



NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

"МИКРОЭКОНОМИКА"

Лекция 8

Ксения Паниди

НИУ - ВШЭ, 2014



Организационные вопросы

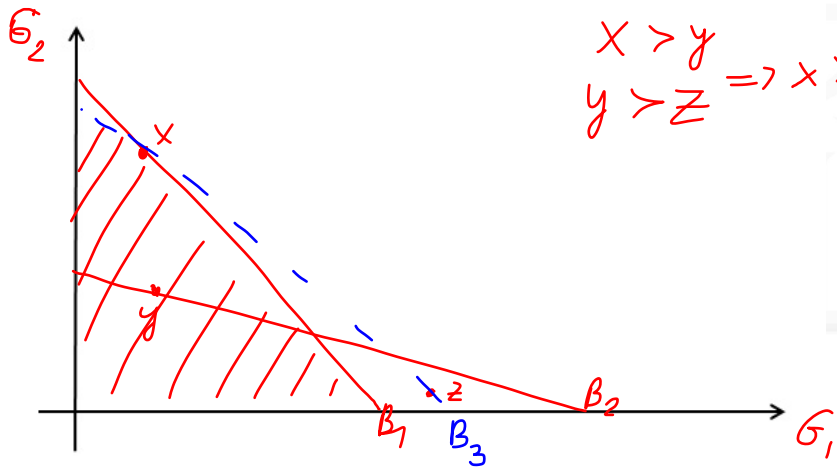
- ▶ Что почитать?
- ▶ Х. Вэриан - Главы 7-8

- ▶ Экономисты часто проводят эмпирические исследования, то есть исследования на реальных данных.
- ▶ Предположим, мы наблюдаем наборы, которые покупает некоторый потребитель в течение месяца при разных ценах (но не знаем его предпочтений).
- ▶ Можем ли мы использовать нашу теорию, чтобы объяснить, откуда этот выбор взялся?

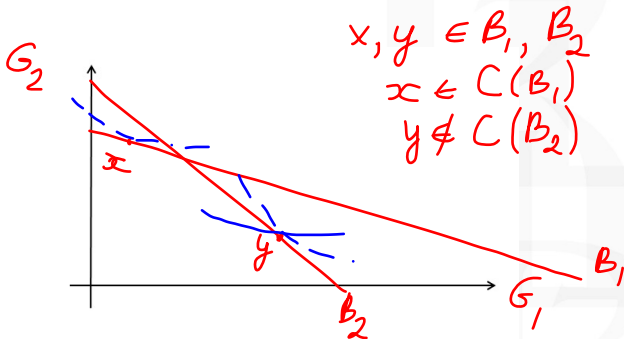
предпочт. → выбор
←

- ▶ Для того, чтобы использовать нашу теорию, мы должны сделать одно допущение:
- ▶ Если потребителю доступны два набора X и Y , и он выбирает набор X , то это должно означать, что X предпочтительнее, чем Y (т.е. $X \succ Y$).
- ▶ Это допущение называется принципом выявленных предпочтений.

Оптимальный выбор потребителя



Слабая аксиома выявленных предпочтений: если потребителю доступны оба набора X и Y , и он выбирает X , то не может быть такого, чтобы он выбрал Y , если X доступен.



- ▶ Иными словами, если мы принимаем эту аксиому (Weak Axiom of Revealed Preference, WARP), то мы договариваемся считать, что потребитель в любой ситуации действует оптимальным для себя образом.
- ▶ Всегда ли мы можем быть в этом уверены в реальности?

- ▶ Иными словами, если мы принимаем эту аксиому (Weak Axiom of Revealed Preference, WARP), то мы договариваемся считать, что потребитель в любой ситуации действует оптимальным для себя образом.
- ▶ Всегда ли мы можем быть в этом уверены в реальности?
- ▶ Если мы наблюдаем некоторое поведение, которое нам кажется не оптимальным, то мы можем попытаться его рационализировать, то есть подобрать такую функцию полезности или такие ограничения, которые объяснят наблюдаемое поведение.

Оптимальный выбор потребителя

- ▶ Важное следствие из WARP: независимость выбора потребителя от посторонних альтернатив (Independence of Irrelevant Alternatives, ИА).
- ▶ Формально это означает, что если набор X выбирается (является оптимальным) в множестве A , то он же выбирается (является оптимальным) в любом подмножестве множества A , которое его содержит.
- ▶ Пример: если ВШЭ - одно из лучших мест, где обучают экономике в мире, то ВШЭ - одно из лучших мест, где обучают экономике в России.
- ▶ Другой пример: если из всех ВУЗов вы выбрали именно ВШЭ, то добавление других ВУЗов, худших, чем ВШЭ, не изменило бы ваш выбор..

Оптимальный выбор потребителя

- ▶ Журнал The Economist предлагал на выбор три варианта подписки:

Только онлайн версия: \$59

→ Только бумажная версия \$129

→ Бумажная + Онлайн \$129

Оптимальный выбор потребителя

- ▶ Журнал The Economist предлагал на выбор три варианта подписки:

Только онлайн версия: \$59

16%

Только бумажная версия \$129

0%

Бумажная + Онлайн \$129

84%

Оптимальный выбор потребителя

- ▶ Журнал The Economist предлагал на выбор три варианта подписки:

Только онлайн версия: \$59 16%

Только бумажная версия \$129 0%

Бумажная + Онлайн \$129 84%

- ▶ Что выберут, если убрать самую плохую опцию?

