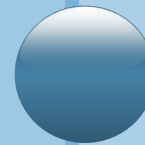


Попит і його чинники



Визначення попиту



◎ **Попит (D – demand)** – це бажання і можливість споживача купити певну кількість певного товару за наявними цінами



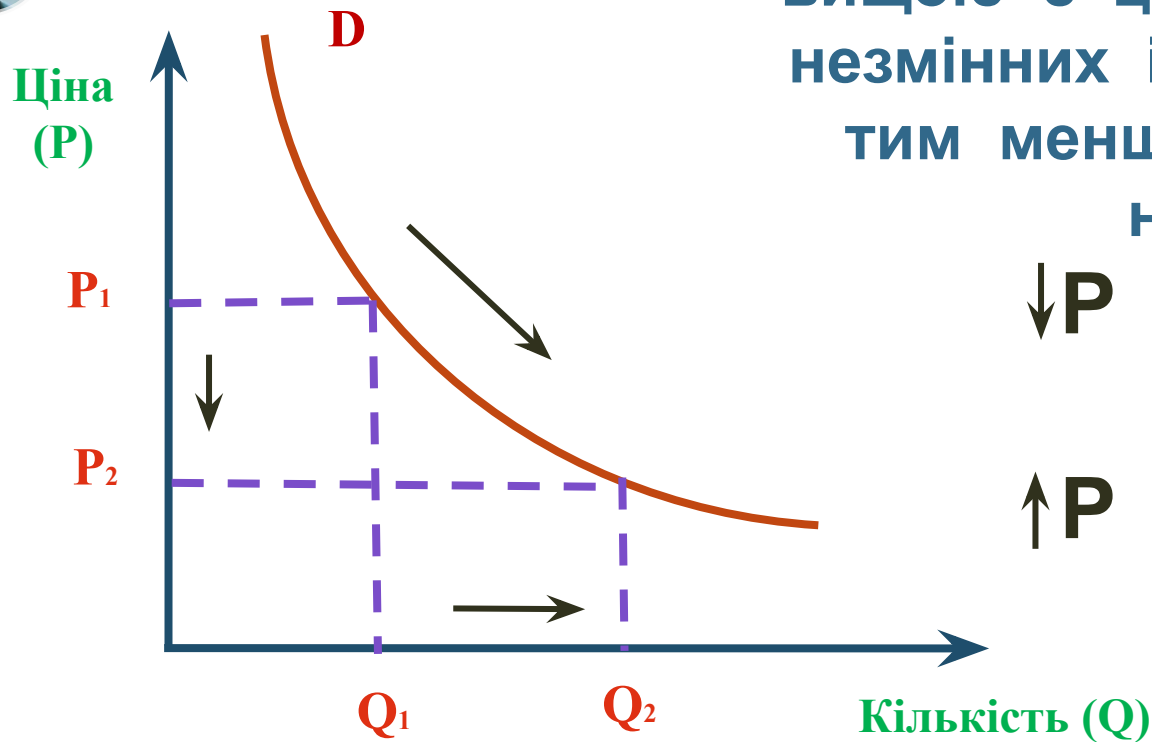
□ *Величина попиту (Q_p)* – кількість товару, яку бажають і можуть придбати покупці в певний час за певною ціною.

□ *Ціна попиту* – максимальна ціна, яку готовий заплатити покупець за одиницю товару.



Графічна залежність між ціною та величиною попиту

Закон попиту: чим вищою є ціна на товар за незмінних інших чинників, тим меншим є попит на нього.



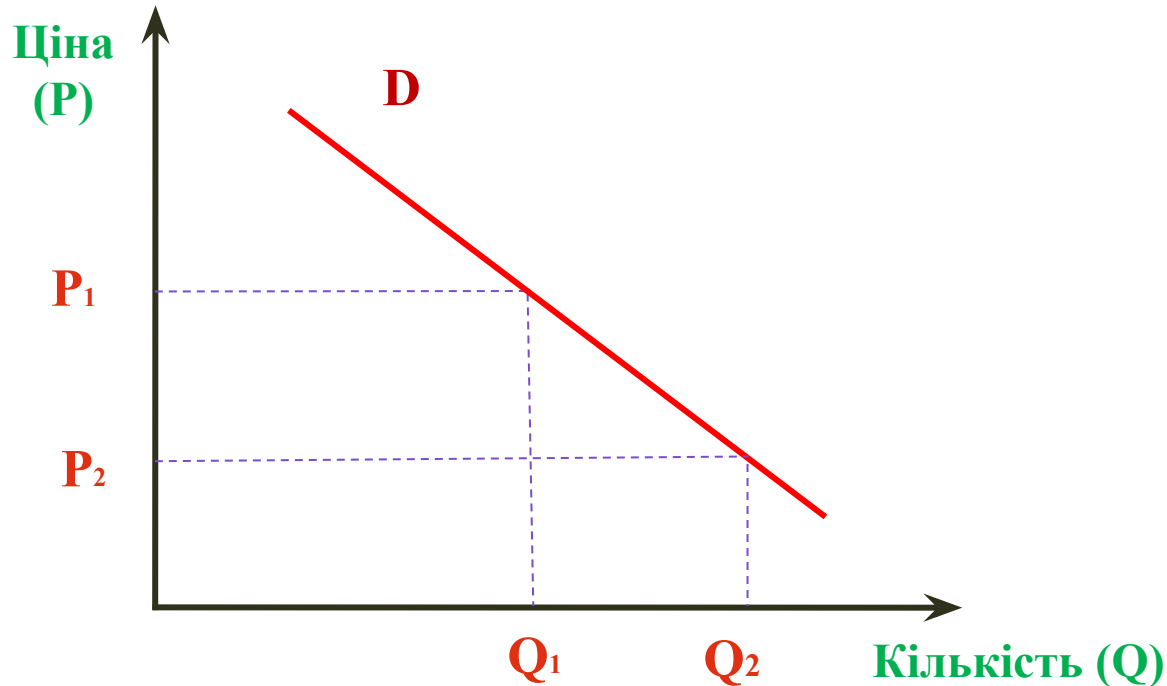
$\downarrow P \rightarrow \uparrow Q$

$\uparrow P \rightarrow \downarrow Q$



Графічна залежність

між ціною та величиною попиту



Лінійна функція попиту може бути записана наступним чином:

$$Q_d = a - b \times P,$$

де P – ціна за одиницю товару,

Q_d – величина попиту на товар, a, b – константи



Закон попиту не діє

У разі дефіциту товарів і ажіотажного попиту

Щодо рідкісних і дорогих товарів, придбання яких є засобом зберігання

У випадку переключення попиту з менш якісних на більш якісні товари, навіть якщо знизилася ціна на перші

Щодо товарів престижного споживання (ефект Веблена, або снобістський ефект)

Щодо товарів, які становлять чималу частку у витратах незаможних споживачів, попит на які змінюється в тому ж напрямі, що й ціна). Ефект Гіффена

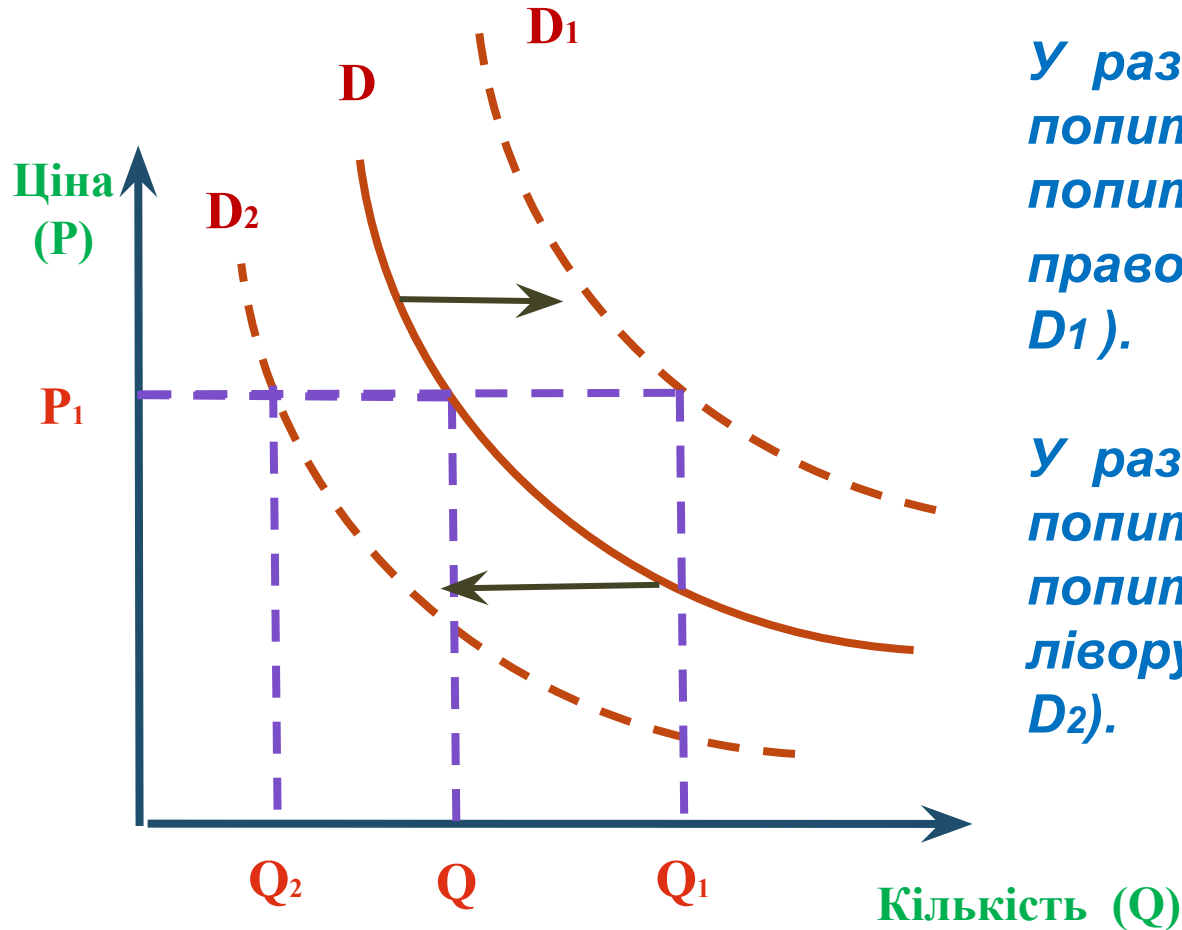
Нецінові чинники попиту



Чинники	Пояснення
Уподобання споживачів (смаки та мода)	Якщо товар стає модним, попит на нього зростає, і навпаки
Зміна доходу споживачів	У разі зростання доходів споживачів попит підвищується, і навпаки
Ціни інших товарів	Якщо товари взаємозамінні, то зміна ціни одного товару приводить до однонаправленої зміни попиту на взаємозамінний товар. У разі взаємодоповнюваних товарів зміна ціни одного товару приводить до протилежної зміни попиту на взаємодоповнюваний товар
Кількість покупців на ринку	Чим більше покупців, тим вищий ринковий попит, і навпаки
Очікування покупців щодо зміни цін	У разі очікування підвищення цін попит збільшується – виникає азіотажний попит, і навпаки



Зсуви кривої попиту під дією нецінових факторів



У разі підвищення попиту крива попиту зсувається праворуч (від D до D_1).

