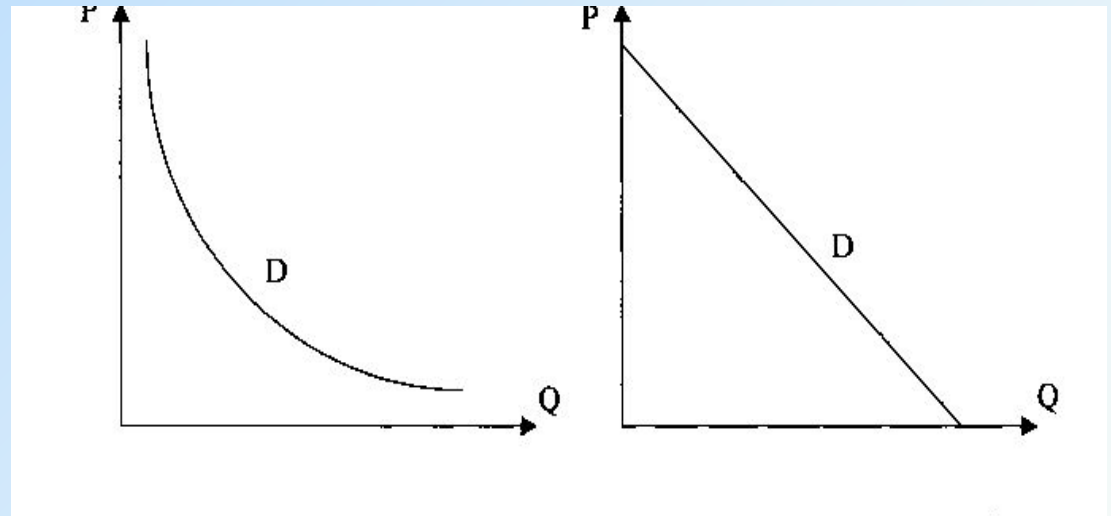


СПРОС. ВЕЛИЧИНА СПРОСА. ФУНКЦИЯ СПРОСА

- **Спрос (от англ. demand, D) - зависимость между ценой и количеством экономического блага, которое потребители желают и готовы приобрести в течение некоторого промежутка времени.**
- **Величина спроса - максимальное количество экономического блага, которое потребители желают и готовы купить при данном значении цены.**
- **Цена спроса - максимальное значение цены, при котором потребители желают и готовы купить данное количество экономического блага.**
- **Кривая спроса - кривая, каждая точка которой показывает значение:**
- **величины спроса при соответствующем значении цены экономического блага;**
- **цены спроса при соответствующем значении количества экономического блага.**
- **Каким окажется вид кривой спроса, то есть качественная сторона зависимости между ценой и количеством экономического блага с точки зрения потребителя? Считается, что на этот вопрос отвечает закон спроса.**
- **Закон спроса: при повышении цены экономического блага величина спроса сокращается, то есть существует отрицательная зависимость между ценой товара и величиной спроса.**

- Математически закон спроса можно выразить следующим образом: $Q'(P) < 0$ или $P'(Q) < 0$. В соответствии с законом, кривая спроса обычно изображается в виде кривой с отрицательным наклоном:

- *Рис. 1*
- *Пример кривой спроса*



- При изучении данной темы очень важно не путать такие понятия, как «спрос» и «величина спроса».
- **Спрос** отражает объем планируемых покупок при всех возможных уровнях цены товара или услуги, то есть графически представляет собой весь график кривой спроса.
- **Величина спроса** - это объем покупок, который потребитель готов совершить при конкретном уровне цены и представляет собой одну точку на графике кривой спроса.
- Увеличение **спроса** означает, что при каждом уровне цены потребители готовы купить больший объем товара, чем прежде. При увеличении спроса кривая спроса сдвигается вправо - вверх. **Снижение** спроса означает, что при каждом уровне цены потребители готовы купить меньший объем товара, чем прежде. При снижении спроса кривая спроса сдвигается влево - вниз.
- Зная уравнение или график кривой спроса, можно определить объем спроса при любой цене.
- Если же известно только одно значение величины спроса, то восстановить уравнение или график кривой спроса нельзя.

- **Например**, если мы знаем, что при цене 10 руб. потребитель купит две шоколадки, мы не сможем ответить на вопрос о том, сколько он купит шоколадок, если цена понизится до 8 руб. или повысится до 15 руб. за плитку.

Таким образом:

- изменение спроса - это сдвиг всей кривой спроса, то есть изменение величины спроса при всех возможных значениях цены экономического блага;
- изменение величины спроса - это сдвиг вдоль кривой спроса, связанный с изменением цены экономического блага.
- При снижении цены товара потребитель будет покупать большее его количество, а при повышении цены товара последствия прямо противоположные.

Рис. 2
Последствия
изменения
цены экономи-
ческого блага



Последствия снижения цены



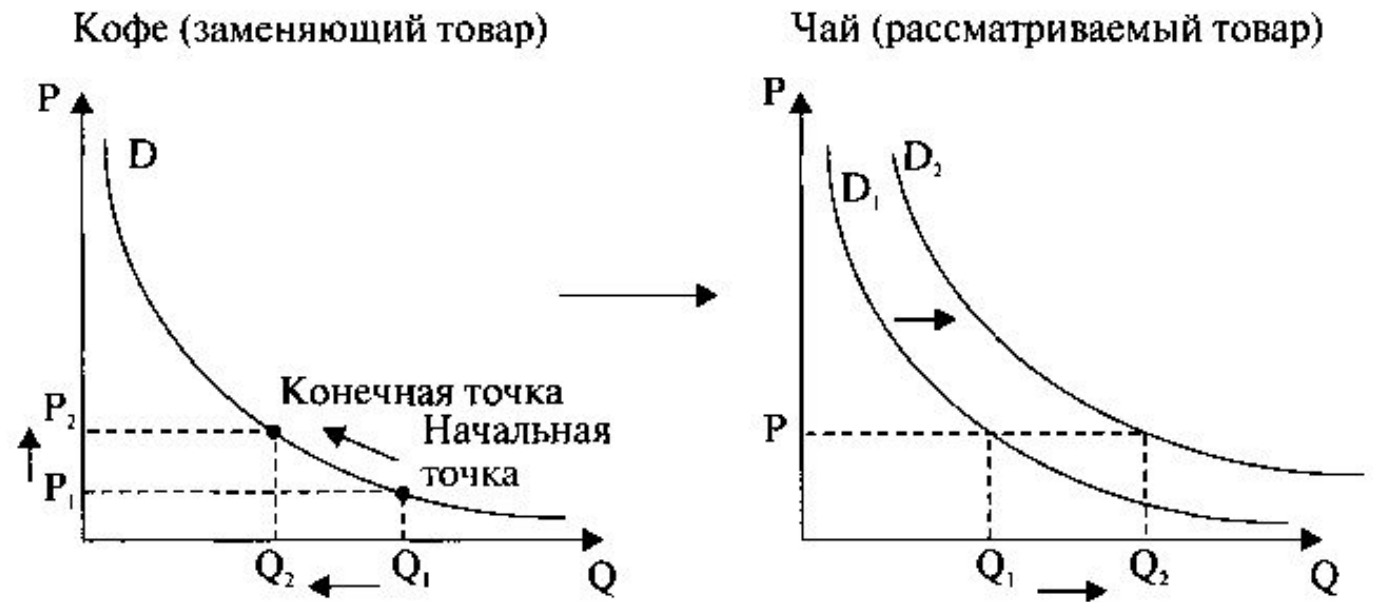
Последствия увеличения цены

- Рассмотрим неценовые факторы спроса, то есть параметры, влияющие на объем покупок потребителя и вызывающие сдвиг его кривой спроса:
- цена заменяющего товара (субститута);
- цена дополняющего товара (комплемента);
- доход потребителя;
- налоги;
- •субсидии;
- •ожидания потребителей;
- вкусы потребителей;
- количество потребителей;
- прочие факторы.

Цена заменяющего товара

- Мы уже определили, что товарами-заменителями называют такие товары, которые имеют для потребителя близкие, похожие свойства и удовлетворяют одну потребность, то есть потребитель может заместить потребление одного блага потреблением другого. Например, чай и кофе.
- Если цена на заменяющий товар (кофе) поднимется, то как это изменит спрос на данный товар (чай)? Мы уже знаем, что изменение цены товара меняет величину спроса. Соответственно, при повышении цены на кофе объем спроса на него снизится. Следовательно, потребители будут склонны частично заменить подорожавший товар (кофе) относительно более дешевым товаром (чай) и начнут покупать больший объем чая при каждом из возможных уровней его цены. За счет этого спрос на чай вырастет. Таким образом, рост цены на товар-заменитель приводит к увеличению спроса на данный товар (рис. 3).

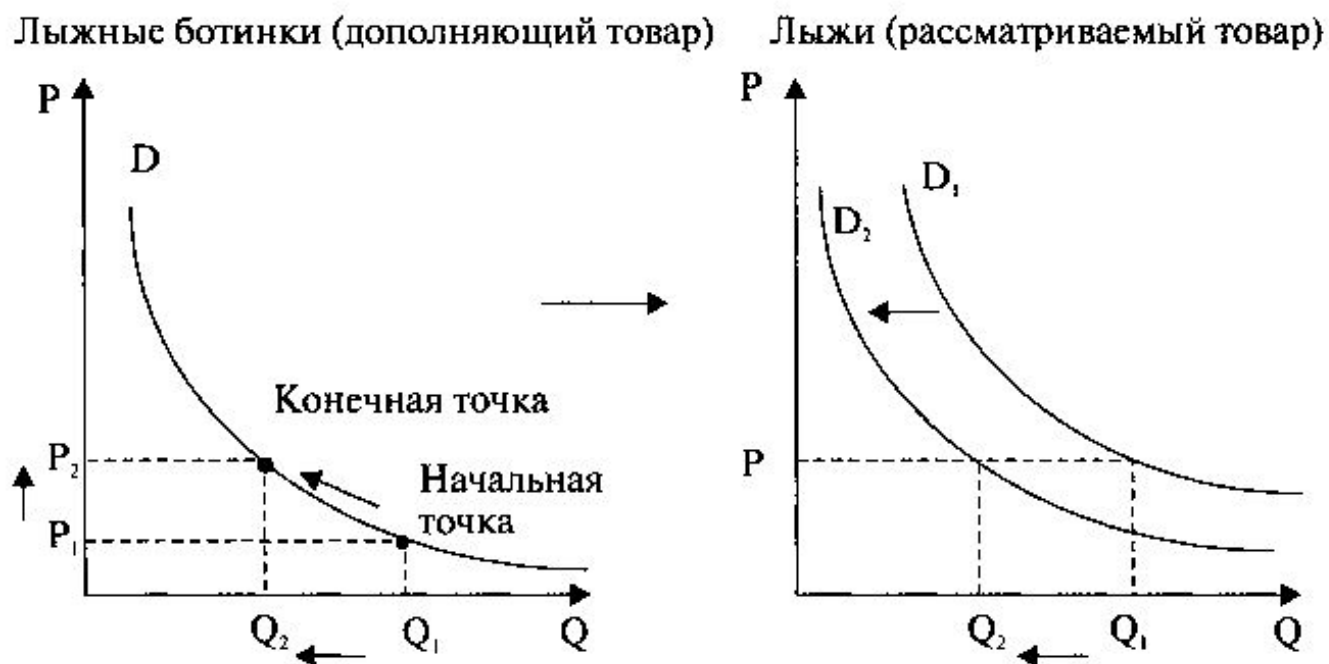
Рис. 3
Влияние
роста цены
заменяющего
товара на кри-
вую спроса
рассматрива-
емого блага



Цена дополняющего товара

- Дополняющими товарами называют такие товары, которые вместе лучше удовлетворяют некоторую потребность, чем по отдельности (например, лыжи и лыжные ботинки).
- Если цена дополняющего товара (лыжных ботинок) поднимется, то как это изменит спрос на рассматриваемый товар (лыжи)? При повышении цены лыжных ботинок величина спроса на них снизится. Следовательно, на рынке будет покупаться меньший, по сравнению с тем, что было раньше, объем лыжных ботинок. А поскольку лыжи и лыжные ботинки обычно приобретаются в комплекте, потребителям необходимо будет меньшее количество лыж, чем то, которое они покупали раньше, причем независимо от их цены. Спрос на лыжи снизится (потребители начнут покупать меньший объем лыж при каждом возможном уровне цены). Таким образом, рост цены дополняющего товара приводит к снижению спроса на данный товар (рис. 4).
- При снижении цены дополняющего товара потребитель начинает покупать его в большем количестве и увеличивает потребление дополняемого товара. То есть, при снижении цены дополняющего товара спрос на рассматриваемый товар возрастает.

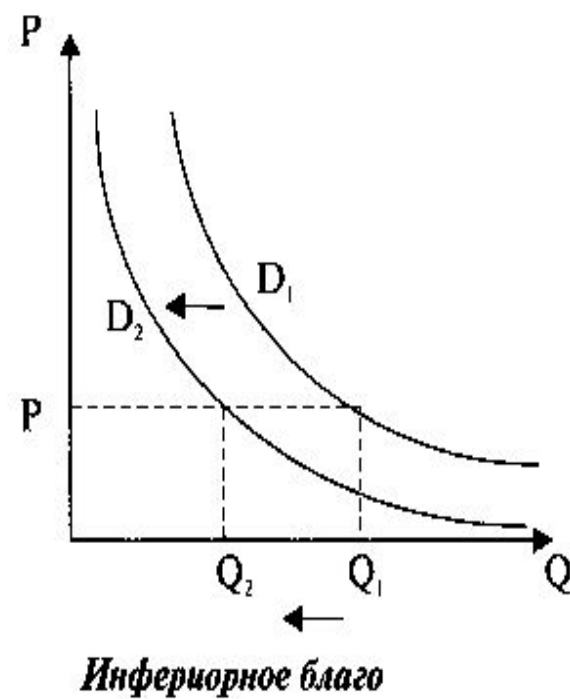
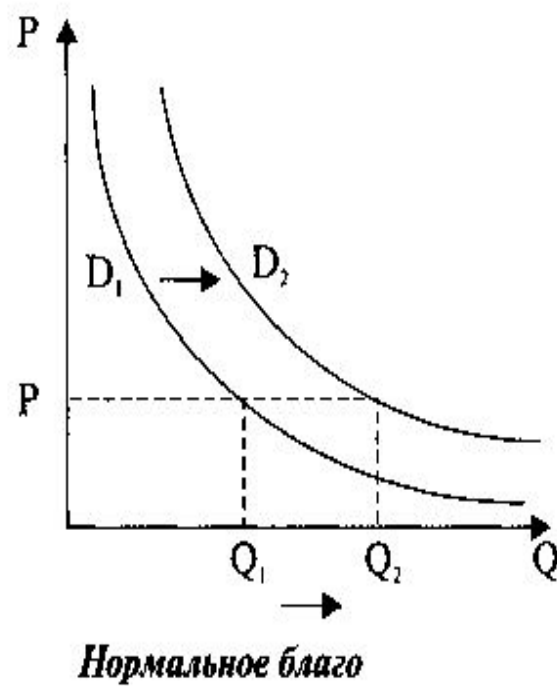
Рис. 4
Влияние
роста цены
дополняюще-
го товара на
кривую спро-
са рассмат-
риваемого
блага



Доход потребителя

- Для того чтобы определить, как изменение дохода повлияет на спрос, необходимо вспомнить о том, что экономические блага, с точки зрения потребителя, разделяются на нормальные и инфериорные.
- Нормальные экономические блага - это блага, потребление которых положительно зависит от дохода потребителя.
- Инфериорные экономические блага - это блага, потребление которых отрицательно зависит от дохода потребителя.
- Таким образом, при повышении дохода (будем обозначать доход потребителя I , от англ. income) спрос на качественные товары растет, а на некачественные - снижается.

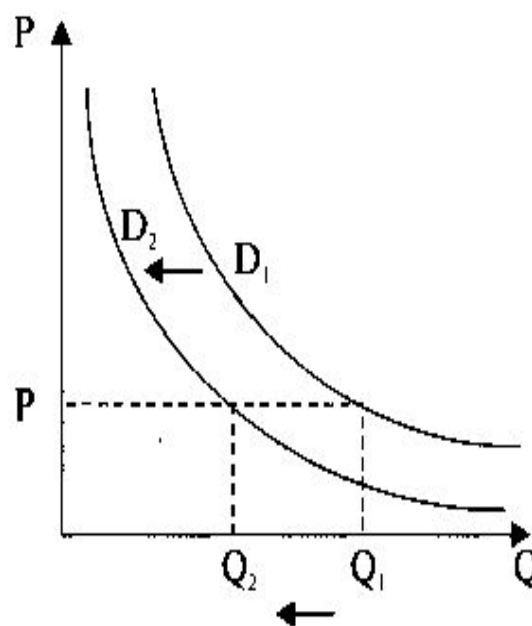
Рис. 5
Изменение
спроса под
воздействием
роста дохода



