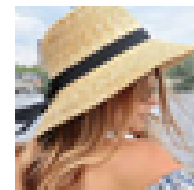


ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

План

- 1) Предложение как экономическая категория
- 2) Функция предложения
- 3) Закон предложения
- 4) Факторы, влияющие на объем предложения
- 5) Взаимодействие спроса и предложения

Спрос



- Спрос – **зависимость количества блага**, которые покупатели готовы купить, **от цены** (зависит от разных факторов - в данном месте, в данное время при прочих равных условиях).

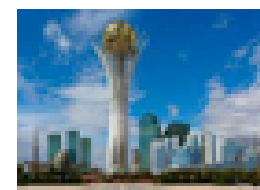
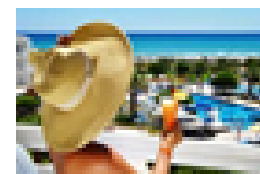
В данном месте: Н-р, соломенные шляпки в Анталье и Астане

В данное время: летом или зимой

- Зависимость спроса от цены, как правило, обратная
- Закон спроса: чем выше цена, тем меньше спрос

(н-р, купить ее в Essentai mall или в Miniso в Mega)

Спрос отражает, с одной стороны, потребность покупателя в некоторых товарах или услугах, желание приобрести эти товары или услуги в определенном количестве и, с другой стороны, возможность оплатить покупку по цене, находящейся в пределах «доступного» диапазона.



Спрос и величина спроса

Задать спрос (зависимость количества покупок от цены) можно в виде:

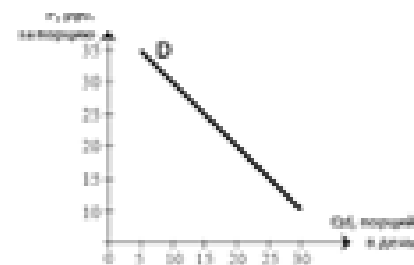
- 1) **Таблица** помогает наглядно увидеть: сколько готовы купить шляп в Алматы в июле по разным ценам
- 2) **Математические уравнения**
- 3) **График**

Спрос – это вся зависимость количества блага при данной конкретной цене.

Величина спроса – это конкретное количество при данной конкретной цене.

На графике – конкретная точка, в таблице – конкретная величина при данной цене (и-р, величина спроса на шляпы в июле в Алматы по цене 10 тыс.те – 500 шт. в мес)

Цена за шляпу	Сколько будут готовы купить по этой цене
50 тыс.тг	10 шт. в мес
30 тыс.тг	20 шт.мес
10 тыс.тг	500 шт. в мес
5 тыс.тг	900 шт. в мес
2 тыс.тг	5000 шт. в мес



Предложение и величина предложения

На рынке обязательно существуют **спрос** со стороны покупателей и **предложение** - со стороны продавцов.

На прошлом занятии мы говорили о **спросе**.

Предложение (англ. Supply) — понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях.

Спрос

Зависимость величины спроса покупателей на благо от цены

это отрицательная зависимость от цены (чем выше спрос, тем меньше покупателей, готовых купить товар).

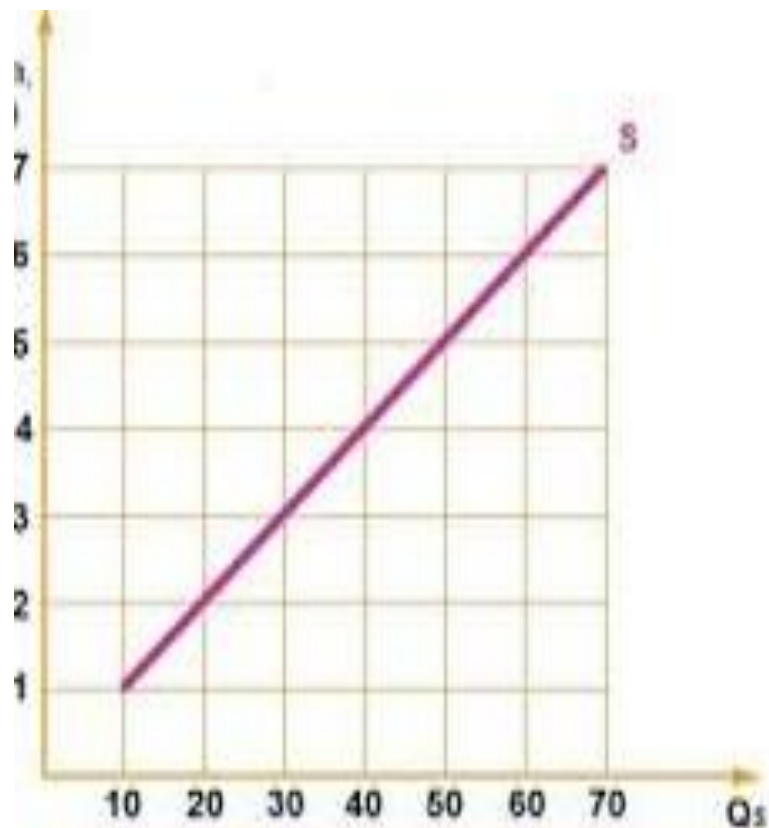
Предложение

Зависимость количества блага, которое продавцы готовы продать от цены (в данном месте, в данное время, при прочих равных условиях)

Предложение- прямая зависимость от цены (чем выше цена, тем больше продавцов, желающих продать товар)

Пример: рынок услуг репетиторов английского: в дан.городе в данное время 500 человек готовы работать за 1000 тг/час (20час/неделю), при увеличении цены до 2000 тг/час – число желающих преподавать вырастет и величина предложения составит 20тыс час/нед.... При 5000 тг/час количество предложений на рынке возрастет до 50тыс час/нед. Это прямая зависимость: выше цена – выше величина предложения.

Цена за 1 ч урока английского, Р	Ск-ко будут готовы предложить при этой цене, Qs
7000 тг /час	70 тыс час в неделю
6000 тг/час	60 тыс час в неделю
5000 тг/час	50 тыс час в неделю
4000 тг/час	40 тыс час в неделю
3000 тг/час	30 тыс час в неделю
2000 тг/час	20 тыс час в неделю
1000 тг/час	10 тыс час в неделю



Закон предложения

Закон предложения: зависимость между величиной предложения и ценой прямая.

Предложение

- это **готовность производителя** продать товар по различным ценам в данном месте и в данное время.
- на графике предложение – это множество точек, принадлежащих всей кривой

Величина предложения

- это количество товара или услуги, которое продавцы способны и готовы продать по определённой цене в определённое время в определенном месте.
На графике -это одна конкретная точка на кривой, соответствующая цене.

Объём предложения

- объём выпуска/ количество товара, которое готов предложить товаропроизводитель (предприятие, фирма) по опр. цене за опр. период времени при прочих равных условиях



Изменение величины предложения – только в результате изменения цены

Повышение цены при прочих равных условиях ведет к повышению величины предложения

Н-р, при увеличении цены на нефть, сразу увеличивается количество предложения нефти для продажи



Изменение величины предложения – только в результате изменения прочих условий

Изменение величины **предложения** в результате изменения любого прочего фактора спроса, **кроме цены** (н-р, увеличение добычи нефти с открытием новых месторождений или применения новых технологий).

При этом при любой цене продавцы готовы продать больше продукции (график 2 – **сдвиг всего графика вправо**), и наоборот (снижается объем предложения, готовы **меньше продать**, **график** сдвигается **влево**).



Факторы, влияющие на изменение предложение:

- 1) Наличие товаров-заменителей.
- 2) Наличие товаров-комплементов (дополняющих).
- 3) Уровень технологий (новые технологии в с/х – повышают количество продукции).
- 4) Объём и доступность ресурсов (выше затраты и цена – снижение предложения).
- 5) Налоги и дотации (гос.политика может помочь развитию производства или сдерживать, субсидирование производителей).
- 6) Природные условия (на урожайность пшеницы).
- 7) Ожидания продавцов на изменение цен (инфляционные, социально-политические). Н-р, рынок вторичного жилья
- 8) Размеры рынка, рост/снижение количества производителей, сговор между ними (ОПЕК, фарм.компании).



