

Глава 2. Экономика домохозяйства

10. Максимизация полезности



Равновесие потребителя

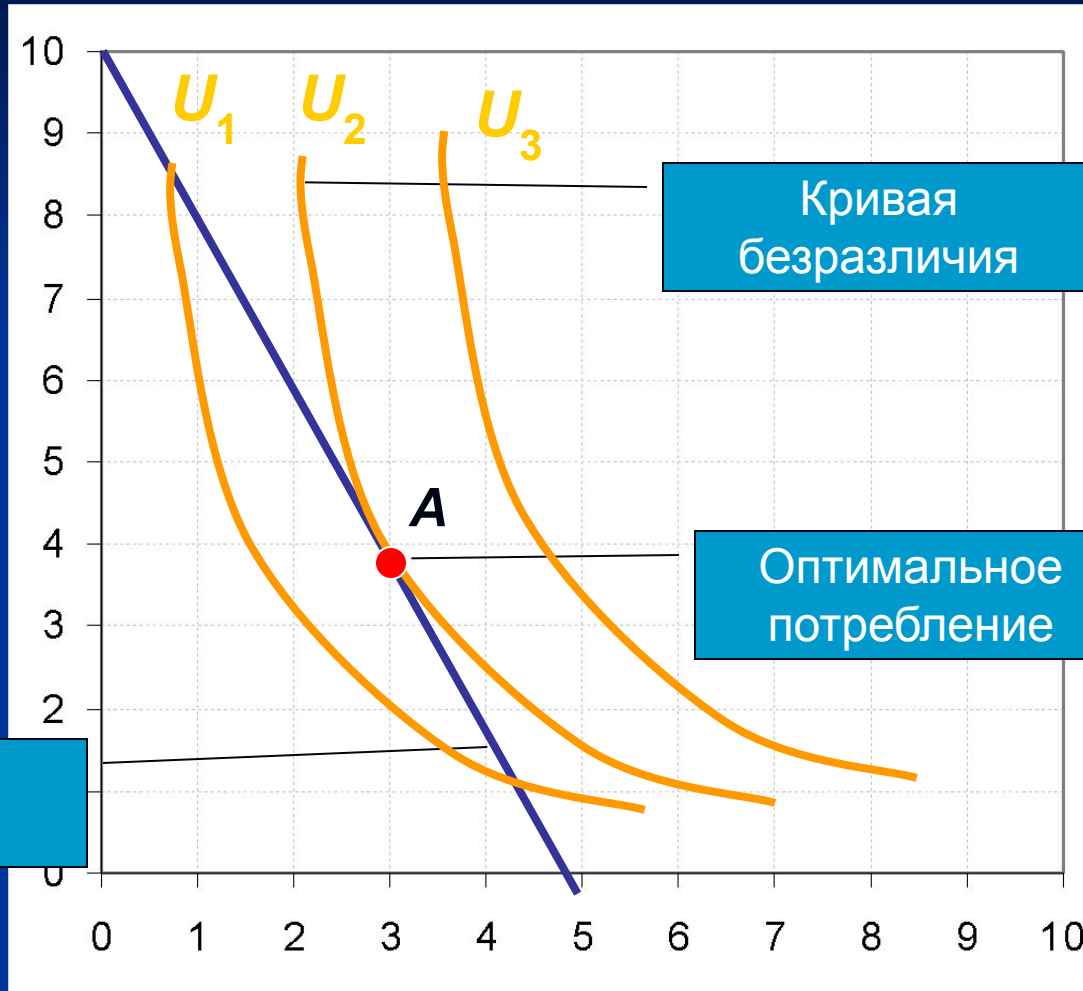
(consumer equilibrium) — ситуация, в которой потребитель максимизирует полезность от потребления при существующем бюджетном ограничении.

Правило максимизации полезности

- Предельные полезности каждого из потребляемых товаров должны быть пропорциональны их ценам. Иными словами, полезность для потребителя последнего рубля, потраченного на продовольствие, должна равняться полезности последнего рубля, потраченного на одежду.
- Потребитель должен полностью истратить свой доход.

Равновесие потребителя

Одежда



Продовольствие

Причины изменения спроса

- Изменение предпочтений потребителя
- Изменение цен на товары
- Изменение дохода потребителя

Варианты изменения спроса

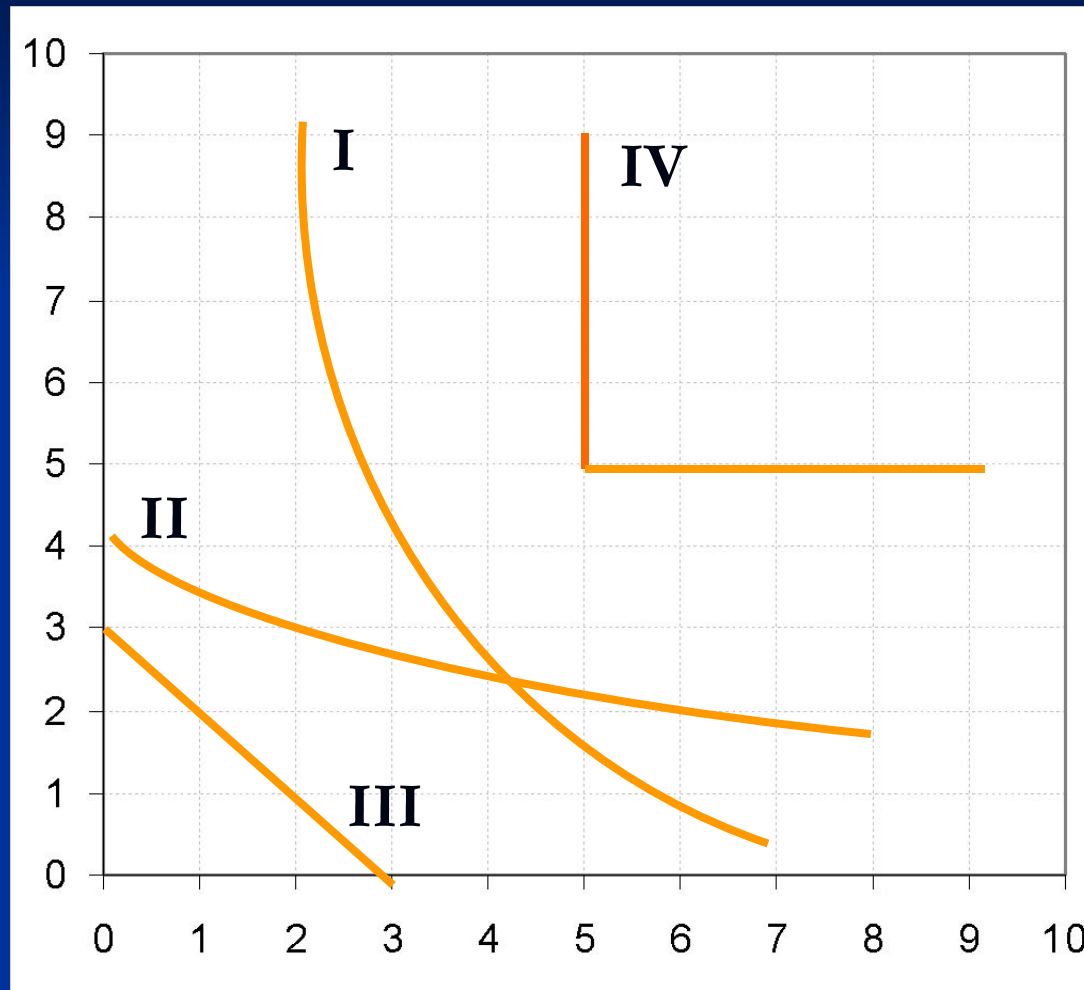
- Меняются только **предпочтения**; цены и доход неизменны
- Меняются только **цены**; предпочтения и доход предполагаются неизменными
- Меняется только **доход**; предпочтения и цены предполагаются неизменными

Изменение предпочтений

- В краткосрочном периоде предпочтения существенно не меняются.
- Если товары взаимозаменяемые, падение интереса к одному из них увеличивает спрос на другой.
- Предпочтения в отношении взаимодополняемых товаров обычно изменяются параллельно.
- Предпочтения зависят от достигнутого общего уровня потребления.

