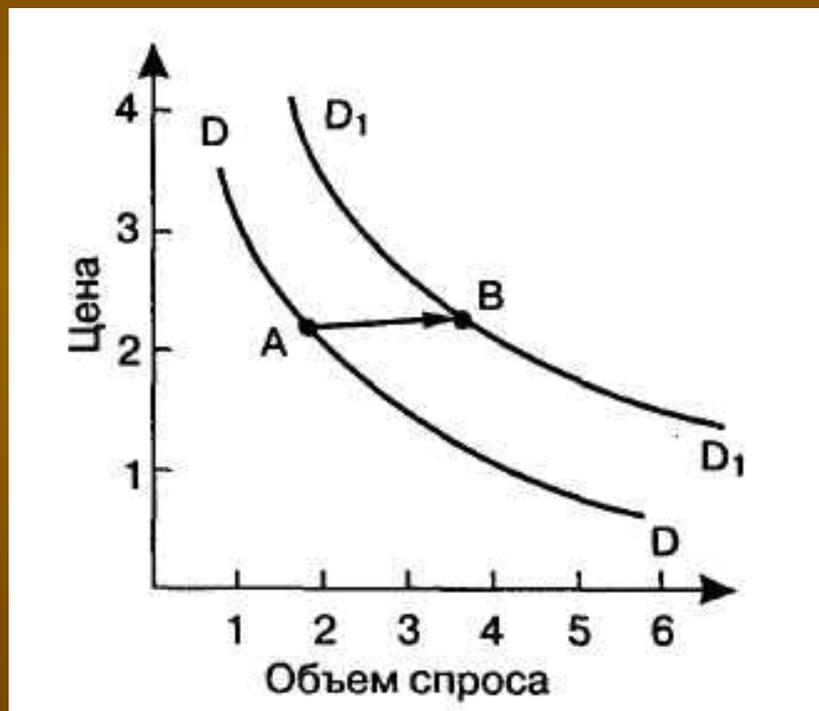
- Ценовые и неценовые Д
- При построении модели функции спроса считают, что неценовые Д неизменны.
- При изменении неценовых Д кривая спроса сдвигается влево или вправо (поэтому их называют факторами изменения спроса)



Влияние неценовых детерминант

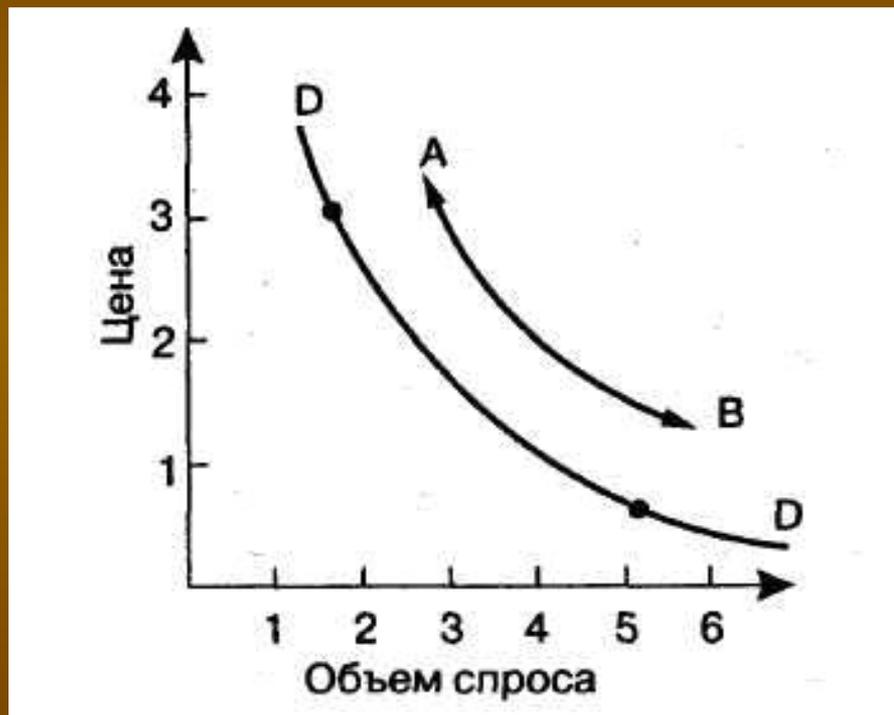


Сдвиг кривой спроса вверх



- большее количество блага будет покупаться при каждой цене и кривая спроса сместится вправо таким образом, что спрос будет выше, чем он был до сдвига

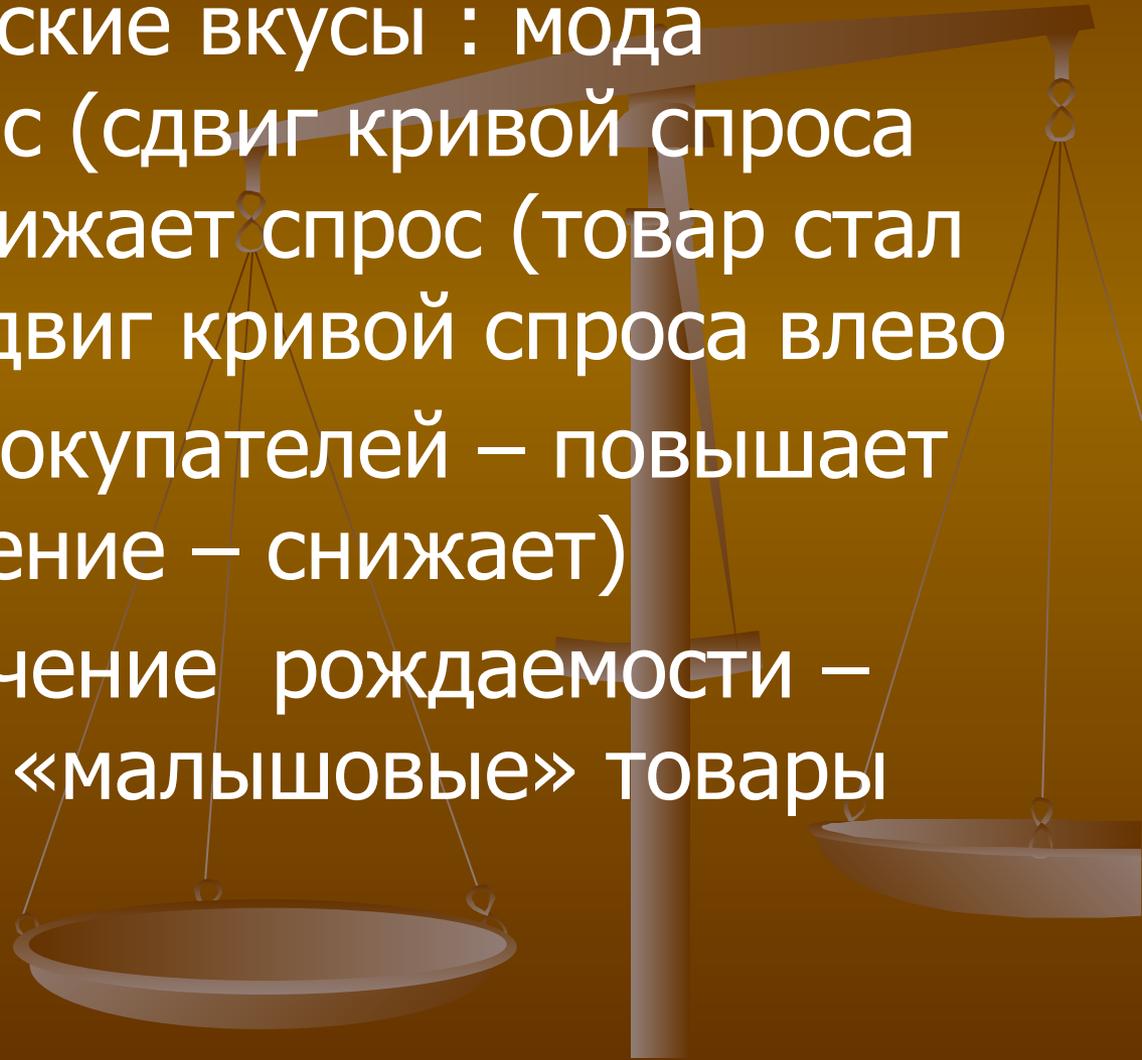
Перемещение по кривой спроса



- Изменение спроса происходит тогда, когда изменяется один из элементов, лежащих в основе кривой спроса. Например, увеличились доходы потребителей, что вызывает увеличение спроса, даже если цены на блага не изменились.
- В результате кривая спроса сдвигается вправо.

Влияние неценовых факторов

- 1. потребительские вкусы : мода повышает спрос (сдвиг кривой спроса вправо) или снижает спрос (товар стал немодным) – сдвиг кривой спроса влево
- 2. рост числа покупателей – повышает спрос (уменьшение – снижает)
- Пример: увеличение рождаемости – рост спроса на «малышовые» товары

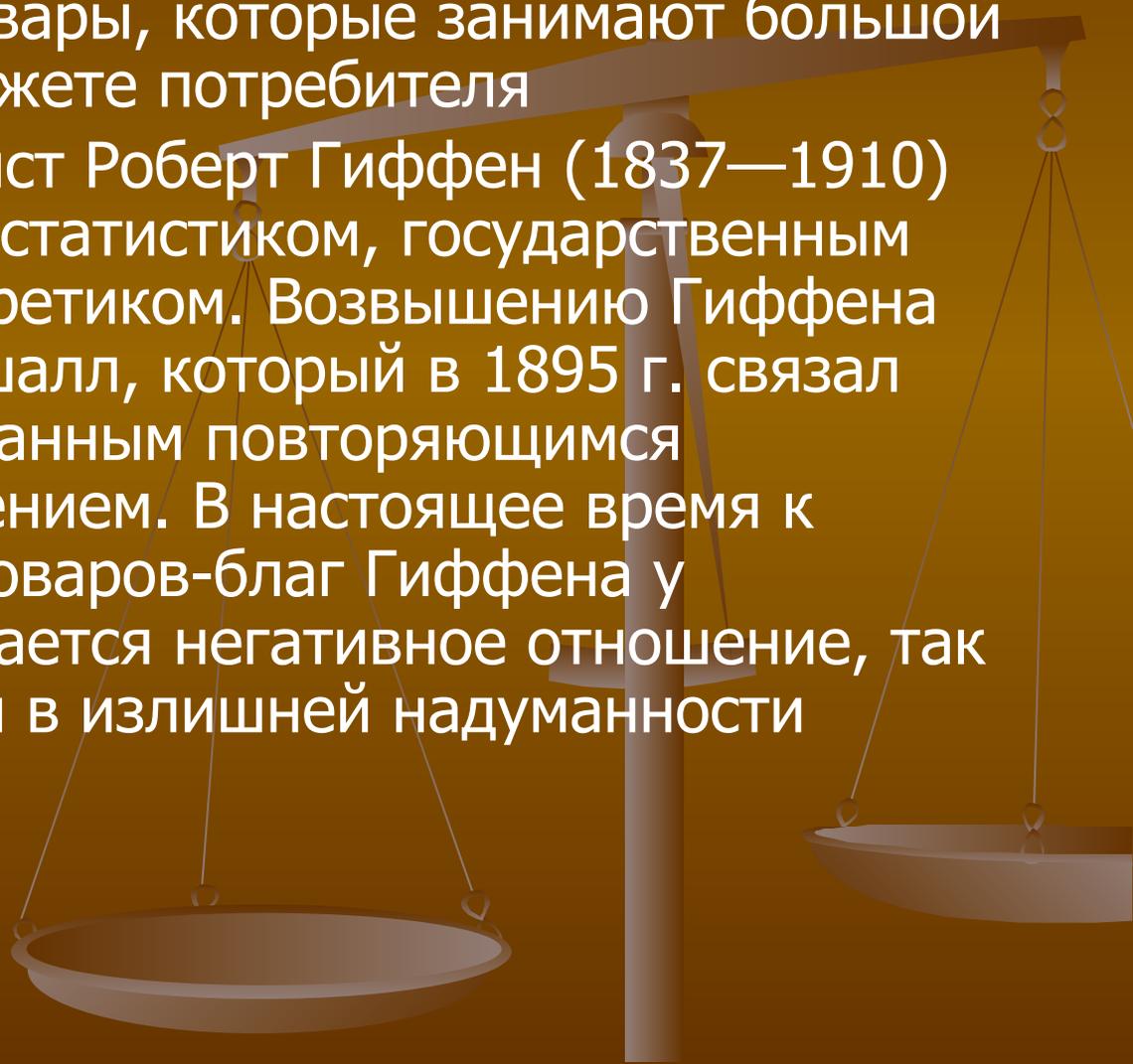


Влияние дохода



Товары Гиффена

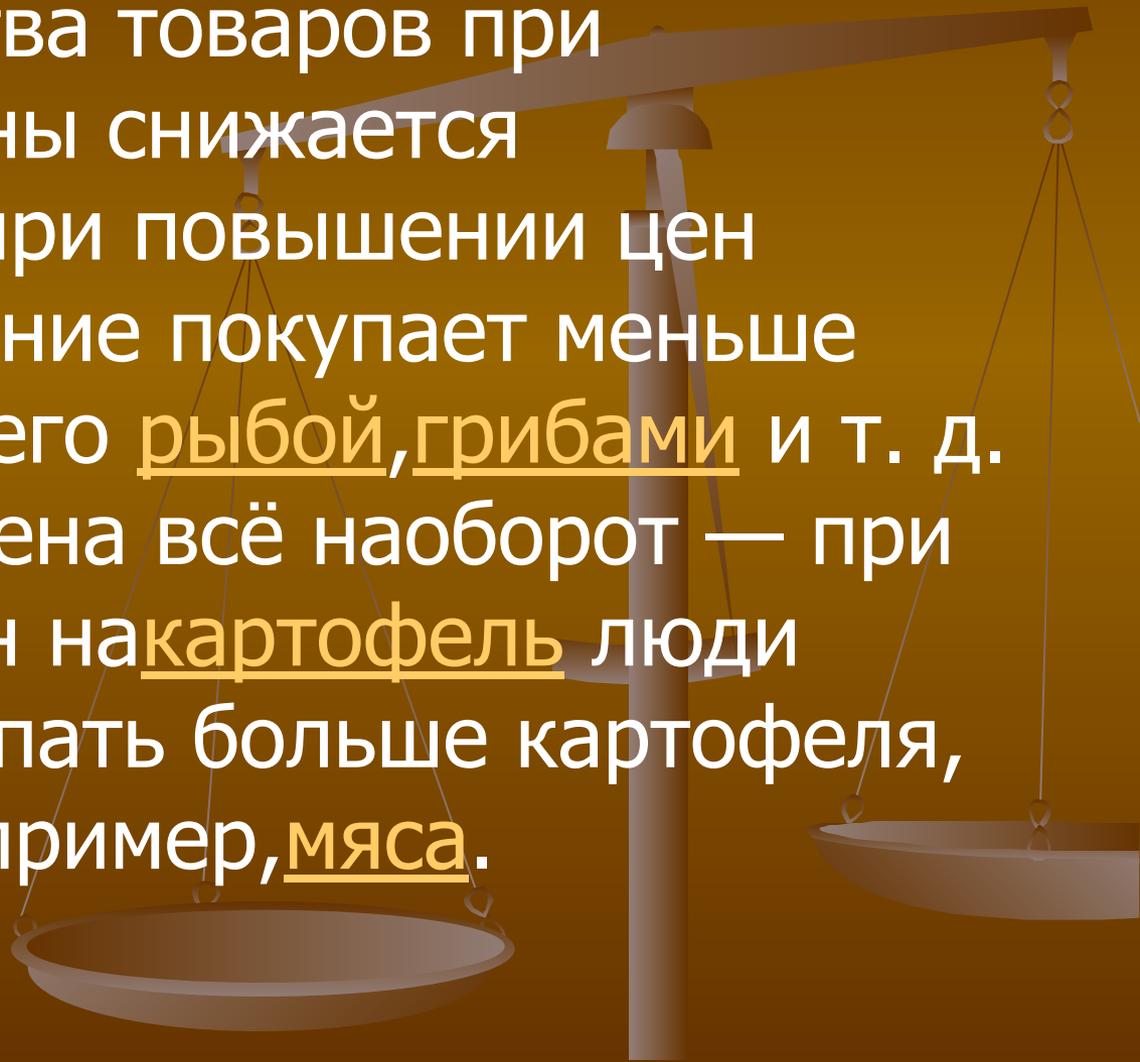
- -некачественные товары, которые занимают большой удельный вес в бюджете потребителя
- Английский экономист Роберт Гиффен (1837—1910) был журналистом и статистиком, государственным служащим, а не теоретиком. Возвышению Гиффена способствовал Маршалл, который в 1895 г. связал имя Гиффена с указанным повторяющимся экономическим явлением. В настоящее время к сложным реалиям товаров-благ Гиффена у экономистов усиливается негативное отношение, так как есть подозрения в излишней надуманности данного понятия.





Товары Гиффена

- Для большинства товаров при повышении цены снижается потребление: при повышении цен на мясо население покупает меньше мяса, заменяя его рыбой, грибами и т. д. У товара Гиффена всё наоборот — при повышении цен на картофель люди начинают покупать больше картофеля, но меньше, например, мяса.

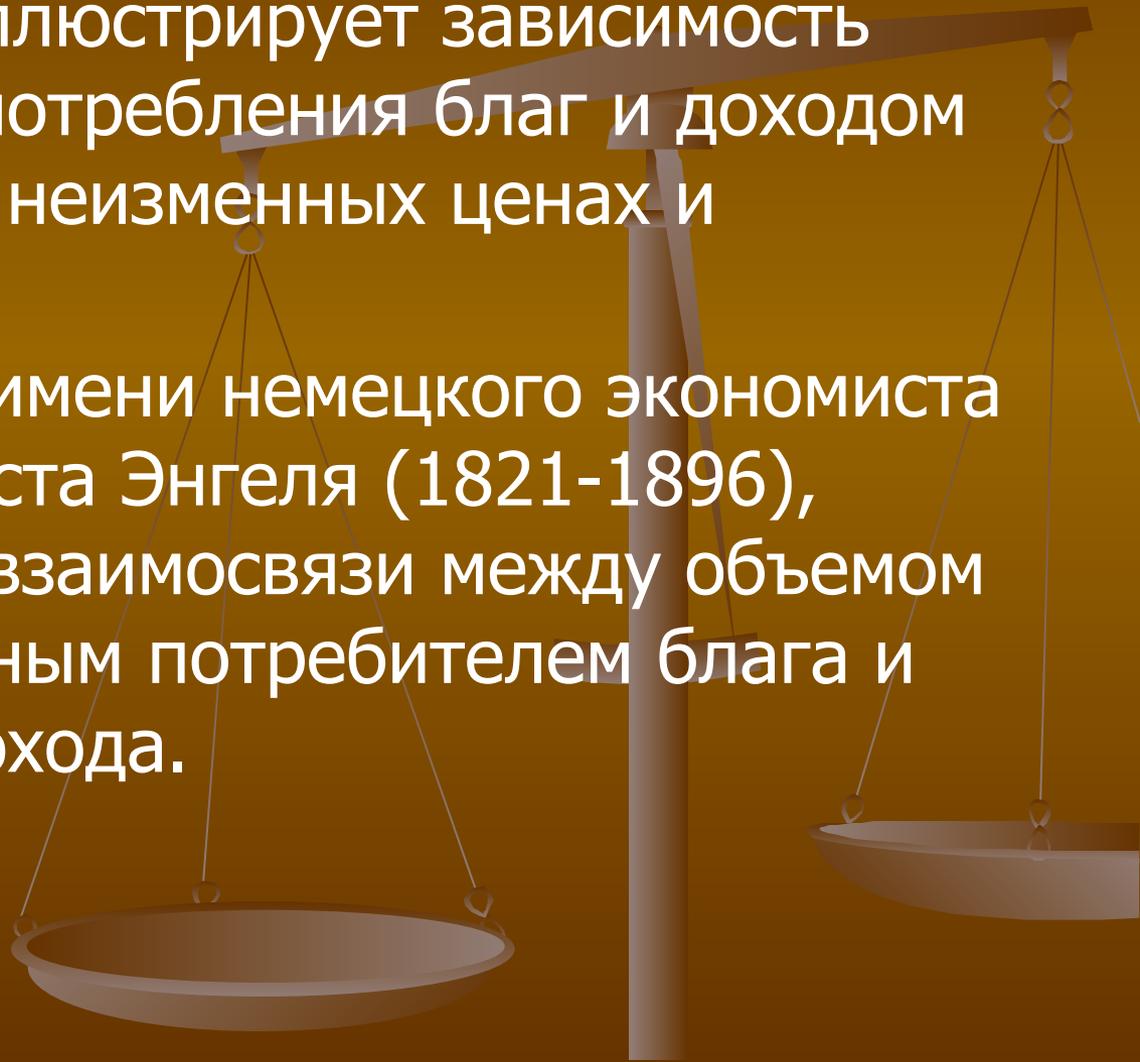


По зависимости потребления от цены

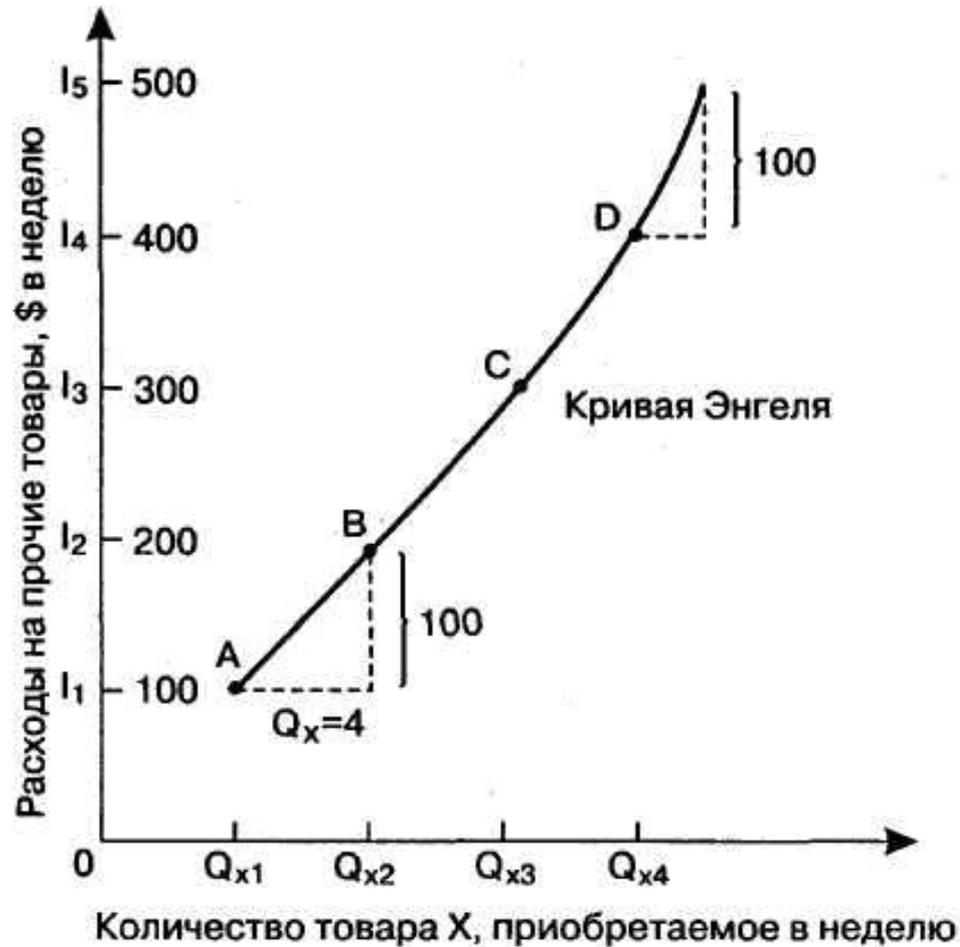


Кривые Энгеля

- Кривая Энгеля иллюстрирует зависимость между объемом потребления благ и доходом потребителя при неизменных ценах и предпочтениях.
- Она названа по имени немецкого экономиста и статистика Эрнста Энгеля (1821-1896), исследовавшего взаимосвязи между объемом покупаемого данным потребителем блага и величиной его дохода.



