Факультет Курс 1  
Группа 11

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Экономическая теория» на тему №14:

**Концепция рационального выбора и проблема равновесного состояния потребителя.**

.

Работу выполнила:

студентка

Научный руководитель:  
доцент

Москва, 2010г.

.

Содержание:

Введение

**Глава 1** Теория полезности

**§1.1** Полезность и ее виды…………………………………………………………3

**§1.2** Проблема потребительского выбора………………………………………..13

**Глава 2** Поведение потребителя

**§2.1** Кривые безразличия…………………………………………………………..15

**§2.2** Равновесие потребителя………………………………………………………17

**§2.3** Реакция потребителя на изменение дохода и цен…………………………..20

Список литературы…………………………………………………………………25

**Введение.**

«Ценность вещей основана на их полезности, или, что то же, на потребности, которую мы в них имеем... естественно, что более испытываемая потребность придает вещам большую ценность, менее испытываемая — меньшую ценность. Ценность вещей возрастает при редкости их и уменьшается при изобилии... Ценность заключается менее в самой вещи, чем в оценке, которую мы ей делаем...»

Кондильяк, 1776 г.

Я выбрала эту тему потому, что она актуальна во все времена. Потому что человек всегда старается распределить свой бюджет так, чтобы получить максимальную полезность от купленных им товаров.

**Полезность и ее виды**

Потребитель приобретает товар ради его полезности - свойства удовлетворять потребности. Во-первых, потреб­ности человека насыщаются постепенно, т.е. удовлетворяются по мере того, как используется благо. Общая полезность при этом возрастает. Общая полезность экономического блага - это суммарная полезность всех составных частей потребляемого блага. Во-вторых, интенсивность или напряженность потребности по мере потребления уменьшается. Следовательно, полезность каждой дополнительной части блага для потребителя должна также убывать. Полезность каждой дополнитель­ной единицы потребляемого блага называется предельной полезнос­тью. Тенденция сокращения предельной полезности по мере увеличе­ния количества потребляемого блага называется законом убывающей предельной полезности.

Существует два подхода к оценке полезности: кардиналистский (количественный) и ординалистский (порядковый).

Основными инструментами анализа в концепции порядкового изме­рения полезности являются кривые безразличия.

Закон убывающей пре­дельной полезности.

Количественный (кардиналистский) подход. Законы Госсена.

Количественный подход к анализу полезности основан на представлении о возможности измерения различных благ в гипотетических единицах полезности - ютилах (от англ. utility - полезность).

Следует подчеркнуть, что количественные оценки полезности того или иного товара или товарного набора имеют исключительно индивидуальный, субъективный характер. Количественный подход не предполагает возможности объективного измерения полезности того или иного товара в ютилах. Один и тот же продукт может представлять большую ценность для одного потребителя и никакой ценности - для другого. Количественный подход обычно не предусматривает также возможности соизмерения объемов удовлетворения, получаемых различными потребителями.

Экономисты неоднократно пытались избавиться от термина "полезность", имеющего некоторый оценочный характер, найти ему подходящую замену. Так, известный русский экономист Н. X. Бунге предлагал использовать термин "годность" (Nutze - нем.).

Итало-швейцарский экономист и социолог В. Парето предлагал заменить термин "полезность" неологизмом ophelimite, означавшим соответствие между вещью и желанием. Французский экономист Ш. Жид предлагал использовать термин "желаемость" (desirabilite - фр.), считая, что он "не предполагает у желания нравственных или безнравственных черт, разумных или безрассудных".[[1]](#footnote-1)

Тем не менее термин "полезность" пережил своих критиков и используется поныне.

Итак, в количественной теории полезности предполагается, что потребитель может дать количественную оценку в ютилах полезности любого потребляемого им товарного набора. Формально это можно записать в виде функции общей полезности:

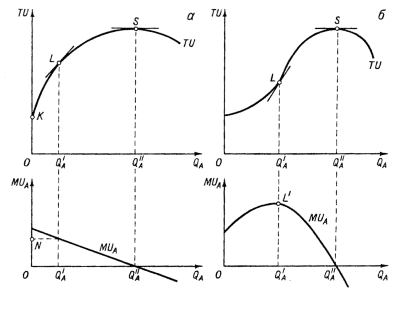
TU = F(QA, QB, ..., QZ),        (1)

где TU - общая полезность данного товарного набора; QA, QB, QZ - объемы потребления товаров А, В, ..., Z в единицу времени.

Большое значение имеют предположения о характере функции общей полезности.