Формы кривых безразличия

Товар В

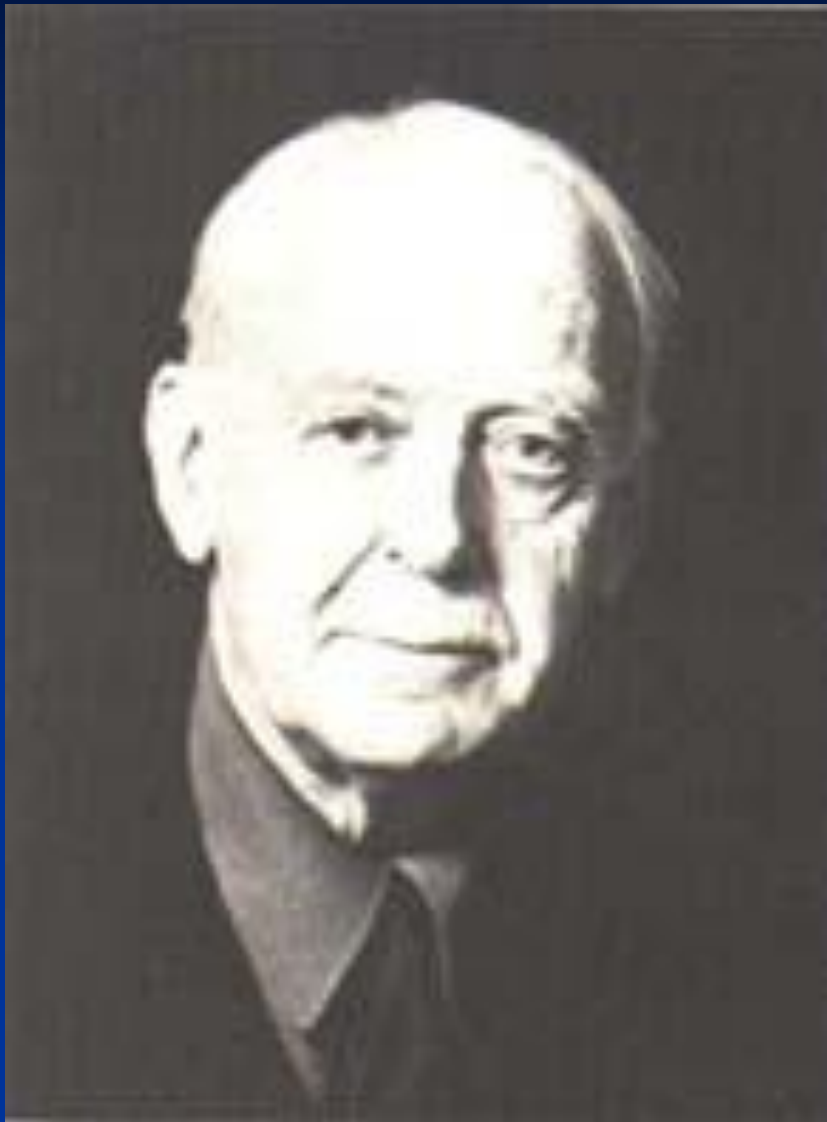


Товар А

Изменение цен

- *эффект замещения (substitution effect)* — изменение спроса на товар в результате изменения относительных цен двух товаров при неизменном реальном доходе;
- *эффект дохода (income effect)* — изменение спроса в результате изменения реального дохода при неизменных относительных ценах товаров.

