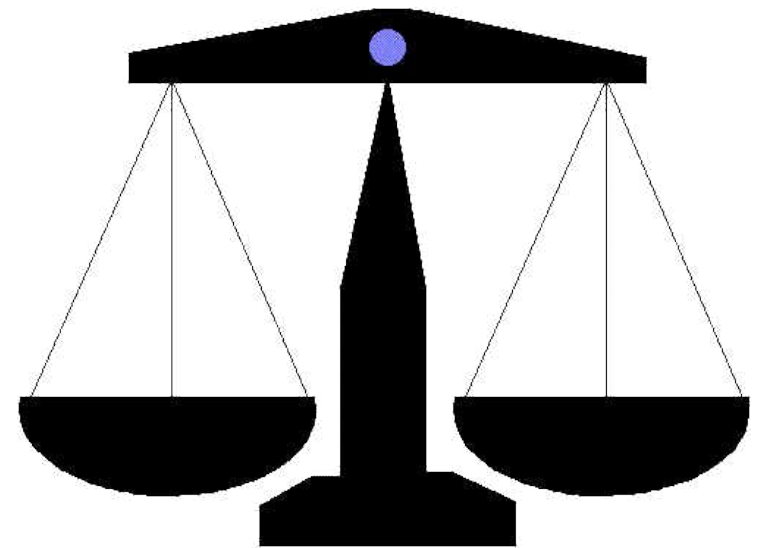


Спрос

Определение спроса

- Спрос – это потребность покупателей в данном товаре (услуге), выраженная в их покупательной способности.



Величина спроса

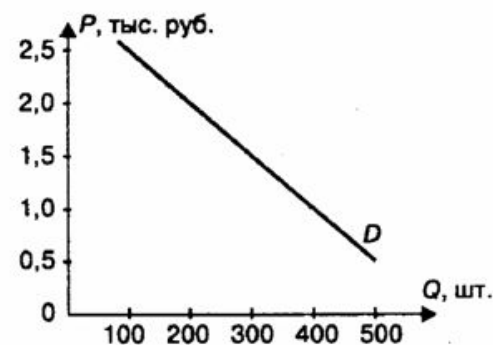
- Величина спроса – это количество товара (услуг), которое покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.

Прежде всего величина спроса определяется уровнем цены. Зависимость величины спроса от уровня цены называется **шкалой спроса**.

Графики величины спроса. Кривая спроса

- Полученная на графике кривая D (от англ. Demand – спрос) называется кривой спроса.

Цена, тыс. руб.	0,5	1	1,5	2	2,5
Величина спроса, шт.	500	400	300	200	100



Кривая спроса показывает, что повышение цены понижает величину спроса

Кривая спроса может быть рассмотрена с 2-х точек зрения:

- для любой конкретной цены величина показывает максимальное количество товара, которое покупатели желают и могут приобрести;
- для любого конкретного объема спроса устанавливается максимальная цена, по которой продавцы смогут продать указанное количество товара.

Закон спроса

- **ЗАКОН СПРОСА** гласит: при прочих равных условиях величина спроса на товар (услугу) находится в обратной зависимости от цены этого товара.
- Величина спроса является функцией цены товара: $Q_d = f(P)$, где Q_d – количество товара, а P – его цена.

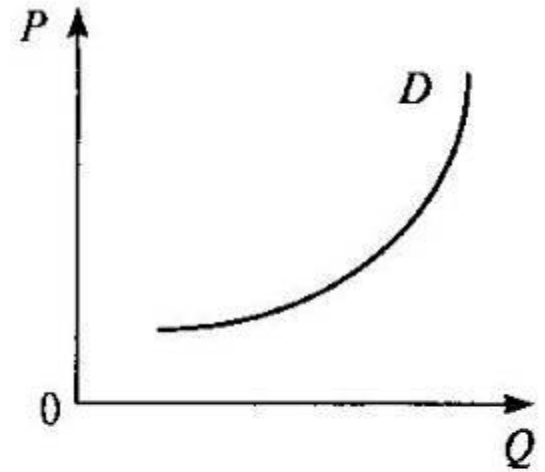
Достоверность закона

- Для обозначения достоверности закона может быть предложено несколько аргументов.
 - 1) **Ценовой барьер.** Если цена повышается, то для какой то части людей товар становится недоступным, и они вынуждены будут отказаться от его покупки; чем выше цена, тем больше буде людей для которых ценовой барьер окажется непреодолимым
 - 2) Рост объема спроса при снижении цены можно обосновать возникающим при этом **эффе́ктом дохода**, возникающем, когда снижение цены на товар экономит часть дохода покупателя. Доход при этом не меняется, но сэкономленные деньги дают возможность приобрести дополнительный товар.
 - 3) **Эффе́кт замещения.** Если 1 из товаров становится дешевле, то покупатель отдаст предпочтение более дешевому, сократив покупки другого, ставшего относительно дорогим.
 - 4) Рост величины спроса при снижении цены можно объяснить **принципом убывания предельной полезности.** Можно привести пример с жарким днем и жаждой. 1 бутылка холодного напитка принесет вам больше всего полезности, 2 уже меньше, а 3 Вы согласитесь купить только при условии более низкой цены, так как ее предельная полезность будет низка.

