

Е.С. Соколов

Уральский государственный экономический университет

Екатеринбург

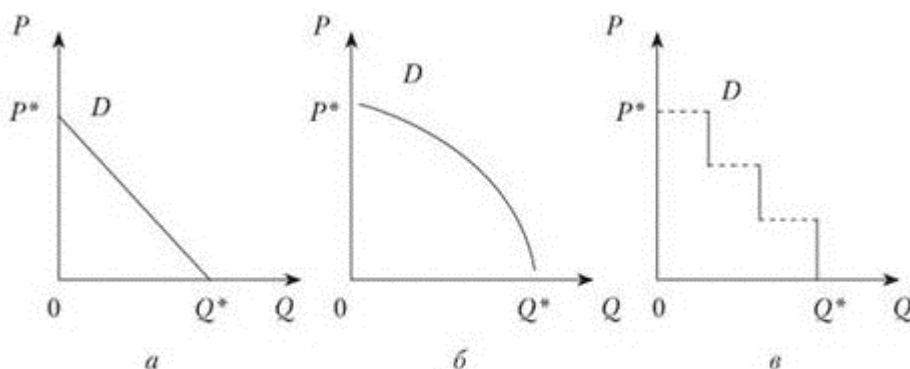
Проблема индивидуального спроса

Аннотация

Проблема индивидуального спроса является одной из ключевых тем в микроэкономике. Изучение индивидуального спроса позволяет понять, каким образом потребители принимают решения о покупке товаров и услуг, и как влияют на это цены, доходы и предпочтения. Эта проблема актуальна для общества, так как знание о поведении потребителей помогает фирмам правильно прогнозировать спрос на свою продукцию, а также позволяет государству разрабатывать эффективную политику в области регулирования цен и налогообложения.

Методология

Исследование индивидуального спроса основано на использовании методов микроэкономического анализа, таких как модели потребительского выбора, теория предельной полезности и кривая безразличия. Для получения данных исследователи проводят опросы, анализируют статистическую информацию о доходах и расходах домохозяйств, а также используют методы эксперимента и наблюдения.



На рисунке а.) изображена традиционная кривая спроса, на рисунке б.) она выпуклая, на рисунке в.) - ступенчатая. Стоит отметить, что индивидуальный спрос имеет два ограничения. Первое ограничение связано с ценой, выше которой покупатель просто откажется от приобретения, даже если нуждается в полезности. Второе ограничение устанавливает максимальный объем предложения, которое равно платежеспособному спросу. Ступенчатый график характеризует ситуацию, когда предлагаемый товар, относительно которого рассматривается индивидуальный спрос недостаточно делимый. Дискретность линии объясняется тем, что у покупателя существуют определенные требования к целостности товара.

Результаты

Исследования показывают, что индивидуальный спрос зависит от цены товара, дохода потребителя, предпочтений и прочих факторов.

$QD = f(P, P_a, P_b, \dots I, T, W)$, где P – цены данного товара (англ. Price);

P_a, P_b – цены других товаров; I – денежного дохода (Income);

T – вкусов и предпочтений (Taste) – потребностей истинных и мнимых;

W – накопленного имущества, богатства (Wealth).

Потребители обычно реагируют на увеличение цены снижением объема потребления товара, а на увеличение дохода – увеличением объема потребления. Также выяснено, что предпочтения потребителей могут изменяться в зависимости от изменения цен на другие товары и от изменений доходов.

Интерпретация результатов подтверждает важность понимания индивидуального спроса для фирм и государства. Компании могут оптимизировать производство и маркетинговую стратегию, учитывая предпочтения и реакцию потребителей на изменение цен. Государство может использовать знания о поведении потребителей для разработки налоговой и ценовой политики, направленной на достижение социальных и экономических целей.

Выводы и заключение

Индивидуальный спрос является важной проблемой в микроэкономике. Изучение этой проблемы позволяет понять, какие факторы влияют на решение потребителей о покупке товаров и услуг. Результаты исследования подтверждают, что цены, доходы и предпочтения играют важную роль в формировании индивидуального спроса. Знание о поведении потребителей имеет практическую значимость для фирм и государства, что делает эту проблему важной для общества в целом.

Список литературы:

1. Varian, H.R. Microeconomic Analysis. W.W. Norton & Company, 1992.
2. Pindyck, R.S. and Rubinfeld, D.L. Microeconomics. Prentice Hall, 2012.
3. Mas-Colell, A., Whinston, M.D., and Green, J.R. Microeconomic Theory. Oxford University Press, 1995.19:52
4. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48960/1/978-5-7996-2066-0_2017.pdf

Научный руководитель:

Е.С. Джой