Кривая Энгеля

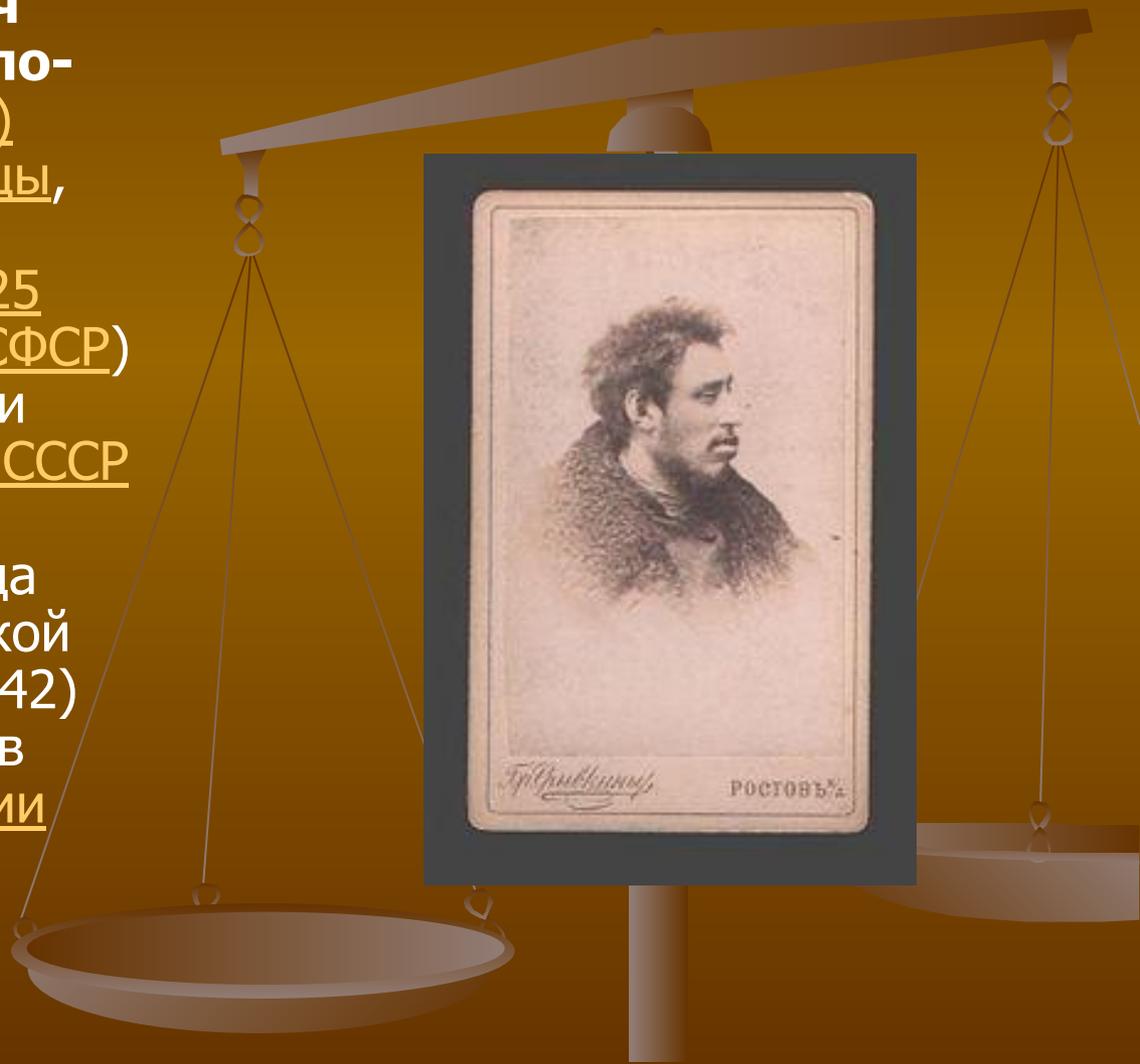


критика

- Немецкий статистик А. Швабе отмечал ограниченность положений закона Энгеля. В частности, он указывал, что от доходов зависят тенденции изменения расходов на жилище. С. Струмилин на материалах пензенских бюджетов пришел к выводу, что доля расходов на питание находится в более тесной связи с размером семьи и возрастом ее членов.
- Следовательно, связывать долю расходов семьи на питание с уровнем доходов, как это предлагал Энгель, некорректно, ибо должны учитываться и другие обстоятельства, на что указывали А. Швабе и С. Струмилин.

Станисла́в Гу́ставович Струми́лин (Струми́лло-Петрашкё́вич)

- Станисла́в Гу́ставович Струми́лин (Струми́лло-Петрашкё́вич) (17 (29) января 1877, с. Дашковцы, Подольская губерния, Российская империя — 25 января 1974, Москва, РСФСР) — советский экономист и статистик, академик АН СССР (1931), Герой Социалистического Труда (1967). Лауреат Ленинской (1958) и Сталинской (1942) премий. Один из авторов планов индустриализации СССР.



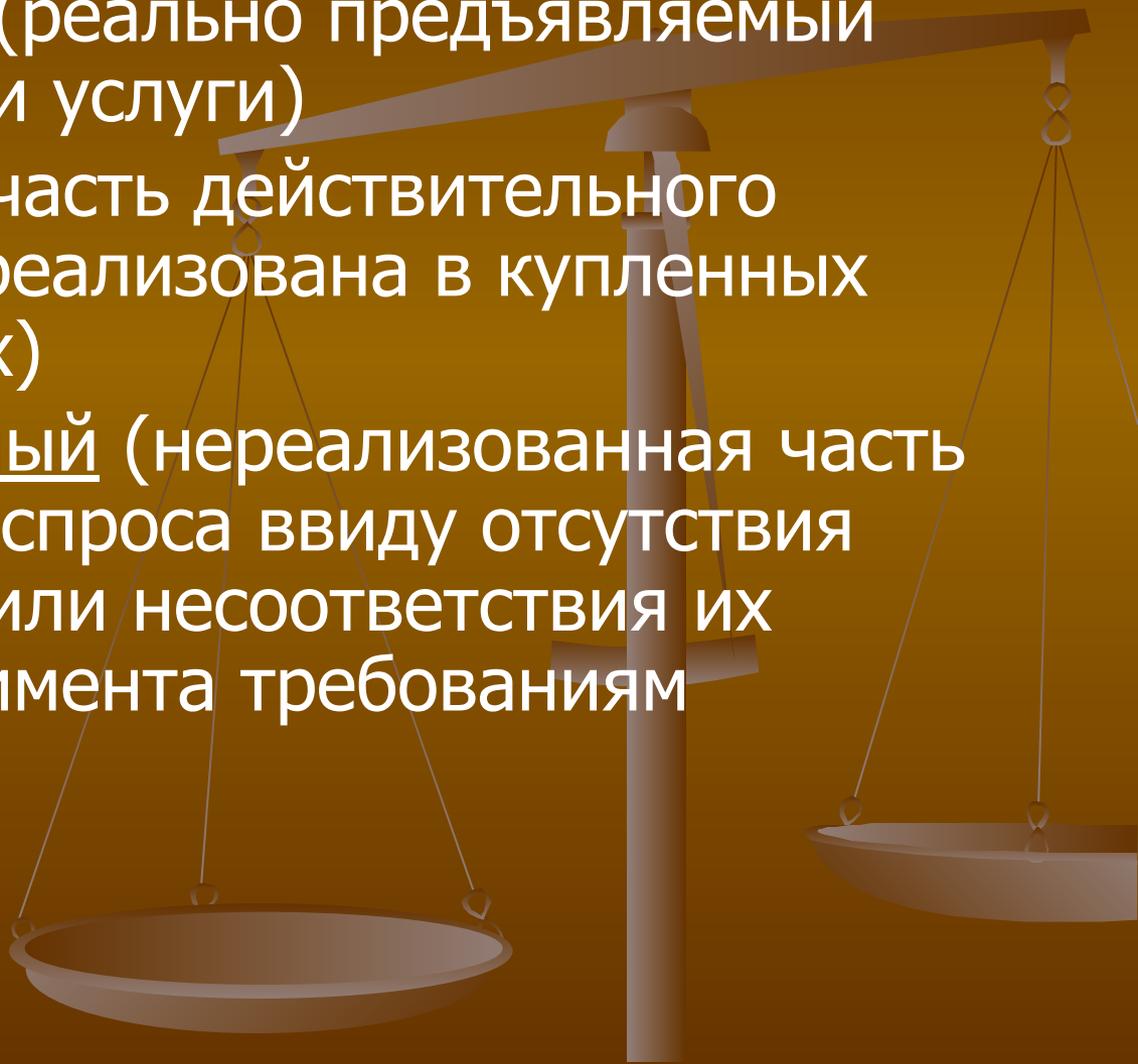
Спрос

- Индивидуальный
- Рыночный
- Совокупный



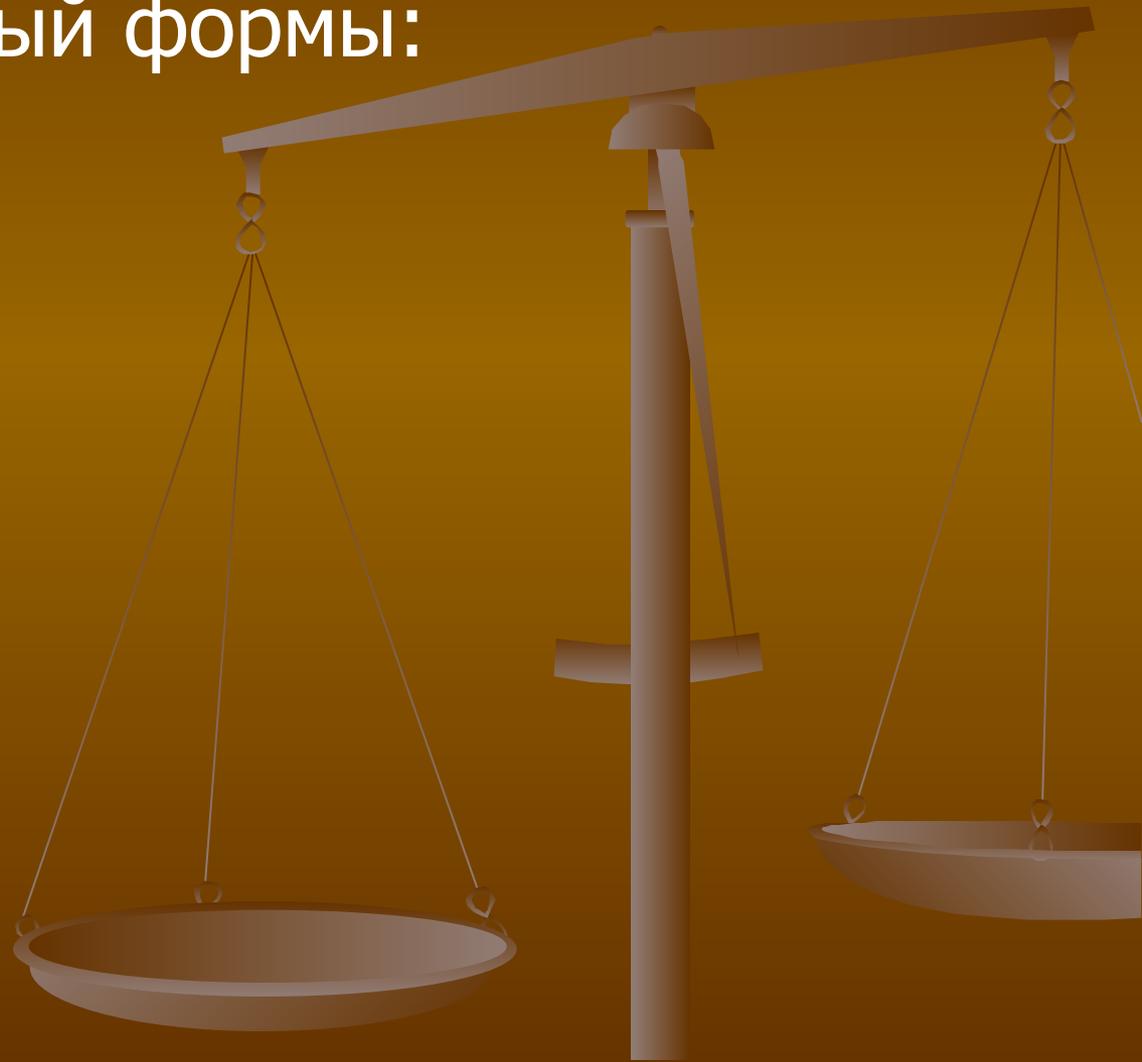
Спрос

- Действительный (реально предъявляемый спрос на товары и услуги)
- Реализованный (часть действительного спроса, которая реализована в купленных товарах и услугах)
- Неудовлетворенный (нереализованная часть действительного спроса ввиду отсутствия нужных товаров или несоответствия их качества, ассортимента требованиям покупателей)



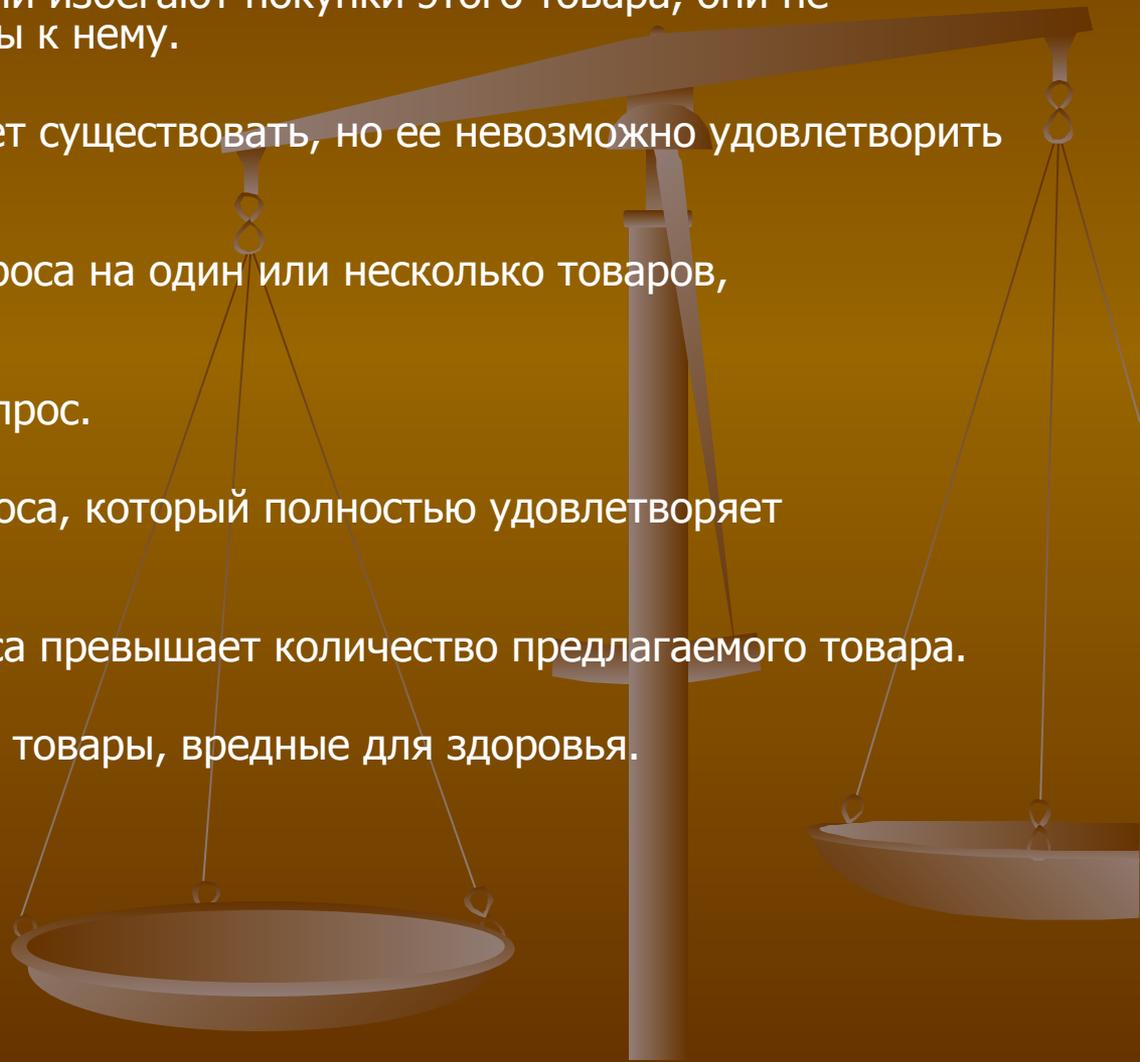
Неудовлетворенный спрос

- Имеет различные формы:
- Скрытый
- Явный
- Текущий
- Мобильный
- накопленный

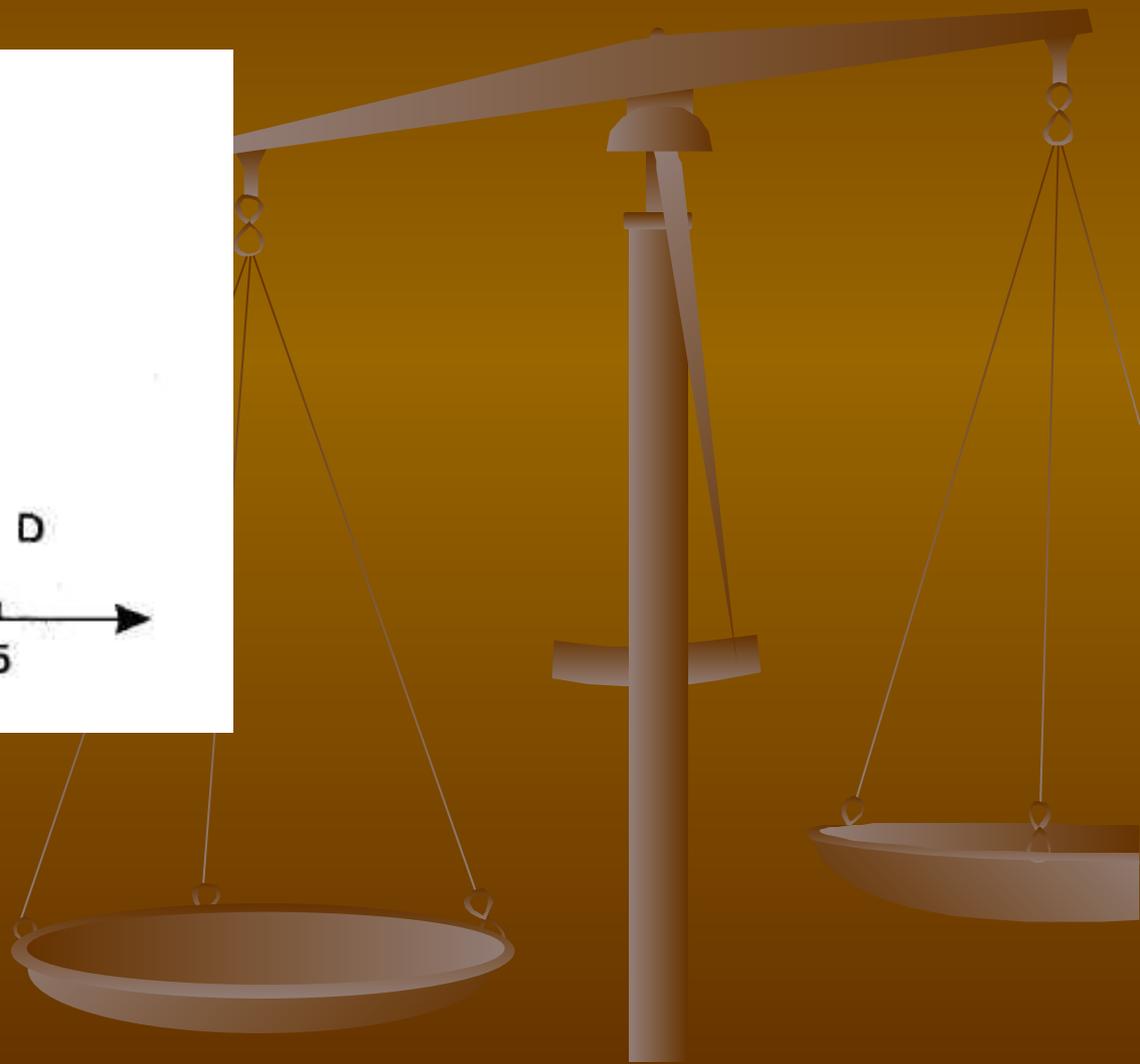
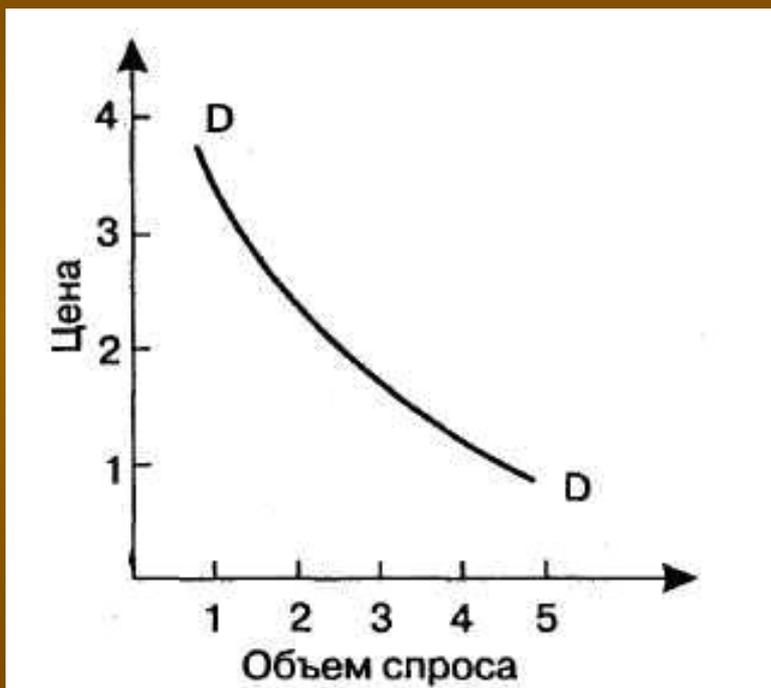


ВИДЫ СПРОСА

- **Отрицательный** - покупатели избегают покупки этого товара, они не заинтересованы и безразличны к нему.
- **Скрытый** - потребность может существовать, но ее невозможно удовлетворить на рынке товаров и услуг.
- **Падающий** - уменьшение спроса на один или несколько товаров, производимых предприятием.
- **Нерегулярный** - сезонный спрос.
- **Полноценный** - уровень спроса, который полностью удовлетворяет предприятие.
- **Чрезмерный** - уровень спроса превышает количество предлагаемого товара.
- **Нерациональный** - спрос на товары, вредные для здоровья.



