

БУДІВЕЛЬНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Кафедра “Будівельні, колійні та
вантажно-розвантажувальні машини”**

ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни

***“ОРГАНІЗАЦІЯ І ПЛАНУВАННЯ
ЕКСПЛУАТАЦІЇ МАШИН”***

Харків 2012

Конспект лекцій розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри "Будівельні, колійні та вантажно-

розвантажувальні машини" 6 грудня 2010 р., протокол № 4.

У даному конспекті лекцій розглянуто поняття попиту і пропозиції, їх поведінка на конкурентних ринках окремих товарів. Наведено криві попиту та криві пропозиції, за допомогою яких можна побачити, як в точці, де сили попиту і пропозиції врівноважуються, формується ринкова ціна.

Конспект лекцій призначений для студентів IV-VI курсів спеціальності 8.090214 "Підйомно-транспортні, будівельні, дорожні, меліоративні машини і обладнання" всіх форм навчання.

Лл. 10, табл. 6, бібліогр.: 4 назв.

Укладач

доц. Є.В. Романович

Рецензент

доц. Л.М. Козар

ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни

*"ОРГАНІЗАЦІЯ І ПЛАНУВАННЯ
ЕКСПЛУАТАЦІЇ МАШИН"*

Відповідальний за випуск Романович Є.В.

Редактор Еткало О.О.

Підписано до друку 19.01.11 р.

Формат паперу 60x84 1/16 . Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 0,75. Тираж 50. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту
61050, Харків - 50, майдан Фейербаха, 7
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Графік попиту	5
1.1 Ринковий попит. Чинники, які впливають на ринковий попит	7
1.2 Зрушення в попиті	8
2 Графік пропозиції	10
2.1 Крива пропозиції	11
2.2 Чинники, які впливають на пропозицію	12
2.3 Зрушення в пропозиції	14
3 Рівновага попиту і пропозиції	16
3.1 Використовування кривих пропозиції і попиту для визначення рівноважного стану	17
3.2 Результат зрушення кривих пропозиції і попиту	19
3.3 Інтерпретація змін ціни і кількості	22
3.4 Нормування за допомогою цін	24
Висновок	24
Список літератури	25

ВСТУП

Ринки багато в чому схожі з погодою. Вони дуже мінливі, непередбачувані, схильні до частих періодів "штормів і затишшя" і є справді дивовижним явищем. Їх схожість з погодою підтверджується результатами ретельного вивчення їх природи, яке свідчить про наявність певних сил і закономірностей, що лежать в основі повсякденних і, на перший погляд, абсолютно довільних "рухів" ринку. Найважливішим інструментом для розуміння причин зміни цін і результатів діяльності окремих ринків служить аналіз попиту і пропозиції.

Розглянемо як приклад ціни на бензин, Попит на бензин та інші нафтопродукти різко зріс після Другої світової війни, коли автомобіль став невід'ємним атрибутом життя багатьох людей і коли люди почали перебиратися з центру міста в передмістя. Потім, у 1970-ті роки, обмеження на поставки, війни між виробниками, революції призвели до скорочення виробництва, що у свою чергу викликало стрибки цін на бензин у 1973 і 1979 роках. Потім внаслідок вжитих заходів для скорочення споживання енергії, появи великої кількості малолітражних автомобілів і цінових воєн реальна ціна на бензин різко впала. Війна 2003 року в Іраку призвела до подальшого наростання паніки на нафтових ринках. Реальна ціна на бензин (у цінах 2003 року) впала приблизно з 2,80 дол. за галон (1 галон дорівнює 3,785 л) в 1980 році до приблизно 1,60 дол. за галон на початку 2004 року. Коливання цін на нафту в основному пояснюються перервами в її поставках під час воєн або революцій.

Що стало причиною таких різких змін? Економіка має у своєму розпорядженні достатньо переконливий інструмент пояснення цих і багатьох інших змін в економічному середовищі. Йдеться про теорію попиту і пропозиції. Ця теорія стверджує, що споживацькі переваги визначають споживацький попит на товари, тоді як витрати підприємств визначають їх пропозицію. Підвищення ціни на бензин відбулося або тому, що раптово зріс попит на нього, або тому, що зменшилася пропозиція нафти на ринку. Подібні міркування справедливі для будь-якого ринку – від акцій інтернет-компаній до ювелірних виробів: зміни пропозиції і попиту приводять до змін обсягів продукції, що випускається, і цін на неї.

1 ГРАФІК ПОПИТУ

І здоровий глузд, і ретельні наукові дослідження підтверджують, що кількість товарів, які люди купують, залежить від їх ціни. Чим вища ціна товару, тим, за інших рівних умов, меншу його кількість споживачі захочуть купити. Чим нижча його ціна, тим більша кількість буде куплена. Термін "за інших рівних умов" означає, що змінюються тільки ціни, залишаючи незмінними інші чинники попиту.

Між ринковою ціною блага і кількістю благ, на яку буде пред'явлений попит за інших рівних умов, існує певний взаємозв'язок. Цей взаємозв'язок ціни товару і величини його попиту називається шкалою або кривою попиту.

Розглянемо простий приклад. У таблиці 1 наведені дані про зв'язок гіпотетичного рівня попиту на картоплю з її ціною. Кожній ціні відповідає певна кількість кілограмів картоплі, яку хочуть купити споживачі. Наприклад, якщо 1 кг коштуватиме $P=5$ грн, то споживачі куплять $Q=9$ млн кг на рік.

За нижчою ціною картоплі куплять більше. Так, якщо ціна 1 кг знизиться до 4 грн, буде куплено 10 млн кг. При ще нижчій ціні, рівній 3 грн/кг, величина попиту складе 12 млн кг і т.д.

Таблиця 3.1 – Шкала попиту на картоплю

Точка на рисунок 1	Ціна P , грн/кг	Величина попиту Q , млн кг на рік
A	5	9
B	4	10
C	3	12
D	2	15
E	1	20

Графічне зображення взаємозв'язку попиту на товар і його ціни називається кривою попиту.

Зобразимо криву попиту на рисунку 1. Цей графік наочно демонструє взаємозв'язок ціни і величини попиту. По горизонтальній осі відкладаємо величину попиту Q на картоплю, а по вертикальній – ціну P . Крива є нисхідною. Ця важлива характеристика взаємозв'язку називається законом попиту.

