

# Popyt

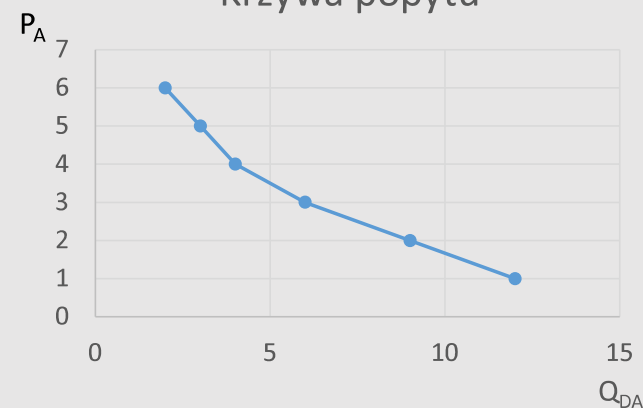
**Popyt** – jest to gotowość zakupu określonej ilości danego towaru po danej cenie (przy określonym dochodzie) – **wówczas mówi się o wielkości popytu**

**Tablica popytu (funkcja popytu)** – ukazuje jakie ilości towaru człowiek jest gotowy zakupić po rozmaitych cenach (przy danym dochodzie)

Tablica popytu na dobro A

Cena za jednostkę $/P_A/$	Ilość nabyta $/Q_{DA}/$
6	2
5	3
4	4
3	6
2	9
1	12

Krzywa popytu



# Krzywa popytu

**Krzywa popytu\*** ilustruje graficznie zależność pomiędzy ilością danego dobra nabytą w danym czasie, na danym rynku, a ceną tego dobra.

W miarę wzrostu ceny\* ilość danego dobra nabyta w danym czasie zmniejsza się i odwrotnie – w miarę spadku ceny zwiększa się ilość nabyta – **prawo popytu**.

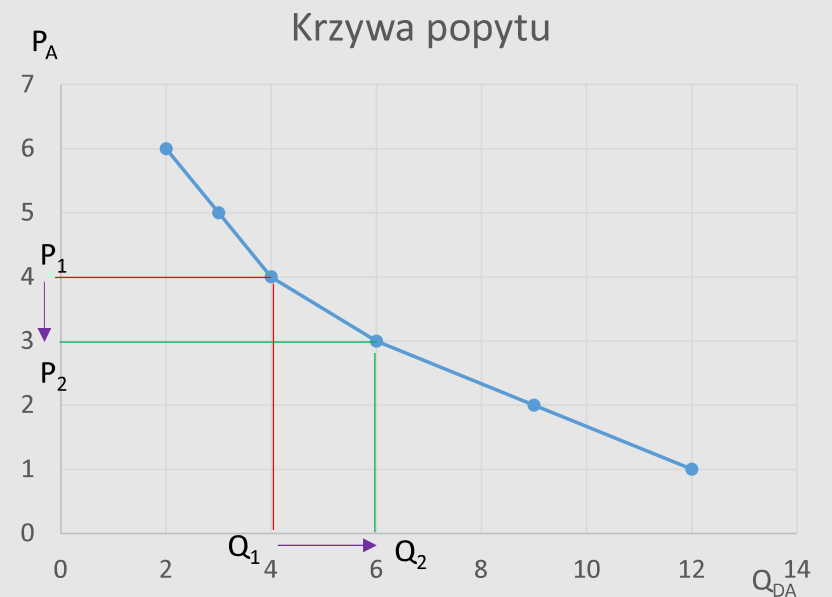
\*/przy pozostałych czynnikach niezmiennych/



*Krzywą tą można przedstawić graficznie. Na osi poziomej wykresu umieszczana jest ilość produktu, z kolei na osi pionowej jego cena. Funkcja popytu ma nachylenie ujemne. Gdy ilość nabywanego dobra rośnie, cena jego spada.*

## Przesunięcie wzdłuż krzywej popytu

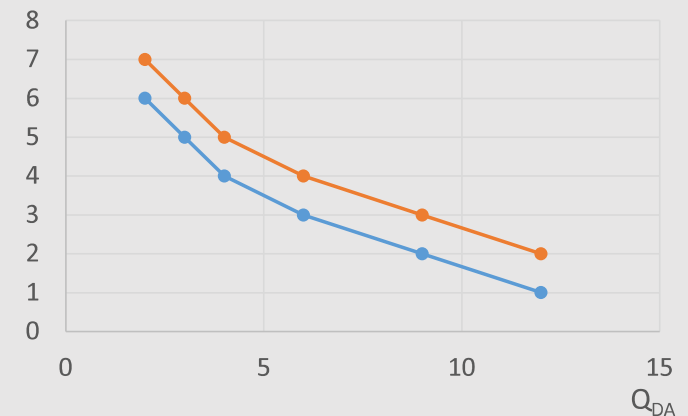
Jest to zmiana ilości nabywanej pod wpływem zmiany cen, ponieważ każdej cenie odpowiada inna ilość nabywanego dobra.



# Wpływ czynników niecenowych na popyt

- **Gusta:** jeżeli dane dobro jest intensywnie reklamowane, popyt prawdopodobnie wzrośnie. Z drugiej strony np. agresywna reklama tego dobra, może ograniczyć popyt.
- **Substytuty:** wzrost ceny dobra o podobnych parametrach do naszego dobra reklamowanego, spowoduje wzrost popytu na dobro reklamowane, gdyż ludzie przeniosą swój popyt z jednego dobra na drugie.
- **Dobra komplementarne:** jeżeli rośnie cena dobra, które uzupełnia poniekąd nasze dobro reklamowane, popyt na dobro reklamowane zmniejsza się.
- **Dochód:** wzrost dochodu może spowodować wzrost popytu na dobro reklamowane, ponieważ ludzie będą mogli pozwolić sobie na zwiększenie kupna dobra reklamowanego.
- **Podział dochodu:** jeżeli redystrybucja zachodzi na niekorzyść ubogich, raczej zrezygnują oni z zakupu dobra reklamowanego.
- **Przewidywania:** jeżeli media ogłoszą oczekiwany w niedalekiej przyszłości wzrost ceny dobra reklamowanego, ludzie prawdopodobnie zwiększą zakupy po obecnych cenach i zgromadzone zapasy np. zamrożą.

$P_A$  Przesunięcie krzywej popytu

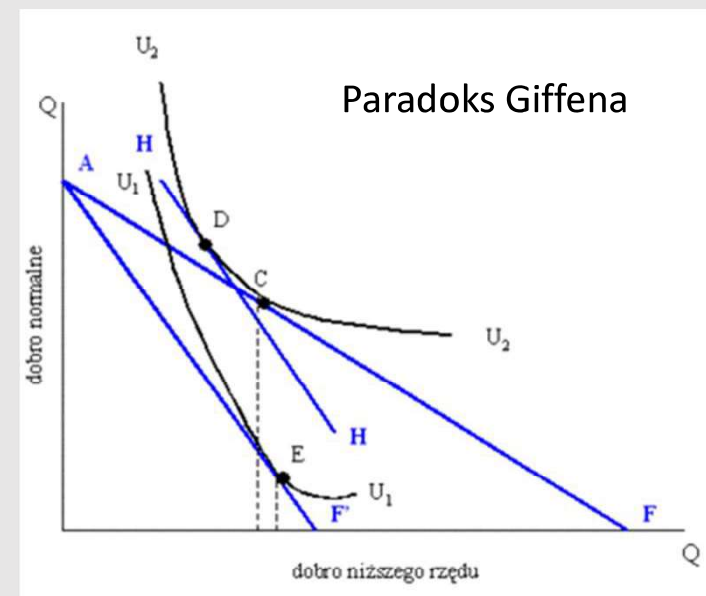


# Paradoksy

**Paradoks Giffena** - odnosi się do dóbr podstawowych. "Im chleb jest droższy, tym więcej się go spożywa" - gdy ceny wszystkich artykułów żywnościowych rosną, chleb staje się ich substytutem. Wraz ze wzrostem ceny dobra, wzrasta jego popyt.

**Paradoks Veblena** - dotyczy dóbr luksusowych. Zamożne grupy społeczeństwa chcąc pokazać swój status materialny, nabywają te dobra, których ceny wzrastają (np. samochód).

**Paradoks spekulacyjny** - jest związany z prognozowaniem kształtowania się cen w przyszłości. Jeśli cena danego dobra w przyszłości będzie rosła, wielkość popytu również będzie rosła.



