

26. Առաջարկի և պահանջարկի կորը. Պահանջարկի եւ առաջարկի փոփոխություններ (shifts)

Պահանջարկի կորը ապրանքի կամ ծառայության գնի և որոշակի ժամանակահատվածի համար պահանջվող քանակի փոխհարաբերության գրաֆիկական ներկայացումն է: Տիպիկ ներկայացման դեպքում գինը հայտնվում է ձախ ուղղահայաց առանցքի վրա, մինչդեռ պահանջվող քանակը հորիզոնական առանցքի վրա է: Պահանջարկի կորը նույնը չի թվում յուրաքանչյուր ապրանքի կամ ծառայության համար: Երբ գինը բարձրանում է, պահանջարկը հիմնականում նվազում է գրեթե ցանկացած ապրանքի համար, սակայն որոշ ապրանքների անկումը շատ ավելի մեծ է, քան մյուսների համար: Մա պահանջարկի գնային առաձգականության արտացոլումն է, ապրանքի սպառման փոփոխության չափումը՝ կապված դրա գնի փոփոխության հետ: Ապրանքների պահանջարկի առաձգականությունը տատանվում է ապրանքների կատեգորիաների միջև և դրանց շրջանակում՝ կախված ապրանքի փոխարինելիությունից:

Գները սովորաբար հայտնվում են y առանցքի վրա, մինչդեռ պահանջարկը պատկերված է x առանցքի վրա: Այս կորը սովորաբար շարժվում է դեպի ներքև ձախից աջ: Այս շարժումն արտահայտում է պահանջարկի օրենքը, որն ասում է, որ քանի որ տվյալ ապրանքի գինը բարձրանում է, պահանջվող քանակը նվազում է, քանի դեռ մնացած բոլորը հավասար են:

Պահանջարկի կորը տեղափոխող գործոններ

Եթե գնի կամ քանակի փոխարեն որևէ այլ գործոն փոխվի, ապա անհրաժեշտ է կառուցել նոր պահանջարկի կոր: Օրինակ՝ եթե որևէ տարածքի բնակչությունը կտրուկ աճի, կավելանա սննդի պահանջարկը: Այս դեպքում, նույնիսկ եթե գինը նույնը մնա, եղած պահանջարկի կորն ($D1$) կտեղաշարժվի դեպի աջ ($D2$): Այլ կերպ ասած, պահանջարկը կավելանա:

Պահանջարկի կորը կարող են տեղափոխել նաև այլ գործոններ, ինչպիսիք են՝

- Սպառողների նախասիրությունների փոփոխությունը. եթե սպառողները սկսեն նախընտրել որևէ ապրանք, ապա այդ ապրանքի պահանջարկը կաճի՝ անկախ գնի փոփոխությունից:

- Եկամուտների փոփոխությունը. եթե սպառողների եկամուտները աճեն, նրանք կկարողանան գնել ավելի շատ ապրանքներ, նույնիսկ եթե դրանց գները նույնը մնան:

- Փոխարինող ապրանքների գների փոփոխությունը. եթե որևէ ապրանքի փոխարինողն էժանանա, պահանջարկը կարող է նվազել:

- Լրացնող ապրանքների գների փոփոխությունը. եթե լրացնող ապրանքի (օրինակ՝ մեքենայի և բենզինի) գինը նվազի, ապա պահանջարկը երկու ապրանքների համար էլ կարող է աճել:

•Ապագա գնային ակնկալիքները. եթե սպառողները ակնկալում են, որ ապագայում գները կբարձրանան, նրանք կնախընտրեն գնել ապրանքը ավելի վաղ՝ ներկայում, ինչը կբարձրացնի պահանջարկը:

Այս գործոնները ցույց են տալիս, որ պահանջարկի կորը կարող է տեղաշարժվել ոչ միայն գնի, այլև սպառողների վարքագծի և արտաքին գործոնների ազդեցությամբ:

Առաջարկի կորը ցույց է տալիս կապը ապրանքի կամ ծառայության արժեքի և առկա քանակի միջև: Առաջարկի կորը ցույց է տրված գծապատկերում՝ գինը ձախ ուղղահայաց առանցքի վրա և մատակարարված քանակությունը հորիզոնական առանցքի վրա: Առաջարկի կորը կարող է դիտվել որպես տեսողական ցուցադրություն, թե ինչպես է գործում առաջարկի և պահանջարկի օրենքը: Գները աճում են, երբ առաջարկը ցածր է:

Առաջարկի կորն ձախից աջ վերև շարժվելով արտացոլում է առաջարկի օրենքը, ըստ որի՝ եթե ապրանքի գինը բարձրանում է, ապա արտադրողներն ավելի մեծ քանակությամբ ապրանք կառաջարկեն շուկայում՝ շահույթի հնարավոր առավելագույն մակարդակին հասնելու նպատակով: Այս կանոնը գործում է «Ֆսացած բոլոր պայմանները անփոփոխ» սկզբունքի ներքո, ինչը նշանակում է, որ գնի փոփոխությունից բացի ֆսացած բոլոր գործոնները (օրինակ՝ արտադրության ծախսերը, տեխնոլոգիան կամ շուկայի այլ պայմանները) անփոփոխ են մնում:

Եթե գնից կամ քանակից բացի փոխվում է որևէ գործոն, անհրաժեշտ է գծել առաջարկի նոր կոր: Օրինակ, ասեք, որ ավելի շատ սոյայի ֆերմերներ են մտնում շուկա՝ մաքրելով անտառները և ավելացնելով սոյայի մշակությանը հատկացված հողերի քանակը:

Այս սցենարում ավելի շատ սոյայի հատիկներ կարտադրվեն, նույնիսկ եթե գինը ֆսա նույնը, ինչը նշանակում է, որ առաջարկի կորը ինքնին տեղափոխվում է աջ (S2) ստորև բերված գրաֆիկում: Այսինքն՝ առաջարկը կավելանա:

Գինը միակ տարրը չէ, որը կարող է ազդել առաջարկի վրա. արտակարգ իրավիճակները, տեխնոլոգիական նորարարությունները և ապագա գնային ակնկալիքները նույնպես կարող են կարևոր դեր խաղալ: