

# Глава 2. Экономика домохозяйства

## 10. Максимизация полезности



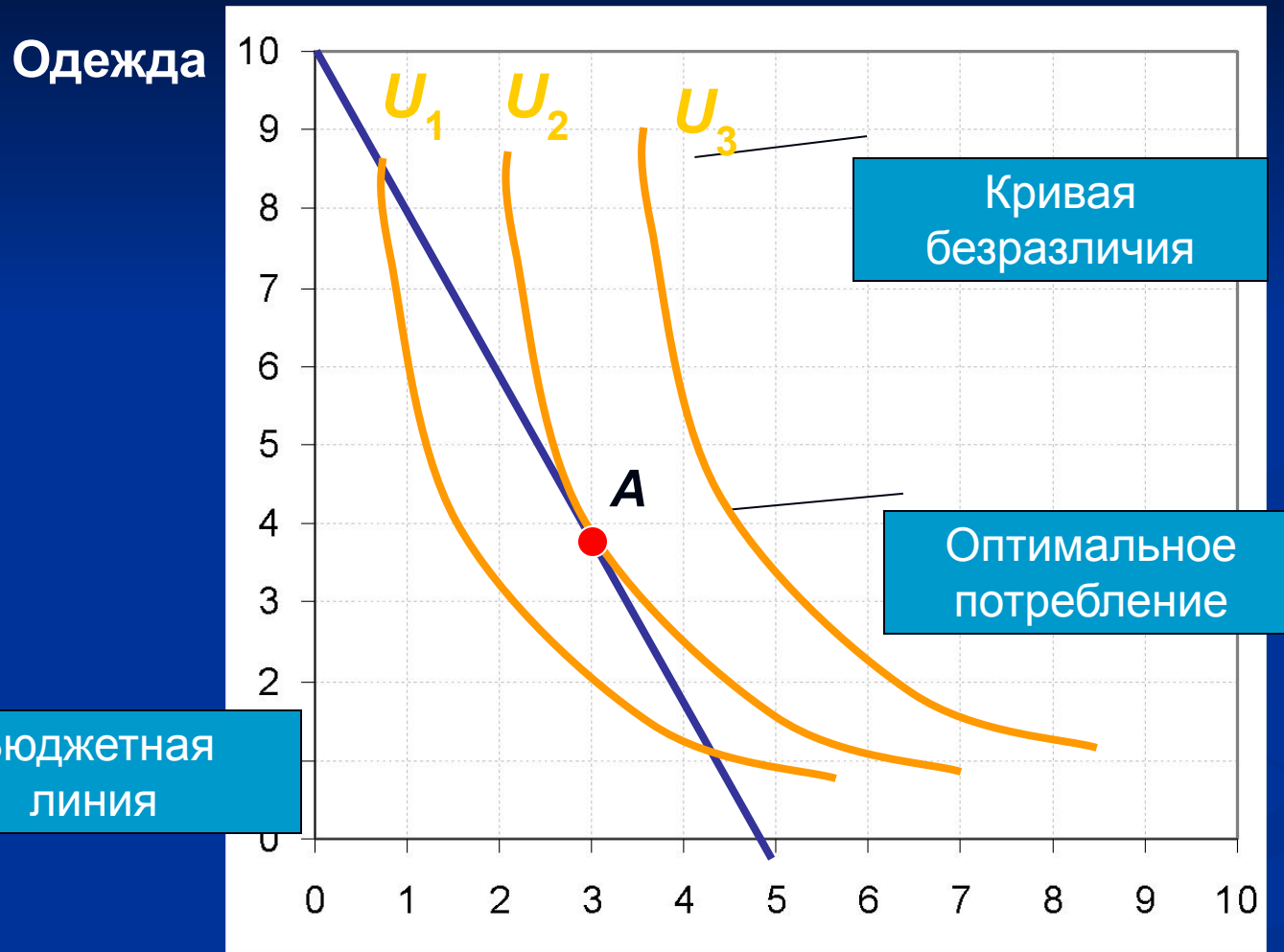
# Равновесие потребителя

*(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



# Причины изменения спроса

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

# Варианты изменения спроса

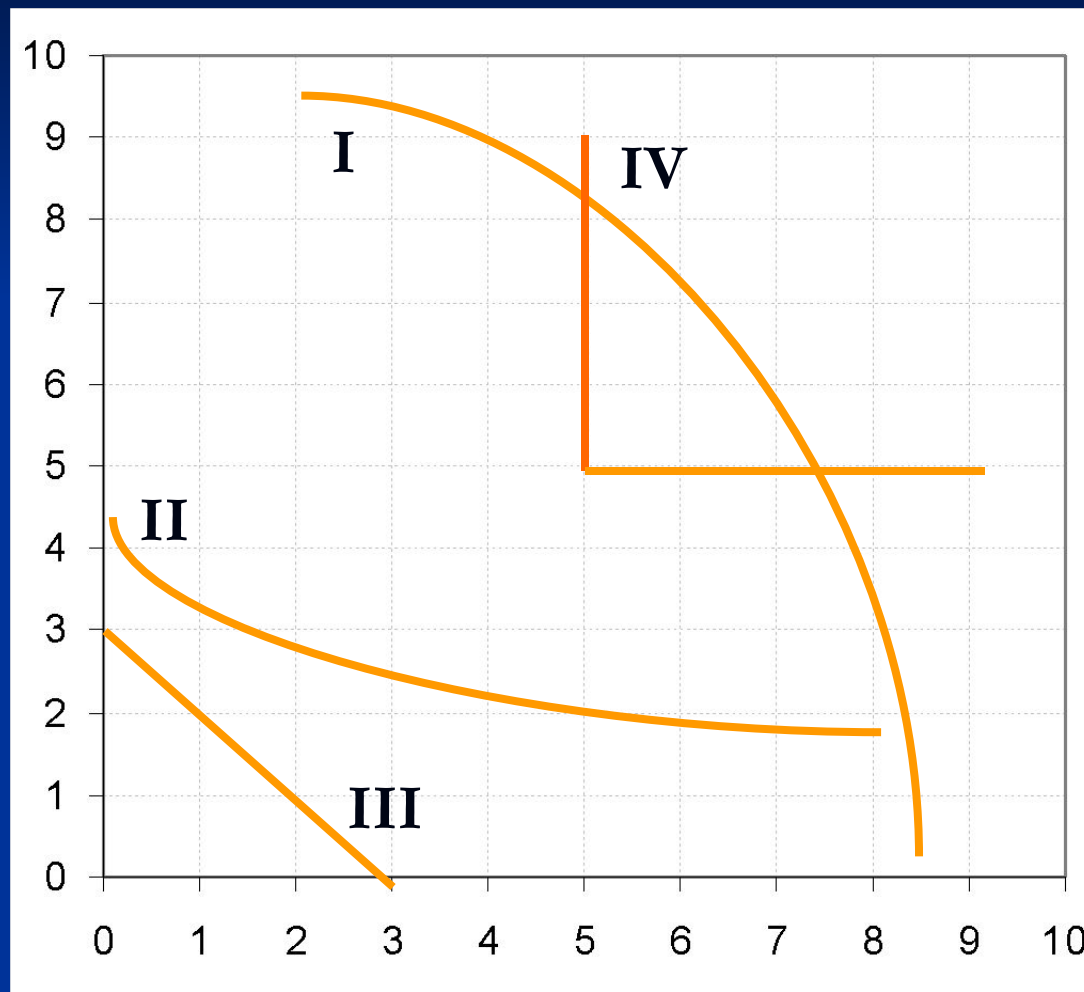
- Меняются только **предпочтения**; цены и доход неизменны
