

Theme 2 – Търсене и предлагане

1: Закон за търсенето

2: Крива на търсенето

3: Закон за предлагането

4: Крива на предлагането

5: Равновесна цена и количество

6: Фактори определящи търсенето

7: Ефект от промяната в търсенето
върху равновесната цена и
количество

8: Фактори, определящи
предлагането

9: Ефект от промяната в
предлагането върху равновесната
цена и количество

10: Ефект от промените в търсенето
и предлагането върху
равновесната цена и количество

11: Търсене спрямо търсено
количество и предлагане спрямо
предлагано количество

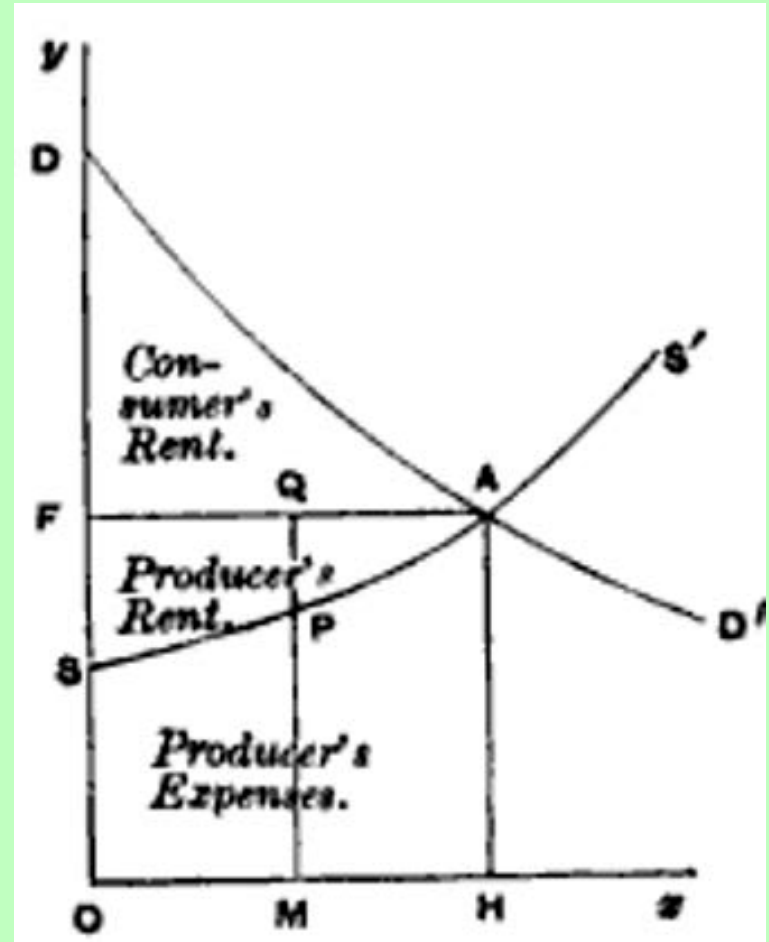
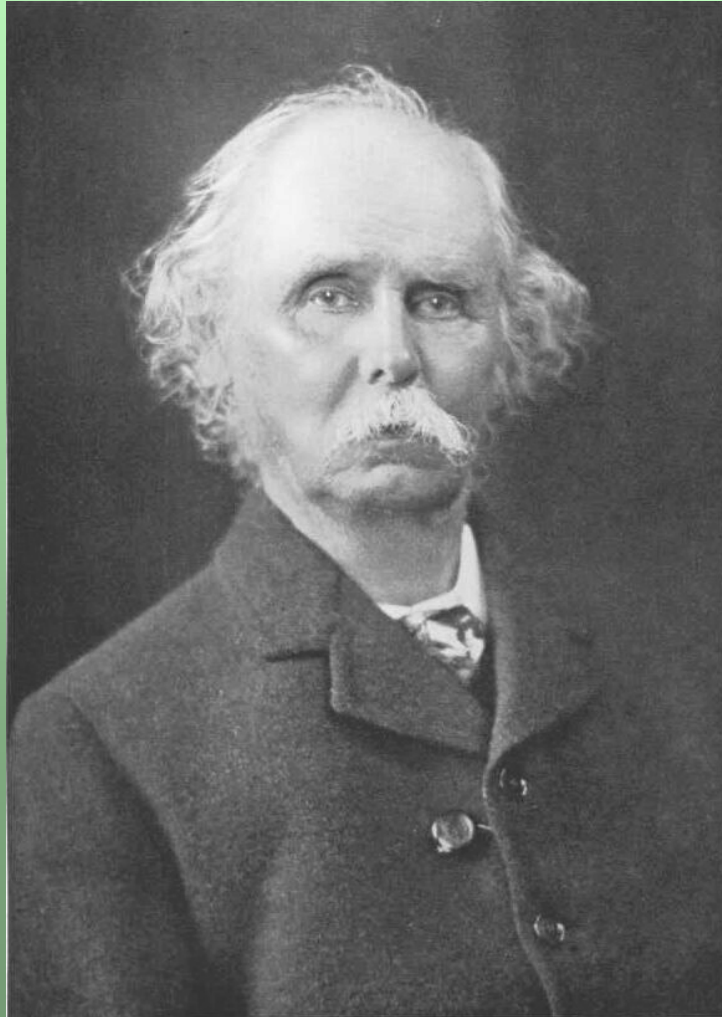
12: Потребителски излишък и
излишък на производителя

13: Промяна на цените в
краткосрочен и дългосрочен план

14: Пазарната икономика и нейните
проблеми / externalities

Алфред Маршал(26.07. 1842 - 13 .07. 1924) - Принципи на икономическата теория, 1890

http://files.libertyfund.org/files/1676/Marshall_0197_EBk_v6.0.pdf



Alfred Marshall's supply and demand graph

Theme 2 – Търсене и предлагане

■ Закон за търсенето

Купувачите на даден продукт ще закупят повече от този продукт, ако неговата цена е по-ниска и *vice versa*, ако допуснем, че всички останали условия не се променят (*ceteris paribus*).



Theme 2 – Търсене и предлагане

- Има поне *две причини* поради които купувачите купуват повече на по-ниски цени и по-малко при по-високи цени...
 - Ефект на заместването / The Substitution Effect
 - Ефект на дохода / Income Effect

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Ефект на заместването

Когато цената на даден продукт намалява, *при равни други условия*, продуктът става по-евтин... и ето защо по-атраکتивен в сравнение с други продукти (и обратно).



Theme 2 – Търсене и предлагане

- Ефект на дохода

Когато цената на даден продукт намалява, *при равни други условия*, потребителят разполага с по-голям сравнителен доход. Следователно може да закупи допълнителни продукти (и обратно).



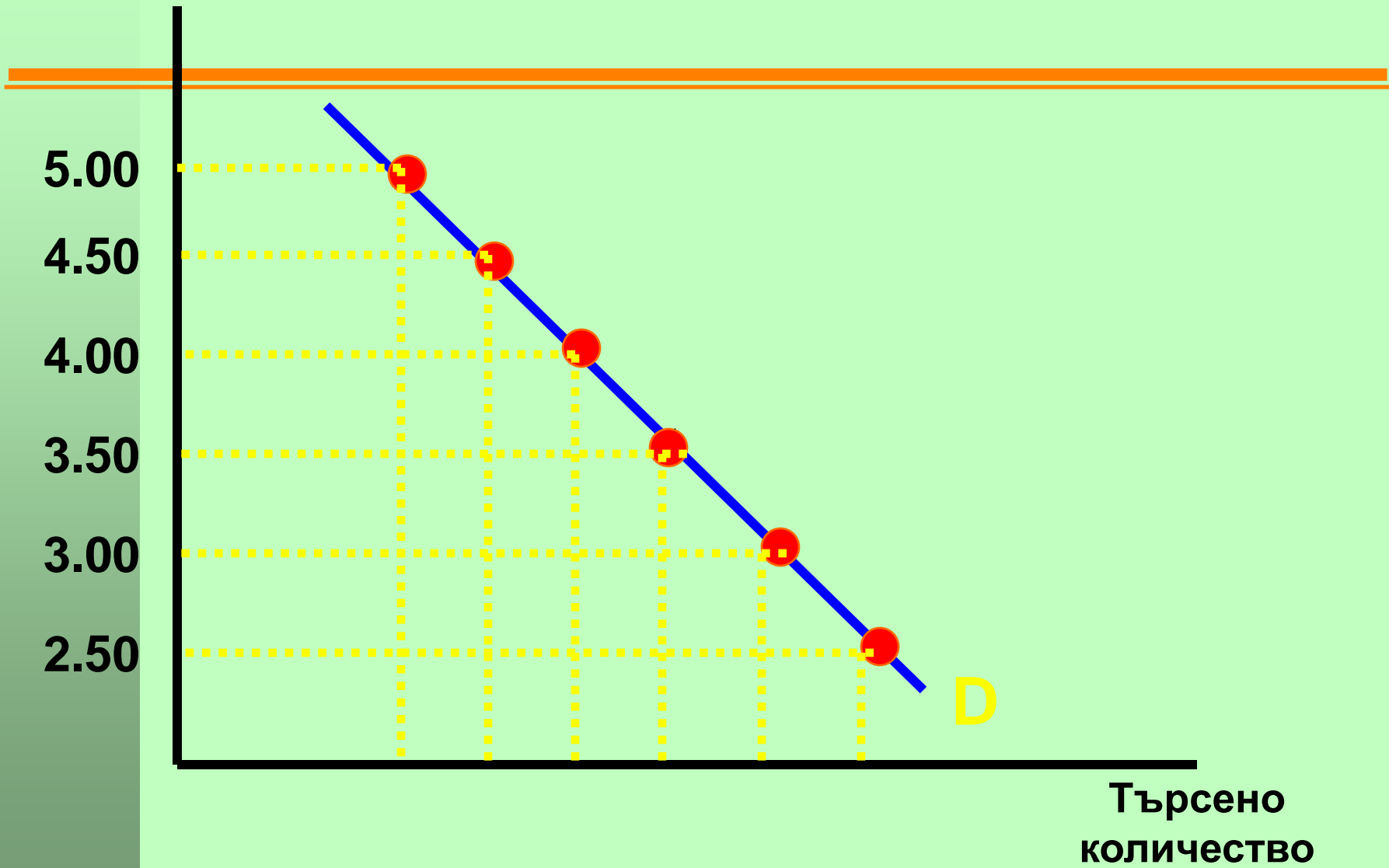
Theme 2 – Търсене и предлагане

Един купувач

Колко бензин бихте закупили при следните цени (литри на месец)?

Цена за литър бензин в лева	Търсено количество
2.50	50
3.00	45
3.50	42
4.00	35
4.50	20
5.00	0

Цена в лева
за литър



Индивидуална крива на търсенето

Търсено
количество

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Защо купувате 10 вместо 11 литра бензин?



Theme 2 – Търсене и предлагане

- Пределна полезност

Пределната полезност е увеличението на “удовлетвореността” (as measured in “utils”) за допълнително потребеното количество.

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Закон за намаляващата пределна полезност

Колкото повече потребителите купуват даден продукт, стойността (удовлетвореността) от допълнително закупеното количество намалява



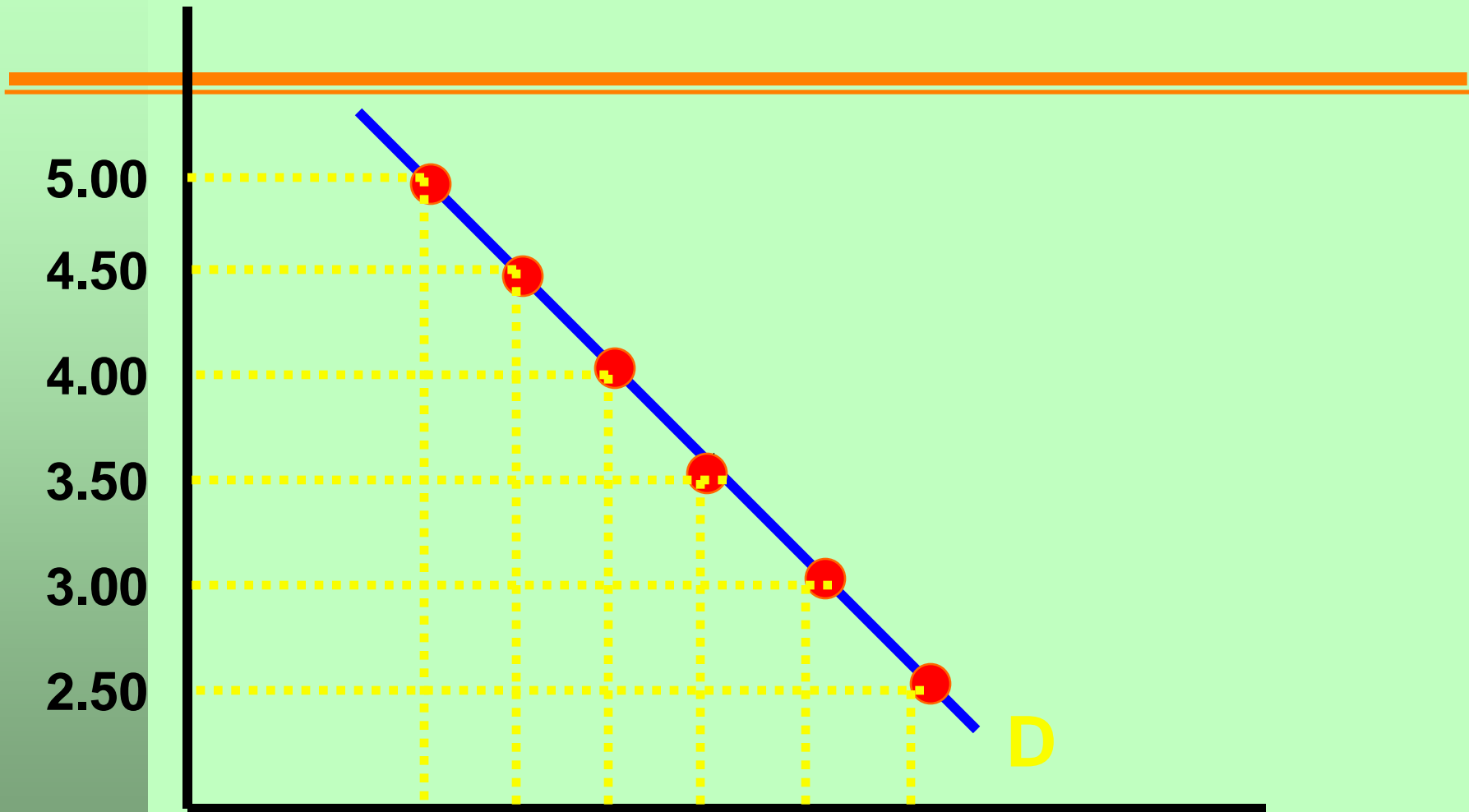
Theme 2 – Търсене и предлагане

Повече
купувачи
(Пазар)

Колко бензин
бихте купили на
следните цени
(литър/месец)?

Цена	Q1	Q2	Q3	Q4	Общо
2.50					
3.00					
3.50					
4.00					
4.50					
5.00					

Цена в лева
за литър



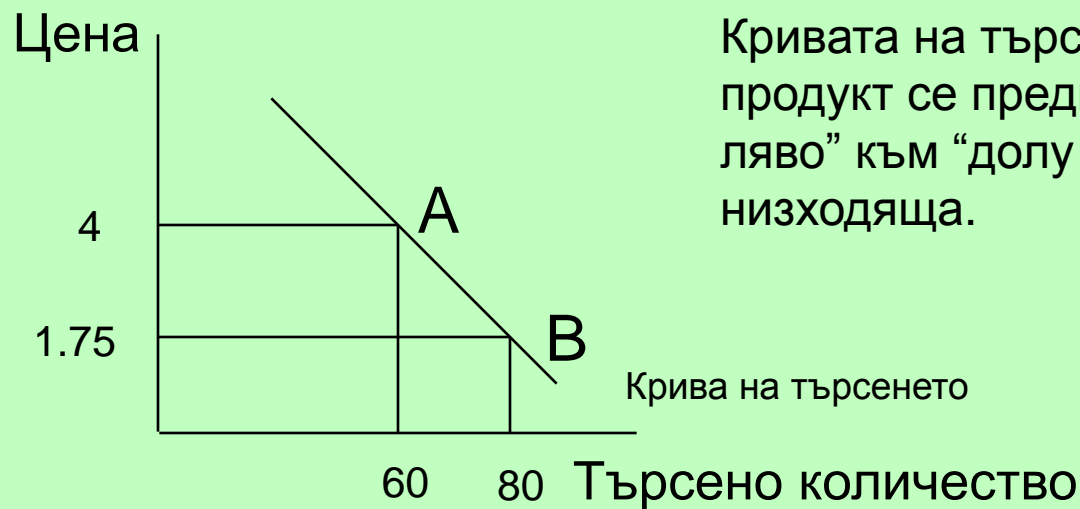
Крива на търсенето на пазара

Търсено
количество

Theme 2 – Търсене и предлагане

■ Крива на търсенето

Промяна в цената е движението по кривата на търсенето. Това е и промяна на “търсеното количество”.



Theme 2 – Търсене и предлагане

■ Законът на предлагането

Производителите предлагат повече от даден продукт на по-висока, отколкото на по-ниска цена, *при равни други условия* (и обратно).

Big Screen TVs

CDs

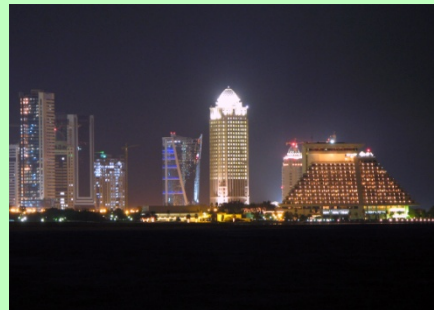
Cell Phones



Theme 2 - Търсене и предлагане

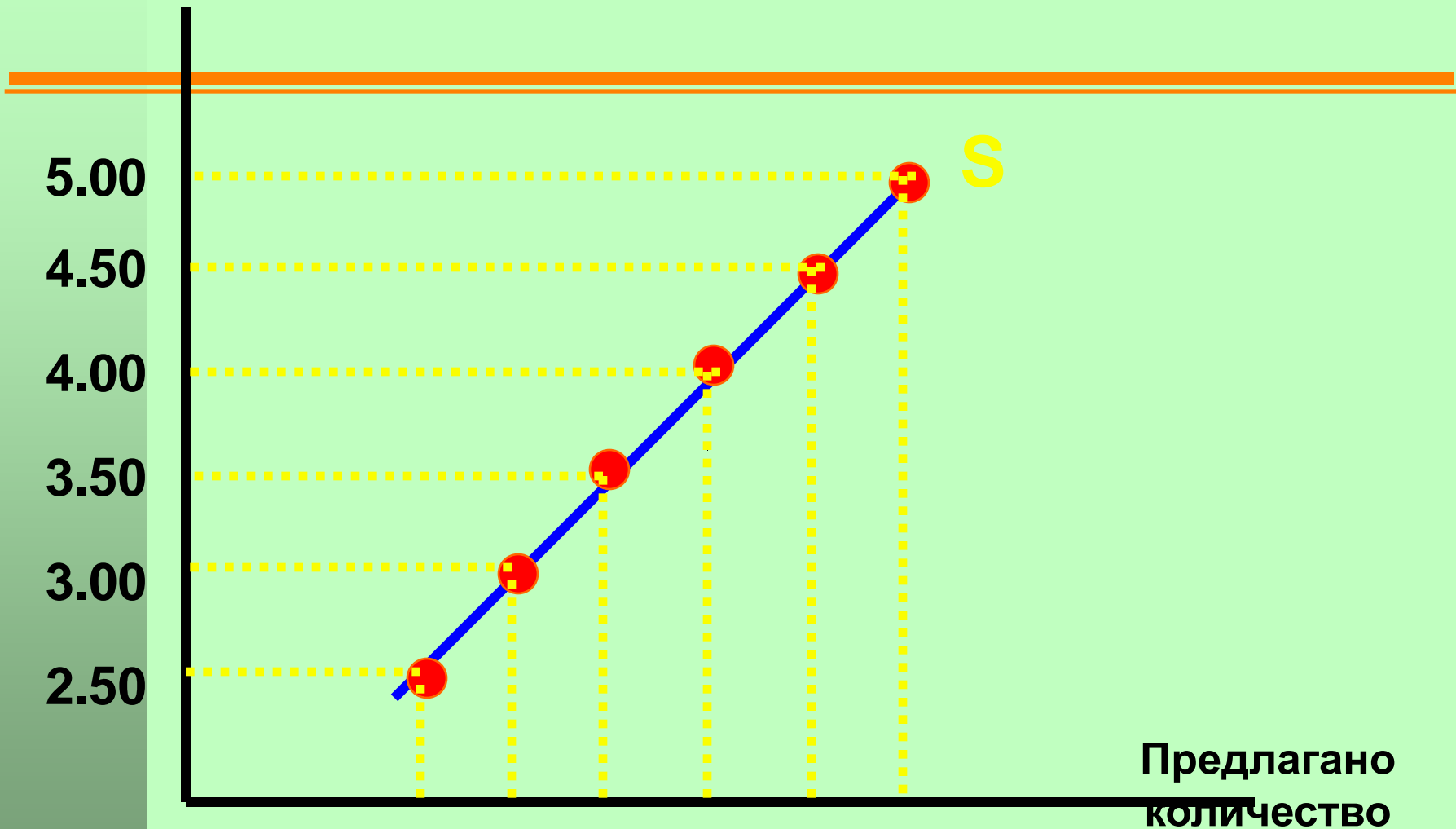
Един доставчик

Ако имате нефт във ваш терен и са ви необходими известни усилия за да го добиете, и сте в състояние да го продавате, колко бензин бихте предложили на следните цени (литри за месец)?



Цена за литър	Предлагано количество
2.50	
3.00	
3.50	
4.00	
4.50	
5.00	

Цена в лева
за литър



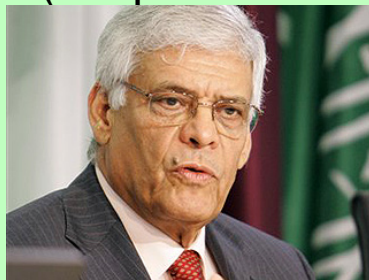
Предлагано
количество

Индивидуална крива на предлагането

Theme 2 - Търсене и предлагане

Повече доставчици

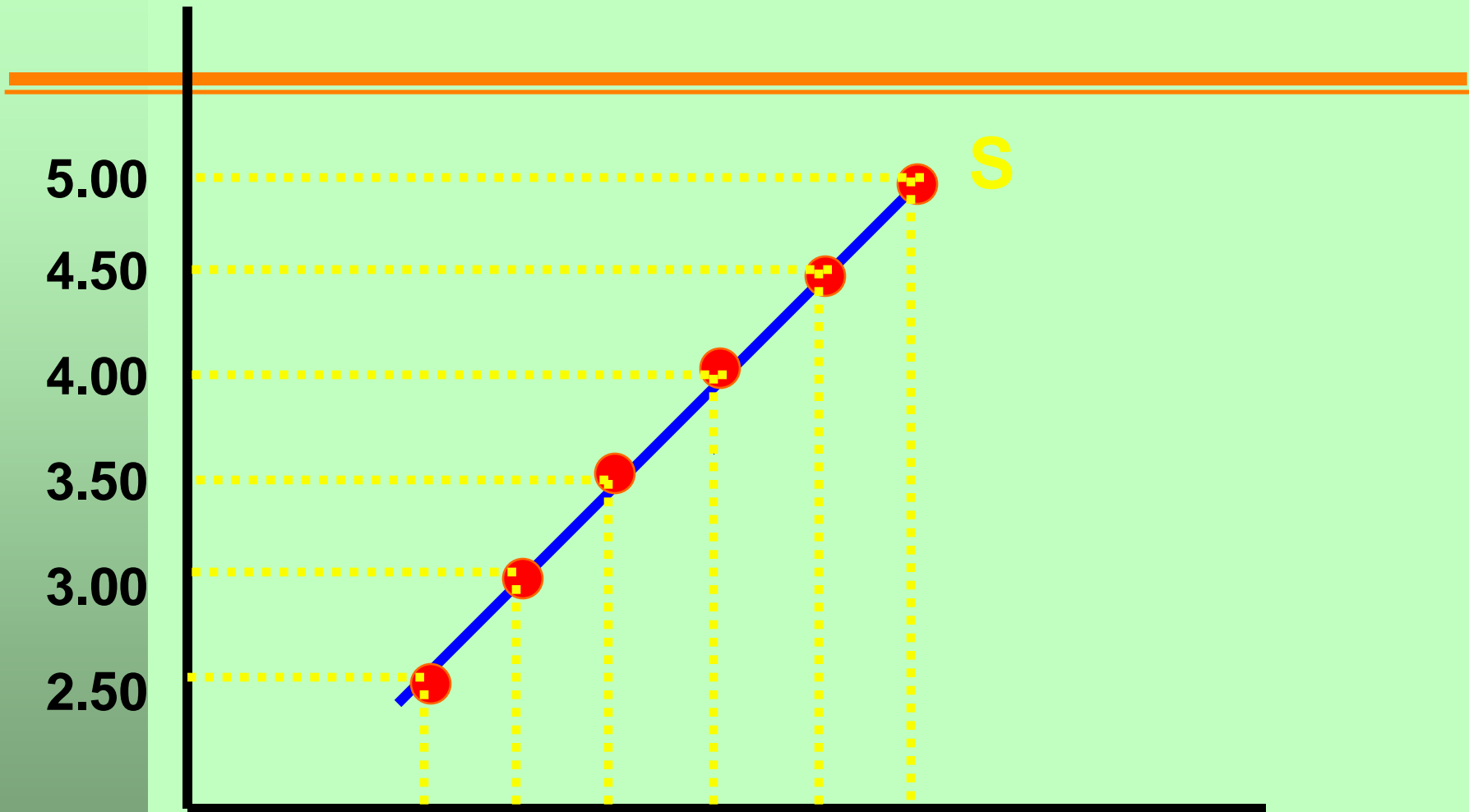
Ако имате нефт във ваш терен и са ви необходими известни усилия за да го добиете, и сте в състояние да го продавате, колко бензин бихте предложили на следните цени (литри за месец)?



Price	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
2.50					
3.00					
3.50					
4.00					
4.50					
5.00					

*Abdalla Salem el-Badri is Secretary General of OPEC since 2007
He is a citizen of Libya and resides in Austria.*

Цена в лева
за литър



Крива на предлагането на пазара

Предлагано
количество

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_oil_production

	Световните производители на петрол	84 820 000 Барели/на ден	100%	
1	Саудитска Арабия	11 150 000	13,14	2011
2	Русия	10 210 000	12,04	2011
3	САЩ	9 023 000	10,63	2011
4	Иран	4 231 000	4,98	2011
5	Китай	4 073 000	4,80	2011
6	Канада	3 592 000	4,23	2011
7	Обединени Арабски Емиратства	3 087 000	3,63	2011
8	Мексико	2 934 000	3,45	2011
9	Кувейт	2 682 000	3,16	2011
10	Ирак	2 638 000	3,11	2011

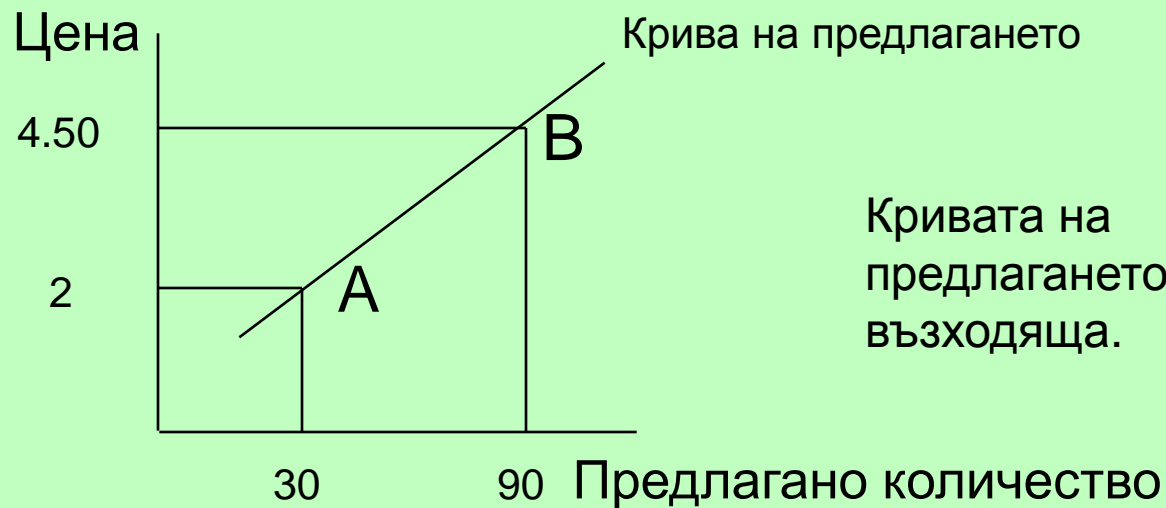
http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_oil_production

	Балканските производители на петрол	84 820 000	%	2011
48	Румъния	117 000	0,14	
62	Турция	52 980	0,06	
71	Хърватия	23 960	0,03	
79	Сърбия	11 400	0,01	
88	Гърция	6 779	0,007	
91	Албания	5 400	...	
100	България	3 227	...	

Theme 2 - Търсене и предлагане

■ Крива на предлагането

Промяна на цената е **движението по** кривата на предлагането от точка А до точка В. Това е и промяна на



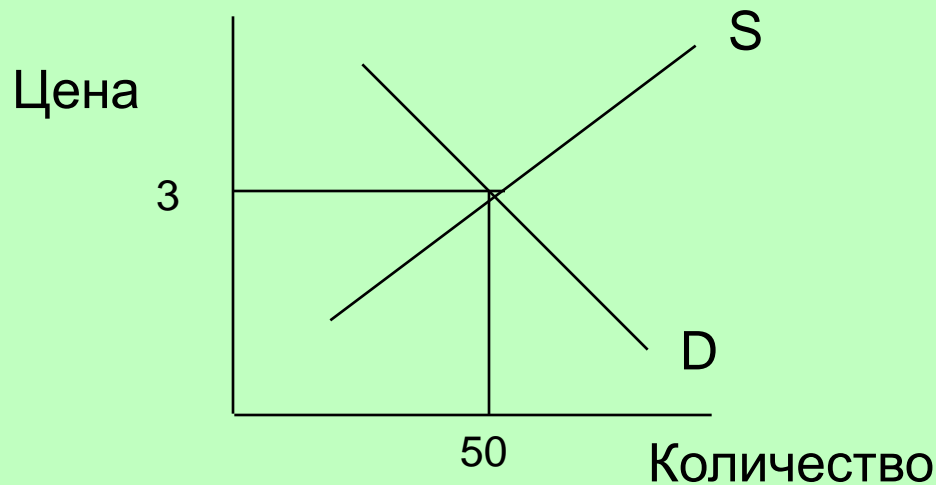
Theme 2 – Търсене и предлагане

- Причини поради които производителите произвеждат повече на по-високи цени
- Ефект на заместването / The Substitution Effect
Когато цените нарастват, други конкурентни продукти стават по-малко печеливши и по-малко атрактивни за производителите (и обратно).
- Ефект на дохода
Когато цените нарастват, продуктите генерират повече доходи и доставчиците са мотивирани да ги произвеждат (и обратно).

Theme 2 - Търсене и предлагане

■ Равновесна цена и количество

На свободния пазар равновесна цена и количество имаме там, където кривата на предлагането и кривата на търсенето се пресичат.

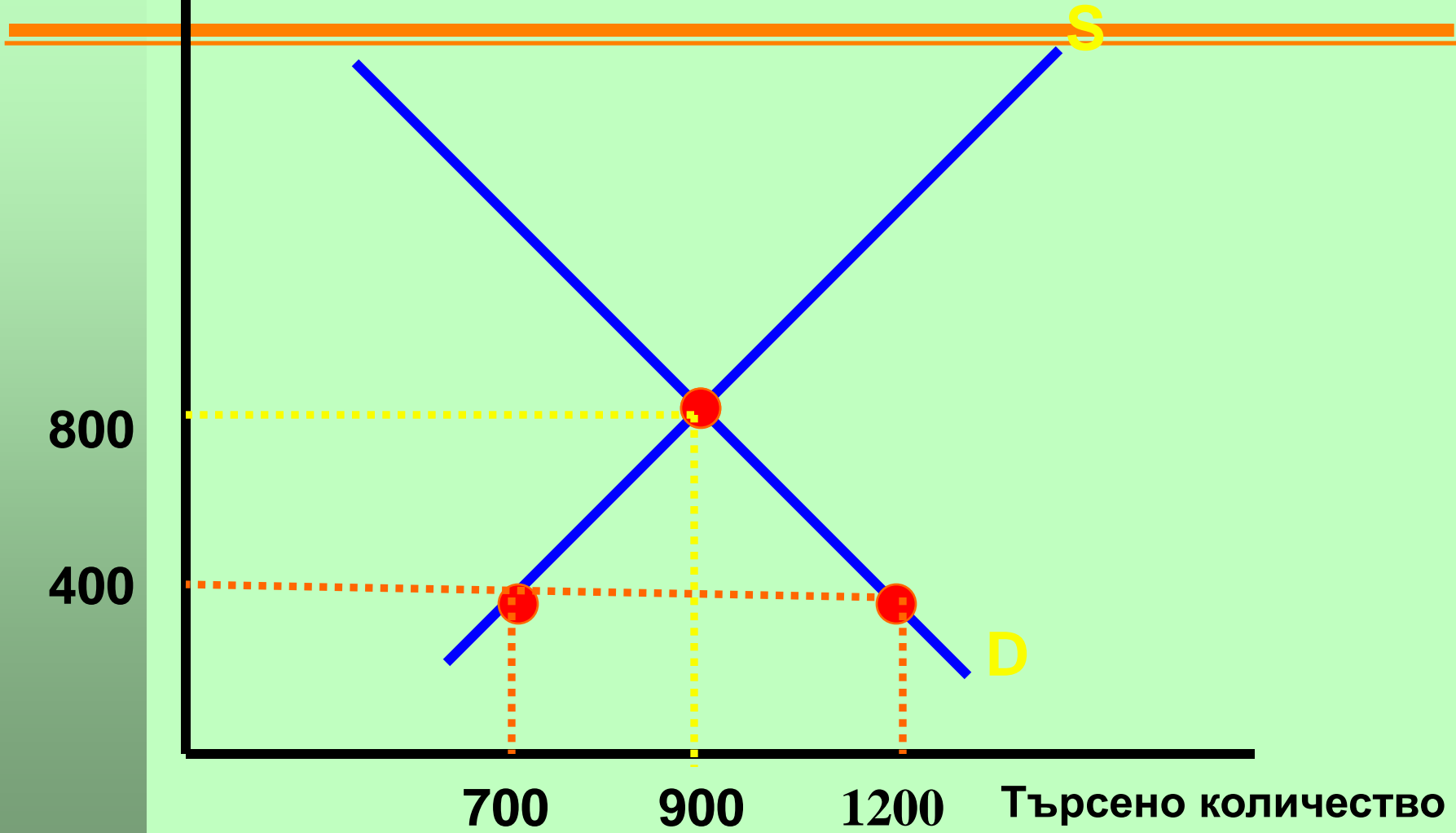


Theme 2 - Търсене и предлагане

- Намеса на държавата
 - Контрол на наемите
 - Минимална работна заплата

Наем

Случаят – “контрол на наемите”



700

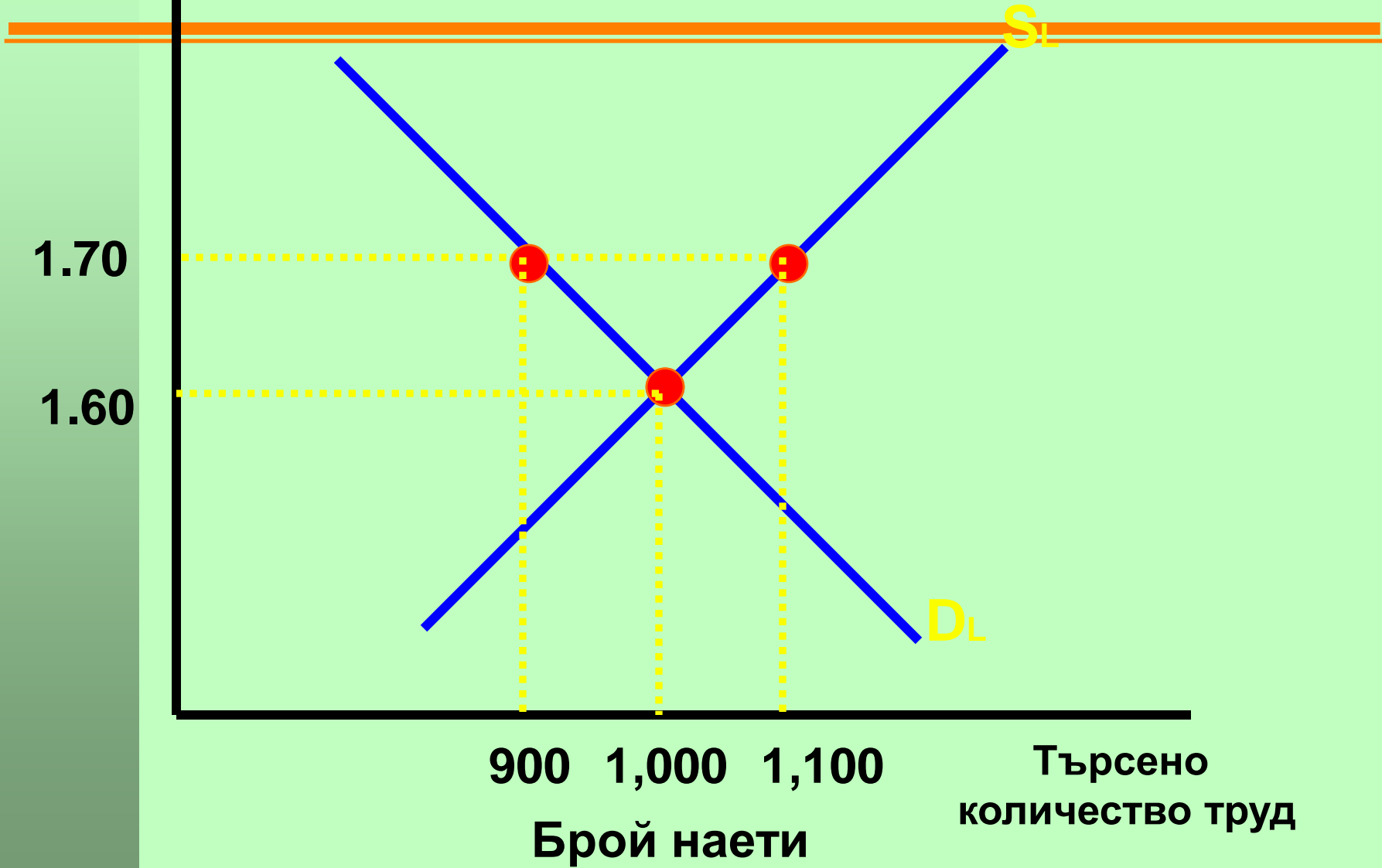
900

1200

Търсено количество

Цена
на труда

Минималната заплата – над нивото на равновесната цена на труда



1.70

1.60

900

1,000

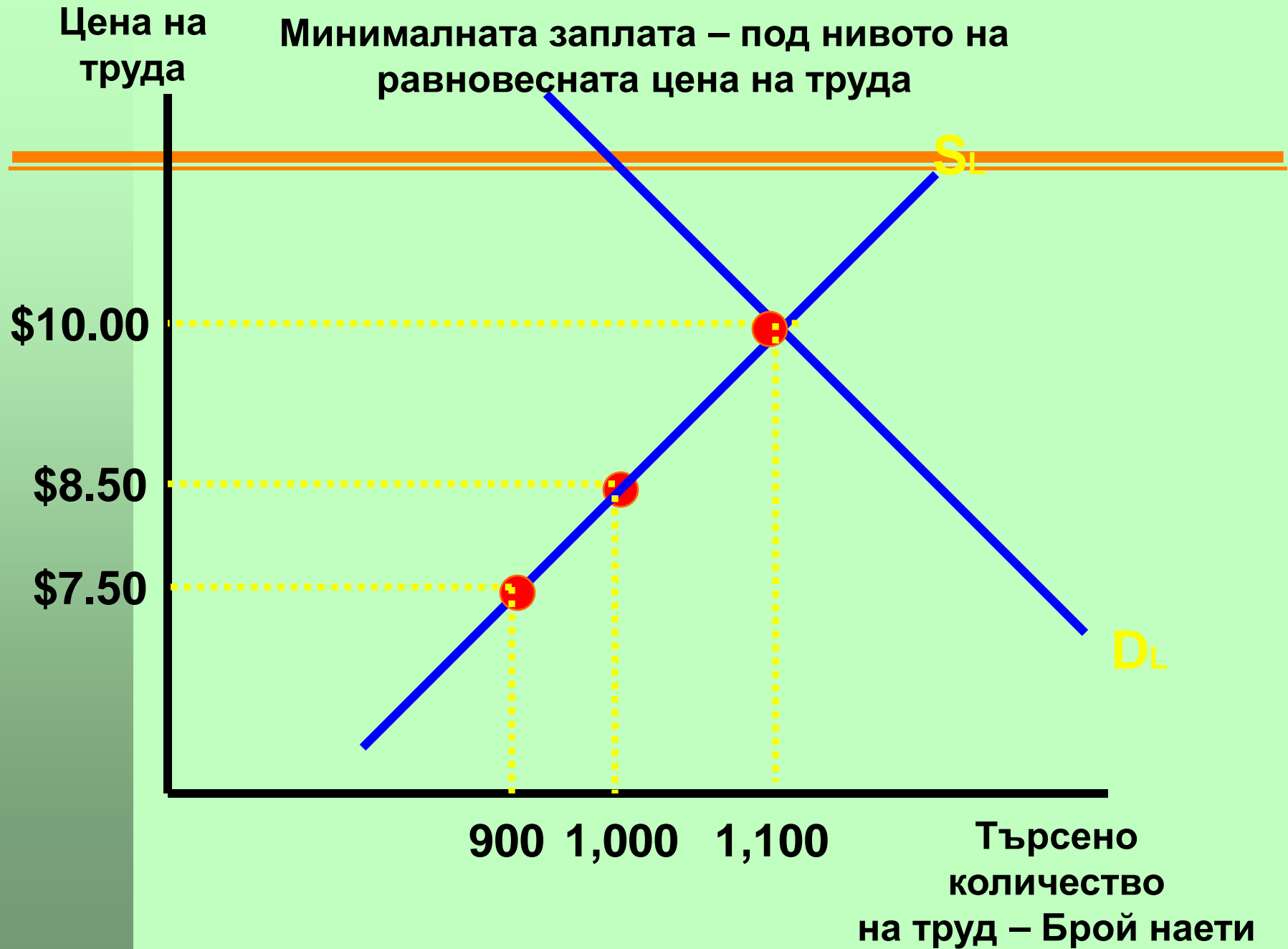
1,100

Брой наети

Търсено
количество труд

S_L

D_L

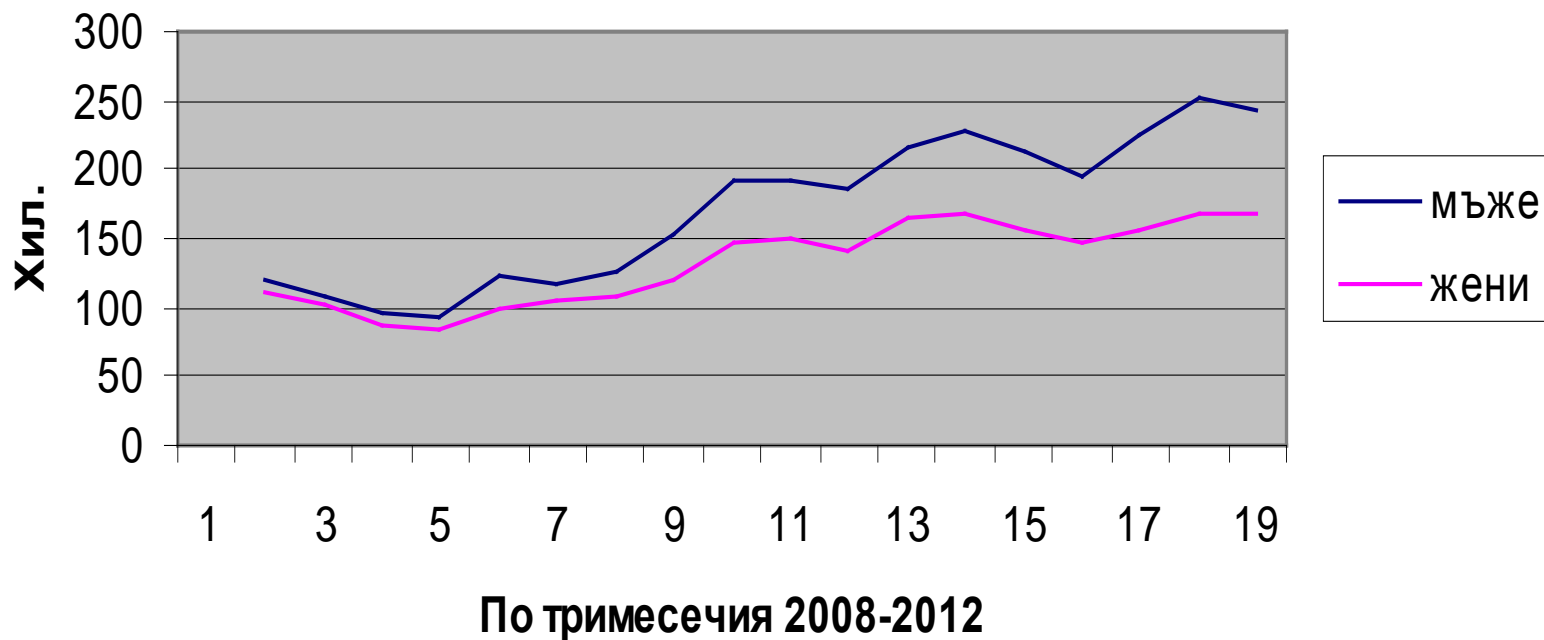


МРЗ в България - 2008-2012 г.

2008	1.01. 2008 - 31 12. 2008	220	1.30	ПМС № 1/11.01.2008 г.
2009	1 .01. 2009 – 31. 12.2009	240	1.42	ПМС № 1/10.01.2009 г.
2010	1.01. 2010 – 31. 08. 2011	240	1.42	ПМС № 326/30.12.2009 г.
2011	1. 09. 2011 – 30.04. 2012	270	1.61	ПМС № 180/30.06.2011 г.
2012	1. 05. 2012	290	1.70	ПМС № 300/10.11.2011
2013	1.01.2013	310		

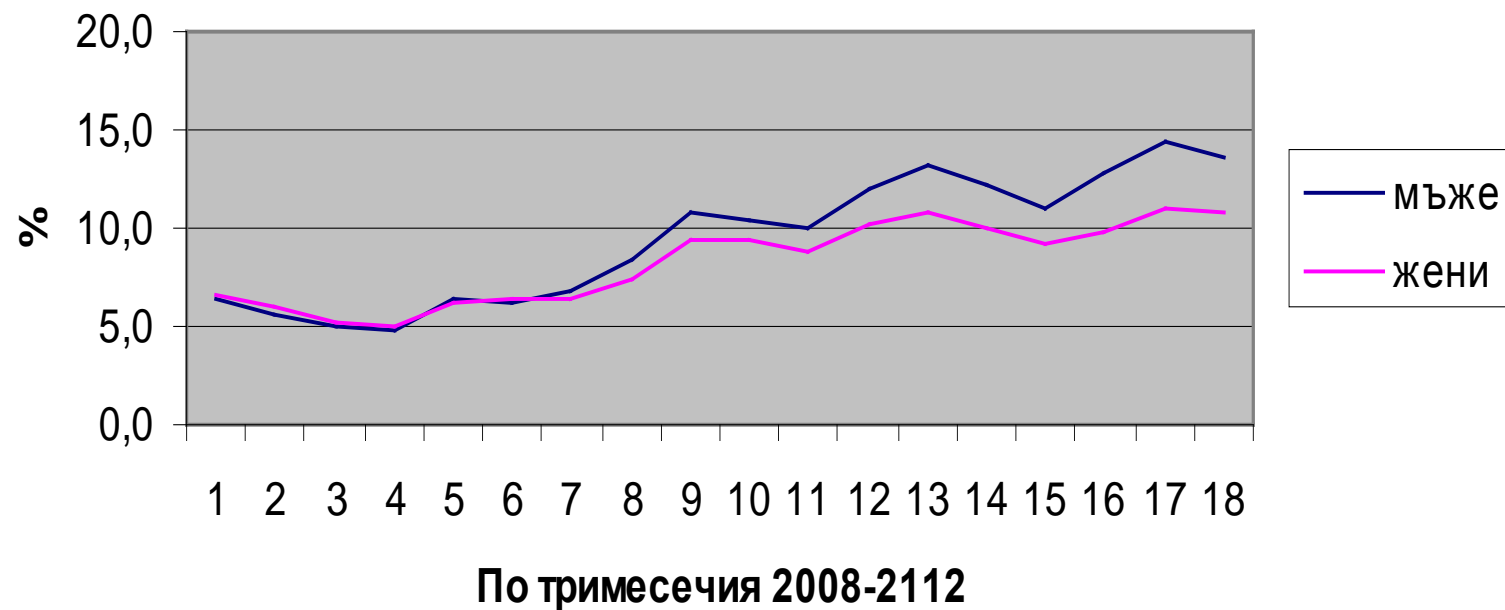
Theme 2 – Търсене и предлагане

Безработни лица в България- хиляди

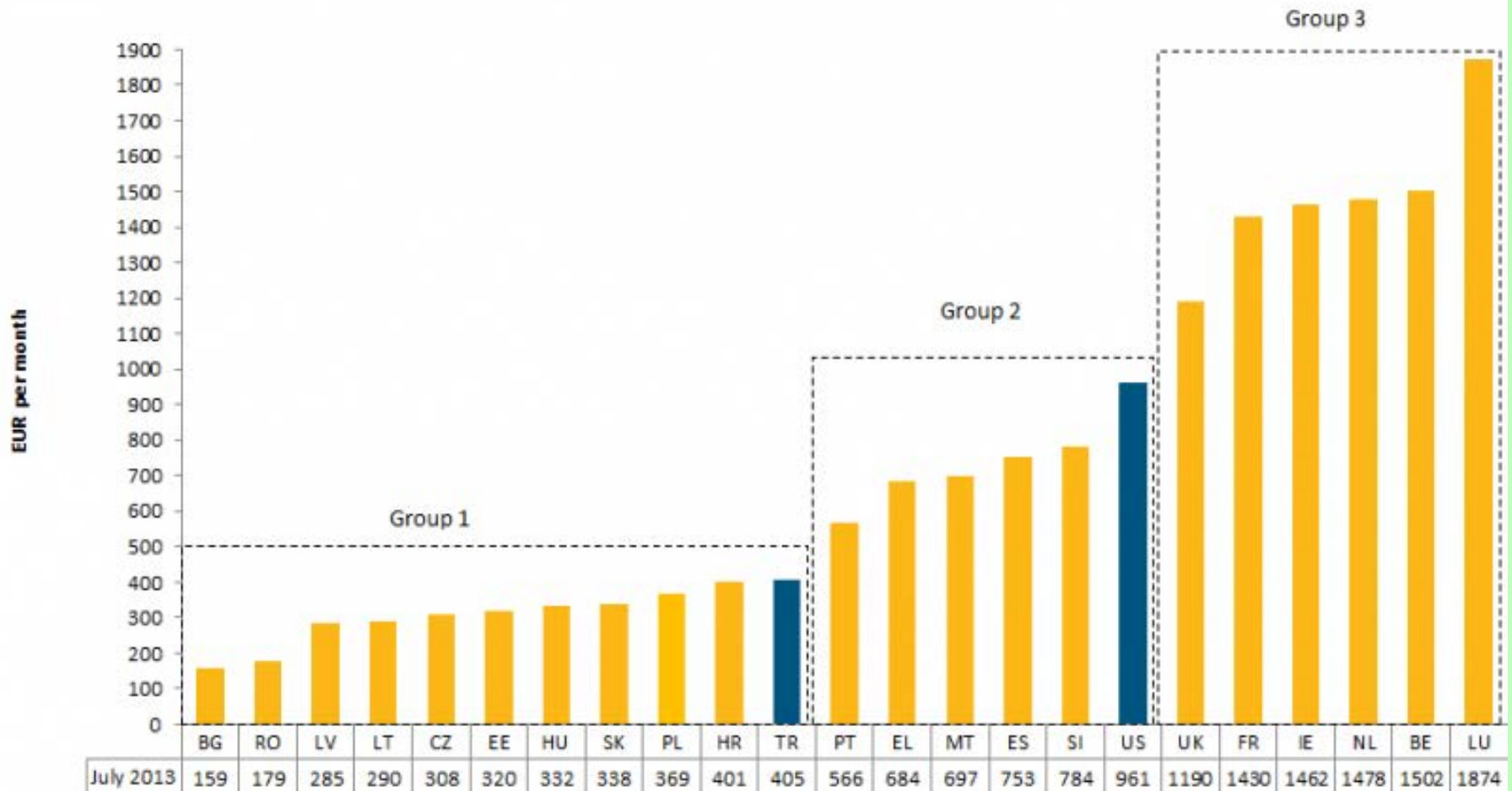


Theme 2 – Търсене и предлагане

Коефициент на безработицата по пол



МРЗ в евро по групи страни – юли 2013 г.



Theme 2 – Търсене и предлагане

■ Фактори определящи търсенето

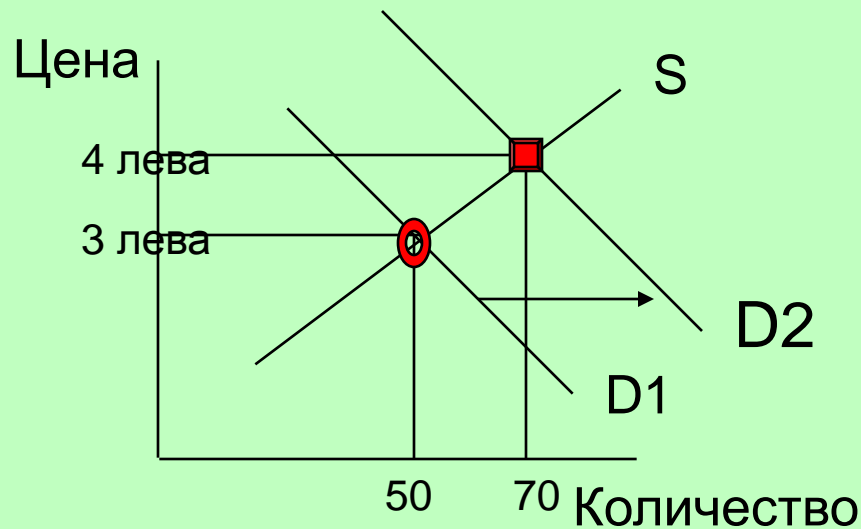
Следните промени **ще изместват кривата на търсенето** в ляво или на дясно

- Промяна в реалните доходи или благосъстоянието (нормални или по-нискокачествени продукти).
- Промяна във вкусовете или предпочитанията.
- Промяна в цените на свързани продукти (заместващи и допълващи продукти).
- Промяна в очакванията за ценови промени или за промени в доходите на купувачите.
- Промяна в броя на купувачите (населението).

Theme 2 - Търсене и предлагане

■ Равновесна цена и количество

Когато търсенето нараства, кривата на търсенето се измества на дясно.



Равновесната цена нараства;
Равновесното количество нараства.

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Ефект от промяната на търсенето върху равновесната цена и количество

В краткосрочен план, когато търсенето **нараства**

1. Равновесната цена нараства,
2. Нараства и равновесното количество.

В краткосрочен план, когато търсенето **намалява**

1. Равновесната цена намалява,
2. Намалява и равновесното количество

Theme 2 – Търсене и предлагане

■ Фактори определящи предлагането

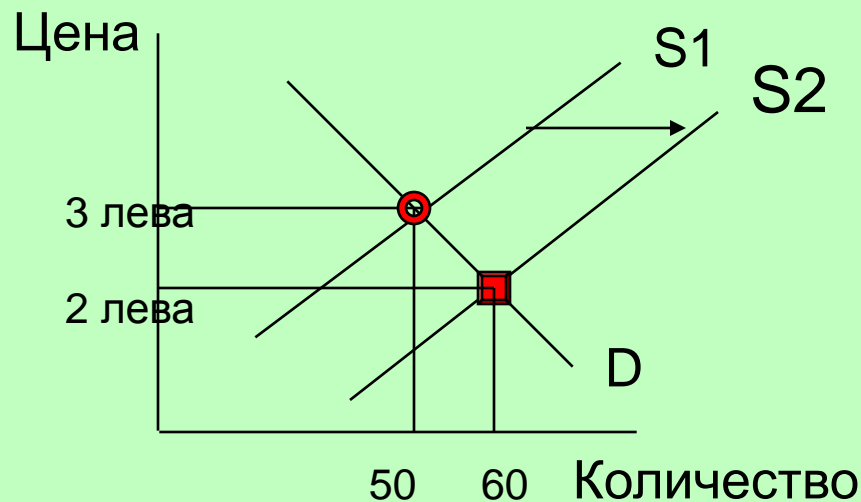
Следните промени **преместват кривата на предлагането** на дясно или на ляво.

- Напредък на технологията.
- Промяна в цените на ресурсите.
- Промяна на данъците, субсидиите или регулациите.
- Промяна в броя на фирмите, предлагащи дадения продукт.

Theme 2 - Търсене и предлагане

■ Равновесна цена и количество

Когато предлагането нараства, кривата на предлагането се премества на дясно.



Равновесната цена намалява, а равновесното количество се увеличава.

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Ефект от промените в предлагането върху равновесната цена и количество

Когато предлагането **нараства** (кривата се премества на дясно)

1. Равновесната цена намалява,
2. А равновесното количество се увеличава.

Когато предлагането **намалява** (кривата се премества на ляво)

1. Равновесната цена се увеличава,
2. А равновесното количество намалява.

Theme 2 – Търсене и предлагане

■ Промени в търсенето и предлагането – Example 1

Какво става с равновесната цена и количество на Irod (нормален продукт) когато:

- Нараства дохода на купувачите, и
- Подобрява се технологията за производство на Irods?



Какво става с цената и количеството закупени / продадени iPods ако доходите нарастват и технологията се подобрява?

5

1. Цената намалява; количеството нараства
2. Цената не може да се определи; количеството нараства
3. Нарастват и цената и количеството
4. Цената и количеството намаляват
5. Нито един от посочените отговори

0

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Промени в търсенето и предлагането –
Example 1 Отговор
 - Нарастването на доходите увеличава търсенето (цената и количеството нарастват).
 - Напредък в технологията повишава предлагането (т.е. цената намалява, а количеството се увеличава).

Комбинираният ефект върху цената не би могъл да бъде определен, а равновесното количество нараства.

Theme 2 – Търсене и предлагане

Промени в търсенето и предлагането – Example 2

Какво става с равновесната цена и количество на тоалетната хартия, когато:

- Купувачите очакват увеличение на нейната цена
- Правителството увеличава данъците на производителите на хартия



Определете равновесната цена и количество на тоалетната хартия, когато се очаква цената ѝ да се увеличи и едновременно с това нарастват данъците...

5

1. Цената нараства; Количеството намалява
2. Цената нараства; Количеството не може да бъде определено
3. Цената и количеството намаляват
4. Цената и количеството нарастват
5. Цената не може да бъде определена; а количеството намалява
6. Нито един от посочените отговори

0



Theme 2 – Търсене и предлагане

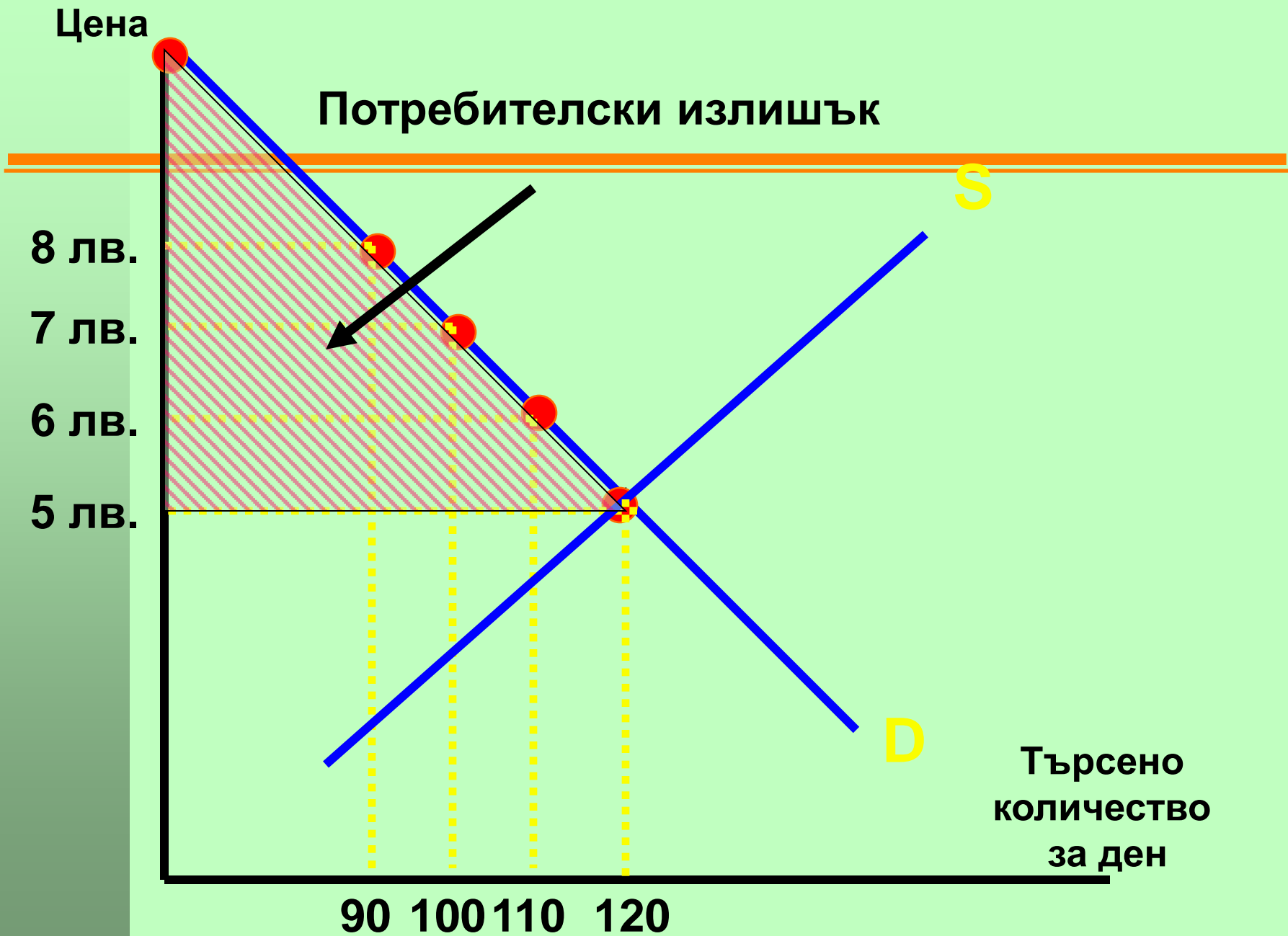
- Промени в търсенето и предлагането -
Example 2 Отговор
- Очакването за повишаване на цената увеличава търсенето (т.е. цената и количеството нарастват).
- Данъчното облагане на производителите намалява предлагането (т.е. цената се увеличава, а количеството намалява).

Комбинираният ефект върху равновесното количество не може да бъде определен, а равновесната цена се увеличава.

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Потребителски излишък /Consumer Surplus

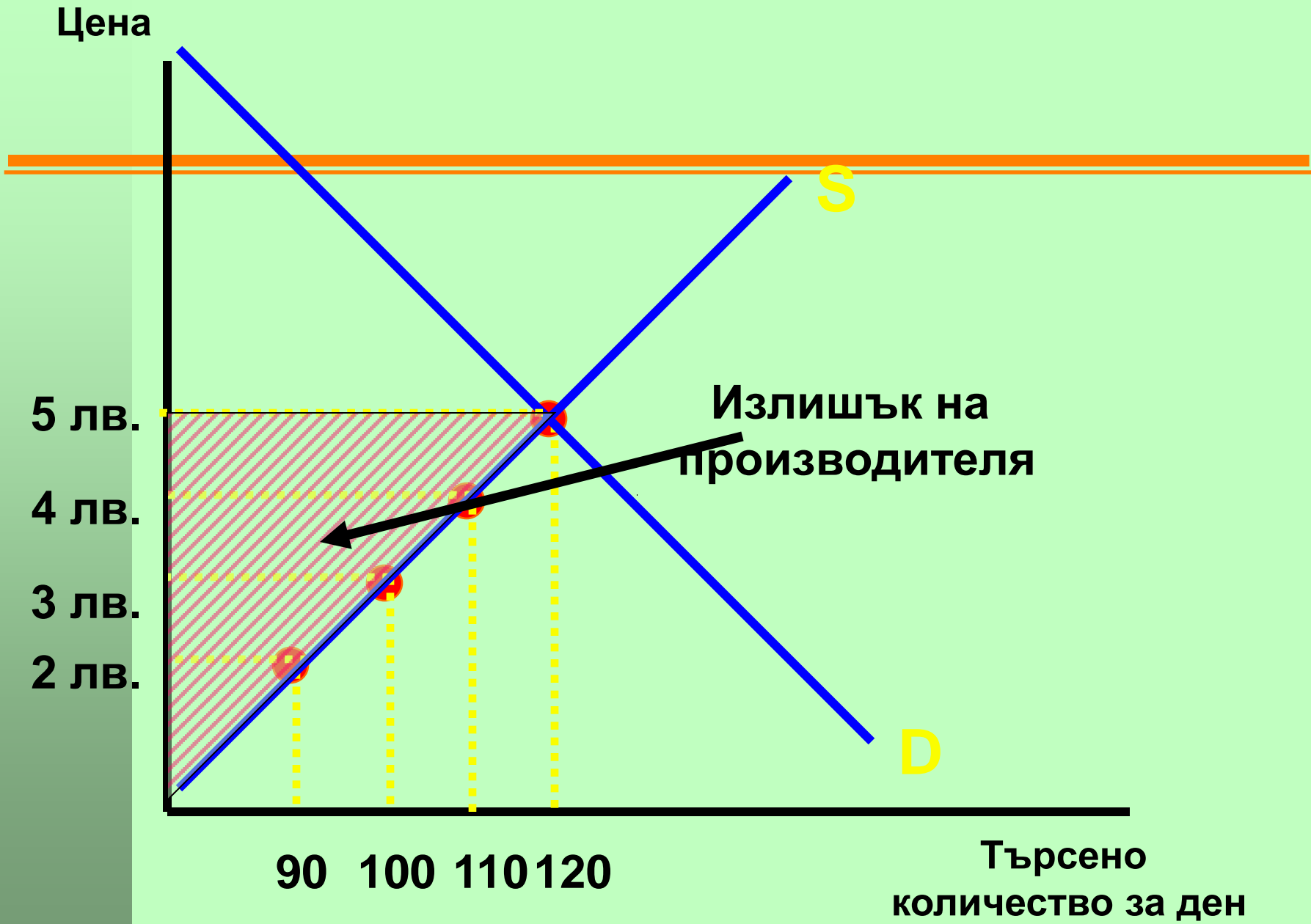
е разликата между това колко потребителите биха платили за даден продукт и колко в действителност плащат за него на пазара.



