

---

# Popyt i podaż

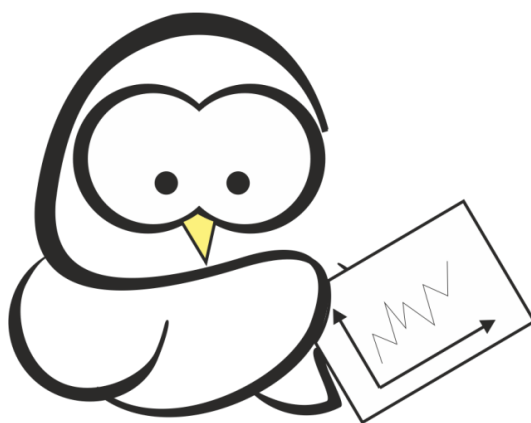
---

Wiedza o gospodarce

---

2013

---



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**Zachodniopomorska  
Szkoła Biznesu  
w Szczecinie**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY





# *Popyt i podaż*

## **Spis treści**

1. Wstęp:.....	3
2. Co to jest popyt? .....	3
3. Co to jest podaż? .....	5
4. Podsumowanie.....	11
5. Literatura .....	11



# Popyt i podaż

## 1. Wstęp:

Wiemy już, jakie są czynniki wytwórcze, kto jest ich właścicielem oraz jakie są cele gospodarowania. Poznaliśmy także poszczególne rodzaje rynków oraz ich cechy. Czas więc zająć się uczestnikami rynku. Na każdym z nich, niezależnie od tego, z jakim rodzajem rynku mamy do czynienia, występują dwie strony.

**Pierwsza z nich to strona popytu** – reprezentują ją kupujący. W zależności od tego, z jakim rynkiem mamy do czynienia, kupującym może być gospodarstwo domowe lub przedsiębiorstwo, a nawet państwo.

**Drugą stroną rynku jest podaż** – reprezentują ją sprzedający. Podobnie jak przy popycie, w zależności od rodzaju rynku, sprzedającym może być gospodarstwo domowe lub przedsiębiorstwo, a nawet państwo.

W najbliższym czasie przedmiotem naszych rozważań będzie rynek towarowy. Stronę popytu, a więc kupujących, reprezentować będą gospodarstwa domowe, natomiast sprzedających - przedsiębiorstwa.

## 2. Co to jest popyt?

W tej chwili będziemy rozważać problematykę rynku towarowego. Stronę popytu na tym rynku reprezentują m.in. gospodarstwa domowe, a więc każdy z nas. Wiele razy w ciągu dnia, dokonując nawet najprostszych czynności, reprezentujemy stronę kupującego. Co to jest więc popyt?

**Popytem nazywamy** zgłoszone zapotrzebowanie na określone dobra, na danym rynku i po danej cenie.

Nasze potrzeby muszą zostać wyartykułowane czyli zgłoszone. Trudno mówić o popycie, jeśli kupujący nie informuje nikogo, co jest mu potrzebne.

Popyt jest ulokowany na danym rynku. Zgłaszając swoje potrzeby, czyli chęć zakupu określonego dobra, udajemy się do konkretnego sklepu, a więc na określony rynek.

Oczywiście musimy pamiętać o tym, że popyt występuje zawsze przy określonym poziomie ceny. Zgłaszając popyt na rynku musimy wziąć pod uwagę nasze możliwości, związane z chęcią jego zaspokojenia. Jeśli dysponujemy taką ilością środków finansowych, która umożliwia nam zakup, możemy mówić o popycie efektywnym. Jeśli natomiast nie mamy wystarczającej ilości pieniędzy, mówimy tylko o popycie potencjalnym.

**Na przykład:** Jaś chciałby kupić sobie skuter. Chodzi po sklepach, ogląda, poszukuje w internecie. Koszt modelu, który go interesuje, to kwota ok. 6 tysięcy złotych. Jaś zbierał tylko 2 tysiące. Reprezentuje jedynie popyt potencjalny. Agatka również chciałaby kupić sobie skuter. Podobnie jak kolega, robi rozpoznanie rynku. Dysponuje większą ilością oszczędności, więc może pozwolić sobie na kupno skutera. Reprezentuje zatem popyt efektywny.

