Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное агентство по образованию

Уральский Государственный Экономический университет

Кафедра экономической теории

Реферат по дисциплине: "Экономическая теория"

на тему: "**Спрос, предложение и рыночное равновесие**"

Исполнитель:

студентка группы ЭСС-10

Рыбак Е. Д.

Руководитель:

Зысман Н. И.

Екатеринбург, 2010

**Содержание**

Введение

1. Спрос и предложение

* 1. Терминология
  2. Закон спроса
  3. Закон предложения

2. Рыночное равновесие

2.1 Механизм достижения рыночного равновесия

2.2 Виды рыночного равновесия

2.3 Устойчивость равновесия

3. Модели рыночного равновесия

* 1. Модели равновесия по Л.Вальрасу и по А.Маршаллу.
  2. Паутинообразная модель
  3. Применение модели рыночного равновесия

Заключение

Литература

**Введение**

Моей целью является выявить, как действует рынок, закон спроса и закон предложения, как выявляются и определяются спрос и предложение, как устанавливается рыночное равновесие; дать объяснение, почему цены стремятся к ценам равновесия; узнать о моделях рыночного равновесия и их применении.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить задачи:

1. Определить рыночные спрос и предложение;

2. Определить рыночное равновесие;

3. Рассмотреть модели рыночного равновесия;

Структура работы: данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

1. **Спрос и предложение**

**1.1 Терминология**

**Рынок** – это механизм, сводящий вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) товаров и услуг.

**Спрос** – это вид зависимости величины покупок, которые покупатели готовы совершить на рынке определенного вида благ в определенный период времени, от уровня цены на эти блага (при прочих неизменных условиях).

**Закон спроса** – состоит в том, что повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, и наоборот; отсюда следуют выводы:

1. Повышение цены не всегда гарантирует увеличение выручки от продаж, а снижение не всегда грозит падением этой выручки.

2. При определении цены на свой товар любой должен прикинуть: сколько он сможет выручить при такой цене исходя из существующей чувствительности спроса на этот товар к изменениям цены.

**Предложение** — отражает то количество товара, которое производители согласны представить на рынок по данной цене.

**Закон предложения** — при прочих равных условиях, повышение цены приводит к росту величины предложения; снижение цены — к снижению величины предложения.

**Рыночное равновесие** — ситуация на рынке, когда спрос на товар равен его предложению; объем продукта и его цену называют равновесными или ценой рыночного клиринга. Такая цена имеет тенденцию в отсутствии изменений спроса и предложения оставаться неизменной.

Рыночное равновесие характеризуется равновесной ценой и равновесным объёмом.

**Устойчивость равновесия** — способность рынка приходить в состояние равновесия путём установления прежних равновесной цены и равновесного объёма.

* 1. **Закон спроса**

В экономическом смысле в основе спроса лежит не просто потребность или нужда в том или ином благе, а готовность и способность платить за него. Общий спрос покупателей на благо находит свое отражение на кривой спроса.

Спрос проявляется и в объеме спроса, означающем то количество блага, которое было бы куплено по некоторой цене при неизменности прочих факторов, влияющих на спрос.

Связь между ценой блага и объемом спроса на него выражается в законе спроса.

Согласно закону спроса потребителями, при прочих равных условиях, будет куплено тем большее количество товаров, чем ниже их рыночная цена. То есть закон спроса состоит в обратной зависимости между уровнем цен и количеством покупаемой продукции.

Различают:

индивидуальный спрос - это спрос конкретного субъекта;

рыночный спрос - это спрос всех покупателей на данный товар.

Принято различать индивидуальный спрос как спрос отдельного покупателя на определенный товар и рыночный спрос, то есть суммарный спрос всех покупателей для каждой цены товара. Если обозначить через qij спрос на i – тый товар j – того покупателя, то рыночный спрос можно выразить как

QD = ∑ qij

При изменении прочих факторов и постоянной цене товара произойдет изменение самого спроса. В результате изменения спроса потребители готовы покупать больше (или меньше) товаров, чем раньше, при той же цене, или готовы платить за прежнее количество товаров более высокую цену. Для обоснования достоверности закона спроса может быть предложено несколько аргументов.

1. В подавляющем большинстве случаев существует так называемый ценовой барьер: если цена повышается, то для какой-то части людей товар оказывается недоступным, и они вынуждены будут отказаться от его покупки; чем выше цена, тем больше будет людей, для которых ценовой барьер окажется непреодолимым.

2. Рост объема спроса при снижении цены можно обосновать возникающим при этом эффектом дохода – он возникает, когда снижение цены на товар экономит часть дохода покупателя, сам доход в этом случае не меняется, но экономия дает покупателю возможность приобрести на сэкономленную сумму дополнительное количество товара.

3. Рост объема спроса при снижении цены объясняется и эффектом замещения – он связан с проблемой выбора. Если из двух взаимозаменяемых товаров один становится дешевле, то покупатель отдаст предпочтение более дешевому товару и сократит покупки другого, ставшего относительно первого более дорогим.

4. Рост величины спроса при снижении цены можно объяснить и принципом убывания предельной (дополнительной) полезности товара. После изучения спроса рассматривается предложение

* 1. **Закон предложения**

Объем предлагаемого к продаже товара при прочих равных условиях будет тем меньше, чем выше цена на товар, то есть между предложением и ценой существует прямая зависимость. Эта зависимость называется законом предложения. Как и в случае спроса существует индивидуальное и рыночное предложение. Объем предложения можно записать как сумму объема предложения i – того продавца: QS = ∑ QSi

*Факторы формирования предложения*

1. Цена товара с определенными свойствами и технологией изготовления.

2. Величина затрат, необходимых для производства товара.

**Закон предложения** – состоит в том, что повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, и наоборот (на поведение покупателей влияют прежде всего полезность блага и бюджет, на поведение изготовителя – затраты на изготовление и уровень прибыли).

Аргументация достоверности закона предложения.

1. Когда цена на товар растет, производители, заинтересованные в увеличении прибыли, начнут расширять свое производство. Кроме того, в отрасль, где растут цены, устремятся производители из других отраслей, изымая свои капиталы из менее прибыльного дела. Открытие новых предприятий еще больше увеличит объем предложения.

2. Рост объема предложения связан с ростом цены товара еще и потому, что производство каждой дополнительной единицы товара требует дополнительных затрат. Следовательно, дополнительная продукция будет производиться, если будет расти цена товара. Расширение производства может продолжаться до тех пор, пока дополнительные затраты не превысят дополнительный доход, полученный от производства еще одной дополнительной единицы продукции.

1. **Рыночное равновесие**

**2.1 Механизм достижения рыночного равновесия**

Свободное движение цены в соответствии с изменением спроса и предложения, приводит к тому, что товары, проданные на рынке, распределяются в соответствии со способностью покупателей оплатить цену, предлагаемую производителем. Если спрос превышает предложение, то цена будет расти до тех пор, пока спрос не перестанет превышать предложение. Если предложение больше, чем спрос, то на рынке совершенной конкуренции цена будет снижаться до тех пор, пока все предлагаемые товары не найдут своих покупателей.

Равновесие спроса и предложения достигается при пересечении кривых спроса и предложения. В точке пересечения объем предложения будет равен объему спроса и устанавливается цена равновесия, одинаково удовлетворяющая как продавцов, так и покупателей. При любой более низкой цене излишек спроса будет толкать цену вверх, а при цене выше равновесной предложение превысит спрос, и цена снизится до уровня равновесия.

* 1. **Виды рыночного равновесия**

Равновесие бывает устойчивым и неустойчивым. Если после нарушения равновесия рынок приходит в состояние равновесия и устанавливаются прежние равновесные цена и объем, то **равновесие** называют **устойчивым**. Если после нарушения равновесия устанавливается новое равновесие и изменяется уровень цен и объем спроса и предложения, то **равновесие** называют **неустойчивым**.

Различают три вида рыночного равновесия: мгновенное, краткосрочное и долгосрочное, через которые последовательно проходит предложение в процессе увеличения его эластичности в ответ на возрастание спроса.

