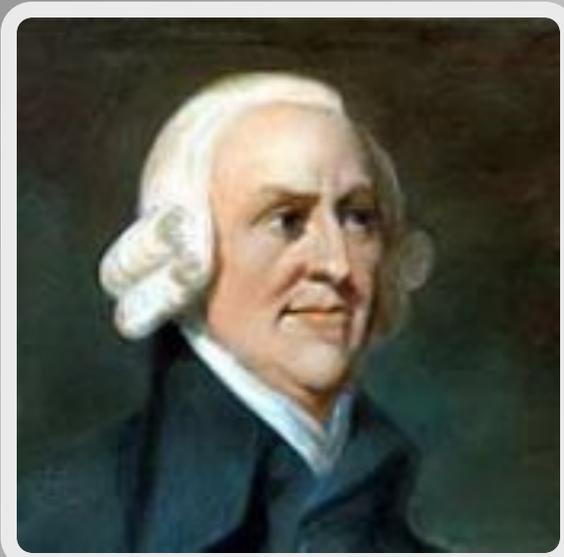




# СПРОС ЗАКОН СПРОСА





# Адам Смит

*«Даже очень бедный человек может, в определенном смысле слова, обладать спросом на карету, запряженную шестеркой лошадей; он может даже желать иметь ее; но его спрос никогда не станет реальным спросом, поскольку этот товар никогда не поступит на рынок для удовлетворения желаний именно этого человека»*

# Величина спроса

- количество товара (услуг), которое покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.



Рынок

```
graph TD; A[Рынок] --> B[Производитель (продавец)]; A --> C[Потребитель (покупатель)]; B --> D[предложение]; C --> E[спрос];
```

Производитель  
(продавец)

предложение

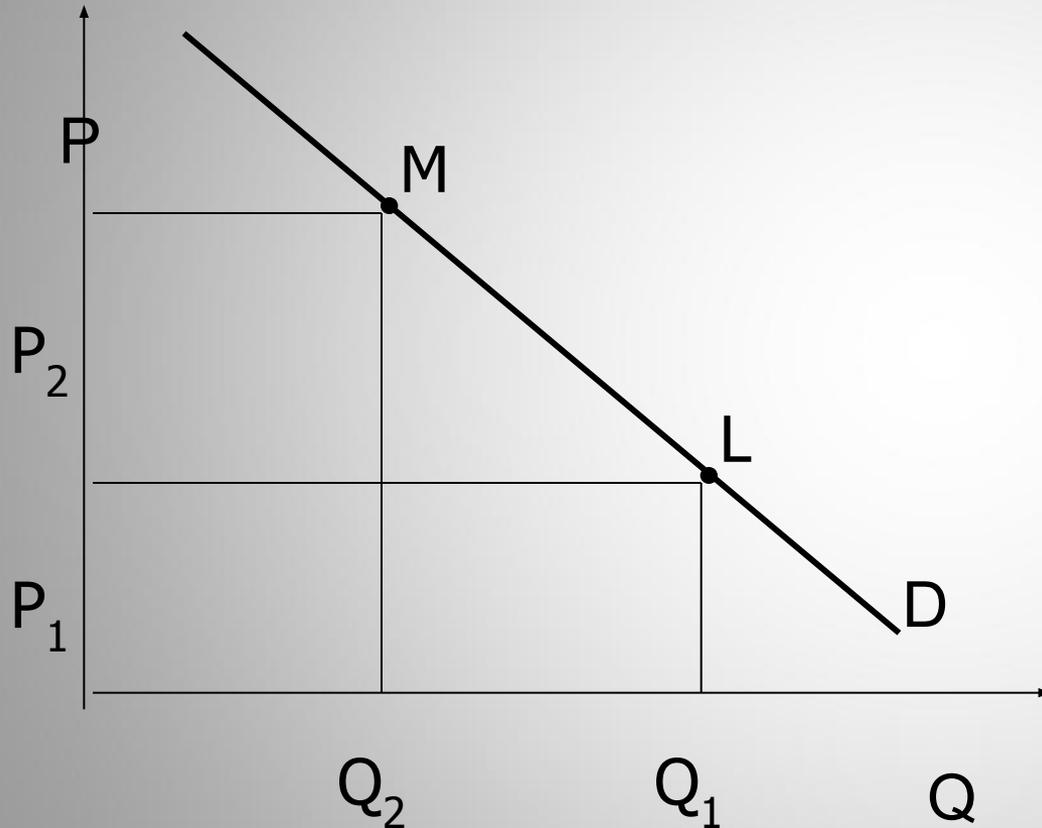
Потребитель  
(покупатель)

спрос

**Спрос (D - *demand*)**

– это потребность покупателей в данном товаре  
(услуге),  
выраженная в их покупательской способности.

# График и закон спроса (D)



Если  $P \uparrow$ , то  $Q \downarrow$

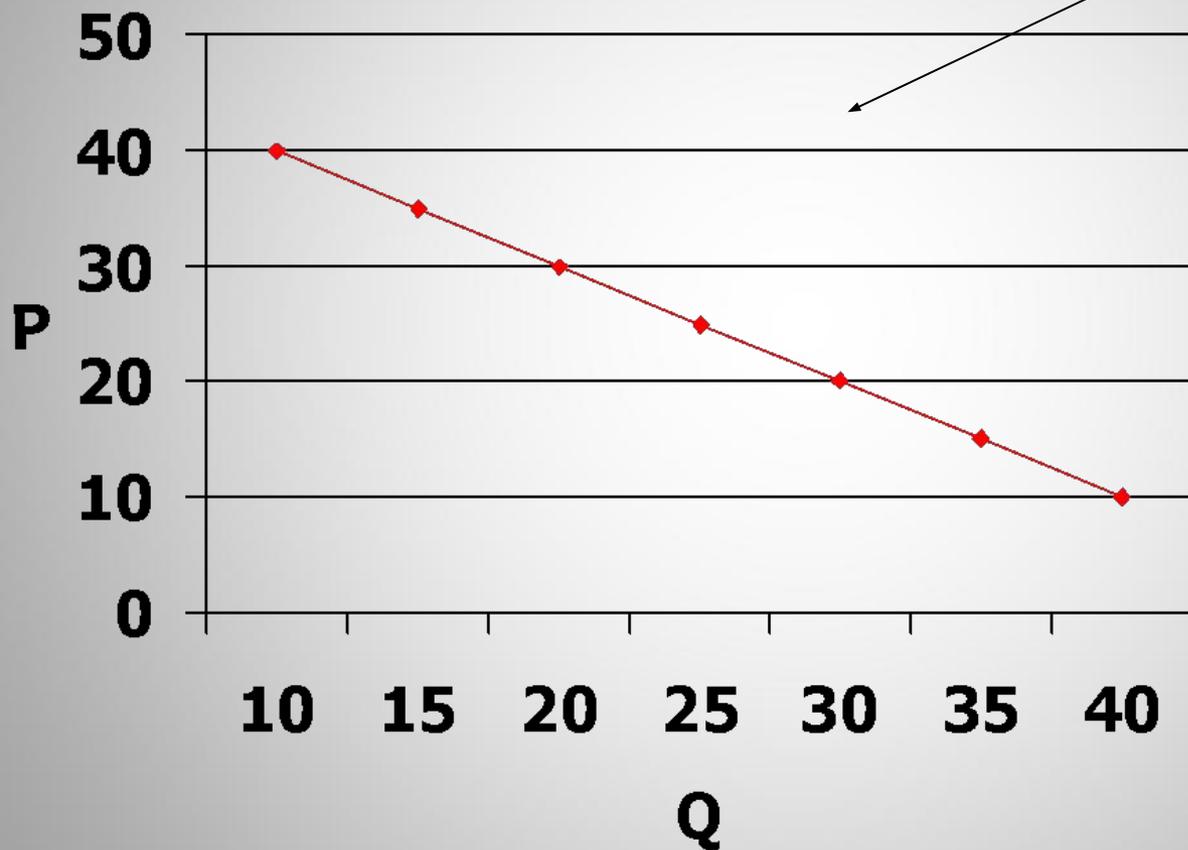
Если  $P \downarrow$ , то  $Q \uparrow$

$$Q = f(P).$$

*величина спроса на товар (услугу) находится в обратной зависимости от цены этого товара*

# Кривая спроса

Наклон кривой отрицательный



Вывод – с. 69

# Закон спроса

потребитель приобретет тем больше товара,  
чем ниже его рыночная цена

...при прочих равных условиях



Кривая спроса позволяет ответить  
на вопросы:

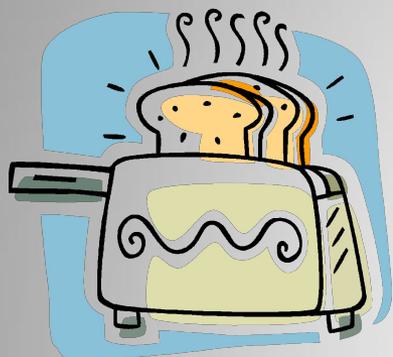
- Какова будет величина спроса при разных уровнях цен?
- Как изменится величина спроса при изменении цены?

# Детерминанты спроса

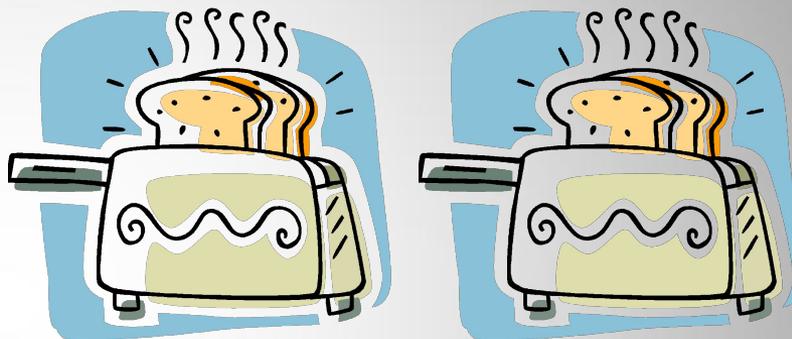
- Ценовой барьер
- Эффект дохода
- Эффект замещения
- Принцип убывания предельной полезности

- **Взаимозаменяемые товары** – при увеличении цены на стиральный порошок увеличится спрос на мыло (кривая спроса сдвинется вправо), при уменьшении цены сократится (кривая сдвинется влево)
- **Дополняющие товары** – это товары, которые не могут потребляться один без другого (ракетка и мяч, машина и бензин).

# Эффект Гиффена



- 1 батон = 15 рублей
- $1 \times 15 = 15$



- 1 батон = 17 рублей
- $2 \times 17 = 34$

# Факторы, влияющие на спрос:

- уровень дохода потребителей;
- вкусы и предпочтения потребителей;
- изменение спроса на взаимозаменяемые и дополняющие товары;
- ожидание изменения доходов и цен;
- изменение числа покупателей.

- Спрос и предложение влияют на выручку, которую получают продавцы от продажи товара. А проанализировать соотношение выручки в зависимости от спроса на товары можно с помощью понятия эластичности.
- Эластичность – это показатель степени чувствительности покупателей к изменениям цены товара. Впервые ввел этот термин английский экономист Альфред Маршалл, окончивший Кембриджский университет в Великобритании и проработавший там всю жизнь. По своим наклонностям Маршалл был математиком, но много своих работ ученый посвятил механизму взаимоотношений спроса и предложения.
- Реакция потребителей на изменения цены на товар может быть сильной, слабой и нейтральной. Каждая из них порождает соответствующий спрос: эластичный, неэластичный, единичный.

