

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»

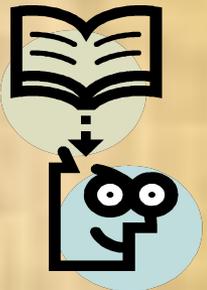
Пример изучения спроса. Торстейн ВЕБЛЕН – аналитик людских склонностей

- 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

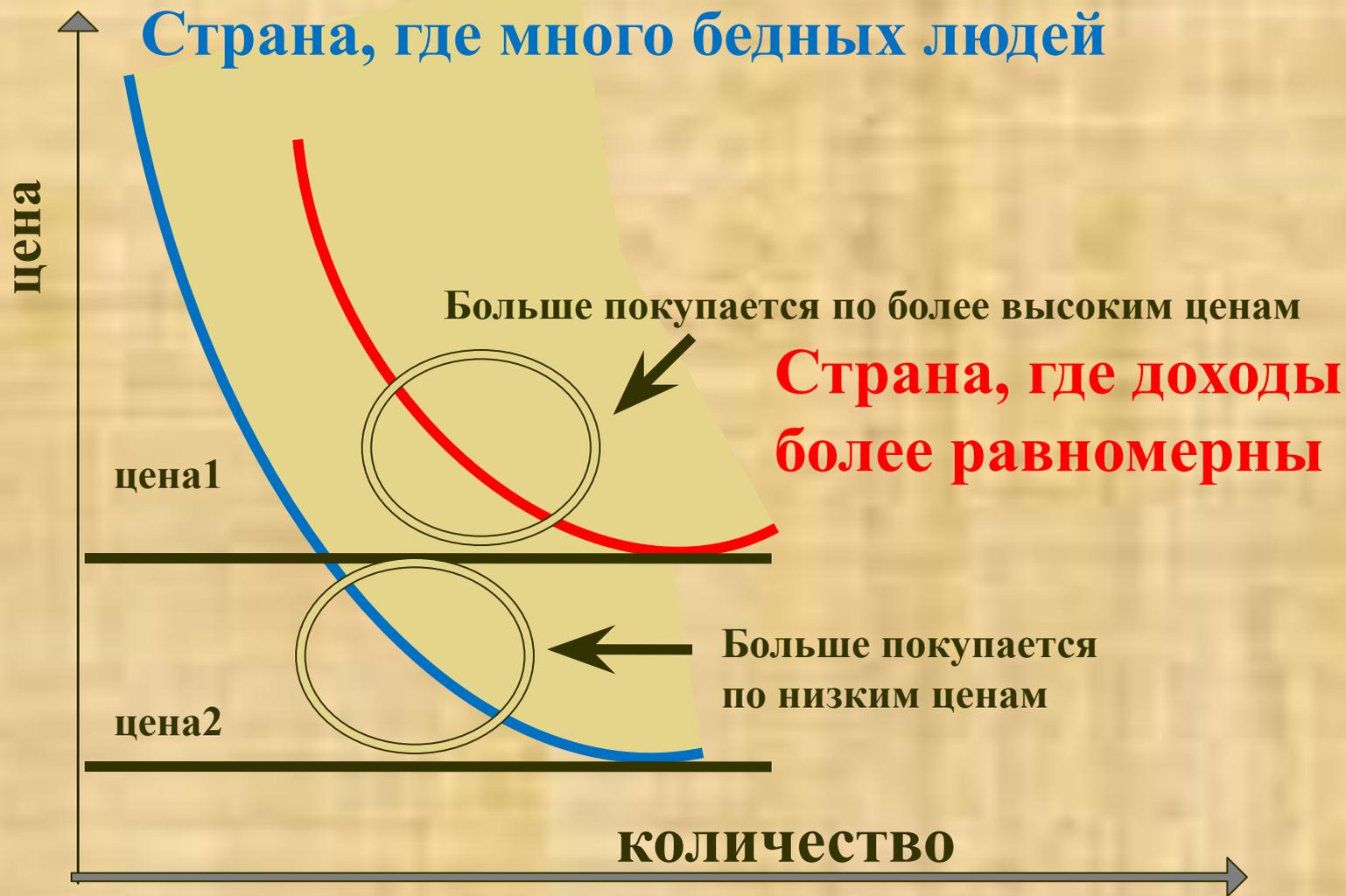


Индивидуальный, рыночный и совокупный спрос

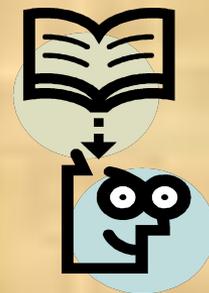
- **Индивидуальный спрос** каждого отдельного покупателя в основном формируется на его субъективной оценке полезности товара
- **Рыночный спрос** формируется в масштабах рынка определенного вида товара или экономики в целом всеми покупателями в сумме их численности, возможностей с разными доходами
- **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?