Зафиксируем объемы потребления товаров B,C,...,Z. Рассмотрим, как изменяется общая полезность товарного набора в зависимости от объема потребления товара А (например, яблок). В верхней части рис.1a изображена эта зависимость. Длина отрезка ОК равна полезности товарного набора при фиксированных нами объемах товаров В, С,..., Z и при нулевом объеме потребления товара А. В количественной теории предполагается, что функция TU в верхней части рис.1а возрастающая (чем больше яблок, тем большую полезность имеет товарный набор) и выпуклая вверх (каждое последующее яблоко увеличивает общую полезность товарного набора на меньшую величину, чем предыдущее). В принципе эта функция может иметь точку максимума (S), после которой она становится убывающей.

Рис.1 Общая и предельная полезность



В нижней части рис. 1а изображена зависимость предельной полезности яблок от объема их потребления.

Предельная полезность - это прирост общей полезности товарного набора при увеличении объема потребления данного товара на одну единицу.

Математически предельная полезность товара есть частная производная общей полезности товарного набора (1) по объему потребления готового товара:

(2)



Геометрически значение предельной полезности (длина отрезка ON) равно тангенсу угла наклона касательной к кривой TU в точке L. Поскольку линия TU выпукла вверх, с увеличением объема потребления г-того товара угол наклона этой касательной уменьшается и, следовательно, понижается и предельная полезность товара. Если при некотором объеме его потребления функция общей полезности достигает максимума, то одновременно предельная полезность товара становится нулевой.

Принцип убывающей предельной полезности часто называют первым законом Госсена, по имени немецкого экономиста Г. Госсена (1810-1859), впервые сформулировавшего его в 1854 г. Этот закон содержит два положения. Первое констатирует убывание полезности последующих единиц блага в одном непрерывном акте потребления, так что в пределе достигается полное насыщение этим благом. Второе констатирует убывание полезности первых единиц блага при повторных актах потребления.

Принцип убывающей предельной полезности заключается в том, что с ростом потребления какого-то одного блага (при неизменном объеме потребления всех остальных) общая полезность, получаемая потребителем, возрастает, но возрастает все более медленно. Математически это означает, что первая производная функции общей полезности по количеству данного блага положительна, а вторая - отрицательна:

(3)



Однако принцип убывающей предельной полезности отнюдь не универсален. Во многих случаях предельная полезность последующих единиц блага сначала увеличивается, достигает максимума и лишь затем начинает снижаться. Такая зависимость характерна для небольших порций делимых благ. Вторая затяжка выкуриваемой утром сигареты, возможно, имеет для любителя большую полезность, чем первая, а третья большую, чем вторая.

Такая ситуация показана на рис. 1б. в интервале от нуля до Q'A общая полезность возрастает быстрее, чем увеличивается объем потребления блага, растет и предельная полезность. В следующем интервале общая полезность растет медленнее, чем объем потребления, а предельная снижается от максимального уровня (в точке L') до нуля. Математически это означает, что на участке от нуля до Q'A и первая, и вторая частные производные функции общей полезности по объему потребления данного блага положительны:

(3\*)



Таким образом, принцип убывающей предельной полезности, или первый закон Госсена, справедлив лишь в том случае, если вторая частная производная функции общей полезности отрицательна. Однако поскольку потребитель покупает на рынке не отдельные акты потребления, а определенные блага, мы можем считать, что для обращающихся на рынке товаров первый закон Госсена (3) выполняется.

Предположим теперь, что потребитель располагает некоторым доходом; цены на товары A, B, ..., Z не зависят от его поведения и равны соответственно PA, PB, ┘,PZ товарного дефицита нет; все товары являются бесконечно делимыми (как, например, колбаса, сливочное масло и т.д.).

При этих предположениях потребитель достигнет максимума удовлетворения, если он распределит свои средства на покупку различных товаров таким образом, что: 1) для всех реально покупаемых им товаров А, В, С,... имеет место:

(4)



где MUA, MUB, MUC - предельные полезности товаров А, В, С; λ - некоторая величина, характеризующая предельную полезность денег;

2) для всех непокупаемых им товаров Y, Z,... имеет место:

(5)



Равенство (4) показывает, что в оптимуме (максимум полезности при данных вкусах потребителя, ценах и доходах) полезность, извлекаемая из последней денежной единицы, потраченной на покупку какого-либо товара, одинакова, независимо от того, на какой именно товар она израсходована. Это положение получило название второго закона Госсена. Конечно, потребитель может раскаяться в покупке, даже удовлетворяющей равенству (4). Это будет означать, что "за время от покупки до раскаяния в ней" знак в (4) для данного товара изменился на противоположный.

Попытаемся показать теперь на основе количественного подхода, что объем спроса и цена связаны обратной зависимостью. Снова рассмотрим равенство (4).

Допустим, что цена на покупаемый потребителем товар А повысилась. В результате первое отношение в равенстве (4) уменьшилось. Чтобы восстановить равенство (4) и максимизировать общую полезность, потребитель начнет сокращать потребление товара А. Аналогичным образом будут поступать и другие потребители. Таким образом, с повышением цены товара объем спроса на него сокращается.

Порядковый (ординалистский) подход полезности

В противоположность кардиналистскому был выдвинут *ординалистский* (порядковый) подход, не предполагающий возможности измерения полезности и основанный на простой возможности сравнения и упорядочения потребителем товарных наборов с точки зрения их предпочтительности. Этот подход, требующий от теории поведения потребителя значительно менее жестких допущений, чем количественный подход, выглядел в глазах экономистов и более близким к реальности.

Прежде всего, не следует отождествлять измеримость с наличием некоторой единственной единицы измерения. Так, расстояние может быть с равным успехом измерено в километрах, милях, верстах, саженях или локтях, а вес в килограммах, пудах или фунтах.

Фундаментальное свойство количественно измеримых величин можно записать так: количественная измеримость предполагает не только возможность сравнения, например, длины или веса различных объектов наблюдения, но и возможность сравнения *разницы*, в весе и длине объектов. Иными словами, мы можем не только определить, что Эверест выше нашей комнаты, но ответить на вопрос: насколько он выше?

Как уже отмечалось ранее, ординалистский (порядковый) подход основан на значительно менее жестких допущениях, чем кардиналистский, - отказываемся от предположения о том, что потребитель способен "измерять полезность, извлекаемую из некоторого набора товаров, и предполагаем, что потребитель просто может сравнить и упорядочить различные наборы товаров с точки зрения их предпочтительности. При этом, естественно, более предпочтительны наборы товаров, имеющие более высокий уровень полезности, и равноценны наборы, имеющие одинаковый уровень полезности.

Заметим, что порядковый подход вовсе не исключает возможности присвоения полезностям наборов благ некоторых численных значений.

Пусть, например, потребитель, столкнувшись с тремя наборами благ, сумел сравнить эти наборы и расположить их в порядке возрастания полезности следующим образом: *X`, X``, X```*. Тогда ничто не мешает нам принять порядковый номер набора благ в этом упорядоченном множестве за численное выражение полезности данного товарного набора, т. е.

|  |  |
| --- | --- |
| *U(X`)* = 1,   *U(X``)* = 2,   *U(X```)* = 3. |  |

Предположим теперь, что появился еще один набор благ, равноценный с точки зрения потребителя набору. Как определить полезность этого набора? Понятно, что полезности равноценных наборов должны быть равны, т. е.:

|  |  |
| --- | --- |
| *U(X```)* = *U(X``)* = 2 |  |

Очевидно, однако, что численные значения, присвоенные нами полезности наборов благ, не внесут в этом случае никакой информации, помимо ответа на простой вопрос: является ли некоторый набор благ более предпочтительным, менее предпочтительным или равноценным какому-либо другому набору. По этой причине функцией порядковой полезности может служить любая функция *U*(*X*), отвечающая следующему требованию: эта функция принимает большие значения для тех наборов благ, которые предпочтительнее ("лучше") с точки зрения потребителя, и одинаковые значения для равноценных наборов благ.

В табл. 1 приведены несколько вариантов, отвечающих этому требованию функций полезности для рассматриваемого нами примера.

Таблица 1.

Функции полезности различных наборов товаров

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Набор благ | U1*(X)* | U2*(X)* | U3*(X)* |
| X` X`` X``` X```` | 1 2 2 3 | 1 90 90 100 | 1 4 4 50 |

Из табл. 1 легко увидеть важнейшее различие между кардиналистским и ординалистским подходами. Функция порядковой полезности в противоположность количественной позволяет лишь судить о том, какой из наборов благ предпочтительнее, и отнюдь не дает возможности оценивать и сравнивать разницу в полезности наборов (насколько один набор предпочтительнее другого), что, кстати, и делает бессмысленным при ординалистском подходе понятие предельной полезности.