**Коэффициент эластичности** – это отношение % изменения количества продаж к % отношению изменения цены.

$$E = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \cdot \frac{P_1 - P_2}{P_1}$$

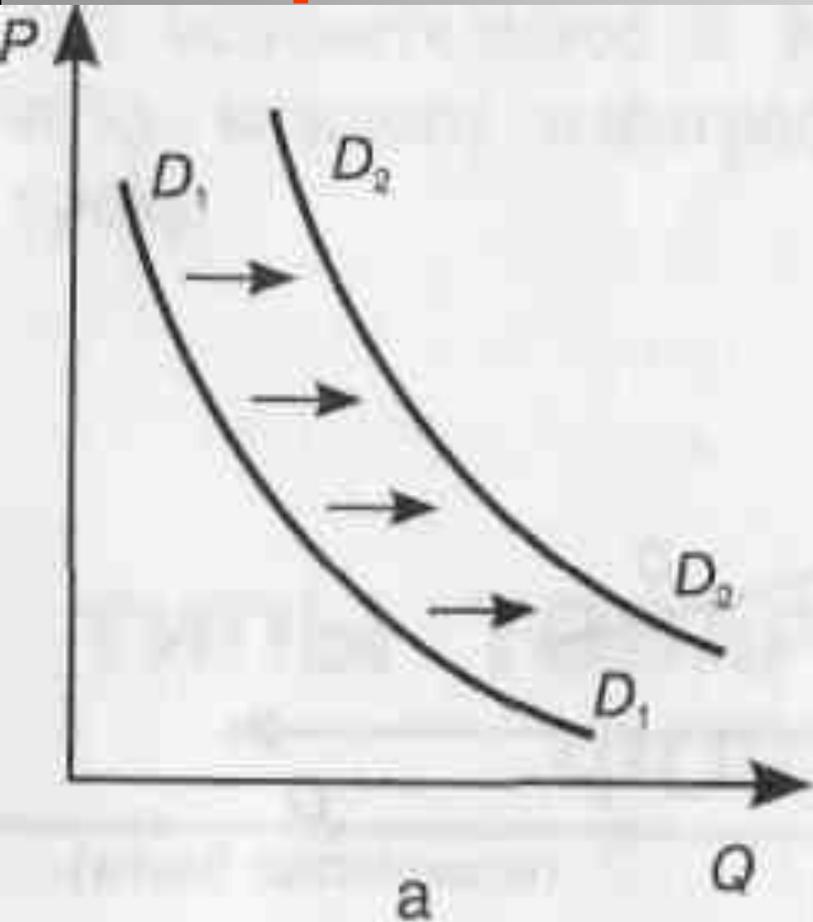
$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{Q_1 + Q_2} - \text{формула дуговой эластичности}$$

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} - \text{формула точечной эластичности}$$

# Что неверно!

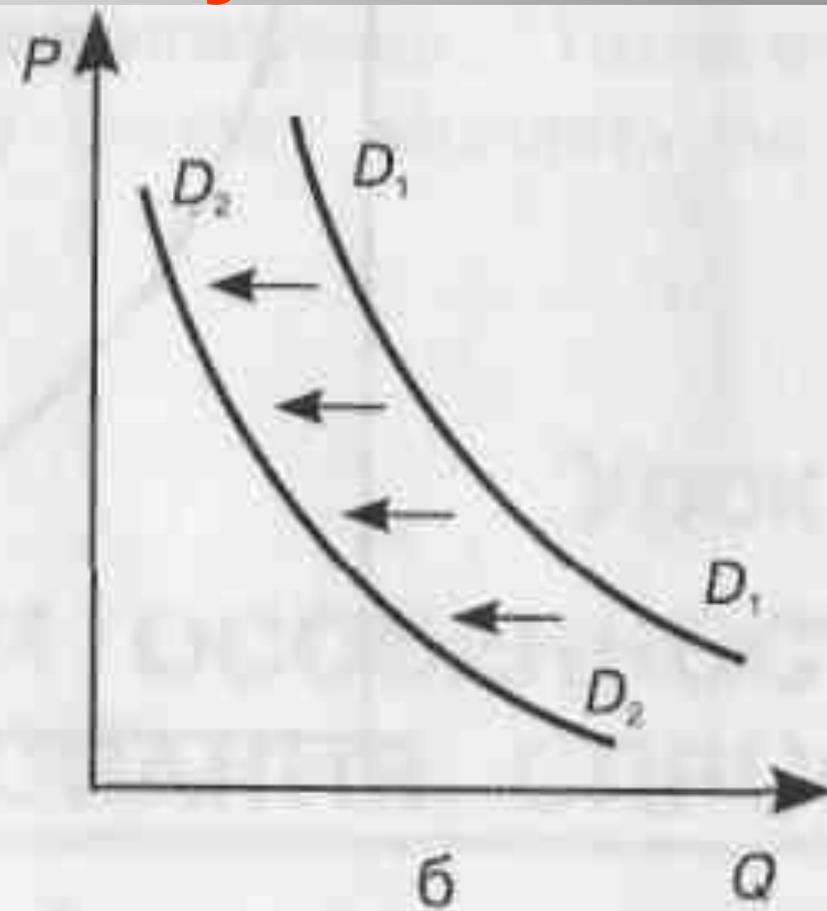
*Холодная погода сократила величину спроса на комнаты в гостиницах на Черноморском побережье, уменьшив тем самым цену аренды комнаты. Падение цены аренды, в свою очередь, вызвало увеличение спроса, так что в конце концов цена возвратилась к своему первоначальному уровню.*

# Уровень дохода покупателей



а — Возрастание спроса на нормальное благо при увеличении доходов потребителей

нормальное благо



б — Снижение спроса на нормальное благо при уменьшении доходов потребителей

**Наблюдения за господином Шиловым показали, что, имея ежемесячный доход 500 руб., он покупал 10 единиц товара *A*, 10 единиц товара *B* и 10 единиц товара *C* в течение месяца.**

**После того как его ежемесячный доход увеличился до 1 тыс. руб., господин Шиллов стал потреблять 5 единиц товара *A*, 14 единиц товара *B*, а потребление товара *C* сохранилось на уровне 10 единиц в месяц.**

**При условии, что цены на эти товары, равно как и на другие блага, остались прежними и вкусы господина Шилова не изменились, определите, к какому типу относится каждый из товаров.**

- В результате рекламной кампании население стало предпочитать кока-колу квасу. Что произойдет с кривой спроса на квас?
- А что при том же условии случится со спросом на кока-колу?
- Как изменится спрос на красную икру при увеличении доходов населения? Отобразите графически.
- А что случится с кривой спроса на перловую крупу с ростом доходов потребителей?
- Что произойдет со спросом на соль при изменении доходов населения?
- А что может переместить кривую спроса на соль?

# Взаимозаменяемые блага

- Пепси-кола
- кекс
- отдых в Ялте
- букет роз
- джинсы
- автомобиль «Вольво»

# Взаимодополняющие блага

- Теннисный мяч
- Кеды
- Компьютер
- Левая перчатка
- Автомобиль

**Что произойдет со спросом на  
автомобили при резком  
повышении цен на бензин?**

# Терминология

- 1. **Спрос.**
- 2. **Величина спроса.**
- 3. **Закон спроса.**
- 4. **Эффект дохода.**
- 5. **Эффект замещения.**
- 6. **Принцип убывания маржинальной полезности.**
- 7. **Эффект Гиффена.**
- 8. **Детерминанты спроса.**
- 9. **Низшие товары.**
- 10. **Нормальные товары.**

- А. Товары, которые потребляются совместно; при этом один без другого, как правило, не может быть пригоден для потребления.
- Б. Желание и способность покупателей приобретать товары.
- В. Факторы, вызывающие изменение спроса и сдвиг кривой спроса.
- Г. Товары, которые могут быть использованы вместо других товаров с аналогичными свойствами.
- Д. Товары, спрос на которые падает по мере роста доходов потребителей.
- Е. Количество товара, которое покупатели хотят и могут приобрести при данном уровне цены.
- Ж. Явление, которое возникает, когда вследствие снижения цены товара происходит относительное увеличение дохода покупателя, позволяющее последнему приобрести большее количество товара.
- З. Товары, спрос на которые растет по мере увеличения доходов покупателей.
- И. Принцип, в соответствии с которым потребление каждой последующей единицы товара приносит потребителю меньшую полезность, чем потребление предыдущей.
- К. Закон, в соответствии с которым величина спроса на товар находится в обратной зависимости от цены этого товара.
- Л. Явление, состоящее в том, что повышение цены товара ведет к росту объема спроса на него.
- М. Явление, которое возникает, когда покупатель отдает предпочтение более дешевому товару, вытесняющему при выборе покупки товар, ставший относительно дороже.

**1-Б;**  
**2-Е;**  
**3-К;**  
**4-Ж;**  
**5-М;**  
**6-И;**  
**7-Л;**  
**9-Д;**  
**10-З.**

**1. Когда увеличивается спрос на пиломатериалы, растет спрос и на гвозди, так как это:**

- а) неродственные товары;
- б) взаимозаменяемые товары;
- в) товары-комплементы;
- г) товары-субституты.

**2. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:**

- а) увеличение спроса на второй;
- б) снижение величины спроса на второй;
- в) увеличение спроса на первый;
- г) рост величины спроса на первый.

**3. Закон спроса предполагает, что:**

- а) если доходы покупателей снижаются, они покупают меньше товара;
- б) кривая спроса обычно имеет положительный наклон;
- в) когда цена товара снижается, величина спроса растет;
- г) когда цена товара растет, спрос снижается.

**4. Если снова модными станут туфли “на платформе”, то:**

- а) величина спроса на туфли на тонкой подошве уменьшится;
- б) спрос на туфли “на платформе” увеличится;
- в) кривая спроса на туфли “на платформе” сдвинется влево;
- г) кривая спроса на туфли на тонкой подошве сдвинется вправо.

**Укажите, какое из нескольких положений является правильным.**

**1. Смещение кривой спроса на нормальный товар может быть вызвано:**

- а) уменьшением спроса на него;
- б) ростом цены производимого товара;
- в) ростом доходов покупателей;
- г) ожиданием усиления инфляции;
- д) снижением дотаций малообеспеченным слоям населения.

**2. Что из нижеперечисленного скорее всего не станет причиной изменения спроса на автомобили в краткосрочном периоде:**

- а) цены на автомобили выросли на 40%;
- б) цена на бензин выросла на 20%;
- в) инфляция из ползучей превратилась в галопирующую;
- г) доходы покупателей удвоились;
- д) увеличены таможенные пошлины на ввозимые автомобили?

**3. Третья чашка кофе приносит меньшее удовольствие, чем вторая. Это пример:**

- а) действия закона спроса;
- б) избыточного предложения;
- в) эффекта замещения;
- г) эффекта Гиффена;
- д) уменьшения предельной полезности.

**ПРОВЕРИМ!**

**В**

**А**

**В**

**Б**

**А**

**А**

**Д**

# Покупка айфонов Apple-7

Покупатели	не дороже	Продавцы	не дешевле
A1	300	B1	100
A2	280	B2	110
A3	260	B3	150
A4	240	B4	170
A5	220	B5	200
A6	210	B6	215
A7	200	B7	250
A8	180	B8	260
A9	170		
A10	150		

# ПРЕДЛОЖЕНИЕ (supply, S)

- **ПРЕДЛОЖЕНИЕ** – зависимость количества товара, которое производители хотят и могут произвести, от цен на этот товар.
- **ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ** – количество товара, которое производители хотят и могут произвести и предложить к продаже по данной цене в течение определенного промежутка времени.

# Зависимость между ценой и величиной предложения

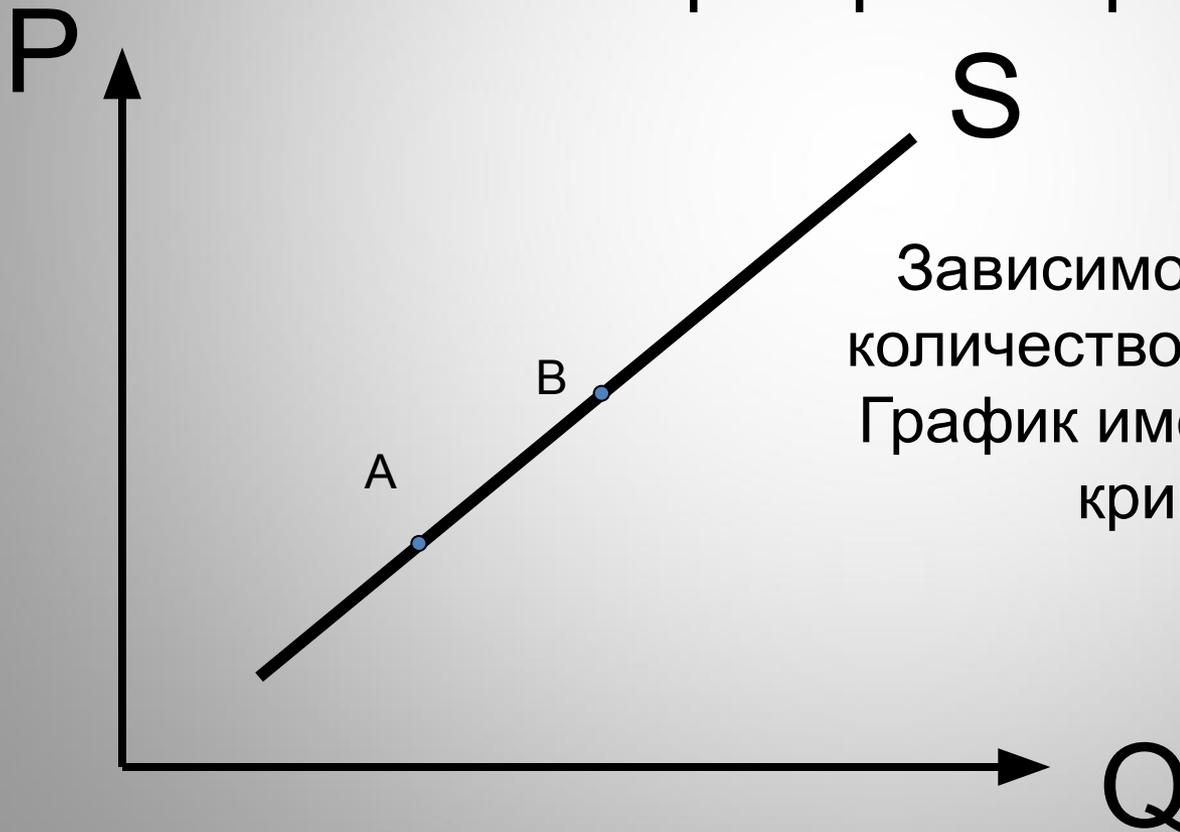
Цена, руб.	Величина предложения, шт.
100	0
200	300
300	400
400	500
500	600



# Закон предложения:

предложение товара тем больше, чем выше  
цена на него

...при прочих равных условиях



Зависимость между ценой и  
количеством товаров – прямая.  
График имеет вид восходящей  
кривой (прямой)  
 $Q = f(P)$

# НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ

Доходы  
покупателей

- I D
- I D

Цены на  
дополняющие  
товары

- P<sub>b</sub> D<sub>d</sub>
- P<sub>b</sub> D<sub>d</sub>

Вкусы и  
предпочтения  
покупателей

- H D
- H D

Ожидание  
изменения цен

- E D
- E D

Цены на  
товары  
заменители

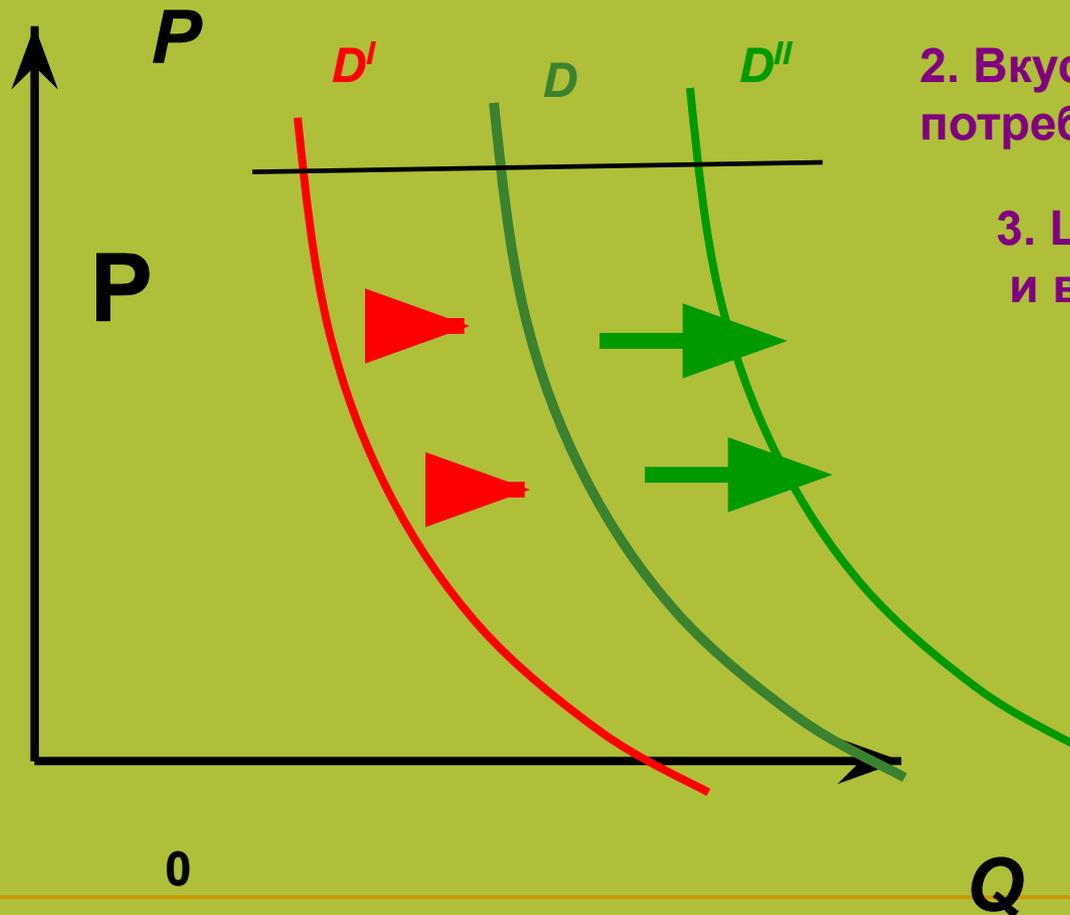
- P<sub>z</sub> D<sub>a</sub>
- P<sub>z</sub> D<sub>a</sub>

Число  
покупателей

- K D
- K D



# Факторы изменения спроса (детерминанты спроса)



1. Уровень дохода покупателей.

2. Вкусы и предпочтения потребителей.

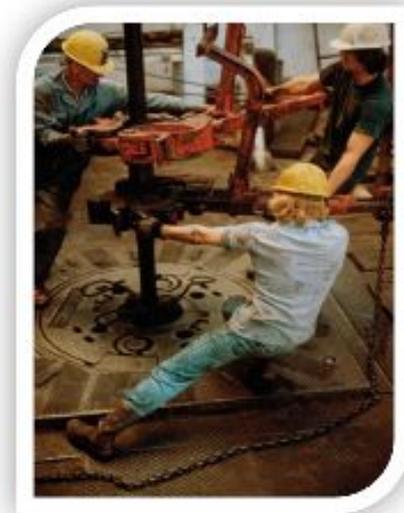
3. Цены на взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары.

4. Ожидание изменения доходов и цен.

5. Изменение числа покупателей.

# Факторы, влияющие на предложение:

- Цены на производственные ресурсы
- Уровень технологии
- Налоги и субсидии государства
- Степень конкуренции
- Цены альтернативных товаров
- Ожидаемое изменение цены на товар в будущем



# Изменение предложения (в целом)