Даний закон ґрунтується як на здоровому глузді, так і на економічній теорії. Він був перевірений на практиці і виявився справедливим практично для всіх товарів: картоплі, бензину і т.д.

Закон попиту свідчить: якщо ціна товару зростає, то, за інших рівних умов, споживачі прагнуть купувати меншу кількість цього товару. І навпаки, якщо ціна знижується, то, за інших рівних умов, величина попиту зростатиме.

Чому величина попиту має тенденцію до зниження при збільшенні ціни? Це відбувається з двох причин.

Перша – ефект заміщення. Якщо ціна товару збільшиться, то споживач намагатиметься замінити його аналогічним товаром (якщо подорожчає яловичина, то споживачі почнуть купувати більше курятини).

Друга - ефект доходу. Він виявляється у тому, що коли ціна підвищується, то споживач починає відчувати, що став дещо біднішим. Якщо ціна на бензин збільшиться удвічі, то реальний дохід споживача зменшиться, тому він, природно, скоротить споживання бензину та інших товарів.

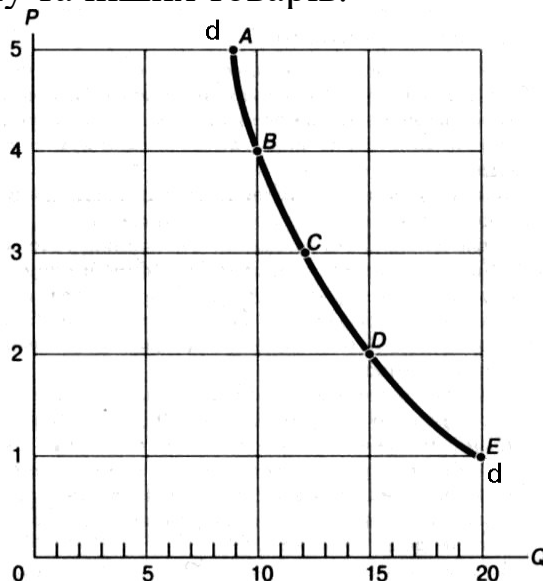


Рисунок 1 – Крива попиту на картоплю

На рисунку 1 ціна P відкладена на вертикальній осі, а величина попиту Q – на горизонтальній. Кожна пара цифр (P, Q) з таблиці 1 була перенесена на графік у вигляді точок, які потім були сполучені плавною кривою, що є кривою попиту DD' . Негативний нахил кривої попиту ілюструє закон попиту.

1.1 Ринковий попит. Чинники, які впливають на ринковий попит

Знайомлячись з аналізом попиту, ми постійно говорили про якусь криву попиту. Але чий це був попит? Відомо, що в основі будь-якого попиту лежать людські потреби і переваги. Тут ми говоритимемо про ринковий попит, який є простою сумою величин попиту, що пред'являється кожним споживачем при кожній можливій ціні. У реальному світі ми постійно стикаємося саме з ринковим попитом.

Чи підкоряється крива ринкового попиту закону попиту? Безумовно! Якщо, наприклад, ціна знижується, то товар стає привабливішим для нових споживачів унаслідок ефекту заміщення. Крім того, зниження цін приведе до збільшення покупок існуючими споживачами під впливом ефектів заміщення і доходу. І навпаки, зростання цін примусить декого скоротити кількість своїх покупок.

Що визначає криву ринкового попиту на картоплю, бензин або комп'ютери? Цілий набір чинників впливає на величину попиту при даній ціні: середній рівень доходів, чисельність населення, доступність зв'язаних товарів і їх ціни, індивідуальні і суспільні смаки, а також особливі чинники:

а) *середній дохід* споживачів – один з найважливіших чинників попиту. У міру зростання доходу люди купують усе більше різних товарів, навіть якщо їх ціни залишаються незмінними (кількість проданих автомобілів різко зростає при збільшенні рівня доходів);

б) *розмір ринку*, вимірюваний чисельністю населення, також безпосередньо впливає на криву ринкового попиту. Населення Донецької області, що становить 4,6 млн люд, купує приблизно в 4,6 рази більше машин, ніж населення Волинської області, яке складає 1 млн люд;

в) ще одним чинником, що впливає на попит, є *наявність зв'язаних благ і ціни на них*. Особливо тісний взаємозв'язок існує між товарами-субститутами, тобто тими товарами, які задовольняють приблизно одні й ті ж потреби: кукурудзяні і вівсяні пластівці, ручки й олівці, нафта і природний газ. Попит на товар А буде низьким, якщо ціна його замітника В теж низька;

г) окрім цих об'єктивних чинників, що впливають на попит, діє ще й ряд суб'єктивних, що називаються *смаками або перевагами*. Смаки відображають вплив культурних та історичних умов. Вони можуть стосуватися чисто психологічних або фізіологічних потреб (вода, продовження роду, відчуття). Також вони можуть стосуватися набутих, штучних потреб (сигарет, наркотиків, модних спортивних машин). Вони підвладні впливу традицій і релігії (блюда з яловичини популярні в Америці, але заборонені в Індії, а керрі з медузи, що вважається делікатесом в Японії, не популярне в американців);

д) попит на деякі товари схильний до впливу *особливих чинників*. Попит на пляжні парасольки в Сумах нижчий, ніж в сонячній Ялті, попит на кондиціонери зростає в жарку погоду. Крім того, очікування певної економічної ситуації в майбутньому, що особливо стосуються цін, можуть також чинити великий вплив на попит.

Сукупність чинників попиту подана в таблиці 2, в якій автомобілі використані як приклад.

Таблиця 2 – Чинники, які впливають на криву попиту на автомобілі

Чинники, що впливають на криву попиту	Приклади
1 Середній дохід	У міру зростання доходу люди купують більше автомобілів
2 Населення	У результаті зростання населення продається більше автомобілів
3 Ціни на зв'язані товари	Зниження цін на бензин підвищує попит на автомобілі
4 Смаки	Придбання нового автомобіля відповідно до статусу
5 Особливі чинники	Наявність альтернативних засобів пересування, безпека автомобілів, очікування підвищення цін у майбутньому і т.п.