Функция спроса



Индивидуальный спрос

- - спрос, предъявляемый на рынке отдельным покупателем

Цена ед. (руб.)	Величи на спроса А (ед)	Величи на спроса В (ед.)
10	0	0
8	0	2
6	2	5
4	5	10

Рыночный спрос

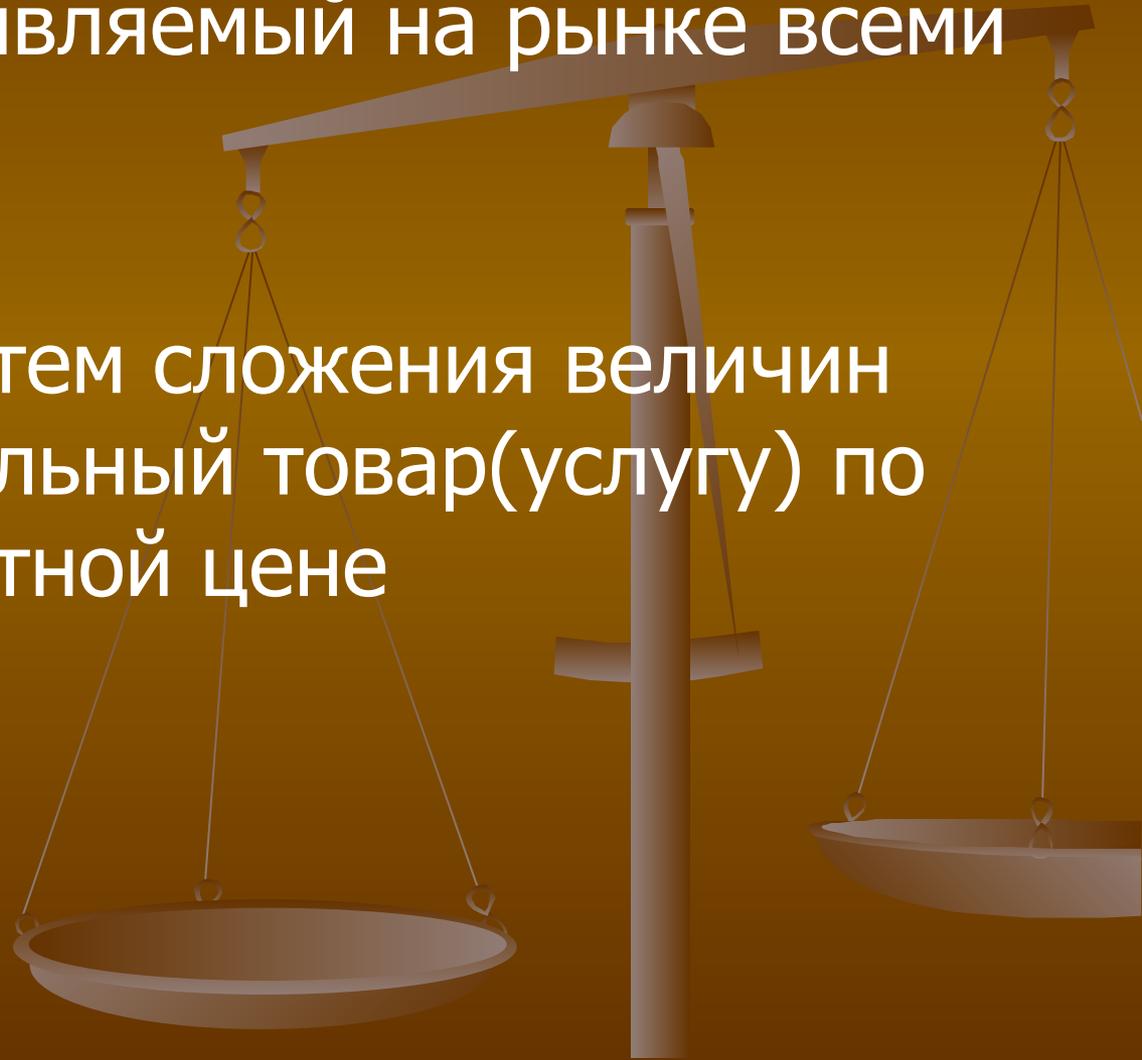
- - спрос, предъявляемый на рынке всеми Покупателями (А и В)

Цена ед. (руб.)	Величина спроса А (ед)	Величина спроса В (ед.)	Рыночный спрос
10	0	0	0
8	0	2	2
6	2	5	7
4	5	10	15

Рыночный спрос

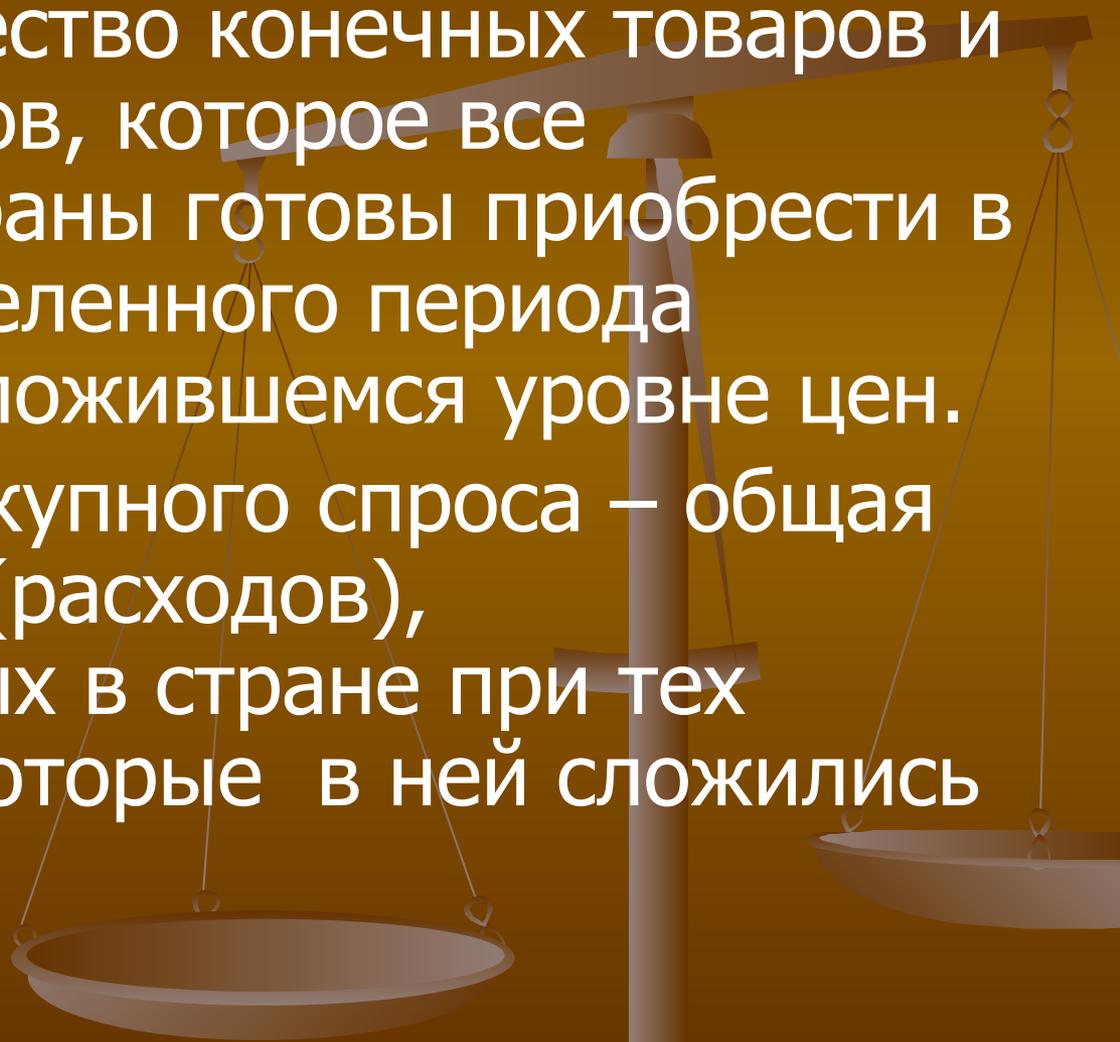
- - спрос, предъявляемый на рынке всеми покупателями

определяется путем сложения величин спроса на отдельный товар(услугу) по каждой конкретной цене



Совокупный спрос

- - общее количество конечных товаров и услуг всех видов, которое все покупатели страны готовы приобрести в течение определенного периода времени при сложившемся уровне цен.
- Величина совокупного спроса – общая сумма покупок(расходов), осуществляемых в стране при тех уровнях цен, которые в ней сложились

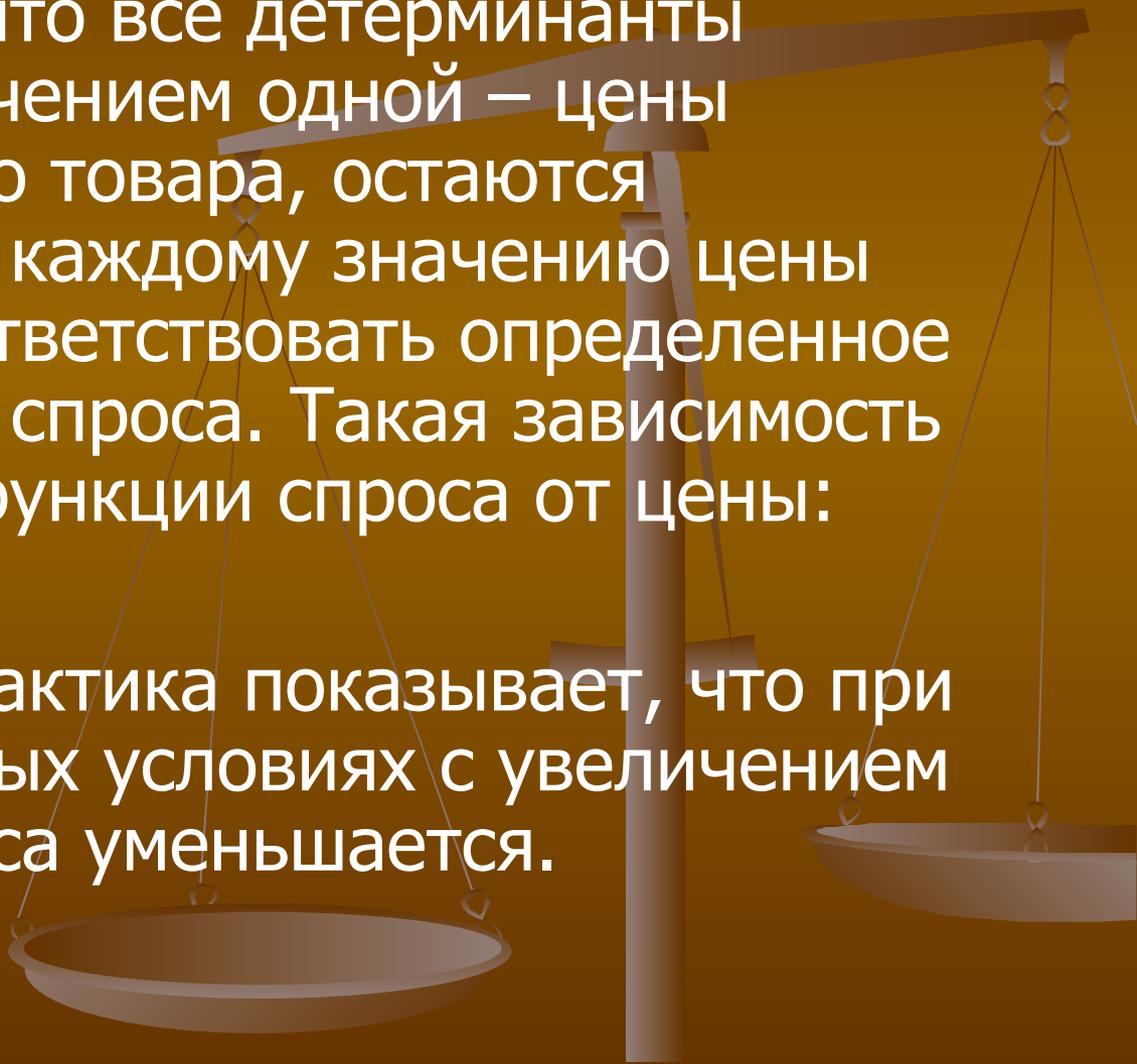


Закон спроса

- Если допустить, что все детерминанты спроса, за исключением одной – цены рассматриваемого товара, остаются неизменными, то каждому значению цены товара будет соответствовать определенное значение объема спроса. Такая зависимость носит название функции спроса от цены:

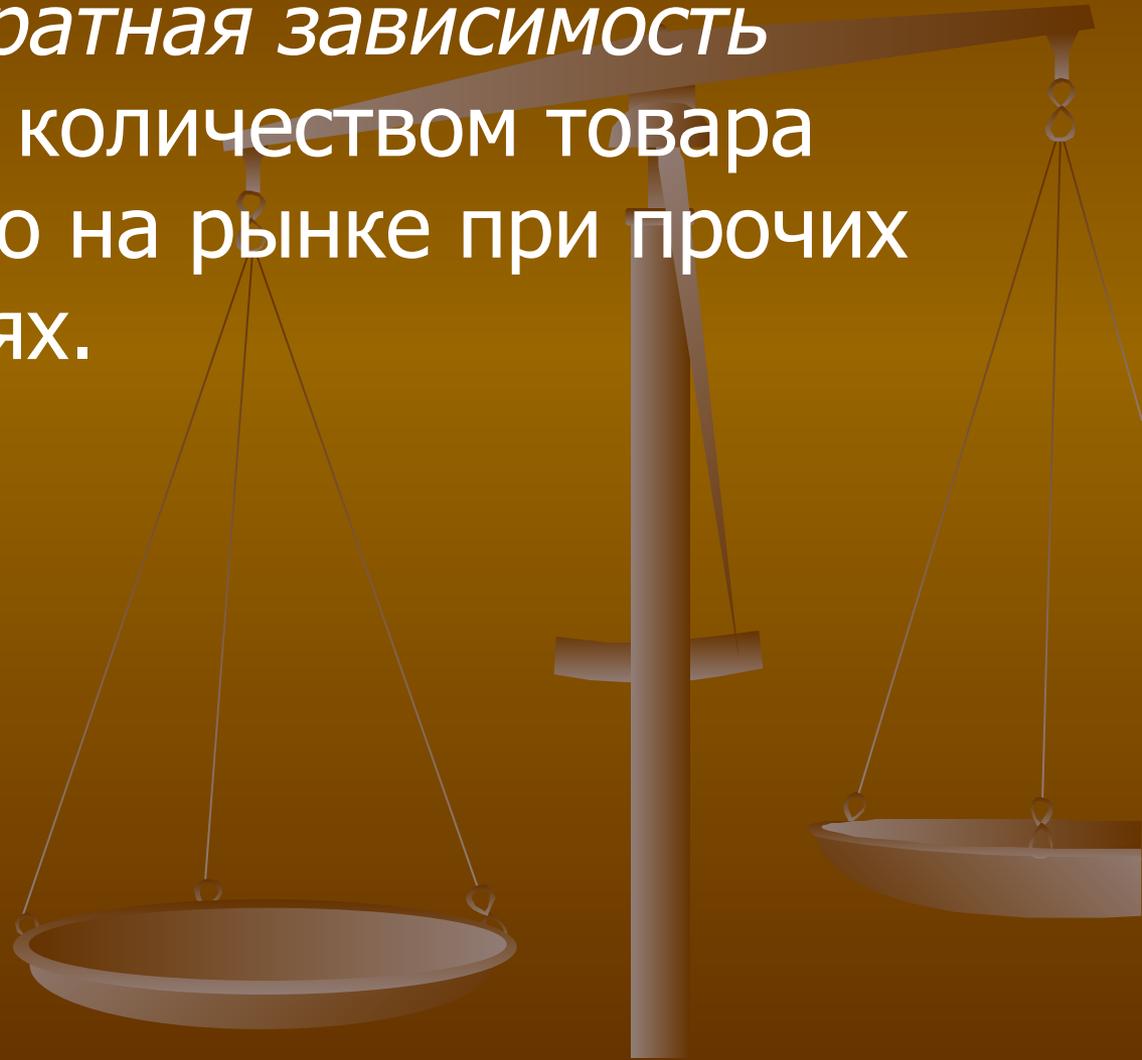
$$Q_d = f(P).$$

- Повседневная практика показывает, что при прочих неизменных условиях с увеличением цены объем спроса уменьшается.



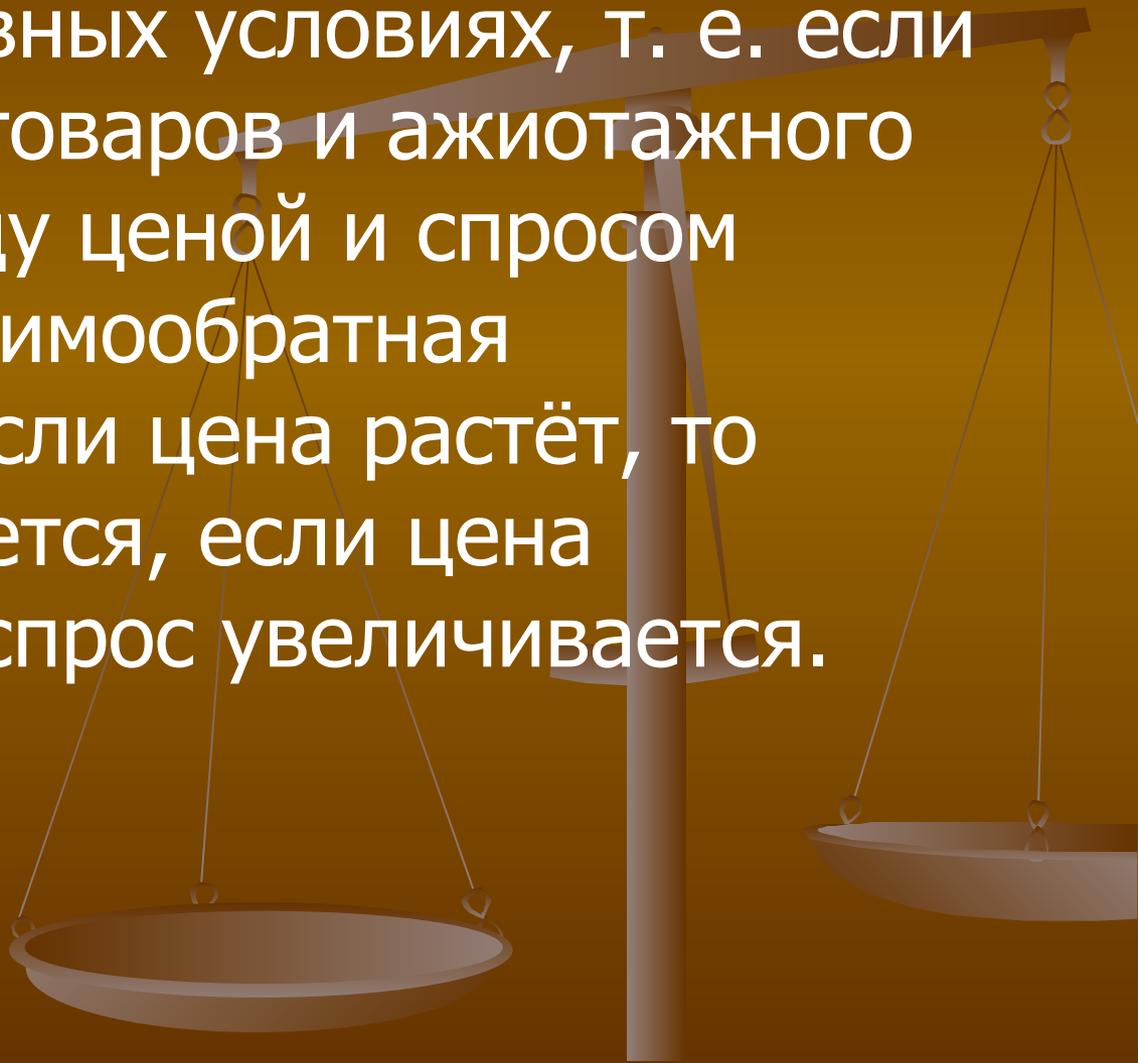
Закон спроса

- Существует *обратная зависимость* между ценой и количеством товара приобретаемого на рынке при прочих равных условиях.