У разі зниження попиту крива попиту зсувається ліворуч (від D до D_2).

Еластичність попиту



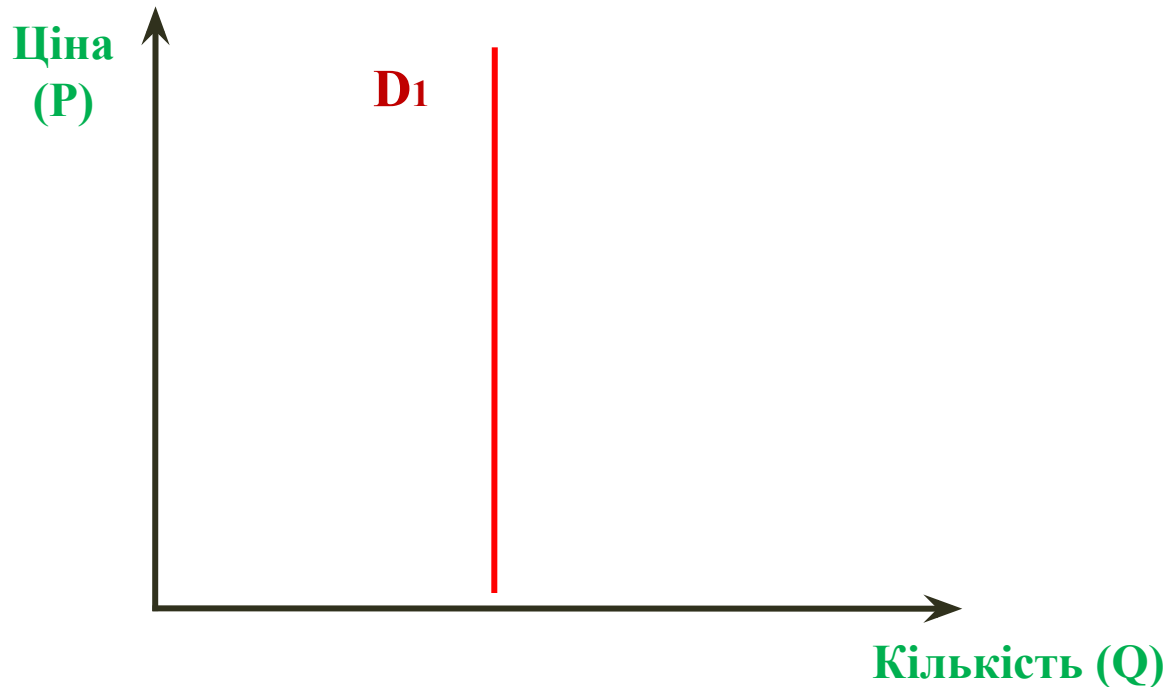
□ *Еластичність попиту* – коефіцієнт, що відображає, в якій мірі із зміною ціни змінюється величина попиту.

□ **Загальна формула для визначення коефіцієнту еластичності буде такою:**

$$E = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

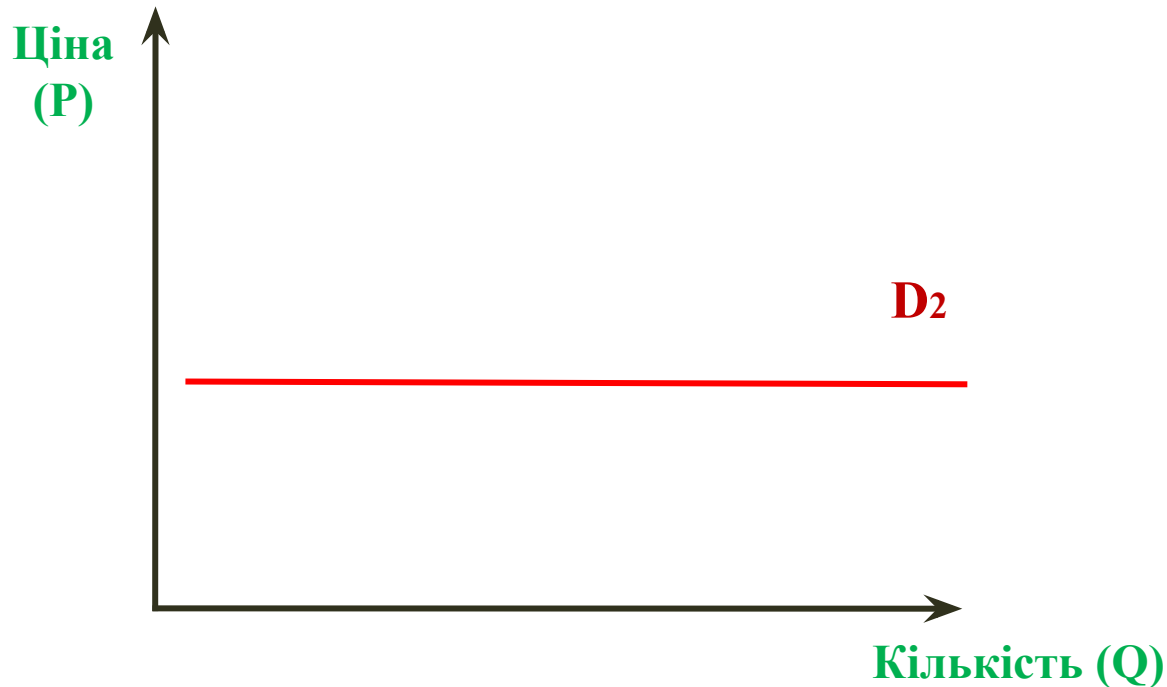
де E - значення коефіцієнта еластичності;
 $\Delta Q\%$ – зміна величини попиту у відсотках;
 $\Delta P\%$ – зміна ціни у відсотках.