1.2 Зрушення в попиті

Оскільки економічне життя змінюється, зрушення в попиті неминучі. Чому ж відбувається зсув кривої попиту? Тому що змінюються різні чинники, а не тільки ціна.

Розглянемо такий приклад. Відомо, що середній дохід українця різко впав під час тривалої економічної кризи 2008-2009 років. Оскільки вплив рівня доходів на попит на автомобілі є сильним, це означає, що повинна зменшитися кількість автомобілів, на яку існує попит (для кожної цінової категорії). Це означатиме зрушення кривої попиту, оскільки зменшення кількості "затребуваних" автомобілів відображає чинники, відмінні від власної ціни даного товару (рисунок 2).

Чистий ефект від змін чинників, що впливають на попит, називається зменшенням (або збільшенням) попиту. Зменшення попиту на автомобілі відображене на рисунку 3 (крива попиту змістилася вліво). Цей зсув означає, що менша кількість автомобілів буде куплена по кожній ціновій категорії.

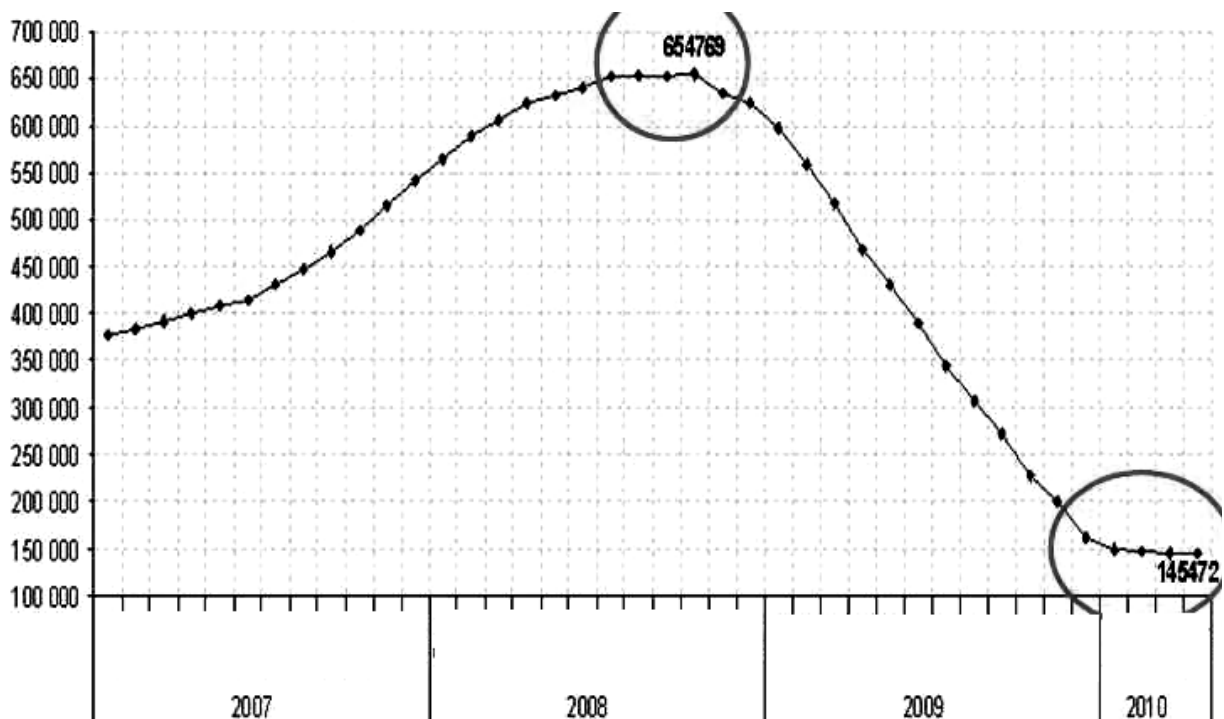


Рисунок 2 – Графік попиту на нові автомобілі в Україні в період із січня 2007 року по квітень 2010 року

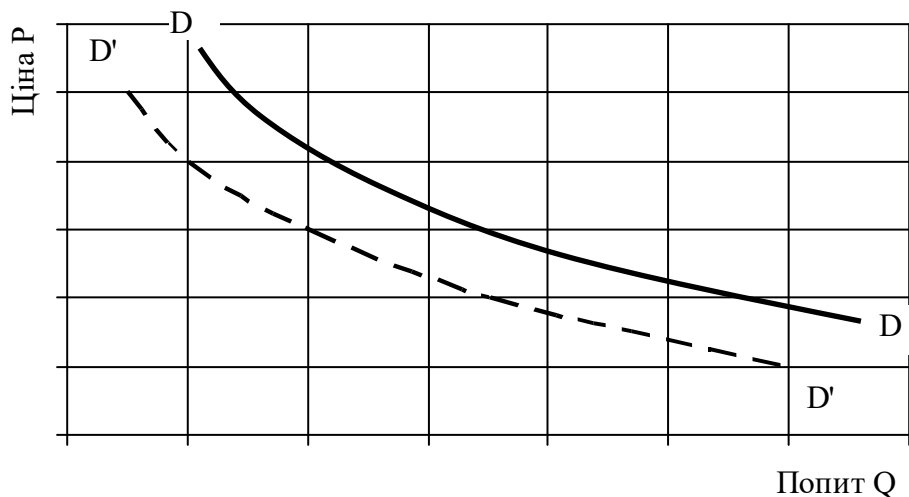


Рисунок 3 – Зсув кривої попиту на автомобілі

Через зміну чинників, що лежать в основі попиту, змінюється і сам попит на автомобілі. Це зсув – результат зниження середнього доходу, зменшення чисельності населення, підвищення цін на бензин.

2 ГРАФІК ПРОПОЗИЦІЇ

Перейдемо до вивчення пропозиції. Звичайно за допомогою пропозиції ринок "повідомляє" про ті умови, при яких підприємства виробляють і продають свою продукцію. Проаналізувавши пропозицію картоплі, визначимо, яка її кількість буде виставлена на ринок при кожній ціні на неї. Кажучи точніше, ми побачимо залежність між величиною пропозиції блага і його ціною, за інших рівних умов. При обговоренні пропозиції будемо вважати незмінними такі умови: витрати виробництва, ціни на зв'язані блага і державну політику.

