

Тема 2.

Мікроекономіка як складова
економічної теорії

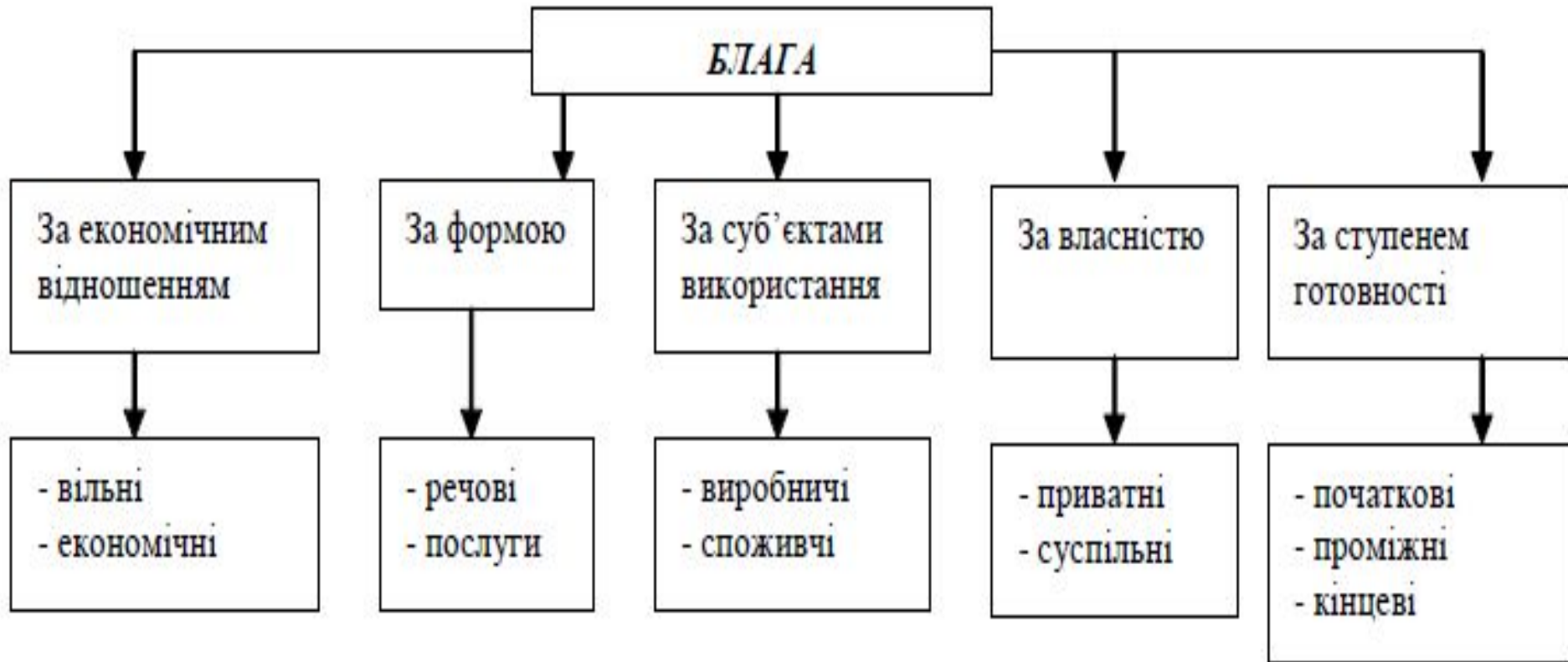
План Лекції №2

1. Мікроекономіка: характерні риси, основні суб'єкти, суть та характеристика людських благ
2. Корисність. Закон спадної граничної корисності.
3. Криві байдужості та бюджетне обмеження споживача

Мікроекономічні суб'єкти

- *Мікроекономіка* вивчає поведінку індивідуальних господарських суб'єктів в різних ринкових структурах.
- *Індивідуальний економічний суб'єкт* – це неподільний, первинний елемент господарської системи, який самостійно здійснює певні економічні функції.
- *Центральними суб'єктами* мікроекономічних досліджень є *споживач* і *фірма*.
- *Споживач* – це фізична особа, представник домогосподарства, який на ринку готової продукції виступає як основний покупець споживчих товарів, що поставляються фірмами, а на ринку ресурсів – як продавець факторів виробництва, якими володіє.
- *Фірма* виступає як виробник товарів, їх продавець, як споживач і покупець ресурсів, інвестор.