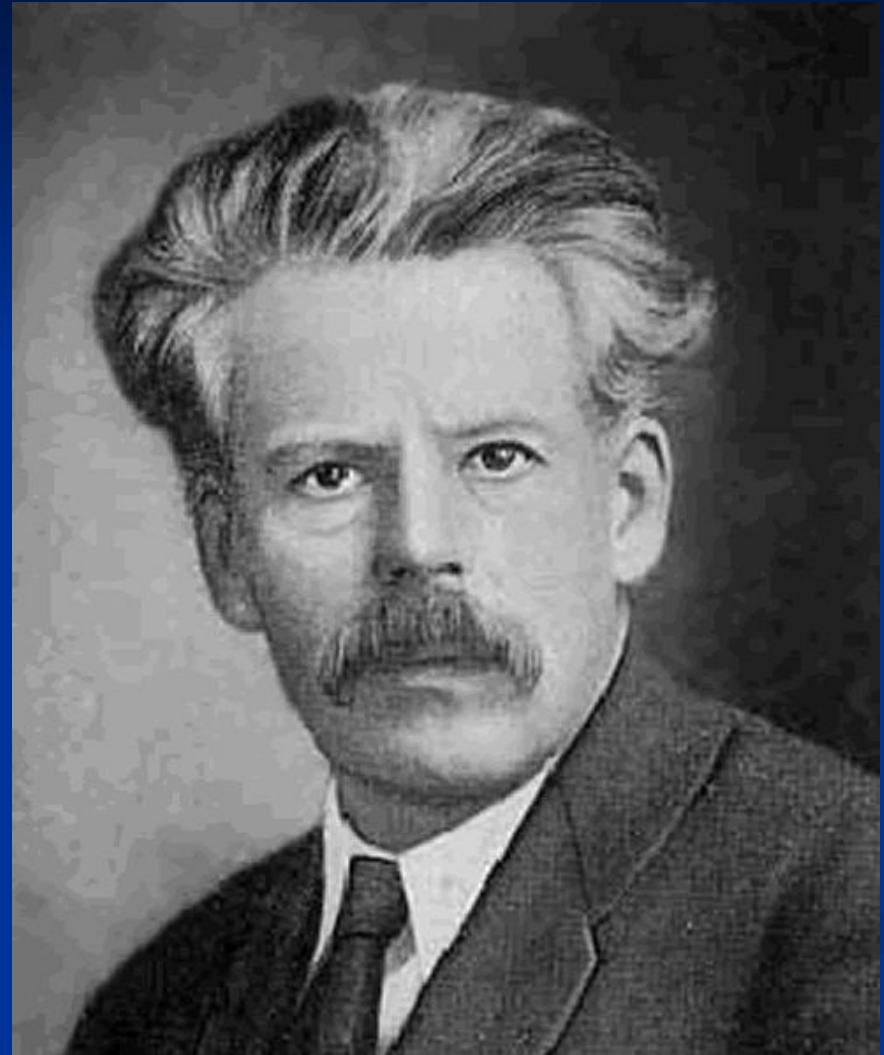
Джон Хикс



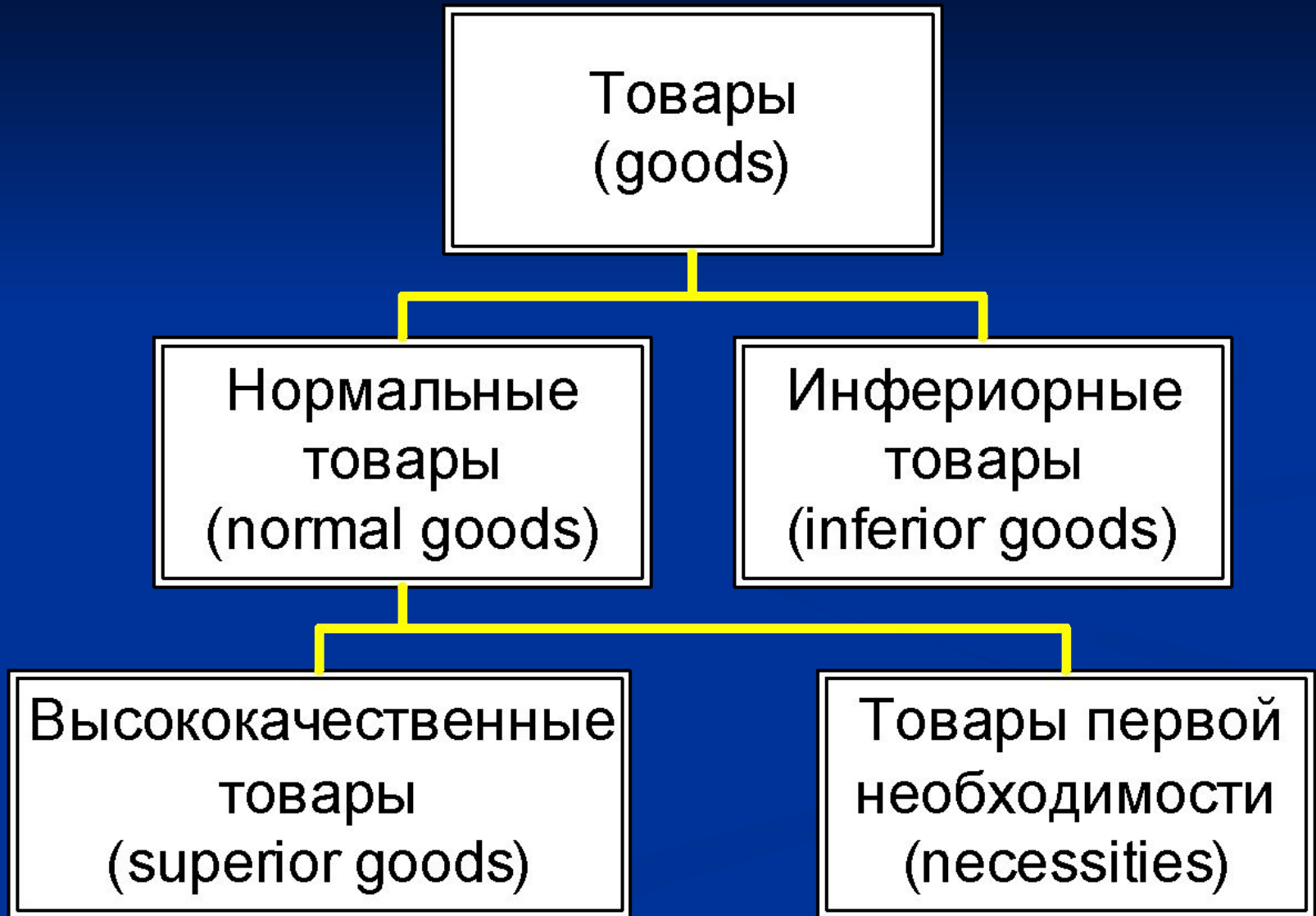
(1904—1989), английский экономист, один из основоположников теорий спроса, стоимости, потребления, производства и благосостояния. Автор труда “Стоимость и капитал”, интерпретировал макроэкономическую теорию Дж. Кейнса. В 1937 г. открыл эффекты замещения и дохода при изменении цены товара.

Евгений Слуцкий

(1880—1948), российский математик, экономист и статистик, один из создателей современной теории случайных функций. В статье “К теории сбалансированного бюджета потребителя”, опубликованной в 1915 г. на итальянском языке, он не только независимо от Хикса и задолго до него открыл эффекты замещения и дохода, но и показал, как рассчитать эффект замещения.



Классификация товаров



Изменение дохода

- *Нормальные товары (normal goods)* — товары, потребление которых в результате роста дохода увеличивается.
 - Высококачественные товары
 - Товары первой необходимости
- *Инфериорные товары (inferior goods)* — товары, потребление которых сокращается в результате роста дохода.

Нормальные товары

- *высококачественные товары (superior goods)* — товары, потребление которых в результате роста дохода увеличивается быстрее роста дохода.
- *товары первой необходимости (necessities)* — товары, потребление которых в результате роста дохода увеличивается медленнее роста дохода.

Потребление и сбережение

- *Предельная склонность к потреблению (marginal propensity to consume)* — изменение в размерах потребления, вызванное изменением дохода на единицу.
- *Предельная склонность к сбережению (marginal propensity to save)* — изменение в размерах сбережения, вызванное изменением дохода на единицу.

Выводы (1)

- Потребитель максимизирует полезность от потребления, если последний рубль, потраченный им на некоторый товар, дает ему такое же удовлетворение, что и последний рубль, потраченный на любой другой товар.
- Структура спроса потребителя зависит от его предпочтений, дохода и цен товаров и услуг.

Выводы (2)

- Предпочтения обычно консервативны, меняются в противоположном направлении для взаимодополняемых товаров, в одинаковом направлении для взаимозаменяемых товаров.
- Воздействие изменения цены товара на потребление зависит от соотношения эффекта дохода и эффекта замещения.
- Влияние изменения дохода на потребление зависит от типа товаров, которые покупает потребитель.
- С ростом дохода потребитель обычно приобретает больше высококачественных товаров и меньше низкокачественных товаров.