

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВНУТРІШНІХ СПРАВ  
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ ЛЬОТНИЙ КОЛЕДЖ**

**Циклова комісія економіки та управління**

## **ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**

навчальної дисципліни «Основи економічної  
теорії» обов'язковий компонент  
освітньо-професійної програми  
першого (бакалаврського) рівня освіти

**272 Авіаційний транспорт**

**Технологія робіт та технологічне обладнання аеропортів**

**за темою № 4 - Теорія поведінки споживача**

**Кременчук 2023**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол від 30.08. 2023 № 7

**СХВАЛЕНО**

Методичною радою  
Кременчуцького льотного  
коледжу  
Протокол від 28.08.2023 № 1

**ПОГОДЖЕНО**

Секцією науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних та  
соціально-економічних дисциплін  
Протокол від 29.08.2023 № 7

Розглянуто на засіданні циклової комісії економіки та  
управління, протокол від 28.08. 2023 № 1

**Розробники:** викладач циклової комісії економіки та управління, к.е.н.,  
спеціаліст вищої категорії, викладач - методист, Пушкар О. І.

**Рецензенти:**

1. Директор Кременчуцької філії Класичного приватного університету, к.е.н.,  
доцент, Меньяйлова Г.Є.
2. Зав. кафедри автомобільного транспорту та транспортних технологій,  
к.т.н., доцент Кременчуцької філії Класичного приватного університету  
Головіна О.В.

### **План лекції:**

1. Взаємодія попиту і пропозиції. Ринкова рівновага.
2. Корисність. Кількісна теорія корисності.
3. Порядкова теорія корисності.
4. Еластичність попиту і пропозиції, їх практичне використання.

### **Рекомендована література:**

#### **Основна література:**

1. Білецька Л.В., Білецький О.В., Савич В.І. Економічна теорія: політекономія, мікроекономіка, макроекономіка – К.: ЦНЛ., 2018.- 688с.
2. Горлач М.І., Соколов М.О., Кримов М.І., Лисенко С.Ф. та ін.. Економічна теорія: підручник для вищої школи – К.: ЦУЛ., 2017.-532с.
3. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія: Навчальний посібник – К.: Знання, 2014. – 711 с.
4. Базилевич В.Д. Економічна теорія: політекономія: практикум: Навчальний посібник – К.: Знання, 2013. – 496 с.
5. В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, Т.А. Щербакова та ін. Економічна теорія : підручник – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2017. – 608 с.
6. Моцелюк Н.В. Політична економія. Економічний розвиток. Сучасні економічні системи. Світове господарство: Навчальний посібник – К.:ЦУЛ, 2014.-168с.
7. Осецький В.Л. Політекономія: Навчальний посібник – К.: НАУ, 2013. – 380 с.
8. Семененко В.М., Коваленко Д.І. Економічна теорія: Політекономія: Навчальний посібник – К.: ЦНЛ., 2017.- 428с.
9. Сірко А.В.Економічна теорія: Політекономія: Підручник – К.:ЦУЛ, 2017.- 448с.
10. Старостенко Г.Г., Мірко Н.В. Політична економія: Навчальний посібник – К.: Кондор – Видавництво, 2013. – 464 с.
11. Федоренко В.Г. Політична економія: Підручник-К.: Алерта, 2015. – 487с.
12. Якобчук В.П. Економічна теорія: Навчальний посібник – К.: Ліра – К, 2015 – 408с.

#### **Допоміжна література:**

13. Базилюк А.В., Дерій Ж.В., Концева В.В., Хоменко І.О. Економічна теорія. Практикум: Навчальний посібник – К.: ЦУЛ., 2012.-312с.
14. Башнянин Г.І. Політична економія. Навчальний посібник. – К.:ЦУЛ, 2013. – 410 с.
15. Кузнєцова Л.В. Політична економія: Навчально – методичний посібник – К.: НУХТ, 2011. – 181 с.

16. Лопух К.В. Сучасний монетаризм: Монографія – К.: ЦУЛ, 2015.-272с.
17. Луценко Г.П. Курс економічної теорії: практика і теорія: Електронний посібник – Кременчук: КЛК НАУ, 2011. – 207 с.
18. Мельникова В.І. Національна економіка: Навчальний посібник – К.: ЦУЛ, 2012. – 248 с.
19. Носова О.В. Національна економіка: Навчальний посібник – К.: ЦУЛ, 2013. – 512 с.
20. Панчишин С.М. Аналітична економія: Макроекономіка і мікроекономіка: Підручник: у 2-х кн. / За ред. С.М.. — К.: Знання, 2013. 615 с.
21. Старостенко Г.Г. Національна економіка: Навчальний посібник – К.: Ліра – К, 2011. – 432с.
22. Шевченко О.О. Історія економіки та економічної думки: сучасні економічні теорії: Навчальний посібник – К.: ЦУЛ., 2012. – 280 с.

### **Інформаційні ресурси в Інтернеті:**

23. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
24. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua).

### **Текст лекції:**

#### **1. Взаємодія попиту і пропозиції. Ринкова рівновага.**

Ринковий попит – сума індивідуальних попитів (попит певного споживача) при певному рівні цін.

Попит – це платоспроможна потреба.

Величина(обсяг) попиту – максимальна кількість даного товару, яку можуть придбати покупці за даною ціною ( ціною попиту ).

Ціна попиту – це максимальна ціна, яку згоден заплатити покупець за конкретний обсяг товару.

Закон попиту: « За інших рівних умов попит на товар тим більший, чим нижча ціна.»

Закон попиту діє внаслідок двох ефектів:

а) Ефекту доходу – адаптація попиту до зміни реального доходу.

Реальний доход – номінальний доход з оправкою на зміну рівня цін.

б) Ефекту зміщення – адаптація попиту до зміни відносних цін.

Зміна відносних цін – це зміна співвідношення цін.