Економічні блага



Крива виробничих потужностей



Альтернативна вартість

- При застосуванні нових технологій крива виробничих можливостей пересувається вправо. Кількість інших продуктів, від якої доводиться відмовлятися, щоб отримати деяку кількість іншого продукту, називається альтернативною вартістю цього продукту.
- *Закон зростання альтернативної вартості* полягає в тому, щоб отримати кожну додаткову одиницю потрібного продукту, ми повинні відмовлятися від дедалі більшої кількості іншого продукту.

Корисність. Кардиналістська та ординалістська теорії корисності

- *Корисність* - це здатність речі чи послуги задовольняти будь-яку потребу людини.
- У мікроекономіці склалися два підходи до пояснення поведінки споживача:
кардиналістський або кількісний та *ординалістський* або порядковий.

Кардиналістський підхід

- Кардиналістська модель поведінки споживача виходить з того, що корисність може вимірюватись кількісно за допомогою умовної одиниці – „ютиля” (від англ. utility - корисність).
- Маючи на меті максимізацію корисності, споживач оцінює споживчу властивість кожного товару в ютилях і вибирає товари з найбільшим числом ютилів.
- Величина корисності залежить не тільки від властивостей блага, але й від його кількості, тобто, визначається функціонально.

Сукупна та гранична корисності

- Загальна величина задоволення, яку отримує споживач від всіх спожитих благ, називається сукупною корисністю (TU).
- Залежність сукупної корисності від кількості спожитих благ відображає функція:
- $TU = f(X, Y, \dots)$, де X, Y, \dots – кількості споживаних благ.
- Для оцінки зміни сукупної корисності при нарощування споживання блага X застосовують поняття „гранична корисність”.
- *Гранична корисність (MU)* – це додаткова корисність, отримана від споживання додаткової одиниці блага, або приріст сукупної корисності при зміні кількості блага на одиницю.

Закон спадної граничної корисності

Спостереження за поведінкою споживача виявили, що кожна наступна одиниця блага приносить споживачу менше задоволення, ніж попередня.

Це дало можливість німецькому економісту Г. Госсену сформулювати *закон спадної граничної корисності* (*перший закон Госсена*):

величина задоволення від споживання кожної додаткової одиниці благ даного виду зменшується до досягнення нульового значення у точці повного насичення потреби.

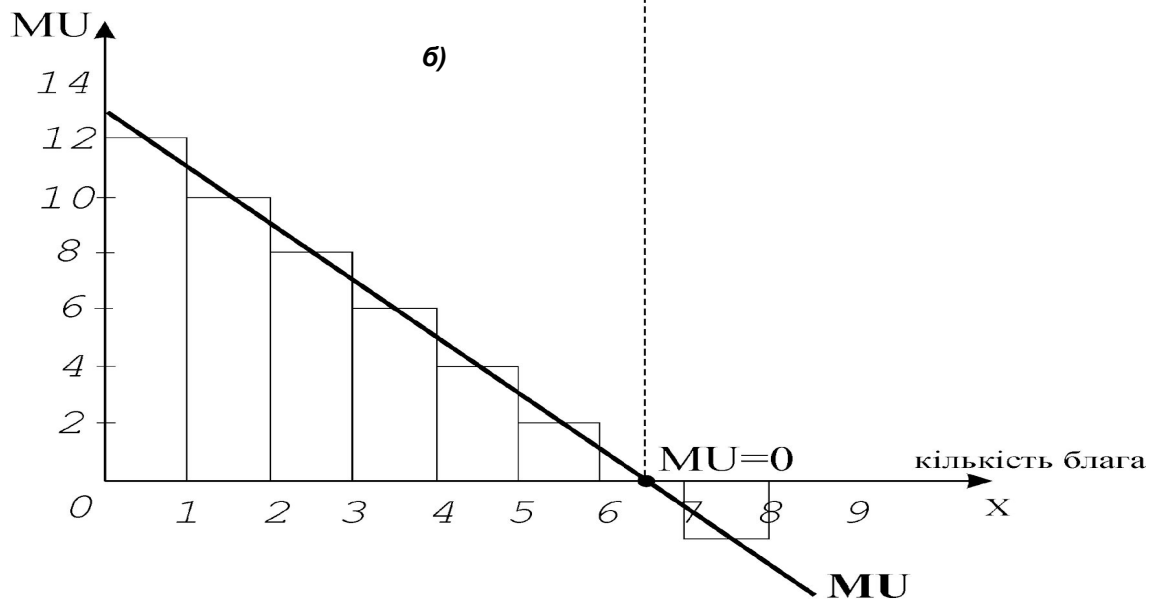
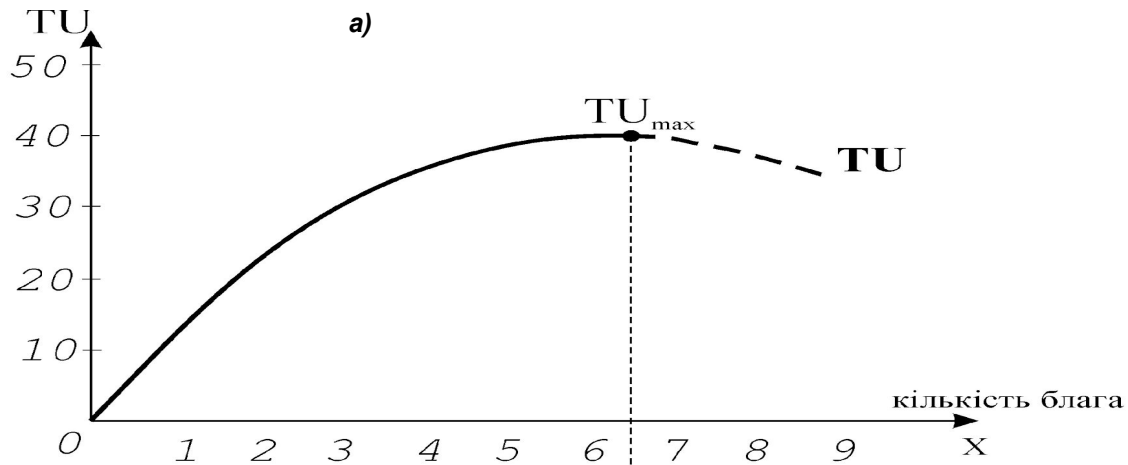


Рис. Функції сукупної та граничної
корисності

Правило максимізації корисності

- *Правило максимізації корисності*: корисність максимізується вибором такого кошика в границях бюджетного обмеження, для якого відношення граничних корисностей останніх одиниць кожного виду благ до їхніх цін однакове для всіх

благ:

$$MU_X / P_X = MU_Y / P_Y = \dots = MU_n / P_n,$$

- де MU - граничні корисності останніх спожитих одиниць відповідних благ,
- P - ринкові ціни відповідних благ.

Другий закон Госсена

- *Загальне правило оптимізації вибору споживача* можна сформулювати так: вибір є оптимальним, якщо в рамках бюджетного обмеження відношення граничних корисностей будь-якого виду благ дорівнює відношенню їхніх цін:

$$MU_X / MU_Y = P_X / P_Y.$$

- Прийнявши оптимальне рішення, споживач знаходиться у стані рівноваги.
- *Рівновагу споживача* описує *другий закон Госсена*: для максимального задоволення потреб в умовах обмеженості благ необхідно припинити споживання всіх благ у точках, де інтенсивність задоволення від споживання кожного блага стає однаковою.

Аксіоми уподобань

- В основі *ординалістського підходу* лежать наступні припущення (аксіоми уподобань):
- порівняність: людина здатна з двох наборів благ вибрати для себе привабливіший набір, або вказати на їх еквівалентність з її точки зору;
- транзитивність: споживач встановлює певний порядок уподобань;
- ненасичуваність: всі блага бажані для споживача, збільшення благ в наборі робить його привабливішим, споживач завжди віддає перевагу набору, в якому більша кількість товарів.

Криві байдужості

- Набір споживчих кошків з однаковим рівнем корисності називається *набором байдужості*.
- *Крива байдужості* – це лінія рівної корисності, всі точки якої показують множину наборів комбінацій двох благ, що забезпечують один і той же рівень корисності.
- Для описання уподобань споживача щодо всіх можливих комбінацій двох товарів застосовується *карта байдужості* – сукупність кривих байдужості, кожна з яких представляє інший рівень корисності

