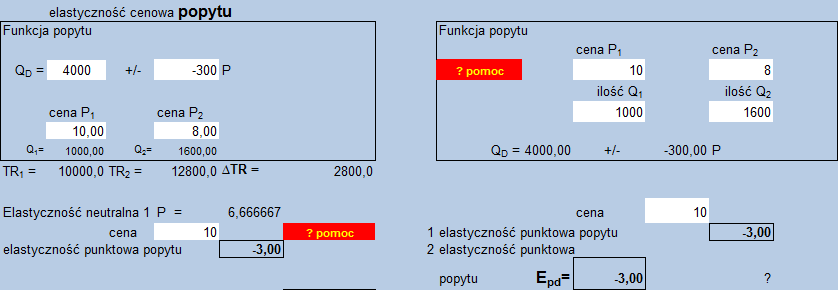
Praca z mikroekonomii  
Patrycja Sulgostowska, Alicja Rojek

**Zadanie**  
Spadek ceny biletów do kina z 10 zł do 8 zł, *ceteris paribus*, spowodował wzrost liczby sprzedanych biletów (ilości nabywanej tego dobra) z 1000 do 1600 sztuk. Oblicz elastyczność cenową popytu na bilety do kina oraz współczynnik tej elastyczności. Czy otrzymana wartość tego współczynnika świadczy o elastycznym charakterze popytu? Pokaż, jak obniżka ceny biletów wpłynęła na dochody z ich sprzedaży.

Źródło:   
http://www.ekonomia.vdl.pl/  
  
Najpierw wprowadzone zostały w tabletkę po prawej stronie ceny biletów do kina, P1=10 zł oraz P2=8 zł, oraz ilości sprzedanych biletów Q1=1000 szt. oraz Q2=1600 szt. Otrzymane równanie popytu oraz ceny biletów zostały wprowadzone do tabelki po lewej stronie w białe pola.

Wykorzystując program MMikroWZUW otrzymałyśmy:



Równanie popytu ma postać : Qd= 4000 – 300P   
Współczynnik elastyczności cenowej popytu : I Epd I = 3



IEpdI > 1 🡪 popyt jest elastyczny, co oznacza, że jednostkowej

zmianie ceny odpowiada więcej niż jednostkowa zmiana wielkości

popytu. Dla P = 10zł, każda zmiana ceny spowoduje zmianę wielkości

popytu która stanowi -3 procentowej zmiany ceny. Z kolei dla

P = 8 zł każda zmiana ceny spowoduje zmianę wielkości popytu

która stanowi -1,5 procentowej zmiany ceny.

Z zaprezentowanego przykładu wynika, że bilety do kina są

przykładem dobra normalnego.  
 **Odpowiedz :** Zmiana która zaszła na rynku wpłynie pozytywnie

na ilość sprzedanych biletów i spowoduje wzrost TR z ich sprzedaży..   
Dla ceny 6,67zł popyt jest jednostkowy przy ilości 2000 szt.  
Dla ceny 8 zł, ilość wynosi 1600 szt. biletów - IEpdI = 1,5.  
Dla ceny 10 zł, ilość wynosi 1000 szt. biletów - IEpdI= 3.  
TR dla ceny P=10 zł i ilości Q=1000 szt. wynosi TR= 10000 zł,  
natomiast dla ceny P=8 zł i ilości Q= 1600 szt. przychód całkowity

wynosi TR=12800 zł. Oznacza to, że spadek ceny biletów wpłynął

korzystnie na dochody przedsiębiorstwa osiągane ze sprzedaży biletów

po niższej cenie, a przychód całkowity (TR) uzyskany z tej sprzedaży

po spadku ceny wzrósł w stosunku do danych początkowych o 2800 zł.   
Obniżenie ceny opłaciło się, gdyż przy popycie elastycznym na bilety

do kina, spadek ich ceny zwiększył wydatki konsumentów (TE), co

w konsekwencji zaowocowało wzrostem TR, i niewątpliwie przyczyni

się do zwiększenia wyniku ekonomicznego sprzedawcy biletów do kina.