Функція попиту – це залежність величини попиту від факторів, що на нього впливають.

Ситуація на ринку, коли підприємці пропонують за певною ціною стільки товарів, скільки споживачі готові купити, називають ринковою рівновагою. Тобто, ринкова рівновага має місце тоді, коли попит і пропозиція за певної ціни є урівноваженими

Співвідношення попиту і пропозиції – кон'юнктура ринку.

Рівність попиту і пропозиції – ринкова рівновага.

Головне завдання мікроекономіки є з'ясування механізмів, встановлення та відновлення рівноваги мікросистеми як її оптимального стану.

Порушення ринкової рівноваги може відбуватися у двох випадках:

1. при зрушенні кривих попиту і пропозиції (коли змінюються інші фактори);
2. при відхиленні ринкової ціни від рівноважної:

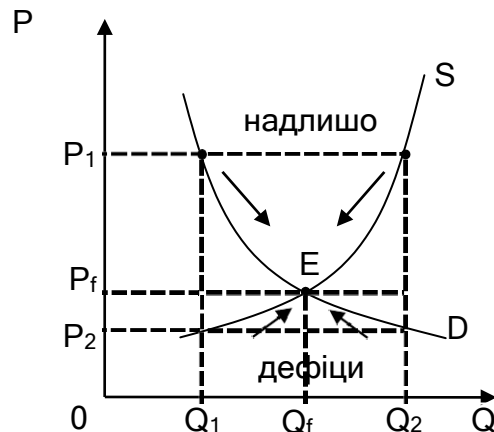


Рис. Порушення ринкової рівноваги при відхиленні ринкової ціни від рівноважної.

Коли на ринку даного товару дефіцит – ціна «стелі»  $P_1$ , коли надлишок на ринку – ціна «підлоги»  $P_2$ .

## 2. Корисність. Кількісна теорія корисності.

Для позначення того задоволення, яке одержує людина від споживача благ, економісти вживають термін корисність (utility –  $U$ ).

Корисність – це суб'єктивна цінність певного товару для споживача у певний момент часу.

Термін «корисність» ввів англійський вчений Бентам (1748 – 1832).

Розрізняють два основних підходи до визначення корисності:

1. Кількісний (кардиналістський) – підхід або теорія поведінки споживача, де мова йде про традиційну версію теорію споживацького вибору(поведінки), коли корисність підлягає кількісному виміру.

2. Порядковий (ординалістський) підхід – споживач визначає черговість, послідовність, порядок в обранні благ для задоволення потреб.

Функція корисності – це співвідношення між обсягами споживання благ і рівнем корисності.

Корисність служить критерієм вибору споживача, тобто відбору благ.

Гранична корисність ( $MU$ ) – це корисність додаткової одиниці блага (це основний показник теорії граничної корисності).

Сукупна (загальна) корисність ( $TU$ ) – це корисність всіх одиниць блага.

В останній третині 19ст.Джевонс, Менгер, Вальрас запропонували кількісну теорію корисності, яка пов'язана з поняттям граничної корисності і кількісним вимірюванням корисності.

Багатопродуктова модель споживання.

Найпростішим прикладом її є двопродуктова модель споживання. Розглянемо її на наступному прикладі: ви зайшли в кафе, де маленький шматок пирога коштує 90 коп., а не велика склянка лимонаду – 45 коп. У вас є 4 грн. 50 коп. Ваша мета – вибрати такий набір благ, який принесе максимальну користь. Можна купити 5 шматків пирога, але не одержати максимальну користь. Якщо замість 5-го шматка купити 2 лимонаду, то корисність збільшиться, тобто 2 склянки лимонаду принесуть більше задоволення, ніж 5-та порція пирога.

По мірі скорочення споживання пирога і збільшення споживання лимонаду, гранична корисність пирога збільшиться, а лимонаду зменшиться. З рештою, ви досягнете точки споживацької рівноваги ( $TU=\max$ ,  $MU=0$ ).

При цьому гранична корисність у розрахунку на кожен грошову одиницю вартості благ є однаковою.

$MU \text{ пирога} / P \text{ пирога} = MU \text{ лимонаду} / P \text{ лимонаду}$ , де  $P$  – ціна.

Якщо ціна пирога знизиться тобто порушиться рівновага. Щоб її відновити, треба знизити  $MU$  пирога, і збільшити  $MU$  лимонаду. Для цього у відповідності до I закону Госсена треба збільшити  $Q$  пирога, і зменшити  $Q$  лимонаду. Тим самим ви будете діяти у повній відповідності до закону попиту: при інших рівних умовах попит тим більший чим нижча ціна.

Таким чином, споживацька рівновага для двопродуктової моделі споживання – це такий набір благ, споживаючі який, при фіксованих цінах і фіксованому бюджеті одержує максимальну корисність.

Правила максимізації корисності (умови рівноваги споживача) можна виразити за допомогою формули :

$MU_x / P_x = MU_y / P_y = \dots = MU_n / P_n = \lambda$ , де  $\lambda$  - гранична корисність грошей.

Цей принцип – називається еквімаржинальним принциповим (це загальна умова рівноваги споживача, або II закон Госсена).

### 3. Порядкова теорія корисності.

Основною помилкою кількісної теорії корисності було кількісне вимірювання корисності (ютілах). Єдину одиницю виміру можна вводити тільки для об'єктивних величин (довжина – метри).

Корисність – це суб'єктивна величина, тому єдиної одиниці виміру бути не може. Кожна людина може визначити порядок благ або наборів благ, використовуючи свій власний ютіл.

Як альтернатива кількісної теорії корисності з'являється якісна, порядкова, ординалістська теорія, розроблена Паретто, Еджуортом, Фішером.

В 30-ті роки XX ст.- ця теорія була найбільш завершеної форми і залишається поширеною.

Порядкова (ординалістська) корисність – це суб’єктивна корисність (або задоволення), яке споживач отримує з споживчого ним блага, вимірюного за порядковою шкалою.

Графічна система вподобань споживача зображується за допомогою кривих байдужості (вперше використані англ. економістом 1881р.Еджуортом ).

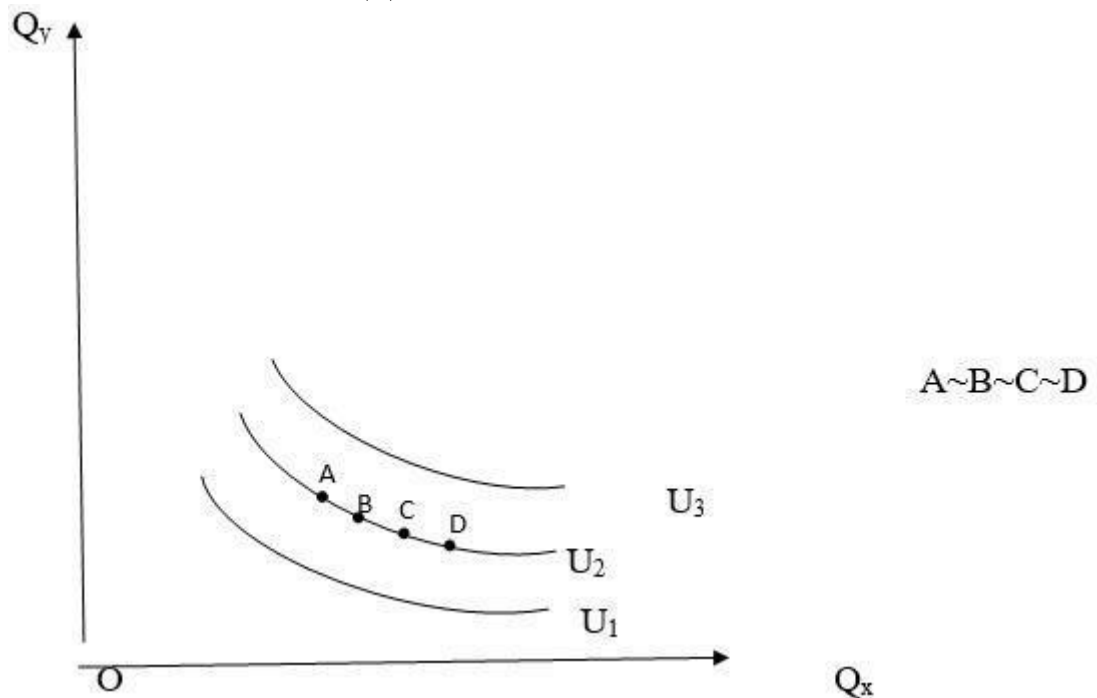
Крива байдужості – це лінія, кожна точка якої представляє комбінацію 2-х товарів, які мають для споживання однакову загальну корисність і тому споживачу байдуже, який з цих товарів вибрати.

Графічна система уподобань споживача зображується за допомогою кривих байдужості (вперше використані англ. економістом в 1881 році Еджуортом).

Крива байдужості - це геометричне місце точок, які характеризують альтернативні набори товарів, що забезпечують однаковий рівень корисності, тобто споживачу байдуже, який набір вибрати (лінія рівної корисності)

Набір (кошик) благ	Яблука, шт $Q_x$	Банани, шт $Q_y$
A	4	7
B	5	5
C	6	4
D	8	3

КАРТА КРИВИХ БАЙДУЖОСТІ



Кошки благ, які представляють для споживача більшу чи меншу корисність будуть або вище або нижче нашої кривої байдужості  $U_2$  відповідно. Карта кривих байдужості - це набір кривих байдужості (їх нескінченна множина) для одного споживача і однієї пари благ.

Порядковий підхід базується на таких аксіомах:

1. Повної упорядкованості: споживач здатний упорядкувати альтернативні набори товарів за допомогою відношень уподобань ( $>$ ) і байдужості ( $\sim$ ), це означає, що для будь якої пари товарних наборів  $A$  і  $B$  споживач може вказати, що  $A > B$ , або  $B > A$ , або  $A \sim B$ .

2. Транзитивності: як що перший набір товарів порівняний з другим, а другий - з третім то перший порівняний з третім. Наприклад, якщо  $A > B > C$ , або  $A > B \sim C$ , або  $A \sim B > C$ , то  $A > C$ . 3. Ненасичуваності: якщо набір  $A$  містить не меншу кількість кожного товару, ніж набір  $B$ , але якогось товару більше, то набір  $A$  переважніший.

4. Незалежності споживача: задоволення споживача залежить тільки від кількості благ, їм спожитих, і не залежить від споживання інших споживачів.

Тут виключаються типові випадки взаємних впливів як:

а) ефект приєднання до більшості (придбається те, що купують інші)

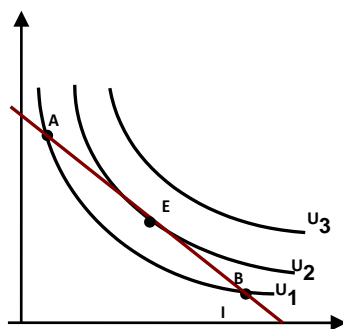
б) ефект сноба (домінує прагнення виділитися з натовпу)

в) ефект Веблена (престижне або демонстративне споживання, тобто престижний попит на високо цінні товари).

Споживчий оптимум - в багато продуктовій моделі – це такий набір благ, споживаючи який, людина при фіксованих цінах і фіксованому бюджеті одержує максимальну корисність.

Графічне зображення споживацької рівноваги – це точка дотику бюджетної лінії до відповідної кривої байдужості ( $E$ ).

Рівновага споживача (графічне зображення)



Точка  $A$  і  $B$  хоча і лежать на бюджетній лінії ( $I$ ), вони не є споживацькою рівновагою тому, що витративши той же бюджет, людина отримала меншу корисність оскільки точки  $A$  і  $B$  лежать на кривій байдужості  $U_1$ , яка знаходиться нижче до початку координат ніж  $U_2$ , властивість кривих байдужості).

Точка  $C$  на кривій байдужості  $U_3$  не є графічним зображенням споживацької рівноваги тому, що ця точка не лежить на бюджетній лінії, тобто для придбання цього набору благ людині не вистачить бюджету.



#### 4. Еластичність попиту і пропозиції, їх практичне використання.

В математиці еластичність – це ступінь реакції функції на зміну аргумента.

Еластичність попиту (пропозиції) за ціною – це ступінь реакції попиту на зміну ціни.

Еластичність попиту залежно від зростання ціни, як правило, — від'ємна величина. Це означає, що при зростанні ціни попит на товар зменшується.

Аналогічно вимірюють еластичність пропозиції, яка залежно від ціни є відсотковою зміною пропонованої кількості товарів у результаті один відсоткового збільшення ціни. Як правило, таке значення еластичності є позитивним, оскільки вища ціна стимулює виробників збільшувати випуск товарів.

Аналіз еластичності попиту має велике практичне значення при розробці цінової політики підприємства тому, що існує залежність між ціною еластичністю попиту та виручкою виробника:

а) якщо попит еластичний, зміна ціни викликає зміну загальної виручки (доходу) в протилежному напрямку:  $\uparrow TR = \downarrow P \cdot \uparrow Q$ . Тому підприємства, які випускають товар з еластичним попитом, повинні думати над зниженням ціни.

б) якщо попит нееластичний, зміна ціни викликає зміну загальної виручки (доходу) в тому ж напрямку:  $\uparrow TR = \uparrow P \cdot Q$ . Не треба думати над зниженням ціни, якщо немає конкурентів.

в) при одиничній еластичності зміна ціни залишає загальну виручку незмінною:  $TR = P \cdot Q$ .

Однак практика показує, що ця залежність повністю не виконується. Застосування теорії еластичності в податковій політиці держави Держава втручається в ринкові процеси з метою встановлення бажаної ціни.

Цінове регулювання держави може бути прямим і непрямим.

Прикладом

прямого цінового регулювання є встановлення ціни «стелі» та ціни «підлоги». Непряме цінове регулювання здійснюється через пряме оподаткування господарюючих суб'єктів.

#### ЦІНОВА ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ

*Цінова еластичність попиту* - це реакція попиту на зміну ціни. Вона показує, наскільки зміниться величина попиту на товар в результаті зміни ціни (рисунки 1). Чим еластичність більше, тим сильніше реагує попит на зміну ціни товару. На товари першої необхідності (хліб, повсякденні одяг і взуття) попит є нееластичним, а на предмети розкоші - еластичний.

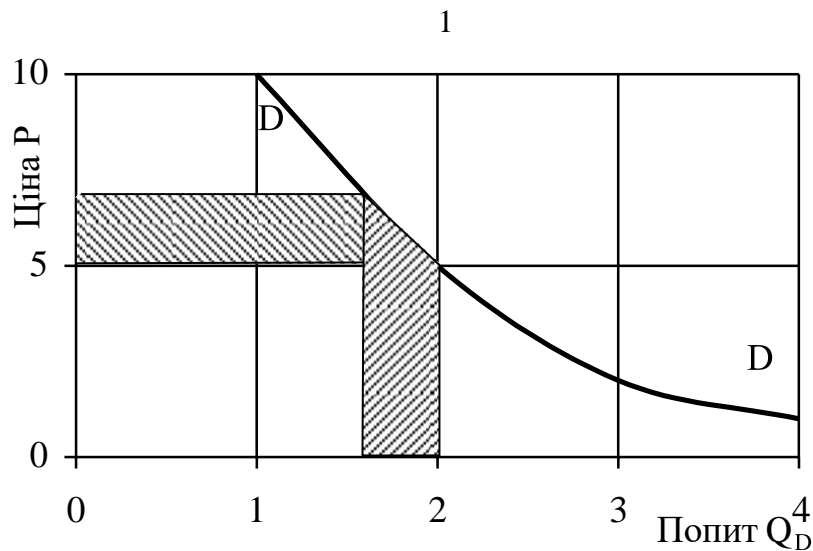


Рисунок 1 - Графік залежності обсягу попиту на товар від його ціни

Наприклад, підвищення цін на бензин в період відпусток не призводить до відчутного падіння попиту. Але в довгостроковому періоді споживачі намагатимуться призвичаїтися до нової ціни: переобладнати автомобілі на газ, зменшити кількість поїздок, придбати більш економічні автомобілі, тощо. Тому попит на паливо поступово зменшиться. Також, попит на товари, які мають замітники, зазвичай є більш еластичним.

Кількісним показником цінової еластичності попиту на певний товар є коефіцієнт цінової еластичності, який визначається по формулі

$$E_D = \left| \frac{\% \Delta Q_D}{\% \Delta P} \right|, \quad (1.1)$$

де  $\% \Delta Q_D$  - відсоткова зміна попиту;

$\% \Delta P$  - відсоткова зміна ціни.

З формули (1.1) можна зробити висновок, що коефіцієнт цінової еластичності  $E_D$  може мати лише позитивні значення. Цей факт можна проілюструвати наступним прикладом: негативне значення коефіцієнту цінової еластичності попиту означало б, що при збільшенні ціни товару зацікавленість споживачів ним повинна зростати, що є нелогічним у звичайних економічних умовах. Винятком може бути, наприклад, ажіотажний попит на певний товар, спричинений штучним дефіцитом

Прийнята наступна класифікація цінової еластичності попиту в залежності від величини коефіцієнту цінової еластичності:

а) попит вважається нееластичним, якщо 1% зміна ціни викликає менш ніж 1% зміну попиту;

б) попит має одиничну еластичність, якщо 1% зміна ціни викликає 1% зміну попиту;

в) попит вважається еластичним, якщо 1% зміна ціни викликає більш ніж 1% зміну попиту;

До групи а) відносяться товари першої необхідності: продукти харчування, комунальні послуги, тощо. До групи б) можна віднести, наприклад, повсякденні одяг і взуття. До групи в) зазвичай належать предмети розкоші: коштовності, хутра, нерухомість і т.ін. На рисунку 2 наведені криві абсолютно еластичного, абсолютно нееластичного та одиничного попиту.

