

МИКРОЭКОНОМИКА

Закон спроса и факторы изменения спроса





Цели:

- Описать конкурентный рынок и рассмотреть цену как альтернативную стоимость
- Объяснить влияние на спрос
- Объяснить влияние на предложение
- Объяснить, как спрос и предложение определяют цену и количество продаваемого товара на рынке
- Использовать модель спроса и предложения для прогнозирования цены в будущем

Вопросы лекции:

- Конкурентный рынок и цена как альтернативную стоимость
- Факторы, влияющие на изменение спроса

Основные понятия

1. Рынки и Цены

Рынок – это соглашение, позволяющее покупателям и продавцам получать информацию и делать бизнес по отношению к друг другу.

Конкурентный рынок – это рынок, имеющий много покупателей и много продавцов, поэтому никто из них не может повлиять на цену, установленную на рынке.

Денежная цена товара – это количество денег, которое надо заплатить за товар.

Относительная цена товара – это отношение денежной цены одного товара к денежной цене другого товара – это альтернативная стоимость.

2. Спрос

Если вам нужно купить, у вас есть спрос. Тогда вы

1. должны хотеть товар,
2. у вас достаточно денег, и
3. у вас есть определенный план: сколько купить и по какой цене.

Желания людей купить товары и услуги – неограниченны. Спрос отражает какие желания вы хотите удовлетворить.

Количеством спроса называется количество блага, которое все покупатели могут и хотят приобрести в течение данного времени и при определенных условиях. Эти условия называются факторами спроса.

3. Закон спроса и его факторы

Кривая спроса – это различные комбинации количества товаров и услуг, спрашиваемых при различных ценах в течение определенного периода, и цен этих товаров и услуг.

Вид кривой спроса основывается на двух эффектах:

- Эффект замещения
- Эффект дохода

Эффект замещения

Когда относительная цена (альтернативная стоимость) товара или услуги растёт, люди ищут его заместителей этого товара, поэтому количество спрашиваемого товара или услуги уменьшается.

Эффект дохода

Когда цена товара или услуги растёт относительно дохода, люди не могут купить прежнее количество товара и услуги, поэтому количество спрашиваемого товара или услуги уменьшается.

Соотношение между ценой и количеством спрашиваемого товара или услуги взаимно обратное.

Закон спроса: Чем выше цена данного товара, тем меньшее его количество (или наоборот) покупатели хотят приобрести в течение данного времени и при прочих неизменных условиях.



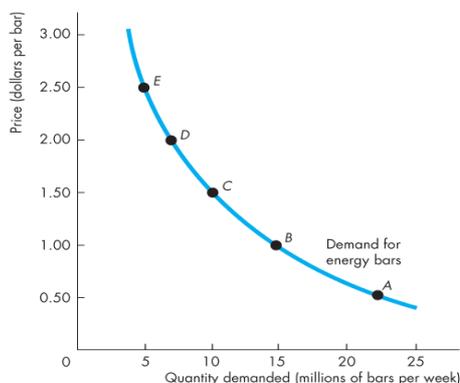
$$P \uparrow \Rightarrow Q_d \downarrow \quad \text{или} \quad P \downarrow \Rightarrow Q_d \uparrow$$

Например:

P (цена товара)	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
Q_d (величина спроса)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

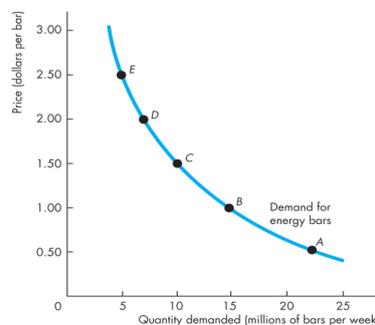
Следующие таблица и рисунок показывают спрос на высоко-энергетический продукт (например, шоколад или специальные напитки). Точки на кривой спроса соответствуют комбинациям: A, B, C, D, E показанным на таблице.

	Price (dollars per bar)	Quantity demanded (millions of bars per week)
A	0.50	22
B	1.00	15
C	1.50	10
D	2.00	7
E	2.50	5

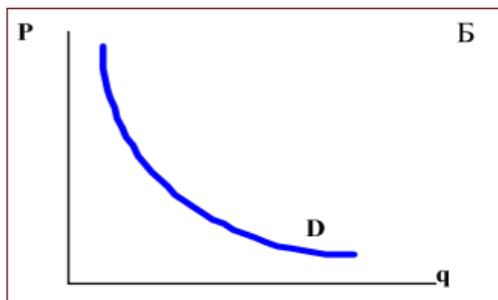
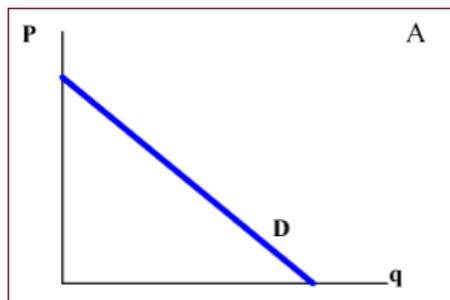


Желание и возможность платить

- Кривая спроса также называется кривой желания и возможности платить.
- Чем меньше возможное количество продукта, тем выше будет цена этого продукта, которую потребитель пожелает заплатить за каждую дополнительную единицу.
- Желание платить измеряет предельную выгоду.



Кривая спроса D может быть линейной функцией (прямая линия – рис. А) или нелинейной функцией (кривая линия – рис. Б) на следующем рисунке.

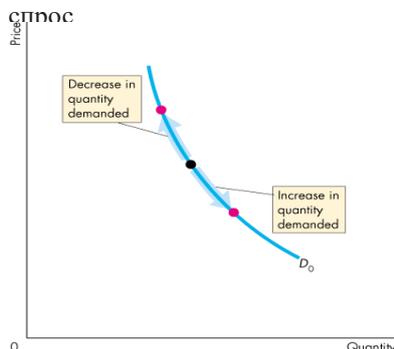


3. Основные факторы изменения спроса



Существуют два изменения в спросе:

Изменение количества спроса: Q_d увеличивается или уменьшается если мы двигаемся по кривой



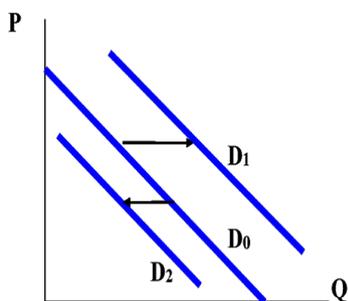
Движение по кривой спроса

Когда цена товара меняется при прочих равных условиях, величина спроса меняется и происходит движение по кривой спроса.

Если цена растет, то количество спроса уменьшается (движение вверх по кривой спроса)

Если цена падает, количество спроса увеличивается (движение вниз по кривой спроса).

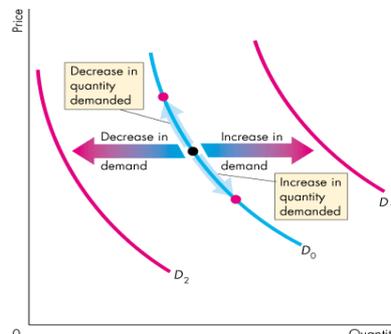
Изменение самого спроса: Кривая D сдвигается вправо или влево.



Для линейной кривой спроса

Сдвиг кривой спроса

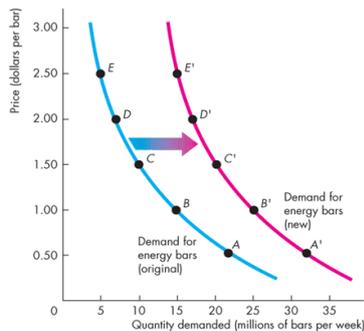
Если цена на товар не меняется, а факторы спроса меняются, то происходит сдвиг кривой спроса вправо или влево.



Для нелинейной кривой спроса

Например, в ранее приведенном примере спроса на высокоэнергетический продукт, увеличение дохода увеличивает спрос на высоко-энергетический продукт, и кривая спроса сдвигается вправо.