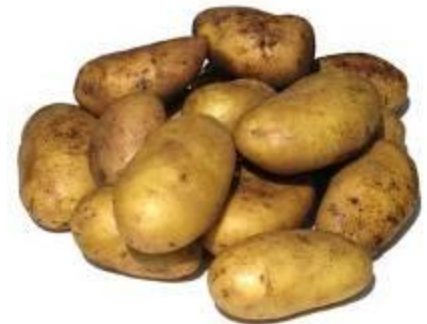
Эффект Гиффена

- Английский экономист и статистик Роберт Гиффен описал ситуацию, когда повышение цены ведет к повышению величины спроса. Это было названо эффектом Гиффена.

Например, бедная рабочая семья покупает мясо и картофель. В случае подорожания картофеля, им придется отказаться от мяса, чтобы тратить все деньги на картофель, чтобы прожить.



Кривая спроса на
товары Гиффена



Факторы, влияющие на спрос

- Помимо цены, в реальной жизни существуют также и другие факторы влияющие на величину спроса:
 - 1) Уровень дохода покупателей
 - 2) Вкусы и предпочтения потребителей
 - 3) Взаимозаменяемые и дополнительные товары
 - 4) Ожидание изменения доходов и цен
 - 5) Изменение числа покупателей



«Pepsi» и «Coca-Cola»
являются
взаимозаменяемыми
товарами

Уровень дохода покупателей

- Влияние фактора можно заметить на графике справа, где d_1 – доходы покупателей уменьшились, а d_2 – увеличились.

Рост доходов покупателей, однако, неодинаково влияет на спрос на разные типы товаров. Различают 2 типа товаров:

- 1) «Низшие» товары – блага которые приобретаются людьми с невысокими доходами. Это менее ценные товары, хотя качество их может быть хорошее.
- 2) «Нормальные» товары – товары более ценные, более полезные. Их потребление отражает высокий уровень благосостояния людей.

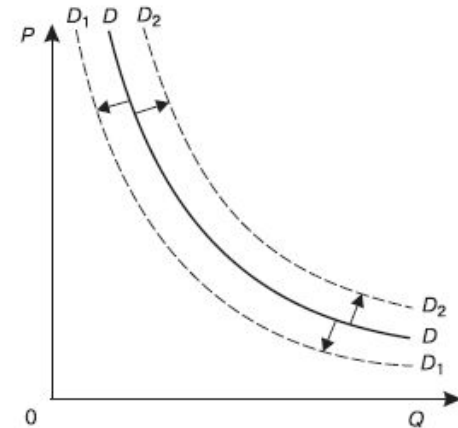


Рис. 6.2. Функция спроса на товары по доходам

Вкусы и предпочтения потребителей

- Вкусы и предпочтения меняются довольно часто. Они зависят от различных факторов, например от времен года, появления новинок производства, изменения моды и т.д.



В зависимости от вкусов и предпочтений, некоторые люди любят есть весной яблоки, а некоторые - апельсины

Взаимозаменяемые и дополнительные товары

- **Взаимозаменяемые товары** – это группа товаров, удовлетворяющих аналогичные потребности. В случае, если существуют 2 таких товара, и цена на 1 из них повысится, то спрос на другой также повысится, так как он станет относительно дешевле.
Например это «Pepsi» и «Coca-Cola», показанные 2-мя слайдами выше



Дополняющие товары – это товары, которые не могут потребляться один без другого. В случае, если цена на основной товар повысится, то спрос на дополняющий уменьшится и vice versa.
Примером могут служить пленка и фотоаппарат, теннисная ракетка и мячи.

Ожидание изменение доходов и цен

- **Спрос на товары связан с ожидаемыми людьми изменениями доходов и цен.**
Например, если принимается решение о повышении заработной платы в предстоящем месяце, то люди до того, как вырастут их доходы, начнут покупать больше товаров. Это вызовет рост спроса на товар.
- **Такой же эффект вызывает и ожидание роста цен.**
В этом случае люди постараются запастишь товарами впрок и истратить деньги, которые, как ожидается, в ближайшее время обесценятся. Спрос на товары возрастает независимо от того дороги ли они или дешевы

Изменение числа покупателей

- **Спрос вырастет если будет происходить увеличение числа покупателей.**

Так, если лоток с мороженым подвезти к зданию школы, многие школьники, проходя мимо, захотят купить это лакомство, так как не надо будет бежать на перемене к ближайшему универсаму. В этом случае спрос на мороженное возрастет.



Увеличение рождаемости повысит спрос на товары детского ассортимента, например, коляски.