

**Ринковий попит: зміст, функція
попиту від ціни.
Ефект доходу та заміщення.
Крива індивідуального попиту**



РИНКОВИЙ ПОПИТ – це попит, який визначається як загальна сума всіх індивідуальних попитів при кожному значенні ціни.

Інакше кажучи, це кількість товару, яку всі споживачі готові придбати за тими чи іншими цінами.



Крива ринкового попиту показує загальний обсяг опиту всіх споживачів при будь-якій ціні.

Вона виникає шляхом складання індивідуальних попиту. Оскільки криві індивідуальних попиту мають від'ємний нахил, то і крива ринкового попиту також матиме відповідний нахил.

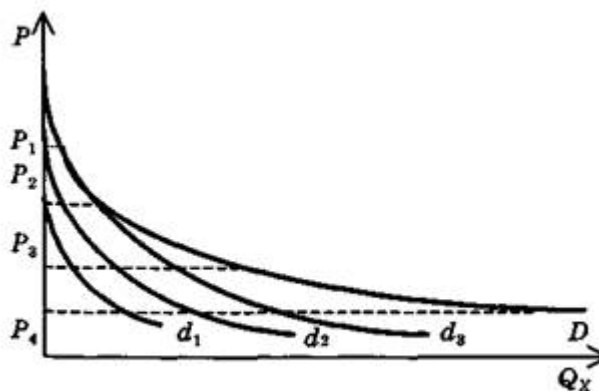


Рис. 4.1. Ринковий попит

Ринковий попит, з одного боку, залежить від тих факторів, що впливають на індивідуальний попит, а з іншого — від самої кількості носіїв цього попиту, тобто від кількості споживачів.



На величину попиту, тобто на пересування точки по незмінній кривій попиту, впливає виключно ціна товару. Всі інші фактори, від яких залежить кількість товару, що споживачі готові придбати, належать до нецінових. Їхня дія призводить до пересування самої кривої попиту на графіку вправо (збільшення попиту) чи вліво (зменшення попиту).

Ціна є основною детермінантою попиту, зміна якої спричиняє зміни в обсязі попиту.

Закон попиту твердить, що між ціною і обсягом попиту існує обернений зв'язок: обсяг попиту скорочується зі зростанням ціни і зростає зі зниженням ціни. Математичним виразом закону попиту є функція попиту: $QD=f(P)$, де QD – обсяг попиту на товар, D – попит, P – ціна товару. Лінійна функція попиту описується рівнянням: $QD=a-b \cdot P$.

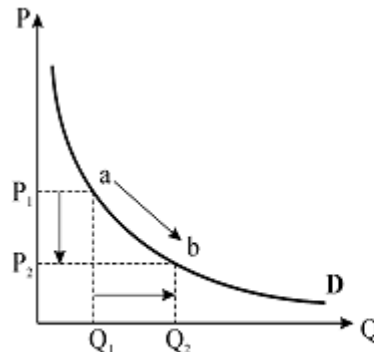


Рис.2.2 Зміни обсягу попиту при зміні ціни

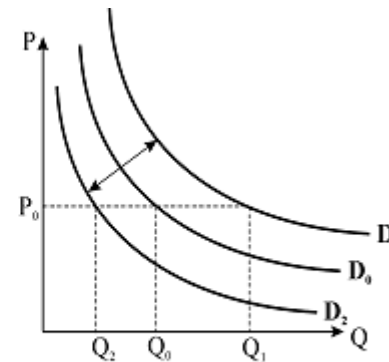


Рис.2.3. Вплив нецінових детермінант. Зміни у попиті



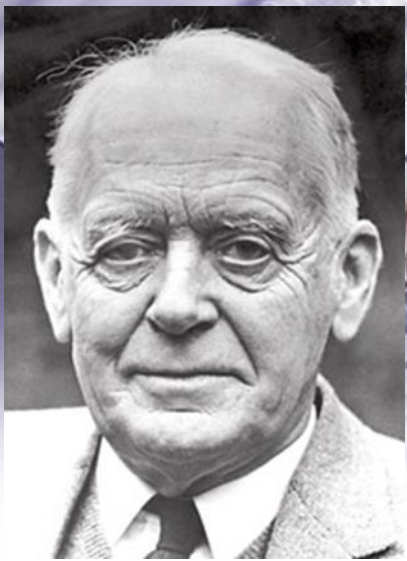
До нецінових факторів ринкового попиту належать:

- зміна споживацьких переваг під впливом зміни потреб споживача, моди чи реклами;
- зміна цін на інші товари, зокрема товари-субститути чи товари-комплементи;
- кількість споживачів, які виходять на ринок цього товару;
- цінові очікування покупців;
- доходи споживачів.

Ефект доходу та заміщення

Якщо ціна товару X змінюється, то можливості споживача придбати різні набори товарів теж змінюються. З одного боку, зниження цін на товар X робить його привабливішим для споживача. З іншого боку, вивільнення коштів від здешевлення покупки товару X дає змогу людині збільшити споживання інших товарів.