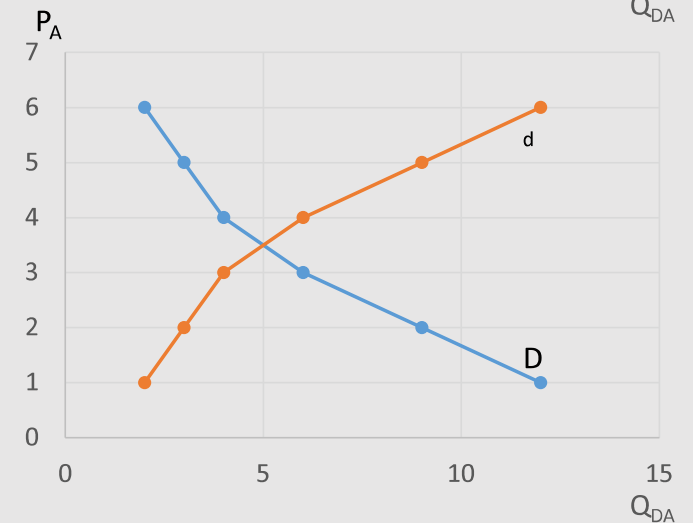
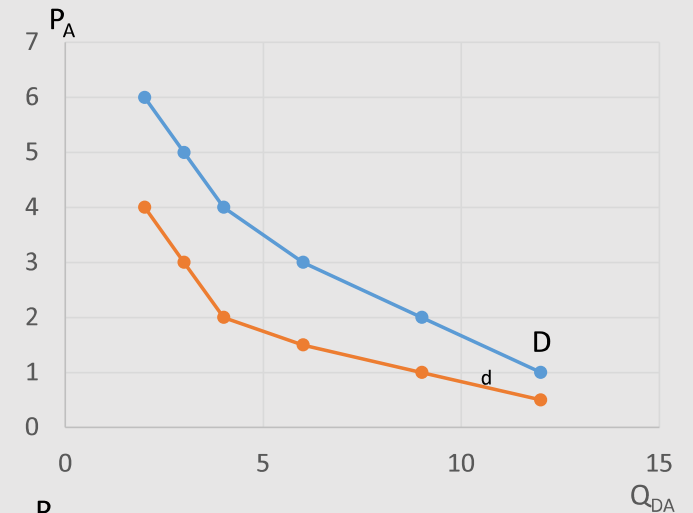
Założmy, że podwyżka ceny przesunęła linię budżetową  $AF$  do położenia  $AF'$ . Na skutek działania efektu substytucyjnego popyt na dobro spada - na wykresie jest to przejście z punktu  $C$  do punktu  $D$ . Jednakże w wyniku przeciwnego efektu dochodowego zapotrzebowanie na dobro rośnie, czego graficznym odzwierciedleniem jest przejście z punktu  $C$  do punktu  $E$ . Punkt  $E$  leży na prawo od punktu  $C$ . W związku z powyższym efekt netto jest dodatni.

Wzrost ceny danego dobra powoduje zwiększenie popytu na to dobro. W świetle ustaleń empirycznych przyjmuje się obecnie, że dla dóbr niższego rzędu efekt substytucyjny przeważa nad efektem dochodowym, co w rezultacie skutkuje tym, że krzywa popytu ma normalny kształt, czyli opada wraz ze wzrostem ceny.

# Paradoksy

**Efekt snobizmu** polega na tym, że niektóre gospodarstwa domowe mniej cenią te dobra, które kupują inni, a zatem nabywają ich mniej lub w ogóle eliminują je ze swoich zakupów, ponieważ są one nabywane przez inne gospodarstwa.

**Efekt owczego pędu** polega na tym, że pewne gospodarstwa domowe tym wyżej cenią pewne dobra i tym więcej ich nabywają, im bardziej je cenią i więcej ich nabywają inne gospodarstwa domowe.



D – krzywa popytu typowego konsumenta  
d – krzywa popytu konsumenta nietypowego

# Użyteczność krańcowa

**Użyteczność krańcowa** - jest to korzyść, zadowolenie jakie uzyskuje konsument za sprawą zwiększenia konsumpcji danego dobra lub usługi o jednostkę. Przy określonej wielkości konsumpcji dobra lub usługi konsument czerpie określoną korzyść, zadowolenie. Gdy zwiększy konsumpcję o jednostkę, ogólna użyteczność zmieni się.