* 1. **Устойчивость равновесия**

Равновесие механической системы устойчиво, если при малом возмущении (смещении, толчке) точки системы во всё последующее время мало отклоняются от равновесных положений; в противном случае равновесие неустойчиво. Обычно при малых возмущениях точки системы, находящейся в положении устойчивого равновесия, совершают около их равновесных положений малые колебания, которые вследствие сопротивлений со временем затухают, и равновесие восстанавливается. Более строго У. р. определяется и исследуется так же, как и устойчивость движения. В случае механической консервативной системы достаточное условие У. р. даётся теоремой Лагранжа — Дирихле, согласно которой равновесие устойчиво, если в положении равновесия потенциальный энергия системы минимальна.

**Виды устойчивости**

1. Абсолютная;

2. Относительная;

3. Локальная (колебания цен происходит, но в определенных пределах);

4. Глобальная (Устанавливается при любых колебаниях).

1. **Модели рыночного равновесия**
   1. **Модели равновесия по Л.Вальрасу и по А.Маршаллу**

Существует два подхода к исследованию установления равновесной цены: Л.Вальраса и А.Маршалла.

Главным в подходе Л.Вальраса является разница в объемах спроса и предложения. Если рыночная цена P1> PE, то величина предложения больше величины спроса QS1>QD1, на рынке – избыток предложения (при цене P1), избыток равняется QS1 - QD1. В результате конкуренции продавцов происходит понижение цены PE и избыток исчезает. Если рыночная цена P2> PE, то величина спроса больше величины предложения QD2> QS2, на рынке избыток спроса (при цене P2), то есть дефицит равен QD2 - QS2. в результате конкуренции покупателей происходит повышение цены до PE и дефицит исчезает.

P

P2

PE

P1

Q2D Q1S QE Q2S Q1D  Q

D

S

Увеличить теорию Вальраса

Рис.1 - Рыночное равновесие по Л.Вальрасу.

Главным в подходе А.Маршалла является разность цен P1 и P2. А.Маршалл исходит из того, что продавцы, прежде всего, реагируют на разность цены спроса и цены предложения. Чем больше этот разрыв, тем больше стимулов для роста (или сокращения) предложения. Увеличение (или сокращение) объема предложения уменьшает эту разницу и тем самым способствует достижению равновесной цены. По версии Л.Вальраса, в условиях дефицита активно действуют покупатели, а в условиях излишка товаров – продавцы. Согласно версии А.Маршалла, доминирующей силой в формировании рыночной конъюнктуры всегда являются предприниматели.

QE  Q

S

D

P

P1

PE

P2

Рис.2. - Рыночное равновесие по А.Маршаллу

Цена равновесия обычно ниже максимально предполагаемой потребителями цены, на величину излишка потребителя, который составляет излишек, прежде всего для состоятельных потребителей, которые могли бы приобрести товар выше равновесной цены PE вплоть до самой максимальной Pmax, но приобретают товар именно по рыночной цене.

Графически излишек потребителя, можно изобразить через площадь фигуры, ограниченной кривой спроса, осью ординат и равновесной ценой PE, то есть площадь PmaxE PE. Излишек потребителя – это часть общественного излишка от существования рыночного механизма. В свою очередь, равновесная цена обычна выше минимальной цены, которую могли бы предложить наиболее эффективные фирмы. Следовательно, совокупные издержки производителей равны площади фигуры PminEQE, а излишек производителя составляет площадь PEEPmin. Это излишек наиболее эффективных фирм, которые могут предложить товар на рынок ниже равновесной цены PE, но предлагают товара по более высокой рыночной цене. Общественный излишек от существования рынка равен сумме излишка потребителя и излишка производителя.

D

S

E

P

Pmax

PE

Pmin

QS  Q

Рис.3. - Излишек производителя и потребителя

**3.2 Паутинообразная модель**

Паутинообразная модель – модель, изображающая траекторию движения к состоянию равновесия, когда реакция предложения или спроса запаздывает. Она описывает динамический процесс: траекторию корректировки цен и объема производства при движении от одного состояния равновесия к другому; используется для описания колебаний цен на рынках сельскохозяйственной продукции; на биржевом рынке, где предложение реагирует на изменение цен с некоторым запозданием.