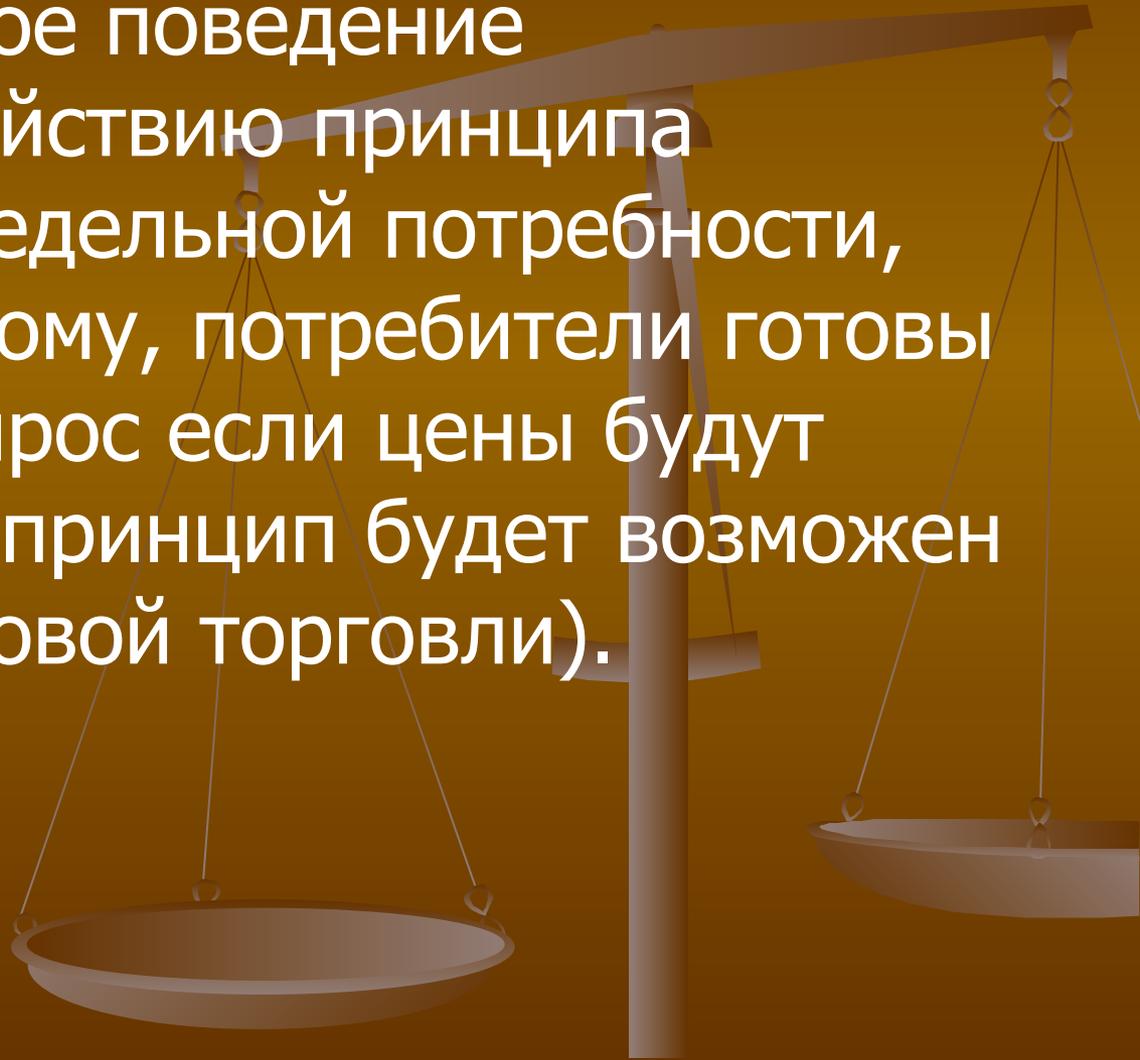
Закон спроса

- При прочих равных условиях, т. е. если нет дефицита товаров и ажиотажного спроса, - между ценой и спросом существует взаимнообратная зависимость: если цена растёт, то спрос сокращается, если цена снижается, то спрос увеличивается.



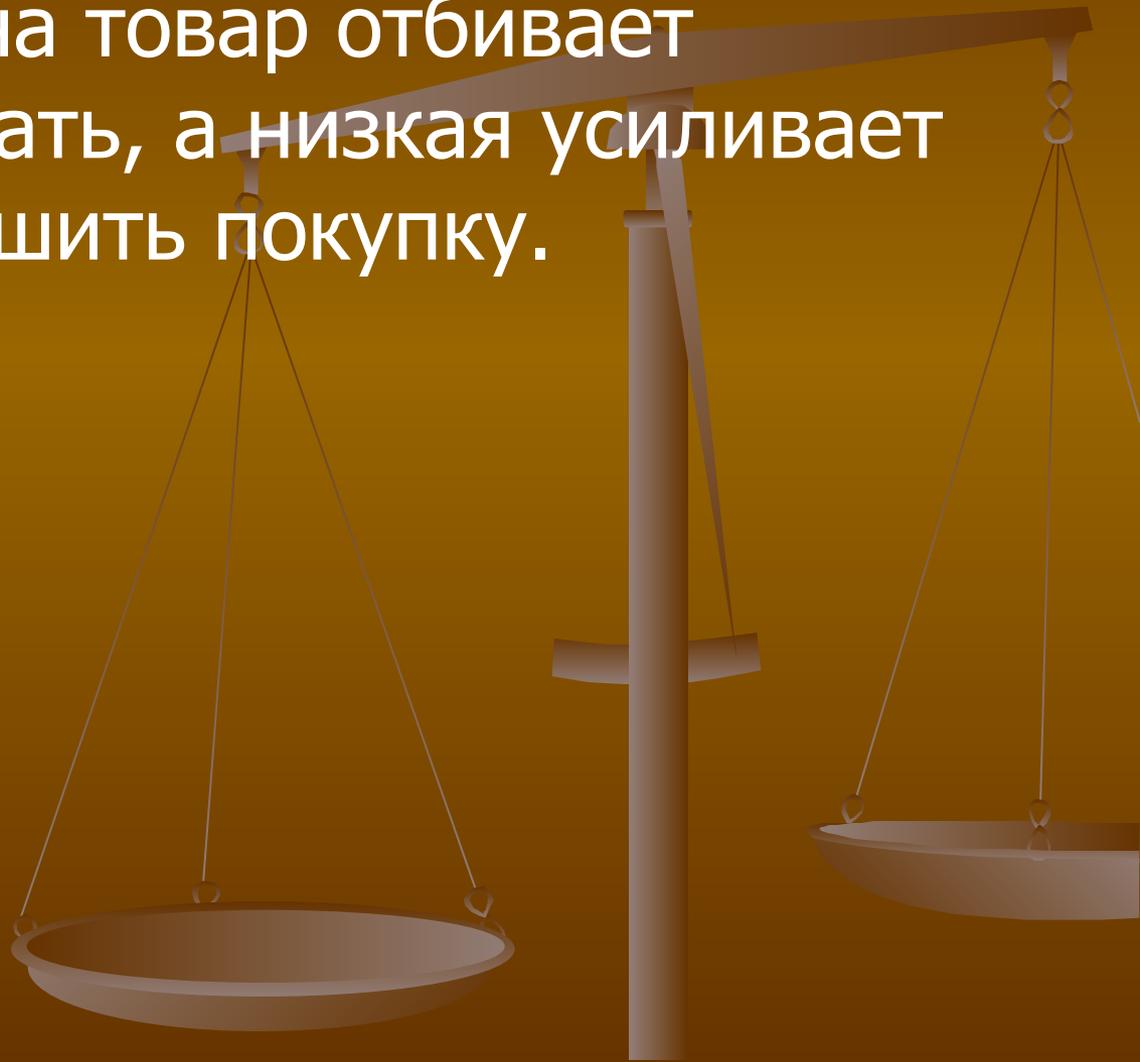
Следствие из закона спроса

- Потребительское поведение подвержено действию принципа убывающей предельной потребности, согласно которому, потребители готовы увеличивать спрос если цены будут снижены (этот принцип будет возможен в условиях оптовой торговли).



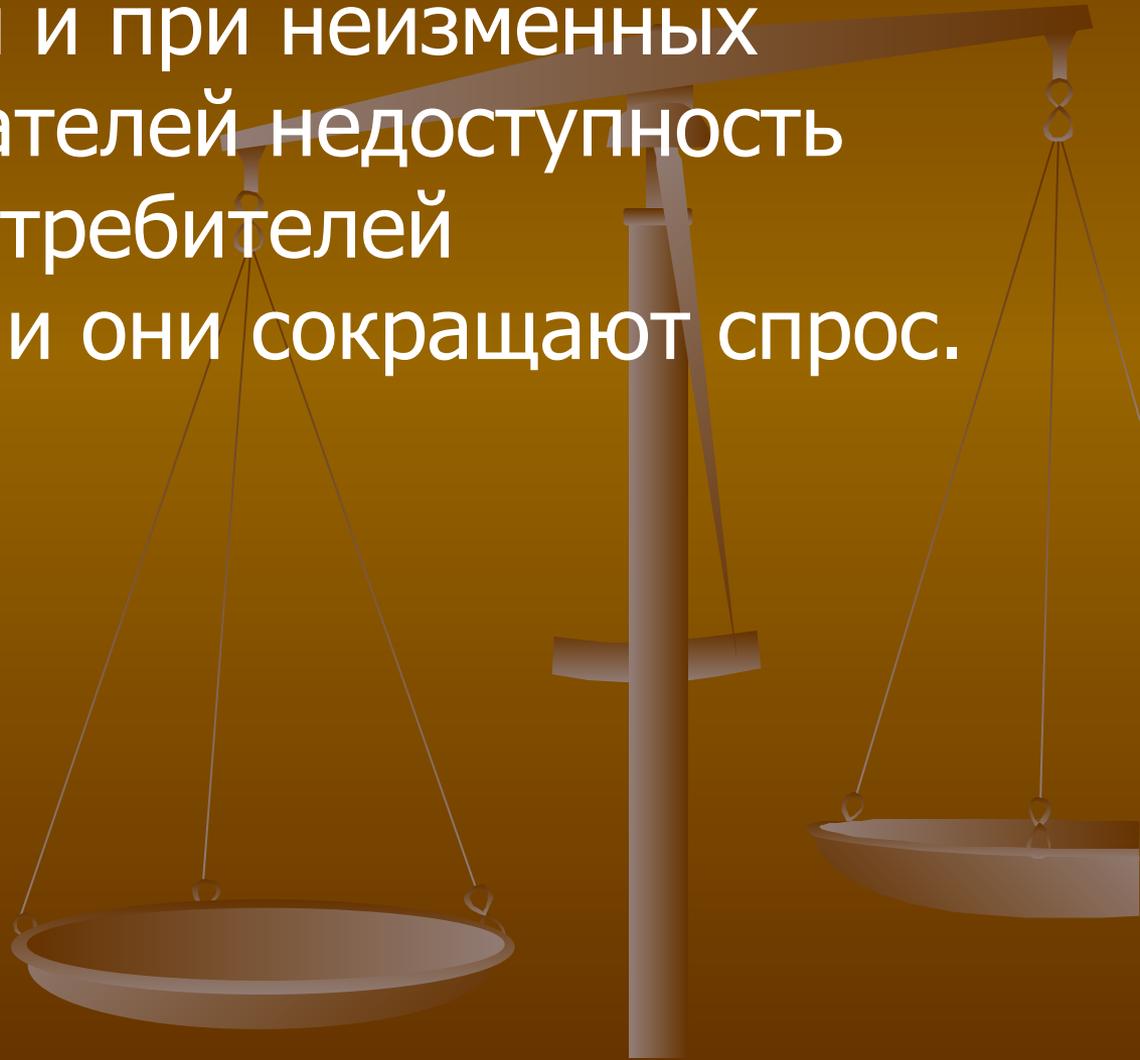
следствие

- Высокая цена на товар отбивает желание покупать, а низкая усиливает желание совершить покупку.



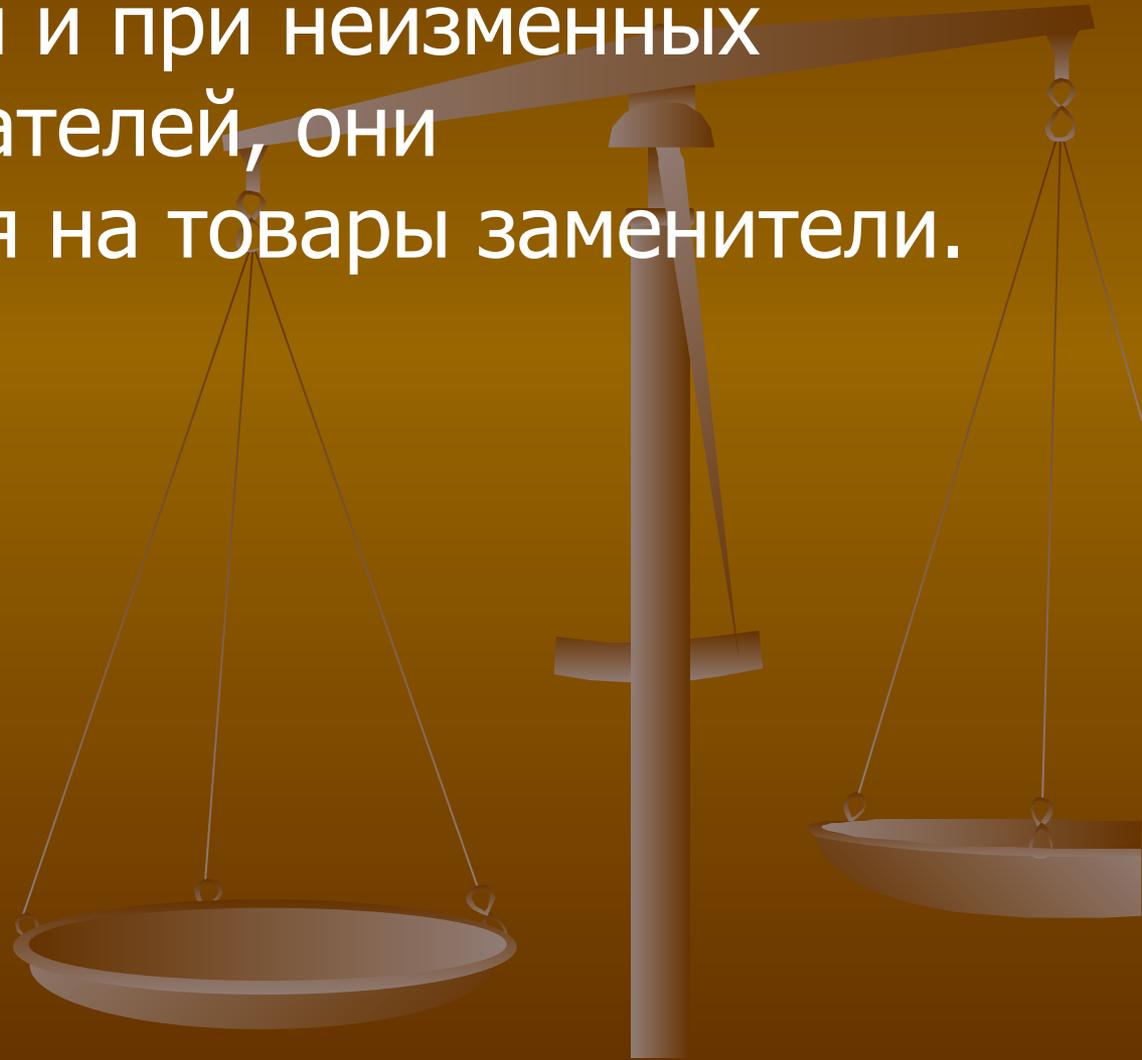
«Эффект дохода»

- – с ростом цен и при неизменных доходах покупателей недоступность товаров для потребителей увеличивается и они сокращают спрос.



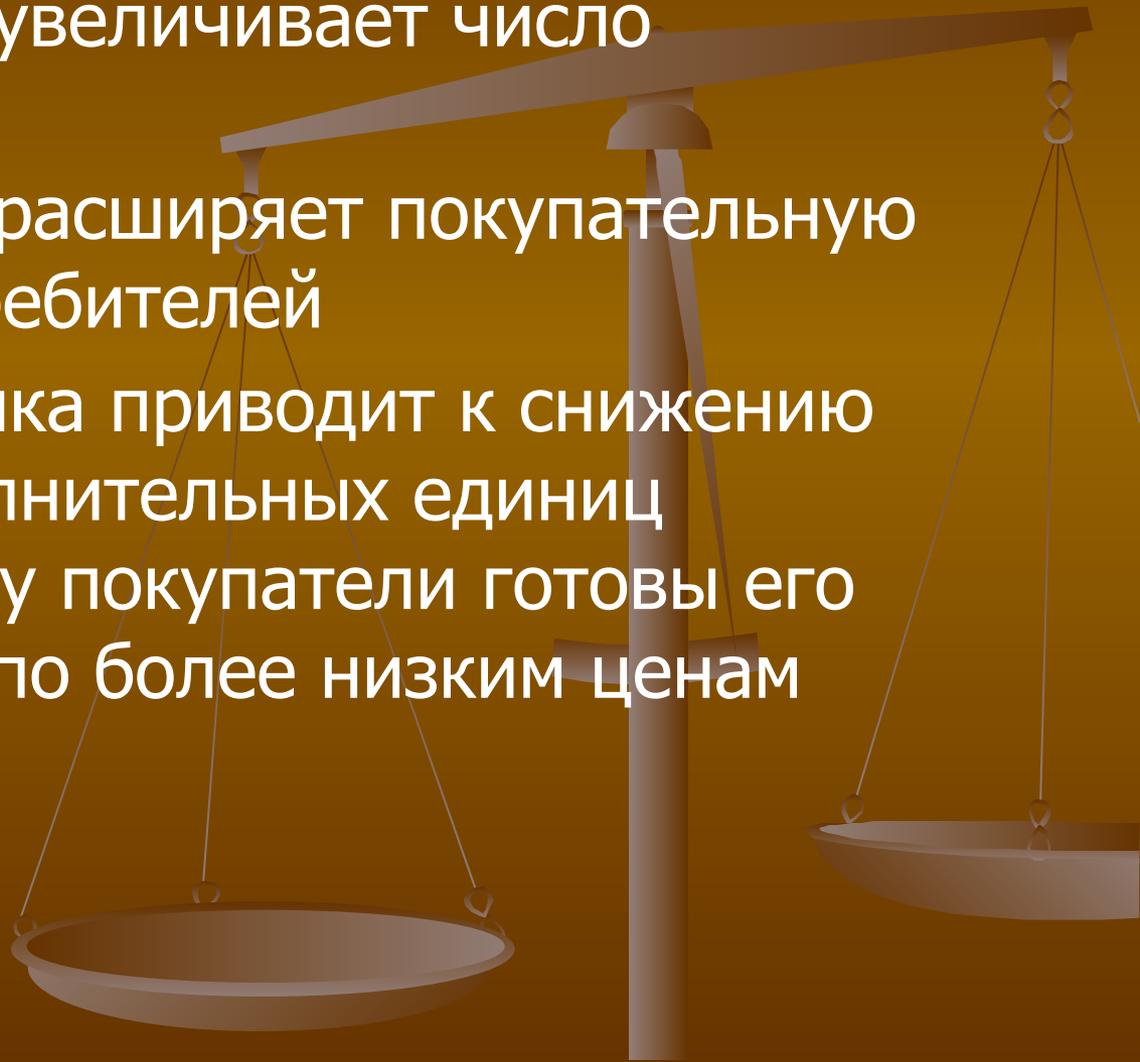
«Эффект замещения»

- – с ростом цен и при неизменных доходах покупателей, они переключаются на товары заменители.



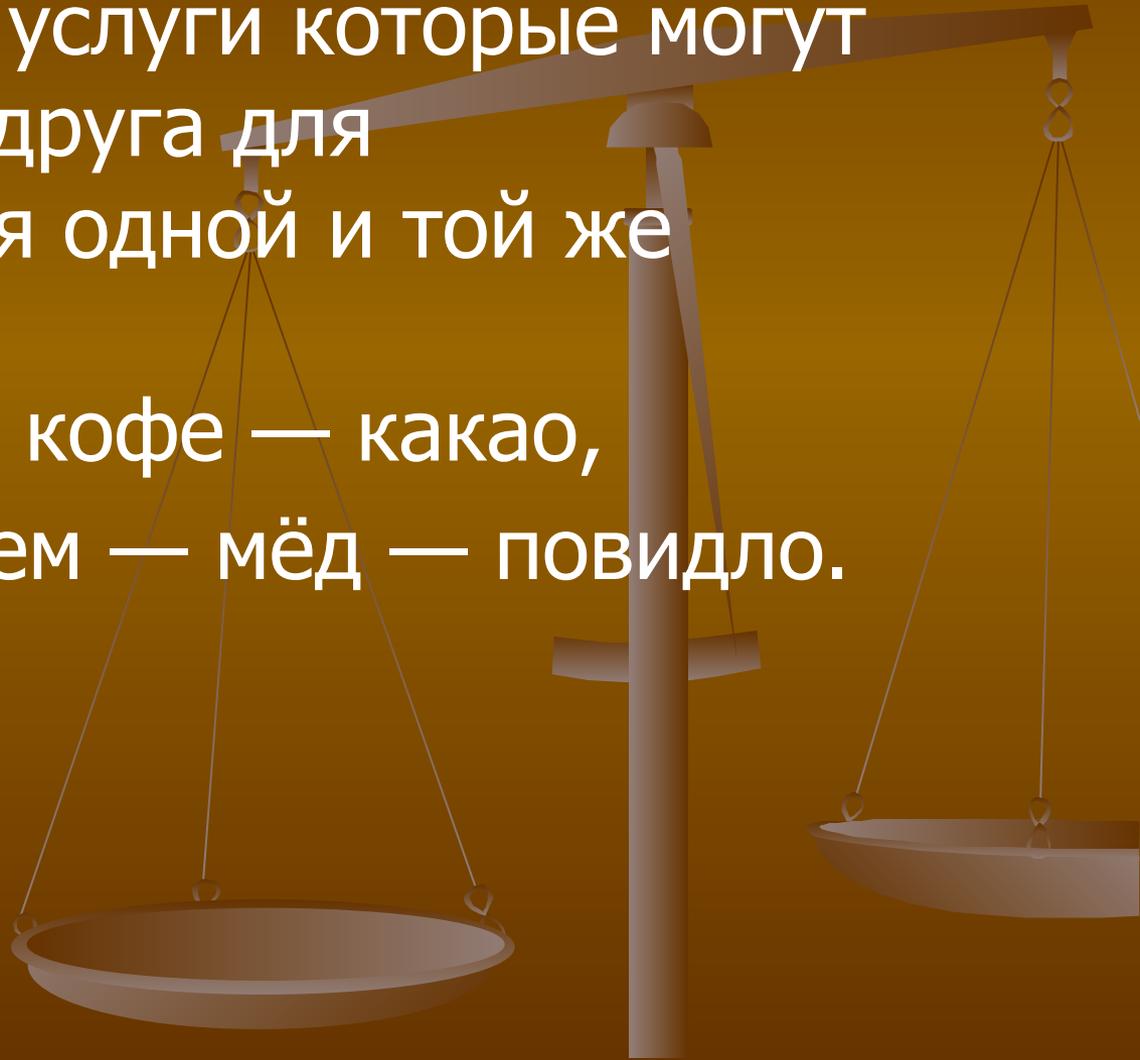
Причины существования обратной зависимости

- 1. снижение цен увеличивает число покупателей
- 2. снижение цен расширяет покупательную способность потребителей
- 3. насыщение рынка приводит к снижению полезности дополнительных единиц продукта, поэтому покупатели готовы его покупать только по более низким ценам



Товары заменители (субституты)

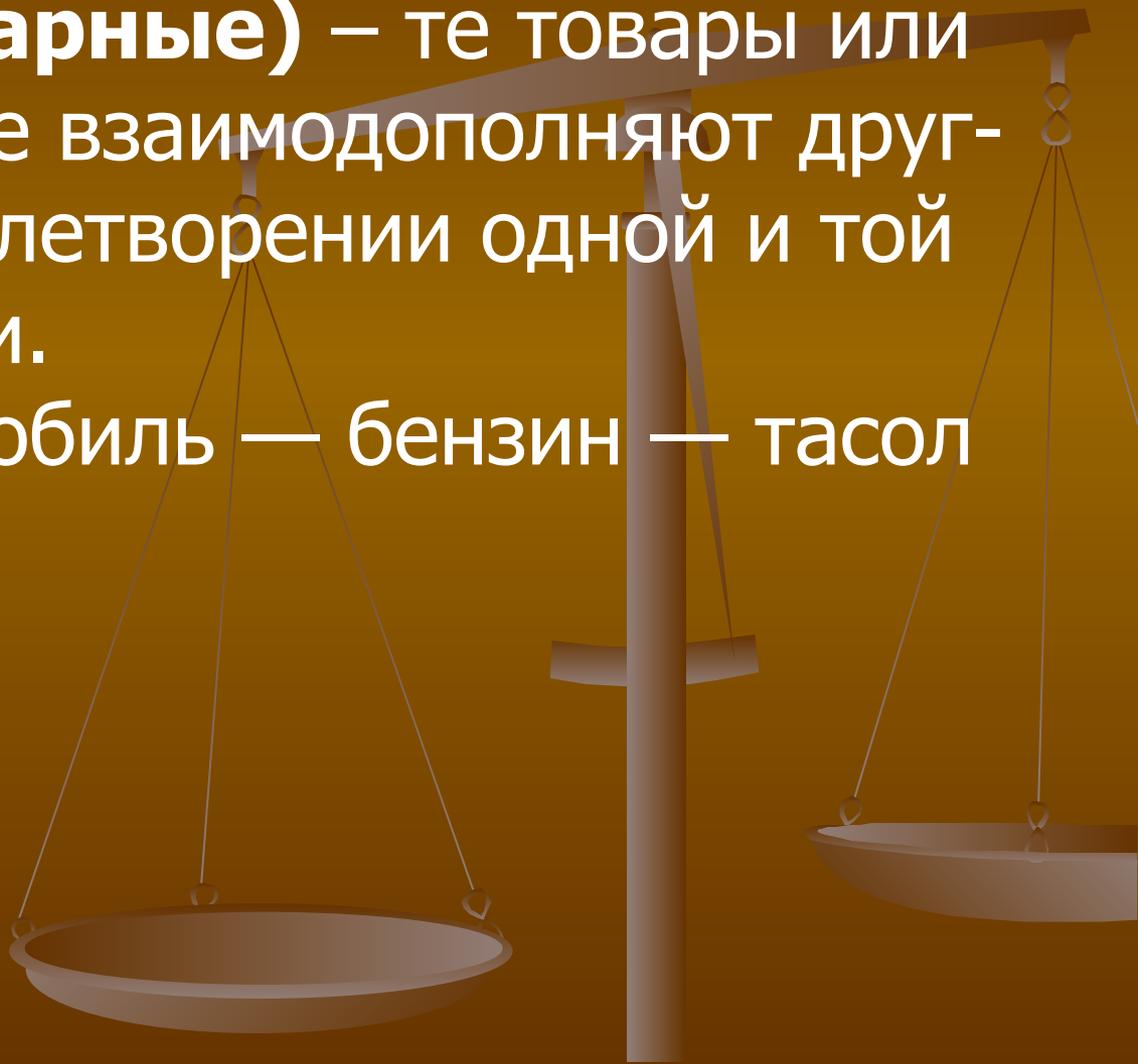
- — товары или услуги которые могут заменять друг-друга для удовлетворения одной и той же потребности.
Пример: чай — кофе — какао,
- варенье — джем — мёд — повидло.



