

Лекция по теме:

«Основы теории спроса и предложения»

Основы теории спроса и предложения

Пять блоков вопросов

1. Рыночная система. Рынки и цены.
2. Спрос. Закон спроса. Изменения спроса.
3. Предложение. Закон предложения.
Факторы, влияющие на предложение
4. Концепция альтернативных стоимостей
5. Рыночное равновесие.
6. Эластичность спроса и предложения.

Основы теории спроса и предложения

1. Рыночная система. Рынки и цены

Рыночная экономика

В курсе ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ мы будем изучать экономические проблемы и процессы, характерные для рыночной экономики, которые рассматриваются с позиций неоклассической теории.

В рыночной экономике основным механизмом координирующим хозяйственную деятельность индивидов и фирм является **рынок**.

Определения рынка

- **Рынок** - представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться.
- **Рынок** - представляет собой совокупность покупателей и продавцов, взаимодействия которых приводит в итоге к возможности обмена.
- **Рынок** - это институт, или механизм, сводящий вместе покупателей и продавцов отдельных товаров и услуг.
- **Рынок** - это механизм передачи прав

Продавцы и покупатели

- **К покупателям** относятся потребители, которые приобретают товары и услуги, а также фирмы, покупающие труд, капитал и сырье, при помощи которых они производят эти товары и услуги.
- **К продавцам** относятся фирмы, продающие свои товары и услуги, трудящиеся, подающие свою рабочую силу, и владельцы ресурсов, которые сдают в аренду или продают их.

Конкурентные и неконкурентные рынки

- На рынке **совершенной конкуренции** имеется много покупателей и продавцов и поэтому ни один отдельно взятый покупатель или продавец не может оказать значительного влияния на цену.
- На **неконкурентных рынках** субъекты в различной степени могут влиять на процесс ценообразования. На таких рынках обычно число продавцов или покупателей небольшое.

Принципы рыночной системы

- частная собственность
- свобода предпринимательства и выбора
- конкуренция
- использование денег при обмене
- ограниченное вмешательство государства в экономику

Рыночная система

Рыночная система представляет собой многосложную систему связей, посредством которой бесчисленные индивидуальные свободно принятые решения учитываются, суммируются и взаимно уравниваются.

Основным источником информации, на основе которого выбирается тот или иной вариант экономического поведения является цена.

Основы теории спроса и предложения

2. Спрос. Закон спроса. Изменения спроса

Удовлетворение потребностей. Спрос

Проблему приобретения благ для удовлетворения потребностей осложняют несколько факторов:

- 1. Большинство благ не являются бесплатными; для их приобретения приходится жертвовать какими-то другими благами.
- 2. У любого блага существуют субституты (заменители)
- 3. Разумный выбор между субститутами требует сопоставления дополнительных затрат и дополнительных выгод.

Поэтому любое высказывание о необходимости того или иного

экономического блага еще спросом на него не является.

Это лишь потребности в том или ином благе. **Насколько эти потребности настоятельны экономисты**

Спрос

желание

потребителя

ВОЗМОЖНОСТЬ

КУПИТЬ

определенное количество

по определенной цене

в определенный период
времени

товары

услуги



MyShared

Спрос

индивидуальный

спрос конкретного
субъекта

рыночный

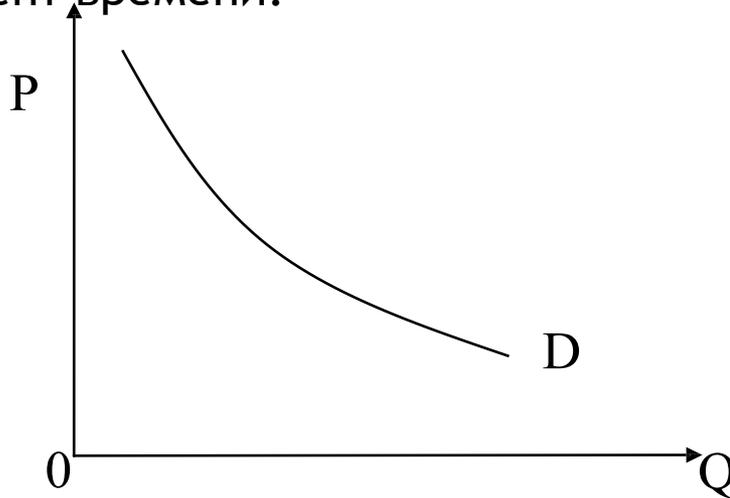
спрос всех покупателей на
данный товар

Объем спроса

Количество товаров или услуг, которое
потребители согласны купить по
определенной цене в течении
определенного периода спроса

Спрос. Кривая спроса

- **Спрос** - это понятие, которое связывает покупаемые количества блага с теми жертвами, которые приходится делать для приобретения этих количеств.
Спрос — это зависимость между ценой и количеством товара, который покупатели могут и желают купить по строго определённой цене, в определённый промежуток времени.
- **Кривая спроса** - кривая показывающая, какое количество экономического блага готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент времени.

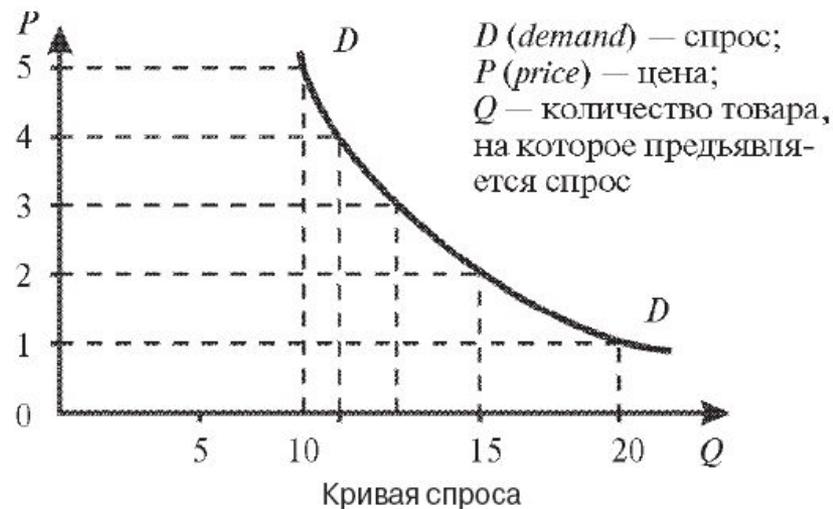


Кривая спроса

В экономической теории принято откладывать независимую переменную (цену) по вертикальной, а зависимую (величину спроса) по горизонтальной оси. Кривая спроса имеет отрицательный наклон.

$Q_d = F(P)$, где Q_d - величина спроса, P -

Q^d

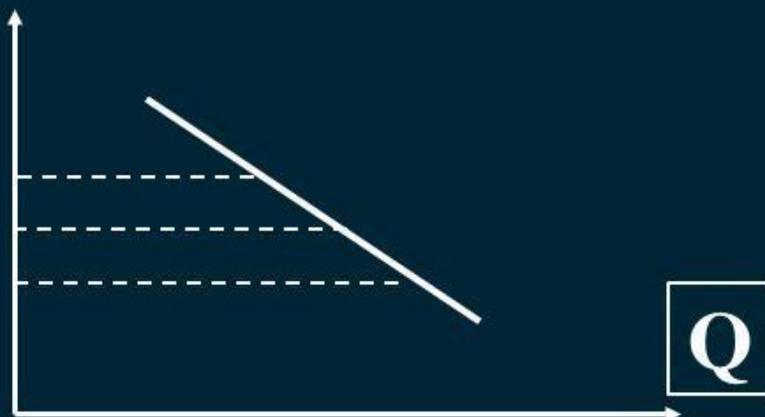


**Изменение величины
спроса**

**изменение количества товара, которое
потребители хотят и могут купить,
происходящее в результате изменения
цены товара .**