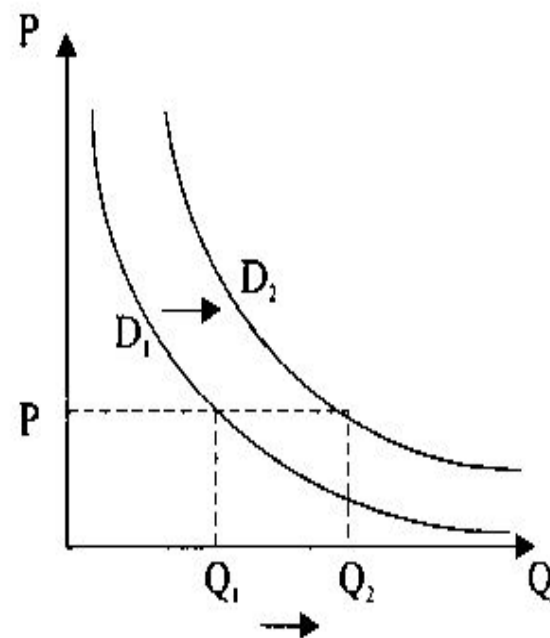
Налоги на потребителей

- Цена, уплачиваемая потребителем, является для него затратами, которые он несет при покупке. Налоги (будем обозначать сумму налога T_x , от англ. tax) увеличивают значение общей стоимости покупки. Таким образом, введение или повышение налога для потребителя равносильно тому, что он должен заплатить более высокую цену за каждую единицу товара. В результате спрос на товар снижается, поскольку, помня о налоге, за сам товар он теперь готов заплатить меньшую цену при каждом из возможных объемов покупки. Снижение же или отмена налога приводит к росту спроса на товар.

Рис. 6
Изменение
спроса под
воздействием
налога



*Под воздействием введения
или роста налога*

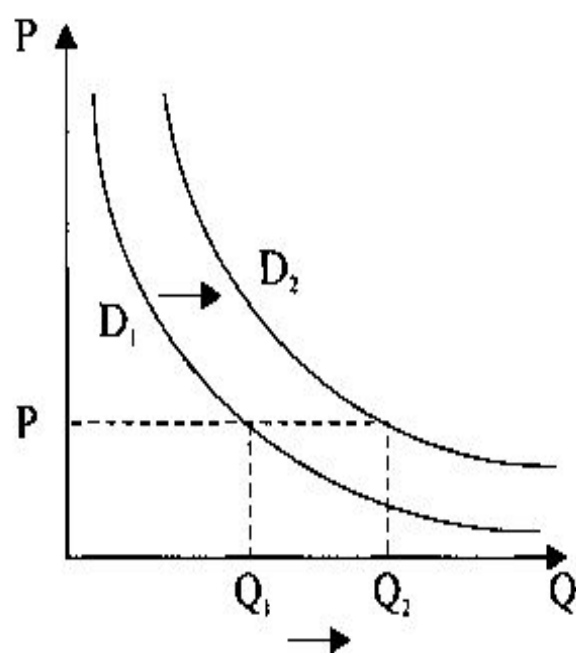


*Под воздействием отмены
или снижения налога*

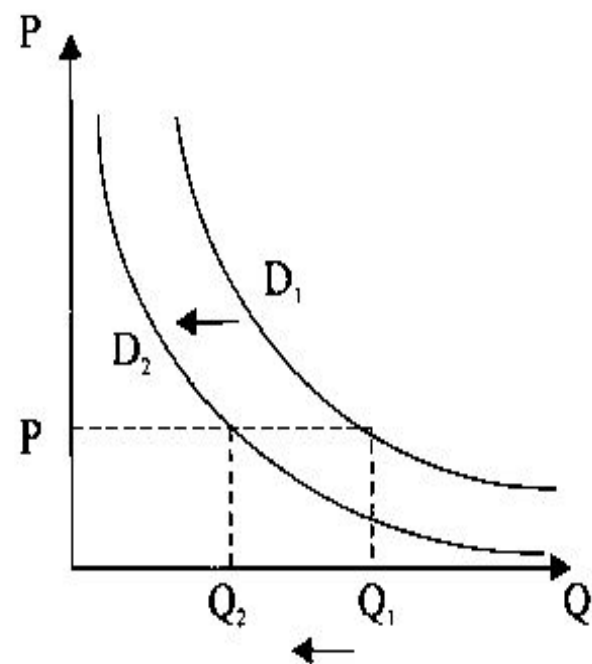
Субсидии (трансферты) потребителям

- Трансферт (будем обозначать сумму трансферта T_g , от англ. transfer) можно рассматривать как налог с отрицательным значением платежа, поэтому его воздействие прямо противоположно рассмотренному ранее. Повышение субсидии снижает величину общей стоимости покупки. Введение субсидии приводит к росту спроса на товар, а ее отмена - к снижению спроса.