Закон предложения

- **Закон предложения** — **прямая зависимость** между **ценой** и **величиной предложения** товара или услуги в течение определённого периода.
- С ростом цены желающих продавать становится постепенно больше, а желающих покупать — меньше.
- Повышение цен приводит к получению дополнительной прибыли, позволяя производителю расширить производство, привлекает новых производителей на рынок.
- Производитель решает задачу: сколько товара производить при данной цене. понимая что:
 - a) Чем выше цена, тем выше предложение.
 - b) Чем ниже цена, тем ниже предложение.

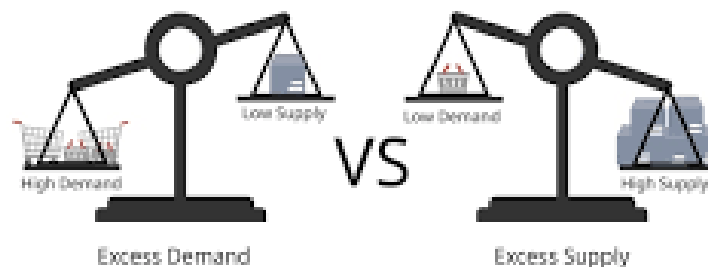


Избыточный спрос. Избыточное предложение

Избыточный спрос – это ситуация, когда величина спроса превышает величину предложения.

Избыточный спрос очень часто **приводит к увеличению цены** товара или услуги.

Избыточное предложение – ситуация, когда величина предложения превышает величину спроса.



Кейсы



1. Ситуация: Недавняя информация в новостях

«Цены на такси резко взлетели из-за плохой погоды в Нур-Султане»

Контекст ситуации. Астанчане пожаловались журналистам, что долго ждут автобусы и не могут вовремя добраться на работу из-за пробок. Тем временем, **цены за услуги таксистов в городе сильно выросли, местами за проезд просят в 2-3 раза больше, чем до первого снега.** И поймать такси в столице стало также гораздо тяжелее, чем раньше. Кроме того, в шиномонтажные мастерские Нур-Султана выстроились очереди из автовладельцев, которым необходимо заменить летние комплекты шин на зимние.



2. Ситуация: Алматы. Воскресение. Зеленый базар перед самым закрытием.

Контекст ситуации. Большинство покупателей уже разошлось, а у многих продавцов еще остался **нераспроданный товар.** «Вечерний базар» — продавцы начинают предлагать различные скидки, чтобы все-таки распродать товар и не нести убытки, связанные с его хранением, транспортировкой, возможной порчей.

Задание: 1) Дать разъяснение причины изменения цен на такси и товары на рынке с точки зрения закона спроса.

2) Как экономисты называют такую ситуацию в первом и во втором случае?



Кейс



Ситуация. Давайте вспомним ситуацию в РК с рынком марлевых повязок в начальном периоде пандемии COVID-19.

Контекст ситуации. Исходно рынок марлевых повязок находился в равновесном состоянии, в аптеках и мед.учреждениях маски были в достаточном количестве, население ими пользовалось крайне редко. У нас не было (как в Китае, Корее)ранее культуры ношения масок).

Новости о появлении неизвестного ранее и смертельно опасного инфекционного заболевания, быстро распространяющегося по всему миру. С объявлением 16.03.20 ВОЗ пандемии COVID-19 паника среди населения привела к резкому росту цен на марлевые повязки. Но даже по новым высоким расценкам найти их в аптеках было весьма затруднительно, несмотря на то, что государством были организованы дополнительные поставки марлевых повязок.

