

След отстраняването на въздействието от общото изменение на цените на всички стоки потребителското търсене на хляб се определя практически единствено от краткосрочното изменение на собствената цена и дохода (разхода) на домакинството. Но и тези две еластичности са съвсем малки по размер - съответно 0.08 и 0.06%. Превес всъщност има собствената цена. В конкретния случай търсенето на хляб е силно нееластично и по двата фактора. Затова в условията на ниска инфлация могат да се очакват съвсем малки колебания в търсенето на хляб в зависимост от изменението на собствената му цена и донякъде от дохода на домакинството.

Таблица 6

ОЦЕНКИ НА ПАРАМЕТРИТЕ НА МОДЕЛА (4) ПО МНМК

Параметри	Групи стоки			
	хляб	мляко	млечни продукти	месо
β_1	-0.079	-0.244	-0.318	-0.313
β_2	0.063	0.252	0.710	0.779
γ	-0.026	-0.194	-0.346	-0.471
α_0	0.828	2.191	1.789	3.442
α_1	0.165	0.588	0.396	0.340
α_2	-0.260	-0.861	-0.647	-0.907

Забележка. Първоначално по МНМК се оценява произведението на оценките на параметрите $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$ и оценката на параметъра γ .

При потребителското търсене на мляко, общо взето, се запазват съотношенията, които се изявяват без отстраняване на общото изменение на цените. Разликата е, че се засилва въздействието (краткосрочно и дългосрочно) и на двата фактора, като то е по-голямо при дохода (разхода) на домакинството. Намалява и нарушаването на равновесието.

Подобно е положението и при другите две групи стоки - млечни продукти и месо.

При млечните продукти влиянието на собствената цена се засилва, най-вече дългосрочно. Влиянието на дохода (разхода) на домакинството се засилва в краткосрочен и остава почти същото в дългосрочен план.

При потребителското търсене на месо (в сравнение със случая без отстраняване на общото изменение на цените) се засилва преди всичко влиянието на дохода (разхода) на домакинството както краткосрочно, така и дългосрочно.