Рис. 7
Изменение
спроса под
воздействием
трансферта



Введение или рост трансферта

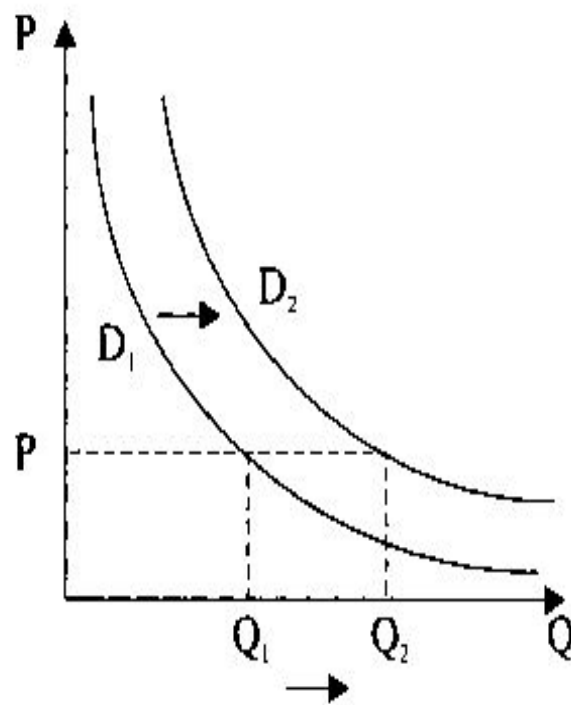


Отмена или снижение трансферта

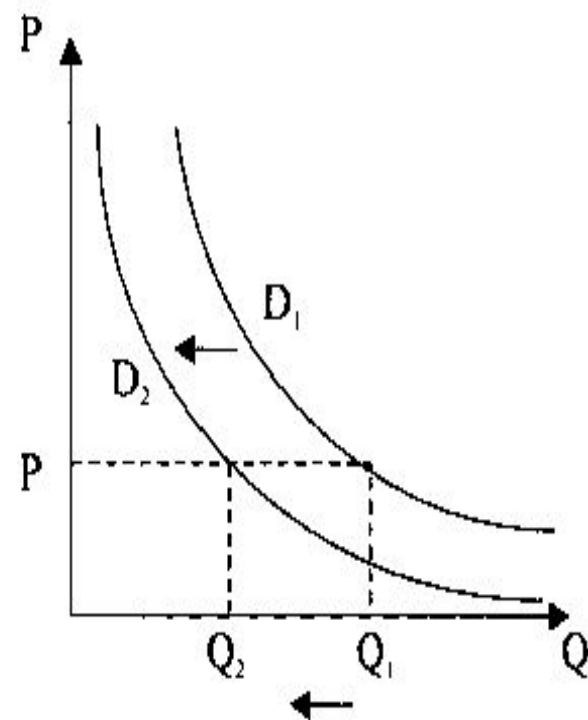
Количество потребителей

- Еще один фактор, влияющий на спрос, - количество потребителей. Действительно, есть разница между тем, когда в магазин пришел один ученик и купил, например, одну шоколадку, и когда в магазин зашли двадцать учеников с намерением купить по крайней мере по одной шоколадке. Таким образом, чем больше количество потребителей, тем выше рыночный спрос. Если число потребителей вырастет, спрос на товар увеличится. Если число потребителей снизится, спрос на товар сократится.