**Показывается
движением от одной
точки кривой спроса
к другой точке этой
кривой.**

P



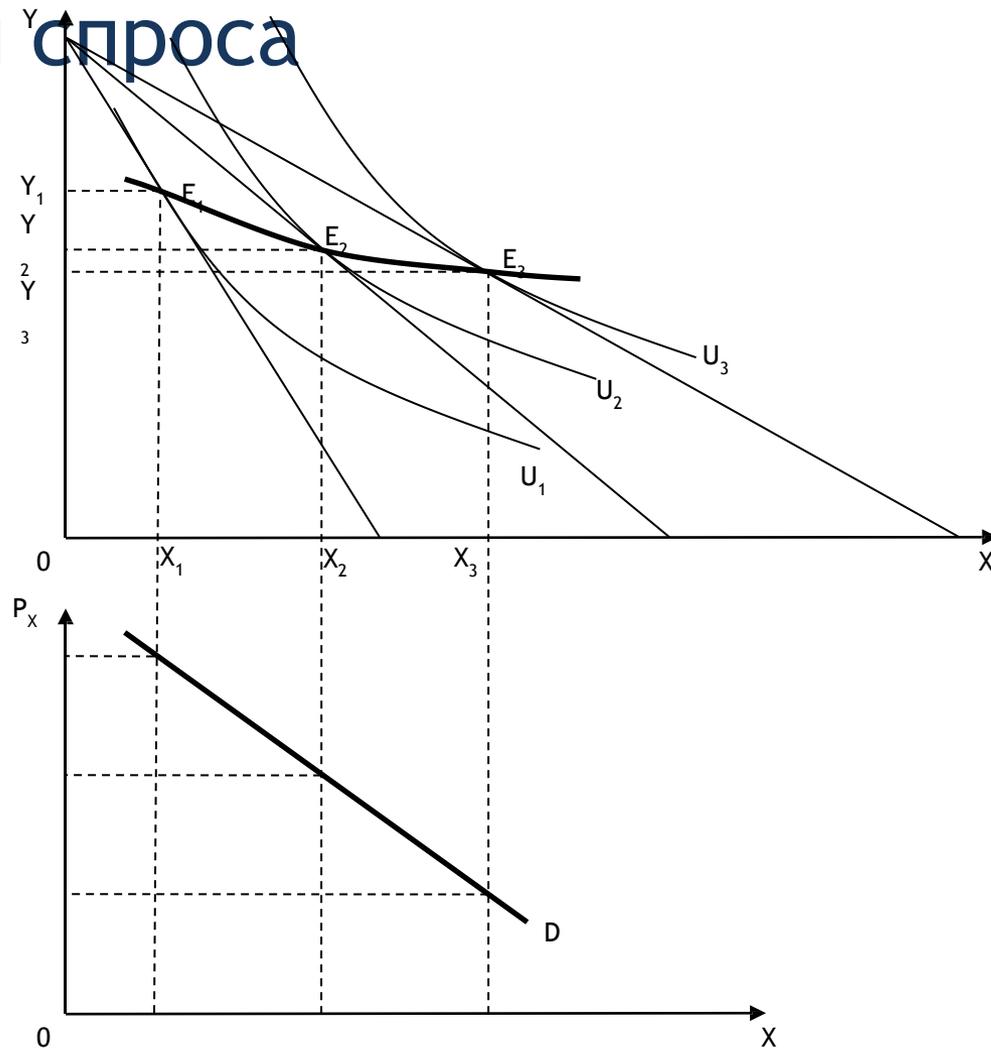
**Проанализируйте динамику изменения величины
спроса. Какие элементы и каким образом
взаимосвязаны в этом процессе?**

Линия «Цена- потребление» и график

При изменении цены на какое-нибудь из благ **функции спроса** будет меняться и наклон бюджетной линии. Таким образом, каждому значению цены товара X будет соответствовать своя бюджетная линия. А каждой бюджетной линии - своя точка касания с какой-нибудь кривой безразличия.

Соединив все эти точки, мы получим линию **«Цена-потребление»**. На основе линии цена потребление (где изменяется цена товара X) можно построить график зависимости объема потребления товара X от его цены. Очевидно, что это есть и что такое и так

Линия «Цена-потребление» и график функции спроса



Закон спроса

Чем меньше цена товара, тем больше потребитель готов его купить и наоборот, чем выше цена товара, тем меньше потребитель готов его купить.

Факторы, влияющие на спрос.

Доходы потребителей

Вкусы и предпочтения потребителей

Информация о товаре

Время, затраченное на потребление

Цены на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары

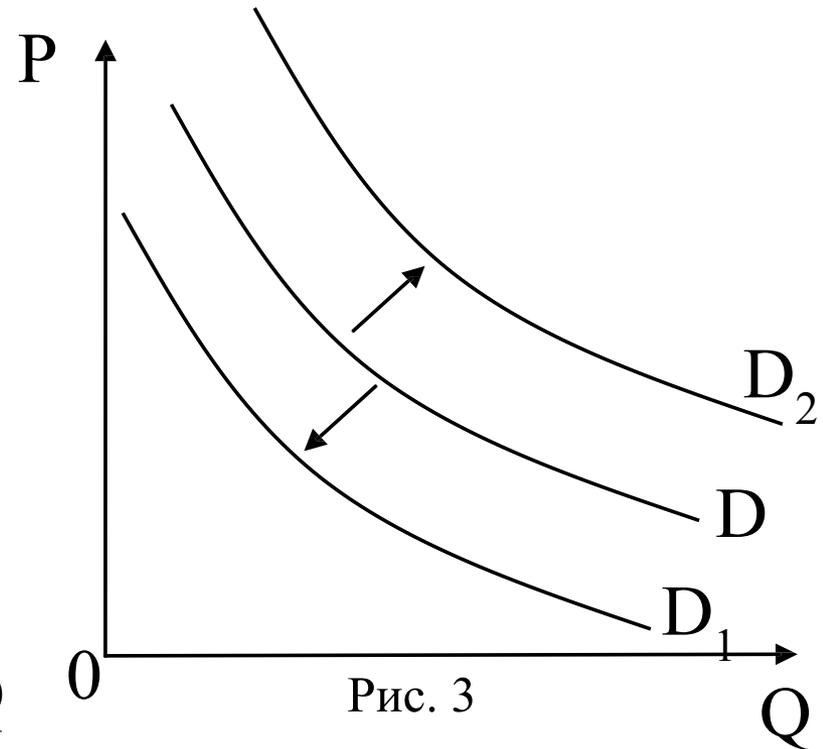
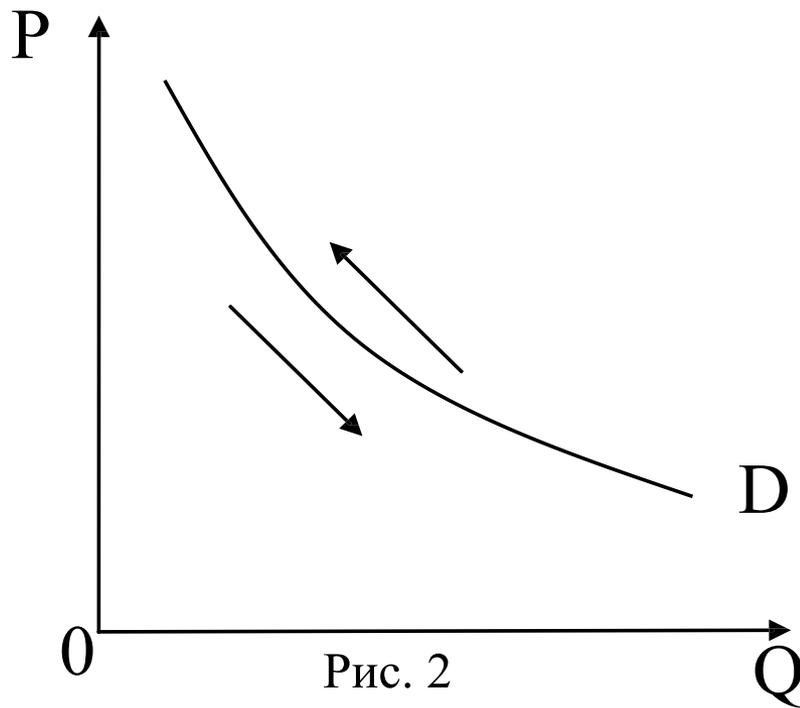
запасы товаров у потребителей (ожидание потребителей)

Функция спроса и величина спроса

Функция спроса - функция, определяющая величину спроса в зависимости от влияющих на него различных факторов.

- Функция спроса может быть представлена одним из трех способов: 1) табличным, 2) аналитическим и 3) графическим.
- Следует отличать понятия величина спроса и спрос. **Величина спроса** меняется под влиянием ценовых факторов, следовательно, изменение цен означает движение по кривой спроса (рис. 2).

Спрос и величина спроса



Неценовые факторы, влияющие на спрос

1. Увеличение или сокращение доходов потребителя (I), влияния различается в зависимости от типа товара (Нормальный товар, низкокачественный товар).
2. Вкусы и предпочтения потребителей (Z)
3. Изменение потребительских ожиданий (W)
4. Цена на товары-субституты (P_{sub}) Субституты (от лат. substitutio замена) взаимозаменяемые товары. Характеризуются тем, что рост цены на один товар вызывает увеличение потребления другого.
5. Цены на комплементарные товары (P_{com}) блага, совместное потребление которых является для агента более предпочтительным, чем потребление каждого из них по отдельности. Комплементарные блага также называют комплементами, взаимодополняющими благами
6. Количество покупателей (N)
7. Прочие факторы (B)

Спрос является функцией всех этих факторов $Q_d = F(P, I, Z, W, P_{sub}, P_{com}, N, B)$.

Эти факторы относятся к факторам спроса и влияют на спрос.

Исключения из общего закона спроса

- .Эффект Гиффена. Распространяется на низкокачественные товары, которые занимают значительное место в структуре потребления.
- .Эффект Веблена. Распространяется на предметы роскоши.

Закон спроса

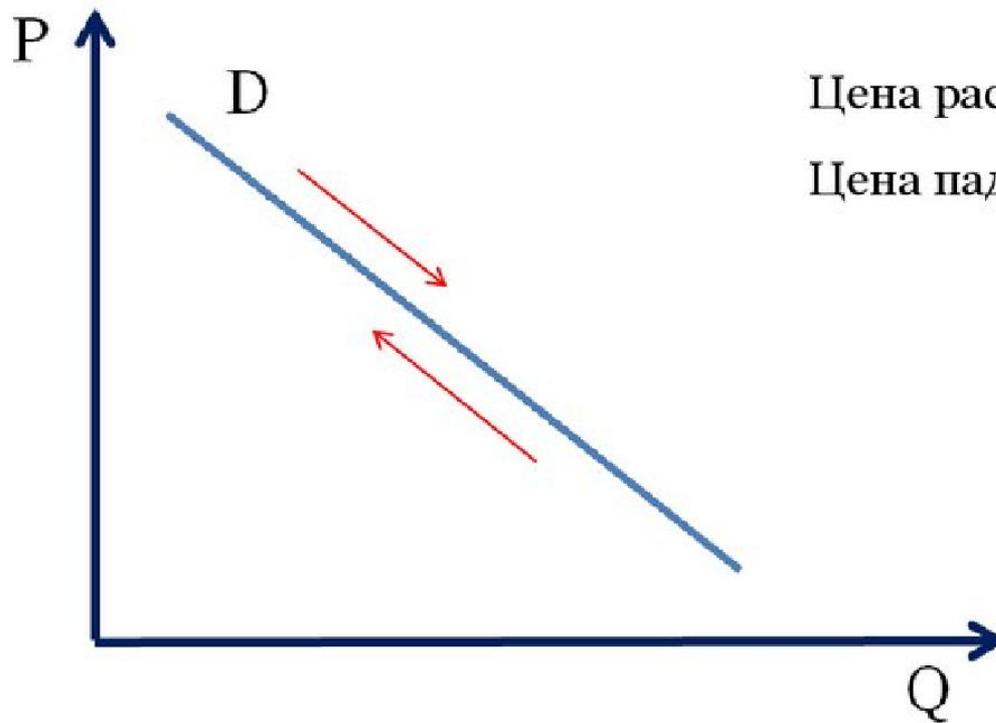
Закон спроса (англ. law of demand) — величина спроса уменьшается по мере увеличения цены товара, то есть между величиной спроса и ценой существует обратная зависимость, когда повышение цены вызывает понижение величины спроса, а снижение цены вызывает повышение величины спроса.

Закон спроса- изменение объема спроса в зависимости от **ЦЕНОВОГО ФАКТОРА**.

По К. Р. Макконнеллу и С. Л. Брю закон спроса — обратная зависимость между ценой и величиной спроса на товар или услугу в течение определённого периода времени

Закон спроса подтверждается:

- эмпирическими наблюдениями, когда нисходящая кривая спроса объясняется тем, что обычные индивидуумы покупают продукт больше по низкой цене, чем по высокой. Цена выступает барьером — чем выше цена, тем выше барьер, тем меньше продукта могут купить, а чем ниже цена, тем больше они могут приобрести;
- законом убывающей предельной полезности, когда потребитель получает меньше полезности от каждой последующей единицы продукта, таким образом потребители приобретают дополнительные единицы продукта лишь при условии, что цена его снижается;
- эффектом дохода, когда потребитель при более низкой цене приобретает больше данного продукта, не отказывая себе в приобретении каких-либо альтернативных продуктов. Снижение цены продукта увеличивает его покупательную способность (денежного дохода потребителя) и он может купить большее количество данного продукта, чем прежде. Увеличение цены вызывает противоположный эффект;
- эффектом замещения, когда более низкая цена стимулирует потребителя заменить дорогие товары аналогичными товарами, которые относительно подешевели.



Цена растет – спрос падает

Цена падает – спрос растет

P – цена

Q – кол-во

D – спрос

Экономисты объясняют действие закона спроса тремя эффектами.

«Эффект роста выгоды». Снижение цены уменьшает расходы потребителя, но полезность не изменяется. Поэтому, сохраняя прежний объем расходов, покупатель получит больше полезности.

«Эффект дохода». Сниженная цена позволяет на прежнюю сумму дохода приобрести товар в большем количестве. Это равнозначно увеличению денежного дохода покупателя.

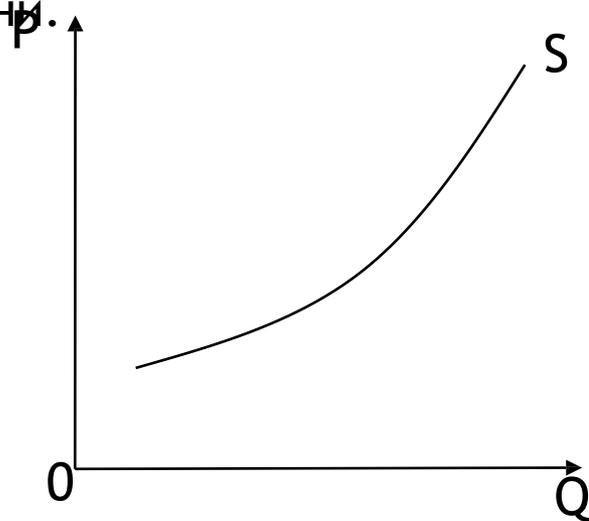
«Эффект замещения». Подешевевший товар относительно удорожает другие. Поэтому, замещая другие товары подешевевшим, покупатель обеспечивает себе дополнительный эффект дохода.

Основы теории спроса и предложения

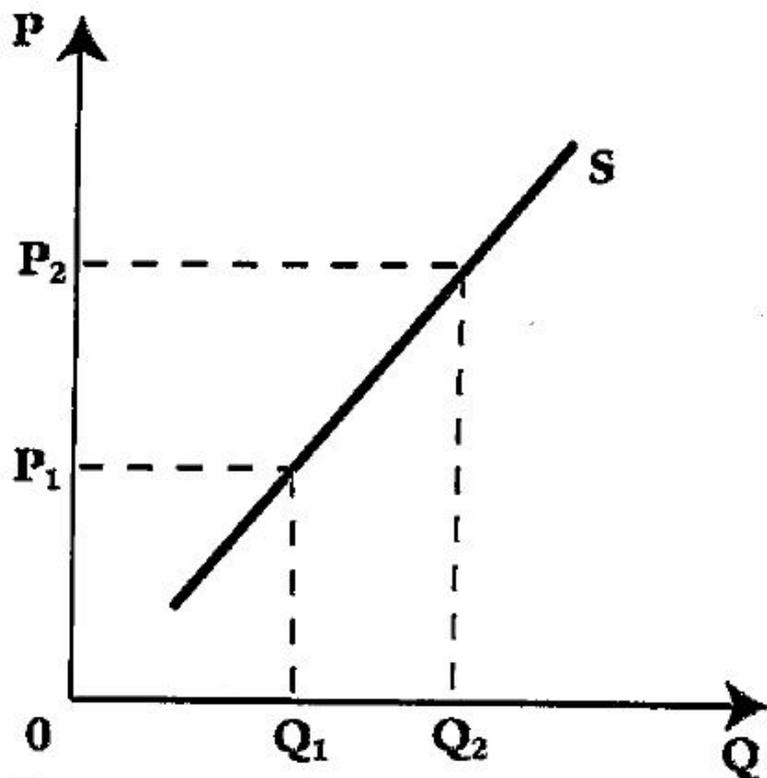
3. Предложение. Закон предложения.
Факторы, влияющие на предложение

Предложение. Кривая предложения

- **Предложение** - характеризует готовность продавца продать определенное количество товара по определенной цене в определенный момент времени.
- **Предложение (англ. supply)** – понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях.
- **Кривая предложения** - кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени.



Кривая предложения



Кривая предложения (Supply curve) (S) – графическое отражение взаимосвязи между рыночными ценами на товары и услуги и количеством товаров и услуг, которые будут предлагать на рынке производители.

Факторы, приводящие к изменению в предложении, к смещению кривой предложения:

изменение ресурсных цен, в себестоимости сырья или производства (повышение себестоимости приводит к снижению предложения);

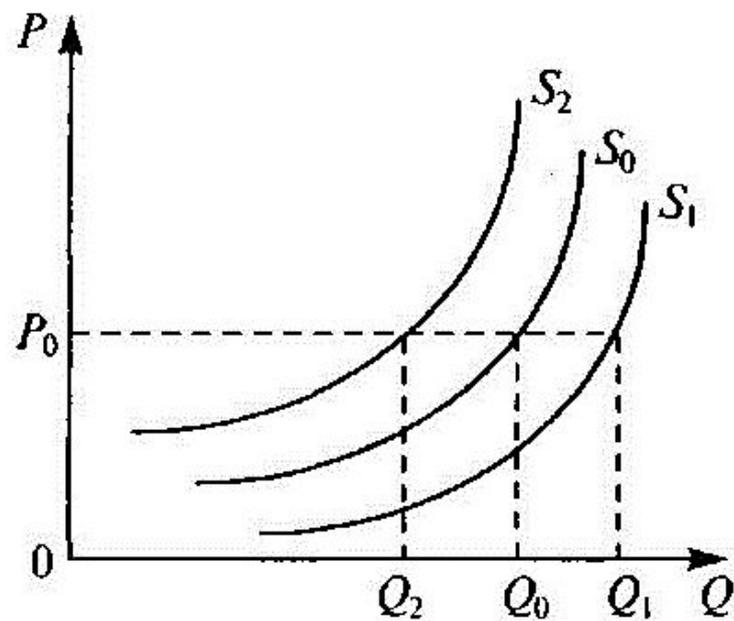
изменение технологии, создание более эффективных производств, которые увеличивают предложение продукта;

изменение цен на другие, в том числе и на взаимозаменяемые товары;

изменение налогов и дотаций (рост налогов ведет к росту затрат, что уменьшает предложение, и наоборот);

перспективы ожидания (ожидание повышения цен – предложение снижается; ожидание снижения цен – предложение увеличивается);

изменение количество поставщиков и товаропроизводителей.



Функция предложения

Функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов.

$Q_s = f(P)$, где Q_s - величина предложения

Неценовые факторы, влияющие на предложение:

1. Цены факторов производства (ресурсов) P_r
2. Характер применяемой технологии K
3. Налоги и субсидии T
4. Количество продавцов N
5. Прочие факторы B

$$Q_s = f(P, P_r, K, T, N, B)$$

Закон предложения

Чем выше цена, тем больше величина предложения товара, и наоборот.



Закон предложения — экономический закон, согласно которому величина предложения товара на рынке увеличивается с ростом его цены при прочих равных условиях (издержки производства, инфляционные ожидания, качество товара)

Закон предложения доказывается следующими аргументами:

эмпирическими наблюдениями, когда возрастающая кривая предложения объясняется тем, что производители будут производить больше по большей цене, чем по низкой. Со снижением цен сокращается также и предложение. Цена является выручкой на единицу продукта для поставщика, поэтому она служит стимулом к тому, чтобы производить и предлагать свой продукт к продаже на рынке;

При данных издержках производства чем выше цена, тем больше прибыли получает производитель, что сильнее его стимулирует увеличивать объём предложения;

В случае когда производитель имеет возможность перераспределять свои ресурсы между несколькими альтернативными продуктами, то при увеличении цены одного продукта приведёт к переключению производителя на производство дорогого продукта за счет изъятия ресурсов дешёвого продукта, что влечёт в свою очередь сокращения предложения дешёвого продукта;

Для производства требующих больших издержек дополнительных единиц продукта производители должны получить более высокую цену за него.

Краткосрочный и долгосрочный рыночные периоды

Для понимания функции предложения важное значение имеет фактор времени. Обычно различают **краткосрочный и долгосрочный рыночные периоды.**

- **В краткосрочном** некоторые факторы производства являются переменными.
- **В долгосрочном** все факторы

Кратчайший период

В условиях кратчайшего рыночного периода изменение спроса приводит к изменению цен, но не отражается на величине предложения.

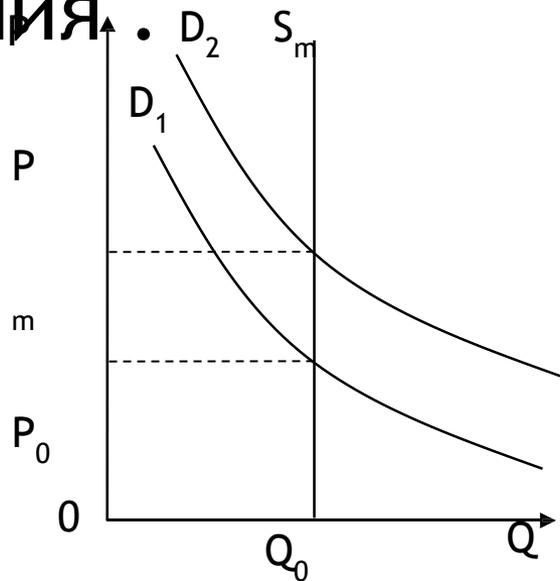


Рис.
5

Краткосрочный период

В условиях краткосрочного периода, повышение спроса обуславливает не только повышение цен, но и увеличение объема производства, так как фирмы успевают изменить некоторые факторы производства в соответствии со спросом .

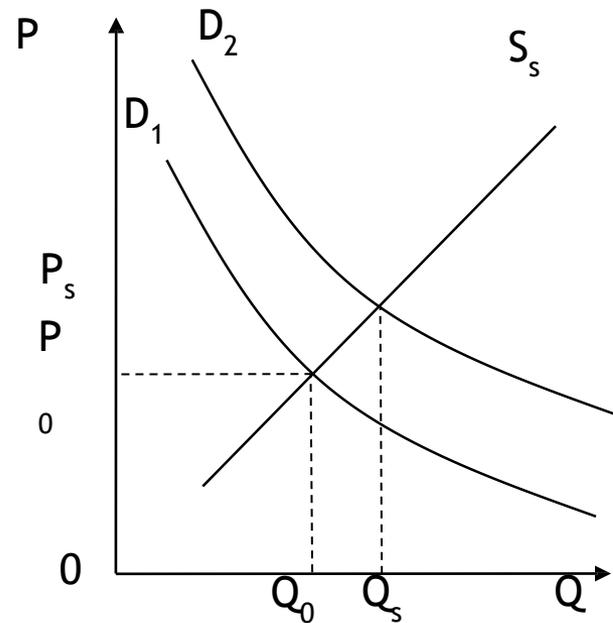


Рис.
6

Долгосрочный период

В условиях долгосрочного периода увеличение спроса приводит к значительному росту предложения при

постоянных ценах или несущественном повышении цен.

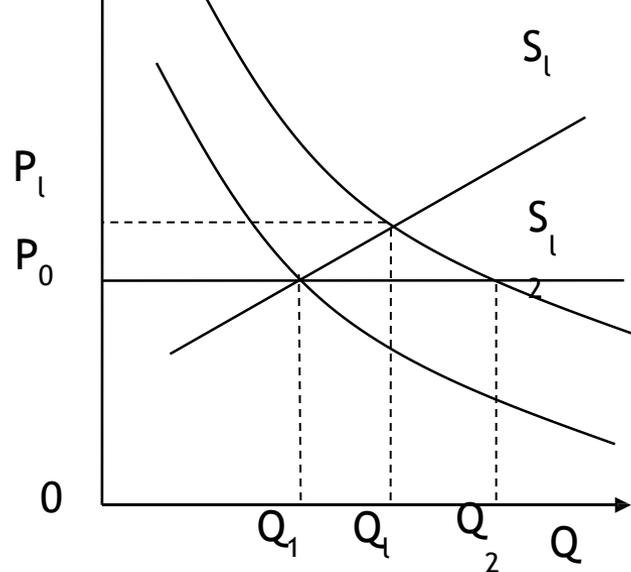


Рис.

4. Концепция альтернативных стоимостей

Концепция альтернативной стоимости

Исследуя спрос и предложение, экономисты пользуются концепцией **альтернативной стоимости** (издержек).

• **Концепция альтернативной стоимости** гласит, что оценки рыночных субъектов отражают ценность данных благ при их наилучшем альтернативном использовании. Приобретая одно благо, мы жертвуем возможностью приобрести другие

Концепция альтернативной стоимости

Затраты (издержки) удобно рассматривать как стоимость альтернативных возможностей, которые приносятся в жертву.

Данная концепция отрицает существование **объективных стоимостей**. Вещи сами по себе лишены какой-то стоимости. Вещи не могут быть связаны с затратами, с затратами связаны только действия. Поэтому издержки всегда зависят от спроса.

Концепция альтернативной стоимости

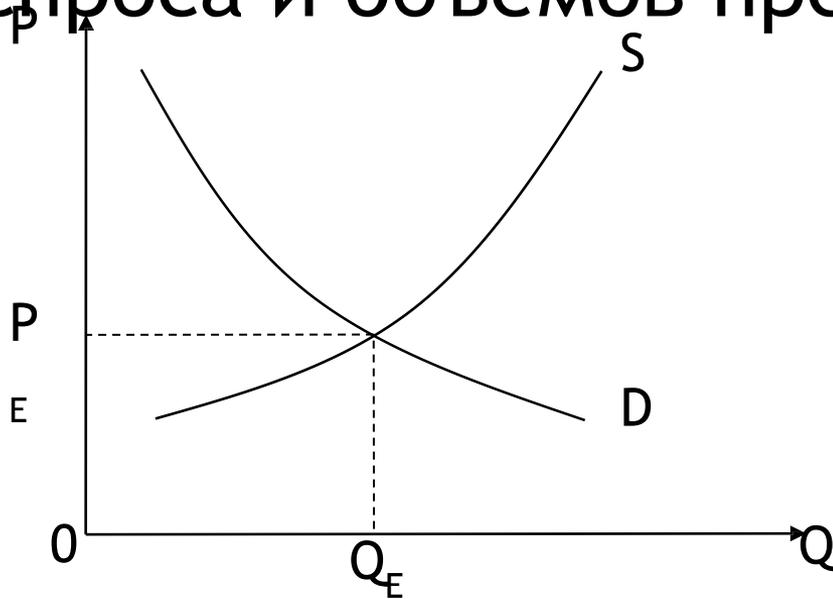
В экономической литературе нет существенных различий между теорией спроса и теорией предложения. И та и другая предполагают, что лица принимающие решения, могут выбирать и что **выбор предполагает наличие альтернатив.**

- Кривые предложения наклонены вправо вверх, т.к. владельцам ресурсов нужно предложить более высокие цены, чтобы убедить их в возможности пожертвовать своей предыдущей деятельностью.
- Кривые спроса наклонены влево вверх, т.к. более высокие цены побуждают потребителей ресурсов

5. Равновесие спроса и предложения

Равновесие спроса и предложения

В условиях рыночной экономики конкурентные силы способствуют выравниванию цен спроса и цен предложения, что приводит к равенству объемов спроса и объемов предложения.

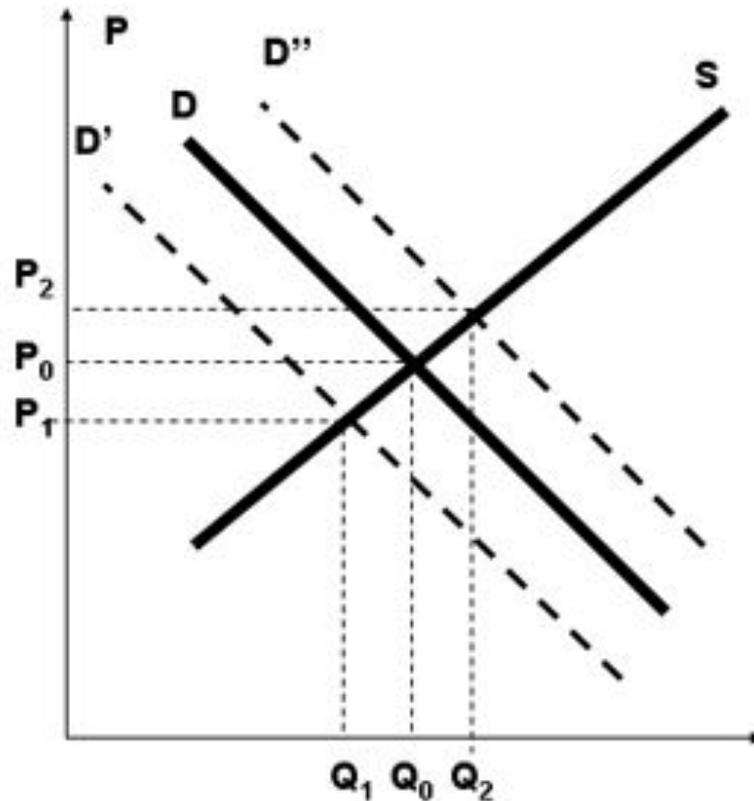


Закон спроса и предложения

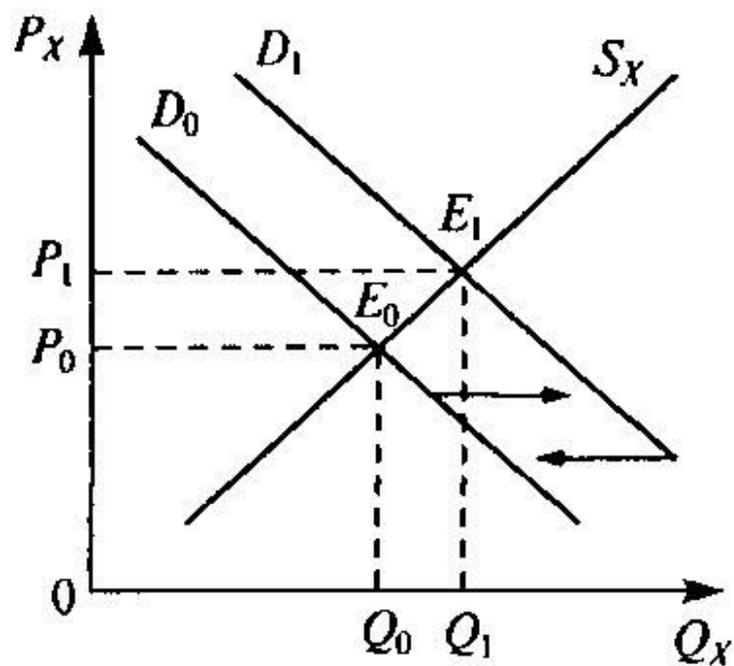
Закон спроса и предложения – объективный экономический закон, объединяющий в себе закон спроса и закон предложения. Обычно цена устанавливается в точке равновесия между предложением и спросом. При прочих равных условиях, снижение цены на товар увеличивает спрос (готовность покупать) и уменьшает предложение (готовность продавать).

Изменение спроса (предложение неизменно).

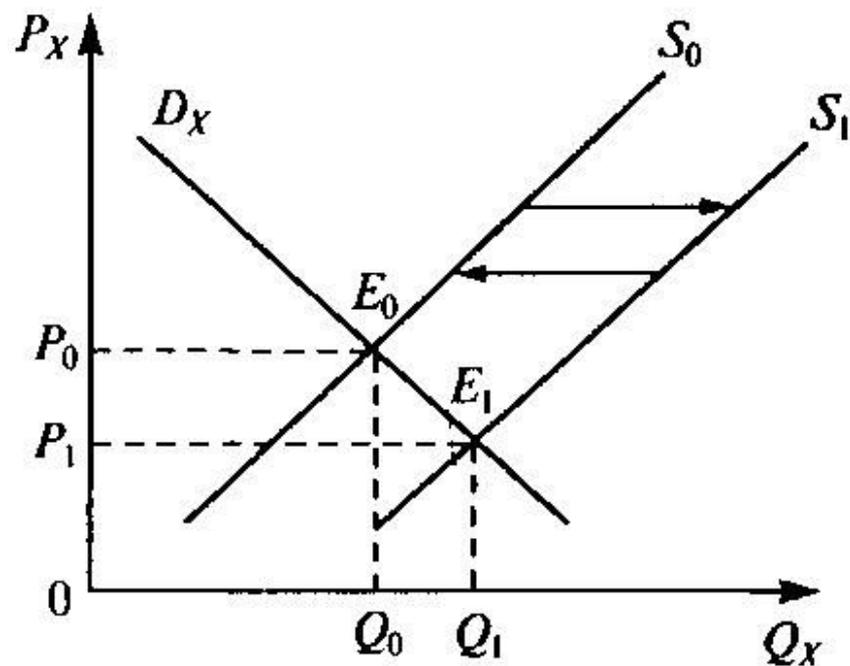
- ❖ Спрос возрастает. Кривая спроса сдвигается **вправо**. Равновесная цена и объём продаж увеличивается.
- ❖ Спрос уменьшается. Кривая сдвигается **влево**. Равновесная цена и объём продаж уменьшается.



Изменение равновесия



a

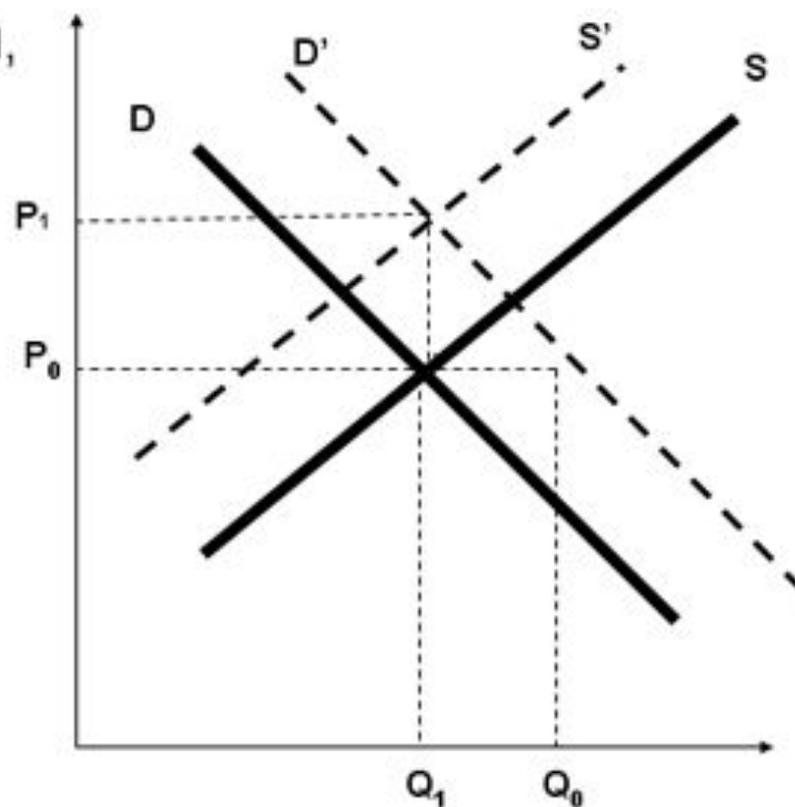


б

Изменение равновесия: *a* — вследствие изменения спроса; *б* — вследствие изменения предложения

Спрос и предложение изменяются в разных направлениях.

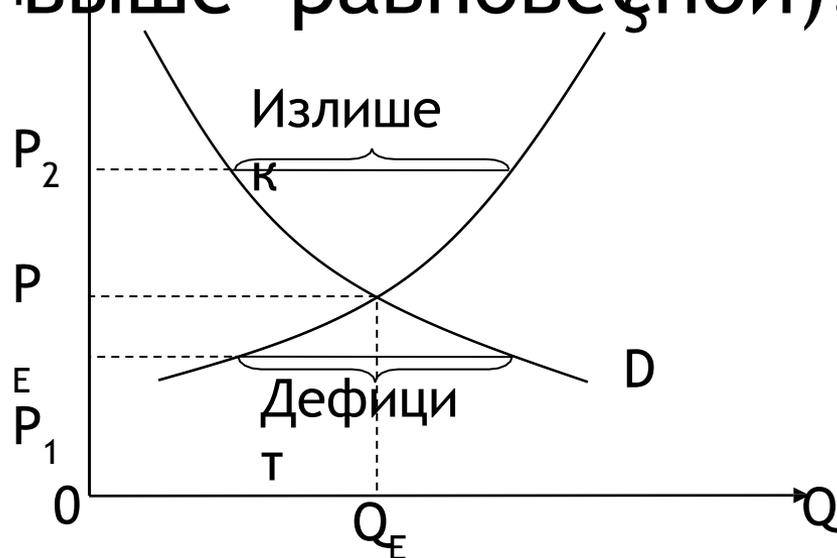
Спрос увеличивается, предложение сокращается. Возрастает равновесная цена. Объём продаж остаётся неизменным.



Неравновесие

В случае неравновесия возможны два варианта:

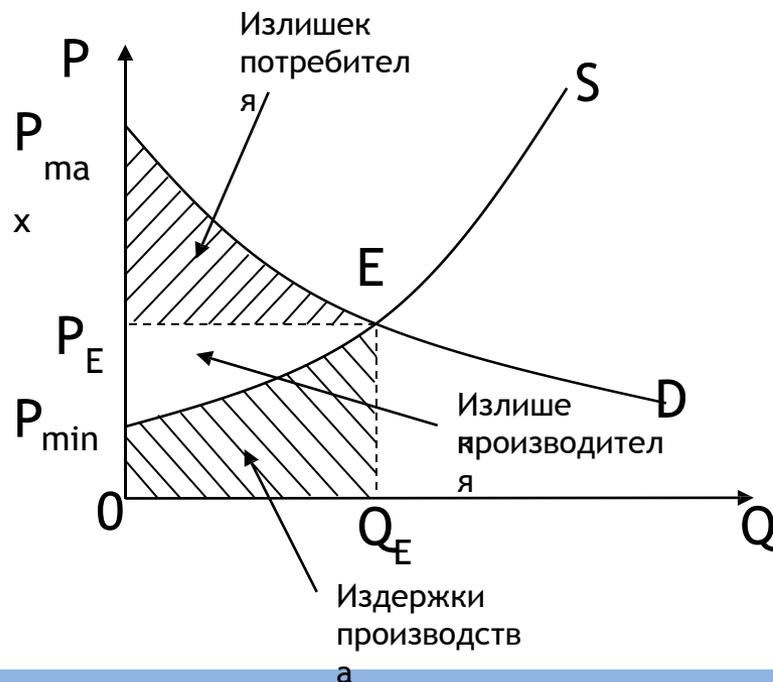
дефицит (при цене ниже равновесной) или наличие **излишка** на рынке (при цене выше равновесной).



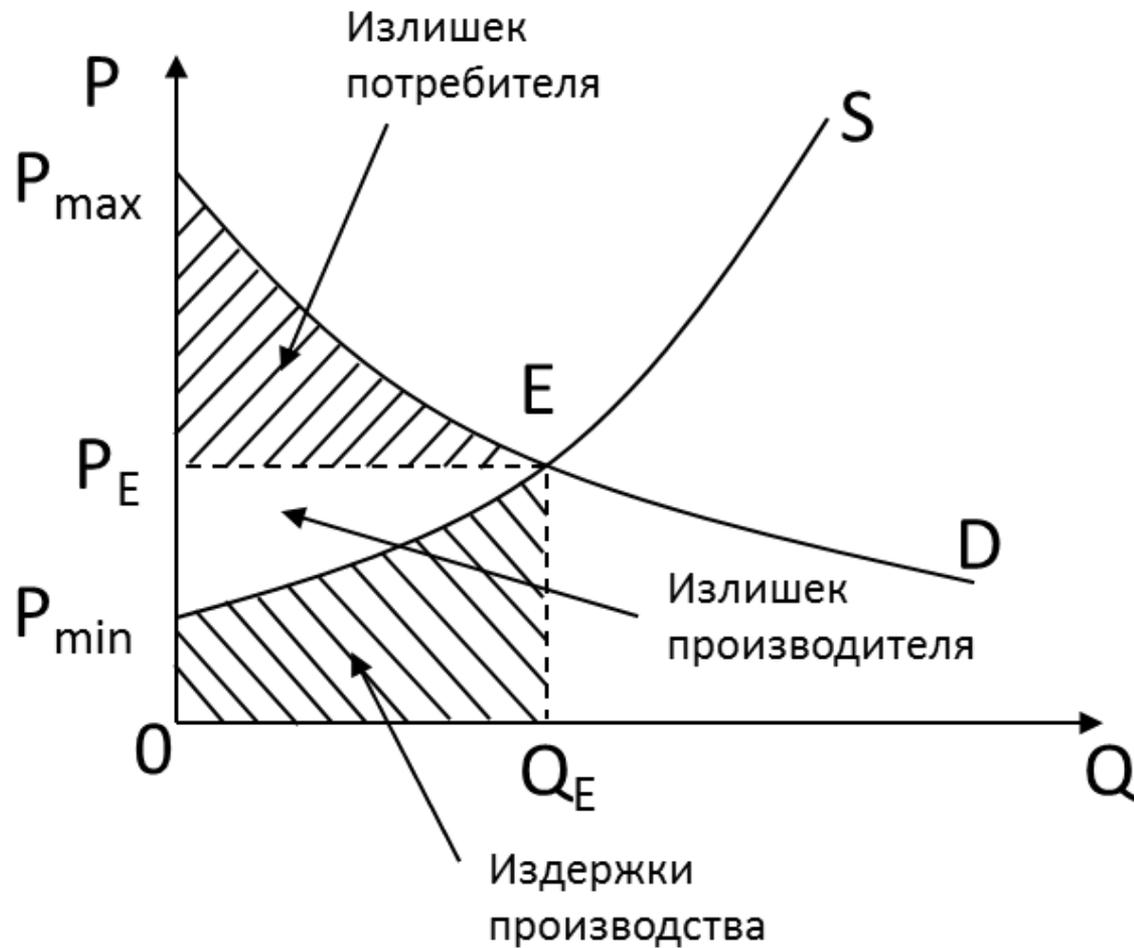
Излишек потребителя

Выигрыш потребителя от существования рынка определяется как **излишек потребителя**. Поскольку цена равновесия обычно ниже максимально предлагаемой потребителями цены, величину **излишка** (выигрыша) **потребителя** (consumer's surplus) графически можно

изобразить через
площадь $P_{\max} E P_E$

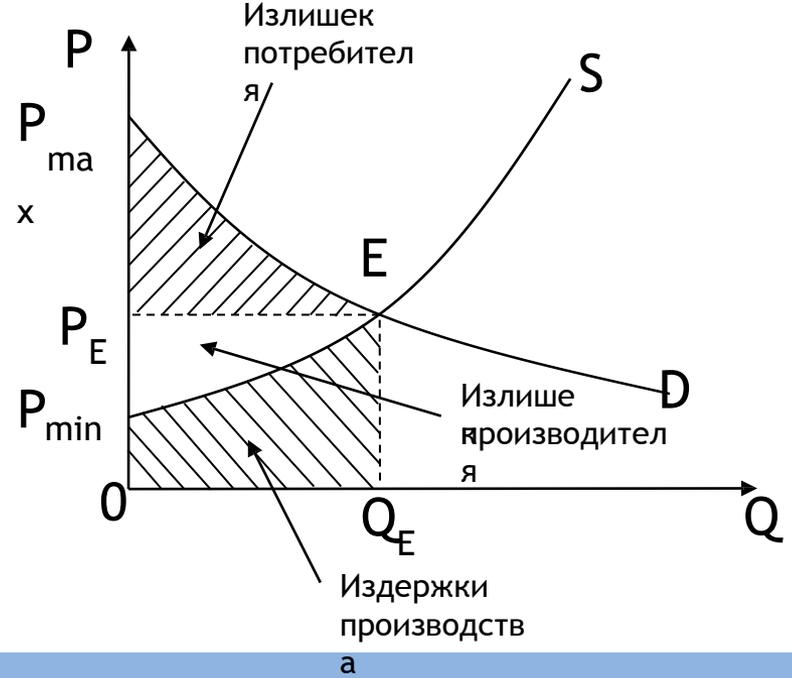


Излишки потребителя и производителя



Излишек производителя

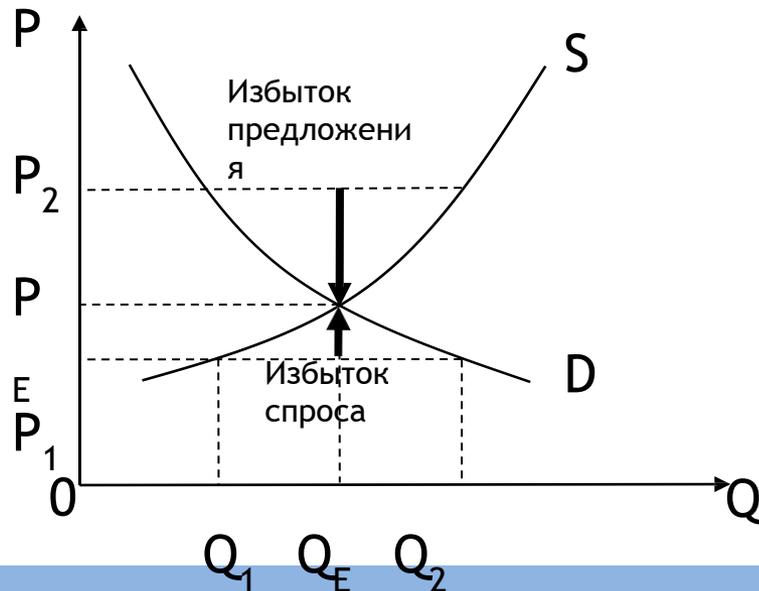
Совокупная (общая) выручка производителей равна $TR = P_E \cdot Q_E$. Совокупные издержки (затраты) производителей равны площади фигуры $0P_{min}EQ_E$. Разница между общей выручкой $P_E \cdot Q_E$ (площадью прямоугольника $0P_EEQ_E$) и совокупными издержками (площадь $0P_{min}EQ_E$) и составляет **излишек (выигрыш) производителя** (площадь $P_E P_{min}EQ_E$).



Формирование равновесной цены по Л.

Вальрасу

Существует два основных подхода к анализу установления равновесной цены: Л. Вальраса и А. Маршалла. Главным в подходе **Л. Вальраса** является **разница в объеме** спроса и предложения. Если существует избыток спроса $Q_2 - Q_1$ при цене P_1 , то в результате конкуренции покупателей происходит повышение цены до тех пор, пока не исчезает избыток. В случае избытка предложения (при цене P_2) конкуренция продавцов приводит к исчезновению избытка.



Формирование равновесной цены по А.

Маршаллу

Главным в подходе А. Маршалла является **разность цен** $P_1 - P_2$.

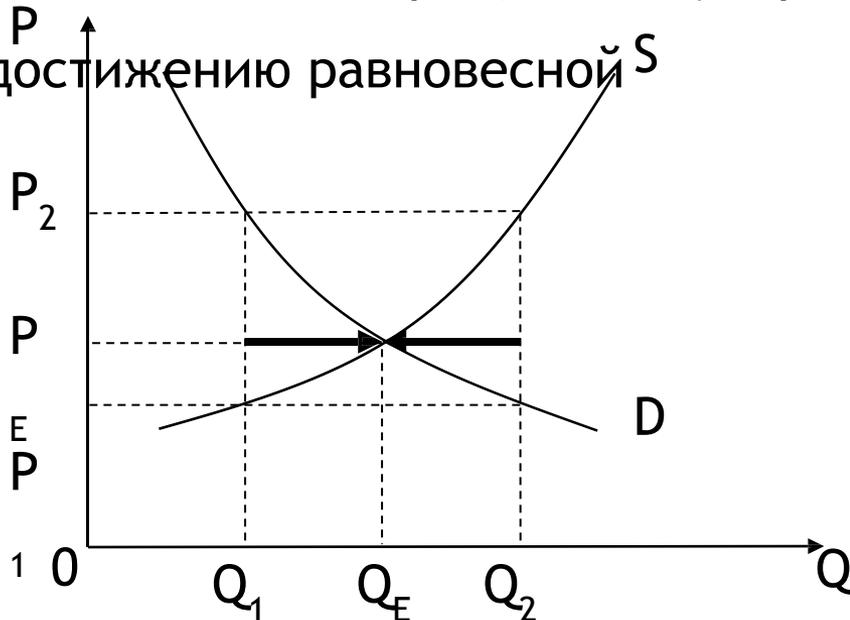
Маршалл

исходит из того, что продавцы, прежде всего, реагируют на разность цены спроса и цены предложения. Чем больше этот разрыв, тем

больше стимулов для роста предложения. Увеличение (уменьшение)

объема предложения сокращает эту разность и тем самым

способствует достижению равновесной



Формирование равновесной цены по А.

Маршаллу

Главным в подходе А. Маршалла является **разность цен** $P_1 - P_2$.

Маршалл

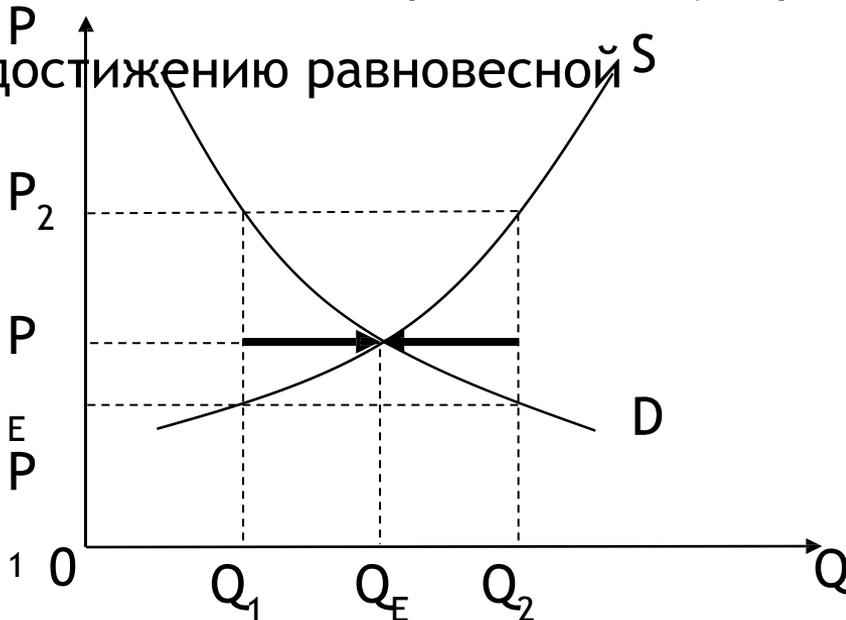
исходит из того, что продавцы, прежде всего, реагируют на разность

цены спроса и цены предложения. Чем больше этот разрыв, тем

больше стимулов для роста предложения. Увеличение (уменьшение)

объема предложения сокращает эту разность и тем самым

цены способствует достижению равновесной



Основы теории спроса и предложения

6. Эластичность спроса и предложения

Эластичность функции

Для исследования экономических процессов и решения других прикладных задач часто используется понятие эластичности функции.

Эластичностью функции $y = f(x)$ называется предел отношения относительного приращения функции y к относительному приращению переменной x приращению

при $\Delta x \rightarrow 0$

$$E_x(y) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \left\{ \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y} \right\} = x \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{\Delta y}{\Delta x} = x \cdot y'$$

Эластичность функции показывает приблизительно, на сколько

процентов изменится функция $y = f(x)$ при изменении независимой

переменной x на 1%.

Другими словами, эластичность - мера реагирования

одной переменной величины на изменения другой.

Эластичность спроса по цене

Эластичность спроса указывает нам, какое процентное изменение спроса последует после однопроцентного увеличения цены товара.

$$E_p = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P} \quad (1)$$

Формула E_p описывает эластичность спроса от цены.

Величина отрицательная.

Эластичность спроса по цене показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на 1 %

Эластичный и неэластичный спрос

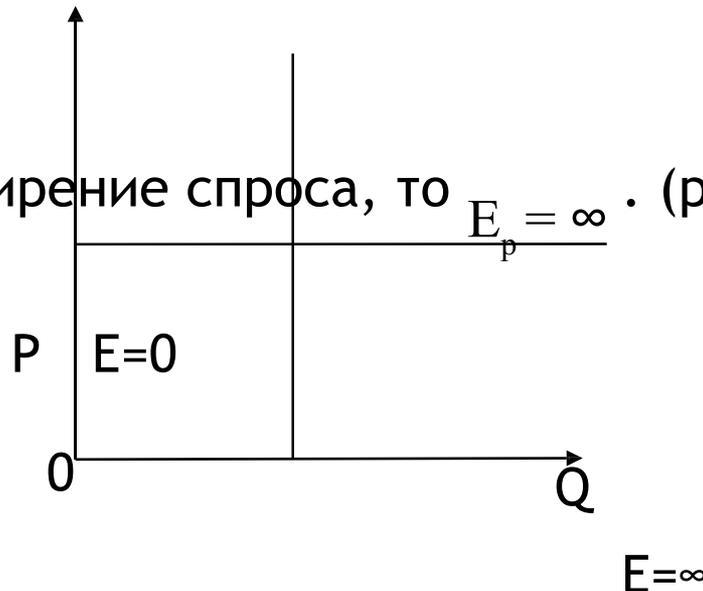
Спрос называют эластичным, когда $E_p > 1$, когда $E_p < 1$ спрос считается

неэластичным. Если изменения цены не вызывает

никакого изменения спроса $E_p = 0$, если бесконечно малое

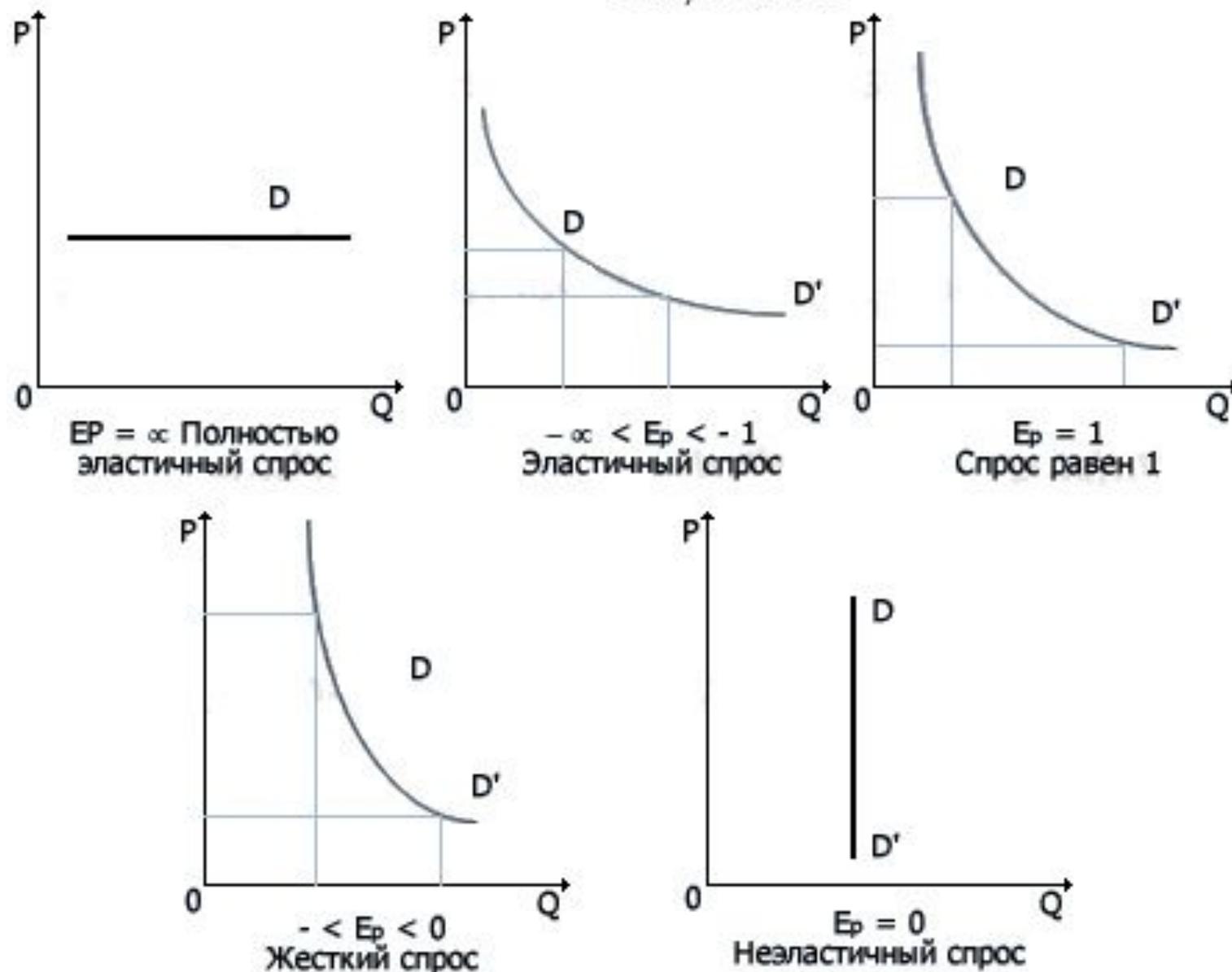
изменение цены вызывает

бесконечное расширение спроса, то $E_p = \infty$. (рис 8)



В нашем примере рассматривается эластичность спроса по цене

Рисунок 11.1



Факторы, влияющие на эластичность спроса по цене

1. Наличие заменителей: чем больше товаров-субститутов, тем эластичнее спрос на этот товар.
2. Удельный вес товара в бюджете потребителя (обычно, чем выше удельный вес, тем выше ценовая эластичность спроса).
3. Размер дохода
4. Качество товара: чем качественнее товар, тем менее эластичен спрос на него.
5. Степень необходимости товара: является он предметом роскоши или первой необходимости

Эластичность спроса по цене

Товары с эластичным спросом по цене:

Предметы роскоши: драгоценности, деликатесы

Товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета: мебель, бытовая техника

Легкозаменяемые товары: мясо, фрукты

Товары с неэластичным спросом по цене:

Предметы первой необходимости: лекарства, обувь, электричество и другие источники энергии

Товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета: карандаши, зубные щётки

Труднозаменяемые товары: хлеб, электрические лампочки, бензин, наркотики

Эластичность спроса по доходу

Эластичность спроса по доходу показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении дохода на 1 %. Она зависит от следующих факторов:

Значимость товара для бюджета семьи.

Является ли товар предметом роскоши или предметом первой необходимости.

Консерватизм во вкусах.

Эластичность спроса по доходам

Измерив эластичность спроса по доходу, можно определить, относится ли данный товар к категории нормальных или малоценных. Основная масса потребляемых товаров относится к категории нормальных. С ростом доходов мы больше покупаем одежду, обувь, высококачественные продукты питания, товары длительного пользования.

Есть товары, спрос на которые обратно пропорционален доходам потребителей. К ним относятся: вся продукция секонд-хенд и некоторые виды продовольствия (дешёвая колбаса, приправа). Математически эластичность спроса по доходу может быть выражена следующим образом:

$$E_I^D = \frac{\Delta Q\%}{\Delta I\%}$$

Эластичность спроса по доходам

Нормальное (полноценное) благо	$E_I^D > 0$	Объём спроса увеличивается при увеличении дохода потребителя.
Предмет роскоши	$E_I^D > 1$	Объём спроса изменяется на больший процент, чем доход.
Товар первой необходимости	$0 < E_I^D < 1$	Объём спроса изменяется на меньший процент, чем доход. То есть при увеличении дохода в определённое число раз спрос на заданный товар увеличится в меньшее число раз.
Неполноценное (низшее) благо	$E_I^D < 0$	Объём спроса падает при увеличении дохода потребителя. Примером может служить рынок потребления перловки.
Нейтральное благо	$E_I^D = 0$	Нет прямой зависимости между потреблением этого блага и изменением дохода.

Эластичность спроса

Согласно К. Р. Макконнеллу и С. Л. Брю, отрасли, имеющие высокую положительную эластичность по доходу, имеют больший вклад в экономику, чем их доли в структуре экономике. А отрасли, имеющие малые положительные или отрицательные коэффициенты эластичности спроса по доходу, испытывают трудности и могут начать сокращать своё производство.

Коэффициенты эластичности спроса по доходу являются инструментами для оценки будущих поступлений от налогообложения. Так, оценивая влияние от увеличения налога (или акцизов) на товары или услуги, принимается значение эластичности спроса на данные товары или услуги, будет ли сокращена налогооблагаемая база.

Эластичность спроса перекрёстная

Перекрёстная эластичность спроса (англ. Cross elasticity of demand) — показатель процентного изменения в количестве купленного товара или услуги в ответ на изменение в цене другого товара или услуги.

Перекрёстная эластичность спроса — показатель процентного изменения в количестве купленного товара в ответ на изменение в цене другого товара.

$$E_{XY}^D = \frac{\Delta Q_X / Q_X}{\Delta P_Y / P_Y} = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Y} \frac{P_Y}{Q_X},$$

Эластичность спроса перекрестная



Эластичность спроса перекрестная

Коэффициент перекрестной эластичности спроса может быть использован для характеристики взаимозаменяемости и взаимодополняемости товаров только при малых изменениях цен. При значительных изменениях цен проявляется влияние эффекта дохода, что приводит к изменению спроса на оба товара. Так, если цена первого товара снизится вдвое, то возрастет потребление не только первого товара, но и других товаров.

Таким образом, если коэффициент перекрестной эластичности < 0 , а значит эти товары или услуги необходимо относить как взаимодополняющие. Чтобы такого не было, при расчетах перекрестной эластичности исключается влияние эффекта дохода

Эластичность спроса перекрестная

Когда коэффициент перекрестной эластичности спроса, исключаящий эффект дохода, положителен >0 , то такие товары или услуги называются нетто-субститутами (или взаимозаменяемые по Хиксу). Товары или услуги, определённые с коэффициентом эластичности спроса по цене юольше 0 называются как брутто-заменители.

Когда коэффициент перекрестной эластичности спроса, исключаящий эффект дохода, отрицателен <0 , то такие товары или услуги называются нетто-дополняющие. А товары или услуги, определённые по коэффициенту эластичности спроса по цене <0 , называются как брутто-дополняющие.

В случае возникновения перекрёстного эффекта говорят, что товар X определён как нетто-заменитель товара Y, а товар Y является нетто-заменитель товара X. Товары X и Y являются брутто-заменителями, но нетто-дополняющими, так как результат изменения цены — отрицателен, поскольку положительный эффект замены перекрывается отрицательным эффектом дохода. Свойство заменяемости является доминирующим отношением в системе в целом