СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

СПРОС – зависимость объёма товара определенного вида, который потребители готовы приобрести,

от цен, по которым эти товары могут быть предложены производителями.

Величина спроса – количество товара, которое потребители готовы купить при данной цене.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ – зависимость объёма товара определенного вида, который производители готовы предложить,

от цен, по которым этот товар может быть приобретен потребителями.

Величина предложения – количество товара, которое продавцы готовы продать при данной цене.

|  |
| --- |
| ЦЕНОВЫЕ факторы[[1]](#footnote-2) |
| ЗАКОН СПРОСА:  повышение цен обычно ведет к снижению величины спроса, а снижение цен – к увеличению спроса  ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ:  повышение цен обычно ведет к повышению величины предложения, а снижение цен – к уменьшению предложения |

|  |  |
| --- | --- |
| **НЕ**ЦЕНОВЫЕ факторы | |
| СПРОСА | ПРЕДЛОЖЕНИЯ |
| - Мода, вкусы и предпочтения (увеличивают спрос)  - Реклама (увеличивает спрос)  - Число потребителей  Увеличение потребителей → увеличение спроса (и наоборот)  - Доходы населения[[2]](#footnote-3)  Увеличение доходов → увеличение спроса (и наоборот)  - Цены на сопряженные товары:  - взаимозаменяемые товары  «Кофе подорожало → вырос спрос на чай»  - сопутствующие товары  «Бензин подорожал → спрос на автомобили упал»  - Потребительские ожидания. Если люди ждут снижения цен («чёрную пятницу»), то в настоящее время спрос сократится. Если люди ждут повышения цен (к примеру, из-за инфляции) – то спрос возрастёт.  - Налоги и дотации физ. лиц (влияют на доход, см. выше)  - Традиции (в конце декабря вырастает спрос на «ёлки»)  - Религиозные предпочтения (в мусульманских странах низкий спрос на свинину и большой спрос на мясо птицы)  - Сезонные покупки (теплую одежду, лыжи и коньки люди покупают в основном поздней осенью и зимой)  - Другие факторы (к примеру, принятие закона, который вводит какую-то обязанность для граждан – носить школьную форму, застраховать автомобиль и т.д.) | - Цены на ресурсы (факторы производства) Повышение цен на них →  снижение предложения.  Снижение цен на них →  увеличение предложения  - Число продавцов/производителей  Увеличение количества продавцов →  увеличение предложения  Уменьшение количества продавцов →  снижение предложения  - Новые технологии производства  (они увеличивают предложение)  - Ожидание изменения цен. Если в будущем ожидаются продажи по более высоким ценам – то продавцы в настоящее время сократят продажи.  - Таможен. пошлины, налоги и дотации юр. лиц  Рост таможенных пошли, налогов →  сокращение предложения (и наоборот)  Рост дотаций/субсидий от государства →  увеличение предложения (и наоборот)  - Природные условия (заморозки, засухи и прочее; актуально для сельского хозяйства) |

АЛГОРИТМ

работы с графиками

1. Смотрим в условии задания вид кривой (линии перемещения): «спрос» или «предложение»?

2. Определяем направление перемещения: вправо – повышается, влево – снижается.

3. Делаем один из 4-х выводов: - «спрос понизился»

- «спрос повысился»

- «предложение понизилось»

- «предложение повысилось»

4. Переформулируем вывод более простыми словами, к примеру:

«люди стали больше покупать фруктов»

«фирмы стали меньше продавать бытовой техники» и т.д.

5. Вспоминаем про то, что есть:

- ценовые факторы

- неценовые факторы

- прямое влияние величины спроса на предложение (С → П)

Увеличение спроса увеличивает предложение, уменьшение спроса уменьшает предложение. © Кокориков Д.В.

Но обратного влияния (величины предложения на спрос) не существует.[[3]](#footnote-4)

|  |  |
| --- | --- |
| C:\Users\Дима\Desktop\равновесная цена.jpg  предложение  спрос | P – цена  Q – количество товара  E – равновесная цена |

Равновесная (рыночная) цена – это фактическая цена, при которой товар может быть обменен на деньги,

т.е. это цена, при которой объём спроса равен объёму предложения.

Поэтому под «рыночным равновесием» подразумевается такое состояние рынка,

когда спрос равен предложению товаров на нём, отсутствует как дефицит, так и

избыток товаров.

Механизм цен – формирование и изменение рыночной цены

в результате согласования интересов участников рынка,

свободно принимающих экономические решения

Дефицит – спрос больше предложения (нехватка товаров для покупателей)

Избыток (затоваривание) – предложение товаров больше спроса

Покупатели всегда заинтересованы в том, чтобы купить товар подешевле, в то время как продавцы всегда   
желают продать его подороже. В точке равновесия интересы покупателей и продавцов совпадают.

Если продавец установит цену товара выше равновесной, то покупатель не сможет купить предлагаемый   
товар, это приведёт к избытку товара и разорению продавца (из-за отсутствия продаж).

Если продавец установит цену товара ниже равновесной, то покупатель быстро всё раскупит, это приведёт к дефициту товара. Из-за крайне низкой стоимости продавец не получит прибыль и разорится, а некоторые   
покупатели, которым необходим товар, не смогут его купить.

1. Если переформулировать закон спроса, то можно сказать, что существует два ценовых фактора спроса (повышение цены и снижение цены). Аналогичным образом можно выделить и два ценовых закона предложения. [↑](#footnote-ref-2)
2. Поясним, что общим правилом является ситуация в отношении товаров «нормальной» ценовой категории: с ростом доходов их потребление увеличивается. Для товаров низшей категории существует обратная закономерность: рост доходов потребителей ведёт к уменьшению спроса на них (люди начинают покупать более качественные товары). [↑](#footnote-ref-3)
3. Мы подразумеваем, что предложение товаров, к примеру, увеличится, но их цена останется неизменной (в таком случае у покупателей не возникнет никакого дополнительного мотива для совершения бóльших покупок). Если же предложение увеличится с одновременным уменьшением цены – мы это будем рассматривать как ценовой фактор. [↑](#footnote-ref-4)