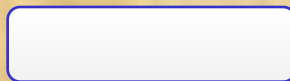


# Закон спроса и поведение покупателей



# Что такое спрос?



- Каждый человек имеет потребности. За необходимым он выходит на рынок товаров и услуг. Он должен обладать для этого деньгами.
- Между желаемыми товарами, «мечтами» и реальными возможностями есть грань – **платежеспособный спрос**.
- Для рыночных процессов важны только те желания покупателей, которые могут быть подкреплены деньгами.
- **Спрос** характеризует состояние рынка, связь массы товаров, которую люди готовы купить с величиной цен, по которой они могут совершить покупку

# Величина спроса на импортные качественные спортивные велосипеды

Цена велосипеда в \$ США		Возможные покупки
3500		0
3000		12
2400	На каждый 1% снижения цены приходится	27
2000		38
1650	2,04% увеличения спроса	50
1300		66
1000		88
750		120
500		145



# Объем покупок (величина спроса) зависит от цены, чем ниже цена, тем больше товаров будет куплено



Для показа картины спроса рисуют кривую спроса в виде графика и шкалу спроса в виде таблицы.

Величина спроса реагирует на уменьшение цены с различной эластичностью.

**Коэффициент эластичности определяют путем деления разницы (в %) в величинах спроса на разницу между прежним и новым уровнем цен в %.**

**Эластичность спроса – масштаб изменения величины спроса в % при изменении цены на 1%**

# Формула эластичности спроса

$$E = \frac{q_2 - q_1}{q_1} : \frac{p_2 - p_1}{p_1}$$

**E – эластичность спроса,**

**q – величина спроса**

**(2 – новая, 1- прежняя),**

**p – цена (2 – новая, 1- прежняя)**

- Если эластичность спроса **больше единицы**, то величина спроса меняется быстрее, чем цена – спрос эластичен
- Если эластичность **меньше единицы**, то величина спроса меняется медленнее, чем цена, то спрос неэластичен
- Товары с эластичным спросом: предметы роскоши, драгоценности, шампанское, деликатесы, мебель, телевизоры, легкозаменяемые товары...
- Товары с неэластичным спросом: предметы первой необходимости, лекарства, обувь, электричество, телефон, зубные щетки, лампочки, бензин...



■ цена

■ число покупок

# кривая спроса



# Величина спроса и спрос разные понятия

- Величина спроса показывает объем товара, который покупатели готовы купить за определенный период (месяц, год) при определенной цене на него.
- Спрос - зависимость величины спроса на данном рынке от цен на определенный период.
- **Закон спроса (1-ый закон экономики)** - повышение цен на товары обычно ведет к уменьшению спроса на них, а снижение – к увеличению
- **Закон предложения** - повышение цен на товары обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен – к уменьшению предложения



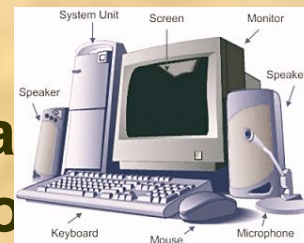
**Но повышение цен не всегда гарантирует увеличение выручки от продаж, а снижение цен не всегда грозит падением выручки**

- При определении цены на свой товар коммерсант обязательно должен прикинуть, сколько он может выручить при такой цене исходя из существующей эластичности спроса.
- **Выручка от продаж – денежная сумма, получаемая при продаже и равная произведению числа проданных товаров на цену по которой их купили.**
- На формирование спроса кроме его цены влияют: полезность товара, цены на другие товары, уровень доходов покупателей, численность и возраст покупателей, вкусы, традиции, реклама, ожидания динамики цен



# Товары можно классифицировать по типам в зависимости от их реакции на изменения доходов покупателей:

- **Нормальные товары** – товары, спрос на которые увеличивается при увеличении доходов покупателей
- **Товары престижного спроса** – товары, спрос на которые растет быстрее, чем на нормальных товаров, особенно высокой ценой, которые люди покупают в основном чтобы продемонстрировать свою успешность (например очень дорогие и не всегда удобные автомобили)
- **Товары низшей категории** - спрос на которые снижается при росте доходов



# Изменение спроса разных типов товаров



# Влияние общерыночных факторов формирования спроса

- **1. Доходы покупателей** обычно увеличивают спрос, но возникают ситуации когда спрос может и снизиться если:
  - - изменяется полезность товара
  - - изменяются цены на дополняющие или заменяющие товары
- **Заменяющие товары** – конкурентные блага, удовлетворяющие те же потребности (например, разные прохладительные и алкогольные напитки)
- **Дополняющие товары** – вместе удовлетворяющие потребность (например теннисные корты, ракетки, мячи, форма)



# Влияние общерыночных факторов формирования спроса

- **2. Ожидание** относительно динамики цен в будущем
- - фактор сказывается, когда бывает ситуация, что люди опасаются скачка цен и покупают больше в запас
- **3. Численность** и возраст покупателей
- - увеличение численности увеличивает спрос
- - старение нации (пенсионные доходы) уменьшает спрос в целом, и особенно на детские и молодежные товары, увеличивает на фармацевтические и медицинские





# Влияние общерыночных факторов формирования спроса

- **4. Привычки**, вкусы, традиции и предпочтения населения – наименее предсказуемый фактор и очень изменчивый
- например, мода – может увеличить и уменьшить спрос
- например, религиозные предпочтения в продуктах питания и их составляющих могут сделать товар полностью непродаваемым в регионе
- например, усиленная реклама профилактических средств и здорового образа жизни породила огромный рынок сопутствующих товаров