Графік пропозиції (або крива пропозиції) товару показує взаємозв'язок ринкової ціни і кількості цього товару, яку виробники хочуть виробити і продати за інших рівних умов.

2.1 Крива пропозиції

У таблиці 3 наведені дані про взаємозв'язок гіпотетичної пропозиції картоплі з її ціною, а рисунок 4 відображає ці ж табличні дані у вигляді кривої пропозиції. Звідси видно, що якщо 1 кг картоплі коштуватиме 1 грн, то ніхто не буде його виробляти. При такій низькій ціні виробники сільськогосподарської продукції, ймовірно, захочуть організувати на своїх підприємствах виробництво інших її видів, наприклад цукрового буряку, який принесе їм більший прибуток, ніж картопля. У міру зростання ціни картоплі збільшуватиметься її виробництво.

Таблиця 3 – Шкала пропозиції картоплі

Точка на рисунок 4	Ціна P, грн/кг	Величина пропозиції Q, млн кг на рік
A	5	18
B	4	16
C	3	12
D	2	7
E	1	0

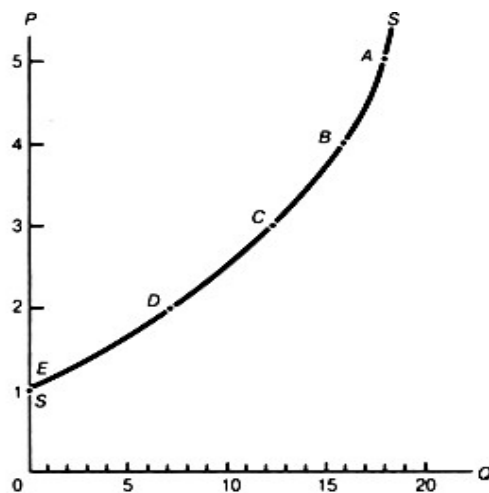


Рисунок 4 – Крива пропозиції на картоплю

Рисунок 4 відображає типовий приклад висхідної кривої пропозиції окремого товару. *Основною причиною, що визначає напрям нахилу кривої, є дія закону спадної віддачі.*

Пояснимо цей важливий закон на прикладі вина. Якщо попит на вино збільшиться, то доведеться залучити додаткових працівників на ті ж самі обмежені ділянки землі, придатні для вирощування певних сортів винограду. Кожен новий робітник додаватиме все менше і менше додаткового продукту. Тому ціна, яку потрібно буде заплатити за цю додаткову кількість вина, буде вищою. Піднімаючи ціну на вино, суспільство може підштовхнути виноробів до виробництва і продажу більшої кількості цього продукту, тому крива пропозиції вина буде висхідною. Подібне пояснення можна застосувати і до інших благ.

2.2 Чинники, які впливають на пропозицію

При вивченні сил, що впливають на криву пропозиції, необхідно постійно пам'ятати про те, що виробники поставляють товари для отримання прибутку, а не для розваги або з милосердя. Наприклад, виробник виробів з картоплі поставить більше чіпсів при вищій ціні, тому що це принесе йому прибуток, і, навпаки, якщо їх ціна опуститься нижче за витрати виробництва, підприємці виготовлятимуть щось інше.

Одним з основних елементів кривої пропозиції є витрати виробництва. Якщо виробничі витрати нижчі за ринкову ціну, то виробнику вигідно поставляти великий обсяг товару. Якщо ж вони вищі за ринкову ціну, то підприємства виробляють меншу кількість товару, переходять на виробництво інших товарів або просто припиняють свою діяльність.

Витрати виробництва в першу чергу визначаються цінами на ресурси і технічним прогресом. Ціни на такі ресурси, як праця, енергія або устаткування, дійсно значно впливають на витрати виробництва при даному його рівні. Наприклад, коли в 1970-х роках ціни на нафту різко підскочили, це привело до підвищення цін на енергію, споживану виробниками, внаслідок чого збільшилися їх виробничі витрати і зменшилася пропозиція їх товарів. Через істотне зниження за три останні десятиліття цін на

комп'ютери підприємці почали інтенсивно замінювати ручну працю комп'ютерною там, де це можливо (наприклад при здійсненні операцій з банкоматами).

Не менш важливий чинник, що визначає рівень витрат виробництва, - технічний прогрес, суть якого полягає в змінах, що дозволяють знижувати кількість необхідних ресурсів, використовуваних при виробництві одного і того ж обсягу виробництва. Ці зміни можуть відбуватися в різних формах, починаючи із справді революційних наукових відкриттів, що дозволяють удосконалити існуючі технології, і закінчуючи простою реорганізацією процесу виробництва. Наприклад, за останні десять років підприємства почали працювати ефективніше. Для того, щоб зробити автомобіль, сьогодні потрібно набагато менше часу, ніж десять років тому. Це удосконалення дозволяє автомобілебудівникам виробляти більше машин при тих же витратах.

Але витрати виробництва – не єдиний чинник, що впливає на криву пропозиції. Підприємства завжди мають нагоду альтернативно використовувати свої виробничі фонди. *Тому на пропозицію також впливають ціни зв'язаних товарів, особливо тих, які можуть бути швидко замінені без істотної зміни виробничого процесу. Якщо ціна одного з таких товарів збільшиться, то пропозиція субституту зменшиться. Наприклад, автомобільні компанії зазвичай випускають декілька різних моделей одного автомобіля на одному і тому ж заводі. Якщо попит на якусь модель збільшився і її ціна теж виросла, то вони організують виробництво цієї моделі на складальних конвеєрах, які раніше брали участь у випуску інших моделей. У результаті таких дій пропозиція останніх знизиться. Або ж, якщо збільшиться попит і ціна на вантажівки, то все підприємство може переключитися на їх виробництво. Отже, пропозиція легкових автомобілів зменшиться.*

Державна політика також значно впливає на криву попиту. Рішення, пов'язані з охороною навколишнього середовища і здоров'ям населення, визначають, які технології можуть бути використані у виробничому процесі, тоді як податки і закони про мінімальну зарплату можуть значно збільшити ціни на ресурси. На місцевому ринку енергоносіїв державні органи

регулюють кількість підприємств, які можуть працювати на цьому ринку, а також граничні ціни на їх продукцію і послуги. Державна торговельна політика також значно впливає на пропозицію. Наприклад, якщо угода про вільну торгівлю відкриє ринок України для європейських товарів, це збільшить їх пропозицію.

На криву попиту впливають особливі чинники (таблиця 4). Погодні умови значно впливають на сільське господарство і виробництво спортивних товарів, наприклад лиж. Комп'ютерна промисловість була "пронизана" духом інновацій, які привели до нескінченного потоку нових товарів. Ринкова структура, разом з ціновими очікуваннями, також значно впливає на рішення, що приймаються виробниками про пропозицію своїх товарів.

Таблиця 4 – Основні чинники, які впливають на пропозицію (в якості прикладу використані автомобілі)

Чинники	Приклади
1 Технології	Комп'ютеризація виробництва знижує витрати виробництва і збільшує пропозицію
2 Ціни на ресурси	Зниження зарплати робітників зменшує витрати виробництва і збільшує пропозицію
3 Ціни на зв'язані товари	Якщо ціни на вантажівки знижуються, то пропозиція легкових автомобілів збільшується
4 Державна політика	Відміна квот і тарифів на імпортовані автомобілі збільшує пропозицію автомобілів
5 Особливі чинники	Якщо уряд знизить вимоги до устаткування, яке контролює забруднення повітря, то пропозиція автомобілів може зрости

2.3 Зрушення в пропозиції

Підприємства постійно змінюють асортимент товарів, що випускаються, і послуг, що надаються. Чим обумовлені такі зрушення?

Коли йдеться про зміну чинників (окрім ціни), що впливають на пропозицію товарів, то ці зміни називаються зрушеннями в пропозиції. Пропозиція збільшується (або

зменшується), коли збільшується (або зменшується) запропонована, в кожній цінній категорії, кількість товарів.

Коли змінюються ціни на автомобілі, виробники регулюють об'єм виробництва і величину пропозиції, але пропозиція і крива пропозиції залишаються незмінними. Інакше, коли змінюються інші чинники, що впливають на пропозицію, змінюються і пропозиція, і крива пропозиції.

Можна пояснити зміну пропозиції на прикладі ринку автомобілів. Пропозиція збільшиться, якщо:

- завдяки комп'ютеризації проектування і виробництва відбудеться зниження витрат виробництво за рахунок зменшення потреби в працівниках;

- робітники згодяться на зменшення зарплати;

- уряд змінить деякі законодавчі обмеження, діючі в галузі.

Будь-який з цих чинників дозволить збільшити пропозицію автомобілів у кожній цінній категорії. Рисунок 5 графічно відображає цю ситуацію.

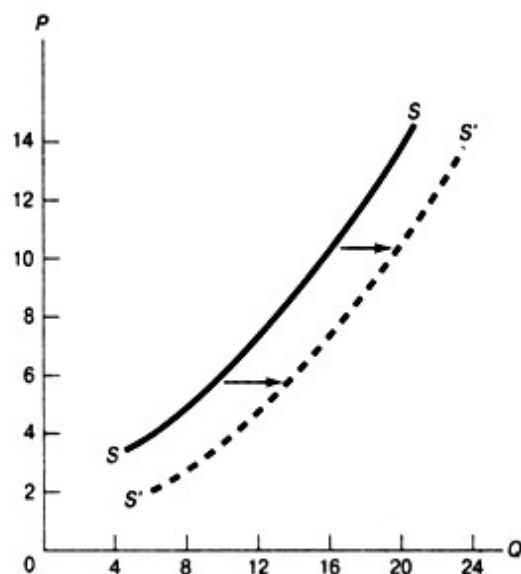


Рисунок 5 – Збільшення пропозиції автомобілів

У міру зменшення витрат виробництва або посилення конкуренції з боку іноземних виробників пропозиція автомобілів зростає. Вітчизняні й іноземні виробники поставлятимуть більше

автомобілів у кожній цінній категорії, тому крива пропозиції зміститься вправо.

3 РІВНОВАГА ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ

Дотепер розглядалися пропозиція і попит ізольовано. Відомо, яку кількість товару охоче куплять або продадуть при кожній ціні. Видно, що споживачі пред'являють попит на різну кількість картоплі, автомобілів і комп'ютерів, оскільки він є функцією цін відповідних товарів. Аналогічно, виробники поставлять різну кількість тих або інших товарів залежно від їх ціни. Але як можна об'єднати ці дві складові ринку?

Відповідь буде такою: у результаті взаємодії попиту і пропозиції встановлюються рівноважна ціна і рівноважний обсяг, або ринкова рівновага. *Ринкова рівновага настає при тій ціні і тій кількості товару, коли сили попиту і пропозиції врівноважуються.* При рівноважній ціні кількість товару, яку хочуть купити споживачі, дорівнює кількості товару, яку продавці хочуть продати. Це положення називається рівноважним, тому що коли попит і пропозиція знаходяться в рівновазі, немає ніяких причин для зростання або зниження ціни до тих пір, поки всі інші умови залишаються незмінними.

Розглянемо приклад з картоплею з таблиці 5, щоб побачити, як попит і пропозиція визначають ринкову рівновагу. Числові значення показників для цієї таблиці узяті з таблиць 1 і 3. Для того, щоб визначити ринкову ціну і кількість, ми повинні знайти ціну, при якій кількість бажаної продукції збігається з кількістю запропонованої. Почнемо з ціни 5 грн/кг. Як довго вона протримається? Напевно, не дуже. Як показує рядок А таблиці 5, по 5 грн/кг виробники захочуть продати 18 млн кг на рік, тоді як покупці захочуть купити тільки 9 млн кг на рік. Величина пропозиції при ціні по 5 грн/кг перевищить величину попиту, запаси картоплі будуть «порошитися» на складах. У зв'язку з тим, що дуже мало покупців «полюватиме» за дуже великою кількістю картоплі, ціна на неї знижуватиметься, як це показано в стовпці 5 таблиці 5.