Рис. 8
Изменение
спроса под
воздействием
числа потре-
бителей



Рост числа потребителей

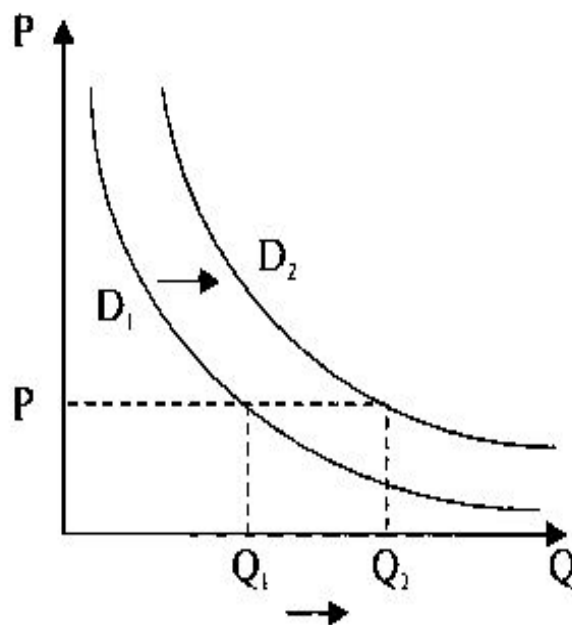


Снижение числа потребителей

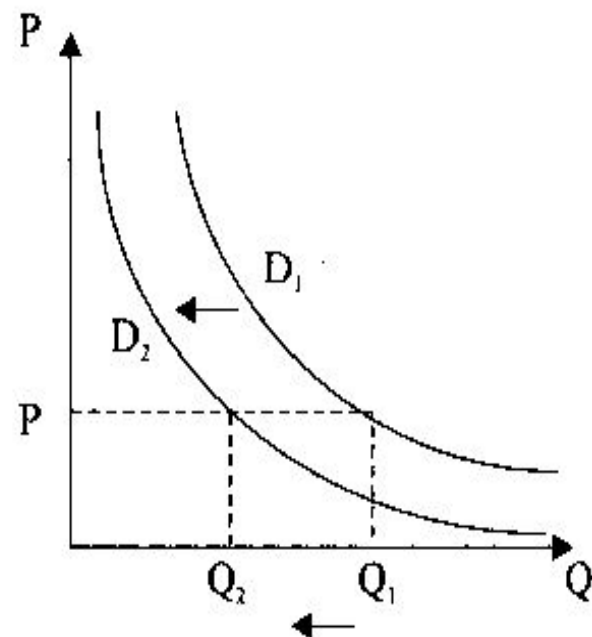
Ожидания потребителей

- Ожидания потребителей относительно будущих событий изменяют спрос на данный товар уже в настоящем. Допустим, вы узнали, что очередная партия мобильных телефонов задержана на таможне, и предполагаете, что это приведет к росту их цены в будущем. Каковы будут ваши действия? Если вы вообще не собирались покупать мобильный телефон, то есть у вас нет спроса на этот товар, то данная информация не окажет на вас никакого влияния. Если же вы планировали покупку, то пойдете в магазин и купите данный товар сегодня по более низкой цене, вместо того чтобы покупать этот же товар в будущем по более высокой. Таким образом, вы увеличиваете спрос на данный товар уже сегодня. Если же вы, наоборот, рассчитываете на то, что цены на мобильные телефоны в будущем после прекращения всех таможенных скандалов снизятся, вы отложите покупку данного товара и подождете снижения цен. В этом случае спрос на товар в текущий момент снизится.
- Разумеется, потребитель может ожидать не только удорожания (удешевления) товара. Если, например, вы ожидаете, что в скором времени будет выпущена новая улучшенная модель мобильного телефона, то, скорее всего, ваш спрос на текущую модель снизится. Таким образом, различные ожидания оказывают различное влияние на спрос.

