Микроэкономика спроса

Краткое содержание

Рациональный выбор потребителя, полезность, спрос, предложение и равновесие объясняют, как цены и другие факторы координируют решения покупателей и продавцов.

Рациональный потребитель

Теория рационального поведения предполагает, что потребитель распределяет ограниченный доход так, чтобы получить **максимальную полезность** — наибольшее удовлетворение потребностей.

На решение о покупке влияют три главных фактора:

- **Полезность** товара;
- **Доход** потребителя;
- **Цена** товара.

При изменении цены действуют два взаимосвязанных эффекта:

- **Эффект замещения**: подешевевший товар становится привлекательнее по сравнению с другими, поэтому его покупают больше.
- **Эффект дохода**: при неизменном доходе снижение цены позволяет купить больше товара и других благ.

При росте цены оба эффекта действуют в обратную сторону.

Полезность и её измерение

Парадокс воды и алмазов показывает, что цена не определяется только общей полезностью. Вода жизненно необходима, но обычно дёшева; алмазы не являются необходимыми для жизни, однако стоят дорого. Редкость и ограниченность блага повышают его ценность.

> ***Закон убывающей предельной полезности:*** *чем больше единиц блага потреблено, тем меньше полезности приносит каждая следующая единица.*

Предельная полезность показывает прирост общей полезности от потребления дополнительной единицы блага:

$$MU = \frac{\Delta U}{\Delta Q}$$

где ΔU — изменение полезности, а ΔQ — небольшое изменение количества потребляемого блага.

Пример с водой:

Сделано на сайте Зачёт | zachet.app

Стакан	Предельная полезность	Общая полезность
1-й	10	10
2-й	5	15
3-й	2	17
4-й	0	17
5-й	отрицательная	уменьшается

Пятый стакан уже снижает удовольствие, поэтому его предельная полезность отрицательна . Количественная теория полезности полезна не только покупателю, но и производителю: она помогает оценить объём выпуска, при котором доход будет выше.

Две теории полезности

Существуют две основные теории полезности:

Теория	Содержание	Основная проблема или особенность
Кардиналистская	Полезность можно измерить условными единицами — ютилями	Невозможно объективно измерить, сколько полезности получает конкретный человек
Ординалистская	Полезность нельзя измерить количественно, но можно сравнить предпочтения	Показывает, какое благо предпочтительнее другого

Один человек может оценить стакан воды в 10 условных единиц, другой — в 20 или 50. Поэтому количественная оценка полезности субъективна; более реалистично сравнивать порядок предпочтений.

Исключения из рациональности

Потребитель не всегда выбирает наиболее дешёвый или практически полезный товар. На покупки влияют психологические и социальные факторы:

- **Эффект сноба**: человек покупает редкие товары, чтобы подчеркнуть отличие от большинства. Наличие товара у всех снижает его привлекательность.
- **Эффект Веблена**: высокая цена воспринимается как признак качества, престижа и статуса, поэтому дорогой товар может пользоваться большим спросом.
- **Эффект присоединения к большинству**: человек покупает товар, потому что его покупают другие.
- **Спекулятивный или панический спрос**: ожидание дефицита вызывает ажиотажные покупки, даже если текущей потребности нет. Пример — очереди за бензином или туалетной бумагой во время перебоев и пандемии.

Сделано на сайте Зачёт | zachet.app

Теория рационального поведения работает часто, но не объясняет все решения: на спрос влияют привычки, статус, эмоции, ожидания и поведение окружающих.

Рынок и его функции

Микроэкономика изучает отдельные рынки, товары, фирмы, покупателей и их взаимодействие.

> ***Рынок*** *— совокупность отношений между продавцами и покупателями, которые взаимодействуют посредством купли-продажи.*

Рынок необходим для развития экономики: даже если государство пытается его ограничить, обмен обычно сохраняется в легальной или нелегальной форме.

Функции рынка

Функция	Как проявляется
Регулирующая	Спрос повышает цены и направляет ресурсы в востребованные отрасли.
Стимулирующая	Выигрывают производители нужных товаров и фирмы с более низкими затратами.
Информационная	Цены и объёмы продаж сигнализируют, что производить и от чего отказаться.
Посредническая	Соединяет продавцов и покупателей; торговля , доставка и маркетплейсы сокращают затраты на поиск и сделку.
Распределительная	Ресурсы направляются в сектора, способные оплатить их использование.
Санирующая	Убыточные предприятия уходят с рынка, а более эффективные развиваются.

Плановая экономика слабее стимулирует снижение затрат и повышение эффективности: цены , объёмы производства и заработная плата задаются централизованно, а выбор покупателей ограничен.

Инфраструктура и конъюнктура

Рынок невозможен без **рыночной инфраструктуры** — банков, бирж, страховых компаний , ярмарок, логистических, консультационных и маркетинговых организаций.