Задание. Изобразите все описанные эти события в модели спроса и предложения

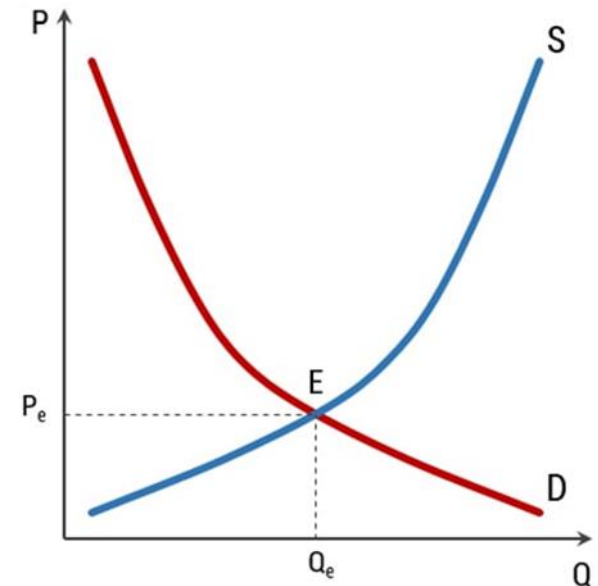


Общая теория равновесия

Если собрать в одну схему 2 графика, то получим вот такую картинку – крест Маршалла.

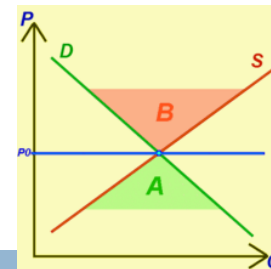
При определенной цене спрос и предложение уравниваются, нет дефицита и нет избытка товаров (E – equilibrium).

- основным инструментом жизни общества служит регулируемый рынок, а важнейшим видом деятельности является производство товаров и услуг;
- экономическая деятельность осуществляется в условиях свободной конкуренции под контролем государства, а **цены складываются под влиянием спроса и предложения**;
- **цель производителей** — получение максимальной прибыли;
- **цель потребителей** — получение максимальной полезности при минимальных затратах в удовлетворении своих потребностей;
- **макроэкономическое равновесие** выступает как результат совместных действий государства и бизнеса, факторов производства, спроса и предложения.



(а) - рыночное равновесие в общем случае

Равновесная цена



Равновесная цена – это та цена, объём спроса при которой равен объёму предложения, и этот объём, соответственно, является равновесным.

Равновесная цена — цена на конкурентном рынке, при которой **величина спроса и величина предложения равны**, то есть цена, при которой нет дефицита или избытка товаров и услуг, а значит на рынке нет тенденций роста или снижения.

Ни продавцы, ни покупатели не имеют побуждающих мотивов к изменению ситуации на рынке в случае установления равновесия, то есть имеет место баланс.

В случае формирования любой другой цены, отличной от равновесной, продавцы и покупатели получают эффективный стимул к трансформации положения на рынке.

2 подхода к проблеме устойчивости равновесия: А. Маршалл и Л.Вальрас

Равновесие по Маршаллу

Альфред Маршалл — основатель Кембриджской школы экономики:

Маршалл рассматривает функции спроса и предложения как **зависимость цены от величины спроса или предложения**: $P_d=f(Q)$ $P_s=f\{Q\}$.

Условием равновесия, по Маршаллу, является равенство цены спроса и цены предложения: $P_d=P_s$ -

Равновесная цена складывается по следующим причинам:

- влияния превышения цены спроса над ценой предложения (когда объём предложения находится ниже уровня равновесия) — реакция продавцов заключается в повышении объёма предложения
- влияния превышения цены предложения над ценой спроса (когда объём предложения находится выше уровня равновесия) — реакция продавцов выражается в снижении объёма предложения
- Цена спроса совпадает с ценой предложения в случае равновесного объёма спроса и предложения.

Для анализа достижения равновесия в длительном периоде удобнее пользоваться моделью Маршалла, в которой объём предложения возрастает, если цена спроса превышает цену предложения.

Равновесие по Вальрасу

Леон Вальрас – создатель теории общего равновесия:

При цене выше равновесной ($P\{$) образуется излишек продукции ($Q > Q_I$)

При цене ниже равновесной (P_2) возникает дефицит товара $Q < Q_{S_2}$

Условие равновесия по Вальрасу $Q_d = Q_s$.

