С.В. КАЛЕДИН

Индивидуальный и рыночный спрос

Учебное пособие

Сергей Каледин

Индивидуальный и рыночный спрос

https://litres.ru/75014257
SelfPub; 2026

Аннотация

Вниманию читателя представлен методический материал (лекция) для специальности «Экономика и финансы» дисциплины «Микроэкономика». Предложенная информация, несомненно, поможет преподавателю качественно изложить заявленную тему, а на семинарских занятиях и контрольных мероприятиях проверять и оценивать остаточные знания у аудитории по изученному предмету, проводить аттестацию; для слушателей и студентов – закрепить освоенный материал, подготовиться к тестовым испытаниям, промежуточным и итоговым мероприятиям. Работа будет интересна профессорско-преподавательскому составу высших учебных заведений, студентам, специалистам, широкому кругу читателей.

Содержание

1. Индивидуальный спрос и спрос на рынке в целом 5
2. Кривая спроса и наблюдаемая динамика продаж 13
Конец ознакомительного фрагмента. 14

Сергей Каледин
Индивидуальный и рыночный спрос

План

1. Индивидуальный спрос и спрос на рынке в целом
2. Кривая спроса и наблюдаемая динамика продаж
3. Независим ли выбор потребителя?

ЗАДАЧИ

1. Индивидуальный спрос и спрос на рынке в целом

Индивидуальные различия спроса могут быть весьма значительными. Хотя, как указывалось выше, объем спроса практически всегда убывает с ростом цен, характер и конкретная форма этой закономерности у отдельных потребителей могут быть разными.

На рис. 1 показаны линии спроса с различным наклоном, в том числе и в крайних положениях - в случае, когда объем спроса не зависит от цены (D3), и в предельном случае сильной зависимости спроса от цены (D4). Чем больше угол наклона кривой к оси цен (т.е., чем более полого она выглядит на рисунке), тем быстрее падает объем спроса при одном и том же изменении цены: кривая D1 показывает более сильную зависимость объема спроса от цены, чем кривая D2.

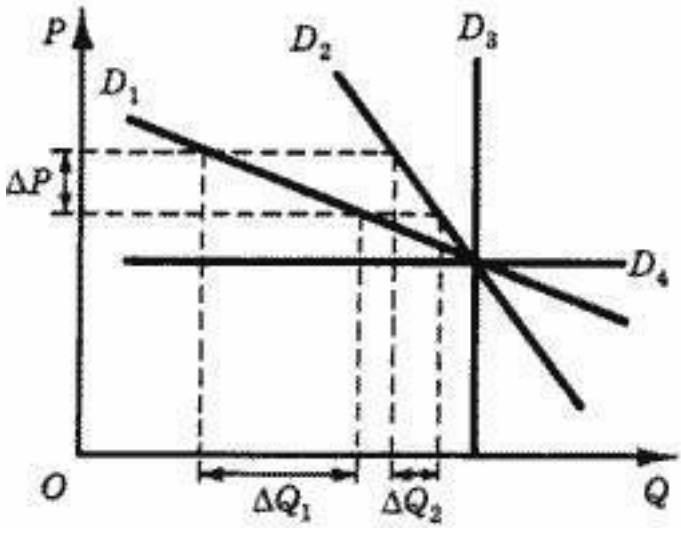

Рис. 1. Линия спроса.

Индивидуальные различия спроса связаны со многими факторами. Здесь и различия в уровне доходов, и неодинаковость вкусов и предпочтений; последние в свою очередь находятся под воздействием национальных традиций, половозрастных различий, различий в уровне образования и т.д.

Наклон кривой спроса зависит и от того, какую долю в бюджете потребителя составляют затраты на данный товар: если эта доля невелика, то потребитель слабо реагирует на изменение цены. Например, если вы весьма требовательны к художественному уровню кинофильмов и посещаете кино

не слишком часто, то подорожание билетов в два раза, вероятно, не заставит вас ходить в кино реже. Но если вы часто ходите в кино, просто чтобы скоротать время, то двукратное подорожание билетов заставит вас снизить частоту посещений кинотеатра.

Итак, различные потребители, каждый со своей кривой спроса, появляются на рынке некоторого товара.

Какова при этом будет кривая рыночного спроса, т.е. совокупного спроса всех покупателей, вместе взятых?

При любом значении цены, которая могла бы сложиться на рынке, объем спроса каждого покупателя - это соответствующее данной цене количество товара, которое сам потребитель считает для себя необходимым и желательным; это объем, определяемый его индивидуальной кривой спроса.

В этом проявляется так называемый суверенитет потребителя.

Связь рыночного спроса с совокупностью индивидуальных определяется следующей закономерностью: объем рыночного спроса при каждом значении цены равен сумме объемов спроса отдельных потребителей при данном значении цены.

Предположим, что на рынке некоторого товара имеются три потребителя. Назовем их A, B, C; индивидуальные кривые их спроса приведены на рис. 2.

