

**Натисніть тут, щоб
купити книгу на сайті
або замовляйте за телефоном:
(0352) 51-97-97, (067) 350-18-70,
(066) 727-17-62**

РОЗДІЛ 3. МОДЕЛІ РИНКУ ТА ТЕОРІЯ ЗАГАЛЬНОЇ РІВНОВАГИ

При написанні цього розділу використовувались джерела [7] та [9].

На основі математичних моделей споживання та виробництва, які були наведені у попередніх розділах, можна перейти до конструювання математичних моделей ринкової економіки шляхом об'єднання поведінки споживачів та фірм в єдину систему. Такі ринкові економічні агенти, як споживачі, у ролі яких зазвичай розглядаються домашні господарства, та виробничі підприємства, у ролі яких виступають різноманітні фірми, корпорації тощо, взаємодіють на двох типах ринків — ринку продуктів (товарів та послуг, що виробляються та пропонуються фірмами) та ринку факторів виробництва (праці, виробничих ресурсів — грошового капіталу, землі тощо, власниками яких виступають домашні господарства).

Домашні господарства (споживачі) отримують доходи від продажу факторів виробництва на ринку факторів та використовують їх для придбання споживчої продукції на ринку товарів та послуг. Фірми використовують придбані фактори для виробництва продукції. Задачі загальної економічної рівноваги полягають в аналізі взаємодії домашніх господарств та підприємств у термінах цін, обсягів товарів та затрачених ресурсів. При вивченні економічної взаємодії між споживачами та виробниками центральне місце займають опис та дослідження умов, необхідних для існування рівноваги між попитом та пропозицією на обох типах ринків, встановлення обставин, за яких подібна рівновага існує і є єдиною, а також аналіз її стійкості.

3.1. Поняття попиту

Існування індивіда передбачає задоволення його потреб, які постійно виникають і відтворюються. **Потребу** розуміють як відчуття нестачі чого-небудь, що набуло спеціальної форми відповідно до біосоціокультурних особливостей індивіда.

Попит, на відміну від потреби, є не лише бажанням, а й здатністю людей купувати блага. Попит відрізняється від потреби момен-

том платоспроможності і має передбачає взаємодію з іншими людьми як економічними агентами. Отже, **попит** — це ринковий вираз потреби, який є бажанням і здатністю людей купувати блага.

Попит залежить від багатьох факторів, зокрема: ціни (P), доходів (I), смаків та пріоритетів споживачів (Z), кількості споживачів на ринку (N), цін на інші товари (P_1, \dots, P_n) та очікування зміни цін (E). Залежність попиту від вищезгаданих чинників називають **функцією попиту**:

$$Q_d = f(P, P_1, \dots, P_n, I, Z, N, E).$$

Розглянемо, яким чином формують попит різні чинники.

3.1.1. Попит і ціна

Для аналізу формування попиту в найпростішій формі припустимо, що дана ціна є однорідною і виражається в грошовій формі. **Величина попиту** — це максимальна кількість блага, яку придбали б покупці за певну ціну.

Взаємозв'язок між ціною і попитом характеризується **законом попиту**, відповідно до якого зі зростанням ціни величина попиту зменшується, а зі зменшенням ціни — збільшується. Цей закон встановлюється в межах ізольованого відношення між ціною та величиною попиту. Поясненням цього феномену можна вважати можливість заміни одного блага іншим, ціна на яке залишилася без змін. Тут варто обумовити, що ми використовуємо принцип інших рівних умов.

Слід зазначити, що будь-які процеси відбуваються в часі, а тому, враховуючи відтворюваність потреби як основи формування попиту, необхідно вести мову про величину попиту за певний проміжок часу. Таким чином, величина попиту є одним з показників потоку.

Залежність попиту від ціни можна виразити трьома способами: графічно, у формі таблиці та алгебраїчно. Розглянемо спочатку графічну форму інтерпретації даної форми залежності. Це графічне зображення називається **кривою попиту** (рис. 1).

Крива попиту слугує своєрідною розмежувальною лінією між множиною допустимих для покупця значень ціни та кількості і тих

значень, які лежать поза межами його можливостей. Отже, **крива попиту** — це межа ринкових можливостей покупців, оскільки кож-

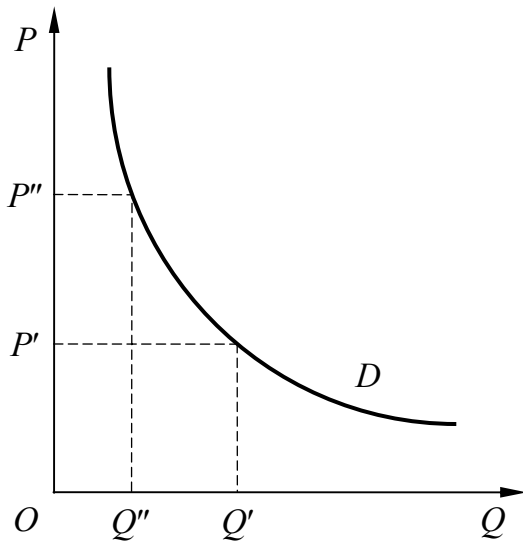


Рис. 1. Крива попиту

на точка на ній відображає максимальну кількість блага, яку могли б придбати споживачі при заданій ціні, або максимальну ціну, яку могли б заплатити покупці при заданій кількості. Максимальна ціна, яку погодилися б заплатити покупці при заданій кількості, називається **ціною попиту**.

Для спрощення будемо керуватися припущенням про лінійну залежність між величиною попиту та ціною. Алгебраїчна форма цієї залежності матиме такий вигляд:

$$Q_d = a - bP,$$

де a і b — коефіцієнти, які відображають значення нецінових факторів попиту. В загальному випадку крива попиту має таку властивість:

$$\frac{\partial P}{\partial Q} < 0, \quad \frac{\partial^2 P}{\partial Q^2} \geq 0.$$

Отже, сформулюємо *закон поступового спадання попиту*. Коли ціна товару підвищується за незмінних інших умов, то попит буде на меншу кількість цього товару. Коли ж на ринок надходить більша кількість товару, то за незмінних інших умов він може бути реалізований тільки за нижчою ціною.

Ще раз акцентуємо увагу на різниці між попитом і величиною попиту. **Попит** є *залежністю* між ціною і кількістю економічного блага, тобто функцією. А **величиною попиту** вважають конкретну кількість економічного блага, на яку заявляється попит, тобто *значення* цієї функції.

Якщо змінюються нецінові фактори попиту, то, як правило, змінюється і попит. А це виражається в зміщенні кривої попиту на координатній площині. Зокрема, при зростанні попиту крива зміщується вправо, і навпаки.