

Нефункциональные ВИДЫ СПРОСА



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС

□ **Спрос, обусловленный присущими данному благу потребительскими качествами**



ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ

□ **Спрос, возникающий у потребителя не в силу потребительских характеристик товара, а под влиянием каких-либо других факторов**



НЕФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ

НЕФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СПРОС

СОЦИАЛЬНЫЙ

эффект
присоединения к
большинству

НЕРАЦИОНАЛЬНЫЙ

эффект сноба

СПЕКУЛЯТИВНЫЙ

эффект
показательного
потребления
(эффект Веблена)

СОЦИАЛЬНЫЙ СПРОС

- ▣ Эффект сноба – выражает стремление людей к исключительности, стремление отличаться друг от друга, выделяться из толпы.

$$E_q = \frac{\Delta q_i}{q_i} \cdot \frac{\Delta Q_i}{Q_i} = \frac{\Delta q_i}{\Delta Q_i} \frac{Q_i}{q_i}$$

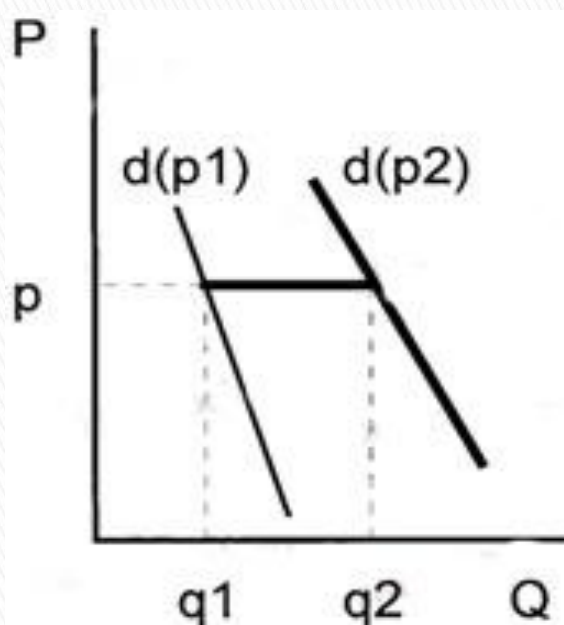
q_i – величина индивидуального спроса на товар i ;
 Q_i – величина рыночного спроса на товар i

Если $E_q > 0$ – эффект присоединения к большинству;

Если $E_q < 0$ – эффект сноба

СОЦИАЛЬНЫЙ СПРОС

- ▣ Эффект показательного потребления (эффект Веблена) – демонстрирует увеличение спроса на некоторый товар в силу того, что он имеет более высокую по сравнению со своими аналогами цену



$$E = Q'(P) \cdot \frac{P}{Q(P)}$$

$Q(P)$ – функция спроса по цене

P – рыночная цена

Если $E > 0$ – эффект показательного потребления;

Если $E < 0$ – эффект Веблена отсутствует

НЕФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СПРОС

□ В эту категорию попадают все покупки, которые не планируются потребителем, а происходят под влиянием минутных капризов и желаний



ИРАЦИОНАЛЬНЫЙ

□ Возникает в условиях дефицита того или иного товара, когда рыночное предложение недостаточно или искусственно сокращено в ожидании более высоких цен



СПЕКУЛЯТИВНЫЙ

Многие люди в большей или меньшей степени подвержены вспышкам нефункционального спроса и часто совершают покупки, о которых нередко жалеют в дальнейшем



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

