

Поведение потребителя в рыночной экономике

Тема № 4

[Назад](#)

[Далее](#)

[Начало](#)

[Выход](#)

План:

1 Кардиналистский подход к анализу потребительского поведения

2 Ординалистский подход к анализу потребительского поведения

2. Потребительские

1. предпочтения

2. Бюджетные ограничения

2. Потребительский выбор

2. Эффект изменения цены

4

**Потребительское
поведение —
это процесс
формирования спроса
потребителей
на разнообразные товары
и услуги.**

Потребляя блага,
человек получает
удовольствие,
удовлетворение –
т.е. *полезность,*
которая
субъективна.

Полезность (U - utility) блага –
это его способность
удовлетворять
потребности индивида, а
также это то
удовлетворение, которое
получает индивид от
потребления блага.

Существуют два основных
подхода к решению
проблемы соизмерения
полезности различных благ
и их наборов: **кардиналистский**
(количественный)
и **ординалистский**
(порядковый).

1. Кардиналистский подход к анализу потребительского поведения

Назад

Далее

Начало

Выход

Кардиналистский подход
основан на
предположении
О ВОЗМОЖНОСТИ
измерения полезности
различных благ
в гипотетических
единицах — **ЮТИЛЯХ.**

Измеримость полезности
предполагает,
что потребитель может
определять как
полезность **всей**
совокупности,
так и **любой**
дополнительной единицы

**В СВЯЗИ С ЭТИМ
различают
общую (совокупную)
и предельную
ПОЛЕЗНОСТИ**

Общая полезность (TU - total utility) -

это удовлетворение,
которое получает индивид
от всего количества
потребленного блага.

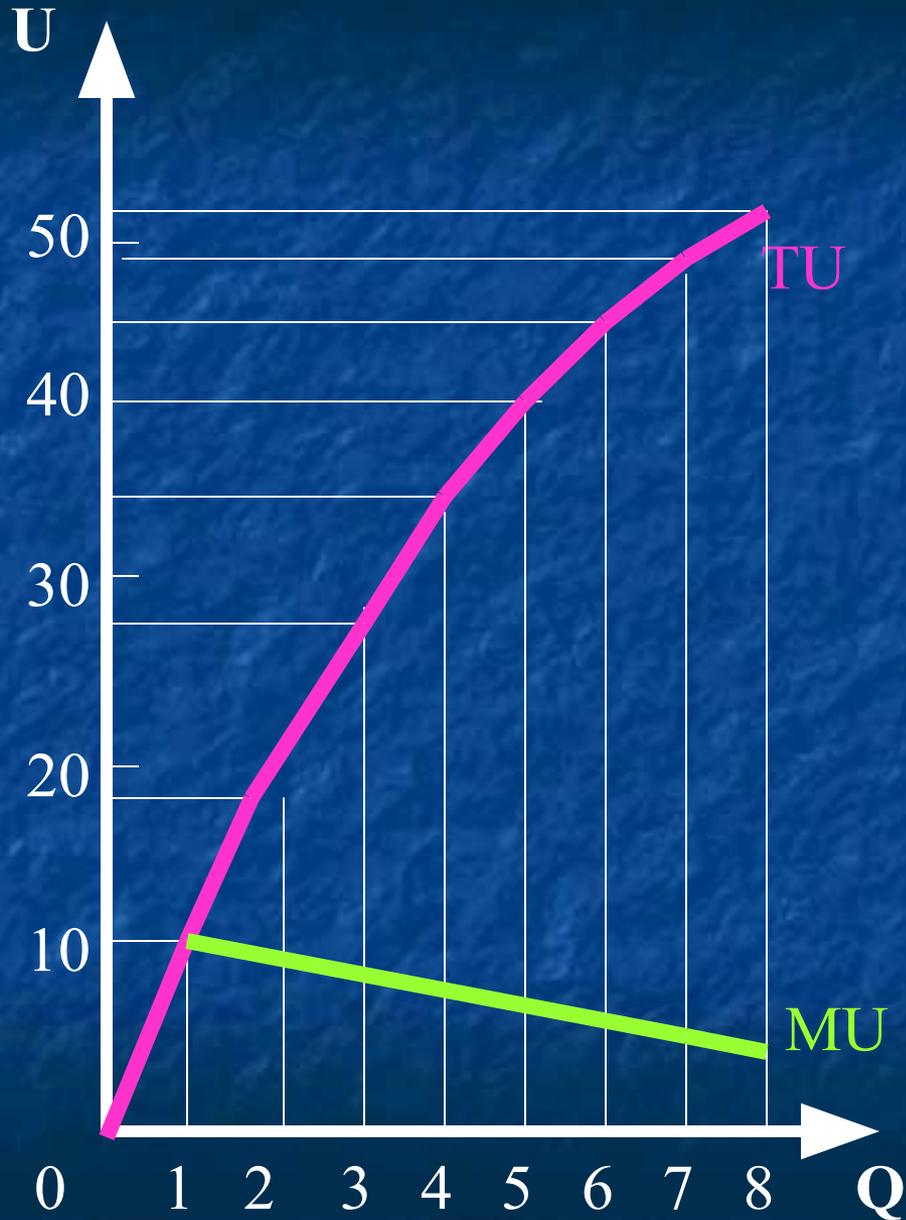
Предельная полезность (MU - marginal utility) -

это **прирост** общей полезности,
который индивид получает
в результате потребления
дополнительной
(следующей) единицы блага.

Общая и предельная полезности обычно записываются таблично:

Q	TU	MU
0	0	-
1	10	10
2	19	9
3	27	8
4	34	7
5	40	6
6	45	5
7	49	4

и изображаются графически:



Назад

Далее

Начало

Выход

**По мере
насыщения
общая
полезность
растет.**

**Этот факт вошел
в экономическую
теорию под
названием
аксиомы
увеличения общей
полезности.**

**По мере
насыщения
предельная
полезность
убывает.**

**Этот факт вошел
в экономическую
теорию под названием
первого закона Госсена
или аксиомы
убывающей
предельной
полезности:**

Первый закон Госсена :

*по мере насыщения
потребности в каком-то благе
удовлетворение
от потребления каждой
последующей единицы этого
блага падает.*

Следовательно, чем
большим количеством блага
обладает индивид, тем
меньшую ценность имеет для
него каждая дополнительная
единица этого блага.

**А это значит, что
ценность блага
определяется не
общей, а предельной
его полезностью для
потребителя.**

**Потребитель сопоставляет,
соизмеряет полезность
различных благ и наборов
благ, чтобы
максимизировать
ожидаемую полезность от
их потребления, иначе
говоря, достичь точки
*потребительского равновесия.***

Потребительское равновесие

—

**ЭТО МАКСИМУМ
ПОЛЕЗНОСТИ,
КОТОРЫЙ МОЖЕТ
ПОЛУЧИТЬ
ПОТРЕБИТЕЛЬ
ПРИ ДАННЫХ ВКУСАХ,
ЦЕНАХ И ДОХОДАХ.**

Назад

Далее

Начало

Выход

**При моделировании поведения
потребителя экономисты
основываются на:**

- **ограниченности дохода
потребителя;**
- **аксиоме *ненасыщенности*
(потребитель стремится иметь
большее количество любых благ);**
- **аксиоме увеличения общей
полезности;**
- **аксиоме убывания предельной
полезности.**

Допустим, потребляются три блага:
А, В, С.

Предельная полезность, цена и взвешенная предельная полезность каждого блага (т.е. предельная полезность, приходящаяся на 1 руб. — MU/P) приведены в таблице:

Блага	MU	P	MU/P
A	100	10	10
B	80	4	20
C	45	3	15

Назад

Далее

Начало

Выход

Из таблицы видно, что
распределение
денежных средств **не**
оптимально, поскольку
каждый рубль,
потраченный на благо В
приносит больше
полезности, чем на блага

**В этом случае
рациональный
потребитель**

увеличит

потребление блага

В И

уменьшит

потребление блага

**В результате
предельная
полезность блага А
(MU_A) возрастет,
а предельная
полезность блага В
(MU_B) снизится.**

**Чтобы достигнуть
максимума
благополучия,
потребитель будет
перераспределять свой
доход до тех пор, пока не
уравняет взвешенные
предельные полезности.**

Назад

Далее

Начало

Выход

**В этом заключается смысл
второго закона Госсена,
который гласит:**

***максимум полезности
от потребления заданного
набора благ потребитель
получит при условии равенства
взвешенных предельных
полезностей всех
потребленных благ.***

В результате перераспределения расходов на покупки могут быть получены следующие данные:

Блага	MU	P	MU/P
A	150	10	15
B	60	4	15
C	45	3	15

В этом случае суммарная
полезность от
потребления трех благ
составит **255**
(150 + 60 + 45).

Любая другая комбинация
дает **меньшую**
суммарную полезность

Экономисты говорят, что потребитель находится в состоянии равновесия при условии:

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} = \lambda$$

где λ — предельная полезность денег.

Для любого
непокупаемого
товара X будет верно
условие:

$$\frac{MU_x}{P_x} < \lambda$$

Это условие означает,
что предельная
полезность денег
выше, чем полезность
товара, поэтому
данный товар
не будет куплен
потребителем.

2 **О**рдиналистский подход к анализу потребительского поведения

Назад

Далее

Начало

Выход

**До наших дней есть
ученые, которые
развивают
кардиналистскую
концепцию полезности,
но они остаются
в меньшинстве.**

**Большее признание
получила другая -
так называемая
ОРДИНАЛИСТСКАЯ
(порядковая)
концепция.**

**Процесс исследования
потребительского поведения в
этой концепции состоит из трех
этапов:**

**а) изучение предпочтений
потребителя;**

**б) учет его доходов, т.е.
бюджетных ограничений;**

**в) анализ потребительского
выбора.**

2.1 Потребительские предпочтения

Назад

Далее

Начало

Выход

Ординалистский подход основан на том, что потребитель не способен измерять полезность, он может лишь сравнивать, упорядочивать (ранжировать) различные наборы благ с точки зрения их предпочтительности.

Предпочтительны те наборы,
которые приносят
большее удовлетворение.

Равноценны наборы, имеющие
одинаковый уровень
полезности,
то есть потребителю
безразлично, какой из двух или
нескольких наборов выбрать.

**Например, пусть имеется несколько
альтернативных наборов потребительских благ:**

Наборы благ	Количество единиц блага X	Количество единиц блага Y
A	20	30
B	10	50
C	40	20
D	30	40
E	10	20
F	10	40

Попросив
потребителя
сравнить эти
наборы, можно
описать
и *ранжировать* его
предпочтения для

**Теория поведения
потребителей
начинается с трех
основных
предположений,
которые справедливы
для большинства
ситуаций.**

Предположение 1:

Потребитель способен сравнить любые два возможных набора благ; в результате сравнения он может прийти к одному из трех выводов:

- а) $A \succ B$ (набор A предпочтительнее набора B);
- б) $A \prec B$ (набор A менее предпочтителен, чем набор B);
- в) $A \sim B$ (набор A равноценен набору B).

Предположение 2:

Если набор **A** предпочтительнее набора **B**, а набор **B** предпочтительнее набора **C**, то набор **A** предпочтительнее набора **C**:

$$A \succ B \wedge B \succ C \Rightarrow A \succ C;$$

$$A \succ B \wedge B \sim C \Rightarrow A \succ C;$$

$$A \sim B \wedge B \sim C \Rightarrow A \sim C.$$

Предположение 3:

Если набор **A** содержит большее количество единиц **каждого** блага, чем набор **B**, то набор **A** *предпочтительнее* набора **B**.

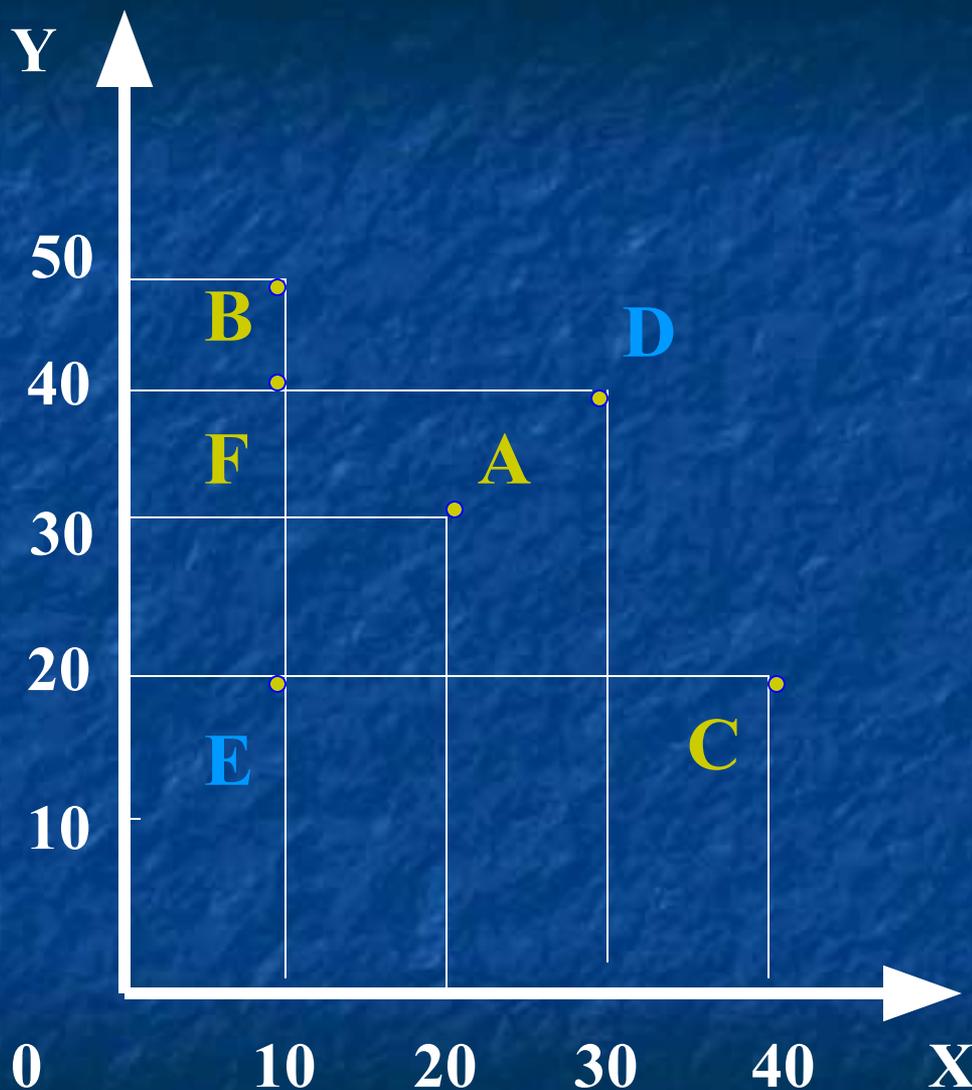
(Потребители всегда предпочитают большее количество любого блага меньшему).

**Графически
потребительские
предпочтения
изображаются в
виде **кривых
безразличия.****

КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

представляет собой совокупность потребительских наборов, которые обеспечивают **одинаковый уровень удовлетворения потребностей** (то есть потребитель **безразличен** к выбору наборов, представленных точками кривой).

Изобразим наборы из ранее приведенной таблицы:



Назад

Далее

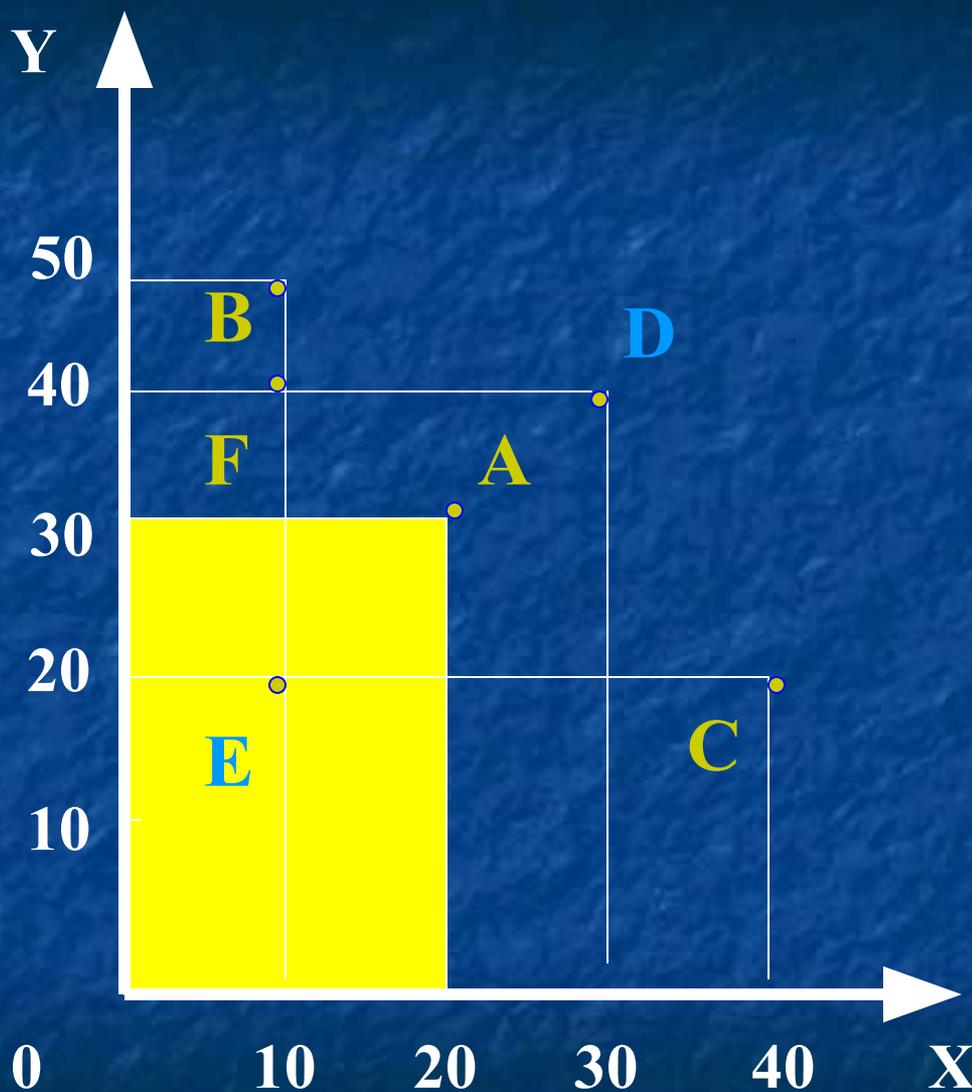
Начало

Выход

Из графика видно, что **A** } **E**, так как содержит больше единиц и блага X и блага Y.

Также как и все точки на заштрихованном участке.

A } E



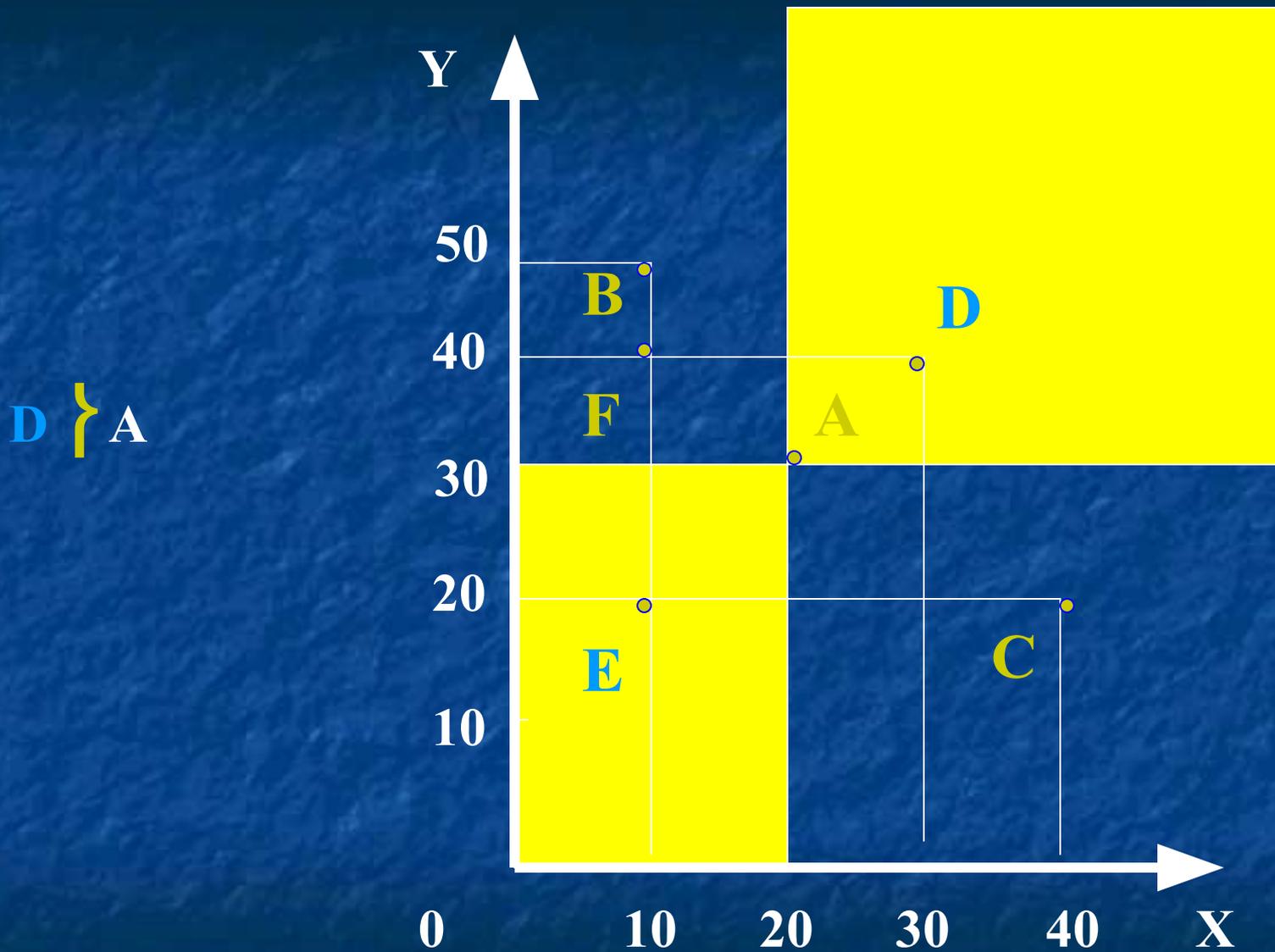
Назад

Далее

Начало

Выход

По этой же причине $D \setminus A$,
также как и все точки
второго заштрихованного
участка.



Назад

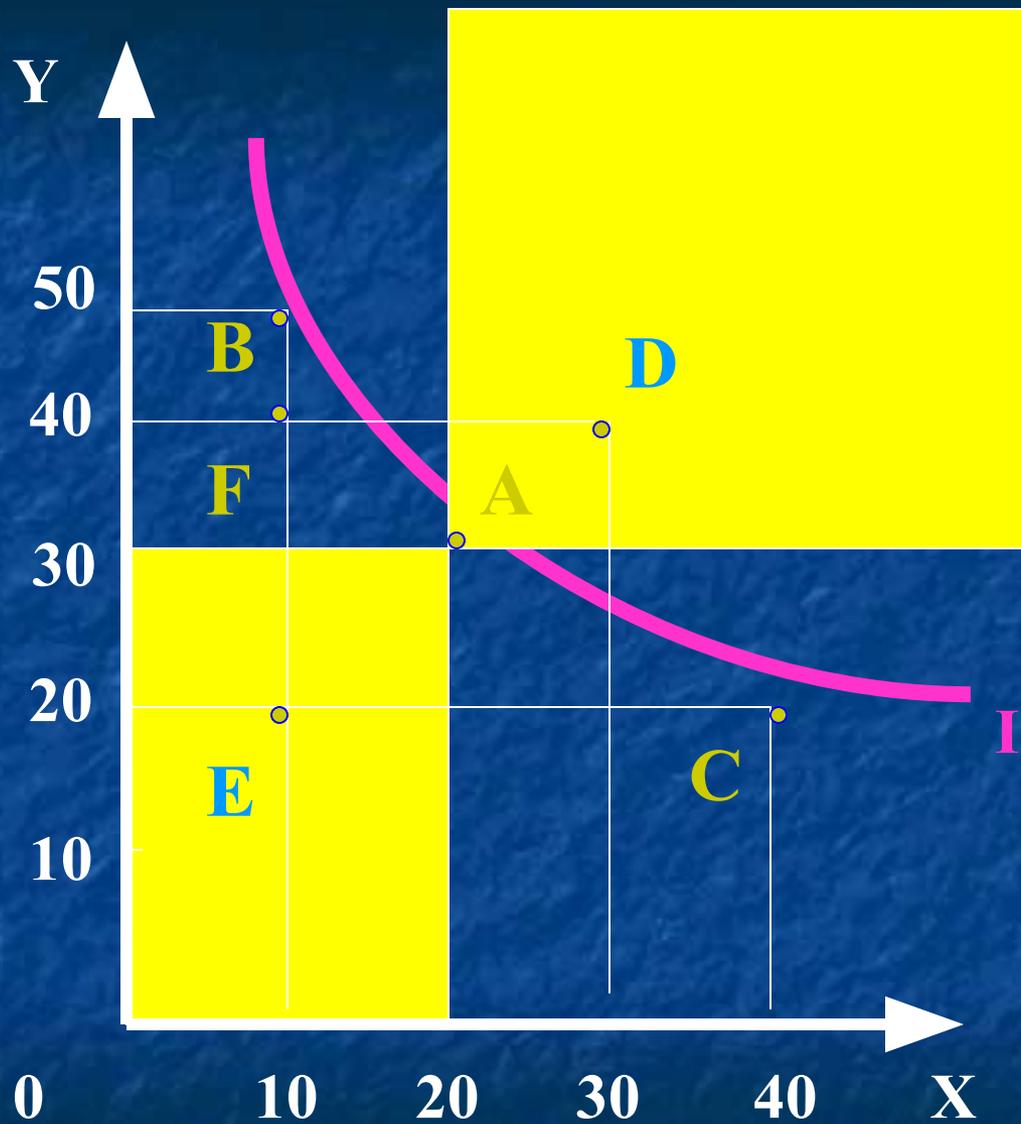
Далее

Начало

Выход

**Однако сравнение набора
А с наборами В и С
невозможно без более
полной информации.**

Вполне возможно, что
потребитель
безразличен к трем
наборам благ,
то есть точки **A, B, C**
находятся на одной
кривой безразличия **I**.



Назад

Далее

Начало

Выход

**Это означает, что
потребитель не чувствует
себя ни лучше, ни хуже,
отказавшись
от 10 единиц блага X
и получив 20 единиц
блага Y при перемещении
от набора **A** к **B**.**

**Точно так же потребитель
может отказаться
от 10 единиц блага Y,
чтобы получить
20 единиц блага X
при перемещении
от набора **A** к **C**.**

Свойства кривых безразличия:

1) Кривая безразличия имеет **отрицательный наклон**, то есть проходит вниз слева направо.

Доказательство:

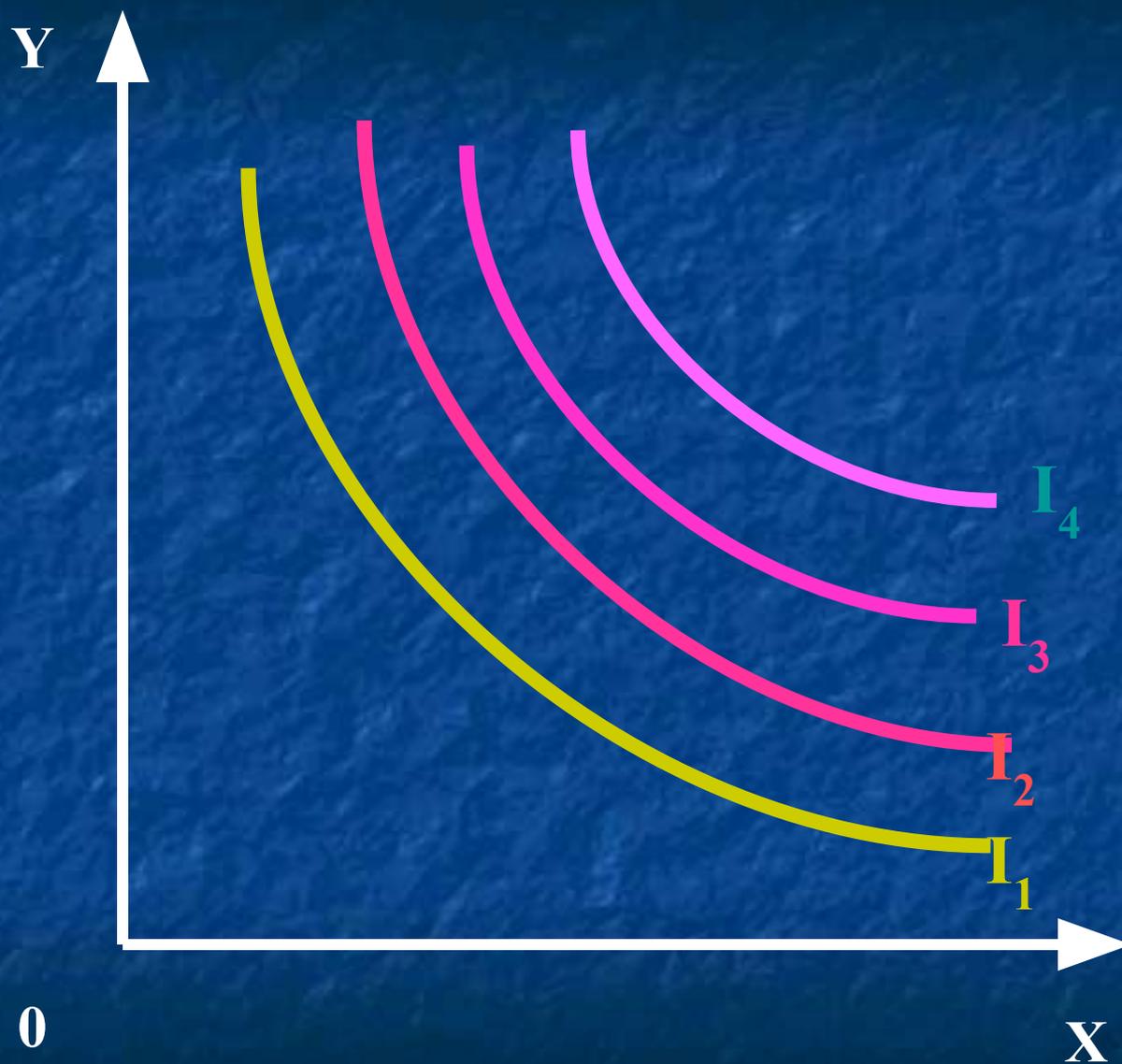
Предположим противное, то есть что кривая безразличия идет вверх слева направо.

Значит каждый набор, соответствующий точке, расположенной на кривой выше, будет содержать большее количество каждого блага, чем нижний.

Это противоречит предположению 3.

Для описания предпочтений
индивида по всем возможным
наборам благ X и Y
используют изображение
*семейства кривых
безразличия.*

Это изображение называют
картой безразличия.



Назад

Далее

Начало

Выход

На графике изображены
четыре кривых
безразличия, которые
представляют часть
карты безразличия.

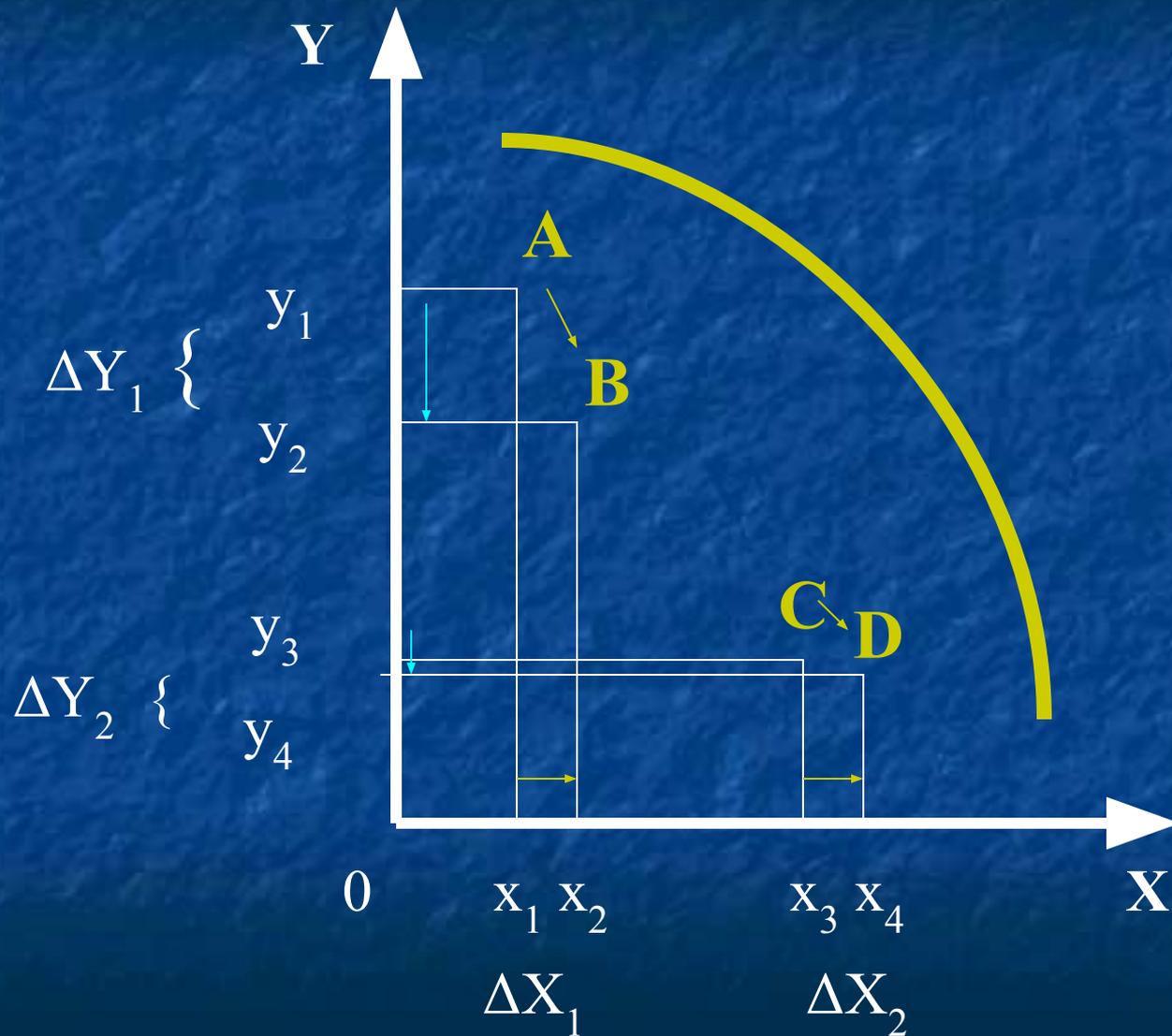
Кривая I_4 соответствует
наивысшему уровню
удовлетворения, следуя за
кривыми I_3 , I_2 , I_1 .

**2) Кривые безразличия
не могут пересечься.**

**3) Кривая безразличия
может быть проведена
через каждую точку
в пространстве благ.
Это следует из
предположения 1.**

**4) Кривые безразличия
выпуклы к началу
координат.**

Рассмотрим одну из кривых безразличия:



Назад

Далее

Начало

Выход

Пусть отрезок x_1x_2 равен отрезку x_3x_4 , тогда при переходе из точки **A** в точку **B** потребитель сохранил общую полезность набора благ при увеличении потребления блага X на ΔX_1 и уменьшении потребления блага Y на ΔY_1 .

При переходе из **C** в **D** потребитель сохранил общую полезность при увеличении потребления блага X на $\Delta X_2 = \Delta X_1$ и уменьшении потребления блага Y на ΔY_2 , при этом $\Delta Y_1 > \Delta Y_2$.

Нормой замещения

(RS - rate of substitution)

блага Y благом X называется то количество блага Y, которое потребитель согласен уступить в обмен на увеличение количества блага X на одну единицу с тем, чтобы общий уровень удовлетворения оказался неизменным:

$$RS = - \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

**Норма замещения
уменьшается при
движении вдоль
кривой безразличия.**

Назад

Далее

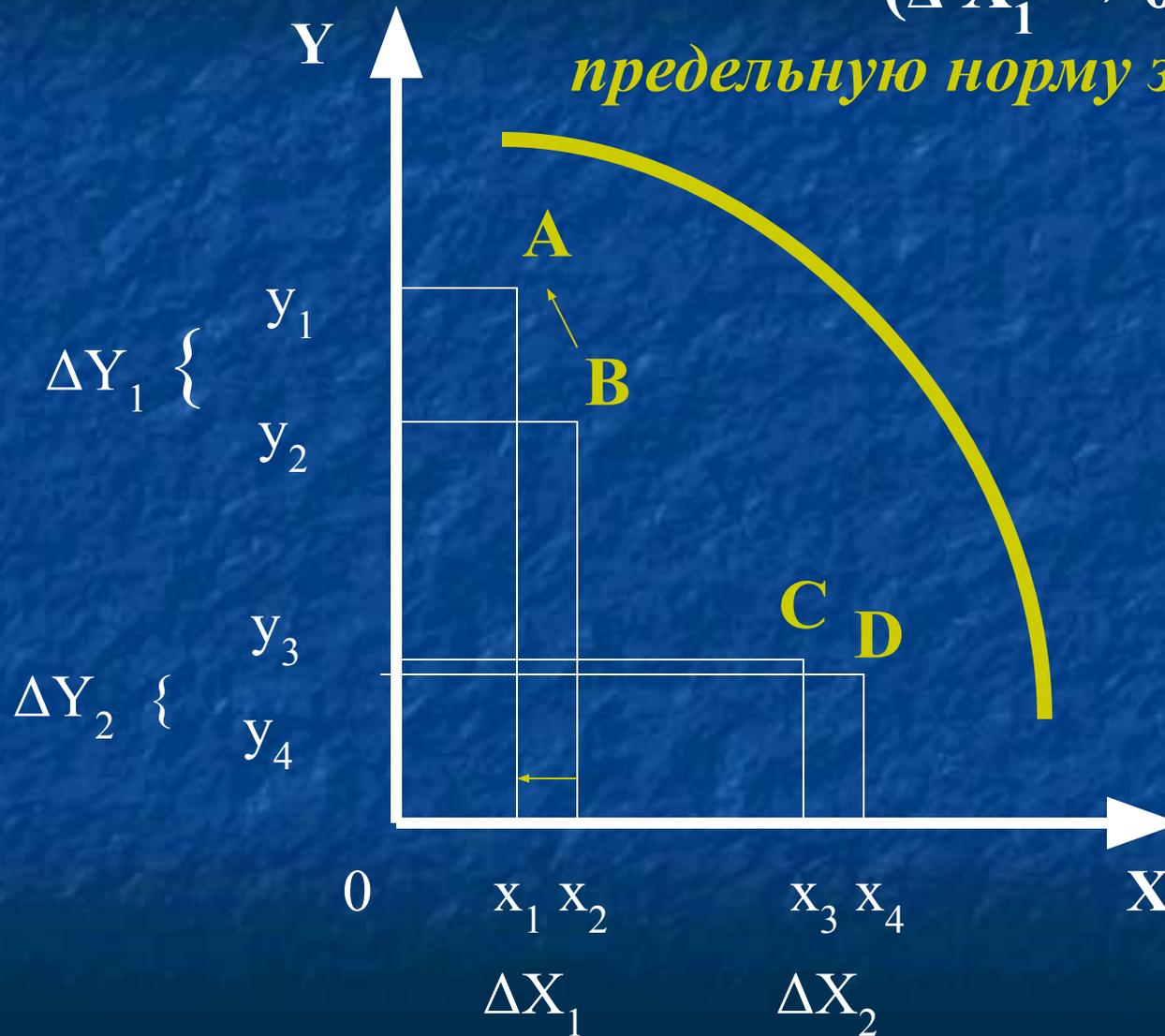
Начало

Выход

Это можно объяснить логически:

**с увеличением количества блага X
и, соответственно, уменьшением
количества блага Y потребитель
все больше ценит ставшее
относительно дефицитным благо Y
и готов отдавать все меньшее его
количество в обмен на каждую
следующую единицу блага X.**

При приближении точки В к А
($\Delta X_1 \rightarrow 0$) получим
предельную норму замещения



Назад

Далее

Начало

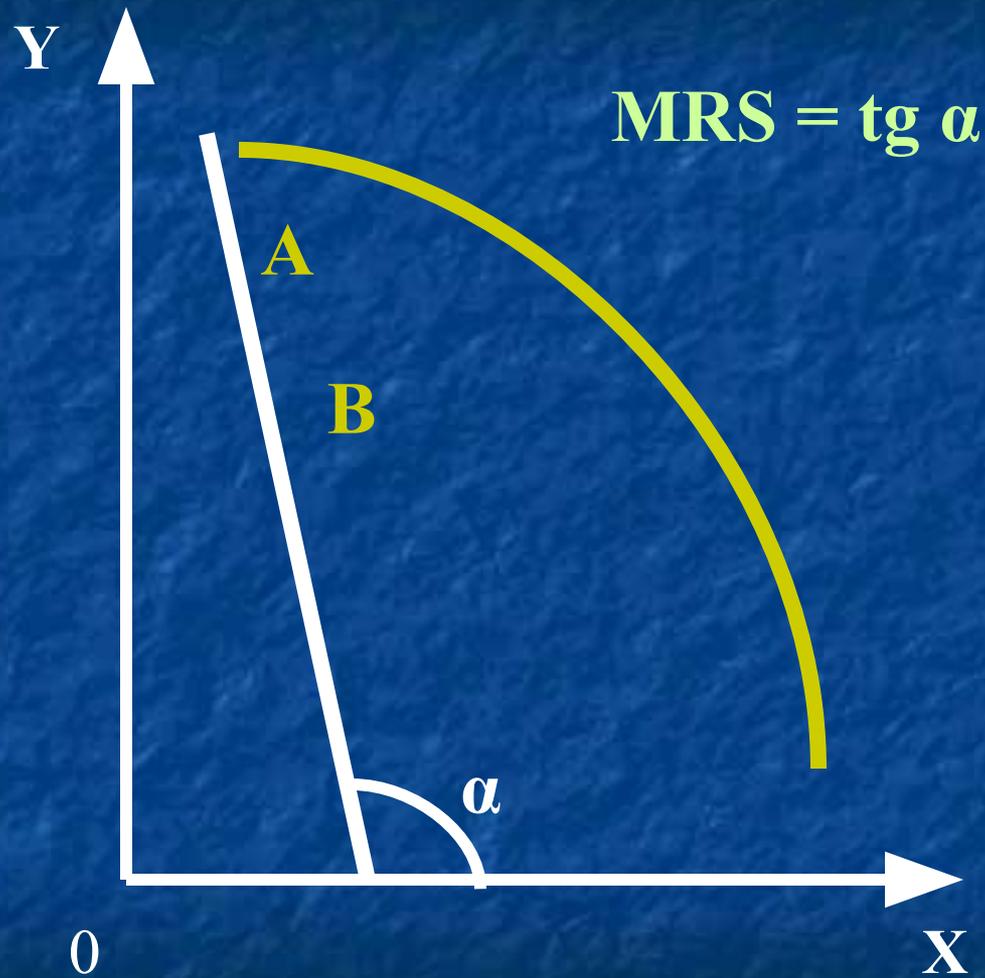
Выход

Предельная норма
замещения
(MRS - marginal rate of
substitution):

$$\text{MRS} = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \left(- \frac{\Delta y}{\Delta x} \right)$$

Пределная норма замещения

равна **угловому коэффициенту касательной**, проведенной к кривой безразличия в точке A , то есть **тангенсу угла**, образованного касательной и осью OX :



Назад

Далее

Начало

Выход

**Утверждение о выпуклости
кривой безразличия к началу
координат тождественно
тому, что
предельная норма
замещения уменьшается при
движении вдоль кривой
безразличия.**

**Рассмотрим два
особых случая
конфигурации
кривых
безразличия:**

Назад

Далее

Начало

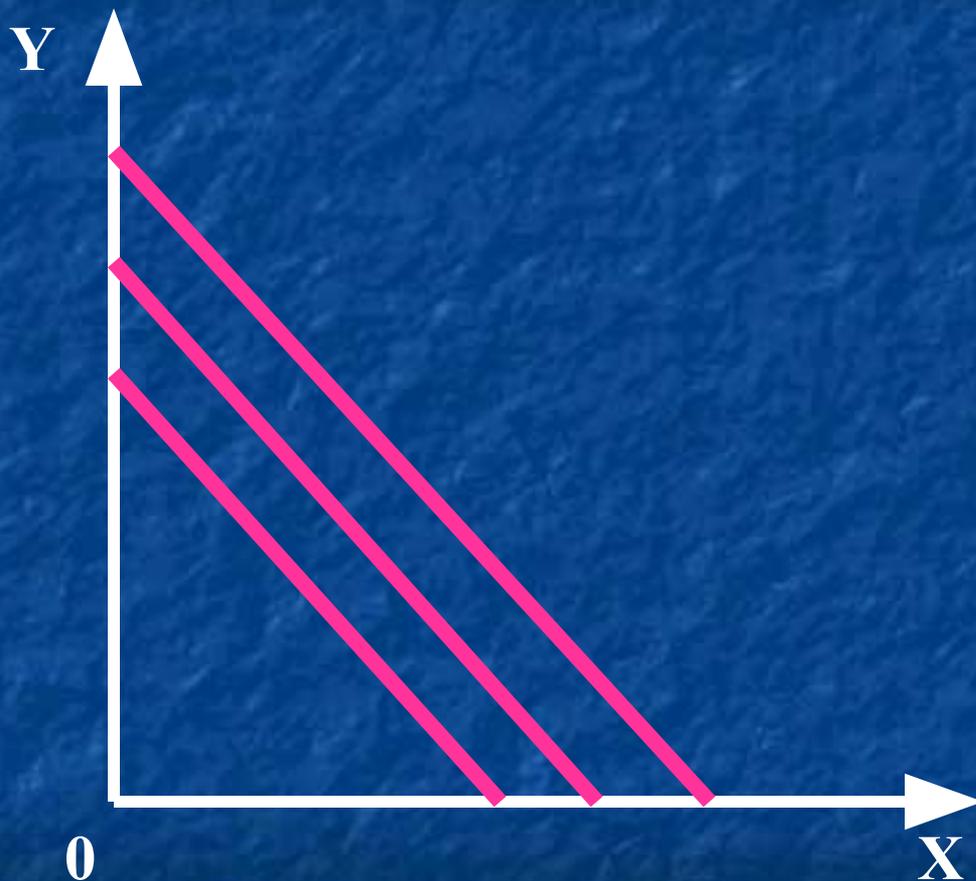
Выход

**А) В случае, когда X и Y -
совершенно
взаимозаменяемые
блага,
их рассматривают как
одно благо.**

**В этом случае потребитель
может **отказаться** от
потребления одного из благ
(точки на осях координат)
либо будет замещать их в
**постоянной рыночной
пропорции,**
то есть в зависимости
от соотношения цен.**

**Кривая безразличия в ЭТОМ
случае вырождается в
прямую линию,
то есть предельная норма
замещения становится
ПОСТОЯННОЙ величиной:
 $MRS = const.$**

X и Y - совершенно взаимозаменяемые блага:



Назад

Далее

Начало

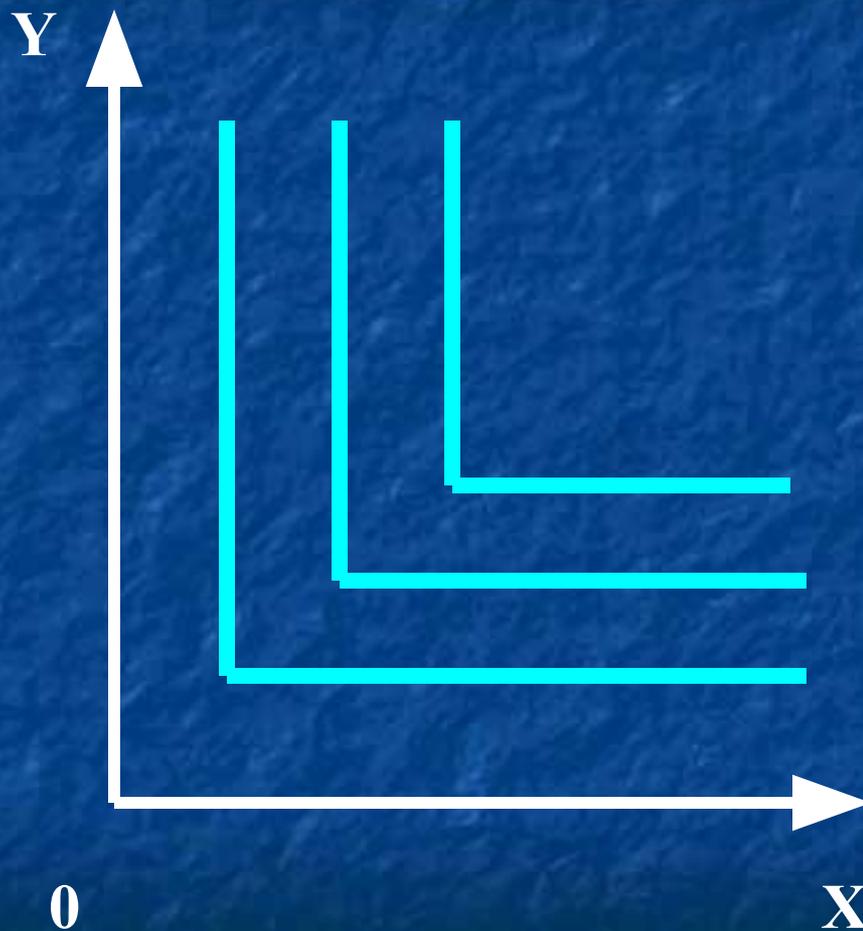
Выход

**Б) В случае жесткой
взаимодополняемости
благ каждому уровню
удовлетворения
потребителя
соответствует одна
комбинация благ.**

**Увеличение количества
одного блага без
увеличения количества
другого не изменяет
полезности этой
комбинации для
потребителя.**

**Одно благо нельзя заменить
на другое,
то есть предельная норма
замещения равна нулю:
 $MRS = 0$**

X и Y - жестко взаимодополняемые блага:



Назад

Далее

Начало

Выход

**Такие ситуации редки
на практике.**

**Большинство реальных
кривых безразличия
находятся между двумя
этими крайними
положениями.**

2.2 Бюджетные ограничения

Назад

Далее

Начало

Выход

**Рассмотрим множество
всех доступных
потребителю товарных
наборов при условии, что
он располагает какой-то
фиксированной денежной
суммой M (Money).**

Потребитель может купить любое количество товаров:

$$x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$$

по ценам соответственно

$$P_1, P_2, P_3, \dots, P_n,$$

если выполняется условие:

$$P_1x_1 + P_2x_2 + P_3x_3 + \dots + P_nx_n \leq M \quad (*)$$

Выражение (*) называют бюджетным ограничением потребителя.

В случае, когда
потребительский выбор
ограничен двумя товарами
X и Y,
бюджетное ограничение
имеет вид:

$$P_x x + P_y y \leq M$$

**Границей множества
доступных товарных
наборов будет линия,
аналитически выраженная
уравнением:**

$$P_x x + P_y y = M.$$

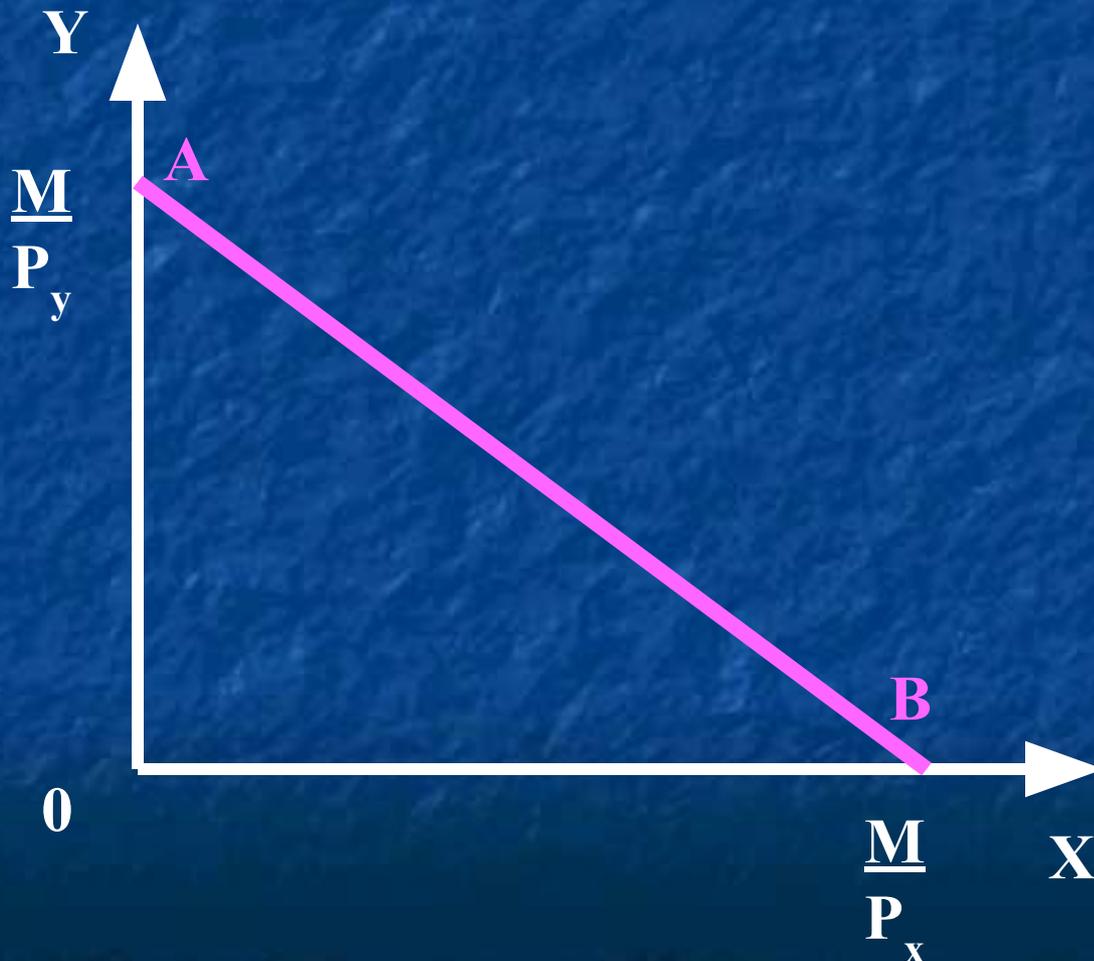
**Эта граница называется
бюджетной линией**

Представим уравнение
бюджетной линии в виде:

$$y = \frac{M}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} x$$

($y = a - bx$)

Графически бюджетная линия изображается прямой АВ:



Назад

Далее

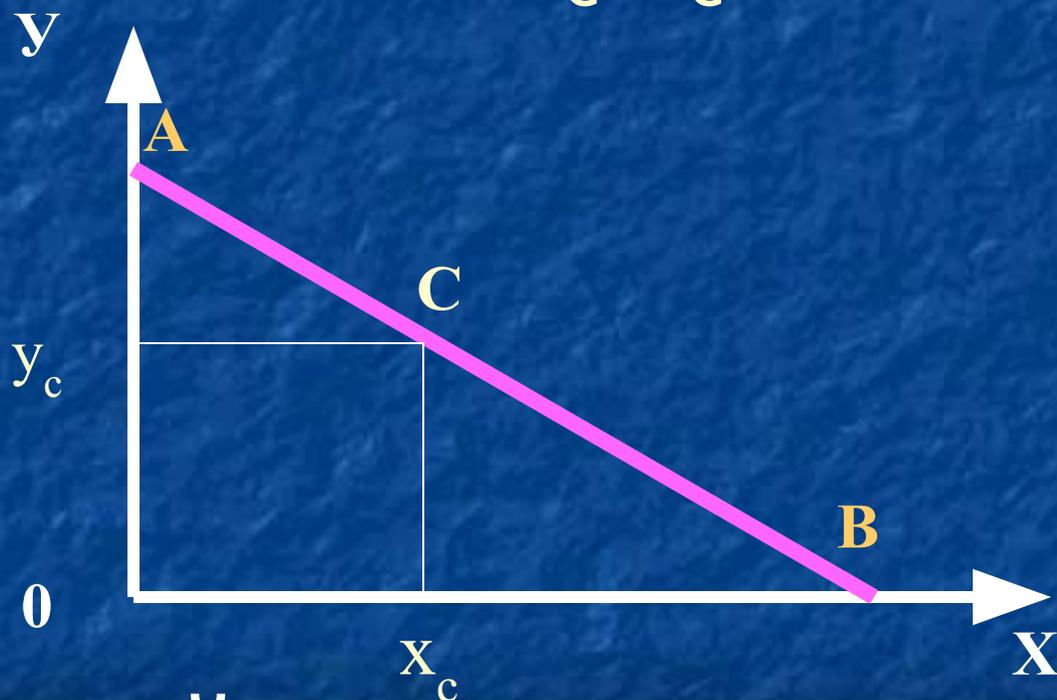
Начало

Выход

Координаты точек
 $A(0; M/P_y)$ и **$B(M/P_x; 0)$**
характеризуют максимальные
количества товаров X и Y,
которые может приобрести
потребитель, потратив весь
свой доход только на товар X
или только на товар Y.