Взаимодополняемые товары

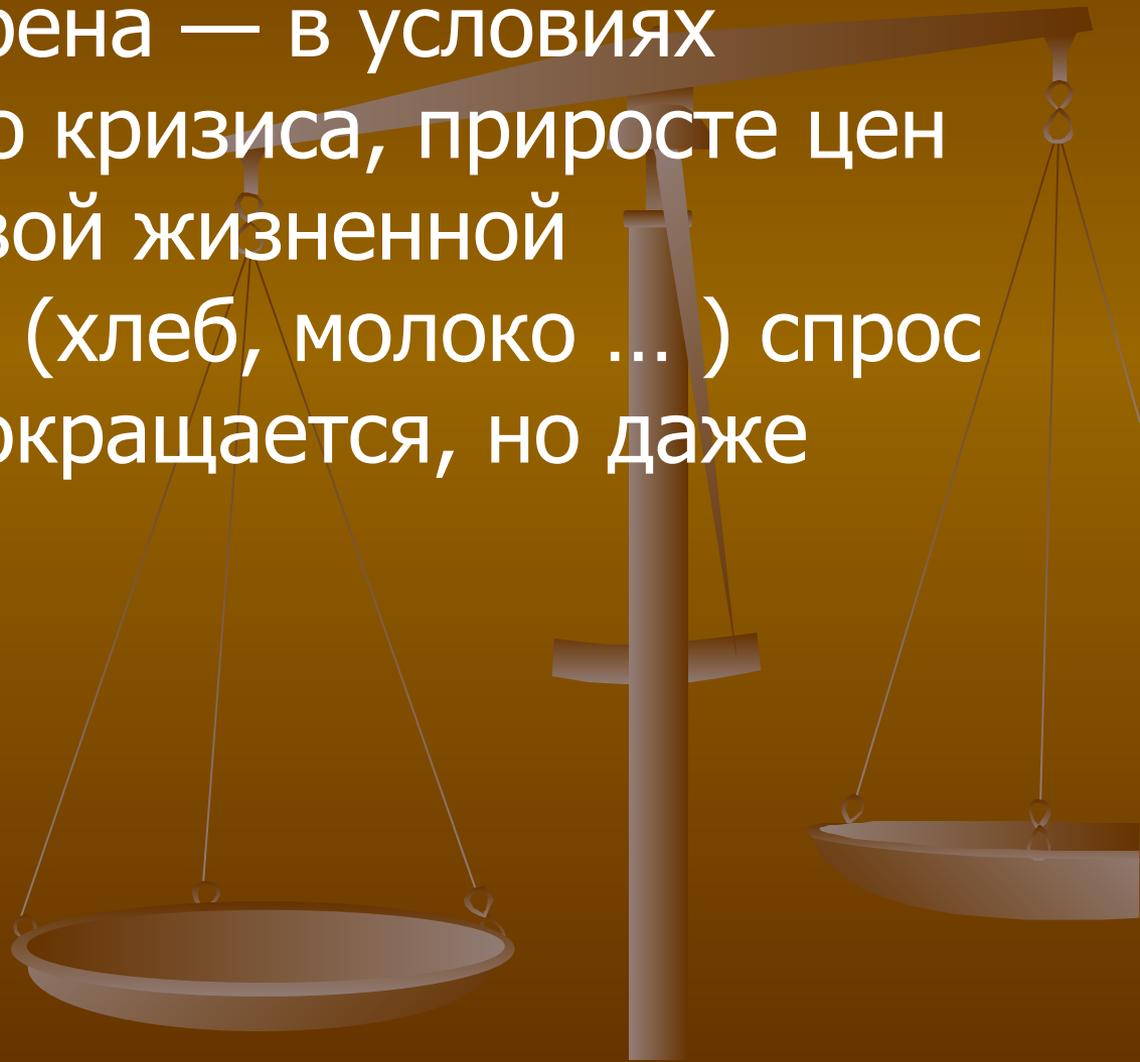
- **(комплементарные)** – те товары или услуги, которые взаимодополняют друг друга при удовлетворении одной и той же потребности.

Пример: автомобиль — бензин — тасол
— колёса — ...



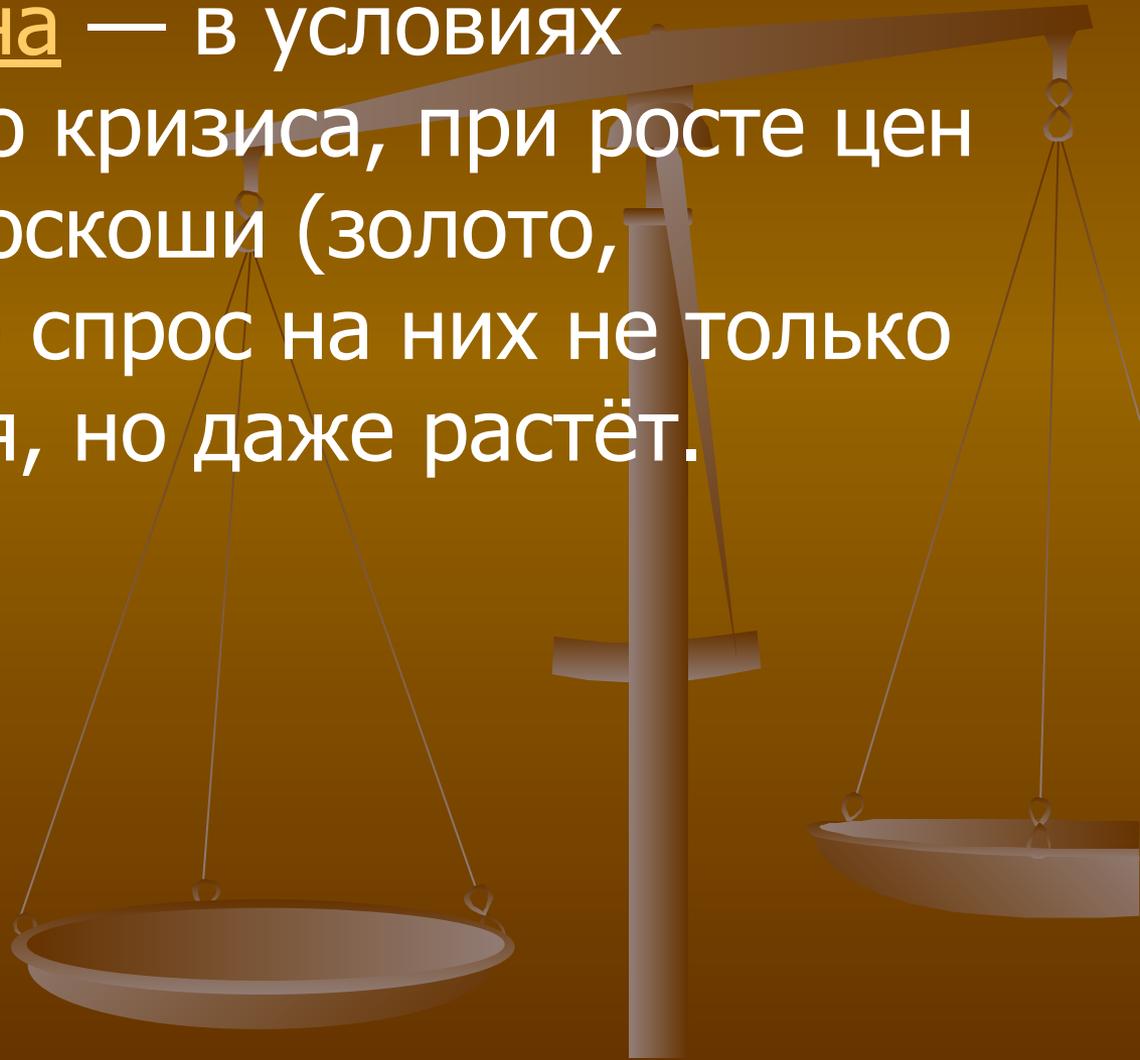
ИСКЛЮЧЕНИЯ

- Парадокс Гиффена — в условиях экономического кризиса, при росте цен на товары первой жизненной необходимости (хлеб, молоко ...) спрос не только не сокращается, но даже растёт.



ИСКЛЮЧЕНИЯ

- Эффект Веблена — в условиях экономического кризиса, при росте цен на предметы роскоши (золото, бриллианты ...) спрос на них не только не сокращается, но даже растёт.



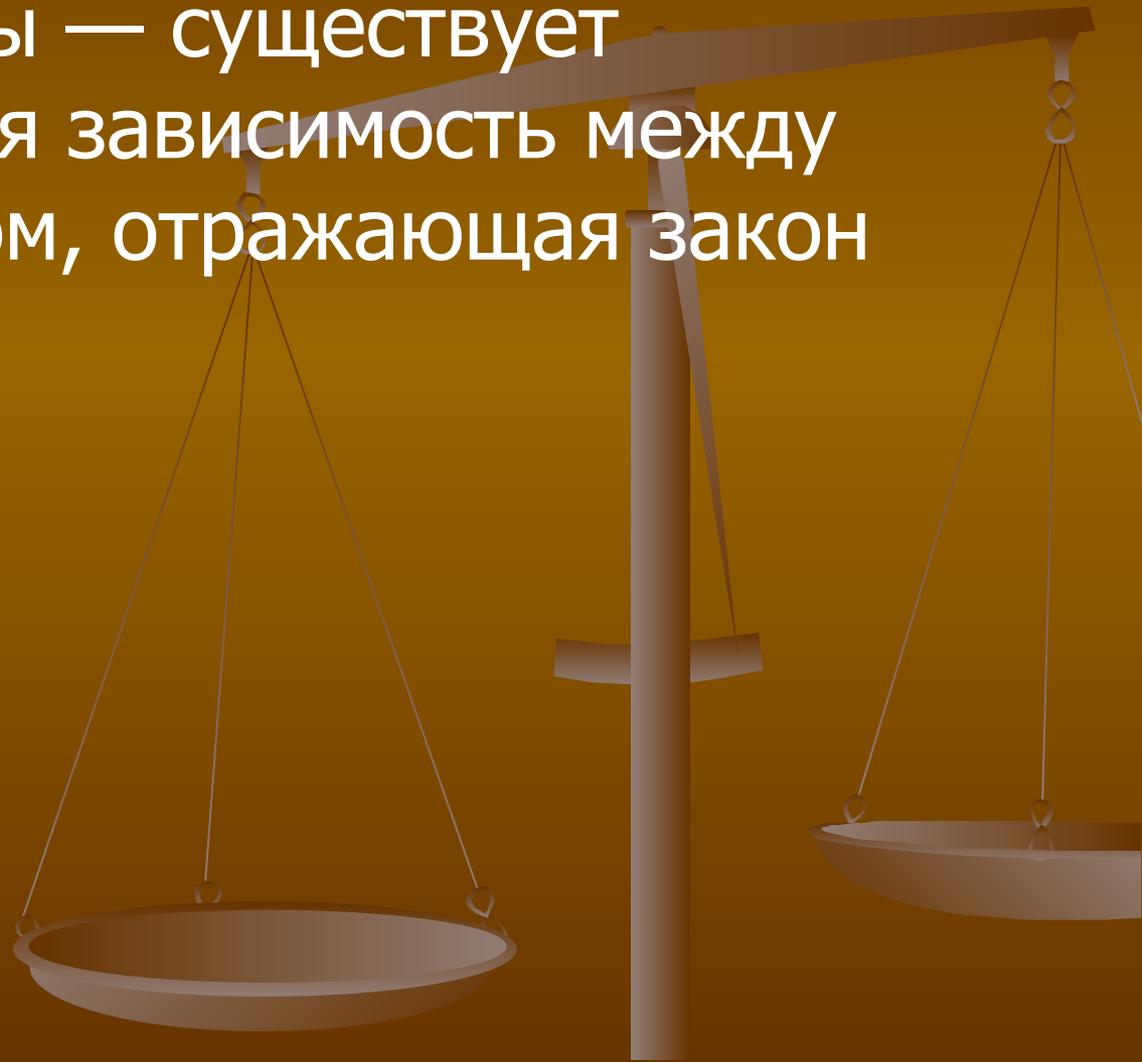
Эффект СНОБА

- - в условиях экономического кризиса субъекты склонны производить закупки в прок.



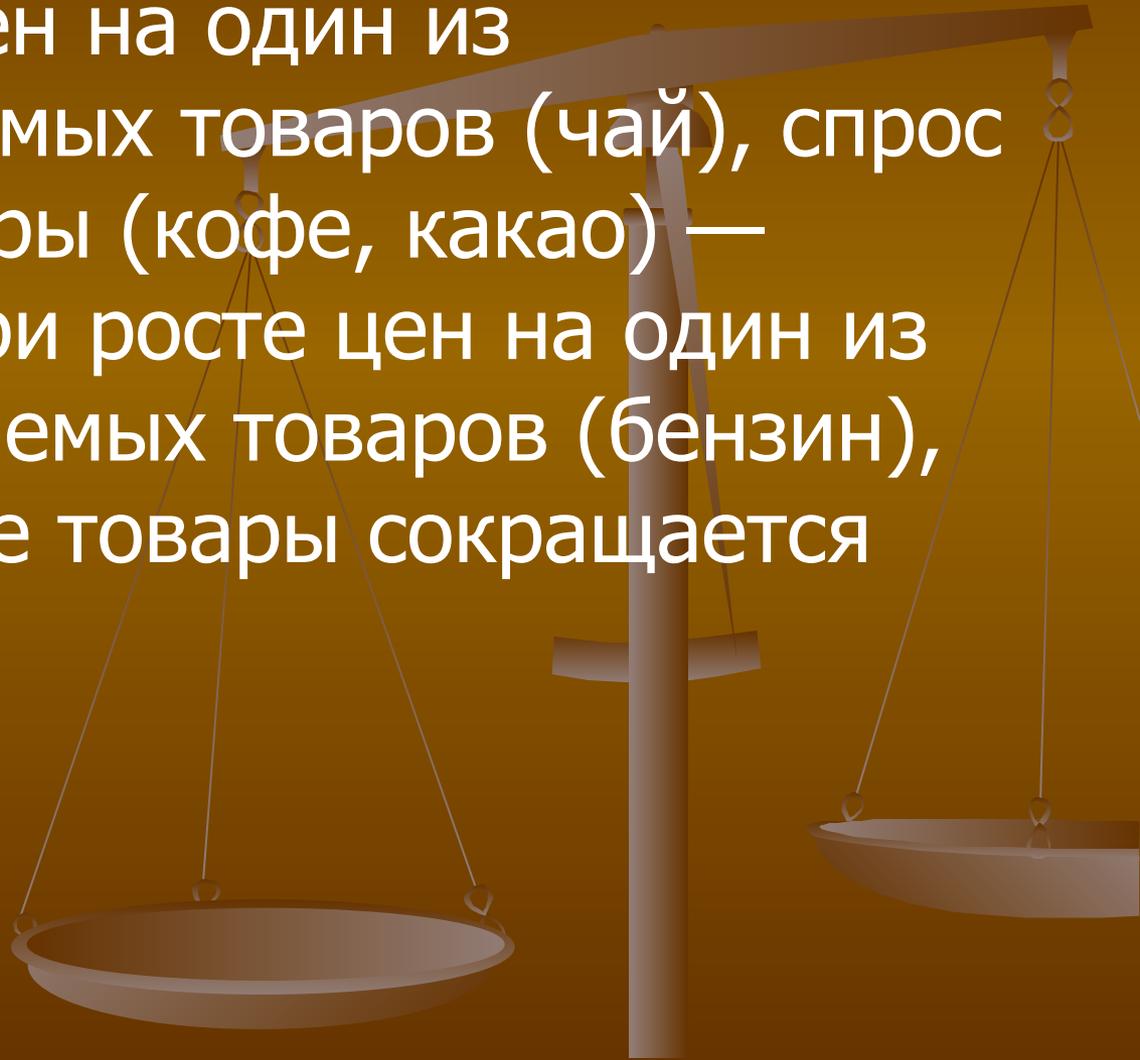
Ценовые факторы, влияющие на спрос:

- Цены на товары — существует
взаимнообратная зависимость между
ценой и спросом, отражающая закон
спроса.



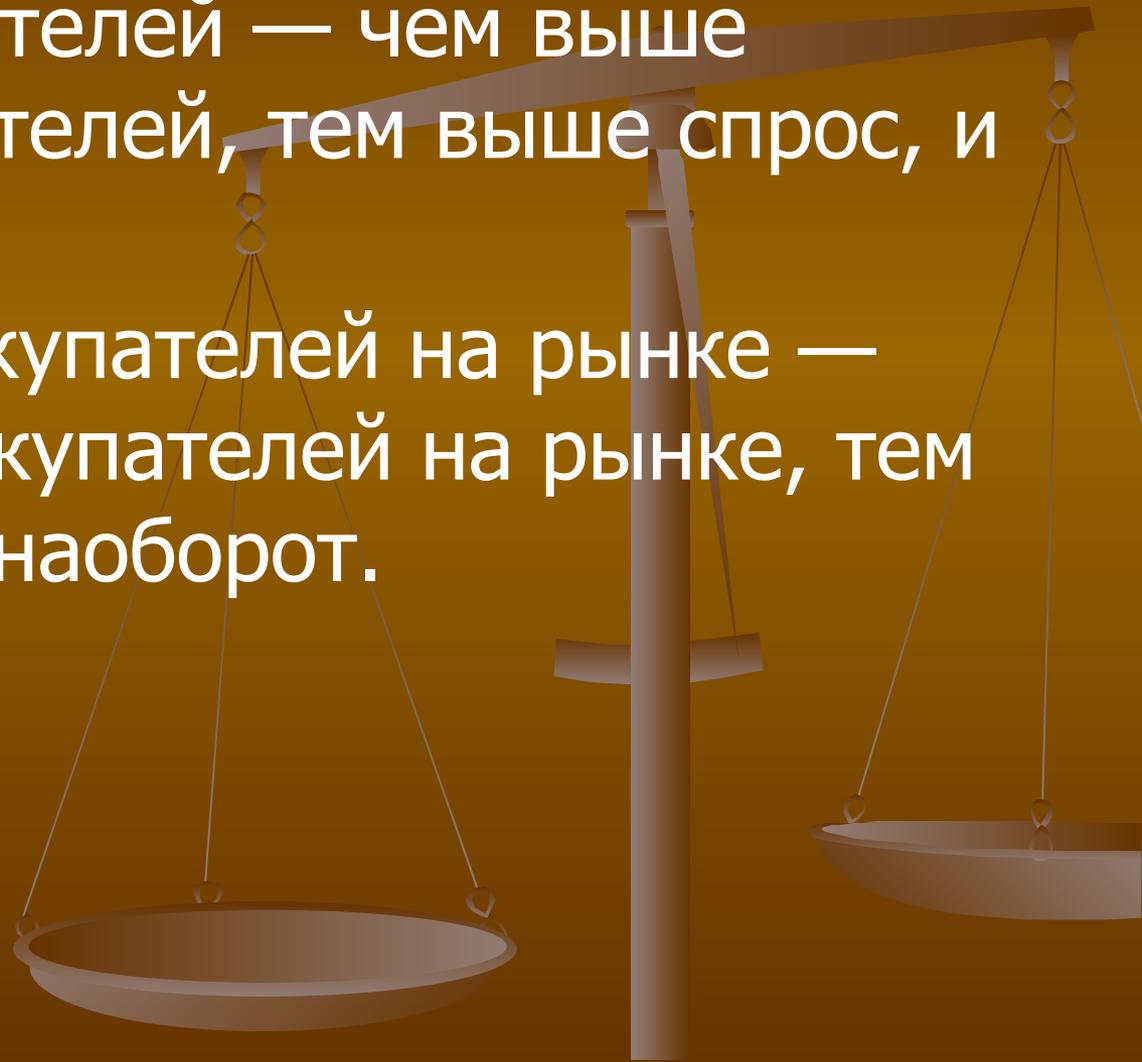
Цены на сопряжённые товары (взаимодополняемые и взаимодополняемые товары)

- — при росте цен на один из взаимозаменяемых товаров (чай), спрос на другие товары (кофе, какао) — возрастает. При росте цен на один из взаимодополняемых товаров (бензин), спрос на другие товары сокращается (автомобили).