Равновесие в паутинообразной модели зависит от углов наклона кривой спроса и

предложения. Равновесие устойчиво, если угол наклона предложения S круче кривой спроса D. Движение к общему равновесию проходит ряд циклов. Избыток предложения (AB) толкает цены вниз (BC), и в результате возникает избыток спроса (CF), который поднимает цены вверх (FG). Это приводит к новому избытку предложения (GH) и так далее до тех пор, пока не устанавливается равновесие в точке E. Колебания носят затухающий характер. Движение может, однако, приобрести иное направление, если угол наклона кривой D круче угла наклона кривой предложения S. В этом случае колебания носят взрывной характер, и равновесие не наступает.

б)

### Q

P

### D

### S

в)

### Q

P

S

D

а)

### Q

P

D

S

Рис.2.9. - Устойчивое (а) и неустойчивое (в) равновесие в паутинообразной модели и регулярные колебания (б) вокруг него.

Возможен, наконец, и такой вариант, когда цена совершает регулярные колебательные движения вокруг положения равновесия. Это возможно в том случае, если углы наклона кривых спроса и предложения равны.

Паутинообразная модель наводит на мысль о том, что углы наклона кривых спроса и предложения имеют существенное значение для понимания механизма рыночного равновесия, определения закономерностей поведения на рынке покупателей и продавцов.

**3.3 Применение модели рыночного равновесия**

Равновесные модели применяются при изучении взаимоотношений между экономическими агентами. Эти модели выступают частным случаем общего класса моделей взаимодействия экономических агентов. Посредством равновесных моделей изучаются и равновесное и неравновесное положение экономической системы. В микроэкономической теории модели рыночного равновесия имеют особое значение потому, что экономические агенты могут эффективно осуществлять свою хозяйственную деятельность только при условии, что они имеют достоверную информацию обо всех ценах и на потребляемые ими ресурсы, и на предлагаемые им блага. Поскольку каждый отдельный экономический агент не может иметь такую информацию, то оптимальным способом изучения ценообразующих факторов может стать допущение о равновесном положении и незначительных изменениях одной конкретной цены.

З**аключение**

Рыночный процесс состоит из множества актов обмена товарами и услугами. В каждом таком акте участвует продавец, на стороне которого выступает предложение товара, и покупатель, представляемый спросом на товары. Спрос и предложение являются тесно связанными и непрерывно взаимодействующими категориями и служат связующим механизмом между производством и потреблением. На величину спроса, как индивидуального, так и совокупного, влияют ценовые и неценовые факторы, которые должны четко отслеживаться на постоянной основе специальными отделами.

Также, в заключении необходимо отметить, что важнейшими категориями микроэкономического анализа являются спрос и предложение, которые подчинены действию определенных законов. Согласно закону спроса потребители готовы приобрести по низкой цене большее количество товара, чем по высокой; между ценой и величиной спроса существует обратная зависимость. Закон предложения в условиях рынка предусматривает прямую зависимость между ценой и объемом предлагаемого к продаже товара: по более высокой цене производитель готов выпускать и продавать большее количество товара, чем по низкой.

Рынок сводит продавцов и покупателей; равновесная цена и объем продаж устанавливаются в точке, где намерения продавцов и покупателей совпадают. Изменения в спросе или предложении, вызванные действием неценовых факторов (изменением потребительских предпочтений, ростом денежных доходов, введением дополнительных налогов и проч.), приводят в действие рыночные силы, благодаря которым равновесие на рынке устанавливается в новой точке.

**Литература**

1. Баликоев В.Э. Общая экономическая теория.
2. Задоя А.А., Петруля Ю.Е. Основы экономической теории (учебное пособие).- М.:"Рыбари", 2004.
3. Ивашковский С.Н. Микроэкономика. Учебник. - М., 2003
4. Иохин В.Я. Экономическая теория. - М.: Юрист, 2000.
5. Кэмпбэлл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю. Экономикс: принципы, проблемы, политика. Москва: Республика, 2003.
6. http://dic.academic.ru
7. http://www.study-economics.ru
8. Экономическая теория : [учеб. для вузов] / А. И. Попов. - 4-е изд. - СПб. [и др.] : Питер, 2006. - 541 с. : ил. - (Учебник для вузов).
9. http://matfak.ru/