Popyt podlega działaniu prawa popytu, które brzmi następująco: w miarę wzrostu cen wielkość zapotrzebowania na dane dobro maleje, przy pozostałych czynnikach ceteris paribus (niezmiennych). Oczywiście zależność wynikająca z prawa popytu działa również wtedy, gdy ceny maleją. Obserwujemy wtedy wzrost wielkości popytu.

Generalną zasadą na każdym rynku jest działanie prawa popytu. Jednakże zdarzają się pewne wyjątki. W literaturze noszą one nazwę paradoksów.



## Popyt i podaż

**Paradoks Giffena** – dotyczy dóbr niższego rzędu. Gdy na rynku rosną ceny, rośnie również wielkość popytu na dobra niższego rzędu (czyli produkty z tzw. „niższej półki”, jak np. tańsza wędlina). Rośnie wówczas zapotrzebowanie na dobra niższego rzędu ze względu na fakt, że nabywców nie stać na kupno lepszych jakościowo dóbr.

**Paradoks Veblena** - dotyczy dóbr luksusowych. Wtedy gdy na rynku rosną ich ceny, rośnie również wielkość popytu na te dobra. Konsumenci w ten sposób demonstrują swoje możliwości nabywcze.

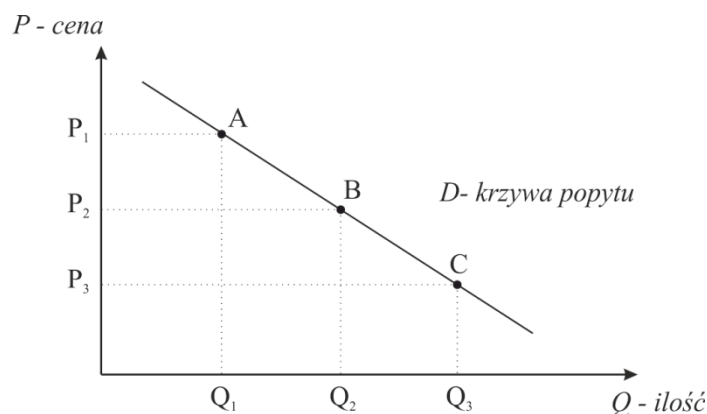
**Efekt spekulacji** – kupowanie towarów wtedy, gdy ich ceny rosną (aby uchronić się przed większymi wydatkami w przyszłości) lub powstrzymywanie się od zakupów, gdy ceny maleją (by zaoszczędzić w przyszłości).

Przyjmijmy, że mamy do czynienia z rynkiem obuwia letniego. W wyniku przeprowadzonych badań ustalono następujące zależności między ceną a wielkością popytu.

Kombinacja	Poziom ceny (p) w zł	Ilość popytu (q) w szt.
A	150	500
B	100	1000
C	50	1500

Po przeniesieniu danych z tabeli na wykres i połączeniu punktów ABC otrzymujemy Krzywą popytu (D).

Przedstawia ona ujemną (odwrotnie proporcjonalną) zależność między ceną a wielkością popytu. Należy podkreślić, że z ekonomicznego punktu widzenia analizujemy tylko ten fragment krzywej, który mieści się pomiędzy osiami X i Y (I ćw. układu współrzędnych).



Wiemy już, czym jest popyt. Łatwiej było zrozumieć tę problematykę, gdyż każdy z nas reprezentuje stronę popytu. Nieco trudniej jest z podażą. Reprezentują ją przedsiębiorcy, którzy na rynek dostarczają swój towar lub usługę.



# Popyt i podaż

## 3. Co to jest podaż?

**Podażą** nazywamy zaoferowany do sprzedaży towar na danym rynku, po danej cenie i w określonym czasie.

W jaki sposób towar jest oferowany do sprzedaży? Wystarczy, że znajdzie się w odpowiednim miejscu np. w sklepie lub hurtowni.

Podaż jest ulokowana na danym rynku. Oczywiście musimy pamiętać o tym, że podaż występuje zawsze przy określonym poziomie ceny.

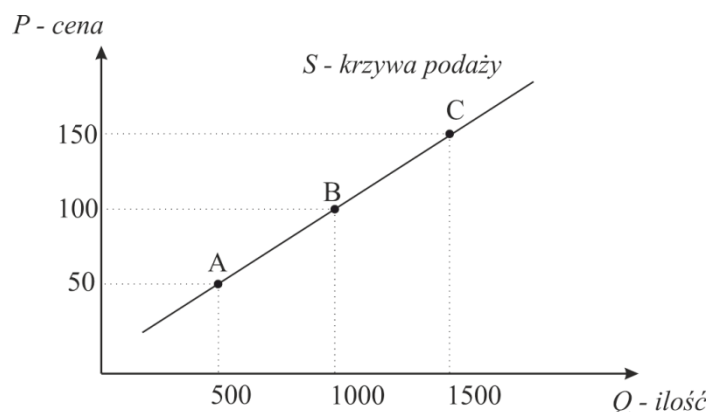
Podaż podlega działaniu prawa podaży, które brzmi następująco: W miarę wzrostu cen ilość podaży rośnie, przy pozostałych czynnikach ceteris paribus (niezmiennych). Oczywiście zależność wynikająca z prawa podaży działa również wtedy, gdy ceny maleją. Obserwujemy wtedy spadek wielkości podaży.

Analizując działanie prawa podaży można stwierdzić, że wtedy, gdy ceny danego dobra na rynku maleją, przedsiębiorcy nie są zainteresowani produkcją i sprzedażą ilości takiej jak poprzednio. Na pewno spada zyskowność takiego działania. Spadek cen może również oznaczać, że na rynku jest duża ilość określonego towaru, w związku z czym należy zmniejszyć jego sprzedaż. Wzrost cen towaru może oznaczać, iż jest go zbyt mało. Może również pozwolić osiągnąć przedsiębiorcy większe zyski. Naturalnym działaniem przedsiębiorcy jest więc zwiększanie ilości towarów oferowanych do sprzedaży.

Przyjmijmy, że mamy do czynienia z rynkiem obuwia letniego. W wyniku przeprowadzonych badań ustalono następujące zależności między ceną a wielkością podaży.

Kombinacja	Poziom ceny (p) w zł	Ilość podaży (q) w szt.
A	50	500
B	100	1000
C	150	1500

Po przeniesieniu danych z tabeli na wykres i połączeniu punktów ABC otrzymujemy Krzywą podaży (S). Przedstawia ona dodatnią (wprost proporcjonalną) zależność między ceną a wielkością podaży. Należy podkreślić, że z ekonomicznego punktu widzenia analizujemy tylko ten fragment krzywej, który mieści się pomiędzy osiami X i Y (I ćw. układu współrzędnych).





# Popyt i podaż

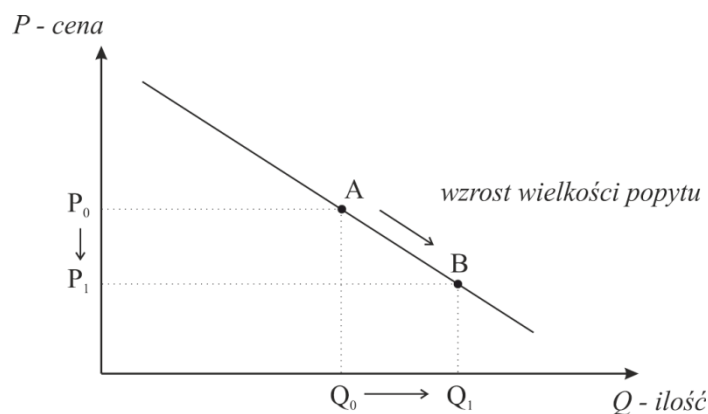
**Wśród czynników wpływających na popyt (determinantów popytu) wyróżniamy:**

- cenę dóbr substytucyjnych,
- cenę dóbr komplementarnych,
- dochody konsumentów,
- przewidywania dochodów konsumentów,
- przewidywania przyszłych cen,
- modę, gusty, preferencje konsumentów,
- warunki klimatyczne,
- czynniki losowe.