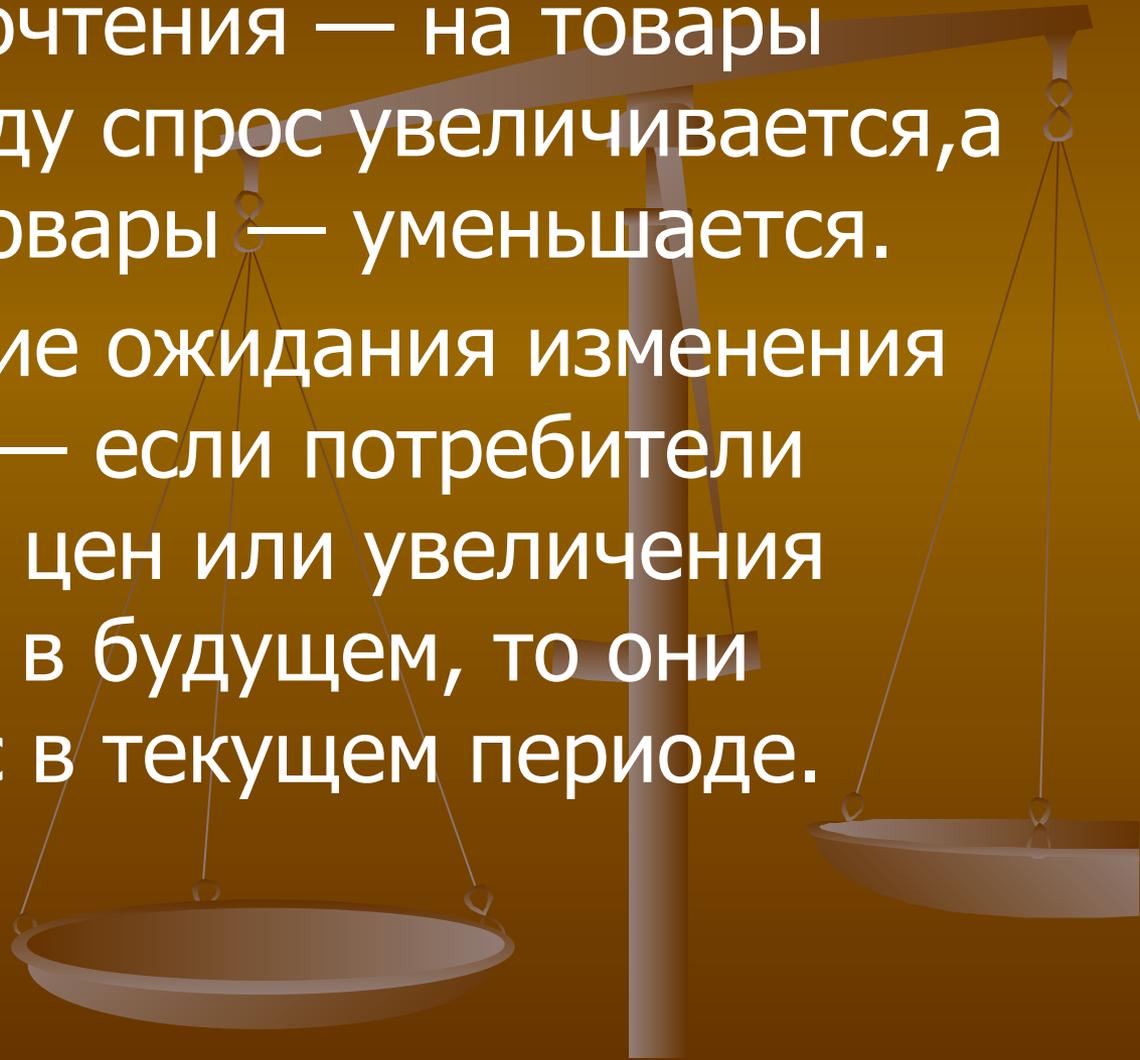
Неценовые факторы

- Доходы покупателей — чем выше доходы покупателей, тем выше спрос, и наоборот.
- Количество покупателей на рынке — чем больше покупателей на рынке, тем выше спрос, и наоборот.



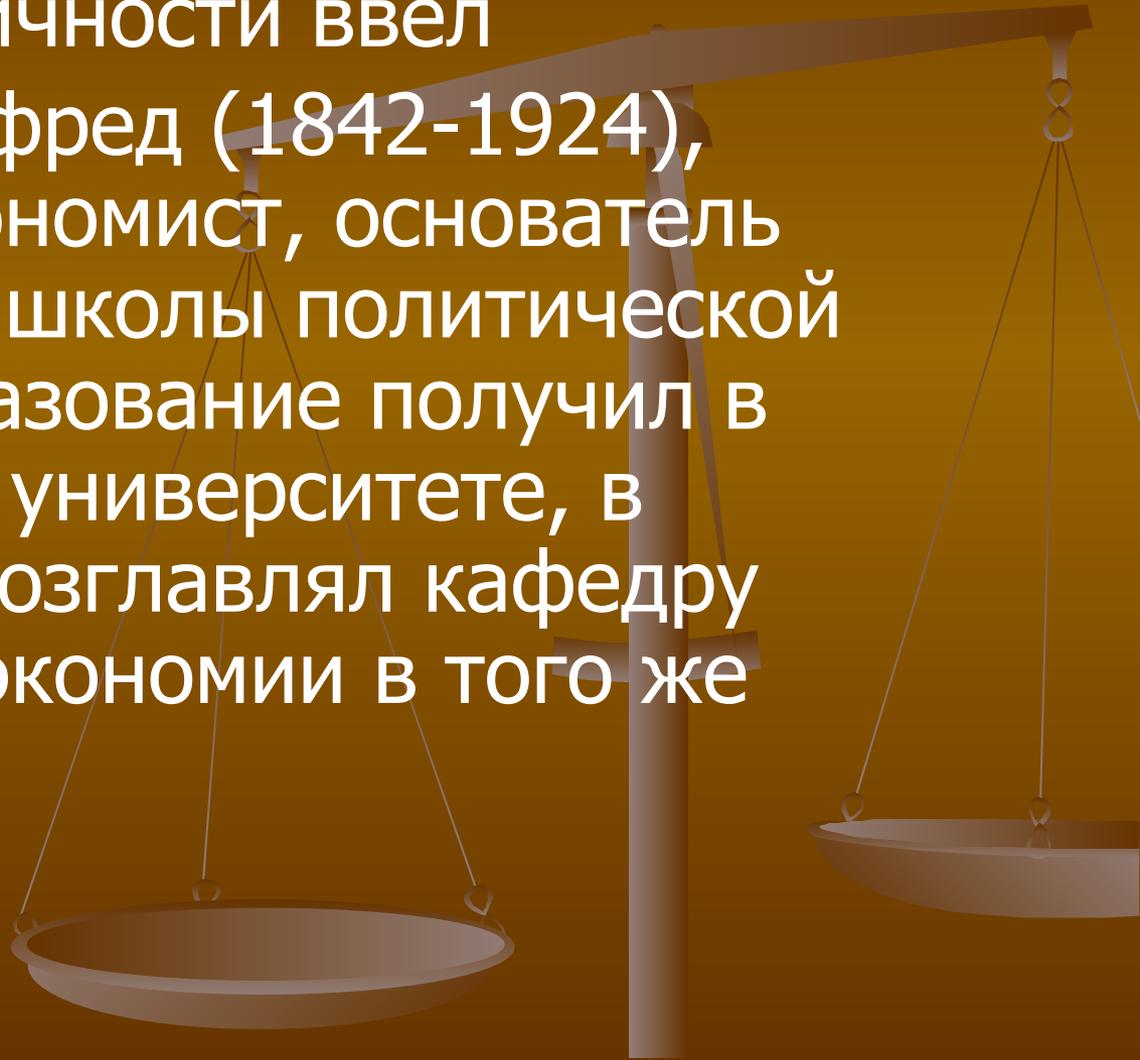
А также

- Вкусы и предпочтения — на товары входящие в моду спрос увеличивается, а на немодные товары — уменьшается.
- Потребительские ожидания изменения цен и доходов — если потребители ожидают роста цен или увеличения своих доходов в будущем, то они увеличат спрос в текущем периоде.



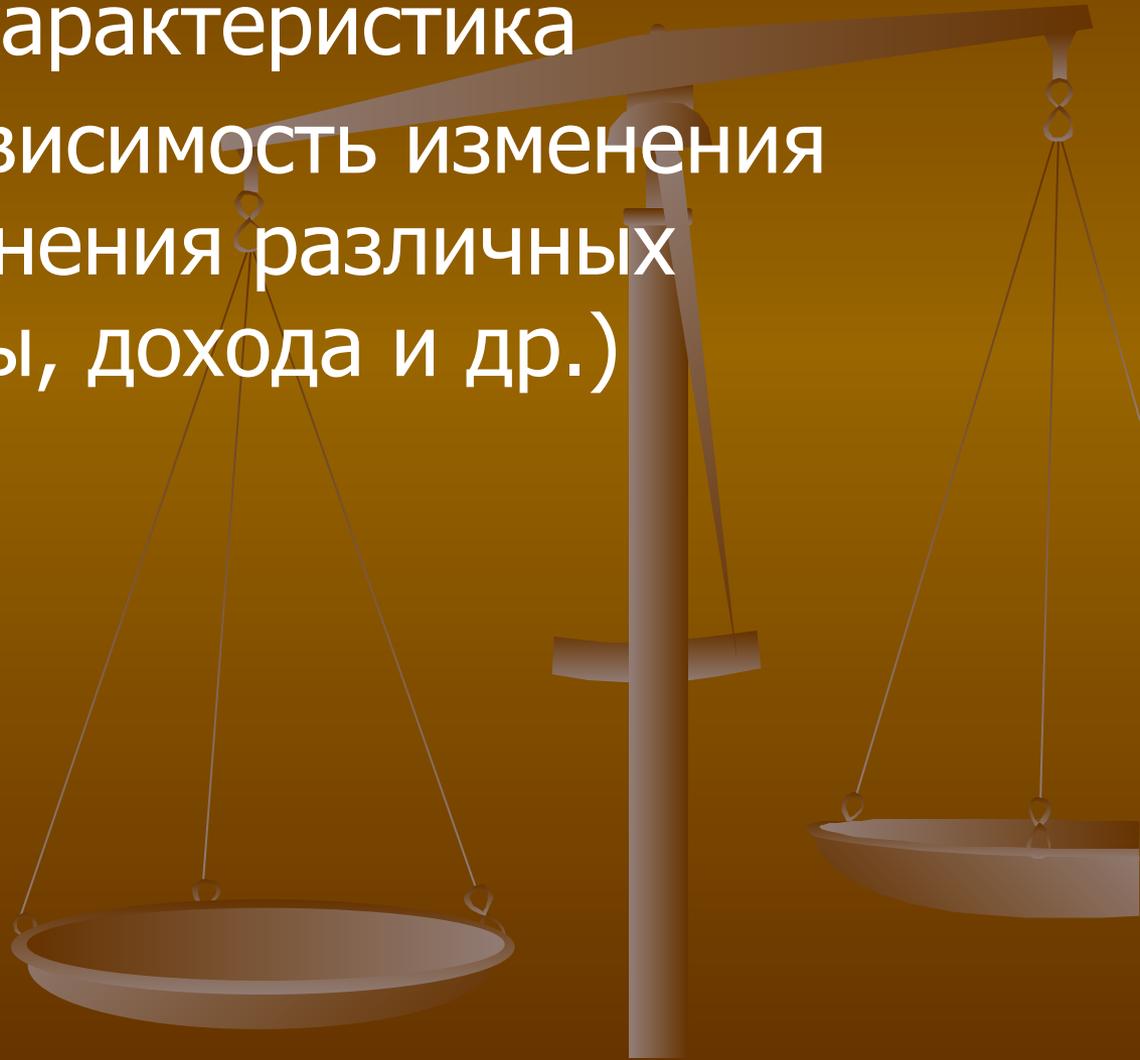
Эластичность спроса

- Понятие эластичности ввел
- МАРШАЛЛ Альфред (1842-1924), английский экономист, основатель Кембриджской школы политической экономики. Образование получил в Кембриджском университете, в 1885-1908 гг. возглавлял кафедру политической экономики в того же университета.



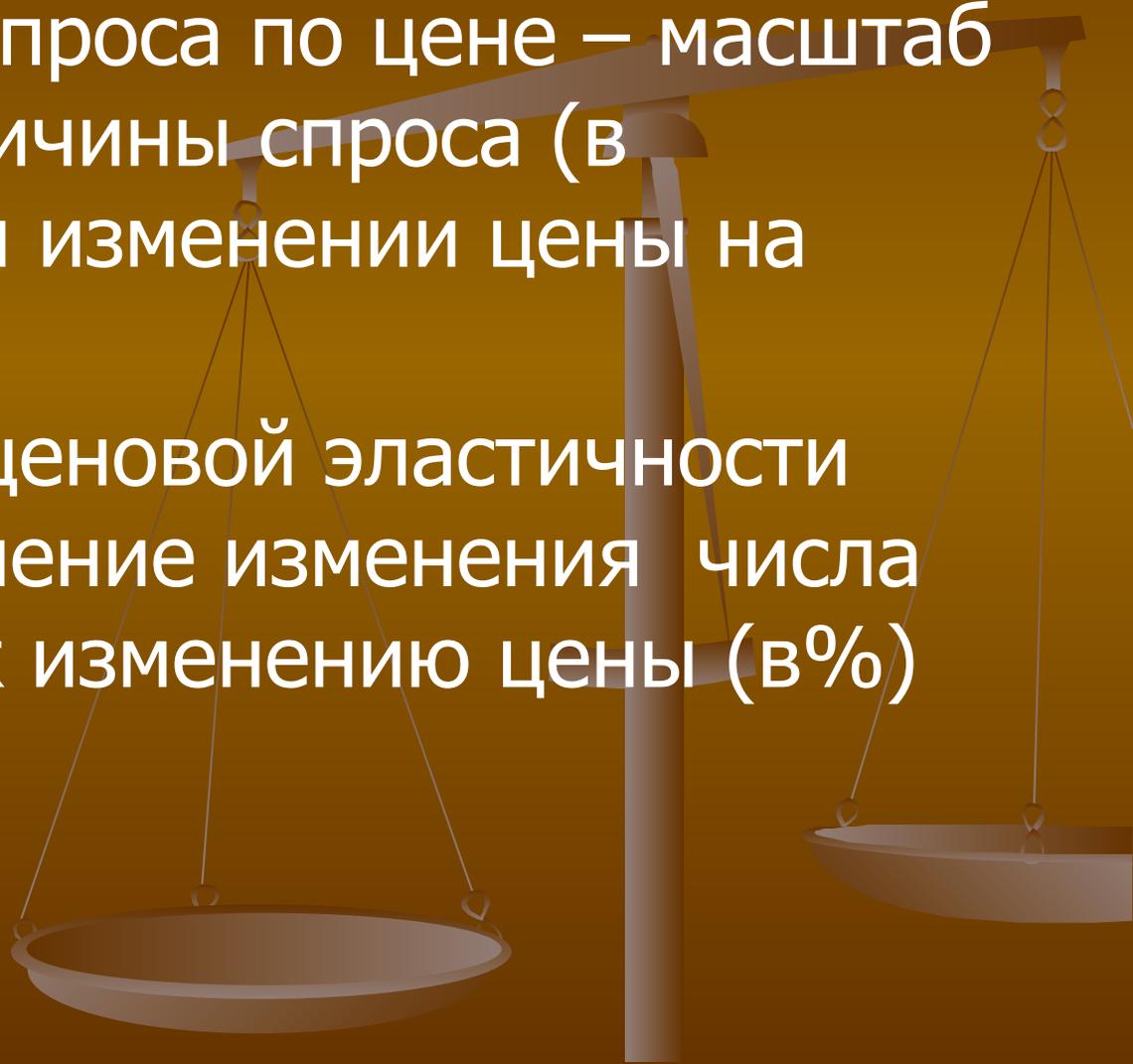
Эластичность спроса

- - важнейшая характеристика
- Показывает зависимость изменения спроса от изменения различных факторов (цены, дохода и др.)



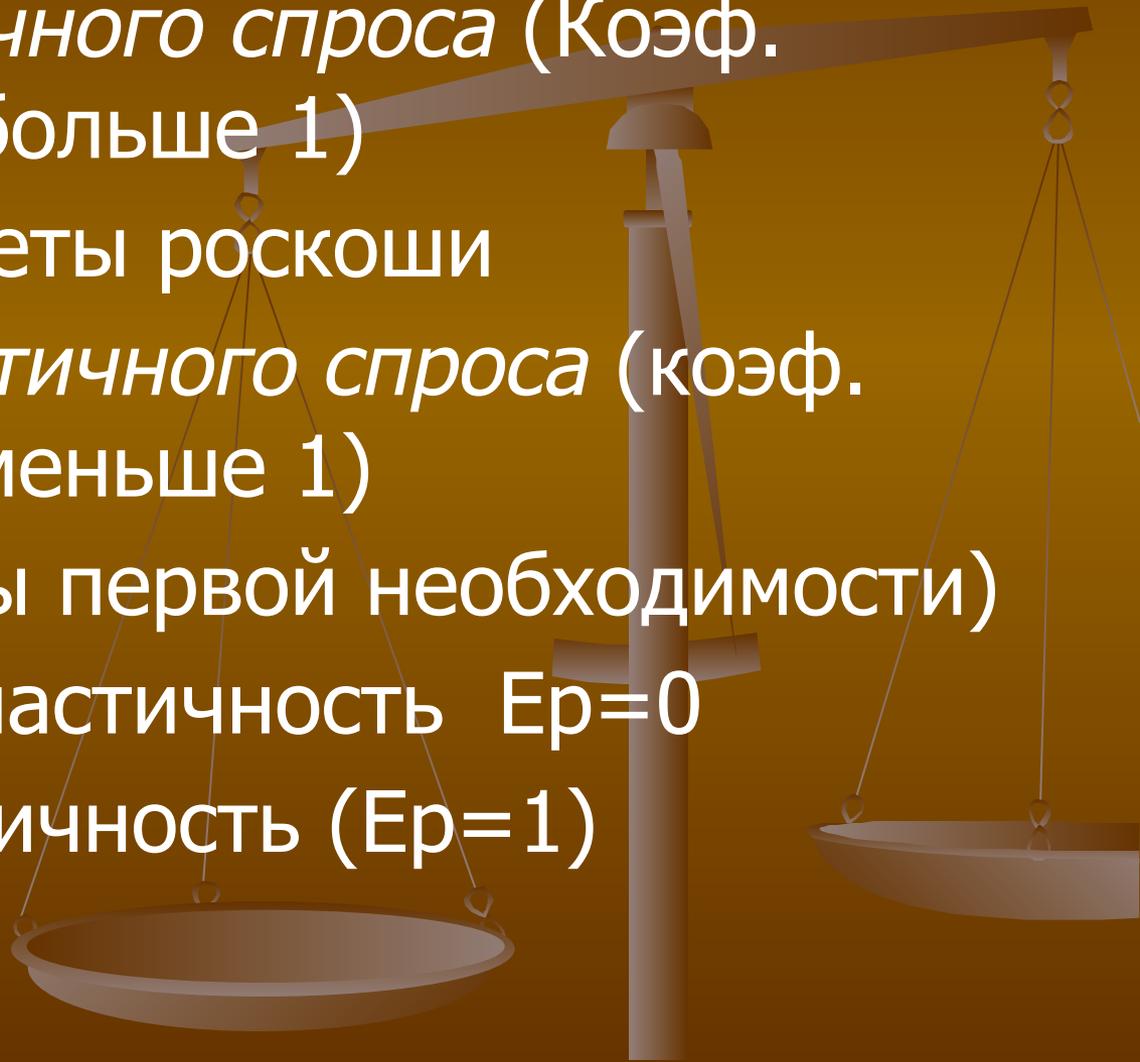
Эластичность спроса

- Эластичность спроса по цене – масштаб изменения величины спроса (в процентах) при изменении цены на один процент
- Коэффициент ценовой эластичности спроса – отношение изменения числа покупок (в%) к изменению цены (в%)



Классификация товаров по эластичности спроса

- *Товары эластичного спроса* (Коеф. Эластичности больше 1)
пример – предметы роскоши
- *Товары неэластичного спроса* (коеф. Эластичности меньше 1)
(пример – товары первой необходимости)
Абсолютная неэластичность $E_p=0$
Единичная эластичность ($E_p=1$)



Абсолютно неэластичный спрос ($E_p=0$)

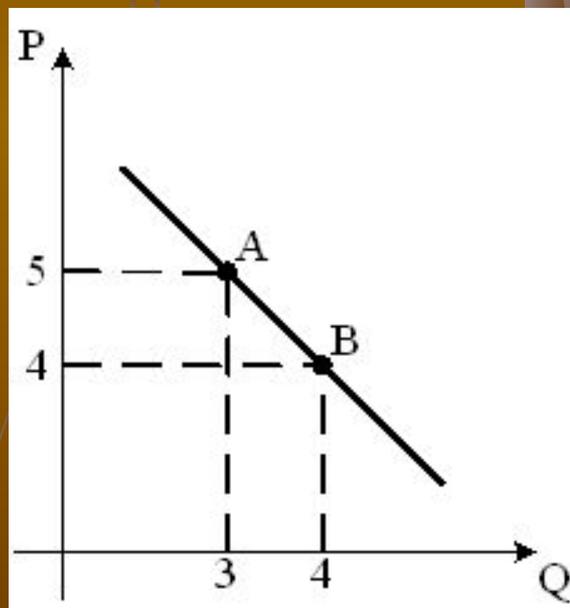


Абсолютно эластичный спрос ($E_p = \infty$)



Эластичность спроса

- На рисунке показано изменение спроса на товар при снижении его цены.