Реакція споживача на таке зростання реального доходу значною мірою буде залежати від його ставлення до споживчих якостей товару. Щоб моделювати поведінку споживача, слід розмежовувати дію двох ефектів, які спостерігаються при зміні цін на один з товарів.



Ефект доходу — це тільки ті зміни у споживанні, що спричинені зміною реального доходу споживача під впливом руху цін. Як було з'ясовано раніше, зростання доходу суперечливо впливає на споживання нормальних та неякісних товарів: якщо із збільшенням доходу споживання нормальних товарів зростає, то споживання неякісних — зменшується.

Ефект заміщення — це тільки ті зміни у споживанні товару, які є результатом змін цін цього товару відносно цін на інші товари. Цей ефект спрацьовує однаково і щодо нормальних, і щодо неякісних товарів.

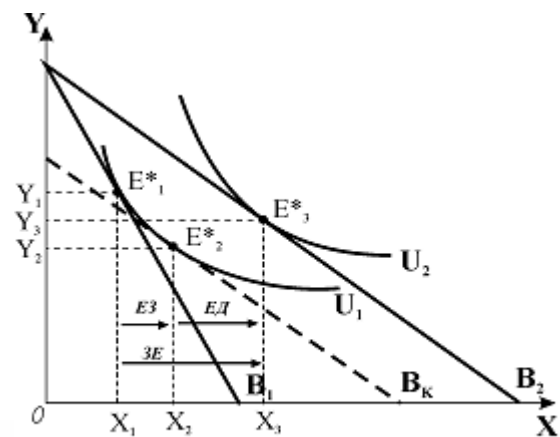


Рис. 5.5. Ефекти заміни та доходу за Хіксом. Нормальне благо

Неякісний товар, для якого ефект доходу переважає над ефектом заміщення називається Гіффеновим товаром, а зростання споживання цього товару із підвищенням ціни на нього — парадоксом Гіффена.

Товар Гіффена має одночасно відповідати таким вимогам:

- бути неякісним в уявленні споживача;
- бути значною часткою його витрат.





В аналізі поведінки споживача важливо відокремити дію цих складових загального ефекту, тому що вони можуть мати однакову спрямованість, підсилюючи реакцію споживача на зміну ціни, або різну, викликаючи інші наслідки. Концепцію розмежування ефектів заміни та доходу розробили український економіст і математик Євген Слуцький (1915 р.) та англійський економіст Джон Хікс (30-ті рр. ХХ ст.). Хоча модель Слуцького була розроблена раніше, в сучасній мікроекономіці більш поширений аналіз моделі Хікса.



Крива індивідуального попиту

Крива „ціна – споживання” показує функціональну залежність між обсягом споживання блага та його ціною; вона сполучає всі точки рівноваги споживача, пов’язані зі зміною ціни одного з благ. На її основі будується крива індивідуального попиту.

Криву індивідуального попиту на товар отримаємо, якщо перенесемо рівноважні обсяги споживання товару у систему координат „ціна – кількість товару”. Крива попиту показує обсяг споживання товару як функцію ціни.

Властивості кривої попиту:

§ крива попиту відображає зміну рівня корисності споживача: чим нижчою є ціна, тим вищий рівень добробуту вона забезпечує споживачеві;

§ кожна точка кривої попиту є точкою оптимуму споживача на певному рівні корисності;

§ в міру зниження ціни товару гранична норма заміни благ зменшується, тобто справджується закон спадної граничної корисності.

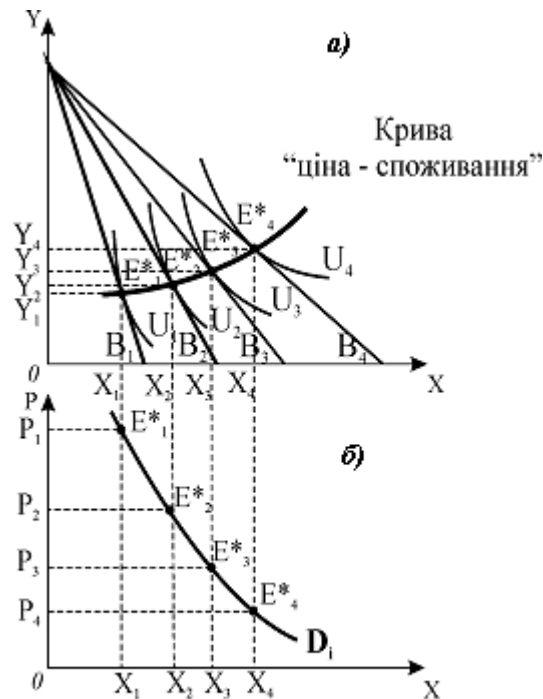


Рис. 5.4. Модель поведінки споживача за зміни ціни одного товару



Дякую за Вашу
увагу!!!