**Przeanalizujmy wpływ poszczególnych czynników na popyt:**

- cena danego dobra – wpływ tego czynnika był analizowany przy okazji omawiania działania prawa popytu;
- ceny dóbr substytucyjnych – wzrost cen dóbr substytucyjnych spowoduje wzrost popytu na dobra podstawowe i odwrotnie;
- ceny dóbr komplementarnych – wzrost cen dóbr komplementarnych spowoduje spadek popytu na dobra podstawowe i odwrotnie;
- dochody konsumentów – wzrost dochodów konsumenta spowoduje wzrost popytu i odwrotnie;
- przewidywania dochodów konsumentów – przewidywania wzrostu dochodów konsumenta w przyszłości spowodują wzrost popytu już teraz i odwrotnie;
- przewidywania przyszłych cen – przewidywania wzrostu cen spowodują wzrost popytu w celu uniknięcia kupowania drożej w przyszłości, przewidywanie spadku cen powoduje spadek popytu obecnie, w oczekiwaniu na możliwość kupienia danego dobra po niższej cenie;
- moda, gusty, preferencje konsumentów – jeżeli jest moda na posiadania jakiegoś dobra, to popyt na nie wzrośnie i odwrotnie;
- warunki klimatyczne (np. upalne lato) - zwiększają popyt na niektóre dobra (np. napoje chłodzące);
- czynniki losowe – wszystkie czynniki niezależne od ludzi np. powódź.

Przyjmijmy, że przy stałych czynnikach pozacenowych spadła cena danego dobra.



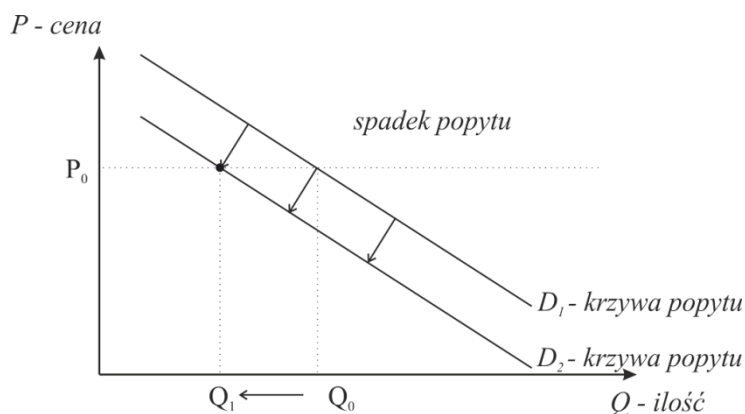


# Popyt i podaż

Przedstawiony na wykresie spadek ceny z poziomu  $p_0$  do poziomu  $p_1$  powoduje wzrost ilości popytu z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Na wykresie nastąpi przesunięcie z punktu A do B. Zmiana ta nosi nazwę wzrostu wielkości popytu i następuje zawsze pod wpływem spadku ceny. Graficznie jest przedstawiona jako ruch po krzywej popytu w dół.

W przeciwnym przypadku, to znaczy po wzroście ceny, następuje spadek wielkości popytu. Graficzną ilustracją spadku wielkości popytu jest ruch po krzywej popytu w górę.

Przyjmijmy, że przy stałej cenie zadziałały czynniki pozacenowe np. spadły dochody konsumenta.



Przedstawiona na wykresie zmiana przy cenie na poziomie  $p_0$  powoduje spadek popytu z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Na wykresie nastąpi przesunięcie krzywej w dół z  $d_1$  do  $d_2$ . Zmiana ta nosi nazwę spadku popytu i następuje zawsze pod wpływem czynnika pozacenowego. Graficznie jest przedstawiona jako równoległe przesunięcie krzywej popytu w dół.

W przeciwnym przypadku, to znaczy na przykład na skutek wzrostu dochodu, nastąpiłby wzrost popytu. Graficzną ilustracją wzrostu popytu będzie równoległe przesunięcie krzywej popytu w górę.

**Wśród czynników wpływających na podaż (determinantów podaży) wyróżniamy:**

- cenę danego dobra,
- ceny czynników wytwórczych,
- dostępność czynników wytwórczych,
- zastosowaną technologię,
- ceny innych dóbr,
- liczbę producentów,
- warunki klimatyczne,
- czynniki losowe.

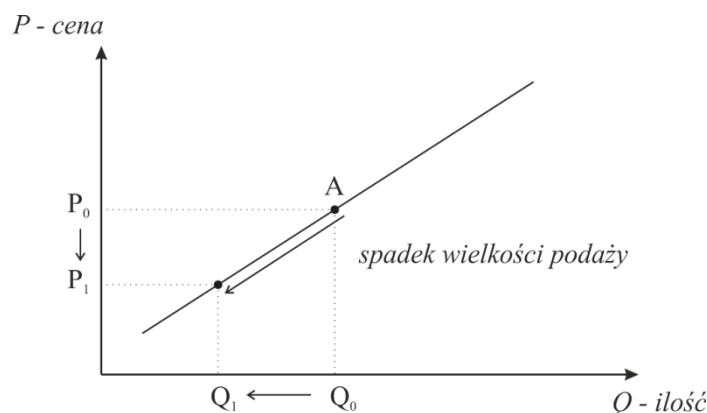


# Popyt i podaż

Przeanalizujemy więc działanie poszczególnych determinantów podaży:

- cena danego dobra – zgodnie z działaniem prawa podaży: im wyższa cena, tym wyższa wielkość podaży i odwrotnie;
- ceny czynników wytwórczych – im droższe czynniki wytwórcze, np. im wyższa jest płaca pracowników, tym niższa podaż i odwrotnie;
- dostępność czynników wytwórczych – im większa dostępność czynników wytwórczych, tym wyższa podaż i odwrotnie;
- zastosowana technologia – im nowocześniejsza, bardziej wydajna technologia, tym wyższa podaż i odwrotnie;
- podatki pośrednie i opłaty – wyższe podatki pośrednie i wyższe opłaty skutkują obniżeniem podaży i odwrotnie;
- ceny innych dóbr – wyższe ceny innych dóbr skutkują spadkiem podaży, gdyż producenci przeniosą się na inny rynek;
- liczba producentów – wyższa liczba producentów oznacza wyższą podaż i odwrotnie;
- warunki klimatyczne – sprzyjające, powodują wzrost podaży, w szczególności jeśli chodzi o produkty pochodzenia rolniczego;
- czynniki losowe – mogą powodować wzrost lub spadek podaży (np. pożar linii produkcyjnej skutkuje spadkiem podaży).

Przyjmijmy, że przy stałych czynnikach pozacenowych spadła cena danego dobra.



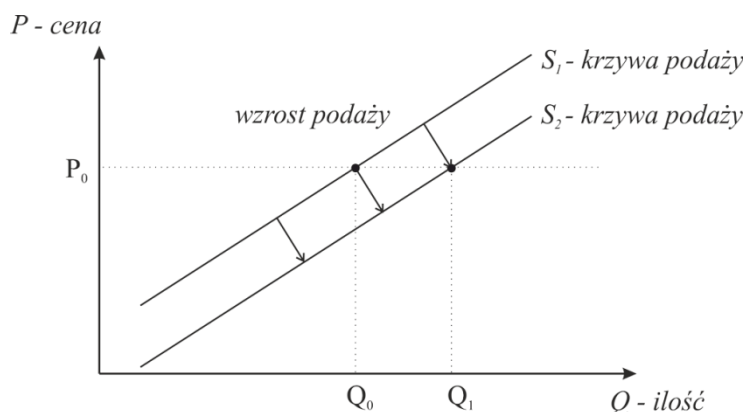
Przedstawiony na wykresie spadek ceny z poziomu  $p_0$  do poziomu  $p_1$  powoduje spadek ilości podaży z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Na wykresie nastąpi przesunięcie z punktu  $A$  do  $B$ . Zmiana ta nosi nazwę spadku wielkości podaży i następuje zawsze pod wpływem spadku ceny. Graficznie jest przedstawiona jako ruch po krzywej podaży w dół.

W przeciwnym przypadku (tzn. po wzroście ceny) nastąpiłby wzrost wielkości podaży. Graficzną ilustracją wzrostu wielkości podaży będzie ruch po krzywej podaży w górę. Przyjmijmy, że przy stałej cenie zadziałały czynniki pozacenowe np. spadły ceny surowców.





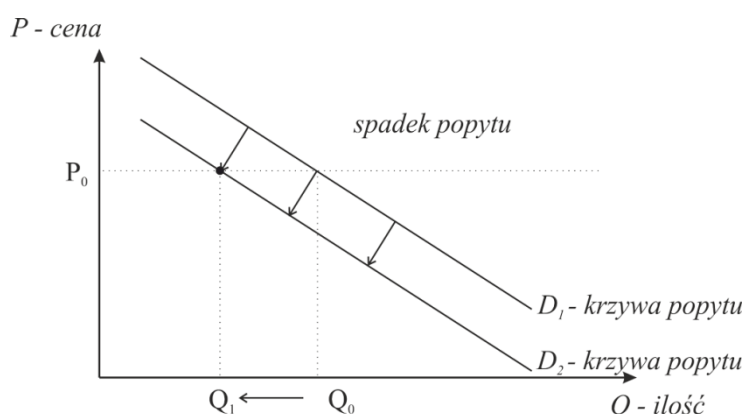
# Popyt i podaż



Przedstawiona na wykresie zmiana przy cenie na poziomie  $p_0$  powoduje wzrost podaży z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Na wykresie nastąpi przesunięcie krzywej w prawo z  $s_1$  do  $s_2$ . Zmiana ta nosi nazwę wzrostu podaży i następuje zawsze pod wpływem czynnika pozacenowego. Graficznie jest przedstawiona jako równoległe przesunięcie krzywej podaży w prawo.

Zakładając, że ceny surowców by wzrosły, należałoby oczekiwać spadku podaży. Graficzną ilustracją tej sytuacji będzie przesunięcie krzywej podaży równoległe w lewo.

Przeanalizujmy, jak na popyt wpływać będą niektóre determinanty popytu. Przyjmijmy, że na rynku masła zaobserwowaliśmy spadek cen margaryny. Jeżeli margaryna będzie tańsza, to na jej rynku wzrośnie wielkość popytu. Natomiast na rynku masła zaobserwować będzie można spadek popytu. Co zostało przedstawione na wykresie.



Przy cenie na poziomie  $p_0$  następuje spadek popytu z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Na wykresie nastąpi przesunięcie krzywej w dół z  $d_1$  do  $d_2$ . Zmiana ta nosi nazwę spadku popytu i następuje zawsze pod wpływem czynnika pozacenowego.

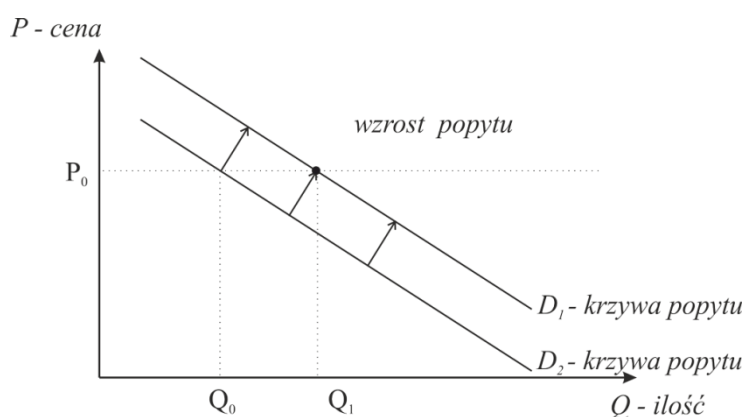
Przyjmijmy, że na rynku telewizorów LCD 3D zaobserwowano wzrost dochodów konsumenta. Zmiana ta spowoduje, że pojawi się więcej chętnych do kupna tych telewizorów. Następuje wzrost popytu, a graficzną ilustracją tej sytuacji będzie przesunięcie krzywej popytu w górę.

Przeanalizujmy jak na popyt wpływać będą niektóre determinanty popytu.

Przyjmijmy, że na rynku komputerów osobistych spadły ceny procesorów. Zmiana ta spowoduje, że nastąpi wzrost popytu na komputery. Zdarzenie to zostało przedstawione na wykresie.



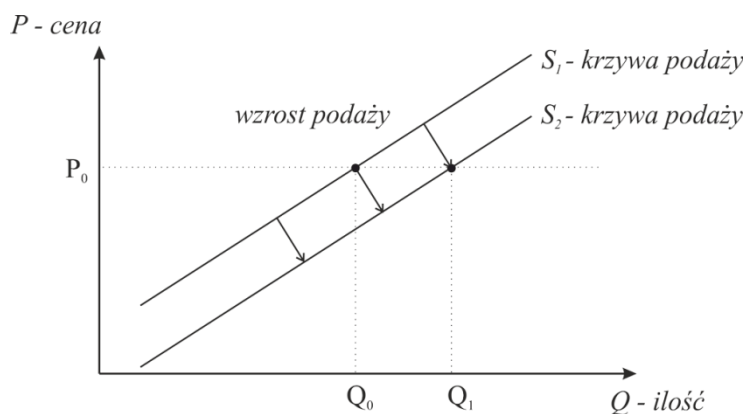
# Popyt i podaż



Przedstawiona na wykresie zmiana przy cenie na poziomie  $p_0$  powoduje wzrost popytu z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Na wykresie nastąpi przesunięcie krzywej w górę z  $d$  do  $d_1$ . Zmiana ta nosi nazwę wzrostu popytu i następuje pod wpływem czynnika pozacenowego.