Только онлайн версия: \$59

Бумажная + Онлайн \$129

Оптимальный выбор потребителя

- ▶ Журнал The Economist предлагал на выбор три варианта подписки:

Только онлайн версия: \$59 16%

Только бумажная версия \$129 0%

Бумажная + Онлайн \$129 84%

- ▶ Что выберут, если убрать самую плохую опцию?

Только онлайн версия: \$59 68%

Бумажная + Онлайн \$129 32%

- ▶ Если выбор потребителя удовлетворяет WARP, то мы можем анализировать изменение функции спроса при изменении цены и дохода.
- ▶ Изменение дохода ведет к изменению оптимального выбора только по одной причине - расширение бюджетного множества (с тем же наклоном бюджетной линии).
- ▶ За счет чего меняется спрос при изменении цены одного из товаров? (посмотрим на бюджетное ограничение)

$$P_1 X + P_2 Y = M$$

Анализ функции спроса

- ▶ Рост цены товара X имеет два эффекта:

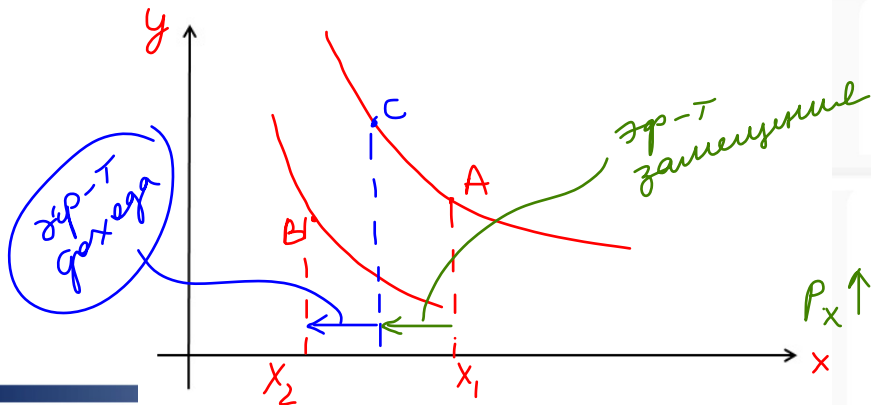
эффект замены: товар Y теперь стал более дешевым;

эффект дохода: покупательная способность дохода снизилась.

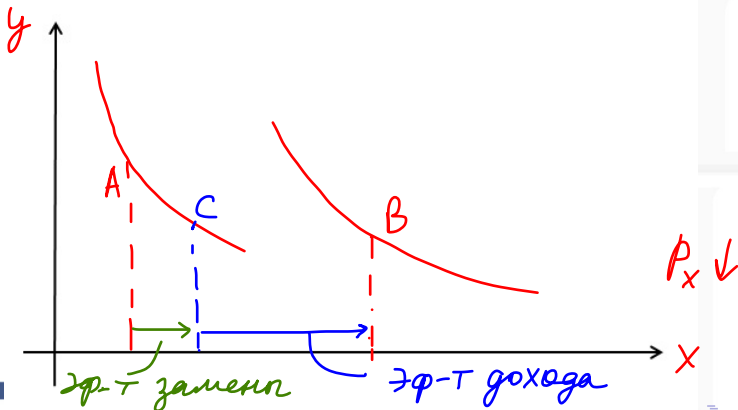


Подход Хикса

- ▶ (Хикс) Чтобы выделить эффект дохода, нужно определить то количество денежного дохода, которое было бы необходимо, чтобы при новых ценах потребитель мог бы достичь того же уровня полезности, что и раньше. Для случая повышения цены P_1 это выглядит так:

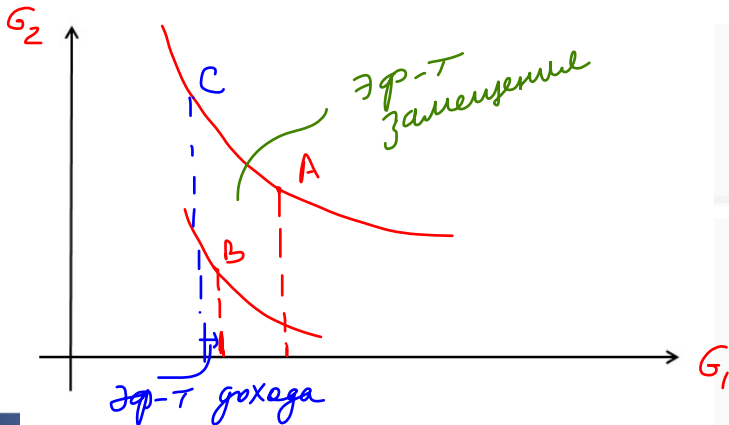


- ▶ (Хикс) Чтобы выделить эффект дохода, нужно определить то количество денежного дохода, которое было бы необходимо, чтобы при новых ценах потребитель мог бы достичь того же уровня полезности, что и раньше. Для случая снижения цены P_x это выглядит так:



Подход Хикса

- ▶ Эффект замены всегда отрицателен, а эффект дохода может быть отрицателен (для нормальных благ) или положителен (для инфериорных благ). Подход Хикса для инфериорных благ (например, цена товара низкого качества повышается):



- ▶ Эффект замены всегда отрицателен, а эффект дохода может быть отрицателен (для нормальных благ) или положителен (для инфериорных благ). Подход Хикса для товаров Гиффена (при увеличении цены P_x отрицательный эффект замены перекрывается положительным эффектом дохода \Rightarrow спрос растет):



- ▶ (Слуцкий) Чтобы выделить эффект дохода, нужно определить то количество денежного дохода, которое было бы необходимо, чтобы потребитель мог позволить себе тот же набор, что и раньше. Для случая повышения цены P_x это выглядит так:

