

Тема 5. «Теория потребления».

Рассматривая данную тему, мы преследуем две основные цели: во-первых, дать более глубокое объяснение закона спроса; во-вторых, разобраться, каким образом потребители распределяют свои денежные доходы на покупку товаров.

5.1. Кардиналистский подход при изучении поведения потребителя. Общая и предельная полезность благ.

В условиях рыночной экономики потребитель независимо принимает решения об объеме и структуре своих покупок, т.е. находится в условиях потребительского выбора.

Ситуация выбора предполагает:

1. Наличие множества доступных вариантов.
2. Осознание того, что множество вариантов выбора всегда ограничено (доходом, ценой товара, естественными возможностями и склонностями человека).
3. Выделение одного из множества вариантов.
4. Наличие (отсутствие) критерия выбора, т.е. реализация выбора каким-либо случайным образом.

Количественный подход в теории потребления предполагает, что потребитель способен дать количественную оценку полезности любого товарного набора. Поэтому основан на **гипотезе о возможности измерения полезности** различных благ в объективных условных единицах, которые названы **ютилами**.

Для того чтобы осуществить анализ потребительского выбора проведём различие между общей и предельной полезностью.

Общая полезность (total utility) TU – это полезность, получаемая от потребления всего набора товаров и услуг. Если предположить, что в потребительский набор входят товары X, Y, \dots, N , то общую полезность можно выразить в виде функции:

$$TU = F(Q_x, Q_y, \dots, Q_n), \text{ где}$$

TU- общая полезность данного товарного набора; Q_x, Q_y, \dots, Q_n - объёмы потребления товаров X, Y, N .

Предельная полезность (marginal utility) MU – это полезность, извлекаемая из потребления каждой дополнительной единицы конкретного блага.

Если потребление остальных товаров не меняется, то по мере насыщения потребности в данном товаре удовлетворение от потребления каждой его последующей единицы снижается. Данное положение носит название **закона убывающей предельной полезности**, который известен в микроэкономике как **первый закон Г.Госсена**.

Общую полезность любого количества какого-либо блага можно определить как сумму полезностей всех приобретаемых единиц данного блага:

$$TU = \sum MU$$

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = TU'(x)$$

Учитывая, что потребитель расходует свой денежный доход на приобретение различных благ, сформулируем **правило максимизации общей полезности**: потребитель максимизирует общую полезность, если распределяет свой доход таким образом, что последняя денежная единица, потраченная на приобретение каждого вида блага, приносит ему одинаковую предельную полезность:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

Это положение получило в микроэкономике название **второго закона Г. Госсена**.

5.2. Ординалистский подход. Кривые безразличия и линия бюджетного ограничения.

Ординалистский (порядковый) подход. При этом подходе главным является не измерение полезности, а упорядочивание различных наборов товаров с точки зрения их предпочтительности. Основные аксиомы:

1-ая. Полная упорядоченность предпочтений. Потребитель способен сравнить и классифицировать все наборы товаров и услуг в каждый конкретный момент времени:

$x_1 > x_2$, набор x_1 предпочтительнее;

$x_1 < x_2$, набор x_2 предпочтительнее;

$x_1 \sim x_2$, потребитель безразличен в выборе.

2-ая. Аксиома ненасыщения. Полное насыщение исключено. Если потребитель отказывается хотя бы от одной единицы из набора, то полезность уменьшается. Если больше, всегда лучше, то меньше всегда хуже:

$$x - 1 < x < x + 1;$$

3-ья. Транзитивность предпочтений. Теория потребительского выбора исходит из постоянства и согласованности вкусов потребителя. Логически это может быть выражено так:

если X , Y и Z являются комбинациями каких-либо благ и потребитель безразличен в выборе между наборами X и Y и между Y и Z , то он также безразличен в выборе между X и Z .

4-ая. Аксиома независимости потребителя или аксиома отсутствия внешних эффектов. Удовлетворение потребителя зависит только от количества потреблённых им самим благ, не зависит от других.

В порядковой теории полезности для определения потребительских предпочтений используются кривые и карта безразличия.

Кривой безразличия называют линию, каждая точка которой представляет комбинацию различных товаров, дающих потребителю одинаковый уровень полезности. Следовательно, потребителю безразлично, какую из них выбрать.

Чтобы отобразить кривую безразличия графически, предположим, что имеются только два товара – продукты питания и одежда (соответственно X и Y). Альтернативные наборы характеризуются гипотетическими данными, которые приведены в таблице.

Альтернативные наборы	Питание	Одежда
A	20	30
B	10	60
C	40	20
D	30	45
E	10	20
F	10	45

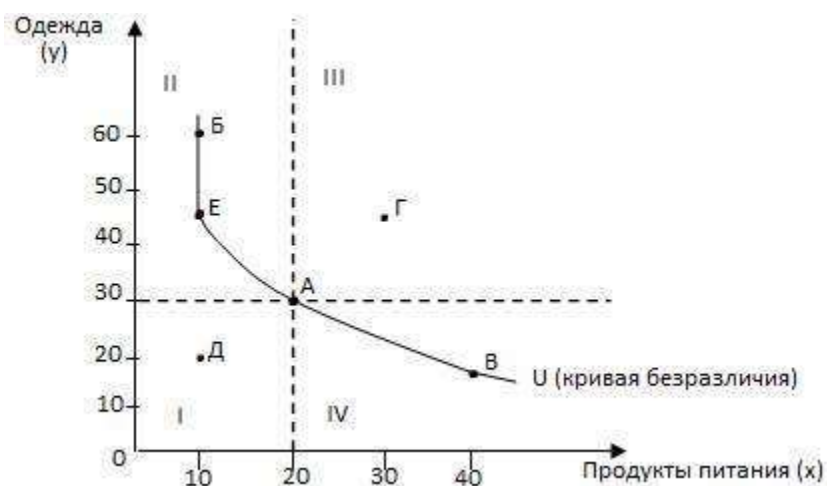


Рис. 6.1. Кривая безразличия.

Свойства кривой безразличия:

1. имеет отрицательный наклон, так как выражают обратную зависимость между количеством товаров X и Y; угол наклона определяется **предельной нормой замещения (Marginal rate of Substitution)**:

$$MRS_{x, y} = - \frac{\Delta y}{\Delta x}, \text{ где}$$

Δy – уменьшение блага y.

Δx – увеличение блага x.

2. через каждую точку плоскости можно провести кривую безразличия, причём каждая кривая, расположенная правее, соответствует большей общей полезности; все построенные линии образуют **карту безразличия**:

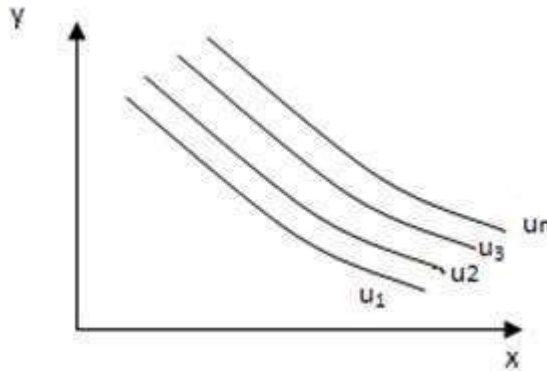


Рис. 6.2. Карта безразличия.

3. Кривые безразличия никогда не пересекаются;
4. Кривые безразличия имеют вогнутый вид; её наклон уменьшается, становится более пологим по мере продвижения от комбинации Б к В на рис. 6-1.

Карта безразличия даёт графическое отображение системы потребительских предпочтений в отношении различных товаров и услуг. Однако на индивидуальный выбор потребителя оказывают влияние **бюджетные ограничения**, связанные с денежным доходом потребителя и уровнем цен, приобретаемых благ.

Пусть I – доход потребителя;

P_x – цена блага X ;

P_y – цена блага Y ;

X и Y – купленные количества благ.

Тогда запишем уравнение бюджетного ограничения:

$$I = P_x * X + P_y * Y, \text{ или } Y = \frac{I}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} * X, \text{ где}$$

$-P_x/P_y$ угловой коэффициент прямой расходов, который измеряет наклон этой прямой к оси абсцисс. Для построения бюджетной линии необходимо определить две её крайние точки. Если потребитель израсходует весь свой доход на покупку товара X , то он сможет приобрести (I/P_x) его единиц; если на покупку товара Y , то соответственно (I/P_y) единиц товара Y . Отметим эти точки на осях координат соединив их между собой, получим графическое изображение бюджетной линии.

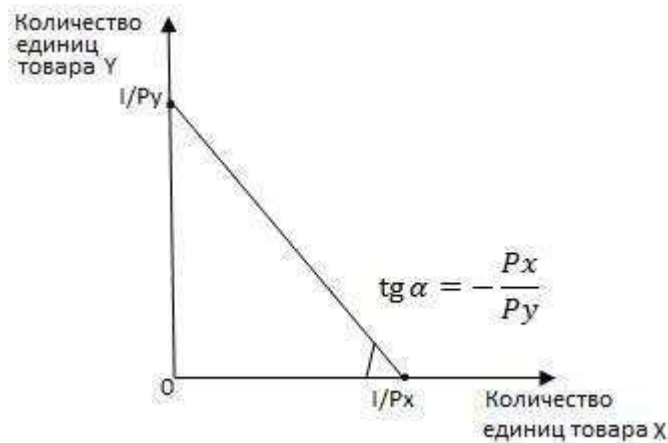


Рис. 6.3. Бюджетная линия.

Итак, **бюджетная линия** – это геометрическое место точек, характеризующее все наборы товаров, которые может приобрести потребитель, полностью израсходовав свой доход при данных ценах на товары X и Y.

Свойства бюджетной линии:

1. Бюджетная линия имеет отрицательный наклон, т.к. увеличение объёмов закупок одного товара возможно лишь за счёт сокращения потребления другого товара.
2. Наклон бюджетной линии равен соотношению цен товаров, взятому с противоположным знаком. Он является величиной постоянной, т.к. предполагается, что отдельный потребитель не способен повлиять на рыночные цены.
3. Если меняется доход потребителя или одновременно пропорционально и в одном направлении цены товаров, то линия бюджетного ограничения будет параллельно смещаться (без изменения угла наклона) вправо или влево (рис.6-4 а).
4. Если меняется цена одного из товаров, то линия бюджетного ограничения поворачивается вдоль оси этого товара (рис.6-4 б,в).



Рис. 6.4. Перемещения бюджетной линии.

5.3. Равновесие потребителя. Эффект замещения и эффект дохода.

Кривые безразличия и бюджетная линия используются для графической интерпретации ситуаций потребительского равновесия.

Равновесие потребителя есть такое его состояние, когда комбинация покупаемых товаров максимизирует полезность при данном бюджетном ограничении.

Совместим карту безразличия и бюджетную линию в одной системе координат (рис. 6-5).

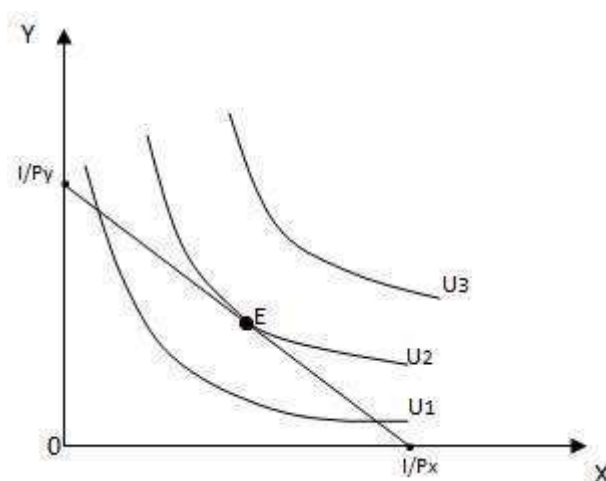


Рис. 6.5. Равновесие потребителя.

Выбирая оптимальный набор товаров, потребитель преследует двоякую цель: во-первых, потратить весь доход, поэтому его интересуют комбинации, лежащие на бюджетной линии; во-вторых, занять максимально удаленную от начала координат кривую безразличия, чтобы получить максимальное удовлетворение (возможно большую полезность). Потребитель израсходует все свои деньги и получит максимально возможное удовлетворение, если он приобретет комбинацию товаров, соответствующую точке, где бюджетная линия совпадает с касательной к наивысшей из доступных кривых безразличия (в нашем примере точка E). В этой точке наклон бюджетной линии (P_X / P_Y) равен наклону кривой безразличия ($\Delta Y / \Delta X$).

Следовательно, **условие равновесия** может быть записано как:

$$MRS_{xy} = \frac{P_x}{P_y} \text{ или } \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{P_x}{P_y}$$

Равновесие потребителя мы определили при фиксированном доходе и неизменных ценах, что справедливо для мгновенного периода. При переходе к краткосрочному, а затем к долгосрочному периоду возрастает вероятность изменения и дохода и цен. В связи с этим потребитель будет перестраивать структуру своего потребления, находясь под влиянием двух эффектов:

1. **Эффект замещения:** если растёт цена на товар, то потребитель пытается заменить его более дешёвым, т.е. снижается объём спроса на данный товар.
2. **Эффект дохода:** если в результате снижения цены на определённый товар потребитель увеличивает закупки данного товара, не уменьшая при этом потребление всех других товаров.

Рассмотрим графическую модель общего результата изменения цены одного из товаров.

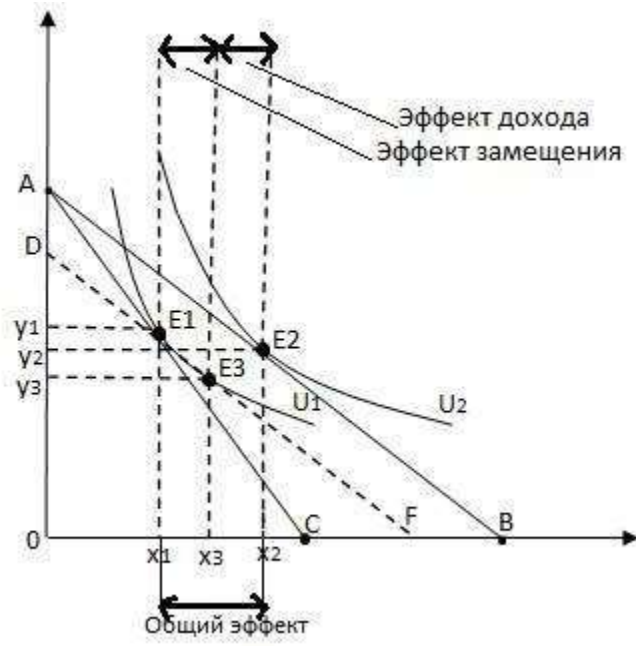


Рис. 6.6. Эффекты дохода и замещения для нормальных товаров по Дж. Хиксу.