Użyteczność krańcowa to różnica pomiędzy użytecznością uzyskaną po zwiększeniu konsumpcji a użytecznością bazową, czyli uzyskaną przed zwiększeniem konsumpcji.

## ***Prawo malejącej krańcowej użyteczności***

*Mówi, że w miarę nabywania kolejnych jednostek danego towaru użyteczność każdej dodatkowej jednostki jest coraz mniejsza. Wynika to z faktu, że każda potrzeba w miarę jej zaspokajania ulega nasyceniu*

# Użyteczność całkowita

przedstawia poziom satysfakcji, zadowolenia z danej ilości dobra lub usługi, czyli tak zwanych koszyków konsumpcji, które determinują podjęcie decyzji oraz preferencje. Stanowi ona sumę użyteczności krańcowych wszystkich jednostek konsumowanych dóbr i usług w danym czasie.

W innym ujęciu jest to suma poziomu zadowolenia konsumenta, który nabył  $n$  jednostek danego dobra  $x$ . Jest ona subiektywną opinią konsumenta i dla każdego użyteczność tego samego dobra może mieć zupełnie inną wartość.

**Nadwyżka konsumenta** to wartość, którą otrzymujemy pomniejszając wyrażoną w jednostkach pieniężnych wartość użyteczności całkowitej, którą daje konsumpcja określonej ilości danego dobra lub usługi, o łączną kwotę wydatków poniesionych na jej nabycie. Jest to zatem różnica pomiędzy użytecznością całkowitą, a kosztem jaki ponieśliśmy na ich zakup. Biorąc pod uwagę tę teorię, określone dobro ma dać konsumentowi większą użyteczność, niż wyniesie wartość użyteczności dóbr, które mógłby nabyć rezygnując z jego zakupu.



# Elastyczność cenowa popytu

Elastyczność cenowa popytu umożliwia zmierzenie reakcji popytu na dany towar na zmianę ceny; przedstawia zatem stosunkowy przyrost wielkości popytu do stosunkowego spadku ceny.

$$-E_p = \frac{\Delta Q}{Q} : \left(-\frac{\Delta P}{P}\right)$$

gdzie:

$E_p$  - współczynnik cenowej elastyczności popytu  
 $\Delta Q$  - przyrost wielkości popytu na skutek zmiany ceny  
 $Q$  - dotychczasowa wielkości popytu na dane dobro przy cenie  $c$   
 $\Delta P$  - przyrost ceny danego dobra  
 $P$  - dotychczasowa cena danego dobra  
Znak (-) we wzorze stosuje się w celu uniknięcia wyniku ujemnego, który wynika z odwrotnej zależności między ceną a wielkością popytu. Współczynnik  $E_p$  informuje o sile reakcji konsumenta na rynku na zmieniające się ceny dóbr i usług i przyjmuje wartości z przedziału od zera do nieskończoności.

# Elastyczność cenowa podaży

Umożliwia zmierzenie reakcji podaży towaru na zmianę jego ceny; jest to zatem stosunkowy przyrost podaży do stosunkowego wzrostu ceny rynkowej.

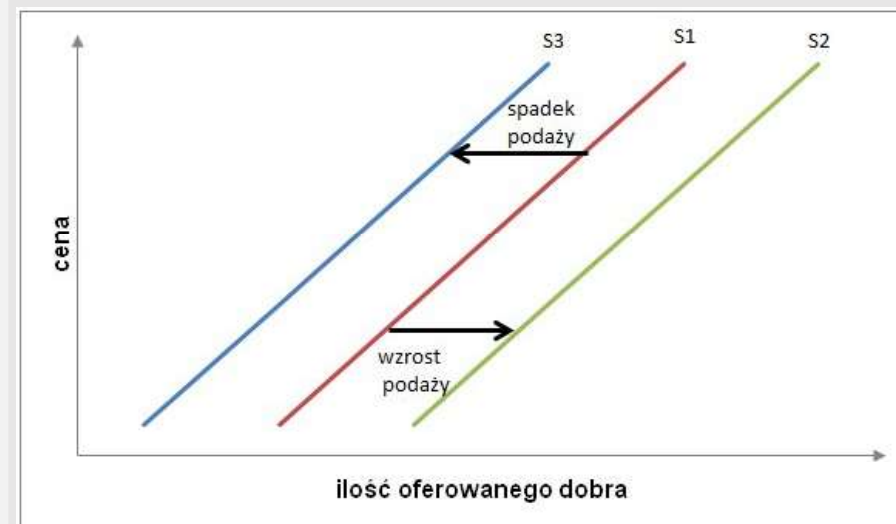
$$e_{Sa} = \frac{\frac{\Delta S_a}{S_a}}{\frac{\Delta P_a}{P_a}}$$