Розглянемо приклад: нехай попит на певний товар зменшився з 240 до 160 шт., а ціна - з 90 до 110 грн. Зміна попиту, шт.

$$\Delta Q_D = Q_{D2} - Q_{D1}, \quad (1.2)$$

де  $Q_{D2}$  - кінцеве значення попиту,  $Q_2=160$  шт.;

$Q_{D1}$  - початкове значення попиту,  $Q_1=240$  шт.

Звідси

$$\Delta Q_D = 160 - 240 = -80 \text{ шт.}$$

Аналогічно розраховується зміна ціни, грн.

$$\Delta P = P_2 - P_1 \quad (1.3)$$

де  $P_2$  - кінцеве значення ціни,  $P_2=110$  грн.;  
 $P_1$  - початкове значення ціни,  $P_1=90$  грн.  
Звідси

$$\Delta P = 110 - 90 = 20 \text{ грн.}$$

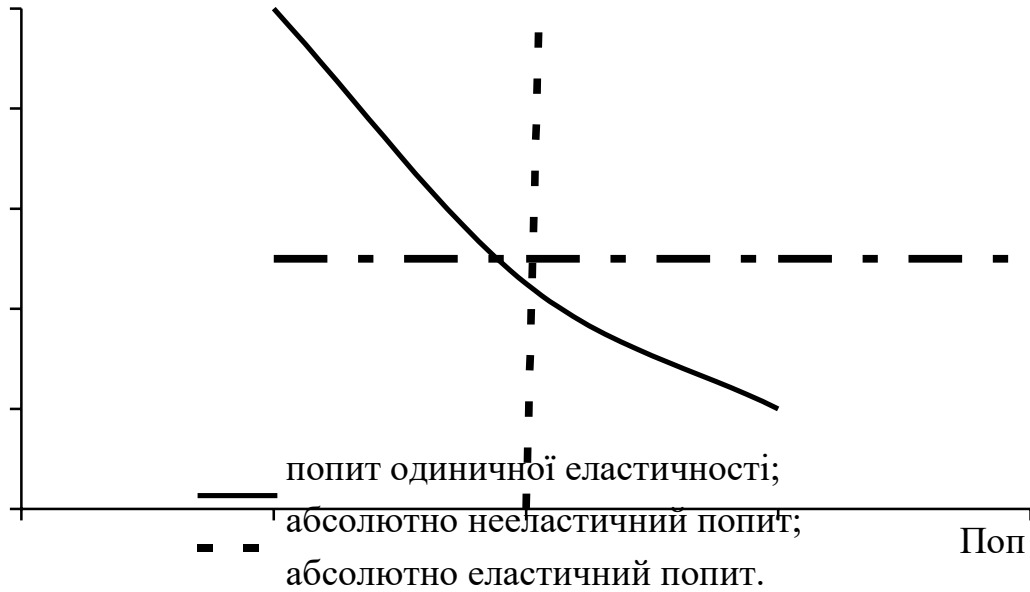


Рисунок 2 - Типи цінової еластичності попиту

Відсоткова зміна попиту, %

$$\% \Delta Q_D = \frac{\Delta Q_D}{0,5 \cdot (Q_{D1} + Q_{D2})}, \quad (1.4)$$

$$\% \Delta Q_D = \frac{-80}{0,5 \cdot (160 + 240)} = -0,4 \text{ \%}.$$

Відсоткова зміна ціни, %

$$\% \Delta P = \frac{\Delta P}{0,5 \cdot (P_1 + P_2)}, \quad (1.5)$$

$$\% \Delta P = \frac{20}{0,5 \cdot (90 + 110)} = 0,4 \text{ \%}.$$

Підставимо значення, одержані при розрахунках по формулам (1.4) і (1.5) в формулу (1.1) і отримаємо значення цінової еластичності попиту

$$E_D = \left| \frac{-0,4}{0,4} \right| = 1.$$

Отже, в даному випадку попит має одиничну еластичність.

Але як впливає цінова еластичність попиту на виручку підприємства-продавця певного товару? Виходячи з наведеного вище, можна стверджувати, що при нееластичному попиті зниження ціни зменшить загальну виручку, а при еластичному попиті збільшить її. При одиничній еластичності попиту зниження ціни ніяк не впливає на обсяг виручки.

В якості прикладу розглянемо такий випадок, який одержав назву "Парадокс великого врожаю".

Великий урожай (наприклад картоплі) практично завжди призводить до зниження доходів виробників цієї сільськогосподарської продукції. Виявляється, винуватою є нееластичність попиту.

З року в рік споживання картоплі в Україні є приблизно постійною величиною: цей продукт відноситься до товарів першої необхідності, він споживається практично усіма мешканцями країни в приблизно постійній кількості. При великому врожаї картоплі споживачі не купуватимуть її більше, ніж завжди, пропозиція картоплі на ринку перевищить попит і ціна на неї впаде. Враховуючи той факт, що обсяг споживання картоплі при цьому не збільшиться, то можна стверджувати, що виручка продавців картоплі впаде. В неврожайний рік на ринку відчуватиметься певний дефіцит цього товару. В умовах дефіциту продавці мають можливість збільшувати ціну на картоплю до такого рівня, при якому їх загальна виручка суттєво перевищить виручку, яку вони отримували при середньому врожаї. Саме тому гарний врожай асоціюється у сільгоспвиробників із зменшенням їх доходів.