Равновесная цена складывается по причинам:

- влияния превышения объёма предложения над объёмом спроса (когда рыночная цена превышает равновесную) — происходит давление избытка предложения на цену (посредством конкуренции продавцов), рыночная цена снижается
- влияния превышения объёма спроса над объёмом предложения (когда рыночная цена ниже, чем равновесная) — происходит давление избытка спроса на цену (посредством конкуренции покупателей), рыночная цена повышается.

Процесс установления равновесия в коротком периоде лучше описывается с помощью модели Вальраса, когда, например, избыточный спрос ведет к повышению цены до равновесного значения.

Изменение рыночного равновесия

Пересечение двух кривых спроса и предложения представляет собой равновесие.

Изменение рыночного равновесия:

1-я ситуация: снижение цен, на рынке

сложилась цена $P < P_1$

Сколько готовы купить покупатели? ($Q_d > Q^*$)

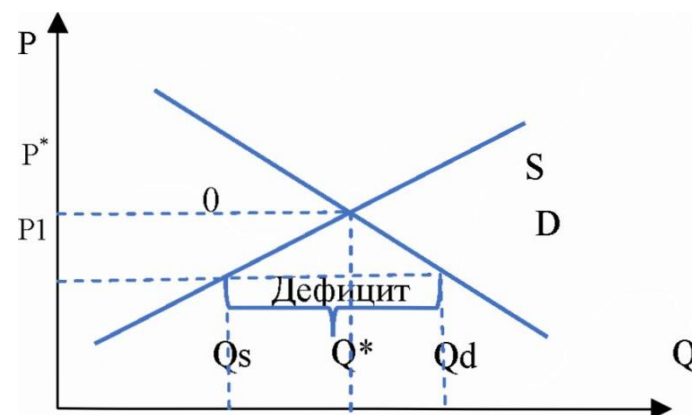
Сколько готовы продать продавцы? ($Q_s < Q^*$)

Каковы последствия?

Покупатели хотят купить много, продавцы продать меньше, в итоге – часть спроса остается неудовлетворенной

- развивается **Дефицит**.

Дефицит приводит к росту цен.



Отклонение от равновесной цены

- Выигрывают ли покупатели от низкой цены?
- Конечно, какому-то счастливчику благо досталось дешевле, но кому-то другому блага не досталось совсем. Получается, что в совокупности покупателям стало хуже.
- Наличие дефицита приносит дополнительные неудобства: за благо надо бороться, конкурировать с другими покупателями.
- Эту постоянную борьбу помнят Ваши родители, которые жили в реалиях советской плановой экономики.
- В условиях гос.контроля цены на рынке устанавливаются на неестественно низком уровне (ниже равновесного), некоторые покупатели могут получить выгоду от снижения цены. Но эта выгода не компенсирует потерь других покупателей, а также потерь продавцов. **В результате суммарное благосостояние сокращается.**

Дефицит в СССР

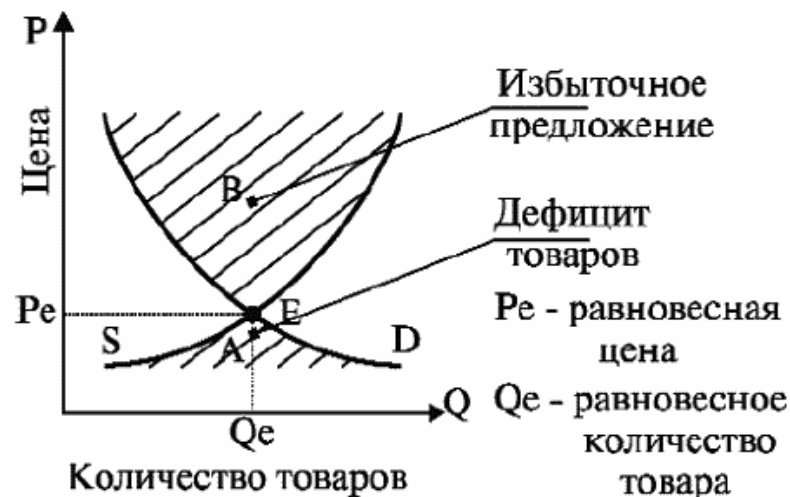
- В Советской плановой экономике цены практически на все блага устанавливались централизованно (в большинстве случаев, ниже равновесного уровня). Поэтому дефицит товаров был неотъемлемым признаком советской экономики.
- Дефицитом было все подавляющее большинство товаров (чулки, трикотаж...) и продуктов питания (гречка, майонез, сгущенное молоко, колбаса, деликатесы)



Изменение рыночного равновесия

2-я ситуация: повышение цен на рынке ($P_2 > P$).

- При повышении цены на благо покупатели готовы купить очень мало продукции, а продавцы, наоборот, готовы продать очень много продукции, соответственно остается много нераспроданной продукции – **избыточное предложение**, нераспроданный товар – проблема для продавцов (портится, устаревает, невозвращение кредитов).
- Предпринимаются различные мероприятия по продаже товара (скидки, 3 по цене за 2 товара).
- **Равновесное количество товара – Q_e - точка пересечения D и S , когда величина спроса и величина предложения равны.**
- При некой средней цене, равновесной цене производители готовы производить ровно столько сколько потребители желают и в состоянии приобрести. На рынке не возникает избыток, при котором рынок толкал бы цену на продукт вниз, не возникает и нехватка продукта, при котором рынок не вызывает повышение цены на продукт. При такой **равновесной цене** (или цене рыночного клиринга) **величина спроса и предложения уравниваются.**



Экономическая модель -рыночное равновесие

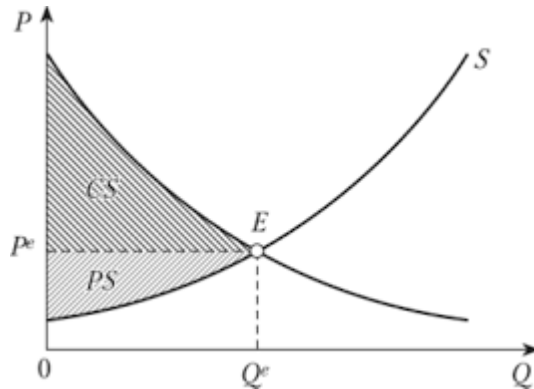
- Применительно к спросу и предложению точка равновесия будет находится в точке пересечения кривых спроса и предложения.
- Крест Маршалла - процесс взаимодействия спроса и предложения.
- Если данное превышение есть величина положительная, то объем предложения возрастает. Если отрицательная, то объем сокращается. Условием равновесия будет равенство $\Delta Q_d(p) = 0$.
Условие равновесия по Маршаллу представляет собой равенство цены спроса цене предложения.

Равновесная цена

Равновесная цена – это цена, при которой величина спроса и предложения будут равны:

- 1) Эта цена будет наиболее устойчивой;
- 2) При этой цене будет заключено максимальное количество сделок;
- 3) При этой цене **сумма избытков всех участников купли/продажи покупателей и продавцов** будет наибольшей, поэтому будет сгенерирован максимальный объем **общественного благосостояния (SW – social welfare)**.

Рыночное равновесие и общественное благосостояние

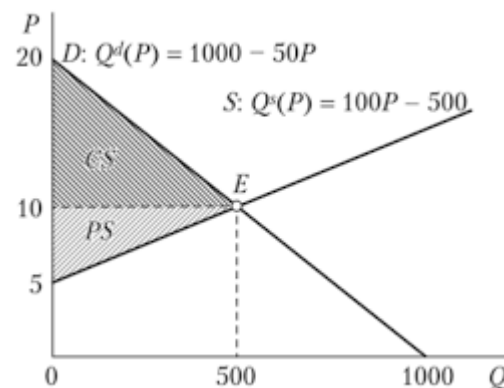


Модель спроса и предложения («крест Маршалла») – самая известная экономическая модель для определения рыночного равновесия.

При этой «компромиссной» цене продавцы получают избыток PS , а покупатели избыток CS .

Сумма избытков покупателей и продавцов называют общественное благосостояние SW .

Сделка Эдварда и Вивьен в фильме «Красотка»



Финансовый магнат Эдвард, заблудившись в ночном городе, останавливается возле Вивьен, чтобы она показала дорогу. Понравившуюся девушку он приглашает в свой номер отеля. Утром он узнает, что на очень важную сделку его должна сопровождать спутница. Эдвард предлагает ей за доп.гонорар 3 тыс.долл. остаться еще на неделю. После заключения этой сделки между ними происходит следующий диалог:

Вивьен: я бы и за 2 тысячи осталась!

Эдвард: - А я заплатил бы 4.

С экономической точки зрения данная сделка сгенерировала 2 тыс.долл благосостояния, из которых 1 тыс (4000-3000) досталась Эдварду, еще 1 тысяча (3000-2000) – Вивьен.

Коротко о главном

- Рынок – это механизм, сводящий вместе покупателей и продавцов.
- Свободная торговля приносит им взаимную выгоду, которая может быть выражена численно как избыток продавцов (PS) и избыток покупателей (CS). В целом рынок генерирует общественное благосостояние $SW=PS+CS$.
- **На рынке** всегда присутствуют **спрос** со стороны покупателей и **предложение** со стороны продавцов.
- **Предложение** – зависимость количества блага, которое продавцы готовы продать (Q_S), от цены (P). Обычно это зависимость прямая.
- **Рыночное равновесие** – наиболее устойчивое состояние рынка. Оно характеризуется равновесной ценой P_e , при которой величина спроса и предложения равны, и равновесным объемом продаж Q_e .
- **Гос.вмешательство** или монополизация рынка могут **снизить** генерируемые им общественные блага.

Вопросы

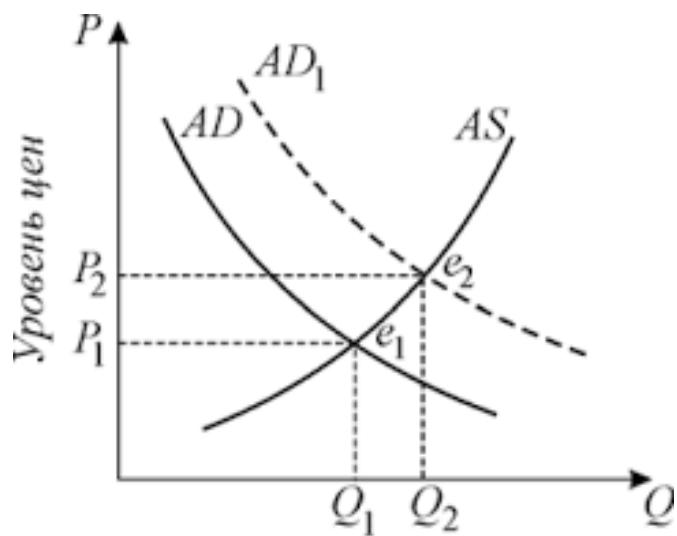
- Что представляет собой понятие "предложение" в микроэкономике?
- Какие факторы влияют на величину предложения на рынке?
- Как определяется кривая предложения и какие факторы могут вызвать ее сдвиг?
- Как влияют изменения в цене товара на его предложение на рынке?
- Как связана кривая предложения с законом предложения?
- Как изменения в технологиях производства влияют на предложение товара на рынке?
- Какие ожидания производителей могут влиять на предложение товара?
- Какие роль играют издержки производства в формировании предложения товара на рынке?
- Как закон предложения влияет на равновесие на рынке и ценообразование?
- дополнительные факторы, помимо цены, могут влиять на величину предложения товаров или услуг в микроэкономике?
- Каким образом предложение регулируется рыночными механизмами, такими как цена, и как это влияет на поведение производителей?

Задание

Подготовить по 2 кейса по изменению величины предложения:

- 1) связанных с изменением неценовых факторов;
- 2) связанных с избыточным предложением.

По кейсу с масками: с ростом спроса в коротком периоде времени не смогли обеспечить резко возросшие потребности (D_1) населения в масках. При сохраняющемся объеме предложения (S) образовался дефицит товара и рост цены.



В МИРЕ 7 февраля 2020, 15:47

Глава ВОЗ предупредил о дефиците медицинских масок из-за коронавируса