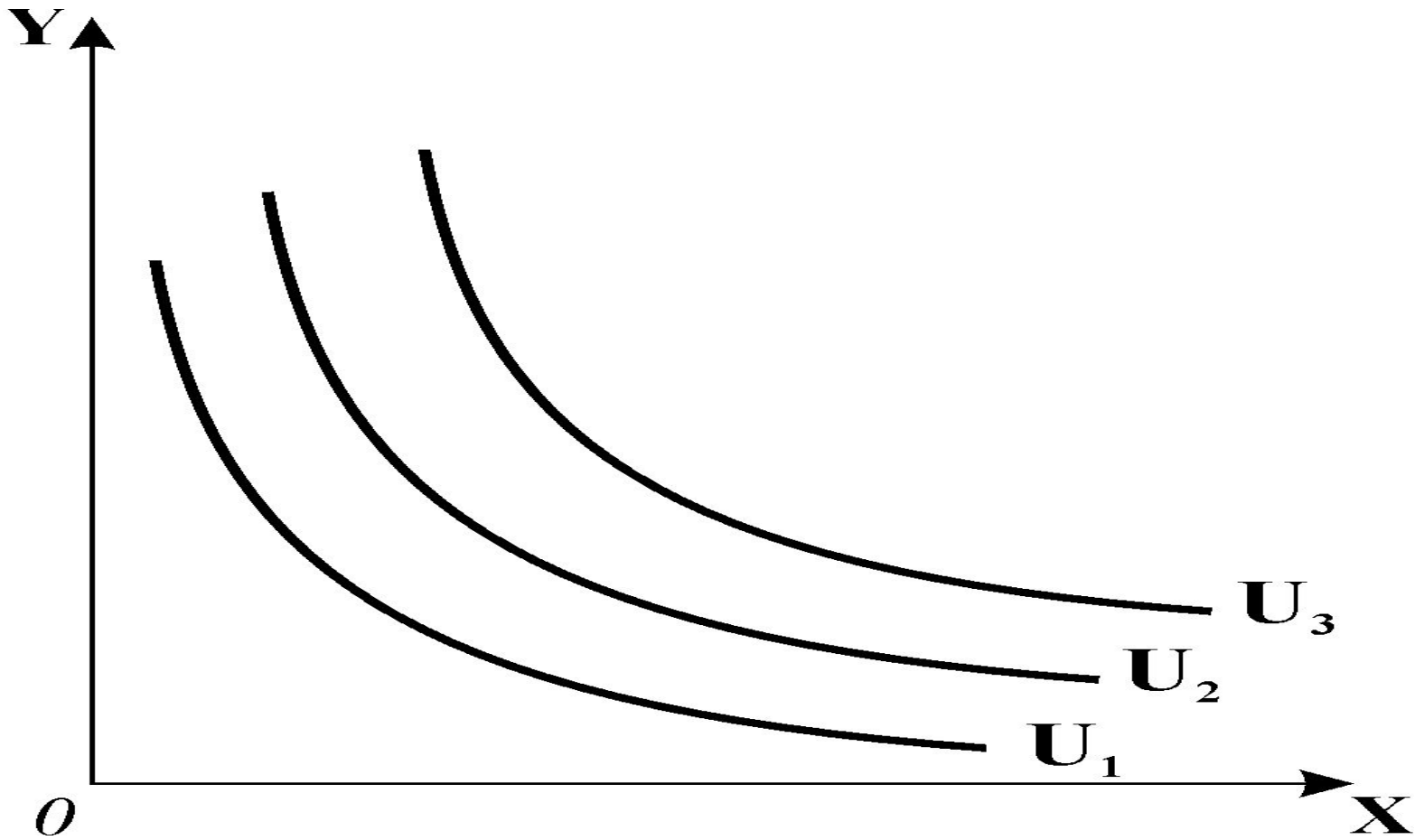
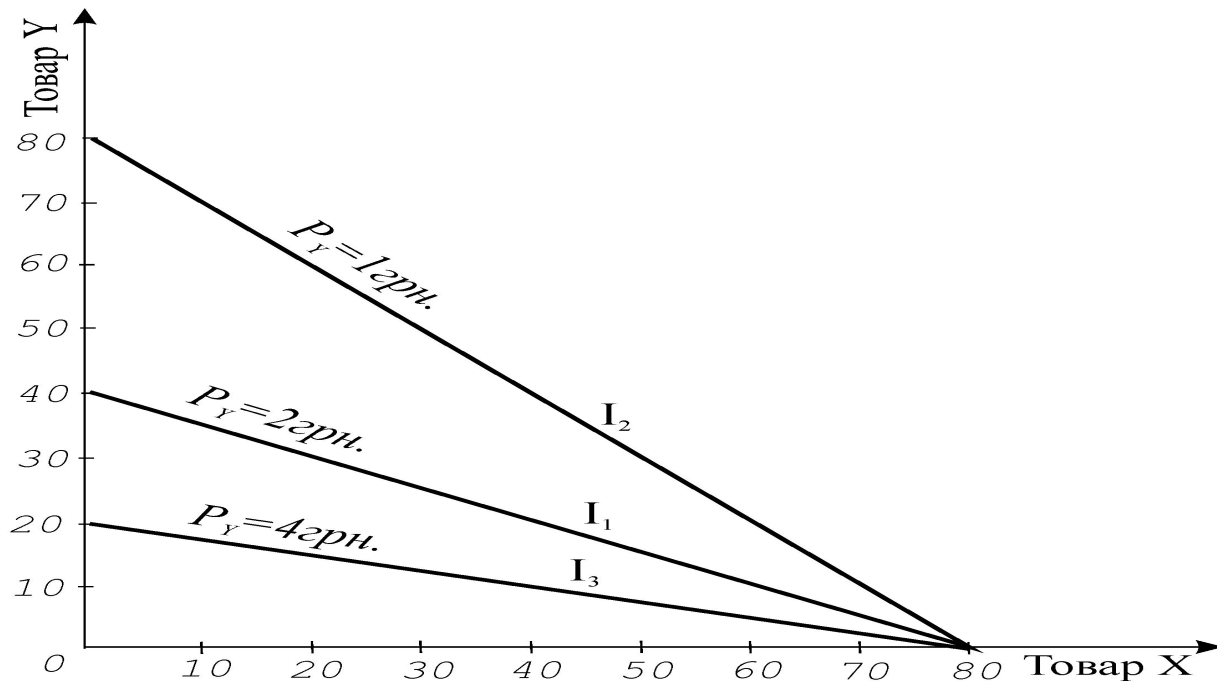