Theme 2 – Търсене и предлагане

- Излишък на производителя / Producer Surplus

е разликата между това за колко доставчикът е склонен да продаде своя продукт и онова, което получава в действителност за него на пазара.



Theme 2 – Търсене и предлагане

- Свободната пазарна икономика



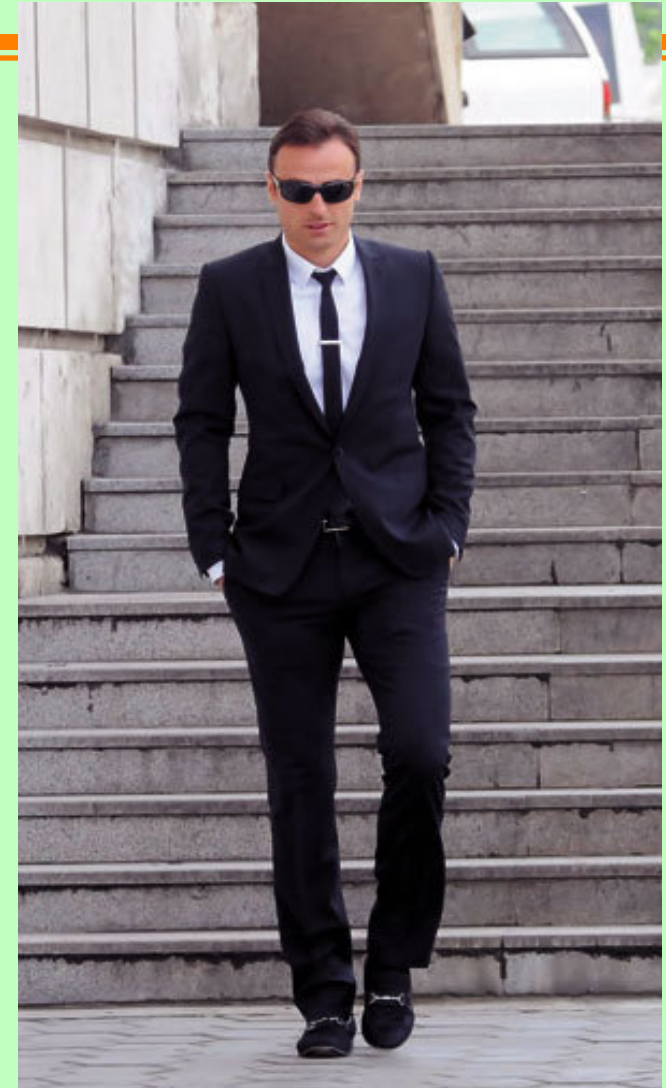
Свободна пазарна икономика = капиталистическа икономика = Laissez-faire economy = ценова система...

В свободната пазарна икономика цените на стоките и услугите, заплатите, лихвените проценти, курсът спрямо чуждестранните валути и пр. се определят от търсенето и предлагането

Theme 2 - Търсене и предлагане

- Свободната пазарна икономика

Но дали всички цени, в т.ч. и заплатите, се определят от търсенето и предлагането?



Celebrities often receive millions of dollars in compensation each year.

Theme 2 – Търсене и предлагане

■ Свободната пазарна икономика и нейните “крайности”

Дали цените показват “истинската пазарна стойност” на замърсяването на природата или на грижата за новороденото?



Според вас бизнесът замърсяващ околната среда:

5

Трябва да бъде
санкциониран от
правителството, а
получените приходи от
глоби трябва да се
използват за опазване
на природата

Трябва да бъде заставян да
ограничава дейността
си

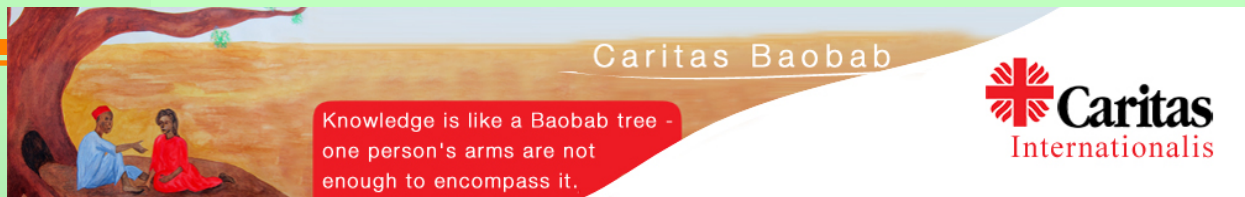
Трябва да “оперира”
екологосъобразно
Без мнение/друго



0

Организациите, които предоставят “продукти”, имащи ПОЗИТИВНО ВЪЗДЕЙСТВИЕ:

5



Трябва да бъдат подпомагани от правителството

Трябва изцяло да бъдат финансирани от правителството

Трябва да “оперират” като всяка друга бизнес единица

Без мнение/друго



ФОНДАЦИЯ
«ДИМИТЪР БЕРБАТОВ»

0

Theme 2 – Търсене и предлагане

- **Цени на промишлените / масовите стоки**



Промишлените стоки са широко достъпни и се произвеждат в конкуриращи се индустрии. Напр. компютри, мобилни телефони, велосипеди и пр.

Цените на промишлените стоки включват разходите за тяхното производство (себестойността) плюс разумна печалба. Цените рядко са прекомерно високи, особено в дългосрочен план.

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Цени на ограничено предлагани стоки

Примери за такива стоки – земя, офис площи, труд; продукти, предлагани от монополисти...



Цените на ограничено-предлаганите стоки могат да бъдат прекомерно високи в това число - и в дългосрочен

Theme 2 - Търсене и предлагане

Dakota house in 1890 and today

Buy Leonard Bernsteins Dakota Apartment for Only \$ 25.5 Million



Theme 2 – Въпроси

- 1: Закон за търсенето , Крива на търсенето
- 2: Закон за предлагането , Крива на предлагането
- 3: Равновесна цена и количество
- 4: Фактори определящи търсенето
- 5: Ефект от промяната в търсенето върху равновесната цена и количество
- 6: Фактори, определящи предлагането
- 7: Ефект от промяната в предлагането върху равновесната цена и количество
- 8: Ефект от промените в търсенето и предлагането върху равновесната цена и количество
- 9: Потребителски излишък и излишък на производителя
- 10: Пазарната икономика и нейните проблеми / externalities

Theme 2 – Търсене и предлагане

- Примерни въпроси за теми / “открит” въпрос
- Примерни въпроси за тест

Theme 2 - Въпроси за теми /

“открит” въпрос

- Ефект от промените на търсенето върху равновесната цена и количество;
- Фактори определящи търсенето;
- Ефект от промените в предлагането върху равновесната цена и количество;
- Фактори определящи предлагането;

Theme 2 - Примерни въпроси за тест

1. Продавачите увеличават предлаганото количество, когато се увеличат цените на съответните стоки, и обратно. Това е:
 - А - Законът за търсенето
 - Б - Законът за предлагането
 - В - “Златното” правило за максимизиране на печалбата на фирма
 - Г - “Заблуда” при допускането на “равни други условия”

2. Ако минималната заплата в дадена страна е фиксирана над нивото на равновесната заплата то:

А - Предлаганото количество труд надвишава търсеното

Б - Търсеното количество труд надвишава предлаганото

В - Цените намаляват

Г - Увеличава се заетостта

3. Когато търсенето нараства
равновесната цена в кратко-срочен
план

А - Нараства

Б - Намалява

В - Не се променя

Г - Не може да бъде определена

4. Какво става с равновесната цена и количество на “нормален продукт” тогава, когато доходът на потребителя нараства и технологията за производството на този продукт се подобрява:

А - Цената намалява, количеството нараства

Б - Цената нараства, количеството нараства

В - Цената не може да бъде определена, количеството нараства

Г - Количеството не може да бъде определено, цената не се променя

5.Разликата между онова, което потребителите са готови да заплатят и което заплащат в действителност е

А - Излишък на потребителя

Б - Дефицит на производителя

В - Дефицит на потребителя

Г - Излишък на производителя

6. Пример на отрицателен ефект от действието на пазарните сили е:

- А - Загрязяването на околната среда
- Б - Социалните мрежи в интернет
- В - Общественото образование
- Г - Здравеопазването

Theme 2 - Примерни въпроси за тест - отговори

1. Б - Законът за предлагането
2. А - Предлаганото количество труд надвишава търсеното
3. А - Нараства
4. В - Цената не може да бъде определена, количеството нараства
5. А - Излишък на потребителя
6. А - Замокърсяването на околната среда