- Меняются только **цены**; предпочтения и доход предполагаются неизменными
- Меняется только **доход**; предпочтения и цены предполагаются неизменными

# 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





# 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.

мизация

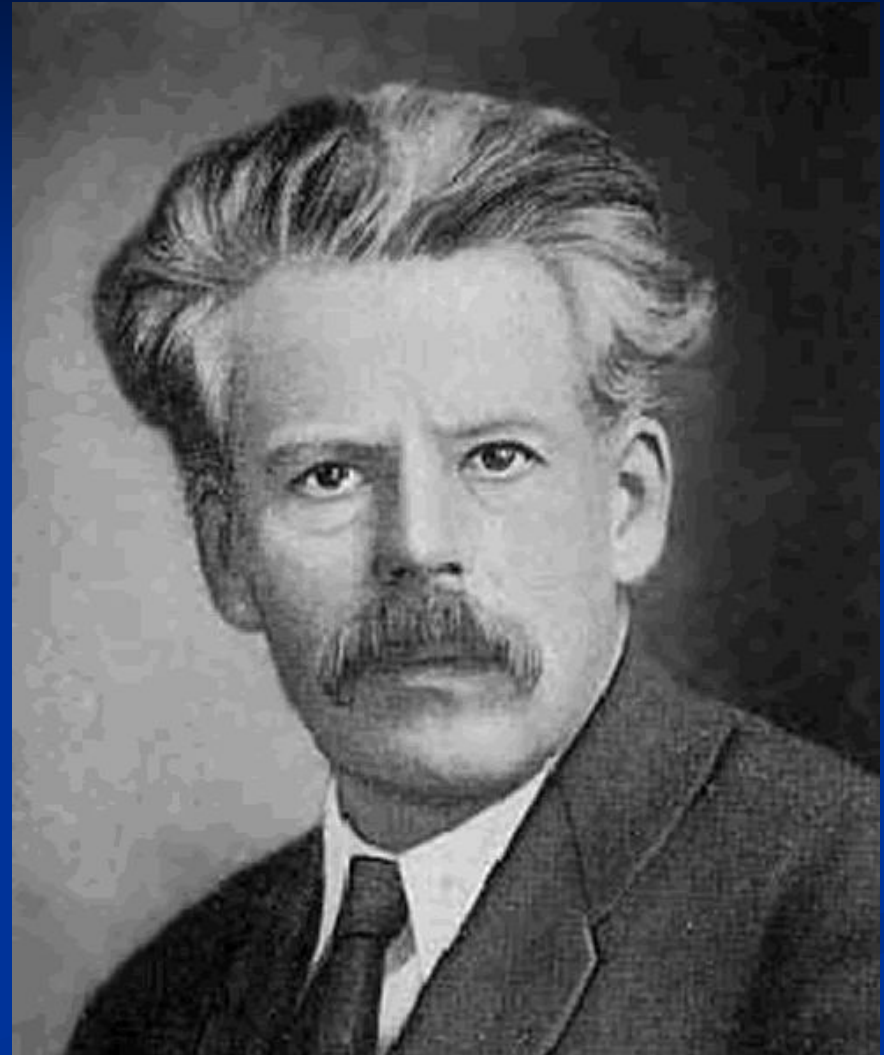
домохозяйства

полезности

10

# 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.