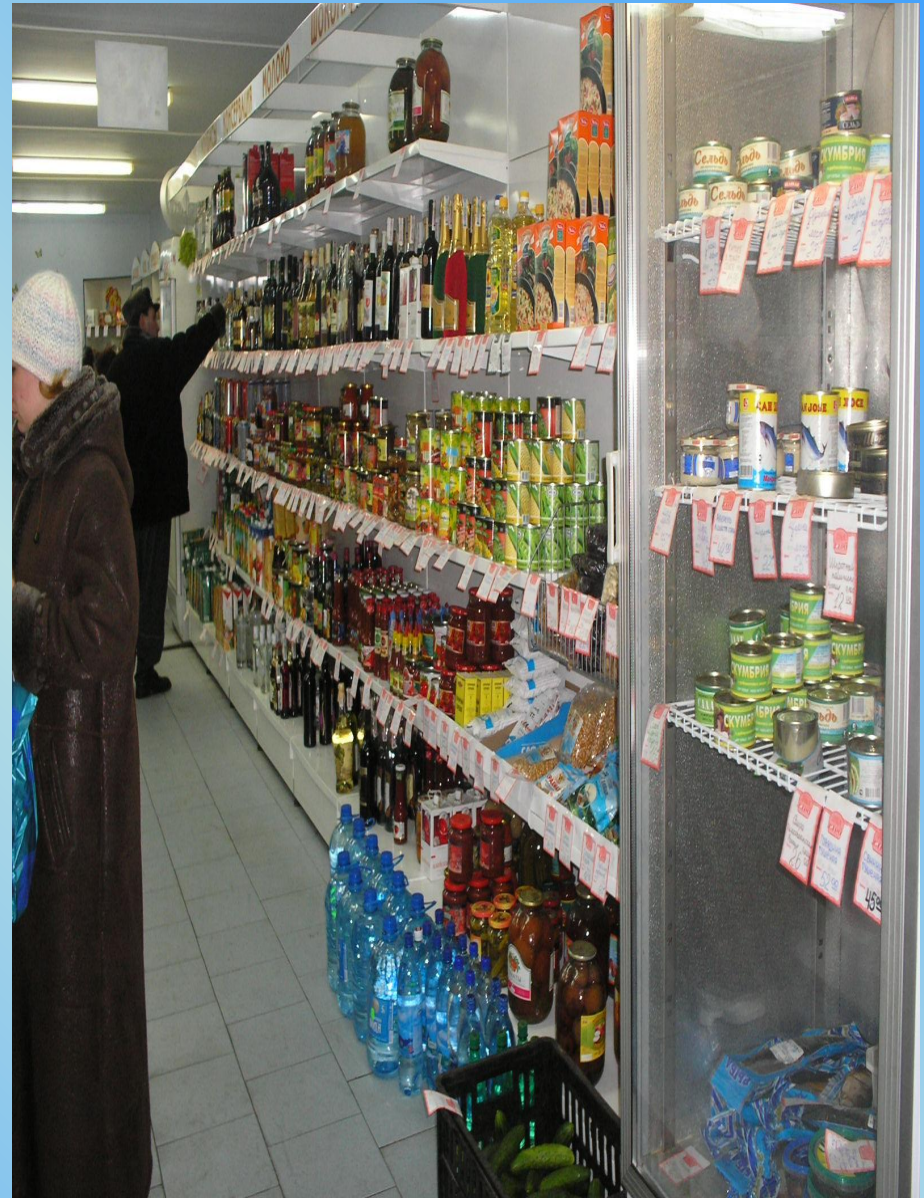


СПРОС И ВЕЛИЧИНА СПРОСА



**СПРОС – ЭТО
СЛОЖИВШАЯСЯ В
ОПРЕДЕЛЁННЫЙ
ПЕРИОД
ЗАВИСИМОСТЬ
ВЕЛИЧИН
СПРОСА НА
ДАННОМ
ТОВАРНОМ
РЫНКЕ ОТ ЦЕН,
ПО КОТОРЫМ
ТОВАРЫ МОГУТ
БЫТЬ
ПРЕДЛОЖЕНЫ К
ПРОДАЖЕ.**

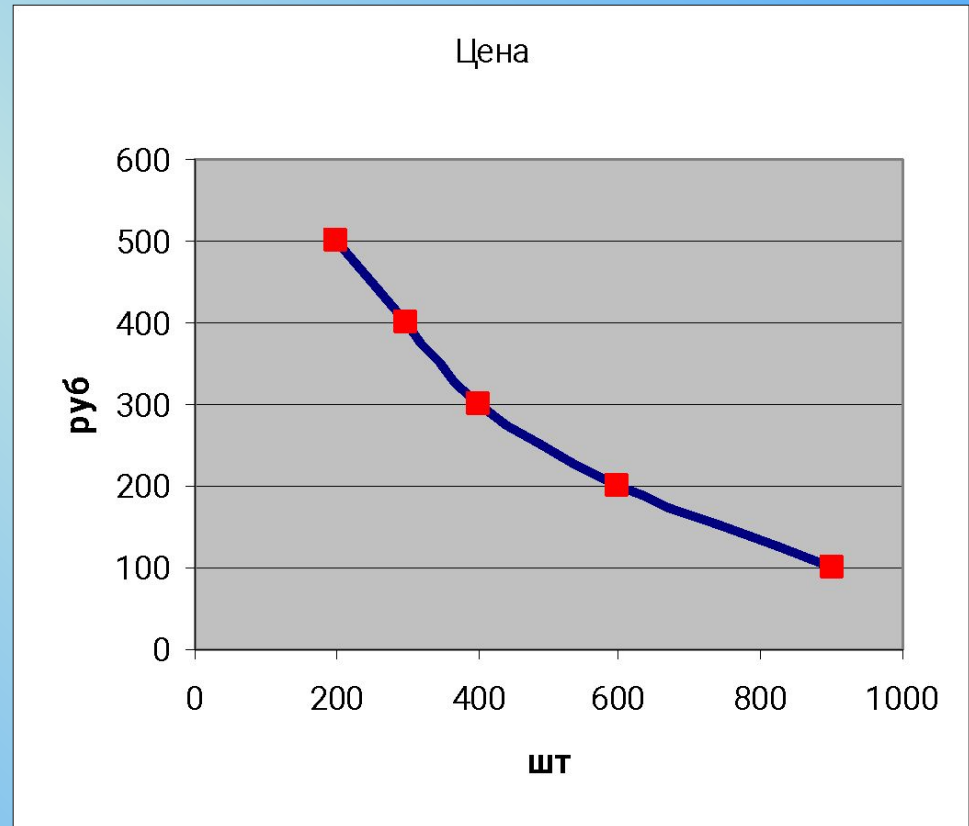


ЗАКОН СПРОСА

- ***ЧЕМ ВЫШЕ ЦЕНА ТОВАРА, ТЕМ МЕНЬШЕ ВЕЛИЧИНА СПРОСА И***
- ***ЧЕМ НИЖЕ ЦЕНА ТОВАРА, ТЕМ БОЛЬШЕ ВЕЛИЧИНА СПРОСА.***

Зависимость между ценой и величиной спроса.

Цена, грн.	Величина спроса, шт.
100	900
200	600
300	400
400	300
500	200



Качество и ассортимент данного товара.

**Наличие большого
ассортимента товара
позволяет
покупателю
удовлетворить свои
желания.**



Уровень дохода покупателей.

- «Низшие товары»
- это те блага,
которые
приобретаются
людьми с низкими
доходами.
- «Нормальные
товары» - это
более ценные и
полезные товары.



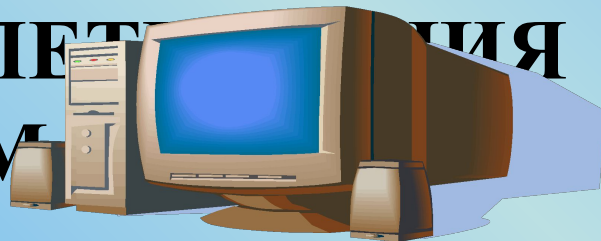
ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ ТОВАРЫ –

ТОВАРЫ, КОТОРЫЕ УДОВЛЕТВОРЯЮТ
ТУ ЖЕ ПОТРЕБНОСТЬ, ЧТО И ДАННЫЙ
ТОВАР.



ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМЫЕ ТОВАРЫ –

ЭТО ТОВАРЫ, КОТОРЫЕ
НЕОБХОДИМЫ ВМЕСТЕ С ДАННЫМ
ТОВАРОМ ДЛЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ
ПОТРЕБНОСТИ В НЁМ.



Цены на дополняющие товары.

Если цена на дополняющий товар поднимается, то спрос на основной товар падает.



Мода, вкусы и предпочтения.



Есть вещи, которые делают жизнь ярче.
Такие, как солнце... Или Rich.

основная шляпа,
10 руб. 1.1а.

МОГУ

Пустьелени,
1800 руб.
Етам.

МОГУ

МОГУ

символая
а с комб-
и далам-
1020 руб.,
сетте.

1500 руб.
мен.

МОГУ

Яблочный сок
100%

Rich.

1л

100% Яблочный сок

Rich.

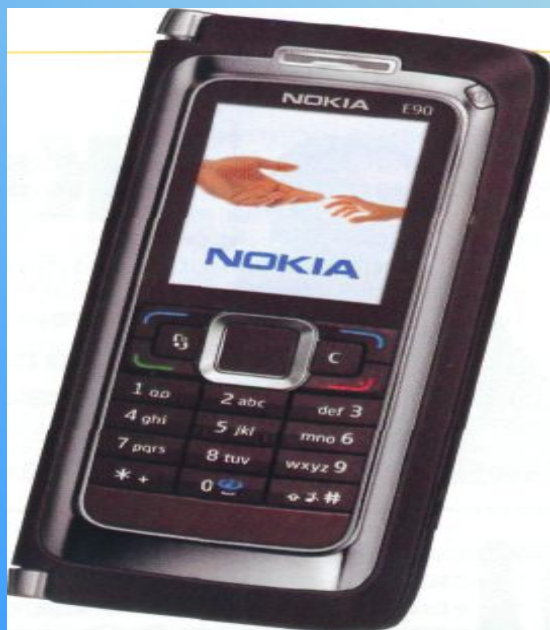
100%

Жизнь — яркая штука,
как ни крути.

Rich.

Цены на взаимозаменяемые товары.

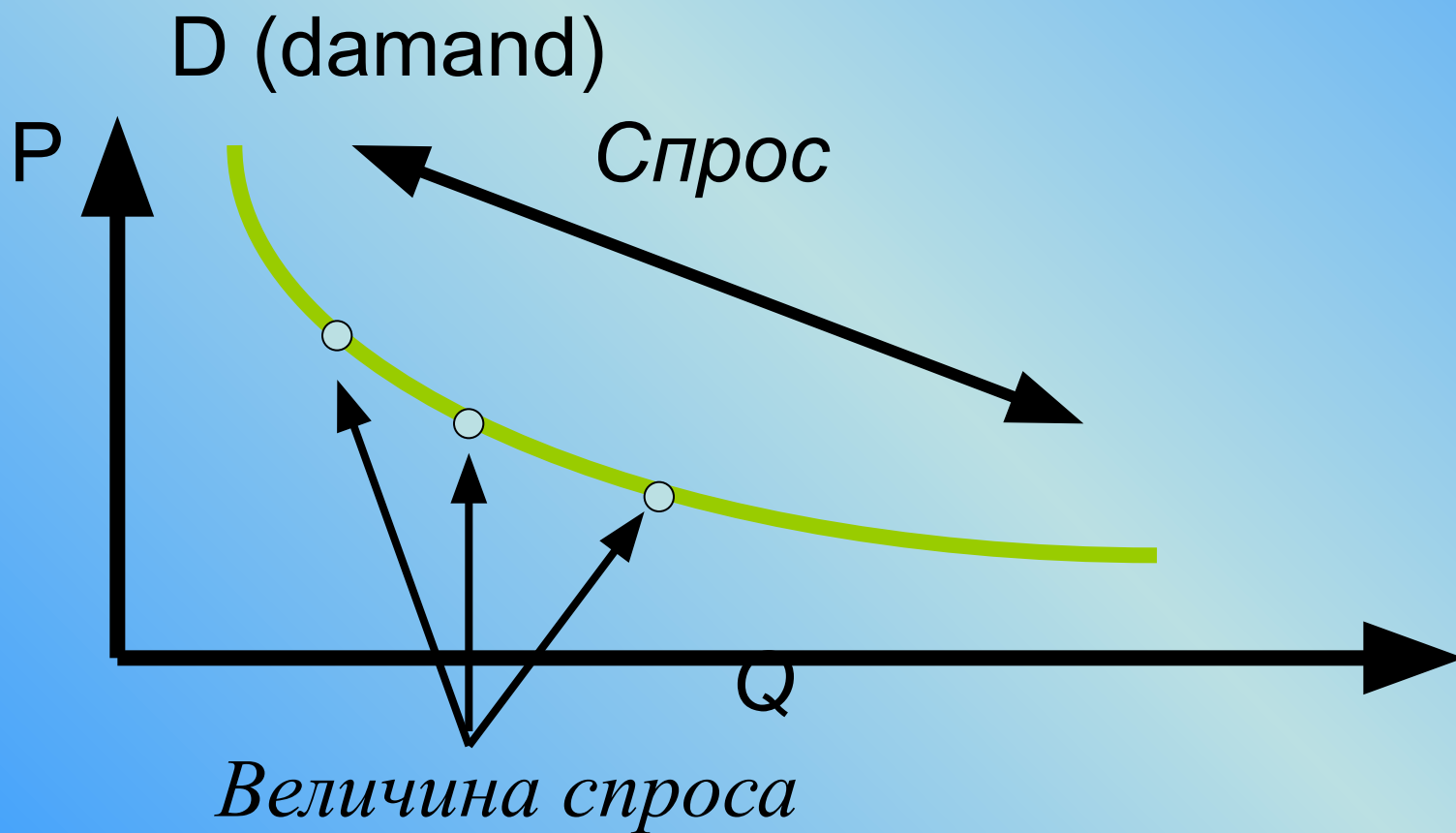
**Спрос на аналогичные товары
находится в обратной
зависимости от изменения цены.**



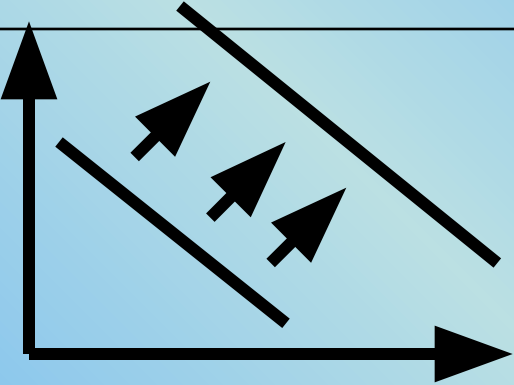
Сезонные и климатические условия.



СПРОС И ВЕЛИЧИНА СПРОСА



НЕЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА.

Вид изменения спроса.	График изменения спроса.	Неценовые факторы изменения спроса
1. Увеличение спроса (сдвиг кривой спроса вправо).		<ol style="list-style-type: none">1. Новая информация о полезности или вредности блага.2. Повышение или понижение уровня жизни.3. Увеличение или уменьшение дохода.
2. Уменьшение спроса (сдвиг кривой спроса влево).		<ol style="list-style-type: none">4. Изменение вкусов и предпочтений покупателей.5. Число покупателей на рынке.6. Ожидание будущего изменения цен и доходов.

Предложение

- **Предложение** – это желания и способность продавца реализовать товар по данной цене.
- Желания продавца (производителя) определяются количеством прибыли от бизнеса. Способности характеризуются знаниями технологического процесса при производстве товара и навыками торговли.



Количественно предложение можно измерять показателем “величина предложения”.

Величина предложения – это количество товара, которое продавец предложит к продаже по данной цене в определенное время и в определенном месте.



Зависимость между ценой и величиной предложения.

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



Неценовые факторы, влияющие на изменение предложения.

- 1) Усовершенствование технологии производства.**
- 2) Налоги, дотации, субсидии.**
- 3) Количество конкурентов.**

4) Качество и ассортимент данного товара.