Original demand schedule Original income			New demand schedule New higher income		
	Price (dollars per bar)	Quantity demanded (millions of bars per week)	Price (dollars per bar)	Quantity demanded (millions of bars per week)	
A	0.50	22	A'	0.50	32
B	1.00	15	B'	1.00	25
C	1.50	10	C'	1.50	20
D	2.00	7	D'	2.00	17
E	2.50	5	E'	2.50	15



4. 6 факторов сдвига кривой спроса

- Приведем 6 основных факторов:
- Цены относительных товаров (товаров-взаимозаменителей и товаров-взаимодолжителей)
- Ожидаемые будущие цены
- Доход
- Ожидаемый будущий доход и кредит
- Население
- Предпочтения и вкусы

Фактор 1: Цены относительных товаров

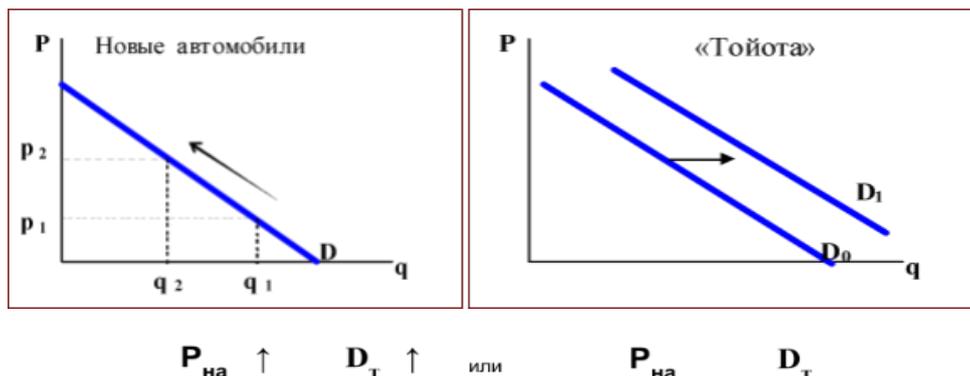
Товары называются взаимозаменяемыми, если они используются вместо одного и другого товара.



Товары называются взаимодополняющими, если они используются вместе.

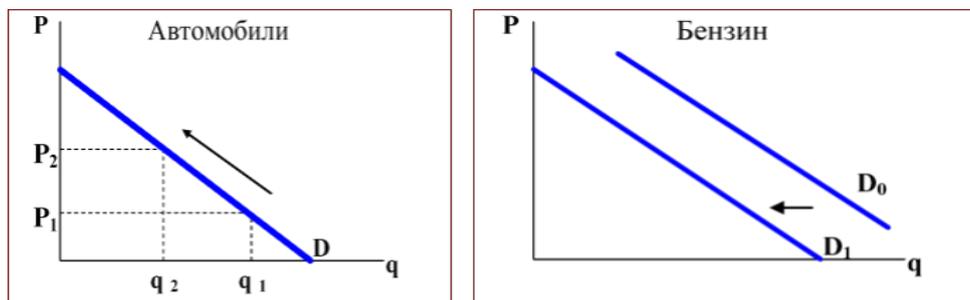
Когда цена товара-заместителя для высоко-энергетического продукта растет, или цена товара-дополнителя высоко-энергетического продукта падает, то спрос на высоко-энергетический продукт увеличивается.

Рассмотрим пример товаров-взаимозаменителей на рынке автомобилей, например: новые автомобили и автомобиль «Тойота». На следующем рисунке показано влияние изменения цен новых автомобилей на спрос автомобиля марки «Тойота».



Заметим, что изменения цен новых автомобилей и спроса на «Тойоту» идут в одном и том же направлении.

Теперь рассмотрим два товара-дополнителя, например, автомобили и бензин, которые используются в одно время вместе. На следующем рисунке показано влияние изменения цен автомобилей на спрос бензина.

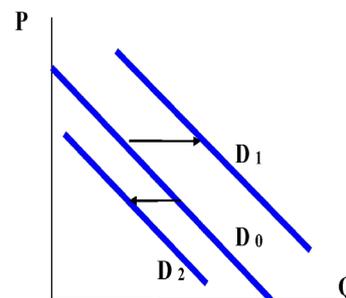


Заметим, что изменения цен автомобилей и спроса на бензин идут в разных направлениях.