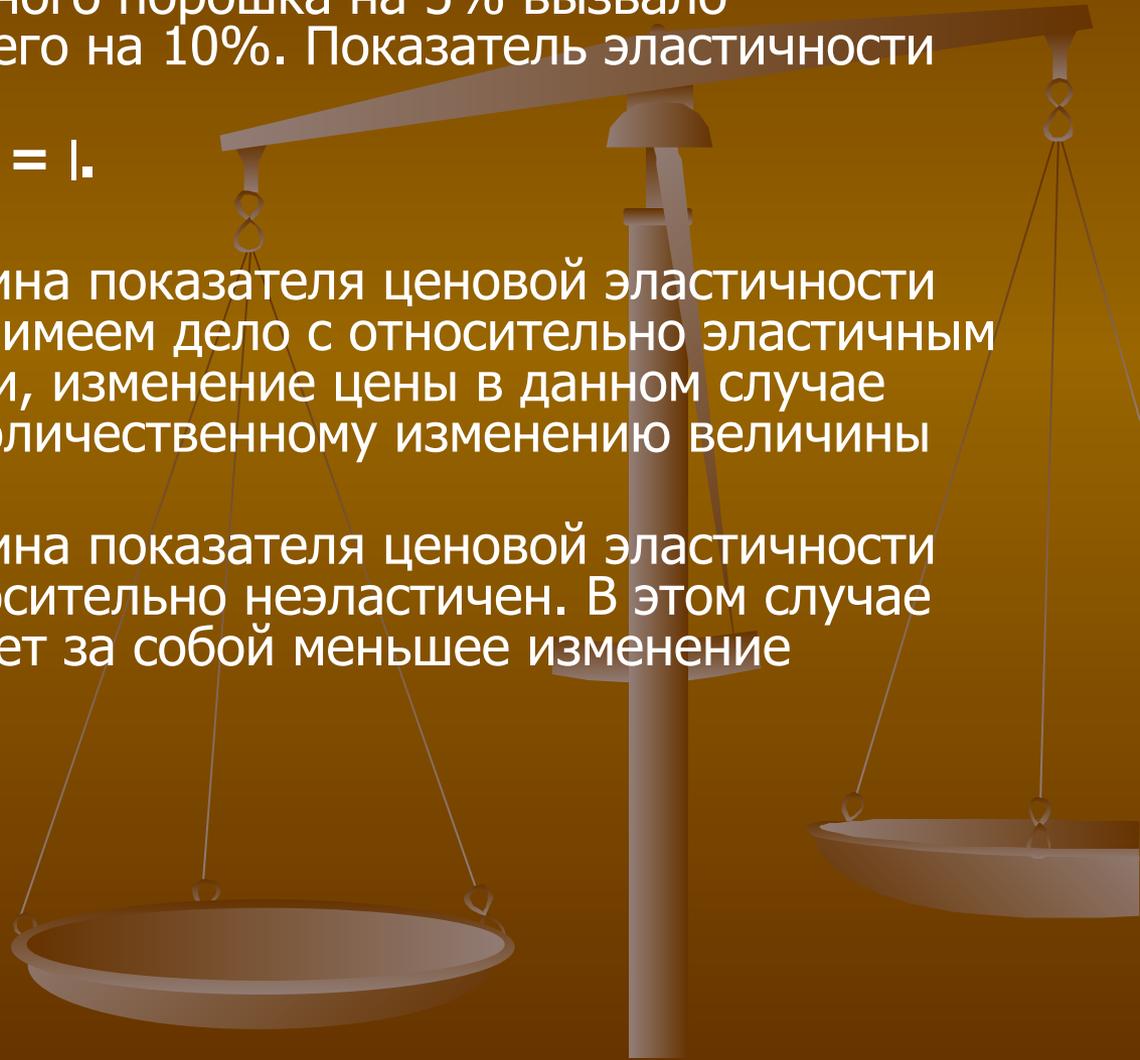


Ценовая эластичность

- Если обозначить цену P , а величину спроса Q , то показатель (коэффициент) ценовой эластичности спроса E_p равен:
- **$E_p = \Delta Q / \Delta P$**
- где ΔQ – изменение величины спроса, %;
- ΔP – изменение цены, %;
- P в индексе означает, что эластичность, рассматривается по цене.

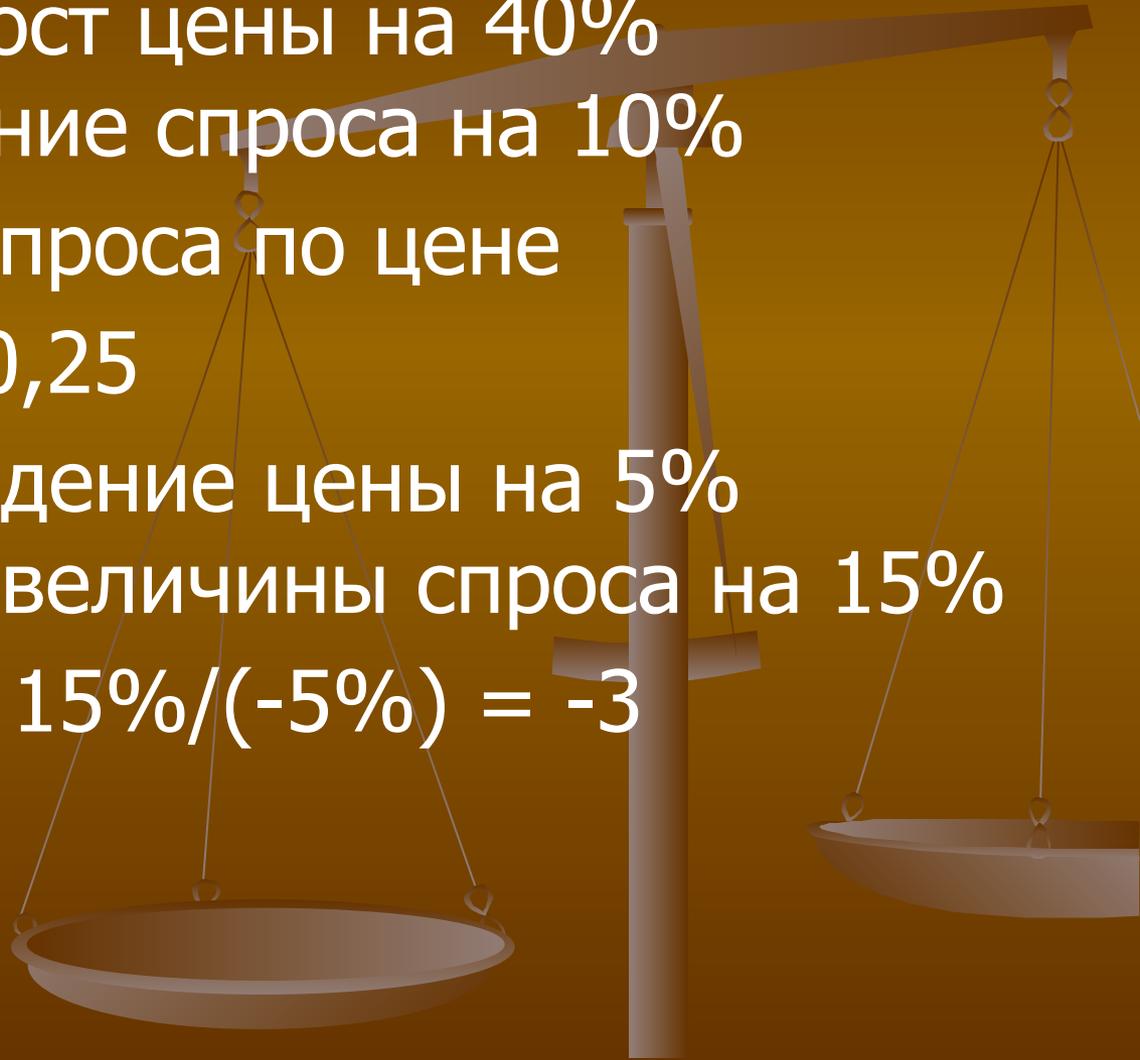
пример

- снижение цены стирального порошка на 5% вызвало увеличение спроса на него на 10%. Показатель эластичности будет равен:
- $E_p = 10 / (-5) = -2$; $|E_p| = 2$.
-
- Если абсолютная величина показателя ценовой эластичности спроса больше 1, то мы имеем дело с относительно эластичным спросом. Иными словами, изменение цены в данном случае приведет к большему количественному изменению величины спроса.
- Если абсолютная величина показателя ценовой эластичности меньше 1, то спрос относительно неэластичен. В этом случае изменение цены повлечет за собой меньшее изменение величины спроса.



примеры

- 1. товар А - Рост цены на 40% вызывает падение спроса на 10%
- Эластичность спроса по цене $(-10\%)/40\% = -0,25$
- 2. товар В - падение цены на 5% вызывает рост величины спроса на 15%
- Эластичность $15\%/(-5\%) = -3$

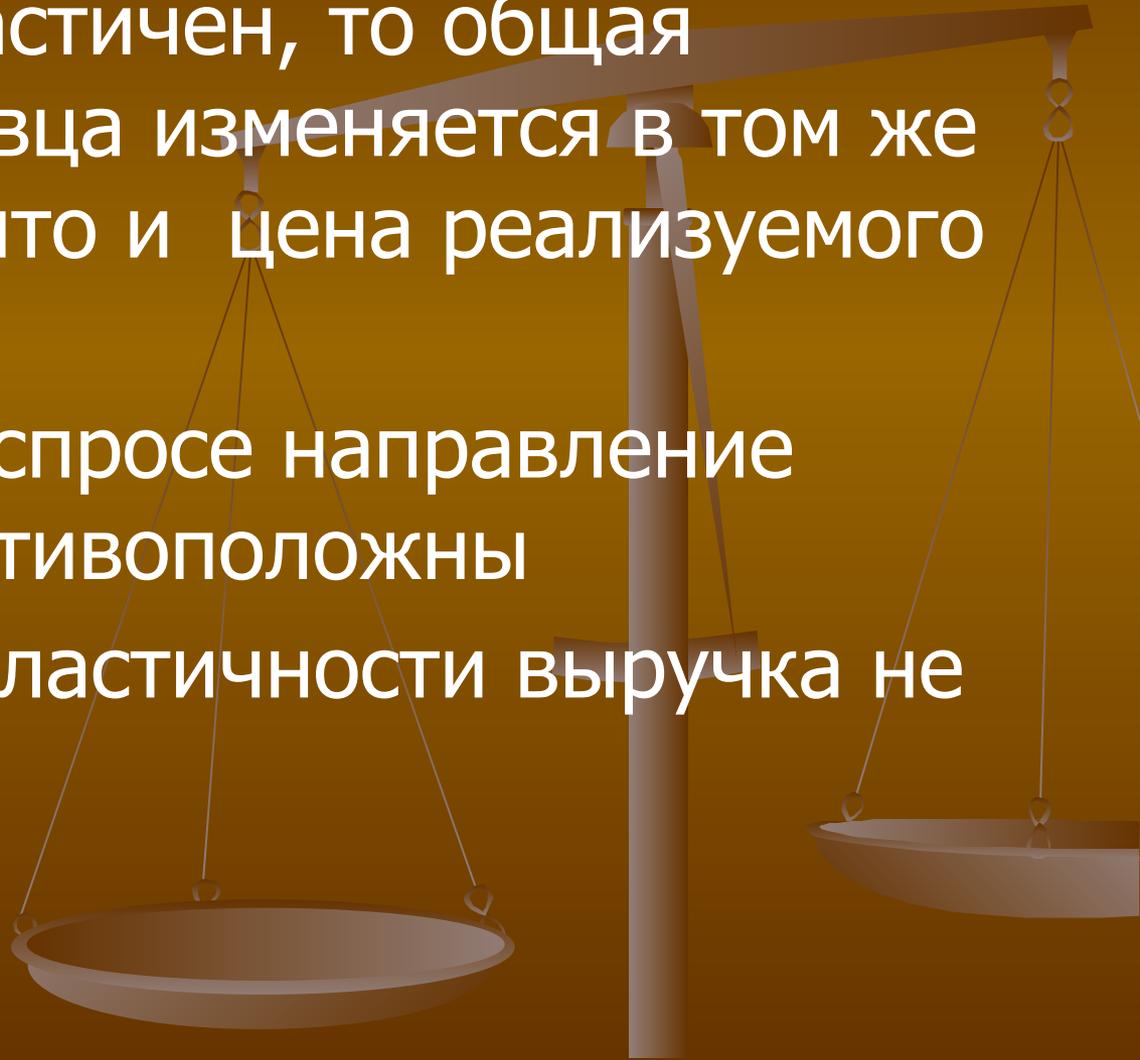


Влияние ценовой эластичности

Если спрос неэластичен, то общая выручка продавца изменяется в том же направлении, что и цена реализуемого товара

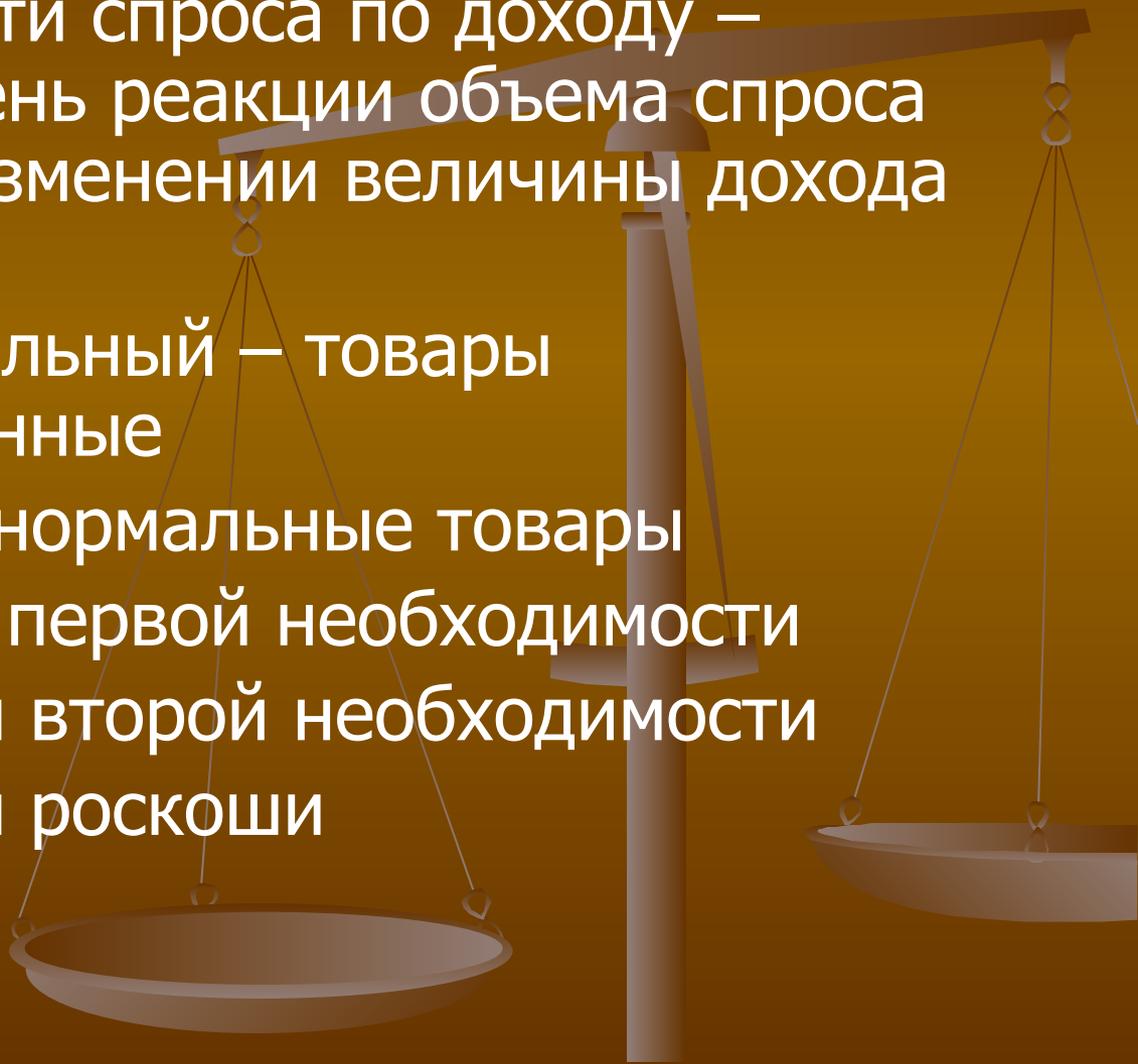
При эластичном спросе направление изменений противоположны

При единичной эластичности выручка не изменяется



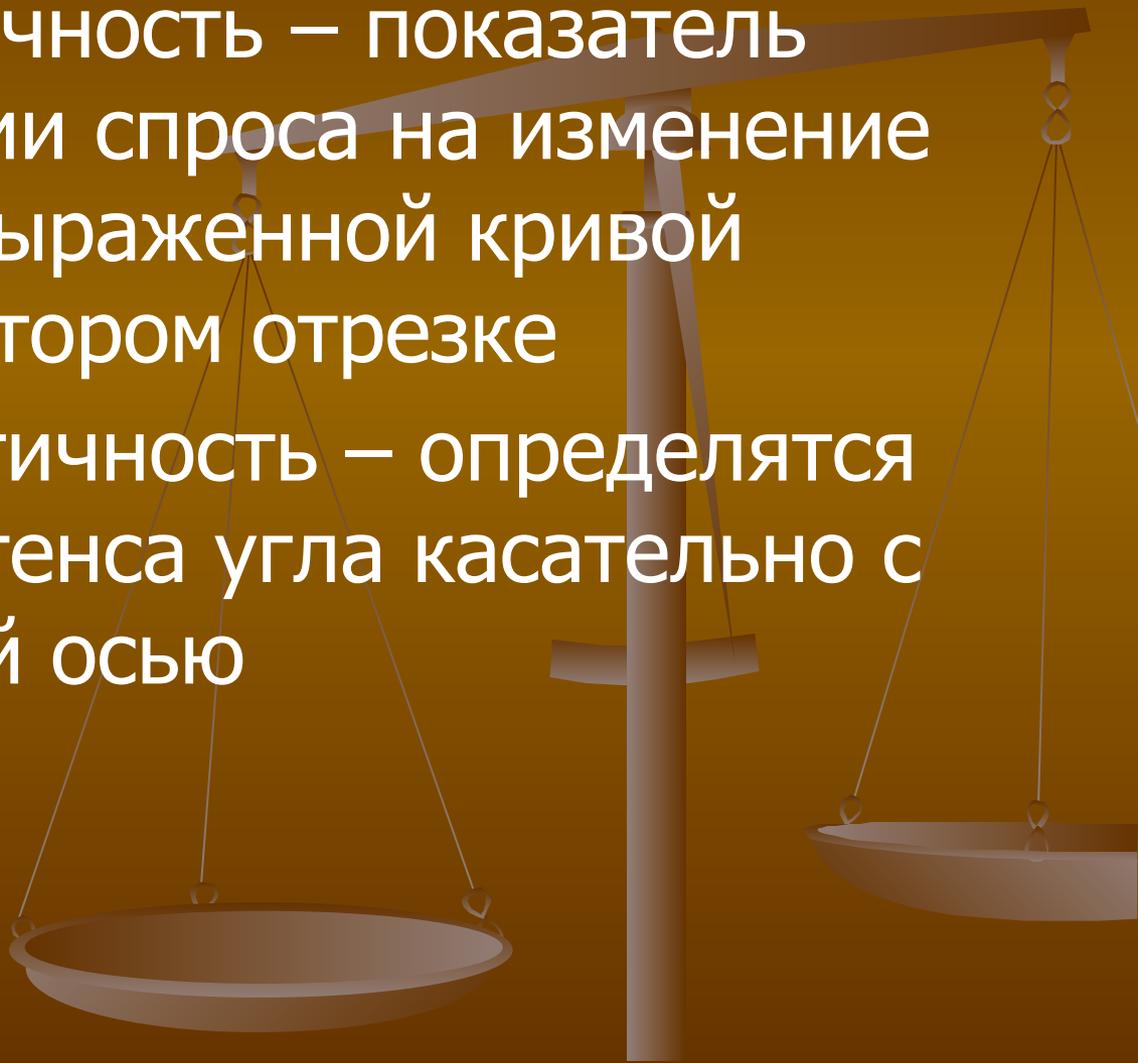
Эластичность по доходу

- Коэф.Эластичности спроса по доходу – показывает степень реакции объема спроса на продукт при изменении величины дохода потребителя
- Если E_d отрицательный – товары недоброкачественные
- Если больше 0 – нормальные товары
- $E_d < 1$ предметы первой необходимости
- $E_d = 1$ предметы второй необходимости
- $E_d > 1$ предметы роскоши



Виды эластичности спроса

- Дуговая эластичность – показатель средней реакции спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке
- Точечная эластичность – определяется значением тангенса угла касательно с горизонтальной осью

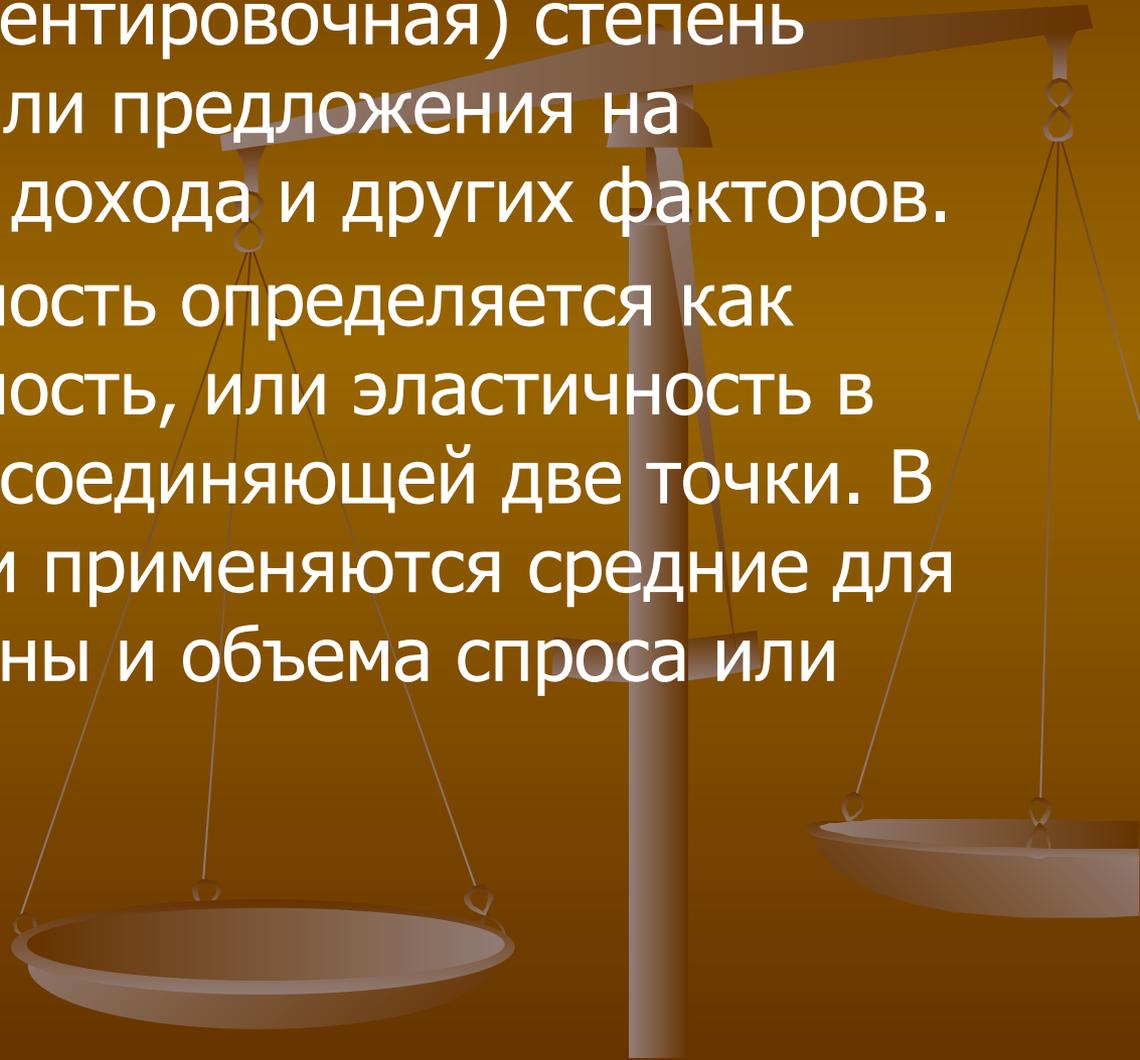


Перекрестная эластичность

- E_{xy} – коэф. перекрестной эластичности характеризует степень реакции объема спроса на один товар X при изменении цены на другой товар Y , зависит от отношений товаров друг к другу
- При взаимозаменяемости $E_{xy} > 0$
- Для взаимодополняющих $E_{xy} < 0$
- Нейтральное отношение $E_{xy} = 0$

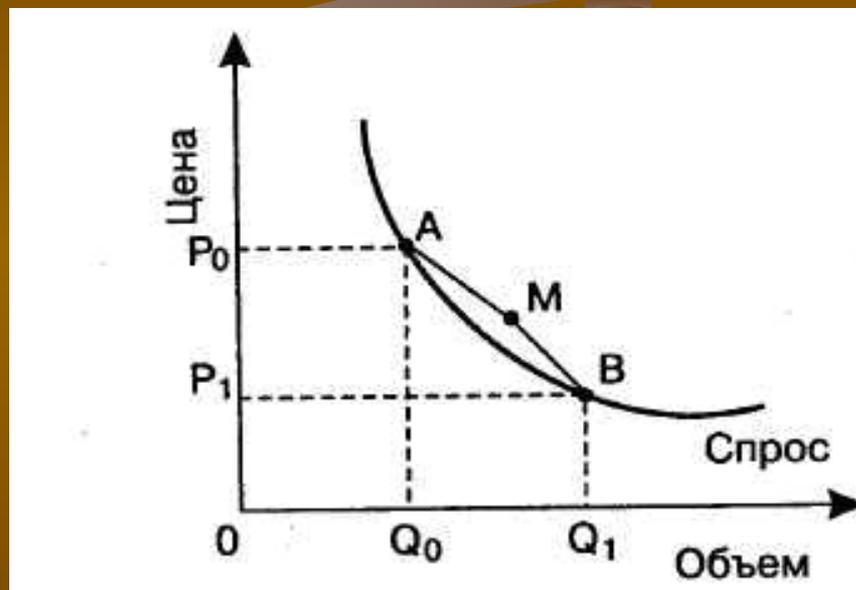
ДУГОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ

- - примерная (ориентировочная) степень реакции спроса или предложения на изменения цены, дохода и других факторов.
- Дуговая эластичность определяется как средняя эластичность, или эластичность в середине хорды, соединяющей две точки. В действительности применяются средние для дуги значения цены и объема спроса или предложения.