Графічне зображення еластичності попиту



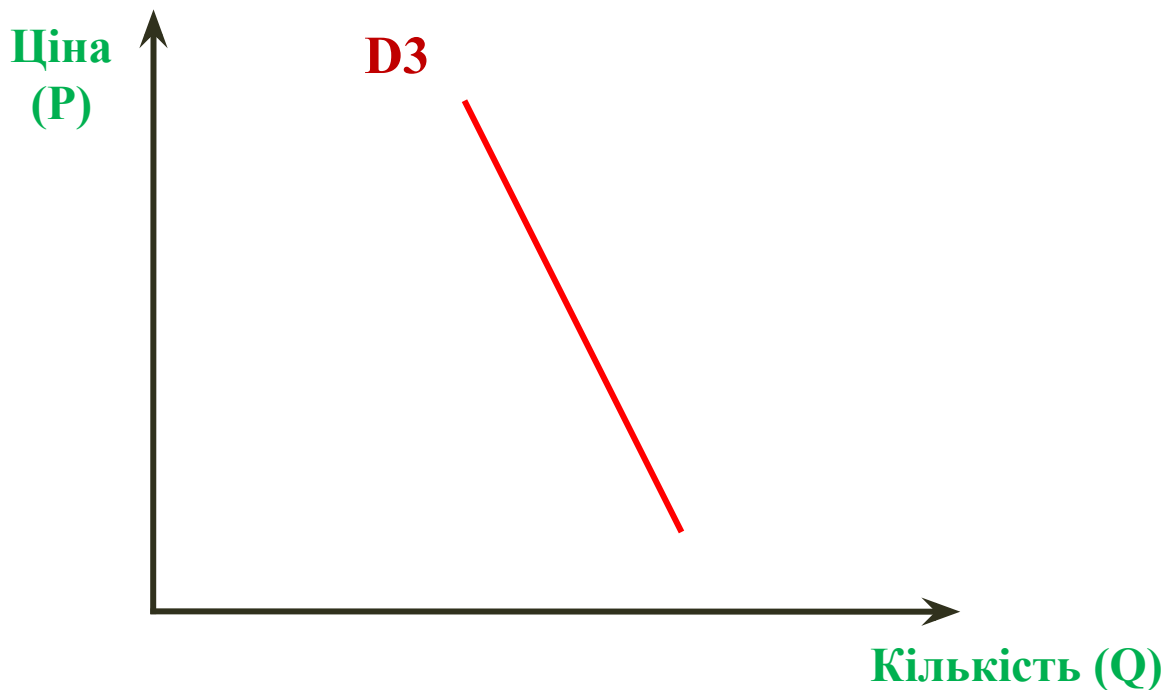
D_1 – абсолютно нееластичний попит (висока нагальність потреби). Коефіцієнт цінової еластичності в цьому випадку $E = 0$ (товари стабільного попиту (життєво необхідні ліки, дитяче харчування))

Графічне зображення еластичності попиту



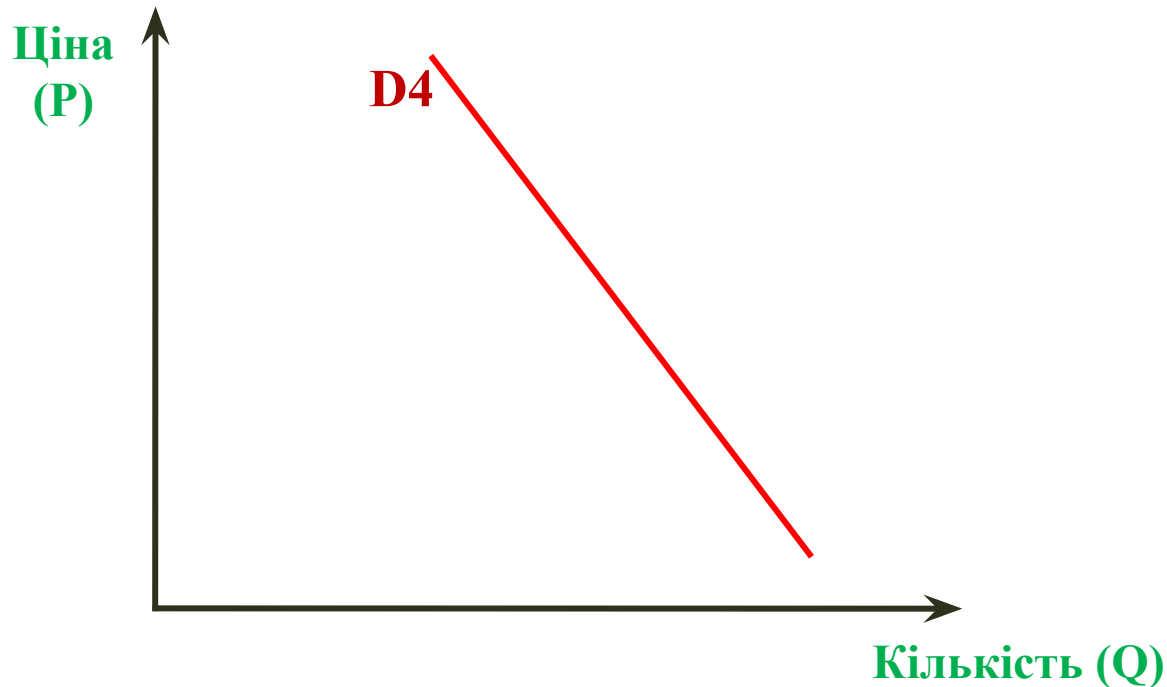
D_2 – абсолютно еластичний попит (будь-яка кількість товару буде продана по тій самій ціні, що являє собою ситуацію досконалої конкуренції на ринку). Коефіцієнт цінової еластичності в цьому випадку $E = \infty$

Графічне зображення еластичності попиту



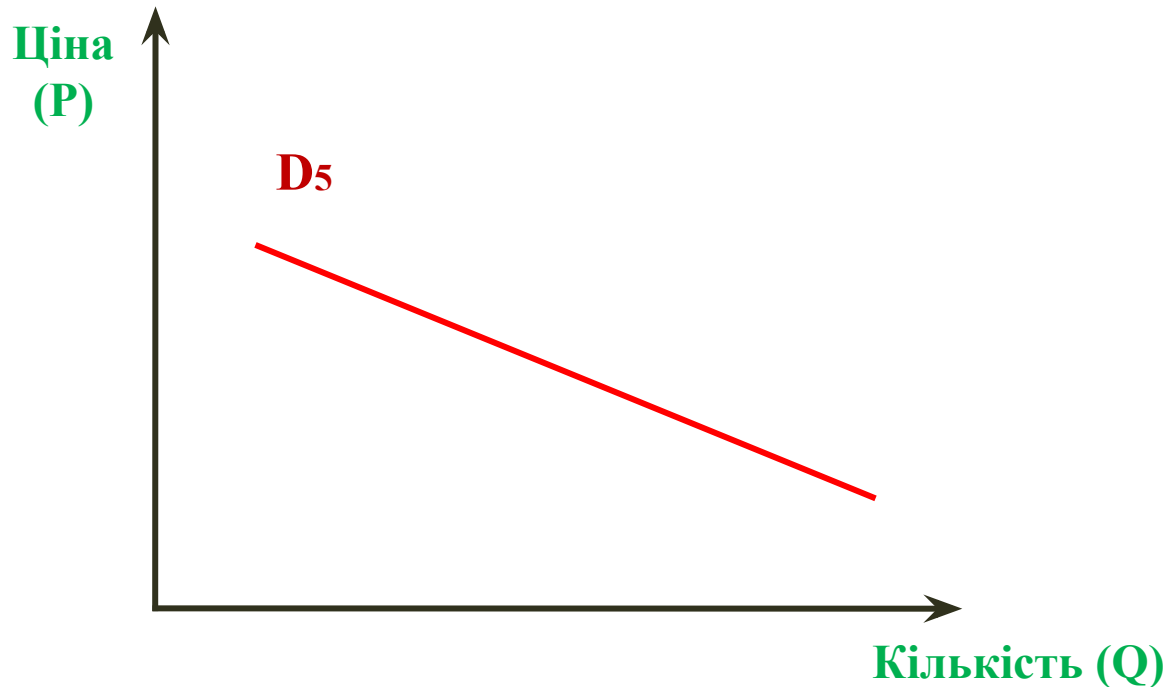
D_3 – нееластичний попит (товари першої необхідності: молоко, хліб). Коефіцієнт цінової еластичності в цьому випадку $E < 1$ (товари низькоеластичного попиту (основні продукти харчування, громадський транспорт))

Графічне зображення еластичності попиту



D_4 – графік одиничної еластичності попиту.
Коефіцієнт цінової еластичності в цьому випадку $E = 1$ (нормальні товари (житло, деякі продукти харчування))

Графічне зображення еластичності попиту



D_5 - еластичний попит, характерний для товарів розкоші. Коефіцієнт цінової еластичності в цьому випадку $E > 1$ (Товари високоеластичного попиту (меблі, парфуми, книги, квіти тощо))

Причини, які визначають цінову еластичність попиту



- **Замінність товарів для споживачів.** Чим вищий ступінь замінності товару або послуги для споживача, тим попит на товар або послугу еластичніший.
- **Багатофункціональність товару** робить попит на нього еластичнішим.
- **Нагальність потреби** робить попит на товар в більшій мірі нееластичним.
- **Частка витрат на даний товар у бюджеті споживача.** Чим ця частка вища, тим вища еластичність попиту на даний товар. Якщо покупець витрачає незначну частку свого бюджету, то зміна цін на даний товар мало впливає на величину попиту.
- **Фактор часу** – з часом попит на товари стає еластичнішим.



Завдання 1.

Визначити, як зміниться попит на нижченаведених ринках за наступних умов. Зміни відобразити графічно. Вказувати на фактори, що спричинили відповідні зміни.

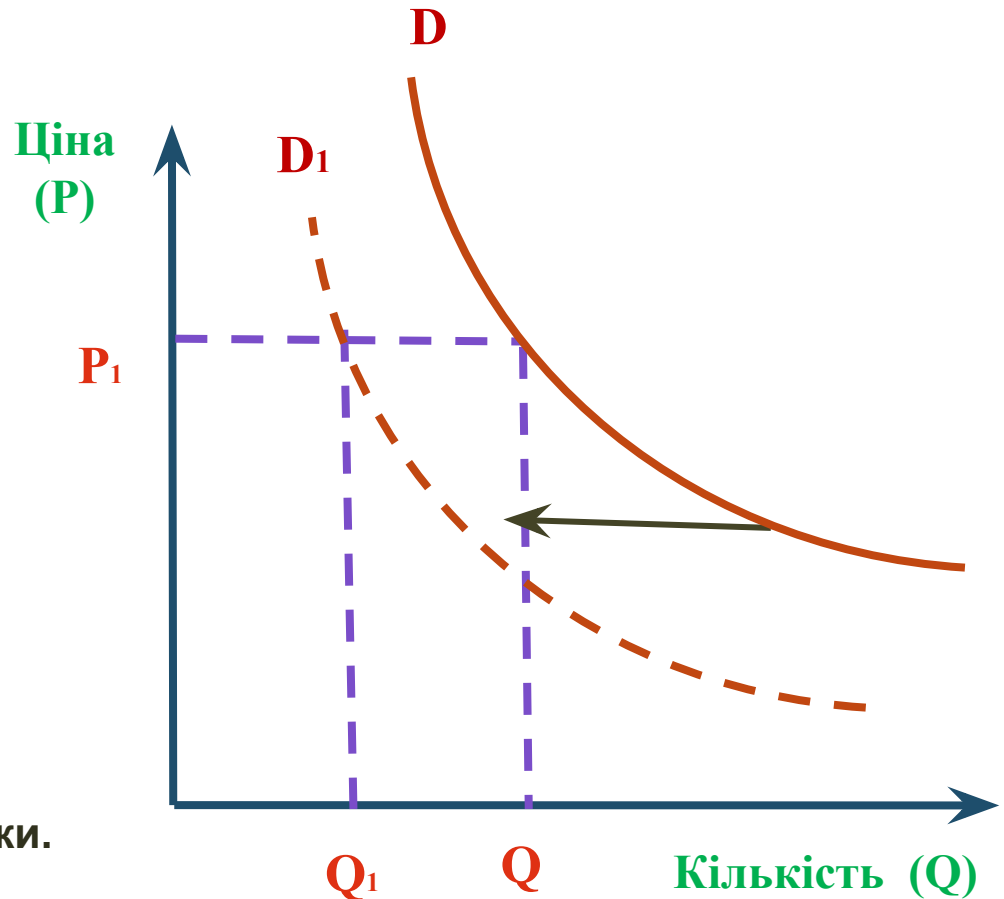
1. Ринок звичайних телефонів.

Умова: ціни на мобільні телефони знизилась.

Вплив нецінових факторів на зміни попиту: ринок звичайних телефонів.

Попит на звичайні телефони зменшиться як результат зміни ціни на товари-замінники. (В даному випадку ціна товару замінника зменшилась, отже і попит на основний товар зменшився). Крива попиту зсувається ліворуч.

Фактор: ціни на товари замінники.





Завдання 1.

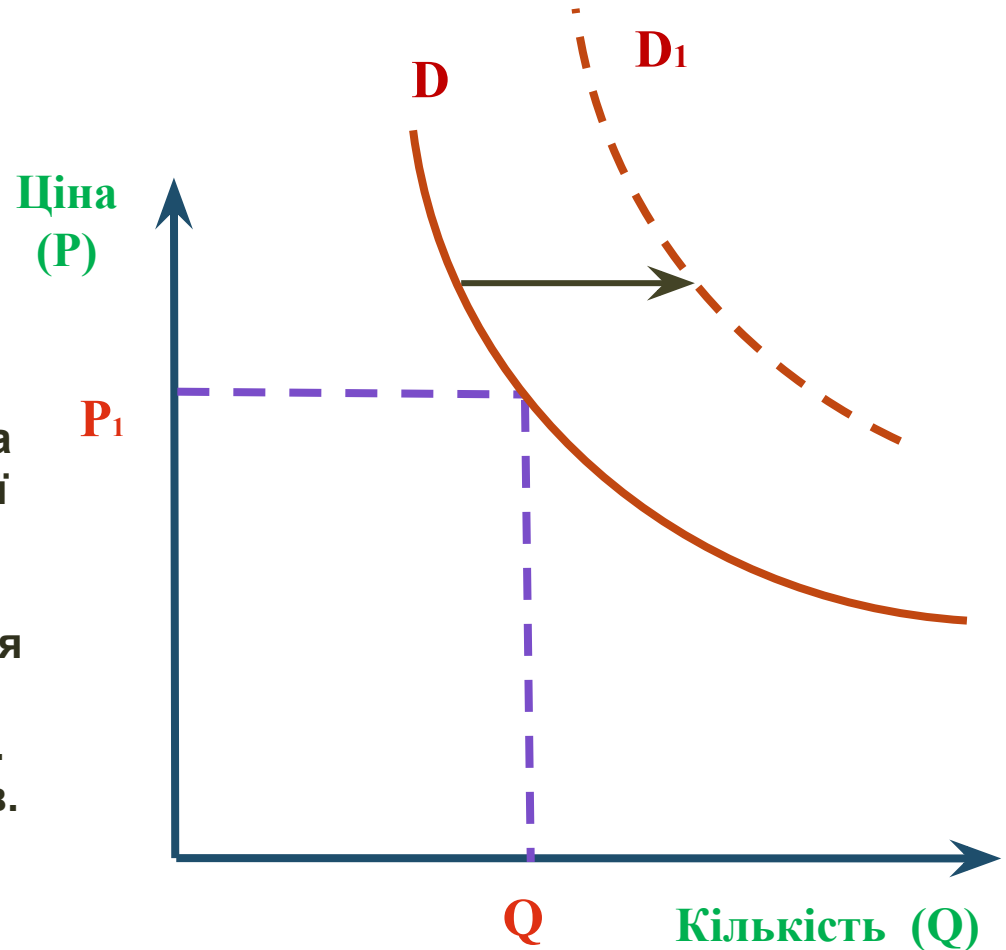
Визначити, як зміниться попит на нижченаведених ринках за наступних умов. Зміни відобразити графічно. Вказувати на фактори, що спричинили відповідні зміни.

2. Ринок шкільної форми.

Умова: в школах була введена шкільна форма

Вплив нецінових факторів на зміни попиту: ринок шкільної форми.

Попит на шкільну форму зросте в результаті зростання кількості споживачів. Крива попиту зсувається праворуч. Фактор: кількість споживачів.





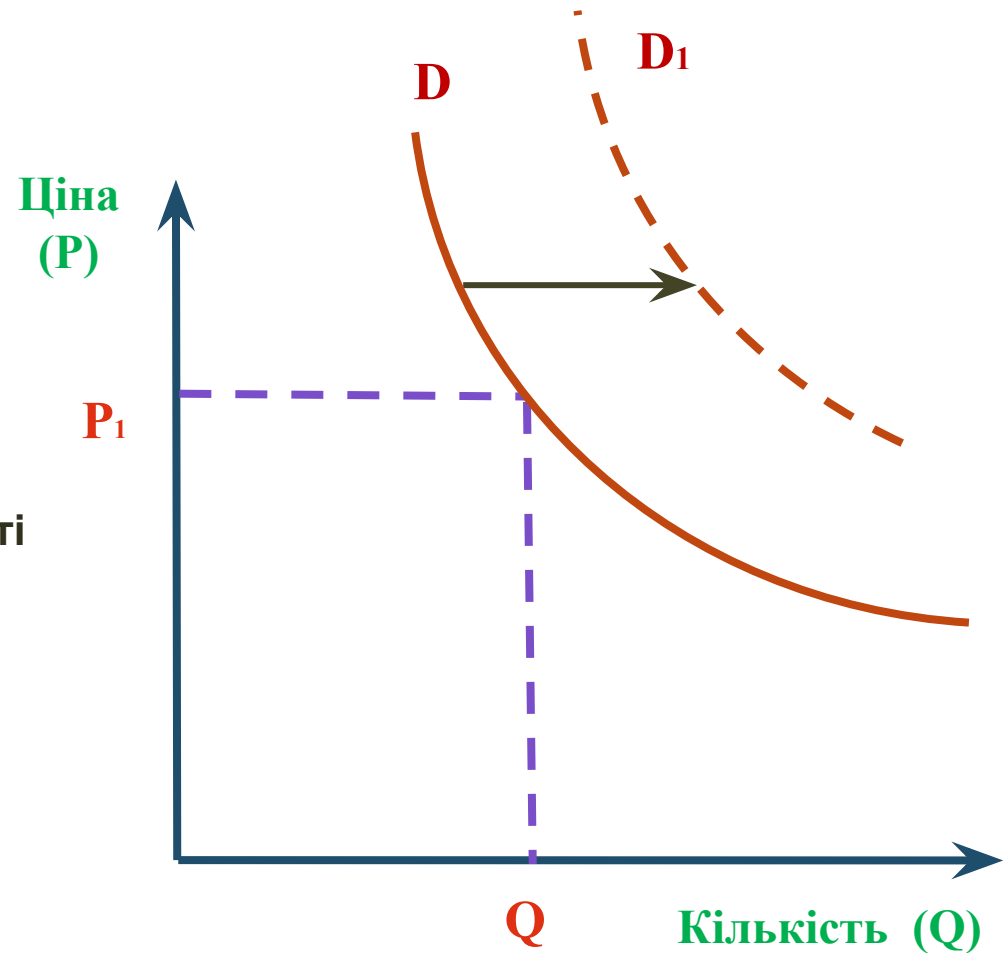
Завдання 1.

Визначити, як зміниться попит на нижченаведених ринках за наступних умов. Зміни відобразити графічно. Вказувати на фактори, що спричинили відповідні зміни.

3. Ринок маятникових годинників.

Умова: в моду ввійшли маятникові годинники.

Попит на маятникові годинники зросте в результаті того, що споживачі почали надавати перевагу маятниковим годинникам. Крива попиту зсувається праворуч.
Фактор: смаки споживачів





Завдання 1.

Визначити, як зміниться попит на нижченаведених ринках за наступних умов. Зміни відобразити графічно. Вказувати на фактори, що спричинили відповідні зміни.

4. Ринок матричних принтерів.

Умова: ціни на лазерні принтери знизились.