Розглянемо ще один приклад. У 1998 році уряд штату Нью-Джерсі (США) збільшив податок на тютюнові вироби з 0,4 долл. за пачку до 0,8 долл. за пачку (рисунк 3). Внаслідок цього середня ціна пачки цигарок зросла з 2,4 долл. до 2,8 долл. За підрахунками економістів, річне споживання тютюнових виробів зменшилося з 52 млн. пачок до 47,5 млн. пачок. Неважко підрахувати, що за рахунок вжитого заходу суспільство в цілому виграло, при чому двічі:

- на 8,7 % зменшилося споживання тютюнових виробів громадянами;
- доходи бюджету зросли на 6,6 %.

Хто ж тоді програв? Програла тютюнові компанії. До введення подвійної ставки податку їх доходи дорівнювали

$$R_0 = 52 \cdot (2,4 - 0,4) = 104 \text{ млн. долл.}$$

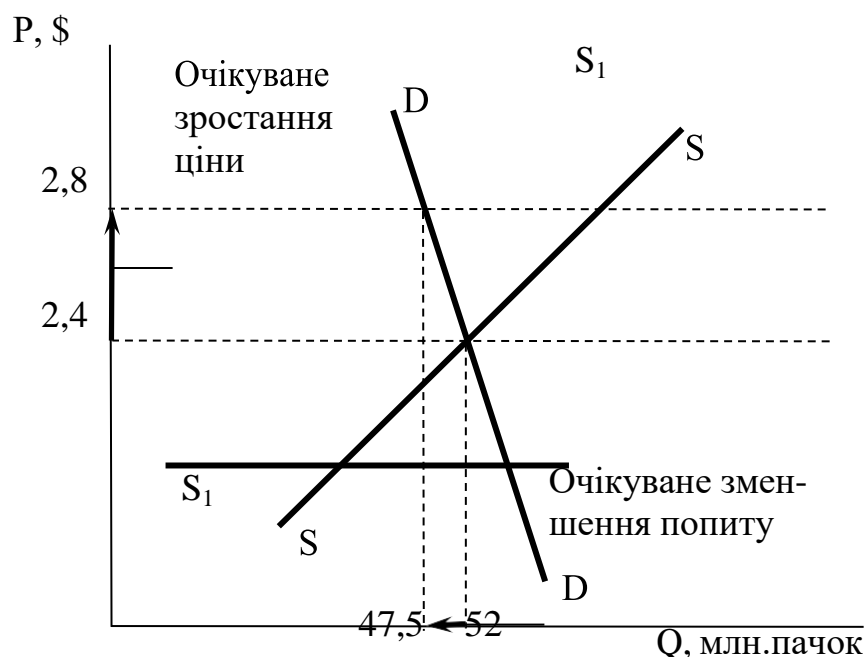


Рисунок 3 - Очікувана реакція ринку на збільшення податку:  
 $P$  - ціна;  $Q$  - обсяг споживання (виробництва);  $S-S$  - крива пропозиції до введення додаткового податку;  $S_1-S_1$  - очікувана крива пропозиції після введення додаткового податку;  $D-D$  - крива пропозиції.

Після введення подвійної ставки податку їх доходи стали

$$R_1 = 47,5 \cdot (2,8 - 0,8) = 95 \text{ млн. долл.}$$

Тобто, річні збитки тютюнових компаній становили

$$\Delta R = 104 - 95 = 9 \text{ млн. долл.}$$

Чому так сталося? По формулі (1.1) підрахуємо коефіцієнт цінової еластичності тютюнових виробів. Його значення становить  $E_D=0,59$ , тобто тютюнові вироби - товар з нееластичним попитом, а це означає, що попит на цей товар слабо залежить від його ціни.

Цим прийомом досить часто користуються уряди багатьох країн, у тому числі і України (збільшення акцизів на тютюнові, алкогольні вироби, а також на нафтопродукти).

Виникає запитання: а чи погодяться виробники даної продукції із втратою доходів? Напевно, що ні! Повернемося до попереднього прикладу: при ціні тютюнових виробів 2,8 долл. за пачку річні втрати тютюнових компаній становитимуть 9 млн. долл. Щоб компенсувати ці втрати

виробники, скоріше за всього, перекладуть ці кошти на споживачів (рисунок 4). Тоді пачка тютюнових виробів приблизно коштуватиме

$$P_1 = 2,8 + (9 \cdot 10^6 / 47,5 \cdot 10^6) \approx 3 \text{ долл.}$$

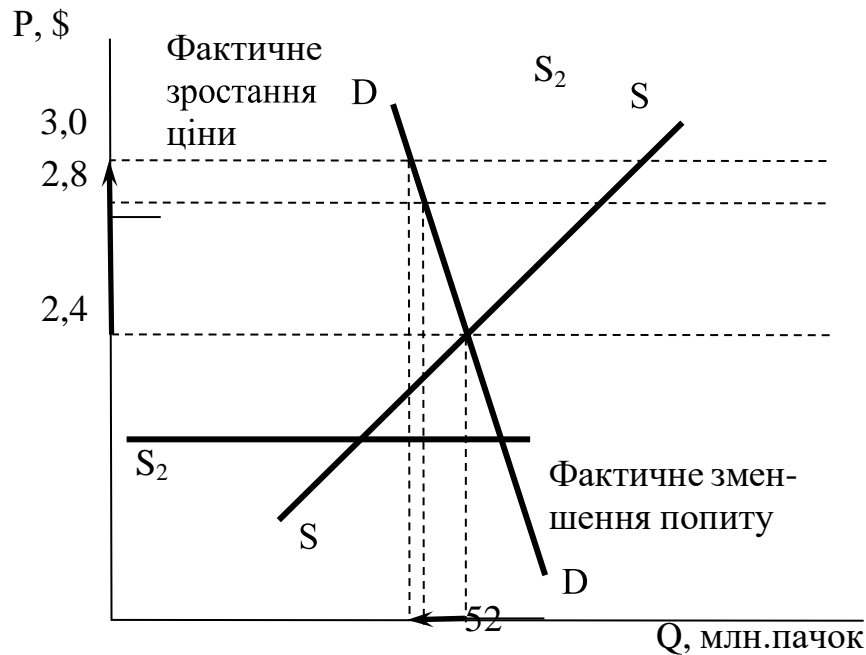


Рисунок 4 - Фактична реакція ринку на збільшення податку:  
P - ціна; Q - обсяг споживання (виробництва); S-S - крива пропозиції до введення додаткового податку; S<sub>2</sub>-S<sub>2</sub> - фактична крива пропозиції після введення додаткового податку; D-D - крива пропозиції.

