

*СПРОС*

A horizontal line of orange glow, resembling a lens flare or a light trail, spans across the width of the image below the text.

# СПРОС

-это запрос фактического или потенциального покупателя, потребителя на приобретение товара по имеющимся у него средствам, которые предназначены для этой покупки. Спрос отражает, с одной стороны, потребность покупателя в некоторых товарах или услугах, желание приобрести эти товары или услуги в определенном количестве и, с другой стороны, возможность оплатить покупку по цене, находящейся в пределах «доступного» диапазона.

*Величина спроса* -

количество конкретного товара или услуги, которое покупатель может купить по предлагаемой цене в течение определенного периода времени. В.

с. зависит от доходов покупателей, цен на товары и услуги, ожиданий покупателей, их вкусов и предпочтений. В.с., как и величина предложения, - главные факторы формирования рыночных цен.

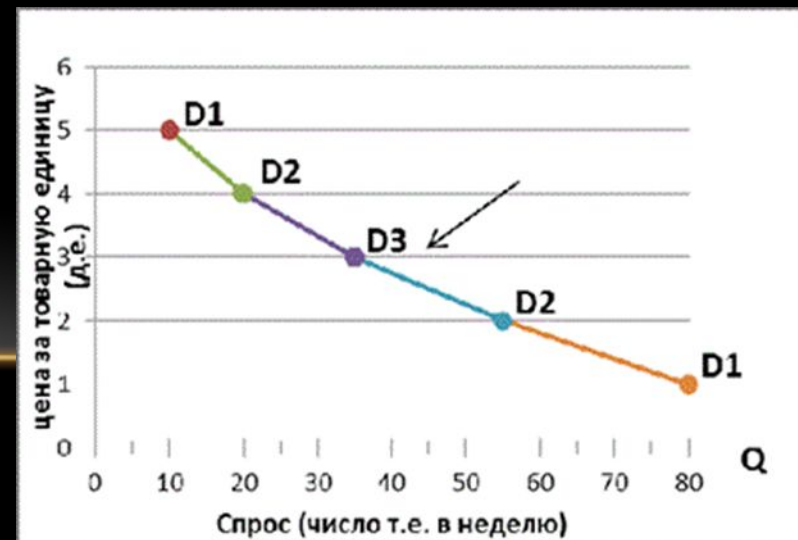
**ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ** — количество товара или услуг определенного вида, предложенное к продаже на рынке по конкретной цене в течение определенного периода времени.

# КРИВАЯ СПРОСА

Кривая спроса показывает вероятное количество товара, который удаётся продать за определенное время и по определённой цене. Чем эластичнее спрос, тем выше цена может быть установлена на товар.

*Эластичность спроса — это реакция рынка на отсутствие товара, возможность его замены, цену конкурентов, понижение цен, нежелание покупателей менять свои потребительские привычки и искать более дешёвые товары, повышение качества товаров, естественный рост инфляции на другие факторы.*

*Шкала спроса -это таблица, в которой показано изменение количества того или иного товара, могущего быть приобретено в данное время в зависимости от изменения цены на товар.*



# ЗАКОН СПРОСА

**Закон спроса** — величина (объём) спроса уменьшается по мере увеличения цены товара. Математически это означает, что между величиной спроса и ценой существует обратная зависимость (однако не обязательно в виде гиперболы, представленной формулой  $y = a/x$ ). То есть повышение цены вызывает понижение величины спроса, снижение же цены вызывает повышение величины спроса.

Природа закона спроса не сложная. Если у покупателя есть определенная сумма денег на приобретение данного товара, то он сможет купить тем меньше товара, чем больше цена и наоборот. Конечно, реальная картина намного сложнее, так как покупатель может привлечь дополнительные средства, купить вместо данного товара другой — товар-субститут.

Не ценовые факторы, влияющие на спрос:

- Уровень доходов в обществе;
- Размеры рынка;
- Мода, сезонность;
- Наличие товаров-субститутов (заменителей);
- Инфляционные ожидания.
- В ряде курсов микроэкономики закон спроса формулируется строже: *Если с ростом дохода спрос на товар увеличивается, то с ростом цены данного товара спрос на него должен уменьшаться.*

# ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ И РЫНОЧНЫЙ СПРОС

**Индивидуальный спрос** — спрос, предъявляемый отдельным покупателем (именно этот спрос мы рассматривали выше).

**Рыночный спрос** — совокупность индивидуальных спросов.

Чтобы получить величину рыночного спроса, необходимо просуммировать опросы индивидуальные. Переход от индивидуального спроса к рыночному спросу осуществляется посредством суммирования величин спроса, предъявляемого каждым отдельным потребителем при каждой возможной цене. А графически рыночный спрос определяется путем горизонтального суммирования графиков индивидуального спроса.