Przeanalizujemy teraz za pomocą narzędzi graficznych, jak na podaż wpływać będą wybrane determinanty.

Przyjmijmy, że w fabryce obuwia w miejscowości X obniżeniu uległy podatki od nieruchomości. Zdarzenie to zostało zaprezentowane na poniższym wykresie:



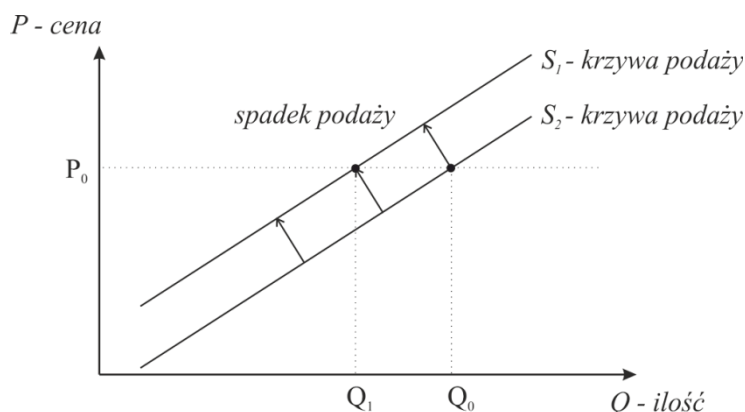
Przedstawiona na wykresie zmiana przy cenie na poziomie  $p_0$  powoduje wzrost podaży z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Nastąpi przesunięcie krzywej w prawo z  $s$  do  $s_1$ . Zmiana ta nosi nazwę wzrostu podaży i następuje pod wpływem czynnika pozacenowego. Graficznie jest przedstawiona jako równoległe przesunięcie krzywej podaży w prawo.

Przeanalizujemy teraz za pomocą narzędzi graficznych jak na podaż wpływać będą wybrane determinanty.



# Popyt i podaż

Przyjmijmy, że na rynku truskawek w okresie ich kwitnienia wystąpiły przymrozki. Zdarzenie to zostało zaprezentowane na poniższym wykresie:



Przedstawiona na wykresie zmiana przy cenie na poziomie  $p_0$  powoduje spadek podaży z poziomu  $q_0$  do poziomu  $q_1$ . Na wykresie nastąpi przesunięcie krzywej w lewo z  $s_1$  do  $s_2$ . Zmiana ta nosi nazwę spadku podaży i następuje zawsze pod wpływem czynnika pozacenowego. Graficznie jest przedstawiona jako równoległe przesunięcie krzywej podaży w lewo.

## 4. Podsumowanie

Tak więc przeszliśmy wspólnie fragment kursu, obejmujący tematykę związaną z popytem i podażą na rynku. Jesteśmy przekonani, że potrafisz już określić, jak kształtują się popyt i podaż na rynku. Możliwa też jest identyfikacja determinantów popytu i podaży. Potrafisz także posłużyć się wykresami w celu omówienia ich działania. Sądzymy również, że po przestudiowaniu tej tematyki potrafisz wyjaśniać zjawiska występujące w otaczającej nas rzeczywistości, np. dlaczego cena cukru rośnie. Jako osoba przedsiębiorcza, którą na pewno jesteś lub będziesz w przyszłości, zdobyłeś kolejne użyteczne umiejętności.

## 5. Literatura

1. Nojszewska Ewelina, Podstawy ekonomii, WSIP, Warszawa.
2. Mierzejewska-Majcherek Janina, Podstawy ekonomii, DIFIN, Warszawa.
3. Urbaniak Piotr, Podstawy ekonomii - podręcznik. Mikroekonomia i makroekonomia, EMPI2, Warszawa.