Таблиця 5 – Об'єднання попиту і пропозиції на картоплю

	Можливі ціни грн/кг	Величина попиту, млн кг на рік	Величина пропозиції, млн кг на рік	Стан ринку	Дія на ціну
A	5	9	18	Надлишок	Пониження
B	4	10	16	Надлишок	Пониження
C	3	12	12	Рівновага	Нейтральна
D	2	15	7	Дефіцит	Підвищення
E	1	20	0	Дефіцит	Підвищення

Розглянемо ціну у 2 грн/кг. Поглянувши на рядок D, побачимо, що при такій ціні споживання перевищить виробництво. Завали на складах почнуть зменшуватися, поки не зникнуть зовсім. Люди «нишпоритимуть» всюди у пошуках бажаної картоплі, напружуючи ціни, як це показано в стовпці 5 таблиці 5.

Можна поекспериментувати і з іншими цінами, але все таки немає сумнівів, що рівноважна ціна дорівнює 3 грн/кг (рядок C таблиці 5). При такій ціні кількість бажаної продукції в точності збігатиметься з кількістю запропонованої, кожна з яких буде дорівнювати 12 одиницям. Тільки при ціні 3 грн/кг рішення споживачів і виробників будуть узгоджені.

Ринкова рівновага встановлюється при такій ціні, при якій кількість бажаної продукції дорівнюватиме кількості запропонованої. При такій рівновазі ціна не проявлятиме тенденції ні до зростання, ні до зменшення.

3.1 Використовування кривих пропозиції і попиту для визначення рівноважного стану

Часто показують ринкову рівновагу за допомогою графіків попиту і пропозиції (рисунок 6). На цьому графіку, де об'єднані крива попиту з рисунка 1 і крива пропозиції з рисунка 4, можна якнайкраще показати ринкову рівновагу. Об'єднання цих двох графіків можливе тому, що на їх осях відкладені одні й ті ж одиниці.

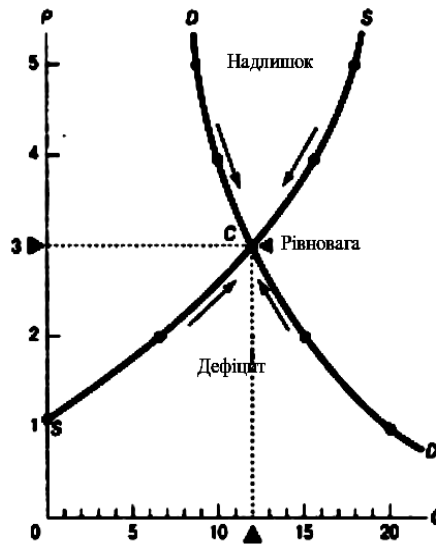


Рисунок 6 – Ринкова рівновага

Можна знайти ринкову рівновагу в тому випадку, якщо знайдемо ціну, при якій кількість бажаної продукції буде рівною кількості запропонованої. Рівноважна ціна знаходиться на перетині кривих пропозиції і попиту – в точці С.

Чому перетин кривих пропозиції і попиту – це ринкова рівновага? Повторимо попередній експеримент. Почнемо з первинної високої ціни в 5 грн/кг. При цій ціні виробники захочуть продати більше, ніж споживачі захочуть купити. У результаті з'явиться надлишок, тобто перевищення величини пропозиції над величиною попиту. Він показаний на рисунку 6 написом «надлишок». Стрілки уздовж кривих показують, у якому напрямі «рухатиметься» ціна, коли на ринку з'являться надлишки.

Рівноважні ринкова ціна і ринковий обсяг знаходяться в точці перетину кривих пропозиції і попиту. При ціні в 3 грн/кг у точці С підприємства захочуть виробляти стільки ж, скільки споживачі захочуть купити. Якщо ціна дуже низька (припустимо, 2 грн/кг), то кількість бажаної продукції перевищить кількість запропонованої. Тоді виникне дефіцит товару, і ціни "рухатимуться" до рівноваги.

При низькій ціні (2 грн/кг) на ринку виникне дефіцит товару, або перевищення кількості бажаної продукції над кількістю запропонованої. Він показаний на рисунку 6 написом «дефіцит». В умовах дефіциту конкуренція серед покупців за обмежені блага викличе підвищення цін, як це показано на рисунку 6 стрілками, спрямованими вгору.

Тепер ми бачимо, що баланс, або рівновага, між попитом і пропозицією знаходиться в точці С, у якій криві пропозиції і попиту перетинаються. У цій точці, де ціна дорівнює 3 грн/кг, кількість – 12 одиницям, кількість бажаної продукції дорівнює кількості запропонованої, немає ні дефіциту, ні надлишку, і отже, немає тенденції ні до підвищення, ні до зниження цін. Точка С – це єдина точка, де сили пропозиції і попиту знаходяться в рівновазі і встановлюється стійка ціна.

3.2 Результат зрушення кривих пропозиції і попиту

Аналіз моделі «попит-пропозиція» може розповісти не тільки про рівноважну ціну або рівноважний обсяг. Його також можна використовувати для прогнозування результатів змін економічної ситуації для цін і обсягів. Візьмемо, наприклад, хліб. Припустимо, що у зв'язку з поганою погодою ціни на пшеницю зросли, тому крива пропозиції хліба зміститься вліво. Цей зсув показаний на рисунку 7, на якому крива пропозиції хліба зсунулася з SS на S'S'. На відміну від неї, крива попиту залишилася на місці – люди хочуть щодня «мати свій бутерброд», незалежно від того, хороший був урожай чи ні.

Що відбувається на ринку хліба? Поганий урожай став причиною того, що пекарні випікають менше хліба при старих цінах, тому величина попиту перевищує величину пропозиції. У результаті ціна на хліб починає підвищуватися, стимулюючи виробництво і збільшуючи пропозицію. При цьому одночасно відбувається скорочення споживання і зниження попиту. Ціна продовжує рости до тих пір, поки величина пропозиції і величина попиту знов не стануть рівними.