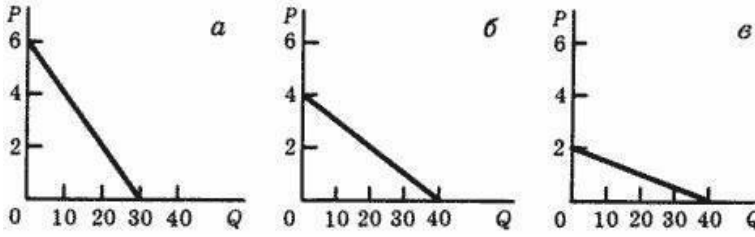

Рис. 2. Линии индивидуального спроса различных потребителей.

Потребитель А при цене свыше 6 руб. полностью отказывается от покупки товара, а более 30 единиц товара ему не нужно ни при какой цене, сколь бы мала она ни была (рис. 2,а).

Таков смысл точек, отмеченных на осях цен и объемов. Для простоты будем считать, что при цене меньшей 6 руб. зависимость объема спроса от цены линейна. Кривые спроса для других потребителей носят такой же характер.

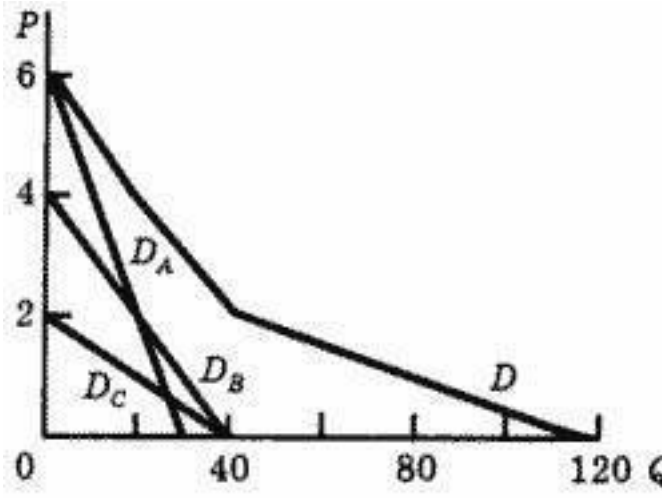

Рис. 3. Суммирование спроса.

На рис. 3 в одной системе координат представлены все три кривые индивидуального спроса DA, DB, DC и кривая рыночного спроса D.

Если индивидуальный спрос задан таблично, то объем рыночного спроса при каждом значении цены можно найти, складывая соответствующие значения индивидуального спроса (это иллюстрирует табл. 1).

Таблица 1. Суммарный спрос

Цена (Р), руб.	Индивидуальный спрос			Рыночный спрос
	Q_A	Q_B	Q_C	
6 и более	0	0	0	0
4	10	0	0	10
2	20	20	0	40
0	30	40	40	110

Ввиду чрезвычайно простого (линейного) вида кривых индивидуального спроса достаточно произвести расчет рыночного спроса только при "особых" значениях цены.

Четыре точки, рассчитанные в табл. 1, нанесены на график рис. 3, а так как сумма линейных функций - линейная функция, эти точки соединены прямолинейными отрезками. В результате получена трехзвенная ломаная линия - кривая рыночного спроса.

Если индивидуальный спрос каждого потребителя задан аналитически, то при суммировании индивидуальных объемов нужно учесть, что при уровне цены выше некоторого порога (для каждого потребителя - своего) объем спроса равен нулю. В нашем примере:

$$\left.\begin{aligned} Q_A &= 30 - 5P, \quad P < 6; \\ Q_B &= 40 - 10P, \quad P < 4; \\ Q_C &= 40 - 20P, \quad P < 2. \end{aligned}\right\} \quad (1)$$

Цена выше 6 - "запредельная" для всех потребителей. При цене от 4 до 6 покупать товар может только A, от 2 до 4 - уже A и B, а в диапазоне от 0 до 2 - все три потребителя.

Поэтому:

$$Q = \begin{cases} 30 - 5P \\ 70 - 15P \\ 110 - 35P \end{cases} \quad (2)$$

Уравнение (2) описывает ломаную D на рис. 3.

Отметим, что, как показывает уравнение (2), при движении по кривой рыночного спроса сверху вниз абсолютные величины коэффициентов при P закономерно возрастают из-за включения новых покупателей и в целом кривая рыночного спроса оказывается выпуклой вниз. Это обстоятельство играет существенную роль при разработке математиче-

ских моделей рынка. Так как число покупателей на реальном рынке весьма велико, изломы на кривой рыночного спроса становятся неразличимыми и ее можно изобразить в виде гладкой линии.

2. Кривая спроса и наблюдаемая динамика продаж

Можно ли построить кривую спроса, фиксируя изменяющиеся во времени объемы продаж некоторого товара и цены на этот товар?

Допустим, что статистическое бюро выполнило эту работу. Графики рис. 4,а и б показывают результаты этой работы - изменение во времени (динамику) объемов и цен.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.