



Тема 3. «Теория потребительского выбора»



Цель лекции:

Ключевые вопросы:

1. Полезность блага и потребительский выбор (кардиналистская концепция).
2. Кривые безразличия и бюджетные ограничения.
3. Оптимум потребителя. Внутреннее и угловое решение.
4. Эффект дохода и эффект замещения.
5. Линия «доход-потребление» и кривые Энгеля.
6. Линия «цена-потребление». Построение кривой индивидуального и рыночного спроса.



Вопрос 1. Полезность блага и потребительский выбор (кардиналистская концепция)

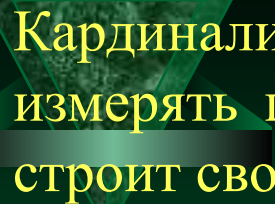
Кардиналистский подход к анализу потребительского поведения основывается на теории предельной полезности. Считается, что полезность – главный фактор потребительского выбора.

Полезность – это удовлетворение, которое человек получает от потребления какого-либо блага.

Различают общую и предельную полезность.

Общая полезность (TU) – это совокупная полезность всех потребляемых благ.

Предельная полезность (MU) – это прирост общей полезности при увеличении объема потребления данного блага на 1 единицу: $MU = \Delta TU / \Delta Q$.



Кардиналистская концепция исходит из того, что потребитель умеет измерять полезность товаров и услуг, в соответствии с которой он строит свои потребительские предпочтения.

Закон убывающей полезности: по мере того, как растет количество потребляемого товара, предельная полезность каждой дополнительной единицы уменьшается.

Данный закон лежит в основе закона спроса.

Чтобы применить концепцию предельной полезности для исследования спроса, сделаем важное предположение о том, что каждый потребитель исключительно рационален и приобретая товары стремится повысить общую полезность потребляемых благ. Это достижимо лишь при соблюдении правила максимизации общей (интегральной) полезности: потребитель достигает максимального удовлетворения, если предельные полезности приобретаемых благ в расчете на одну денежную единицу оказываются одинаковыми.

$MU_A/P_A = MU_B/P_B = \dots MU_N/P_N$ – условие равновесия потребителя в кардиналистской концепции.



Вопрос 2. Кривые безразличия и бюджетные ограничения

Ординалистский (порядковый) подход к анализу спроса является более современным, чем кардиналистский (количественный) подход.

Здесь индивидуальные предпочтения товаров строятся на способности покупателей точно сказать, предпочитают они набор товаров А другому набору товаров В либо наоборот, или оба набора потребителю безразличны. Полезность имеет в этом случае порядковую измеримость.

При порядковом подходе для исследования спроса используются кривые безразличия и бюджетные линии.

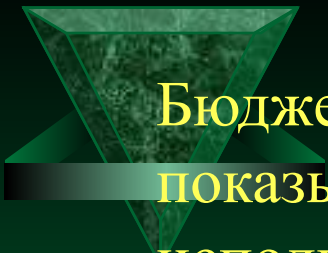
Кривая безразличия показывает различные комбинации двух товаров, имеющих одинаковую полезность для потребителя.

Множество кривых безразличия составляют карту безразличия, где более высокая кривая отображает относительно большую полезность ($U_2 > U_1$).



Кривые безразличия имеют нисходящий характер и вогнутую форму, что объясняется уменьшающейся предельной нормой замещения. Предельной нормой замещения (MRS) называется количество блага y , которое должно быть сокращено в обмен на увеличение блага x на единицу с тем, чтобы полезность набора осталась прежней: $MRS_{xy} = -\Delta y / \Delta x$.

Если кривые безразличия характеризуют предпочтения потребителя, то бюджетная линия определяет его возможности.



Бюджетная линия потребителя – это прямая, точки которой показывают допустимые наборы благ при условии полного использования дохода. Бюджетные ограничения для двух товаров выражаются формулой: $P_x Q_x + P_y Q_y \leq I$.

Это означает, что сумма затрат на все товары не превышает соответствующего дохода (I). Бюджетная линия пересекает оси координат в точках (K) и (L): $K = I/P_y$; $L = I/P_x$.

Наклон бюджетной линии равен отношению цен соответствующих товаров: P_x/P_y .

Изменение соотношения цен на товары изменяет угол наклона бюджетной линии.

При изменении дохода потребителя бюджетная линия смещается в соответствующую сторону и занимает положение параллельное первоначальному.

Вопрос 3. Оптимум потребителя. Внутренние и угловые решения

Потребитель, опираясь на свои предпочтения при заданном бюджете и ценах, пытается определить какое количество каждого благ следует купить. Для рационального потребителя это означает, что необходимо максимизировать общую полезность при условии бюджетного ограничения. Данный выбор можно изобразить графически. Используя кривые безразличия и бюджетную линию (R): $U_1 < U_2 < U_3$.

Точка касания бюджетной линии (E) с самой высокой кривой безразличия определяет равновесие потребителя.

В этой точке он максимизирует удовлетворение потребностей.

В точке (E) MRS равно обратному соотношению цен товаров:

$$MRS_{xy} = P_x / P_y.$$

Рассмотренный случай, когда равновесие достигается при покупке 2-х благ, называется внутренним равновесием.

Состояния углового равновесия характерны для ситуаций, когда товары x и y абсолютные субституты ($MRS = const.$) или жестко взаимодополняют друг друга (автомобиль и номерной знак, $MRS = 0$).



Вопрос 4. Эффект дохода и эффект замещения

Данная модель поведения потребителя объясняет влияние цены товара на выбор потребителя.

Снижение цены товара имеет двойное воздействие на спрос: эффект замещения и эффект дохода.

1) Эффект замещения – это изменение структуры потребления в результате изменения цены одного из товаров, входящих в потребительский набор;

2) Эффект дохода – это изменение реального дохода потребителя в результате изменения цены одного из товаров, входящих в потребительский набор.

Эти два процесса происходят одновременно, но в экономическом анализе их целесообразно разделить.



Классический вид графика спроса отражает влияние на спрос эффекта замещения. Чем больше заменителей у товара, тем значительнее эффект замещения.

Эффект дохода графически выражается сдвигом кривой индивидуального спроса вправо, но это характерно только для нормальных или качественных товаров.

Для таких товаров общий эффект воздействия на спрос складывается из эффекта замещения и эффекта дохода, которые действуют в одном направлении.



Используем графическую модель Дж.Хикса, чтобы разделить наглядно эффект замещения и эффект дохода

R_1 – бюджетная линия, C_1 – равновесие потребителя. Если снижается P_x , то R_1 движется против часовой стрелки к R_2 ; C_2 – точка нового потребительского равновесия. Проведем R_3 параллельно R_2 так, чтобы R_3 касалось U_1 . Точка C_3 разделит эффект замещения и эффект дохода.

□ Если x некачественный товар, то эффекты дохода и замещения действуют в противоположных направлениях и эффект дохода снижает эффект замещения. В результате изменение спроса оказывается незначительным.

□ Если низкокачественный товар занимает большое место в бюджете потребителя, то снижение P_x приводит к тому, что отрицательный эффект дохода перекроет положительный эффект замещения и общий эффект выразится в снижении спроса на товар x . Это характерно для товаров Гиффена.

Товар Гиффена – это товар, спрос на который при прочих равных условиях изменяется в том же направлении, что и цена.



Благодарю за внимание!!!