Любой другой точке C , находящейся на бюджетной линии, соответствует набор товаров

$$c = (x_c; y_c),$$



который имеет стоимость M :

$$P_x x_c + P_y y_c = M.$$

Назад

Далее

Начало

Выход

Бюджетная линия -

это геометрическое место точек, характеризующих все наборы товаров, которые может приобрести потребитель, **полностью израсходовав** свой доход M при данных ценах товаров P_x и P_y .

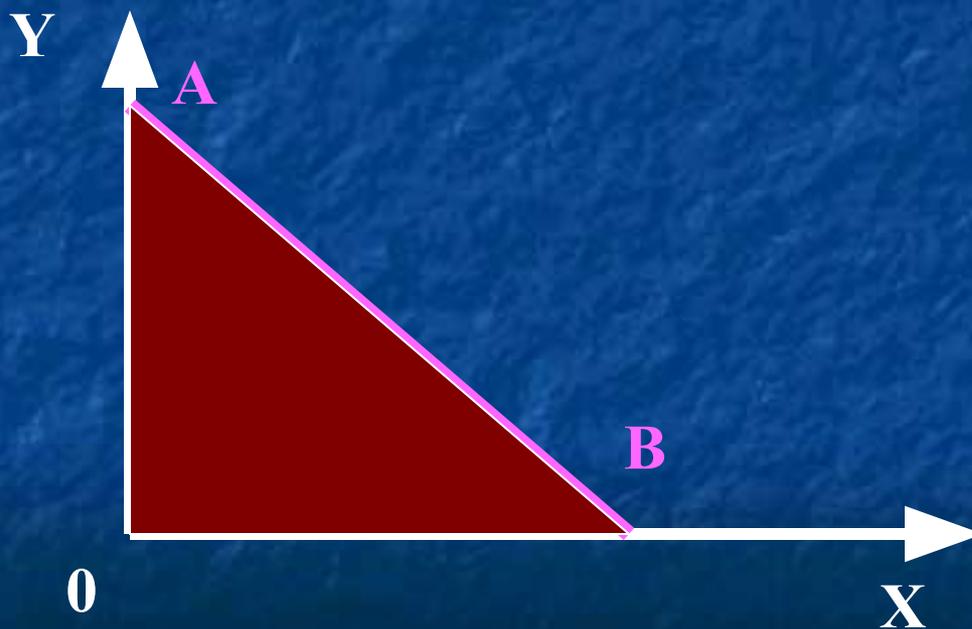
Из уравнения

$$y = \frac{M}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} x$$

следует:

- бюджетная линия имеет отрицательный наклон, так как $P_x > 0, P_y > 0$;
- наклон бюджетной линии постоянен, так как P_x и P_y постоянны.

Множество всех наборов товаров, удовлетворяющих бюджетному ограничению, представляет собой **треугольник АВО**, ограниченный бюджетной линией и осями координат:



Назад

Далее

Начало

Выход

Рассмотрим, как изменится граница множества всех доступных для потребителя наборов товаров, если увеличится доход с M_1 до M_2 .

При первоначальном доходе M_1 бюджетную линию можно было записать уравнением:

$$y = \frac{M_1}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} x$$

При увеличившемся доходе M_2
бюджетную линию можно
записать уравнением:

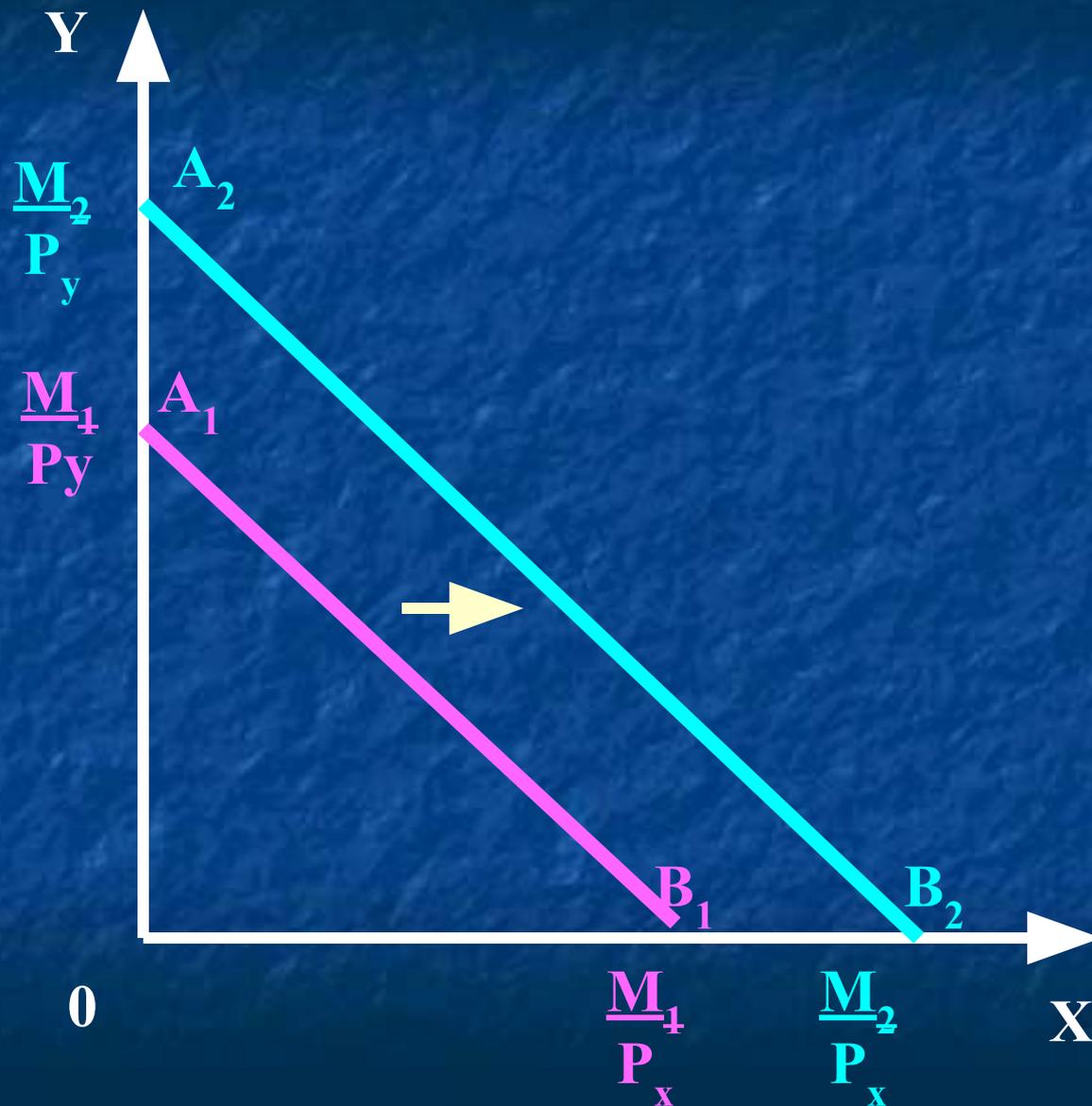
$$y = \frac{M_2}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} x$$

Сравним эти уравнения:

- Наклон линий (P_x/P_y) не изменился;
- Точки пересечения с осями координат сдвинулись:

$$\begin{aligned} A_1(0; M_1/P_y) &\rightarrow A_2(0; M_2/P_y), \\ B_1(M_1/P_x; 0) &\rightarrow B_2(M_2/P_x; 0). \end{aligned}$$

Поскольку $M_2 > M_1$, линия A_1B_1 сдвигается вправо в положение A_2B_2 .



Назад

Далее

Начало

Выход

Вывод:

Увеличение дохода при неизменных ценах приводит к сдвигу бюджетной линии **вправо**, а **снижение дохода** - влево.

Рассмотрим влияние изменения цены одного товара на положение бюджетной линии:

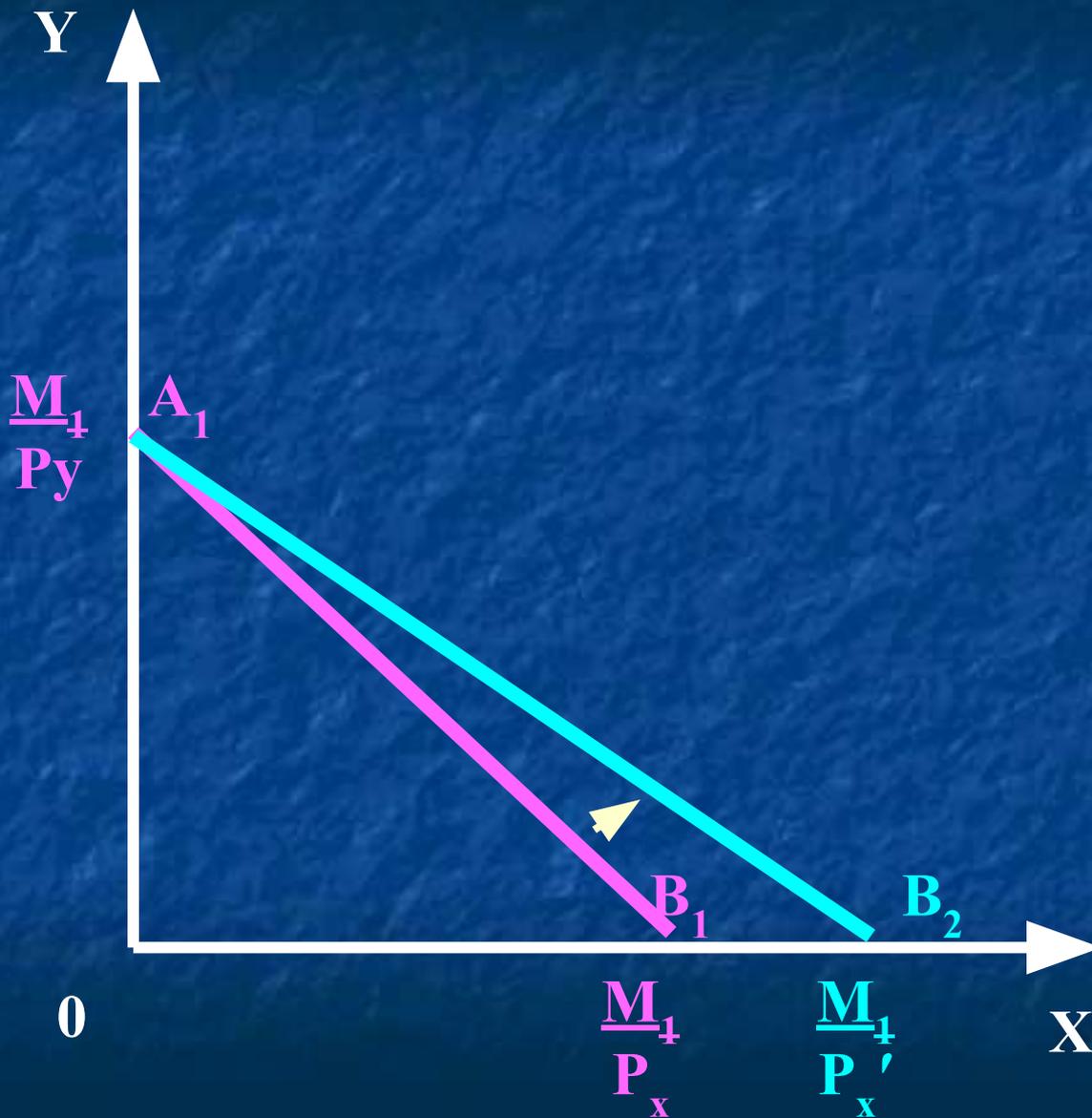
пусть цена товара x **уменьшилась**
с P_x до P_x' , а P_y не изменилась.

Новая бюджетная линия может быть
записана уравнением:

$$y = \frac{M_1}{P_y} - \frac{P_x'}{P_y} x$$

Сравним положение бюджетной линии до и после уменьшения цены:

- Положение точки пересечения с осью OY не изменилось: $A(0; M_1/P_y)$.
- Точка пересечения с осью OX сместилась **вправо**: $B_1 \rightarrow B_{2'}$
так как $P_x' < P_x \Rightarrow M_1/P_x' > M_1/P_x$



Назад

Далее

Начало

Выход

Вывод:

Уменьшение цены товара X приводит к повороту бюджетной линии **против часовой стрелки** вокруг точки пересечения бюджетной линии с осью OY, а **увеличение** цены товара X - к аналогичному повороту **по часовой стрелке**.

2.3 Потребительский выбор

[Назад](#)

[Далее](#)

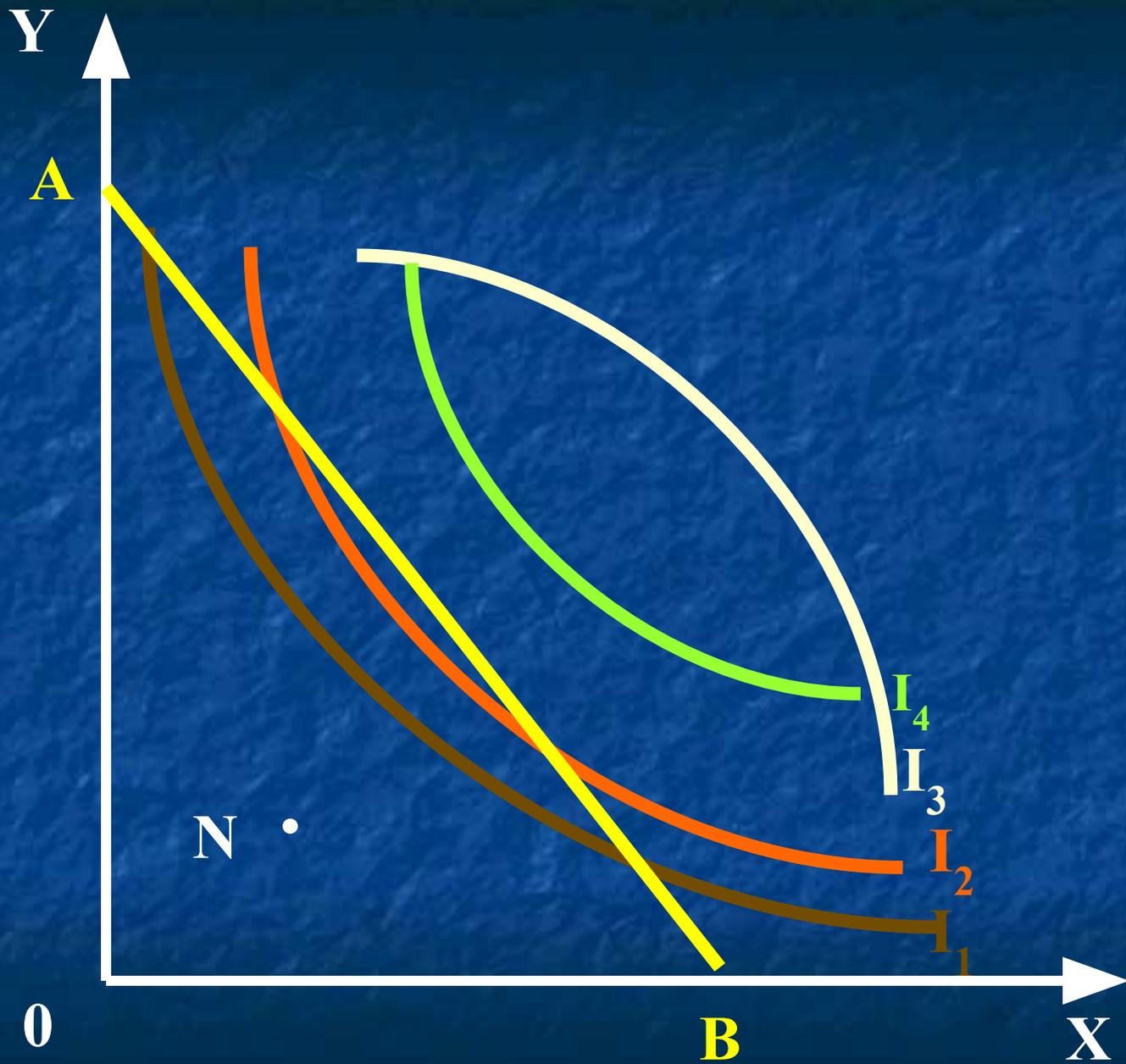
[Начало](#)

[Выход](#)

**Попытаемся определить,
какими свойствами
обладает набор
товаров, который
выбирает потребитель
из множества
доступных ему
товарных наборов при
заданных ценах и**

**Потребитель стремится
максимизировать
получаемую им полезность,
то есть выбирает
наиболее предпочтительный
из множества доступных
ему наборов.**

**Совместим на одном
графике бюджетную
линию и карту
безразличия данного
потребителя:**



Назад

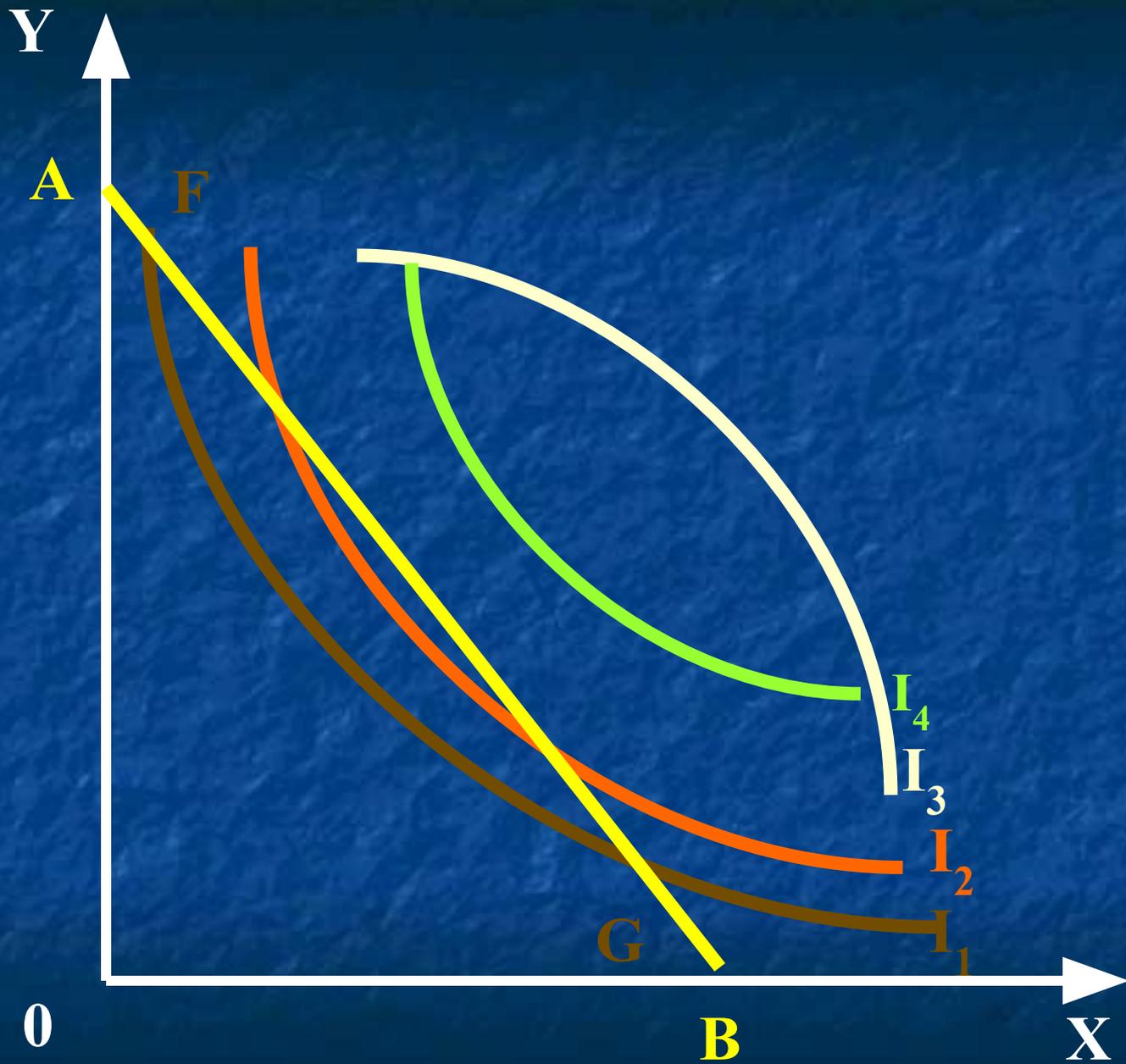
Далее

Начало

Выход

Очевидно, что если точка потребительского выбора (например, N) лежит ниже бюджетной линии АВ, то часть дохода останется неизрасходованной, а значит полезность ее будет ниже, чем у точек, лежащих на АВ.

**То есть точка
потребительского выбора
должна лежать на
бюджетной линии.**



Назад

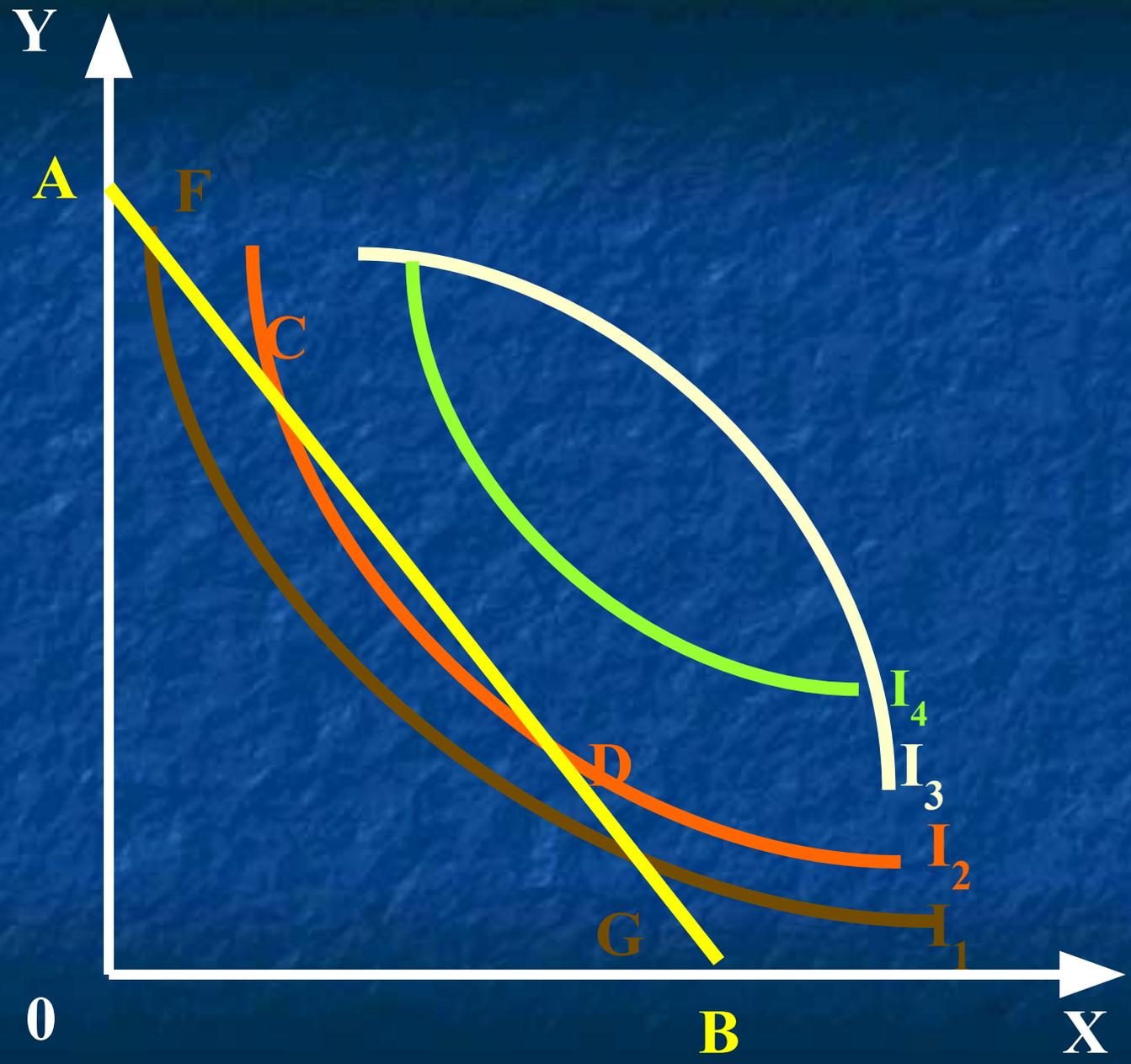
Далее

Начало

Выход

Возьмем точки **F** и **G** – пересечения
AB и кривой безразличия **I₁**.

Очевидно, что они не будут
максимизировать полезность, так
как при перемещении по
бюджетной линии от **F** вниз, а от **G**
вверх потребитель находит более
высоко расположенные кривые
безразличия, то есть поднимается
на более высокий уровень
полезности.



Назад

Далее

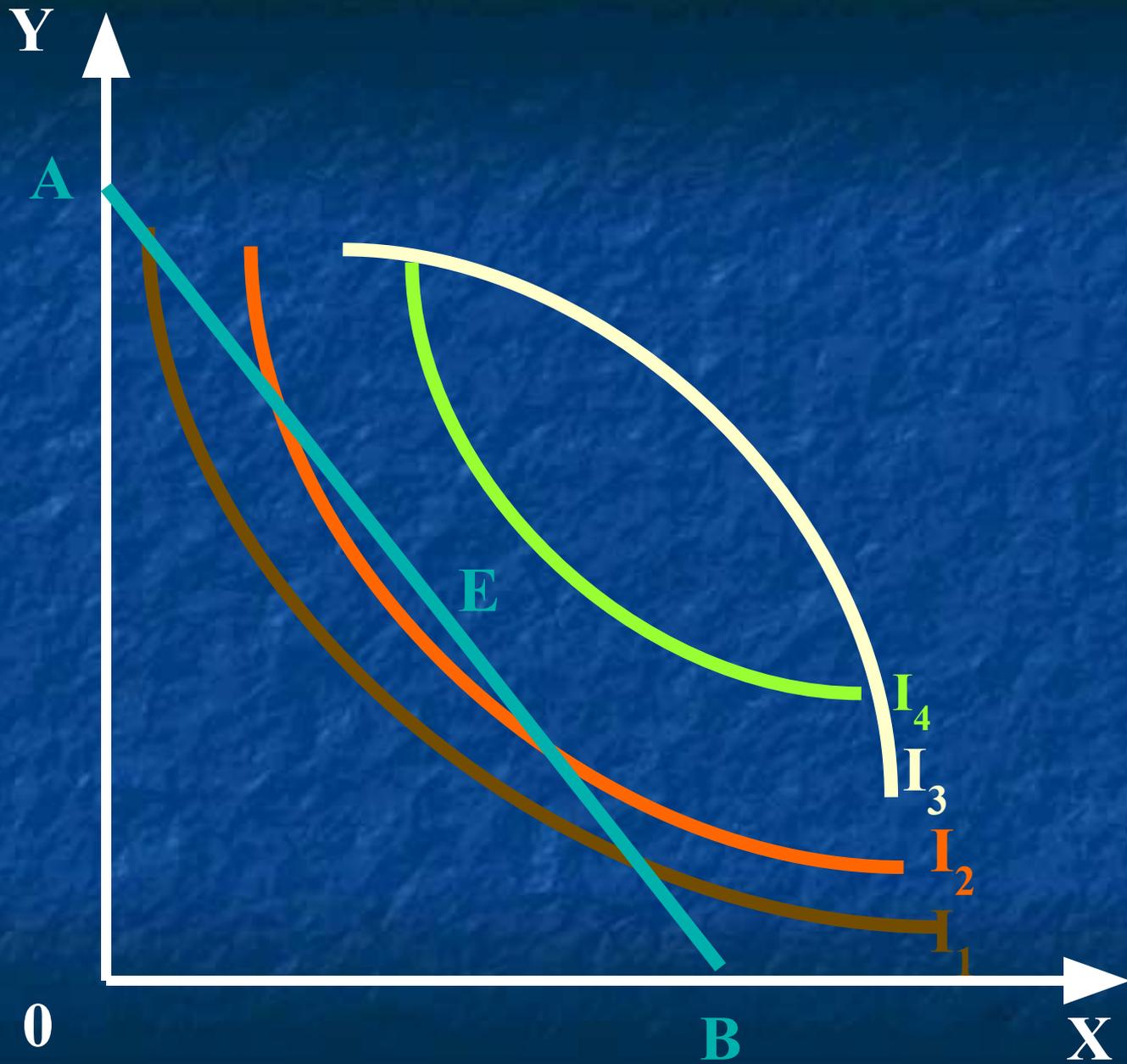
Начало

Выход

Точки **C** и **D** хотя и лежат на более высокой кривой безразличия **I_2** , не являются точками потребительского выбора по тем же причинам, что и точки **F** и **G**.

Вывод:

Если некоторая кривая безразличия пересекает бюджетную линию в двух точках, то все точки, лежащие между ними, будут более предпочтительны.



Назад

Далее

Начало

Выход

Точка потребительского оптимума -

ЭТО **точка касания**
бюджетной линии и
кривой безразличия.

Наклоны двух линий в точке касания равны,

то есть в точке E наклон бюджетной линии равен наклону кривой безразличия.

Наклон I_3 в точке E равен
предельной норме замещения
(MRS),

наклон AB равен отношению
цен товаров (P_x/P_y).

Следовательно, в точке
потребительского оптимума

$$MRS = P_x/P_y.$$

Вывод:

Потребитель получает
максимальное
удовлетворение,
устанавливая потребление
товаров X и Y таким
образом, чтобы
MRS равнялась
соотношению цен.

**Другими словами, норма,
при которой
потребитель готов
заменить товар
X на товар Y, должна
быть равна рыночной
норме, при которой эта
замена возможна.**

2.4 Эффект изменения цены

Назад

Далее

Начало

Выход

**Рассмотрим более
подробно, каким образом
изменение цены товара
оказывает влияние на
объем спроса
потребителя при
неизменности цен прочих
товаров и дохода
потребителя.**

Во-первых,
снижение цены одного товара
при постоянстве цен других
товаров представляет собой
снижение относительной цены
этого товара,
то есть данный товар
дешевеет по отношению
ко всем другим товарам.

Во-вторых,

Снижение цены какого-либо товара можно рассматривать как **повышение реального дохода потребителя.**

(Если в ситуации до снижения цены потребитель выбирал некоторый оптимальный набор товаров A , то после снижения цены одного из товаров он способен приобрести тот же набор A и в его распоряжении останется **некоторая сумма денег).**

Понимание этих обстоятельств
привело экономистов к
выводу о
целесообразности
разделения *общего эффекта*
изменения объема спроса на
товар под влиянием
изменения цены этого товара
на две составные части:
эффект замещения
и *эффект дохода.*

Назад

Далее

Начало

Выход

**Под эффектом
замещения**
понимают изменение объема
спроса, вызванное
исключительно **изменением**
относительной цены товара при
неизменном реальном доходе,
то есть при сохранении уровня
полезности потребляемого
набора товаров.

Эффектом дохода
называется изменение
объема спроса, вызванное
исключительно
изменением реального
дохода при неизменности
относительных цен товаров.

Общий эффект изменения цены -

это общее изменение объема
спроса на данный товар,
вызванное изменением его
цены.

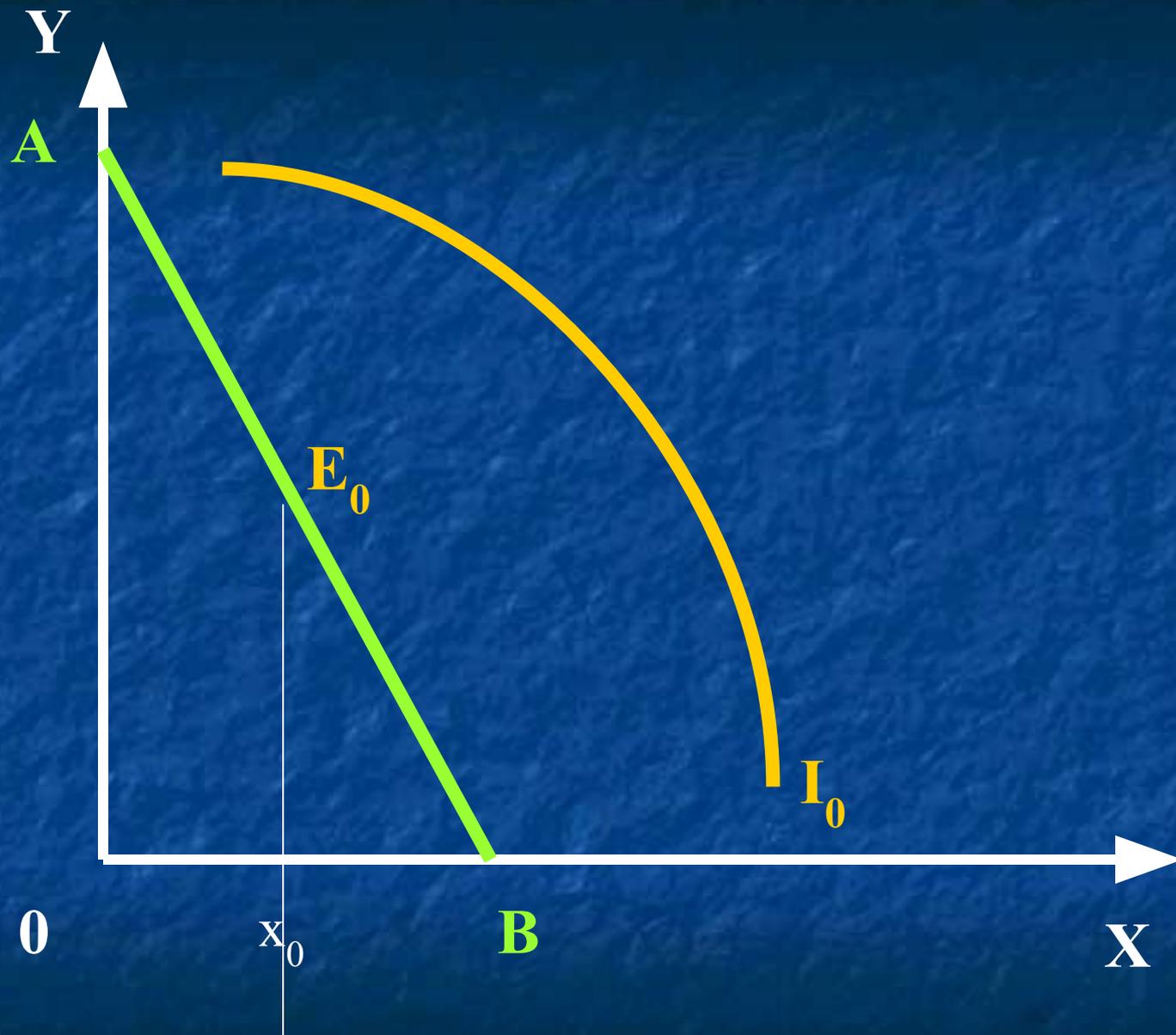
Общий эффект равен сумме
эффекта замещения и
эффекта дохода.

**Идея разложения общего
эффекта изменения цены на
эффект замещения и эффект
дохода впервые
сформулирована русским
экономистом-математиком
Евгением Евгеньевичем
Слуцким в 1915 г.**

Рассмотрим модель разложения общего эффекта.

Пусть потребитель покупает два
товара X и Y по ценам
соответственно P_x и P_y ,
имея доход M .

E_0 – оптимум потребителя –
точка касания бюджетной
линии **AB** с
кривой безразличия I_0 .



Назад

Далее

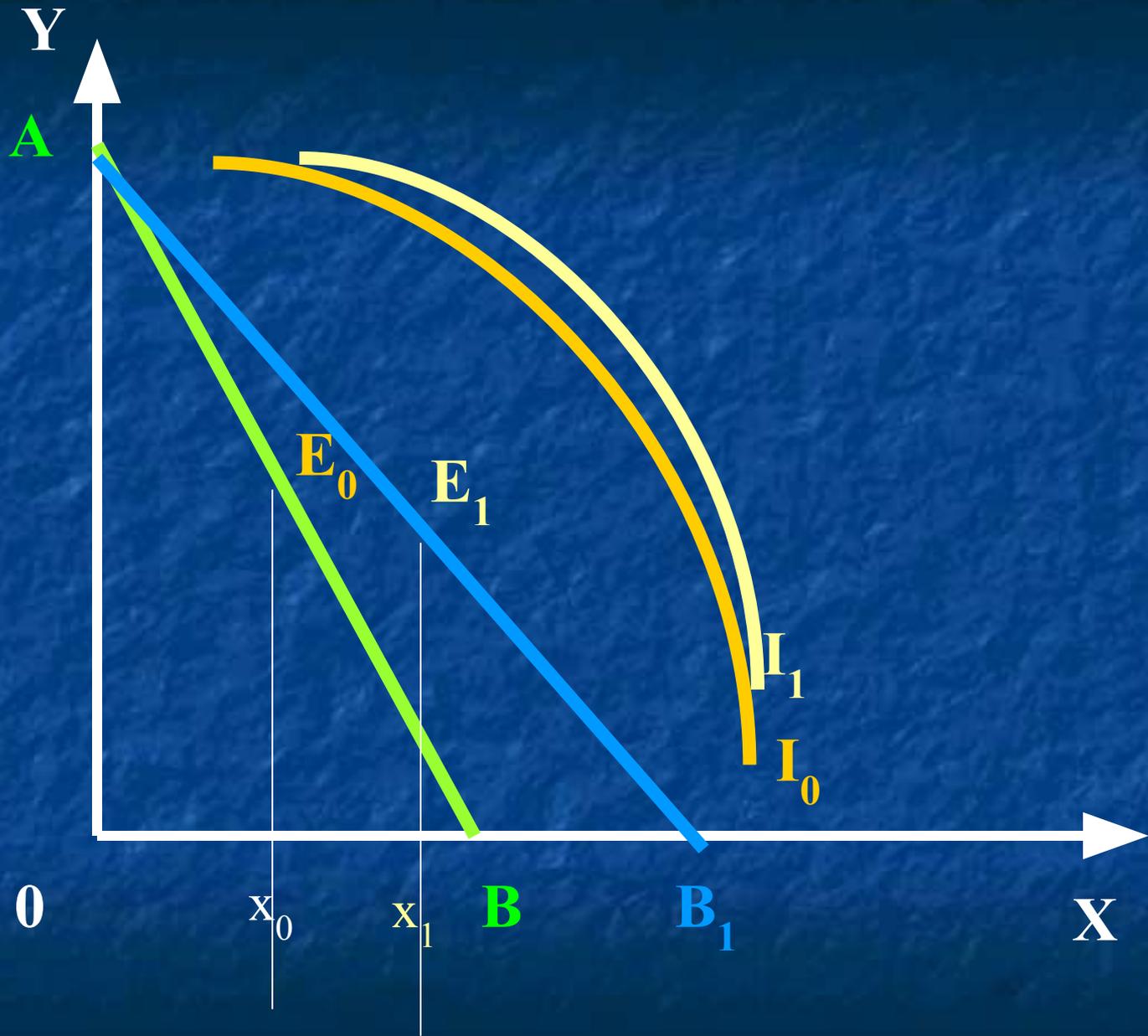
Начало

Выход

Пусть цена товара X снизилась
с P_x до P_x' .

В этом случае новая бюджетная
линия пересекает ось OY в той
же точке A , а ось OX в
точке $B_1(M/P_x'; 0)$,
лежащей вправо от B .

Новая бюджетная линия AB_1 имеет
точку E_1 с кривой безразличия I_1 .
Это новый оптимум потребителя.



Назад

Далее

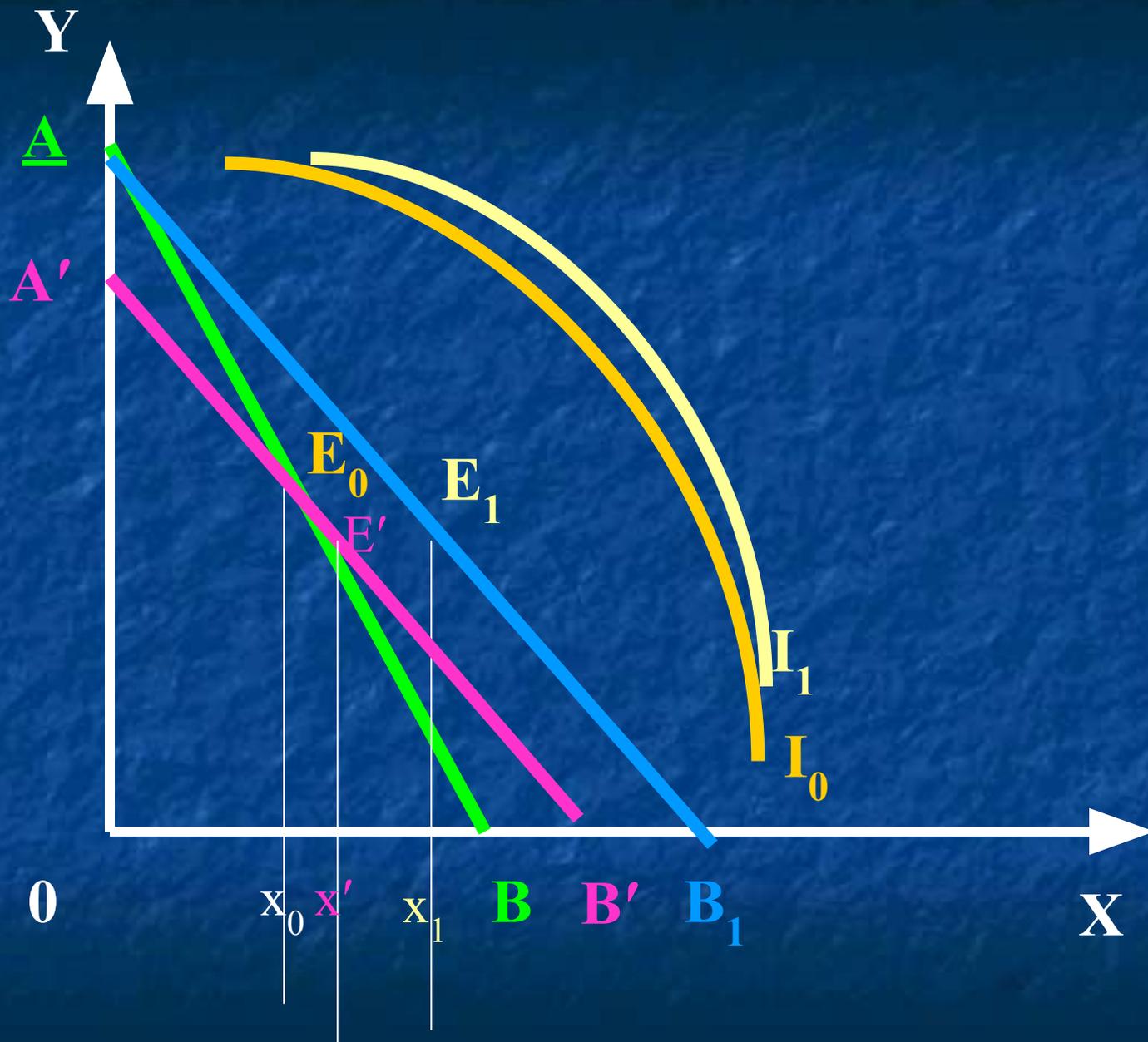
Начало

Выход

Таким образом при цене P_x
потребитель покупал OX_0
единиц товара, по новой цене
 P'_x - OX_1
единиц товара.

Покажем разложение общего
эффекта (отрезок X_0X_1) на
эффект замещения и эффект
дохода.

Проведем воображаемую
бюджетную линию $A'B'$,
параллельную AB_1
и касательную к кривой
безразличия I_0 .



Назад

Далее

Начало

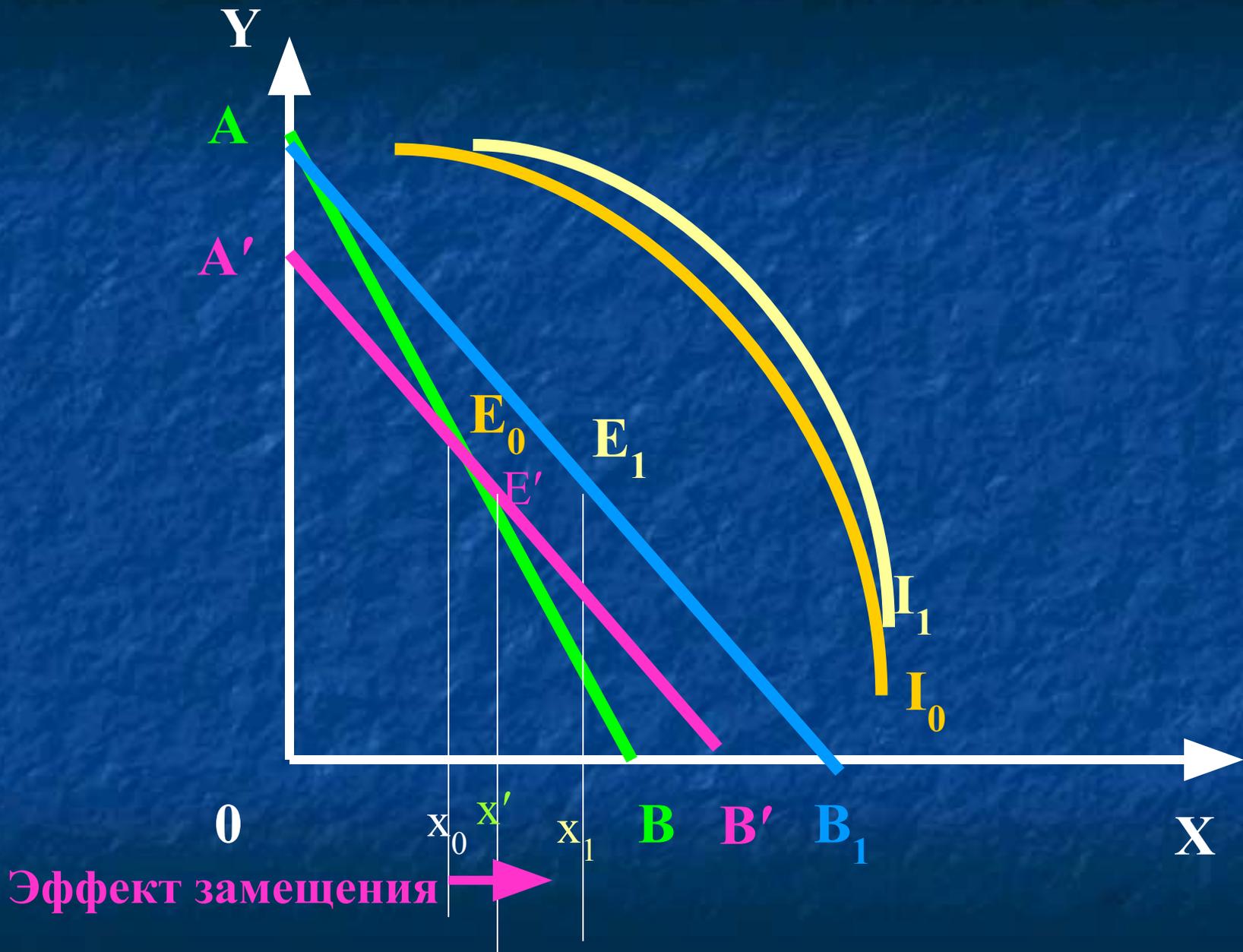
Выход

Такая линия, очевидно,
отражает новое
соотношение цен товаров
X и Y
(так как угол наклона A'
 B' равен углу наклона
 AB_1).

В то же время точка касания
этой линии с кривой
безразличия I_0 – точка
воображаемого
потребительского оптимума
 E' характеризуется тем же
уровнем реального дохода
потребителя, что и точка
первоначального оптимума
 E_0 .

Таким образом,
при движении
потребителя от точки
 E_0 к E' уровень
реального дохода
потребителя останется
неизменным.

Изменение объема спроса
потребителя на товар X
при переходе от E_0 к E'
вызвано исключительно
изменением соотношения
цен товаров X и Y
и, следовательно,
отрезок X_0X'
представляет собой
эффект замещения.



Назад

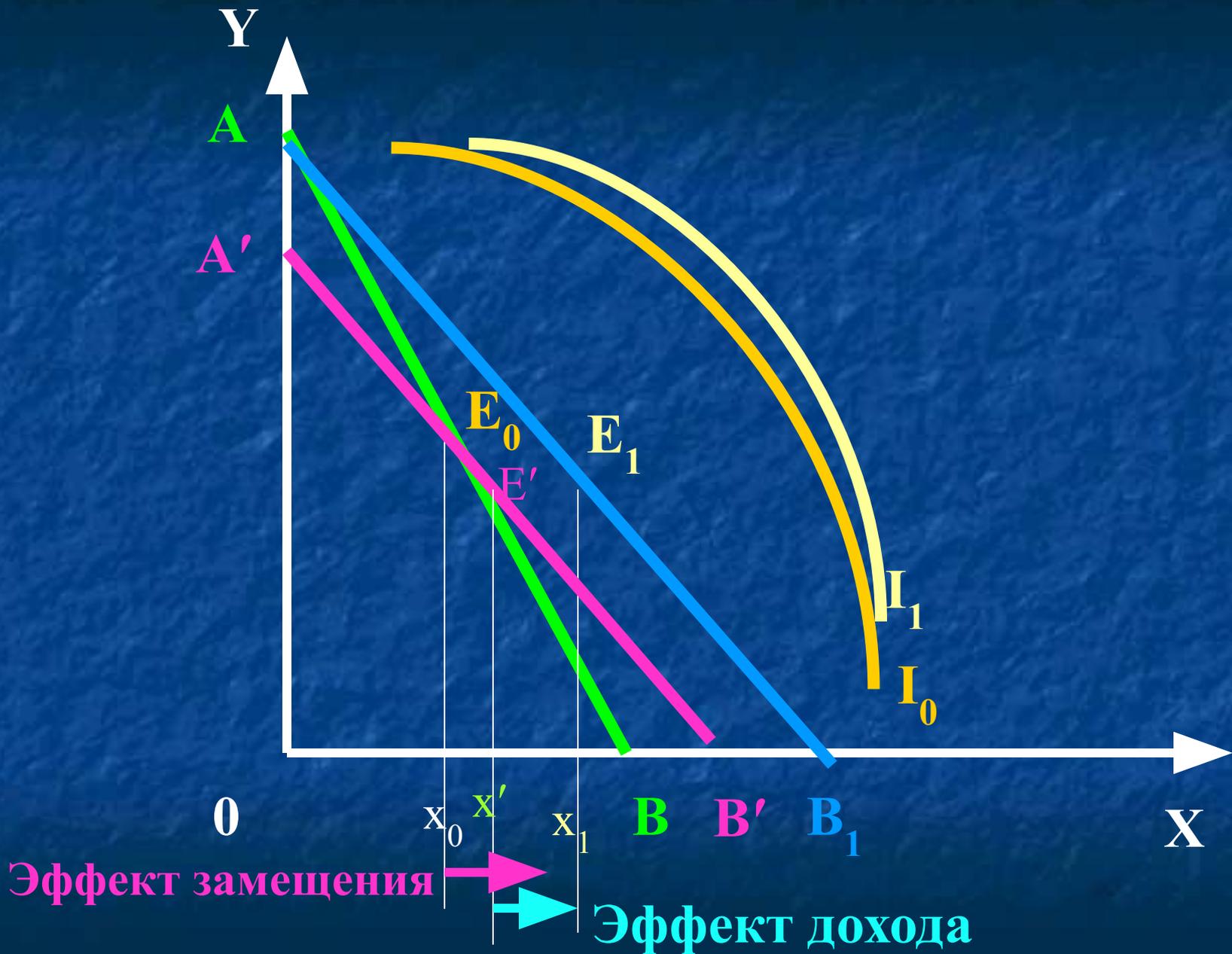
Далее

Начало

Выход

Точки E' и E_1 характеризуются одинаковым соотношением цен товаров и, следовательно, изменение спроса на товар X происходит исключительно вследствие увеличения реального дохода.

Тогда очевидно, что отрезок $X'E_1$ представляет эффект дохода.



Назад

Далее

Начало

Выход

Эффект замещения всегда имеет
одно направление:
если относительная цена блага
растет, то рациональный
потребитель старается
уменьшить его потребление.
Именно он вносит основной
вклад в **отрицательный наклон**
кривой спроса.

Эффект дохода
может иметь
разные направления
при изменении цены.

Назад

Далее

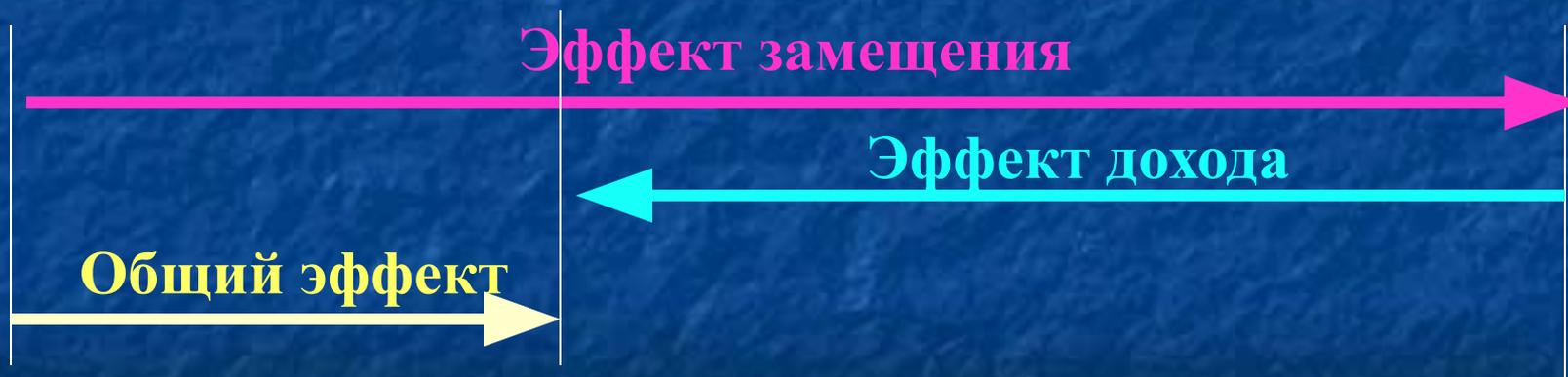
Начало

Выход

Если направление **эффекта дохода** совпадает с направлением **эффекта замещения**, то такие товары называются **нормальными**.



Если направление **эффекта дохода**
не совпадает с направлением
эффекта замещения,
противоположно ему,
то такие товары называются
низшими товарами



**Для низших товаров
эффект дохода
не увеличивает,
а сокращает
общий эффект.**

Если направление **эффекта дохода** не совпадает с направлением **эффекта замещения** и перекрывает его, то такие товары называются **товарами Гиффена.**



Для товара Гиффена
рост цены на товар
сопровождается
увеличением объема
спроса