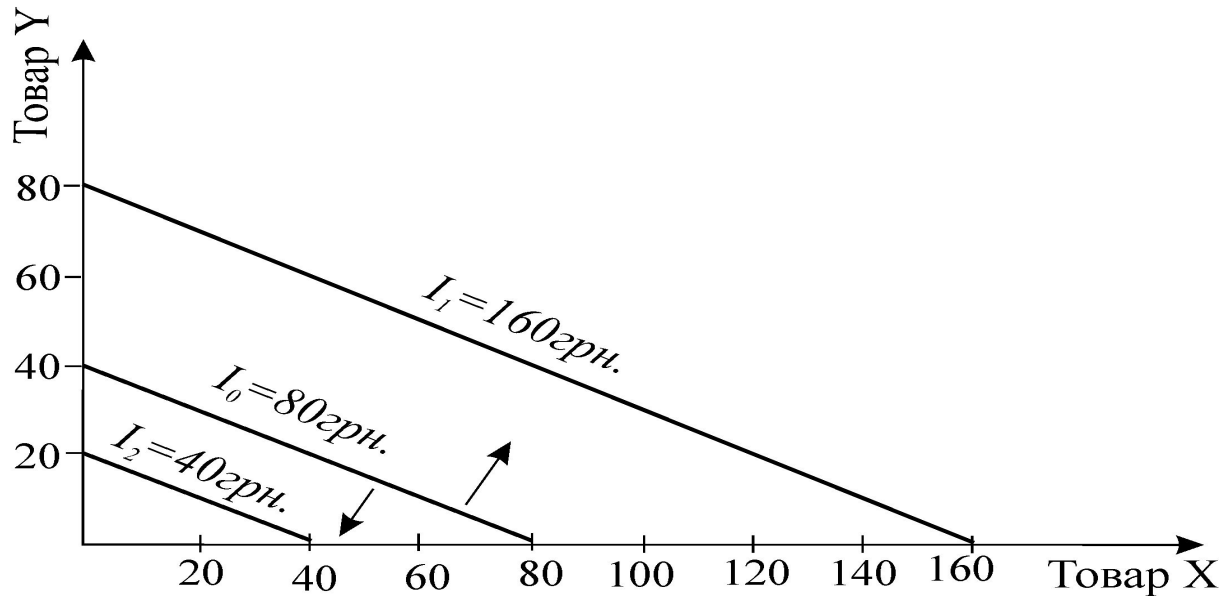


Рис. Карта байдужості

Бюджетне обмеження і бюджетна лінія

- Бюджетне обмеження споживача формують його дохід і ціни товарів і послуг.
- Мікроекономічна модель бюджетного обмеження визначає множину наборів товарів, доступних споживачу, тобто враховує його фінансові можливості, і має назву „модель можливого”.
- *Бюджетна лінія* – це лінія рівних видатків. Вона показує межу між можливим і неможливим.
- Всі точки, розташовані на бюджетній лінії або під нею, досяжні для споживача, всі точки над бюджетною лінією – недосяжні.



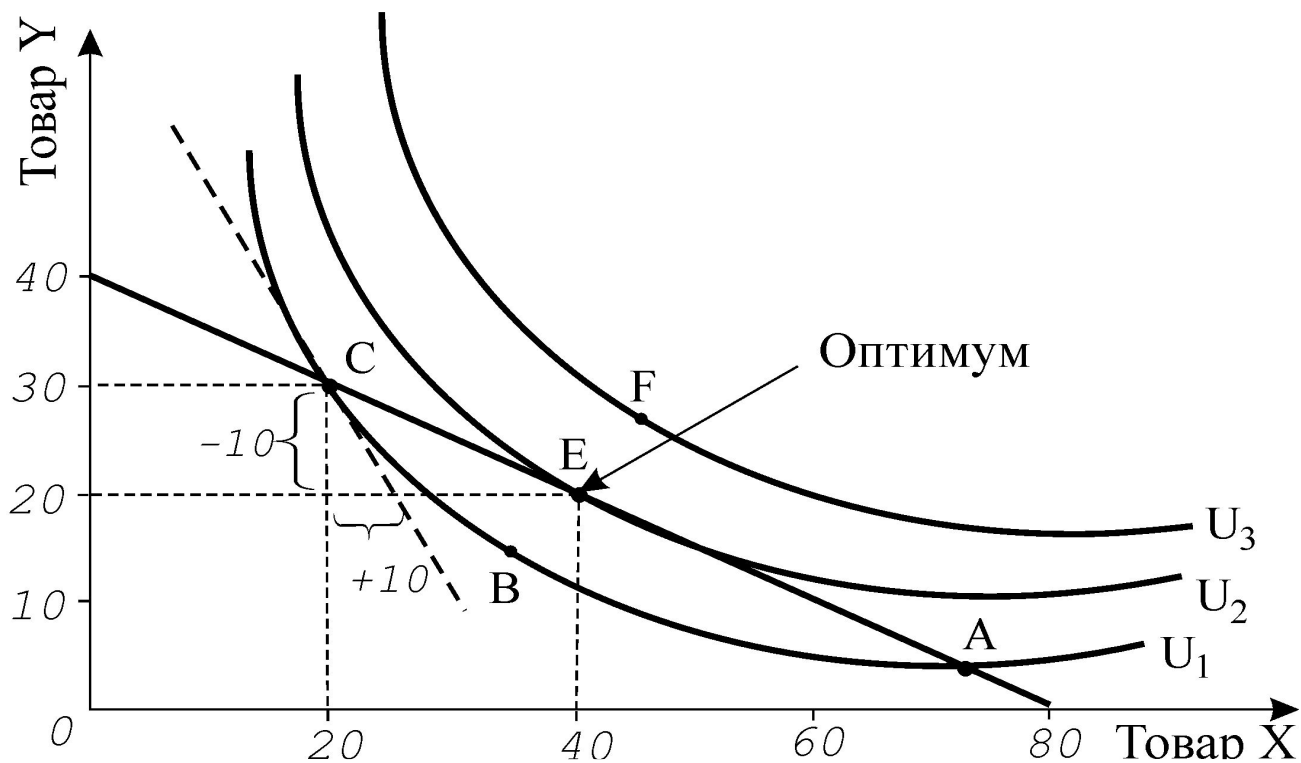


Рис. Оптимізація вибору споживача

Найпривабливіший для споживача кошик називається оптимальним вибором або рівновагою споживача.

Досягнувши рівноваги, споживач не має стимулів до зміни свого стану, – за інших рівних умов у не існує жодної можливості покращити його добробут.

Ефект доходу та ефект заміщення

- *Ефект заміщення* - це зміна обсягу попиту, викликана зміною відносної ціни товару при незмінному реальному доході споживача.
- *Ефект доходу* - це зміна обсягу попиту, викликане зміною реального доходу за незмінної відносної ціни товару.
- *Загальний ефект зміни ціни* — це зміна обсягу попиту, однакова сумі ефекту заміщення і ефекту доходу.
- Товар Гіффена (Giffen good) - це товар, котрий займає значне місце в бюджеті малозабезпечених споживачів, попит на який при інших рівних умовах змінюється у тому ж напрямі, що й ціна, оскільки ефект доходу перевищує ефект заміщення.