



NATIONAL RESEARCH  
UNIVERSITY

# "МИКРОЭКОНОМИКА"

## Лекция 8

Ксения Паниди

НИУ - ВШЭ, 2014



# Организационные вопросы

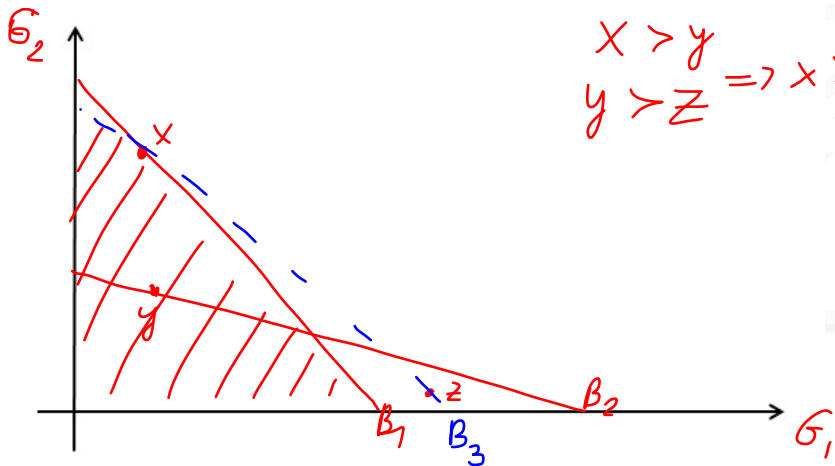
- ▶ Что почитать?
- ▶ Х. Вэриан - Главы 7-8

- ▶ 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?

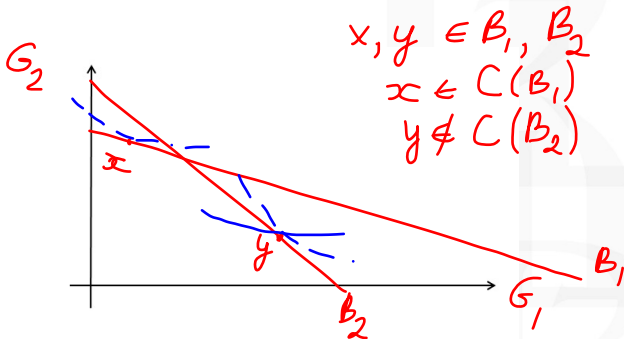
*предпочт. → выбор*  
*←*

- ▶ 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?

# Оптимальный выбор потребителя

- ▶ 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:

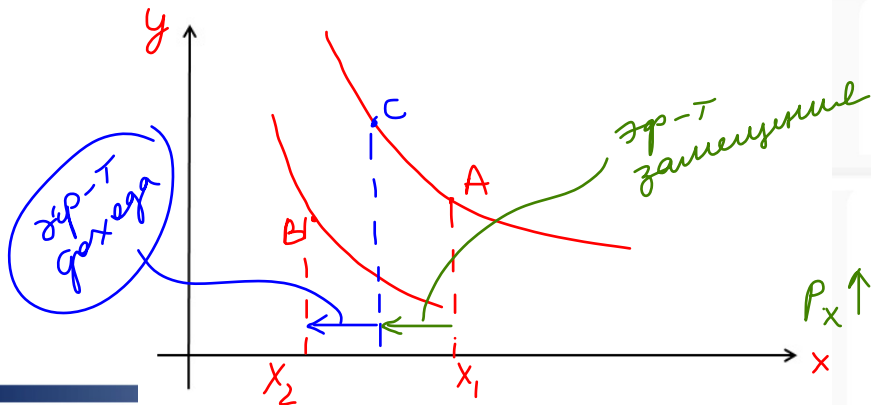
эффект замены: товар Y теперь стал более дешевым;

эффект дохода: покупательная способность дохода снизилась.



# Подход Хикса

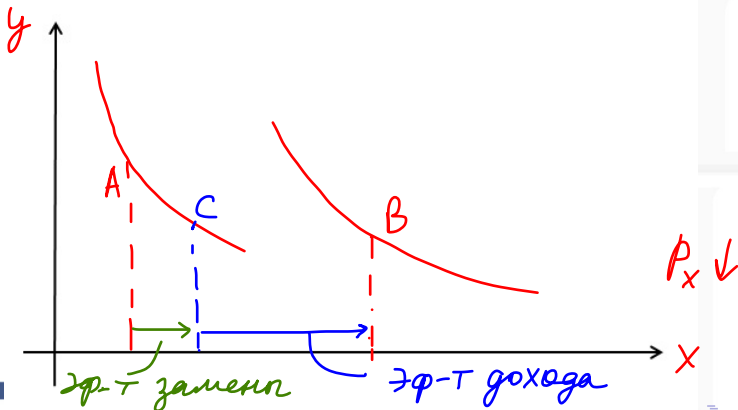
- ▶ (Хикс) Чтобы выделить эффект дохода, нужно определить то количество денежного дохода, которое было бы необходимо, чтобы при новых ценах потребитель мог бы достичь того же уровня полезности, что и раньше. Для случая повышения цены  $P_1$  это выглядит так:





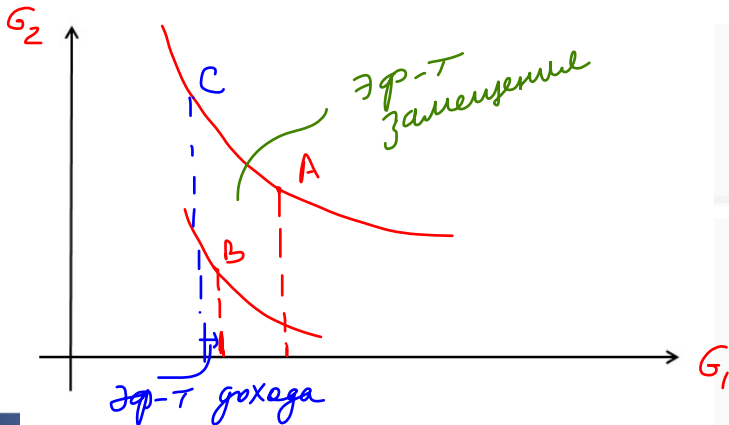
# Подход Хикса

- ▶ (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 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:

