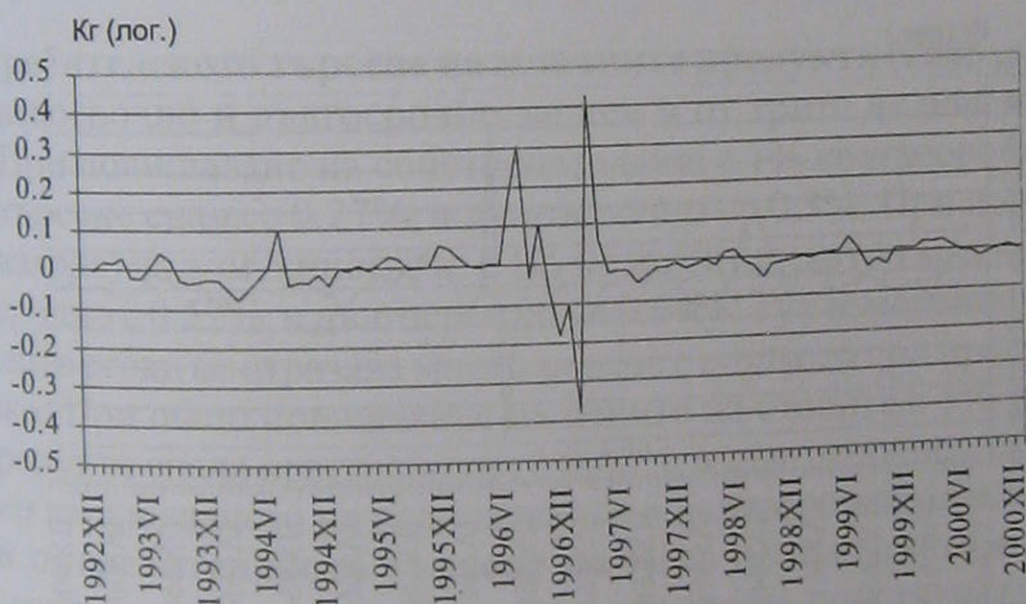


Фиг. 1. Потребителско търсене на хляб от домакинствата в България от декември 1992 до декември 2000 г. (логаритми)

статистически значима (при избраното равнище на значимост) е еластичността по отношение на собствената цена и паричния доход (разход). При повишаването на собствената цена с 1% потребителското търсене на хляба спада с 0.08%, а на дохода се повишава с 0.09%. Изменението на цените на другите стоки практически не се отразява върху потребителското търсене на хляб в краткосрочен план. Има нарушаване с 14.7% на равновесието между търсенето и дохода на домакинството от предходния месец, което се отразява (поправя) през текущия месец. Дългосрочните еластичности (за потребителското търсене за един месец) също са много малки. И тук най-голяма е еластичността по отношение на собствената цена, но всички еластичности са статистически незначими.



Фиг. 2. Първи разлики за потребителско търсене на хляб от домакинствата в България от декември 1992 до декември 2000 г. (логаритми)