Посредники увеличивают цену товара, но выполняют реальные функции: находят покупателей и продавцов, организуют доставку, хранение, рекламу и оформление сделки. Например, покупка автомобиля через посредника избавляет клиента от самостоятельного поиска, поездки в другой город, подготовки машины, публикации объявлений и общения с покупателями.

Сделано на сайте Зачёт | zachet.app

> ***Рыночная конъюнктура*** *— конкретное состояние рынка в определённый момент: уровень цен, спроса, предложения и другие условия.*

Конъюнктура меняется со временем. Её исследуют, чтобы заранее определить будущий спрос, хотя прогнозы могут оказаться ошибочными.

Рынок отдельного блага объединяет продавцов и покупателей конкретного товара или услуги. Поведение покупателей выражается через **спрос**, а поведение продавцов — через **предложение**.

Спрос и его факторы

> ***Спрос*** *— желание и возможность приобрести товар или услугу по определённой цене в течение определённого периода.*

Одного желания недостаточно: если у человека нет денег или он собирается купить товар только через год, текущего спроса нет.

Величина спроса (Q^D) — конкретное количество товара, которое покупатели готовы приобрести по данной цене за день, неделю, месяц или другой период.

На спрос влияют:

- P — цена товара;
- I — доход потребителя;
- Z — вкусы и предпочтения;
- цена товара-заменителя;
- цена товара-комплемента;
- W — богатство потребителей;
- N — количество покупателей;
- ожидания потребителей.

Закон спроса

> *При прочих равных условиях между ценой товара и величиной спроса существует* ***обратная зависимость****: чем выше цена, тем меньше покупаемое количество; чем ниже цена, тем больше величина спроса.*

Изменение цены вызывает движение по уже существующей кривой спроса. Изменение неценовых факторов сдвигает всю кривую:

Фактор	Рост фактора	Снижение фактора
Доход	Спрос на нормальные товары растёт	Спрос снижается
Цена заменителя	Спрос на данный товар растёт	Спрос снижается
Цена комплемента	Спрос на основной товар снижается	Спрос растёт
Богатство	Спрос растёт	Спрос снижается

Сделано на сайте Зачёт | zachet.app

Количество покупателей	Спрос растёт	Спрос снижается
Ожидание роста цены	Текущий спрос растёт	—

Нормальные товары покупают больше при росте дохода: одежду, бытовую технику, услуги и развлечения. **Товары низшей категории** покупают меньше по мере роста дохода: дешёвые продукты вроде картофеля, макарон или тушёнки могут заменяться мясом, овощами и более дорогими товарами.

Эластичность спроса

Ценовая эластичность спроса показывает, насколько чувствительна величина спроса к изменению цены:

$$E_D^P = \frac{\%\Delta Q^D}{\%\Delta P}$$

Она показывает, на сколько процентов изменится спрос при изменении цены на 1%.

Для небольших изменений используется точечная эластичность:

$$E_D^P = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P}$$

Графически точечная эластичность связана с наклоном касательной к кривой спроса. При значительных изменениях цены используют дуговую, или круговую, эластичность.

На ценовую эластичность влияют:

- степень насыщения потребности;
- настоятельность потребности;
- доля расходов на товар в бюджете;
- наличие заменителей;
- наличие комплементарных товаров;
- время.

Спрос менее эластичен, если потребность необходима, уже насыщена, товар занимает небольшую долю расходов или не имеет заменителей. В долгосрочном периоде потребитель обычно сильнее приспосабливается к новой цене.

Предложение и его факторы

> ***Предложение*** *— желание и возможность производителя произвести и продать товар по определённой цене за определённый период.*

Предложение включает не только намерение производить, но и наличие ресурсов, оборудования, технологии и времени.

Сделано на сайте Зачёт | zachet.app

Величина предложения (Q^S) — количество товара, которое продавцы готовы произвести и продать по определённой цене.

Закон предложения

> *При прочих равных условиях между ценой товара и величиной предложения существует **прямая зависимость**: высокая цена стимулирует расширение производства, низкая — его сокращение.*

На предложение влияют:

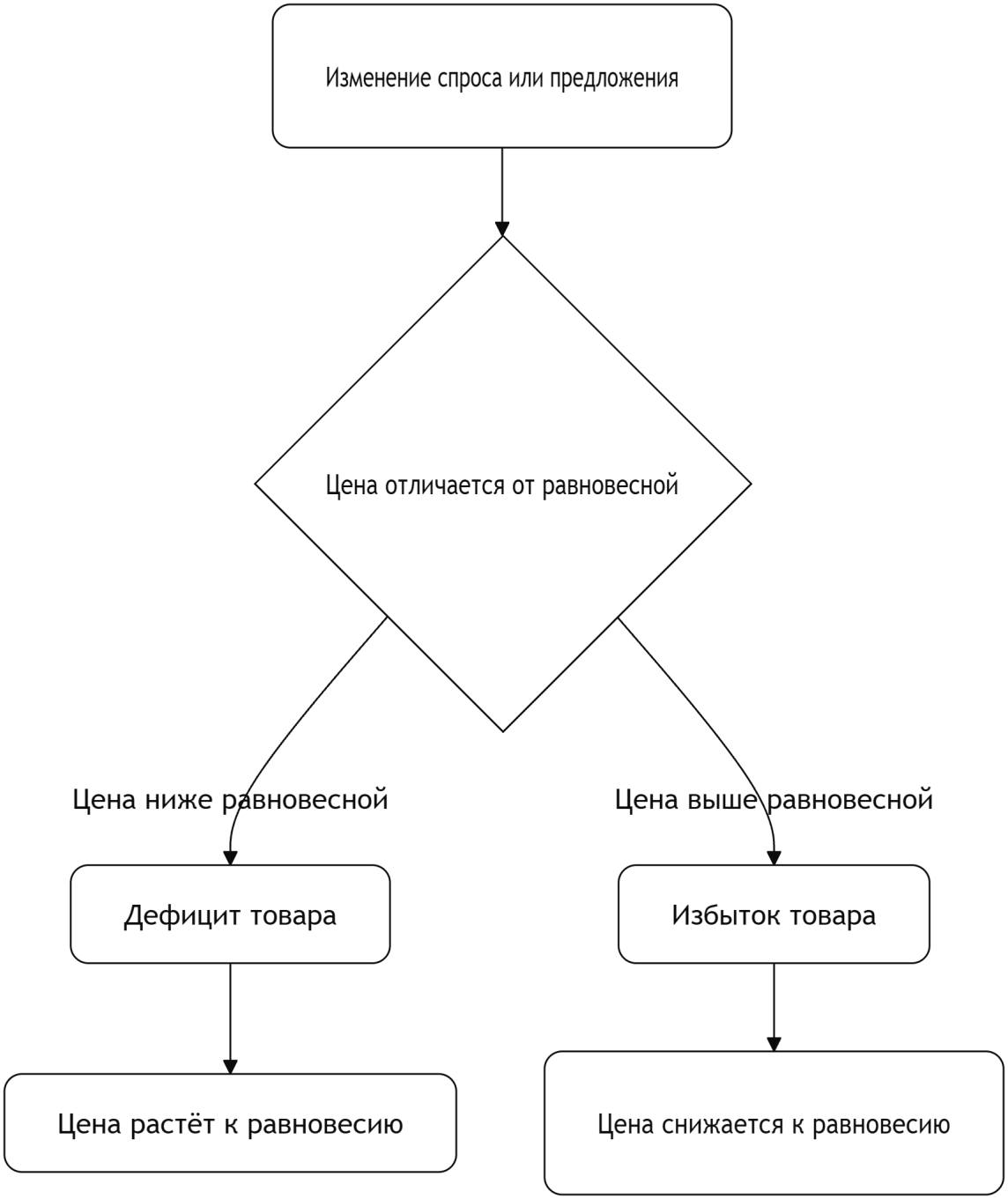
- цена ресурсов;
- технология производства;
- налоги и субсидии;
- количество продавцов;
- ожидания производителей;
- время, необходимое для расширения выпуска.

Изменение фактора	**Изменение предложения**
Рост цен ресурсов	Снижение
Удешевление ресурсов	Рост
Упрощение и удешевление технологии	Рост
Ограничение доступа к технологии, оборудованию или патентам	Снижение
Рост налогов	Снижение
Субсидии и налоговые льготы	Рост
Увеличение числа продавцов	Рост
Ожидание роста будущего спроса	Рост текущего предложения

Ценовая эластичность предложения особенно зависит от времени. В краткосрочном периоде производитель не успевает купить оборудование, нанять работников и расширить помещения, поэтому предложение малоэластично. В долгосрочном периоде ресурсы перераспределяются, и реакция становится сильнее.

Рыночное равновесие

Рыночное равновесие возникает в точке пересечения кривых спроса и предложения
. Равновесная цена — цена, при которой величина спроса равна величине предложения.



Если цена ниже равновесной, покупателей больше, чем товара у продавцов: возникает **дефицит**. Покупатели конкурируют между собой, цена растёт, а производители увеличивают выпуск.

Если цена выше равновесной, продавцы предлагают больше, чем покупатели готовы приобрести: возникает **избыток**. Нереализованный товар заставляет продавцов снижать цену.

Так рынок самостоятельно возвращается к равновесию:

- сокращение предложения вызывает дефицит, рост цены и стимулирует производство;
- рост предложения создаёт избыток и снижает цену;
- рост спроса повышает равновесные цену и количество;
- падение спроса снижает равновесные цену и количество.

Цена потолка — установленный государством максимальный уровень цены, обычно ниже равновесной; она может сдерживать инфляцию, но вызвать дефицит.

Сделано на сайте Зачёт | zachet.app

Цена пола — минимальная разрешённая цена, обычно выше равновесной; она поддерживает доход производителей, но может привести к избытку товара.

Сделано на сайте Зачёт | zachet.app