Рис. 9
Изменение
спроса под
воздействи-
ем ожиданий
потребителей



*Ожидание роста цены товара
в будущем*

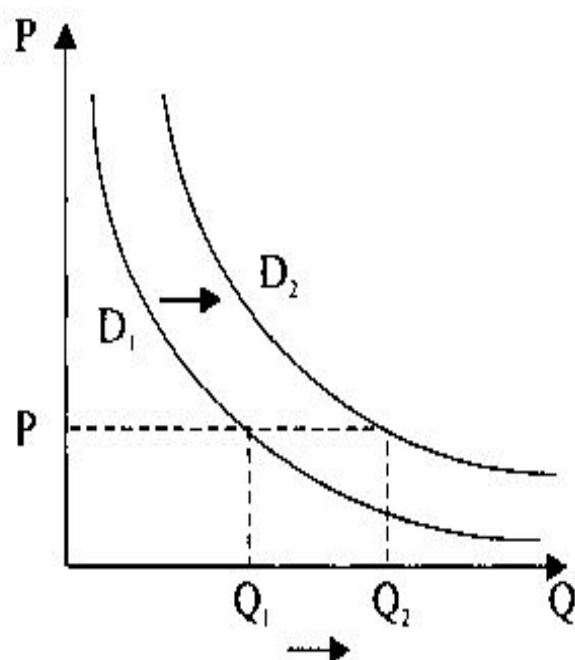


*Ожидание снижения цены товара
в будущем*

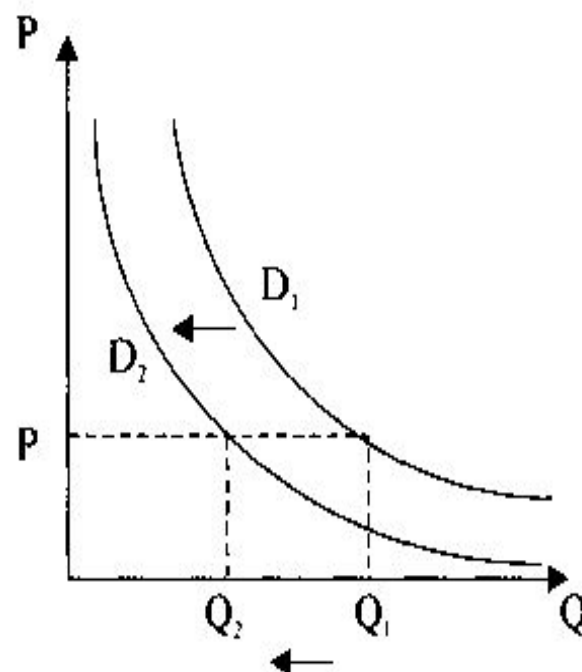
Вкусы и предпочтения потребителей

- Под этим термином понимают то, насколько данный товар нравится (или не нравится) потребителю. Если мнение потребителя о данном товаре улучшилось, например, под воздействием рекламы, отзывов окружающих или моды, то спрос на него возрастет. Потребитель будет готов приобрести при данной цене больший объем товара или же заплатить более высокую цену за данное количество товара.

Рис. 10
Изменение
спроса на
товар под
воздействием
моды



Товар вошел в моду



Товар вышел из моды

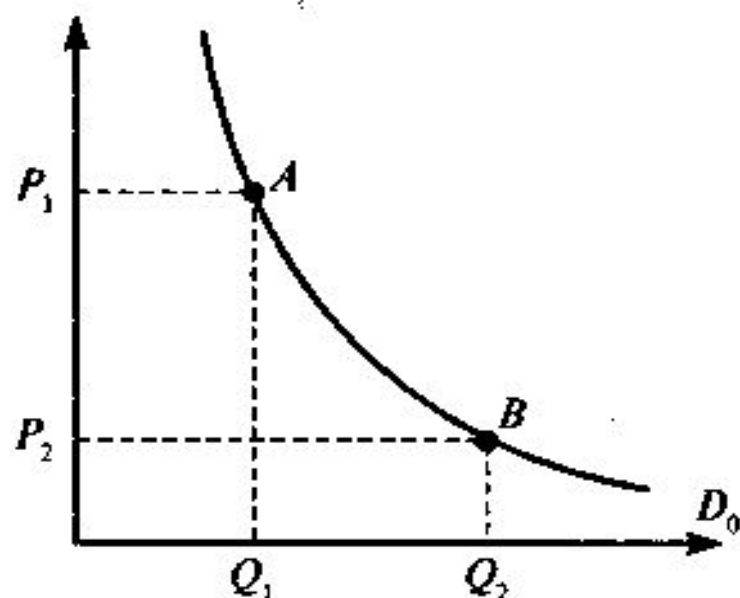
Другие факторы

- Существует множество других причин, оказывающих влияние на спрос потребителя. Это могут быть какие-то личные мотивы потребителя, погодные условия, политические события и т.д. Перечислить и рассмотреть влияние всех возможных факторов изменения спроса невозможно, но попробуем обобщить все, что мы узнали о факторах спроса.

Величина спроса

изменяется, если:

- 1) изменяется цена данного товара.



Спрос

- 1) изменяется количество покупателей;
- 2) изменяются доходы покупателей;
- 3) изменяются цены товаров, связанных с данным:
 - а) заменяющих данный;
 - б) дополняющих данный;
- 4) изменяются вкусы и предпочтения покупателей;
- 5) ожидаются изменения в доходах покупателей или ценах товаров и услуг.