# Закон спроса не действует в следующих случаях:

- **Парадокс Гиффена** (Рост цен на основную группу товаров первой необходимости приводит к отказу от более дорогих и качественных товаров, и к увеличению объема спроса на данный основной продукт (может наблюдаться в период голода). Например во время голода в Ирландии в середине 19 века объем спроса на картофель увеличился. Гиффен связал это с тем, что в бюджете бедных семей расходы на картофель занимали значительную долю. Повышение цен на данный товар приводило к тому, что реальные доходы этих слоев населения падали, и они были вынуждены сокращать покупки прочих товаров, увеличивая потребление картофеля, чтобы выжить и не умереть с голода)
- **Когда цена является показателем качества** (В этом случае потребитель может считать что высокая цена товара свидетельствует о его высоком качестве и увеличении спроса)
- **Эффект Веблена** (Связан с престижным спросом, ориентированном на приобретение товаром, свидетельствующих по мнению покупателя о его высоком статусе или принадлежности к "товарам-льготникам")
- **Эффект ожидаемой динамики цен** (Если цена товара снижается и потребители ожидают сохранения этой тенденции, то размер спроса в данный временной период может уменьшаться и наоборот)
- **Для редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством вложения денег.**

# ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ СПРОС

- Спрос формируется под влиянием множества факторов, которые можно объединить в следующие группы:
- **экономические факторы**, уровень развития производства товаров, денежные доходы населения, уровень розничных цен и их соотношение, степень достигнутой обеспеченности товара;
- **социальные факторы**: социальная культура общества, профессиональный состав населения, уровень развития культуры и т.п.;
- **демографические факторы**, численность населения, соотношение между городским и сельским населением, половозрастной состав, размер и состав семьи, миграция населения;
- **природно-климатические факторы**, географические и климатические условия, традиции, условия быта и т.п.;
- **политические факторы**, непредвиденные чрезвычайные ситуации.
- На изменение спроса влияют и неценовые факторы:
- изменение денежных доходов населения;
- изменение цен на товары-заменители;
- экономическая политика правительства;
- изменение потребительских предпочтений.
- Наряду со спросом важным элементом рынка является предложение товара. Для коммерческих операций это наиболее значимый фактор, определяющий насыщенность рынка, его структурные сдвиги и т.д.

# ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

- **Эластичность спроса** — это показатель, выражающий колебания совокупного спроса, вызванные изменением цен на товары и услуги. Эластичным называется спрос, сформировавшийся при условии, что изменение его объёма (в %) превышает процентное выражение снижения цен.
- Если показатели падения цен и увеличения спроса, выраженные в процентах, равны, то есть рост объёма спроса лишь компенсирует снижение уровня цен, то эластичность спроса равна единице.
- В случае, когда степень понижения цен превышает показатель спроса на товары и услуги, спрос неэластичен. Следовательно, эластичность спроса — показатель степени чувствительности (реакции) потребителей к изменениям цены товара.
- Эластичность спроса может быть связана не только с изменением цены на товар, но и с изменением доходов потребителей. Поэтому различают эластичность спроса по цене и по доходам. Есть и спрос с единичной эластичностью. Это ситуация, при которой и доход, и величина спроса изменяются на одинаковый процент, так что общий доход остаётся постоянным по мере изменения цены.
- Реакция потребителей на изменение цены товара может быть сильной, слабой, нейтральной. Каждый из них порождает соответствующий спрос: эластичный, не эластичный, единичный. Возможны варианты, когда спрос оказывается абсолютно эластичным или совершенно не эластичным.



Эластичность спроса измеряется количественно через коэффициент эластичности по формуле:

- $K_o$  — коэффициент эластичности спроса
- $Q$  — процент изменения количества продажи
- $P$  — процент изменения цены

Как правило, существуют товары с разной эластичностью по цене. В частности, хлеб и соль являются примерами неэластичного спроса. Повышение или снижение на них цен в целом не влияет на количество их потребления.

Знание степени эластичности спроса на товар имеет большое практическое значение. Так, например, продавцы товара с высокой эластичностью спроса могут пойти на снижение цены с целью резко увеличить объём продаж и получить прибыль больше, чем если бы цена товара была выше.

Для товаров с низкой эластичностью спроса подобная ценовая практика неприемлема — при снижении цены объём продаж изменится слабо и не компенсирует упущенную выгоду.

При наличии большого количества продавцов спрос на любой товар будет эластичным, поскольку даже незначительное повышение цены одним из конкурентов заставит потребителей обращаться за покупкой к другим продавцам, предлагающих этот же товар дешевле.