## «Экономика в лицах»

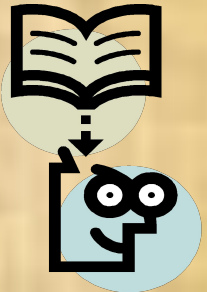
### Пример изучения спроса. Торстейн ВЕБЛЕН – аналитик людских склонностей

- Американский экономист Торстейн Веблен (1857-1929) происходил из бедной норвежской семьи фермеров, переехавшей в США, стал доктором наук, но закончил жизнь в крайней бедности.
- Изучал людские склонности, потребности и мотивы поведения в выборе товаров.
- **Выделил такие товаропокупающие силы как:**
- удовлетворение основных материальных потребностей для выживания
- демонстративное расточительство для показа своего благосостояния
- стремление получения от жизни максимального удовольствия
- инстинкт материнства, родительские чувства
- праздное любопытство, инстинкт себялюбия



# Индивидуальный, рыночный и совокупный спрос

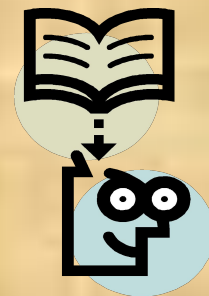
- **Индивидуальный спрос** каждого отдельного покупателя в основном формируется на его субъективной оценке полезности товара
- **Рыночный спрос** формируется в масштабах рынка определенного вида товара или экономики в целом всеми покупателями в сумме их численности, возможностей с разными доходами
- **Совокупный спрос** - общее количество конечных товаров и услуг всех видов, которое все покупатели страны готовы приобрести в течение определенного периода при сложившемся уровне цен



# Зависимость спроса от доли покупателей с разными доходами



- **Совокупный спрос уменьшается при общем росте уровня цен.**
- **Чем выше цены, тем меньше покупается этот товар и спрос покупателей переключается на товары- аналоги, заменители или другие услуги,**
- **а также доходы населения больше переводятся не в товары, а в сбережения в банках или просто накопление дома (на будущее)**



# Пример из недавней экономической истории России

- В 90-х годах в России был катастрофически высок уровень инфляции:
- если принять 1990г - цены за 1, то 1992 г – цены выросли в 68 раз, 2000 г – в 12181 раз.
- Совокупный спрос на товары упал, россияне стали переводить доходы в валюту, так сберегая их, спрос на нее вырос. ( в 1992-1997 годах общие расходы выросли в 260 раз, на валюту в 8640 раз и составили 18-20% от расходов семьи).
- В 1998 году инфляция уменьшилась, стали больше покупать товары, с 1999 года опять выросла, стали больше покупать валюты.



# Виды эластичности спроса и причины ее существования

- Возможность трудностей сбыта товаров заставляет изучать спрос и прогнозировать его изменения, отдельно занимаясь эластичностью спроса.

$$\frac{\text{Изменение числа покупок в \%}}{\text{Изменение цены в \%}} = \text{Коэффициент ценовой эластичности}$$

$$\text{Например: } 8 : 5 = 1.6$$

Выделяют **товары эластичного спроса** с коэфф. больше единицы , например: предметы роскоши и **товары неэластичного спроса**, с коэфф. меньше единицы, например: предметы первой необходимости



- С помощью точных подсчетов и детального изучения эластичности спроса экономисты могут повысить обоснованность решений фирмы стоит ли увеличивать цены на определенный товар для увеличения доходов
- Так например, **повышая цену на товары неэластичного спроса**, можно увеличить выручку (их все равно надо покупать, например - зубную пасту),
- а **повышая цену товары эластичного спроса** – можно потерять выручку (потому что в них нет особой и постоянной необходимости)



## Факторы, определяющие уровни коэффициентов эластичности



- 1) наличие товаров-заменителей (чем их больше, тем хуже основному товару)
- 2) размер доходов покупателей (если на товар тратится значительная часть дохода, то изменение цены значимо сильнее)
- **«эффект дохода»:** при снижении цены (или росте доходов) товар становится по отношению к общей доле дохода человека более дешевым и поэтому покупатель покупает его больше, не отказываясь от других привычных покупок
- 3) время (чем больше проходит время с повышения цены, тем легче найти заменитель товара больше падает спрос)

## **Пример использования понятия об эластичности спроса налоговыми службами**

- Зная, что спрос например, на соль, алкоголь, табак – мало эластичны, правительства разных стран издавна устанавливают на них особые налоги в пользу государства, добавляемые к цене – акцизы.
- И хотя эти акцизы повышают цены, объемы покупок не падают, зато резко возрастают доходы в казну государства



# Вопросы для проверки и обсуждения темы:

- В чем отличие величины спроса от величины потребности?
- О чем гласит 1-й закон экономики?
- Могут ли продукты питания относиться к категории престижных товаров?
- Почему фирмы во всем мире ищут рынки товаров, которые являются новинками?
- Почему в Москве в 1992 году рыба (самый дешевый изначально продукт) подорожала в 27,4 раза, сахар в 19 раз, молоко в 9,3 раза, а мясо только 3, 1 раза?
- Если выручка фирмы от продаж возросла за год на 30%, а количество проданных товаров на 15%, на сколько изменилась цена?
- Целесообразен ли акциз на сливочное масло?