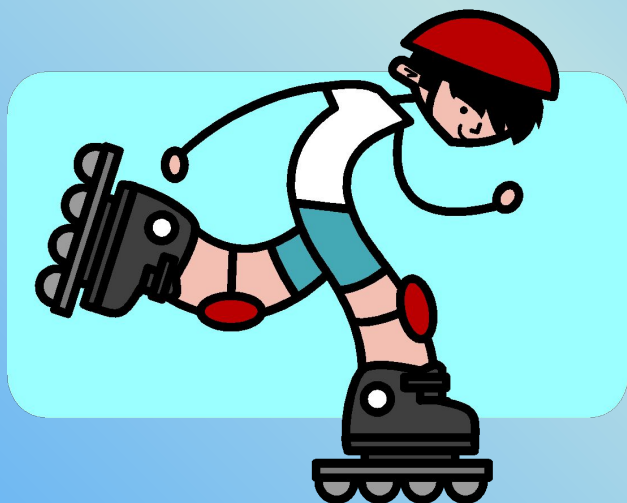
- ❖ Продавцу выгодна реализация товара высшего качества по более высокой цене.
- ❖ Расширение ассортимента предоставляет выбор для покупателя.



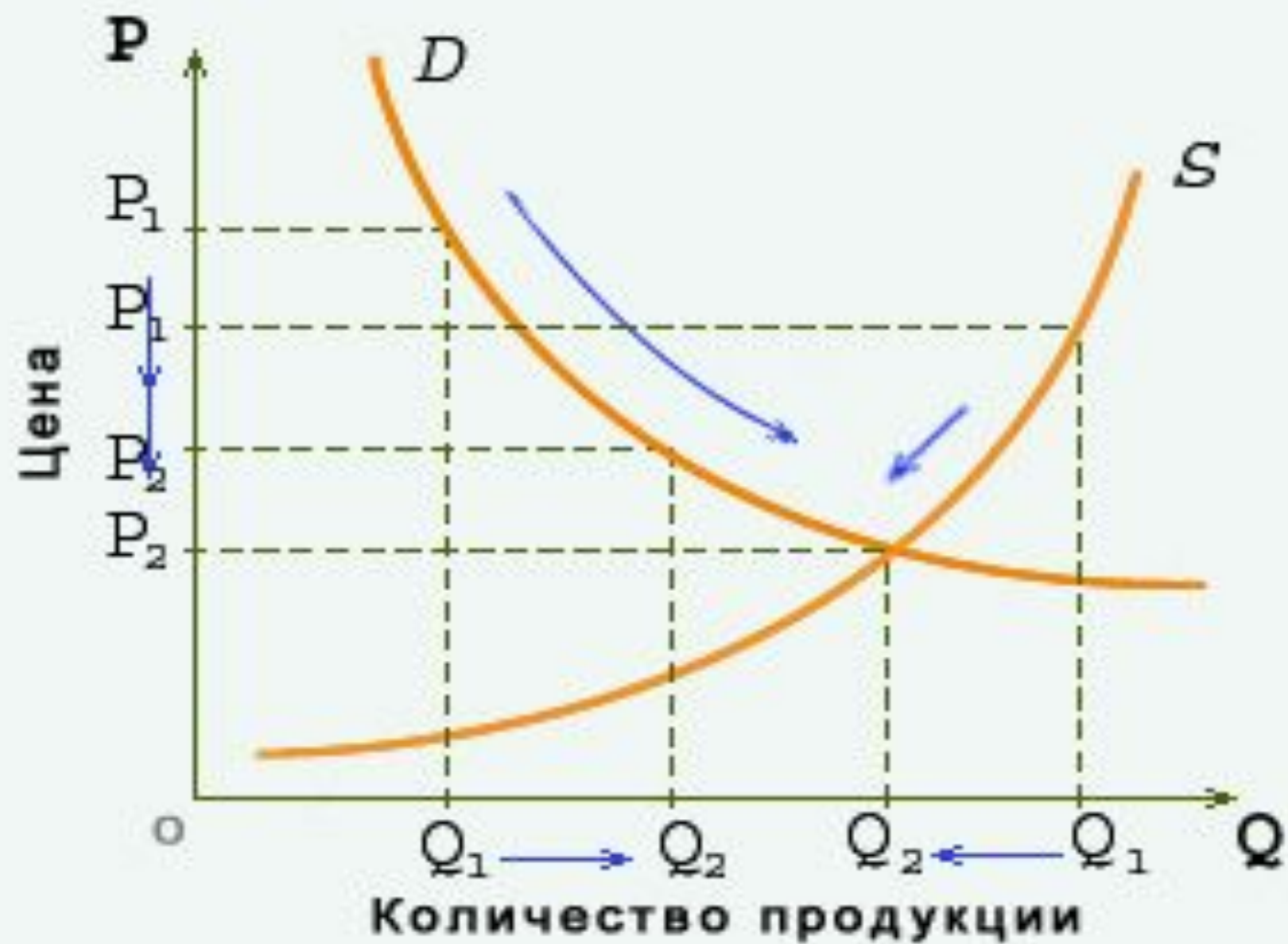
5) Изменение цен на ресурсы.



6) Цены на товары – заменители.

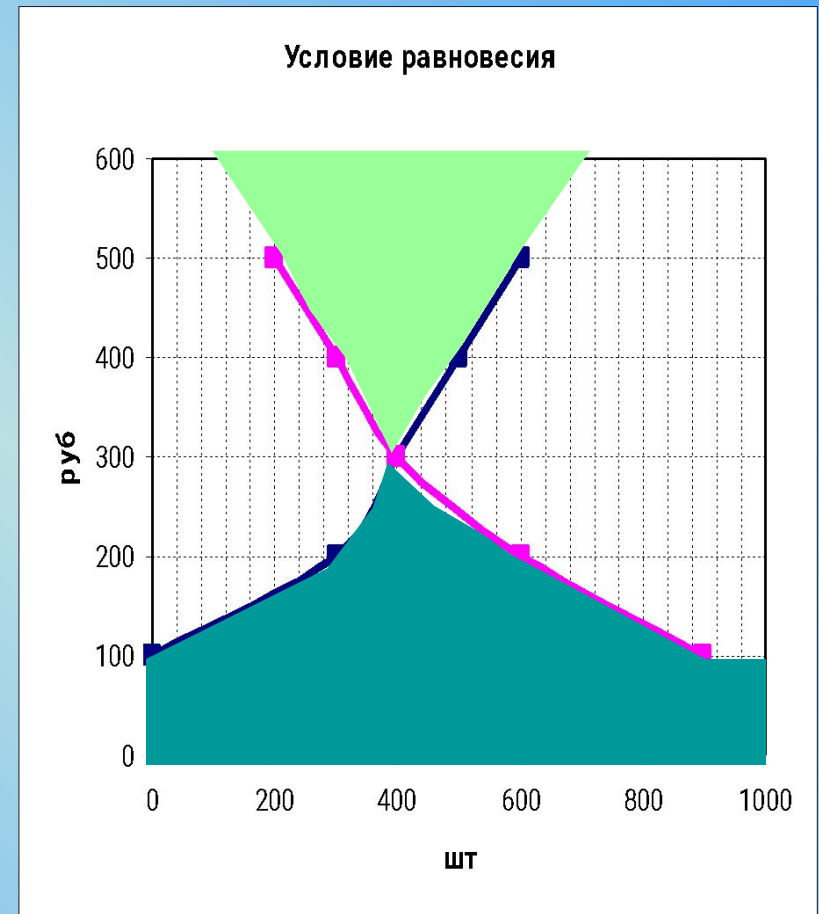


Рост цен на аналогичные товары приводит к снижению предложения основного товара.



Изменение ситуаций на рынке.

Величи на спроса	Цена, руб.	Величи на предложения.	Дефицит или избыток товара.
900	100	0	-900
600	200	300	-300
400	300	400	0
300	400	500	+200
200	500	600	+400

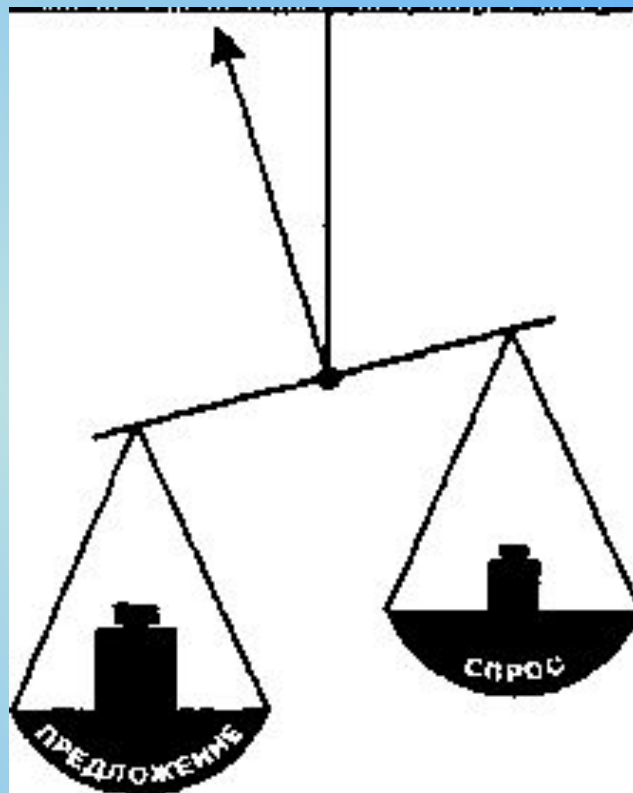


Условие избытка товара.

**ВЕЛИЧИНА ЦЕНЫ
СНИЖЕНИЕ от ПОВЫШЕНИЕ**

❖ $Q_d < Q_s$

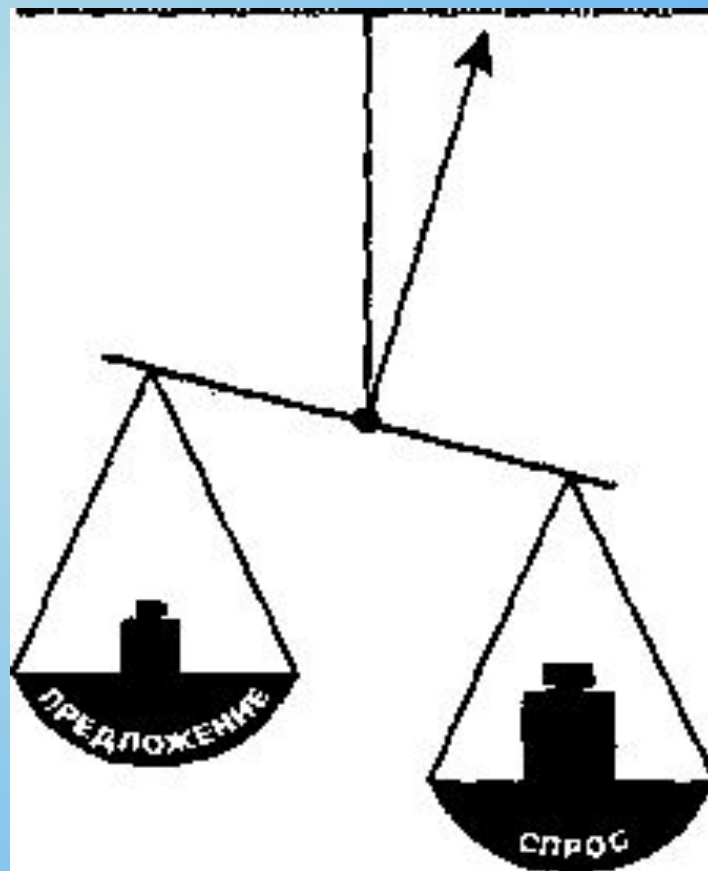
❖ $P_{тов.} > P_{равн.}$



Условие дефицита товара.

ВЕЛИЧИНА ЦЕНЫ
СНИЖЕНИЕ ОТ
ПОВЫШЕНИЕ

- ❖ $Q_d > Q_s$
- ❖ $P_{тов.} < P_{равн.}$



Домашнее задание

- 1) выучить теорию по теме
«Спрос. Предложение.
Взаимосвязь спроса и
предложения»



**“Человек лишь там чего-то
добивается,
где он сам верит в свои силы”**

Людвиг Фейербах