Фактор 2 : Ожидаемые будущие цены

Ожидаемые будущие цены

Если ожидаемая цена в будущем растет, то спрос сегодня увеличивается, и D сдвигается вправо (и наоборот)



Фактор 3 : Изменение дохода

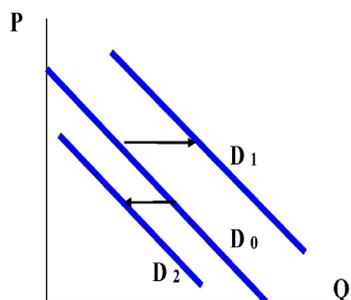
Нормальный товар – это такой товар, спрос на который увеличивается по мере увеличения дохода.

Некачественный товар (малоценный) – это такой товар, спрос на который уменьшается по мере



увеличения дохода.

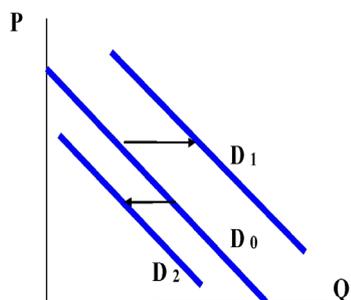
На следующем рисунке показано влияние изменения дохода на спрос товара.



Изменение дохода

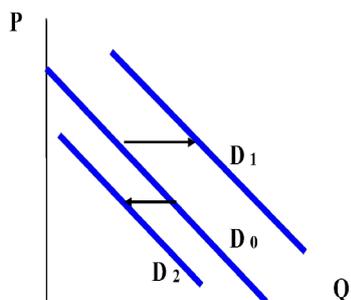
Если доход растет, то спрос увеличивается, и D сдвигается вправо (и наоборот)

Фактор 4: Ожидаемый будущий доход



Если **Ожидаемый будущий доход** (или кредит) растет, то спрос сегодня увеличивается, и D сдвигается вправо (и наоборот)

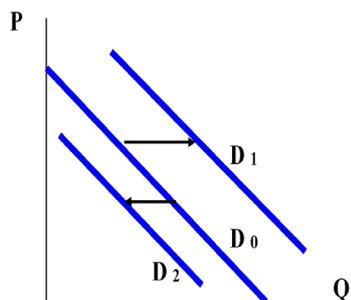
Фактор 5: Население



Население

Если население растет, то спрос увеличивается, и D сдвигается вправо (и наоборот)

Фактор 6: Предпочтения и вкусы



Предпочтения и вкусы

Если предпочтения или вкусы потребителей меняются, то спрос увеличивается, и D сдвигается вправо (и наоборот)



Основные термины:

Денежная цена, изменение спроса, изменение количества спроса, конкурентный рынок, товары-дополнители, товары-заменители, спрос, кривая спроса, малоценный товар низкого качества, закон спроса, нормальный товар, количество спроса, относительная цена

Дополнительные ресурсы по теме лекции:

1. Микроэкономика. Ким И. А. Учебник и практикум для академического бакалавриата, ISBN: 978-5-534-01637-6, 2018
2. Микроэкономика, Вечканов Г.С. «Питер», СПб, 2012
3. Экономика. Базовый курс. Учебное пособие для студентов неэкономических специальностей. Под ред. Исаева В. А., Савинского А. В. – М.: Издательство РУДН, 2011
4. Microeconomics & My Econ Lab, Student Access Code Card, 5/E, Jeffrey M. Perloff, University of California-Berkeley, Prentice Hall, 2009
5. Микроэкономика, Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И., 2006
6. Экономикс, изд-во «Республика», Москва, 2004, пер. с англ. Economics by C.R. McConnell and S.L. Brue, 16 edition, 2005
7. Principles of Microeconomics, 9/E. Karl E. Case, Ray C. Fair, Yale University, Prentice Hall, Copyright: 2010
8. Микроэкономика, Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд, 5-е издание Серия «Учебники для вузов», Перевели с английского С. Жильцов, А. Железниченко, 2002
9. Франк Р.Х. Микроэкономика и поведение. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 696 с.
10. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент: В 2-х т./Пер. с англ. под редакцией И. И. Елисеевой, В. Л. Тамбовцева. СПб.: Экономическая школа, 1999. Т.1.
11. Вэриан Х.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход: Учебник для вузов /Пер. с англ. под. ред. Н. Д. Фроловой. – М.: ЮНИТИ, 1997.
12. Стенли Фишер, Рудигер Дорнбуш, Ричард Шмалензи: Экономика, Москва, Дело Лтд., 1995