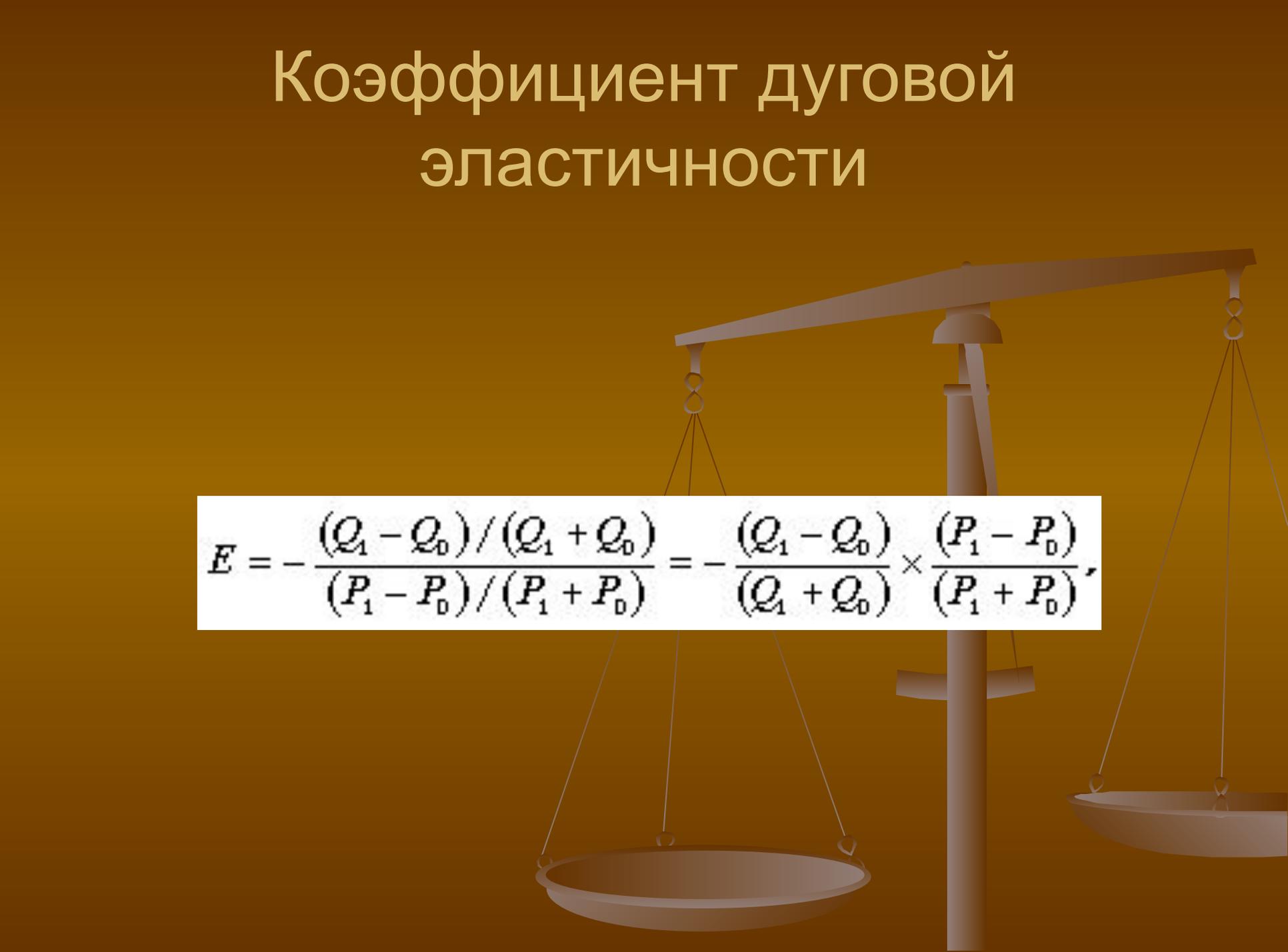


Дуговая эластичность

- P_0 - начальная цена;
- Q_0 - начальный объем спроса;
- P_1 - новая цена;
- Q_1 - новый объем спроса.

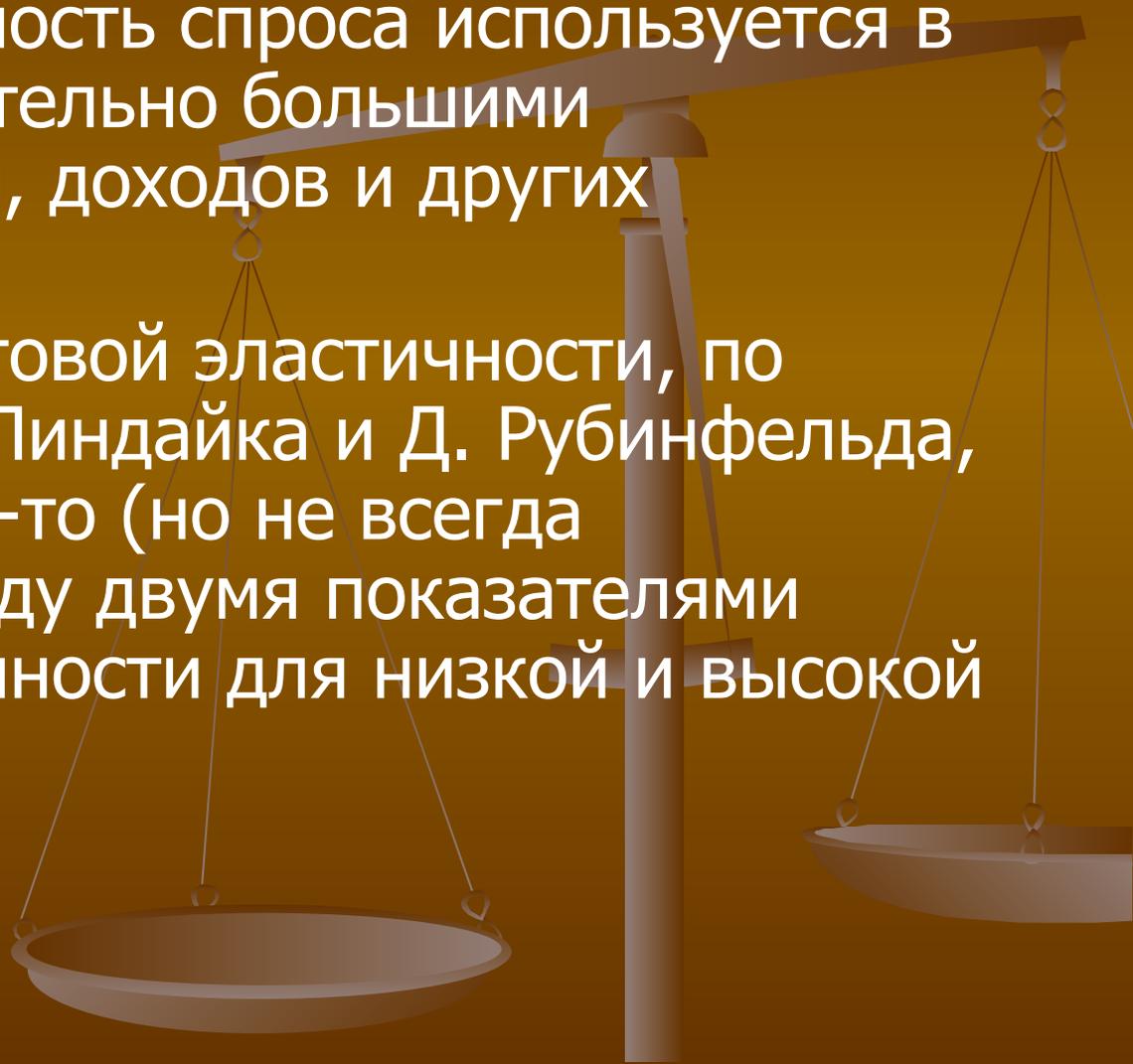


Коэффициент дуговой эластичности


$$E = - \frac{(Q_1 - Q_0) / (Q_1 + Q_0)}{(P_1 - P_0) / (P_1 + P_0)} = - \frac{(Q_1 - Q_0)}{(Q_1 + Q_0)} \times \frac{(P_1 + P_0)}{(P_1 - P_0)},$$

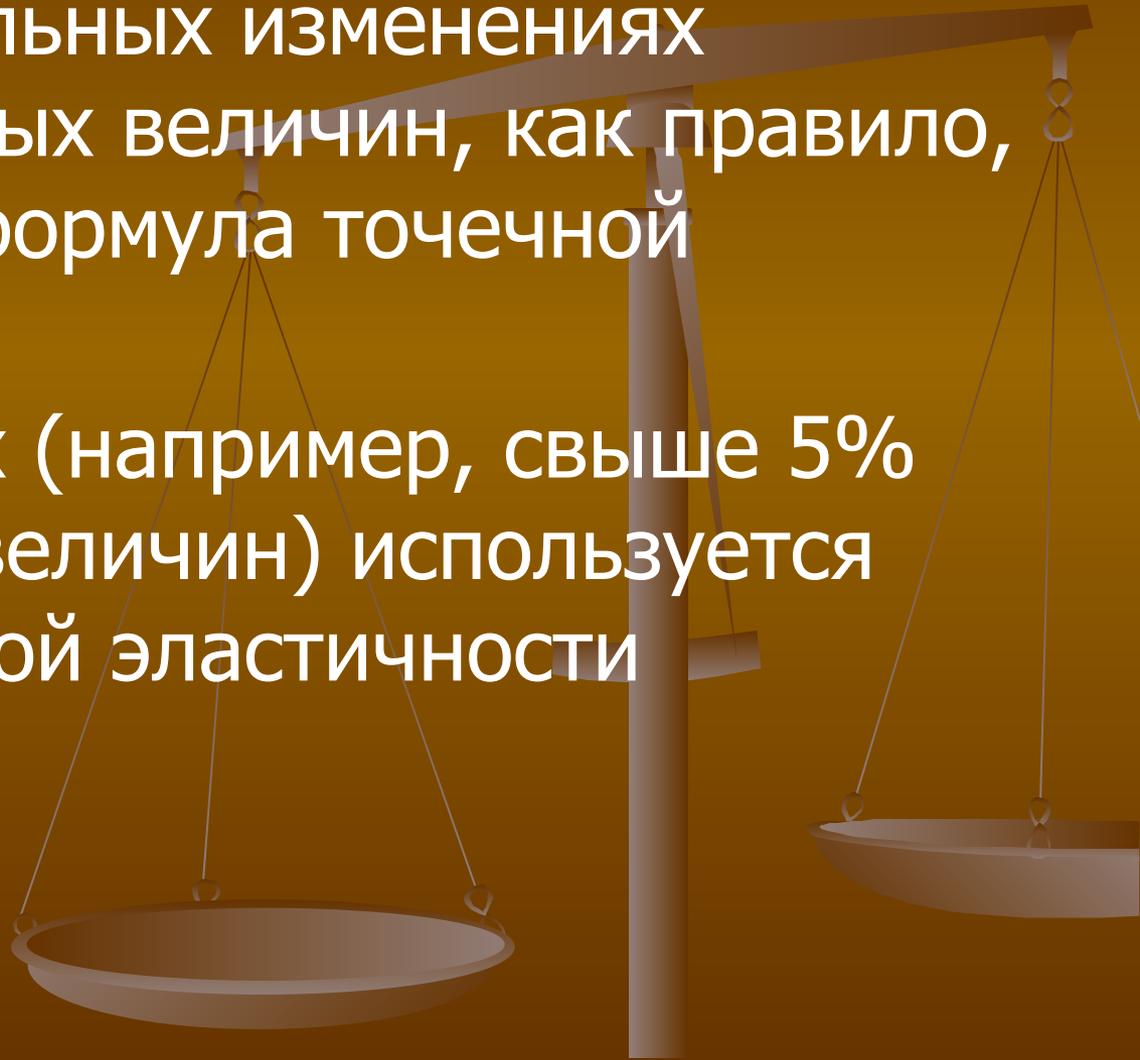
Применение дуговой эластичности

- Дуговая эластичность спроса используется в случаях с относительно большими изменениями цен, доходов и других факторов.
- Коэффициент дуговой эластичности, по утверждению Р. Пиндайка и Д. Рубинфельда, всегда лежит где-то (но не всегда посередине) между двумя показателями точечной эластичности для низкой и высокой цен.



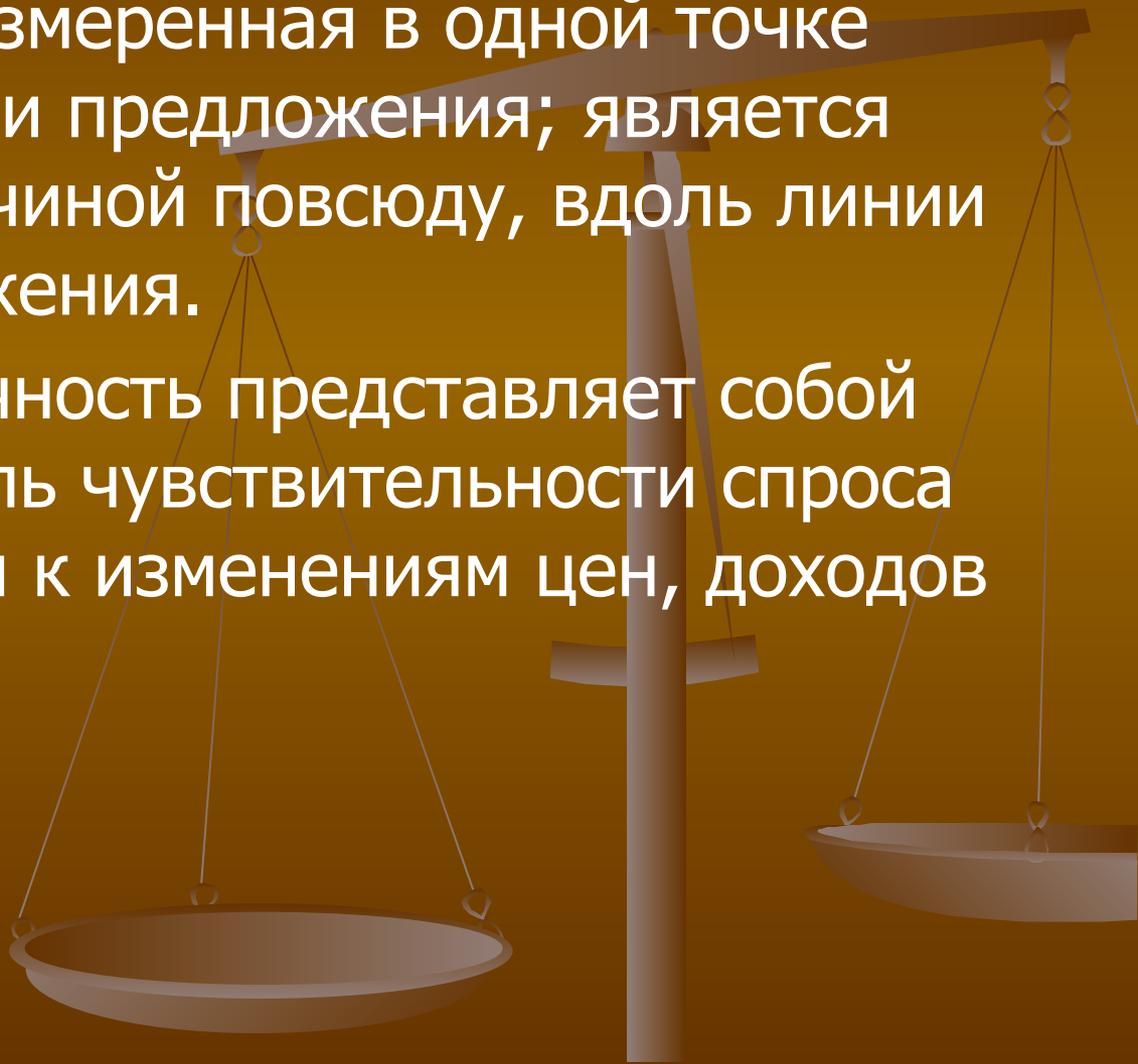
Применение

- при незначительных изменениях рассматриваемых величин, как правило, используется формула точечной эластичности,
- а при больших (например, свыше 5% от начальных величин) используется формула дуговой эластичности



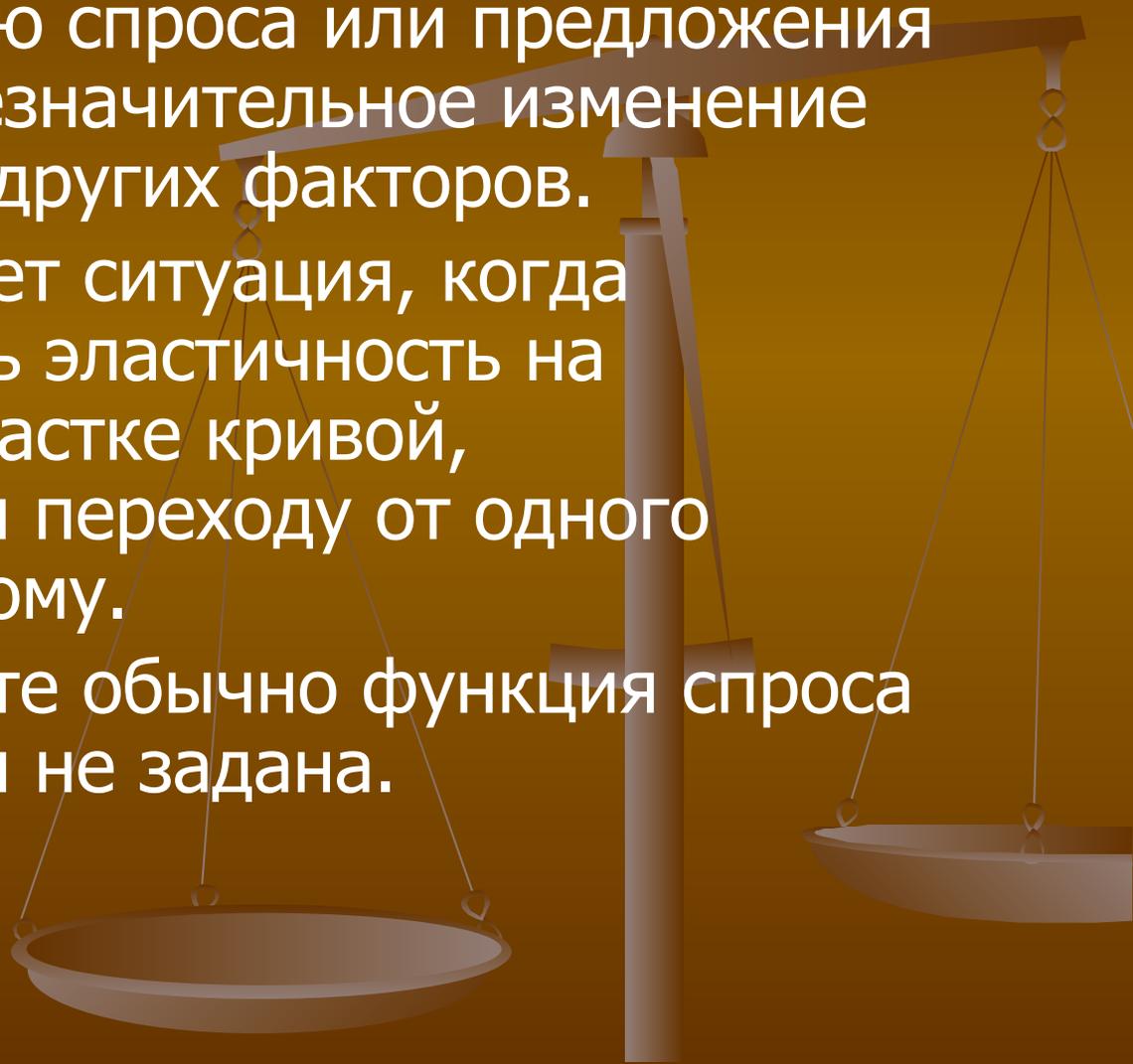
Точечная эластичность

- - эластичность, измеренная в одной точке кривой спроса или предложения; является постоянной величиной повсюду, вдоль линии спроса и предложения.
- Точечная эластичность представляет собой точный показатель чувствительности спроса или предложения к изменениям цен, доходов и т. д.



Точечная эластичность

- отражает реакцию спроса или предложения на бесконечно незначительное изменение цены, доходов и других факторов.
- Нередко возникает ситуация, когда необходимо знать эластичность на определенном участке кривой, соответствующем переходу от одного состояния к другому.
- В данном варианте обычно функция спроса или предложения не задана.



Точечная эластичность

Если абсолютное значение E больше единицы, спрос будет эластичным.

Если абсолютное значение E меньше единицы, но больше нуля – спрос неэластичен



Эффект дохода

Заключается в том, что при снижении цены (или росте дохода) товар становится по отношению к общей величине дохода человека более дешевым и потому покупатель способен приобрести этот товар в большем количестве, не отказываясь от других своих привычных покупок, и наоборот

