

СПРО

С

**УЧИТЕЛЬ ЭКОНОМИКИ
МБОУ НОВОСЁЛКОВСКАЯ
СОШ**

2013

ГУЛЯЕВ А.Ф.

СПРОС (*D – demand*) - ЭТО

ЖЕЛАНИЕ И

ВОЗМОЖНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

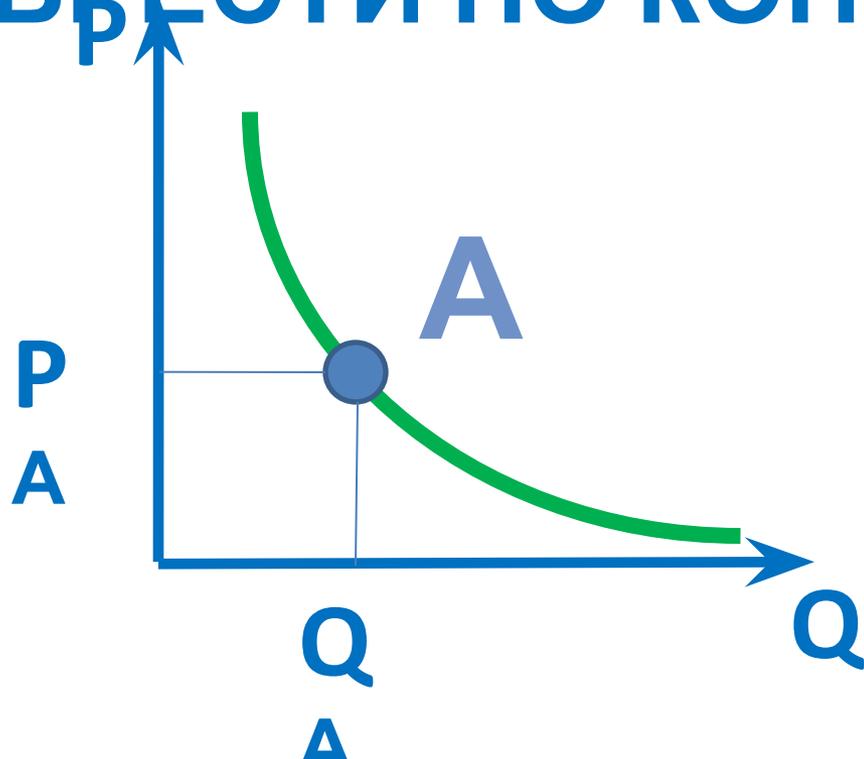
ПРИБОРСТИ ОПРЕДЕЛЁННОЕ

КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ

ПО РАЗЛИЧНЫМ ЦЕНАМ

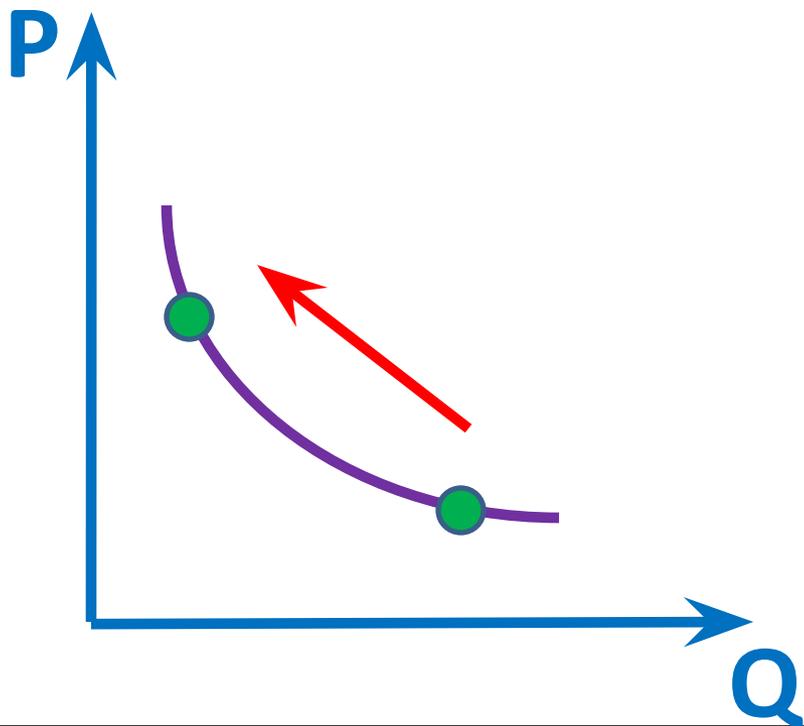


ВЕЛИЧИНА СПРОСА (Q_d) - ЭТО
КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ,
КОТОРОЕ
ПОТРЕБИТЕЛИ ГОТОВЫ
ПРИБРЕСТИ ПО КОНКРЕТНОЙ
ЦЕНЕ

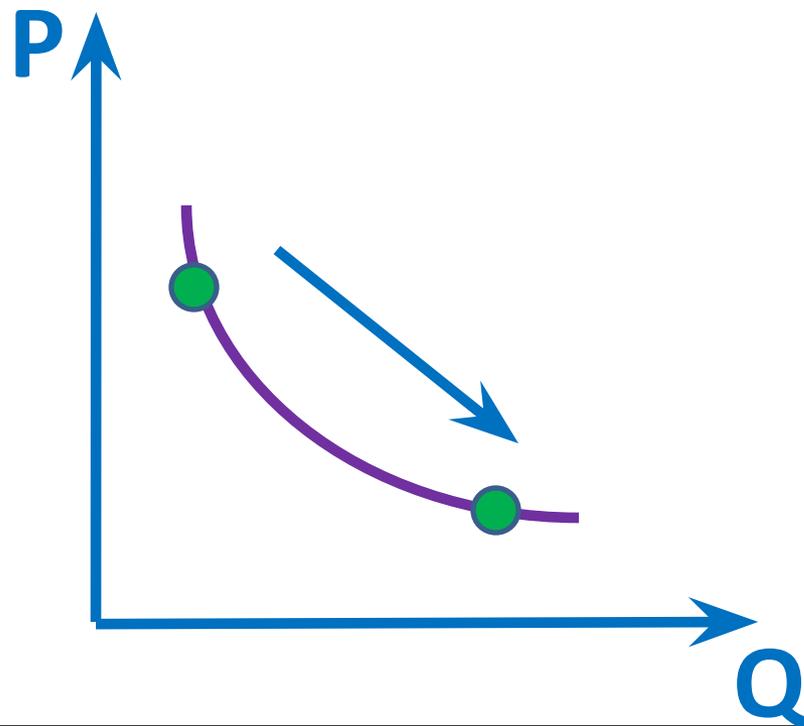


**ЦЕНА СПРОСА (P_d) - ЭТО
МАКСИМАЛЬНАЯ ЦЕНА,
КОТОРУЮ
ПОТРЕБИТЕЛИ ГОТОВЫ
ЗАПЛАТИТЬ
ЗА ТОВАР**
ЗАКОН СПРОСА:
**ЧЕМ ВЫШЕ ЦЕНА, ТЕМ
БОЛЬШЕ
ВЕЛИЧИНА СПРОСА И
НАОБОРОТ.**

***ЦЕНОВОЙ ФАКТОР ВЛИЯЕТ
НА ИЗМЕНЕНИЕ ВЕЛИЧИНЫ
СПРОСА***



**ЦЕНА
ТОВАРА
РАСТЁТ**



**ЦЕНА
ТОВАРА
УМЕНЬШАЕТ
СЯ**

НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯЮТ

НА ИЗМЕНЕНИЕ СПРОСА

**1. ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА
ДОПОЛНЯЮЩИЙ ТОВАР**

2. ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА ТОВАР-

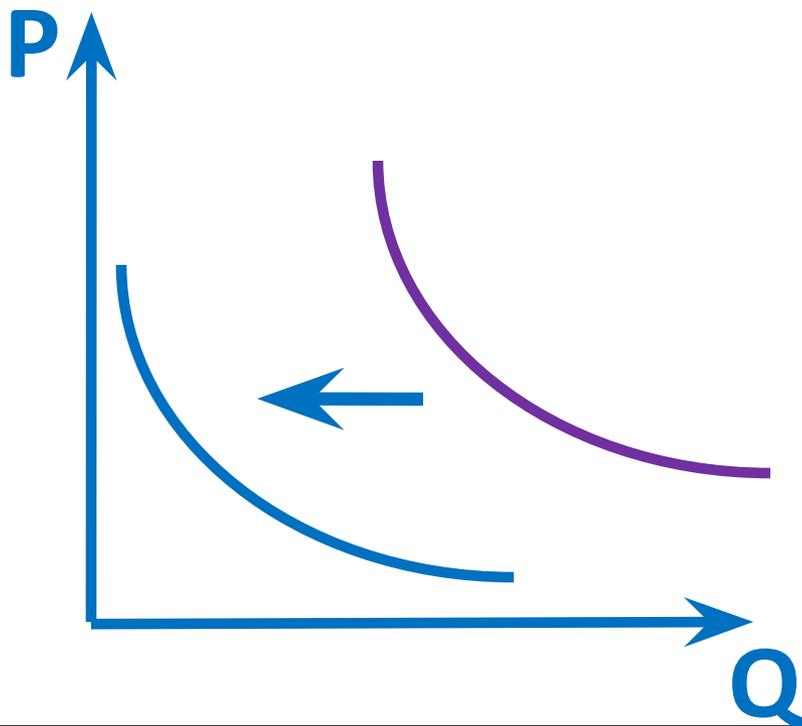
ЗАМЕНИТЕЛЬ
3. ИЗМЕНЕНИЕ ДОХОДОВ

ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
4. ОЖИДАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