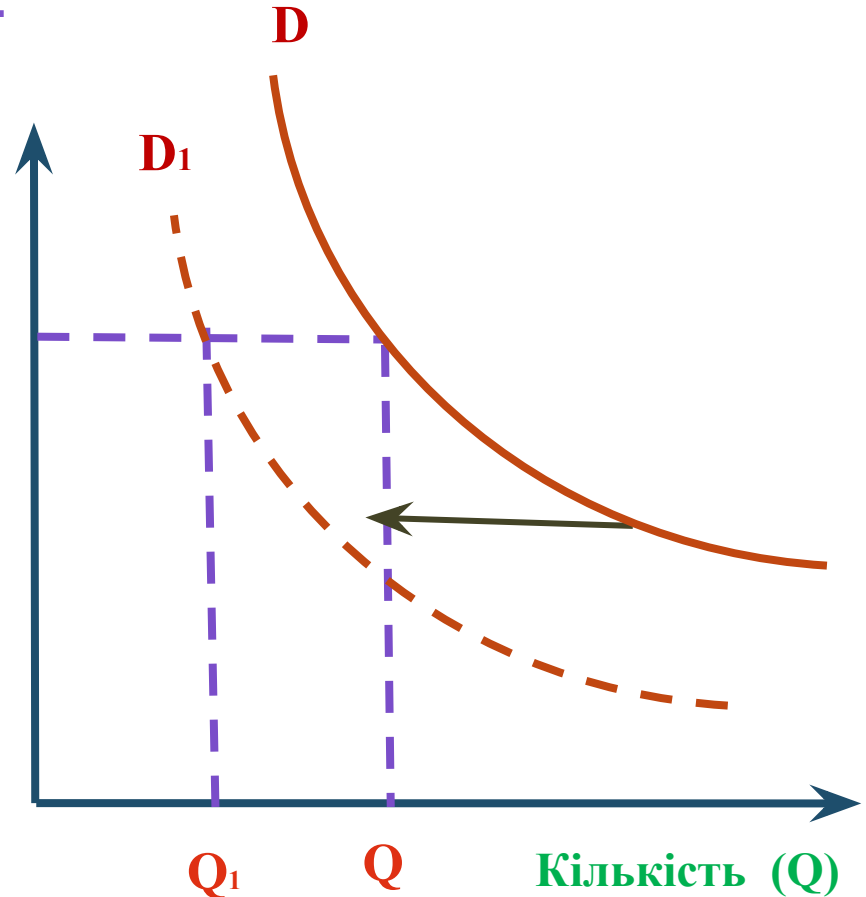
Вплив нецінових факторів на зміни попиту: ринок матричних принтерів

Попит на матричні принтери впаде в результаті зменшення ціни на товар-замінник. Крива попиту на матричні принтери зсувається ліворуч.

Фактор: ціни на інші товари, в даному випадку на товари-замінники

Ціна
(P)

P_1





Завдання 2.

Визначити еластичність попиту, розрахувавши виручку від реалізації за умови, що ціна товару змінилась. Нехай ціна молока зросла від 1грн. за літр до 1 грн.20коп., за літр а величина попиту при цьому зменшилась із 100 літрів молока до 95 літрів за тиждень.

Розв'язування

$$TR_1 = 1.0 \times 100 = 100 \text{ грн.}$$

$$TR_2 = 1.2 \times 95 = 114 \text{ грн.}$$

Отже, можна зробити висновок, що попит на товар буде нееластичний, оскільки із збільшенням ціни виручка від реалізації збільшилась, тобто: P ; TR , де P – ціна товару, а TR – виручка від реалізації.

Якщо попит на товар за ціною нееластичний, то із збільшенням ціни на нього виручка продавця зростатиме.

Висновки



□ Термін **попит** в економічній теорії означає бажання та можливість споживача купувати товари та послуги на протязі періоду часу по різних цінах.

Висновки



□ Попит змінюється під дією змінних факторів, головним з яких є ціна товару. Коли змінюється ціновий фактор, на графіку відбувається рух вздовж постійної кривої попиту.

Висновки

□ Закон попиту говорить про те, що із збільшенням ціни величина попиту зменшується і навпаки.

$\downarrow P \rightarrow \uparrow Q$

$\uparrow P \rightarrow \downarrow Q$

Висновки



□ Зміни в попиті, які графічно відображаються у зсуві кривої попиту, виникають в результаті впливу нецінових факторів.

Висновки



□ Реакцію зміни величини попиту на зміну ціни відображає цінова еластичність попиту, яку можна розрахувати за допомогою коефіцієнта цінової еластичності.

Висновки



□ Еластичність попиту впливає на розмір загальної виручки від реалізації. При нееластичному попиті цей зв'язок прямий, а при еластичному попиті обернений. Одинична еластичність залишає виручку від реалізації незмінною.



Список використаних джерел



- **Бондарєва Н.Ф. Економіка. 11 клас. Рівень стандарту.- Х.: Вид. група "Основа", 2011.- 128 с., іл. (серія "Мій конспект")**
- **Крупська Л.П. Економіка. 11 клас. Рівень стандарту. Академічний рівень: Підручник для загальноосвітніх навчальних закладів/ Л.П.Крупська, І.Є.Тимченко, Т.І. Чорна.-Х.:Вид-во "Ранок", 2011.-192 с.**
- **Олійник О.В. Олімпіадні завдання з економіки: Збірник/ О.В.Олійник, І.Є.Тимченко.- Х.Веста: Вид-во "Ранок", 2008.- 400 с.**
- **Моя економіка /Л.М.Кириленко, Л.П.Крупська, І.М. Пархоменко, І.Є.Тимченко.-К.: А.П.Н., 2002.-320 с.**
- **Довгань Г.Д. Основи економіки у визначеннях, таблицях і схемах. – Х.: Веста: Вид-во "Ранок", 2007.-96 с. –(Рятівник)**
- **<http://www.uk.wikipedia.org/>**



Дякую за увагу!