Отже, і світовий досвід цей факт підтверджує, при збільшенні податкового навантаження на певний товар, його ціна зростає на дещо більшу величину, ніж величина зростання податків. Тому, при підвищенні податкового навантаження на певні товари, уряд повинен жорстко слідкувати за тим, щоб зростання цін на ці товари було адекватним зростанню податків.

## 2 ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПРОПОЗИЦІЇ

Не тільки споживання залежить від зміни цін на товари. Від зміни цін також залежить і рішення підприємств про обсяги випуску продукції. Економісти визначають *цінову еластичність пропозиції* як інтенсивність реакції величини пропозиції товару на зміну його ринкової ціни

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P}, \quad (2.1)$$

де  $\% \Delta Q_S$  - відсоткова зміна пропозиції.

Відсоткова зміна ціни визначається по формулі (1.5). Відсоткова зміна попиту, %

$$\% \Delta Q_S = \frac{\Delta Q_S}{0,5 \cdot (Q_{S1} + Q_{S2})}, \quad (2.2)$$

де  $\Delta Q_S$  - зміна пропозиції, одиниць, визначається аналогічно зміні попиту згідно формули (1.2).

Прийнята наступна класифікація цінової еластичності пропозиції в залежності від величини коефіцієнту цінової еластичності:

а) пропозиція вважається нееластичною, якщо 1% зміна ціни викликає менш ніж 1% зміну пропозиції;

б) пропозиція має одиничну еластичність, якщо 1% зміна ціни викликає 1% зміну пропозиції;

в) пропозиція вважається еластичною, якщо 1% зміна ціни викликає більш ніж 1% зміну пропозиції;

На рисунку 5 наведені криві пропозиції при різних значеннях цінової еластичності.

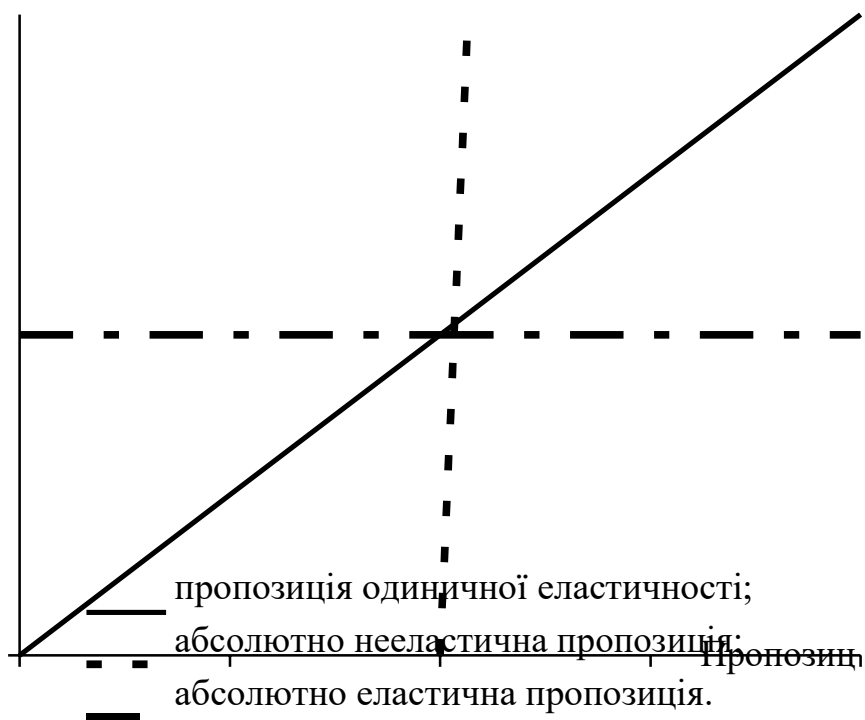


Рисунок 5 - Типи еластичності пропозиції

На еластичність пропозиції впливають наступні чинники.

1) Можливість збільшення виробництва в галузі. Якщо усі необхідні для виробництва ресурси можуть бути придбані по поточним цінам, то



випуск готової продукції може бути істотно збільшений навіть при незначному зростанні ціни на неї. Це означає, що еластичність пропозиції є досить високою. Така ситуація є справедливою для текстильної та легкої промисловостей. З іншого боку, якщо можливості виробництва є суттєво обмеженими, як наприклад при видобуванні золота, то пропозиція буде нееластичною.

2) Тривалість інтервалу часу, протягом якого триває зміна ціни на певний товар. Чим довше триває цей інтервал часу, тим більший вплив матиме зміна ціни на величину пропозиції. Якщо цей інтервал часу триватиме недостатньо довго, то виробництво, можливо, не встигне належним чином відреагувати на зміну ціни продукції: збільшити або зменшити кількість працівників, матеріалів, капіталу. В такому випадку пропозиція буде дуже нееластичною.

Прикладом такої ситуації можна вважати недавню так звану "гречану кризу": попит на гречку стрімко зріс, а швидко задовольнити його виробники не змогли через те, що для цього гречку треба засіяти, виростити, прибрати і т.п., на що необхідно багато часу. Через це на ринку утворився певний дефіцит гречки і ціна на неї стрімко зросла з 9-12 до 32-36 грн/кг (рисунок 6).

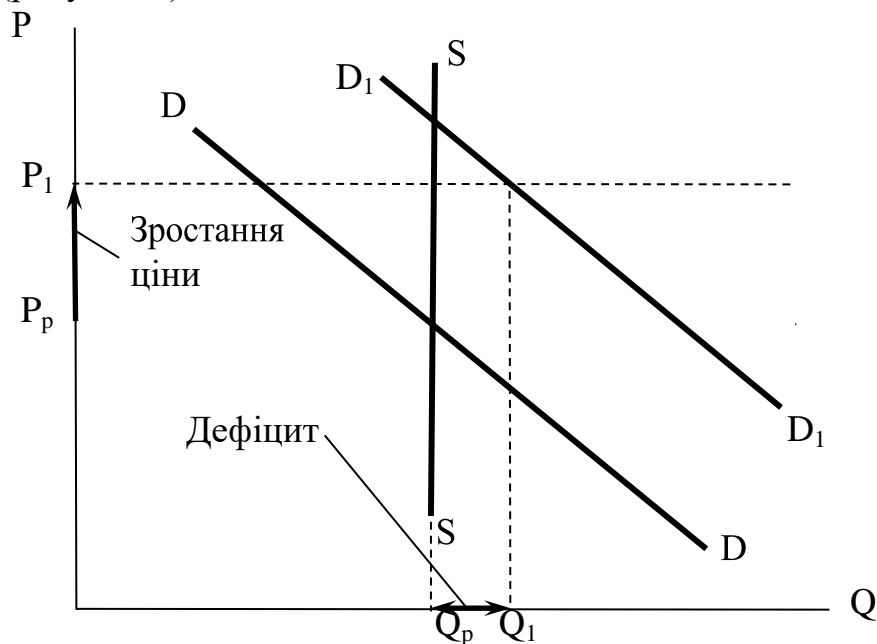


Рисунок 6 - Утворення дефіциту при ажіотажному зростанні попиту і нееластичній пропозиції в короткостроковому періоді:

$P_R$  - рівноважна ціна;  $P_1$  - ціна при ажіотажному попиті;  $Q_R$  - рівноважний обсяг споживання (виробництва);  $Q_1$  - ажіотажний обсяг споживання; S-S - крива пропозиції; D-D - рівноважна крива попиту;  $D_1$ - $D_1$  - крива ажіотажного попиту.

З часом, за рахунок імпорту, а потім - за рахунок нового врожаю,

виробники збільшили постачання гречки на ринок, що призвело до зменшення ціни на неї (рисунок 7) до рівня 18 грн/кг. Згодом ціни на гречану крупу повернулися практично на докризовий рівень.

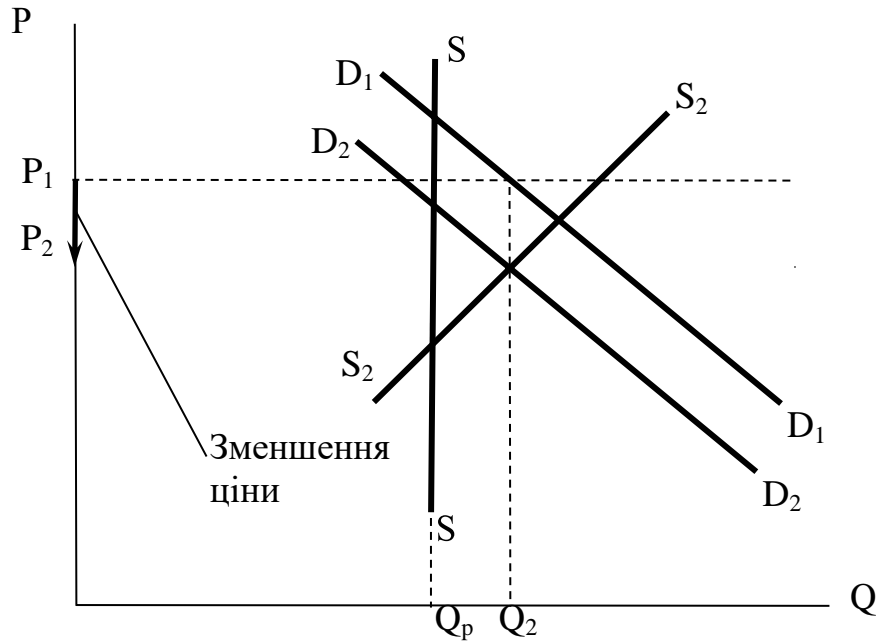


Рисунок 7 - Стабілізація ринку в довгостроковому періоді:  
 $P_1$  - ціна при ажіотажному попиту;  $P_2$  - нова рівноважна ціна;  
 $Q_p$  - рівноважний обсяг споживання (виробництва);  $Q_2$  - новий  
 рівноважний обсяг споживання (виробництва); S-S - рівноважна крива  
 пропозиції;  $S_2$ - $S_2$  - нова рівноважна крива пропозиції;  $D_1$ - $D_1$  - крива  
 ажіотажного попиту;  $D_2$ - $D_2$  - нова рівноважна крива попиту.

## ВИСНОВКИ

Із усього наведеного вище можна зробити декілька висновків.

- 1) Цінова еластичність попиту відображає інтенсивність реакції величини попиту на зміну ціни товару.
- 2) У залежності від цінової еластичності попиту товари діляться на три групи: з еластичним, нееластичним та одиничним попитом.
- 3) Цінова еластичність попиту дозволяє судити про вплив зміни ціни на обсяг виручки підприємства.
- 4) Цінова еластичність пропозиції відображає інтенсивність реакції величини пропозиції товару на зміну ціни.
- 5) В загальному випадку ціна сама по собі нормує пропозицію того чи іншого товару.
- 6) Стороннє (не ринкове) втручання в роботу механізму попиту-пропозиції призводить до того, що ціна не може виконувати функцію нормування.