---

# Przesunięcie krzywej podaży

Czynniki determinujące podaż:

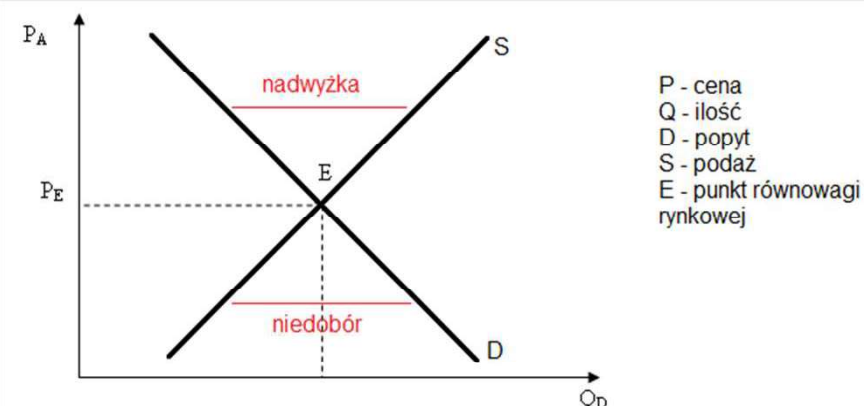
- cena danego dobra
- ceny czynników produkcji
- dostęp do czynników wytwórczych
- postęp techniczny
- oczekiwania dotyczące kształtowania się przyszłych cen
- ceny dóbr substytucyjnych i komplementarnych
- import i eksport
- liczba producentów na danym rynku
- elastyczność podaży
- interwencyjna polityka państwa
- czynniki losowe



# Równowaga rynkowa

**Równowaga rynkowa** jest to taka sytuacja na rynku danego dobra, w której wielkość popytu równa jest wielkości podaży. Rynek na którym występuje stan równowagi jest rynkiem stabilnym. W przeciwnym wypadku mówimy o rynku niestabilnym.

Punkt E nazywany jest punktem równowagi rynkowej, a cena, przy której wielkość popytu równa się z wielkością podaży to cena równowagi rynkowej. Cena równowagi rynkowej zadowala zarówno producenta, jak i konsumenta, ponieważ sprzedawcy mogą sprzedać wszystkie wytworzone produkty, a konsumenci mogą kupić wszystko co chcieli.



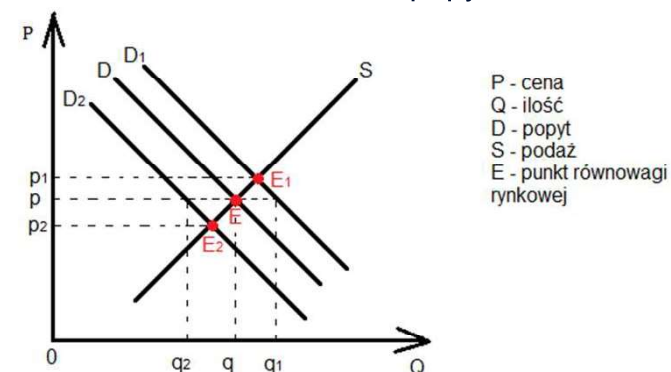
# Zmiana równowagi rynkowej

Zarówno po stronie popytu, jak i podaży następują zmiany, które są spowodowane przez różne czynniki (zakładając, że cena jest ta sama).

Mogą to być: zmiany w liczbie ludności i jej dochodów, warunków produkcji, struktury popytu.

W tej sytuacji cenom odpowiadają inne ilości oferowanych i nabywanych dóbr, co powoduje przesuwanie się krzywych podaży i popytu na prawo lub na lewo.

Cena równowagi krótkookresowej  
a zmiana stanu popytu



Cena równowagi krótkookresowej  
a zmiana stanu podaży