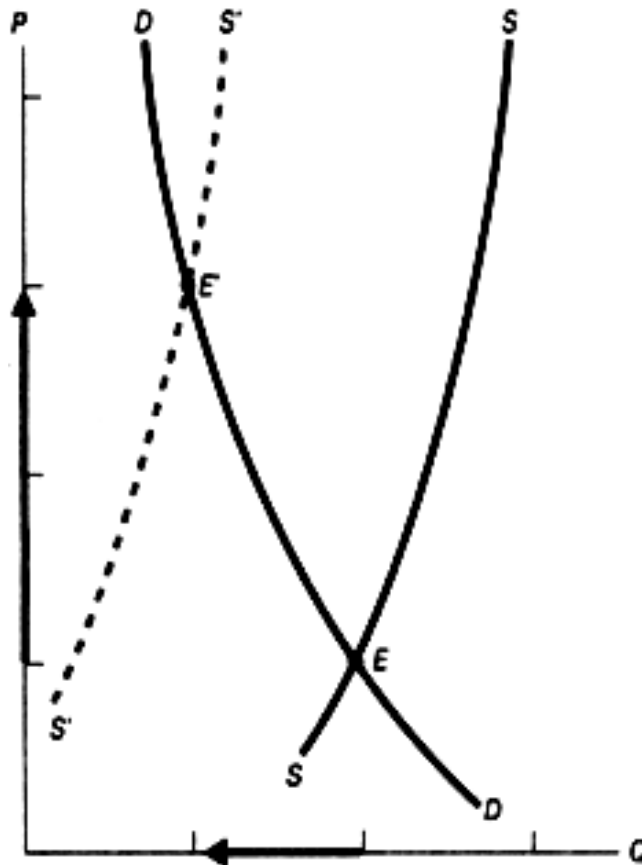


Рисунок 7 – Зсув кривої пропозиції і зміна рівноважних ціни й обсягу

Як показує рисунок 7, нова рівновага знаходиться в точці E' – місці перетину нової кривої пропозиції $S'S'$ з початковою кривою попиту. Таким чином, поганий урожай (або будь-який інший зсув кривої пропозиції вліво) відповідно до закону попиту призводить до збільшення цін і зменшення кількості бажаної продукції.

Також можна використовувати модель "попит-пропозиція" для того, щоб досліджувати, як зміни попиту впливають на ринкову рівновагу. Припустимо, що доходи українських сімей різко зросли, і всі захотіли їсти більше хліба. Ця ситуація показана на рисунку 8 у вигляді «зсуву кривої попиту», коли при кожній ціні споживачі захочуть купити більше хліба. Таким чином, крива попиту зміститься вправо – з DD на $D'D'$.

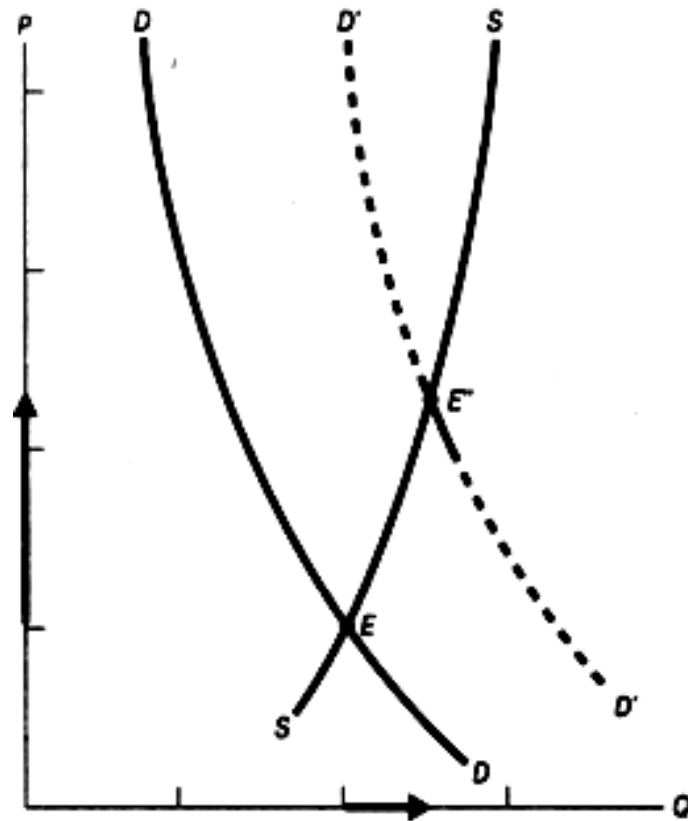


Рисунок 8 – Зсув кривої попиту і зміна рівноважних ціни й обсягу

Зсув кривої попиту призведе до дефіциту хліба за старою ціною. Люди почнуть «ганятися» за хлібом, шикуючись у довгі черги біля булочних. Ціни повзтимуть угору до тих пір, поки пропозиція і попит знов не дійдуть рівноваги при вищій ціні. Збільшення попиту змістило ринкову рівновагу з точки E в точку E'.

В обох прикладах зсуву кривих – пропозиції і попиту – значення змінної, що лежить в їх основі, змінилося. Зміна пропозиції могла бути результатом зміни технології або цін на ресурси. Зміна попиту могла відбутися під впливом одного з чинників, що визначають споживацький попит, таких як доходи, чисельність населення, ціни на зв'язані товари або смаки (таблиця 6).

Зміна елементів, що лежать в основі попиту або пропозиції, веде до зсуву кривих попиту і пропозиції і до змін у ринкових рівноважних значеннях ціни і кількості.

Таблиця 6 – Вплив зсувів кривих попиту і пропозиції на ціну й обсяг

Зміна попиту та пропозиції	Зсуви кривих пропозиції і попиту	Вплив на ціну й обсяг
Якщо попит збільшується...	то крива попиту зміщується вправо і...	ціна росте, обсяг збільшується
Якщо попит зменшується...	то крива попиту зміщується вліво і...	ціна падає, обсяг зменшується
Якщо пропозиція збільшується...	то крива пропозиції зміщується вправо і...	ціна падає, обсяг збільшується
Якщо пропозиція зменшується...	то крива пропозиції зміщується вліво і...	ціна росте, обсяг зменшується

3.3 Інтерпретація змін ціни і кількості

Повернемося до прикладу з хлібом. Припустимо, що ми пішли в магазин і побачили, що ціна на хліб виросла у два рази. Чи означає таке підвищення, що попит на хліб збільшився, або це означає, що виробництво хліба стало дорожчим? Без додаткової інформації ми не можемо дати правильну відповідь і сказати, чим насправді це викликано - правильною може виявитися як перша, так і друга причина, і навіть обидві причини одразу. Розглянемо інший приклад: було продано менше авіаквитків. Це відбулося тому, що тарифи на авіап перевезення збільшилися, або тому, що зменшився попит на авіаперельоти? Керівникам авіакомпаній було б дуже цікаво одержати відповідь на це питання!

Економісти весь час намагаються знайти відповіді на подібні питання: чи є зміна цін і обсягу на ринку результатом зміни в пропозиції або попиті? Іноді, в простих ситуаціях, одночасний аналіз ціни й обсягу дозволяє зрозуміти, що відбулося – зсув кривої пропозиції або ж кривої попиту. Наприклад, збільшення ціни на хліб, супроводжуване зменшенням обсягу, дозволяє припустити, що крива пропозиції змістилася вліво (тобто відбулося зменшення пропозиції). Якщо ж підвищення ціни супроводжувалося збільшенням обсягу, то можна припустити, що крива попиту на хліб змістилася вправо (тобто відбулося збільшення попиту).

Ці зміни відображені на рисунках 9 і 10. На обох графіках обсяг збільшується, але на рисунку 9 ціна росте, а на рисунку 10 –

знижується. На рисунку 9 відображений випадок збільшення попиту або зсуву кривої попиту. У результаті зсуву кривої рівноважний обсяг бажаної продукції зростає з 10 до 15 одиниць. Приклад руху вздовж кривої попиту показаний на рисунку 10. У цьому випадку зсув кривої пропозиції переміщає ринкову рівновагу з точки E в точку E' . У результаті величина попиту змінюється з 10 до 15 одиниць. Але попит у цьому випадку не змінюється, збільшується сама величина попиту, оскільки споживачі переміщуються по своїй кривій попиту з E на E' у відповідь на зміну цін.

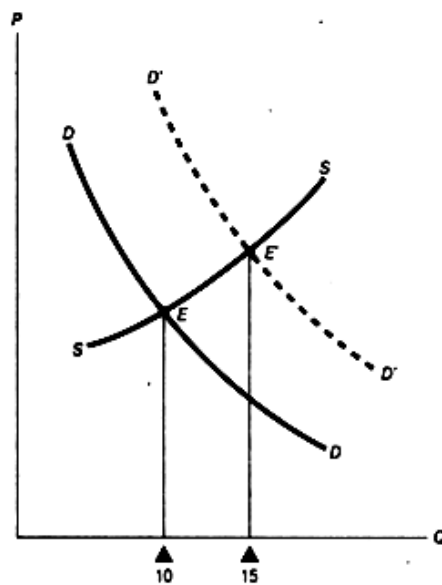


Рисунок 9 – Зсув кривої попиту

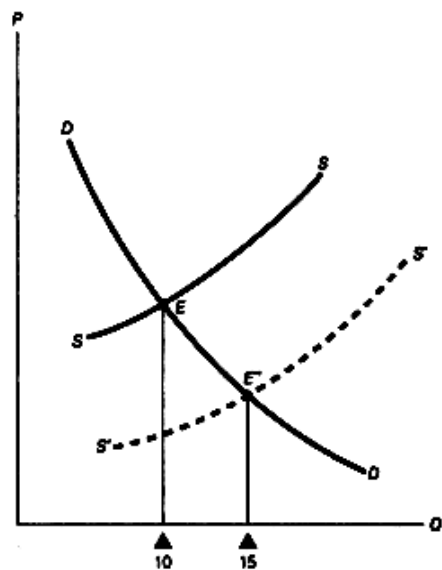


Рисунок 10 – Рух уздовж кривої попиту

3.4 Нормування за допомогою цін

Тепер детально розглянемо, як працює ринковий механізм. Встановлюючи рівноважні ціни і рівноважні обсяги всіх ресурсів і випуску, ринок розподіляє або нормує рідкісні блага, що є у розпорядженні суспільства, серед можливих способів їх використання. Хто здійснює нормування? У результаті взаємодії пропозиції і попиту такі блага розподіляє ринок. Це і є нормування за допомогою цін.

Які блага потрібно виробляти? Відповіді на це питання допомагають "сигнали", "надіслані" ринковими цінами. Високі ціни на нафту стимулюють розширення її виробництва, тоді як низькі ціни на продукти харчування викликають скорочення зайнятих у сільському господарстві і перехід решти ресурсів в інші сфери діяльності.

Для кого виробляються блага? Розподіл доходів і споживання цілком і повністю залежить від товщини гаманця. Вищі доходи припускають вищий рівень життя. Наявність грошей дозволяє задовольнити найбільш насущні потреби відповідно до кривої попиту.

Навіть питання "Як?" розв'язується пропозицією і попитом. Коли ціни на зерно низькі, фермерам не вигідно використовувати дорогу техніку та іригаційну систему, вони обробляють тільки найкращі землі. Коли ціни на нафту високі, нафтові компанії бурять глибоководні свердловини у відкритому морі і використовують раніше не існуючі методи пошуку нафти.

ВИСНОВКИ

Ознайомившись основами аналізу попиту і пропозиції, ми почали розуміти, як потреба в благах, представлена попитом, взаємодіє з вартістю благ (відображеною у вигляді витрат на їх виробництво), представленою пропозицією. Подальше вивчення попиту і пропозиції покаже, як можна їх використовувати в інших важливих сферах.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРА

- 1 Микро-, макроэкономика. Практикум /Под общ. ред. Ю.А. Огибина. – СПб.: Литература плюс, 1994. – 432 с.
- 2 Самуэльсон. П. Экономика. – М.: МГП "Алгон", 1992. – Т. 1. – 334 с.
- 3 Самуэльсон. П. Экономика. – М.: МГП "Алгон", 1992. – Т. 2. – 416 с.
- 4 Самуэльсон П.Э., Нордхаус В.Д. Экономика: Пер. с англ.: - 16-е изд. – М.: Вильямс, 2001. – 688 с.