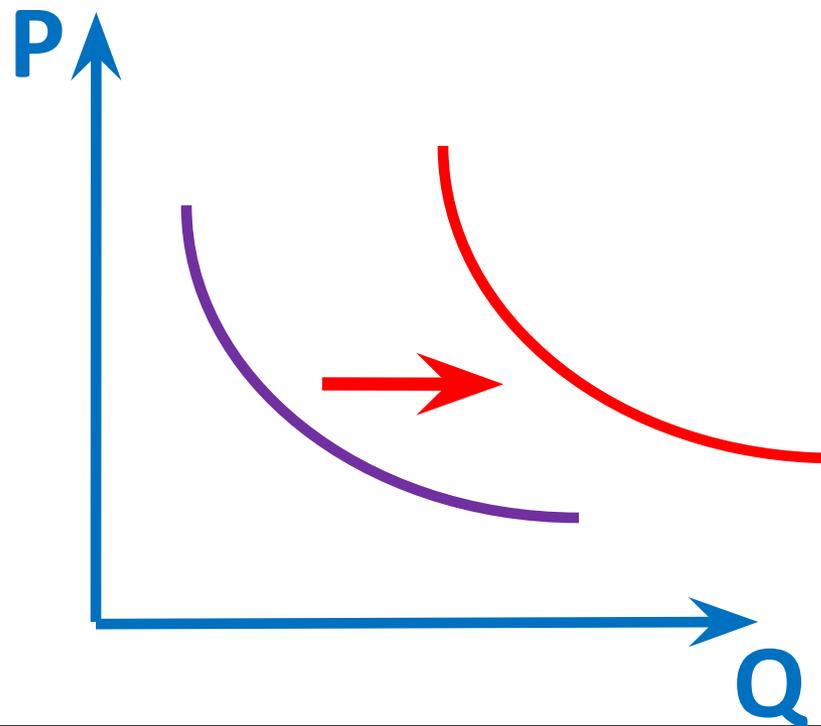
5. МОДА

6. РЕКЛАМА

7. СЕЗОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В СПРОСЕ

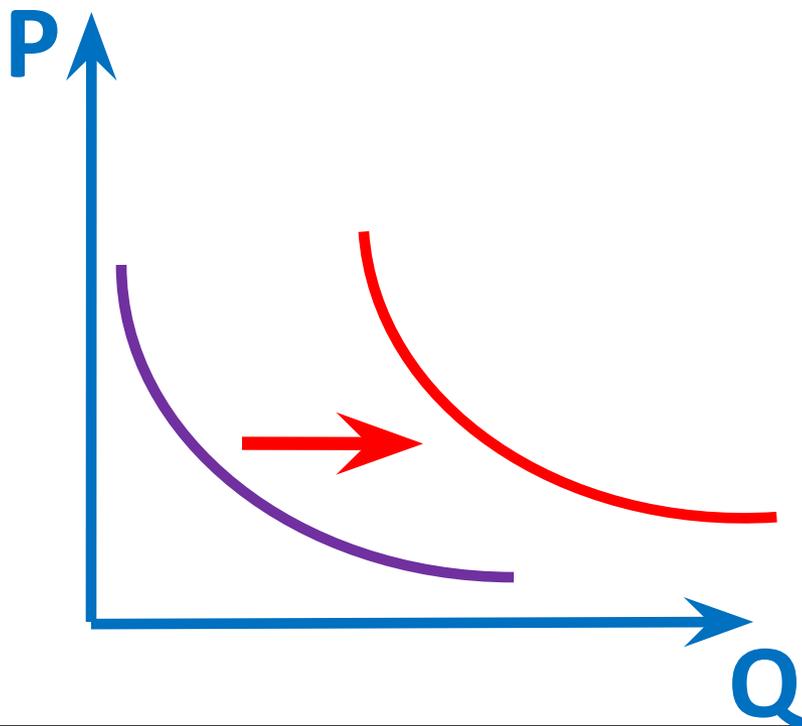


**ЦЕНА НА
ДОПОЛНЯЮЩИ
Й
ТОВАР
РАСТЁТ**

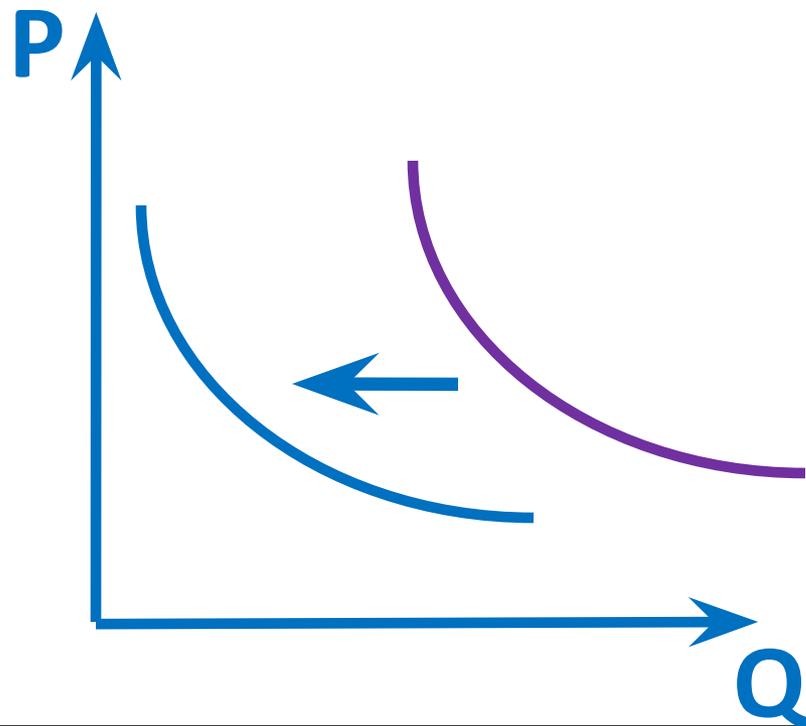


**ЦЕНА НА
ДОПОЛНЯЮЩИ
Й
ТОВАР
УМЕНЬШАЕТСЯ**



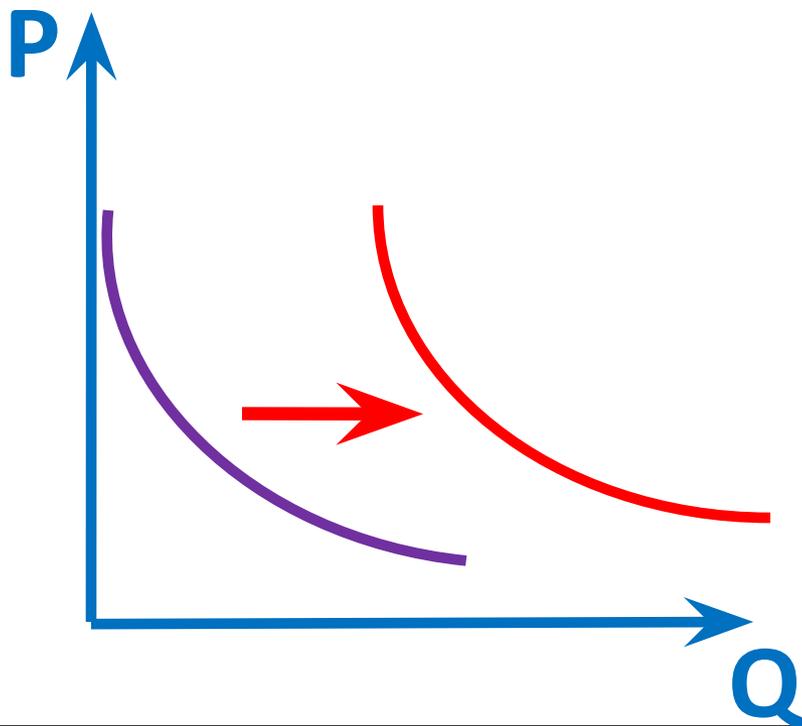


**ЦЕНА НА
ТОВАР -
ЗАМЕНИТЕЛЬ
РАСТЁТ**

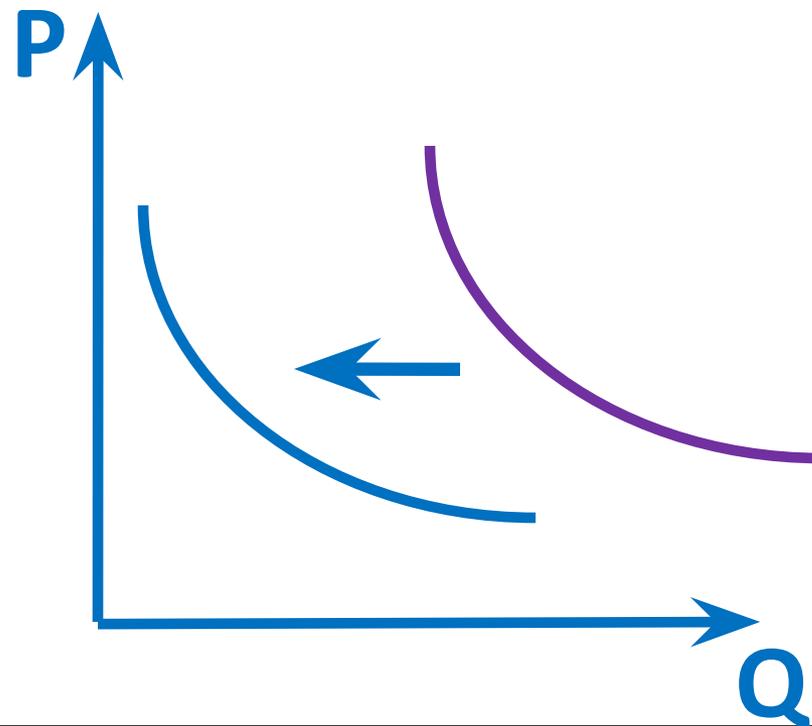


**ЦЕНА НА
ТОВАР -
ЗАМЕНИТЕЛЬ
УМЕНЬШАЕТСЯ**





**ДОХОД
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
РАСТЁТ**



**ДОХОД
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
УМЕНЬШАЕТСЯ**