Вообще говоря, если *U*(*X*) - ординалистская функция полезности, а *Т*(*U*) - любая монотонно возрастающая функция, то функция вида

|  |  |
| --- | --- |
| *V*(*X*) = *T*(*U*(*X*)) | (6) |

также является функцией полезности.

Как видим, по сравнению с кардиналистским ординалистский подход допускает значительно больший произвол в присвоении числовых значений различным полезностям: функция *T*(*U*) не обязательно должна быть линейной. Важно лишь, чтобы большим значениям ее аргумента соответствовали большие значения функции.

**Проблема потребительского выбора**

Теория спроса должна давать ответ на следующие важнейшие вопросы: *сколько* единиц каждого товара будет закупать потребитель при тех или иных условиях (данном доходе и данных ценах) и *как* будет изменяться объем закупок потребителя при изменении этих условий (дохода и цен)? Чтобы ответить на поставленные выше вопросы, экономисты должны вначале обратиться к поведению потребителя и описать каким-то образом механизм *потребительского выбора*.

Вообще говоря, каждый из нас постоянно и ежедневно сталкивается с множеством самых различных, связанных с выбором ситуаций (причем не только в области потребления) от относительно простых (как провести свободный вечер? каким способом добраться до работы? брать ли на улицу зонтик? и т. д.) до значительно более сложных.

Во-первых, ситуация выбора предполагает, что есть *из чего выбирать,* или, иными словами, имеются несколько (по крайней мере два) возможных вариантов выбора. Вариантов выбора может быть очень много, однако лишь в сказках, когда добрый волшебник предлагает герою исполнение любого желания, возможности выбора могут быть безграничны. В действительности наши возможности всегда ограничены тем или иным образом, а, следовательно, ограничено и множество доступных вариантов выбора. Так, для человека, выбирающего профессию, отсутствие слуха делает недоступной профессию музыканта, а слабое зрение профессию шофера. Если у вас в распоряжении три часа свободного времени, то имей вы хоть миллиард долларов в кармане, вам все равно не удастся совершить кругосветное путешествие.

Очевидно, что и в потребительском выборе множество доступных потребителю наборов благ ограничено доходом потребителя и ценами благ.

Во-вторых, ситуация выбора подразумевает, что из всего множества доступных вариантов необходимо выбрать какой-либо *один вариант*. Задача эта, как мы отмечали, в общем нелегка и в принципе может быть решена двумя способами: либо выбирающий, имея в голове некий *критерий выбора*, сравнивает все доступные альтернативные варианты и выбирает вариант, самый предпочтительный по этому критерию; либо он, не имея критерия выбора или не будучи способен сравнить доступные варианты, вынужден совершить выбор каким-либо случайным образом.

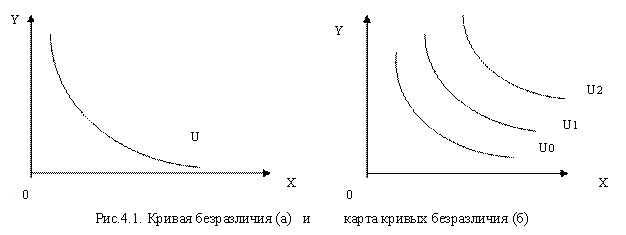
Итак, потребитель выбирает самый предпочтительный для себя набор благ из всего множества доступных ему наборов (которое определяется доходом потребителя и ценами благ).

**Кривые безразличия.**

.

**КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ** [indifference curves] — геометрическое место точек пространства товаров, характеризующихся состоянием безразличия с точки зрения равной полезности для потребителя. Она является линией уровня для функции полезности этого потребителя. С другой стороны, это графическая иллюстрация взаимозаменяемости товаров. Применение К. б. — метод теоретического анализа спроса и потребления (а также некоторых других экономических явлений).

**Кривая безразличия показывает различные комбинации 2-х экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя.**

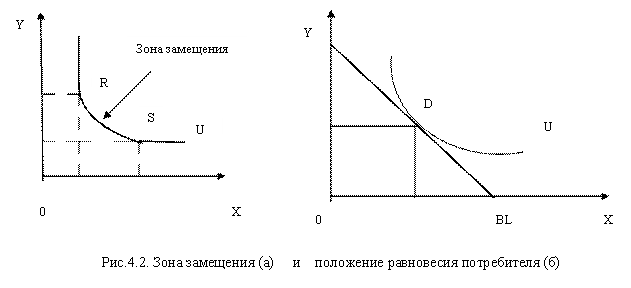


На рис.4.1(а) показана кривая безразличия (U). По осям откладывается количество блага Х и блага Y, между которыми делает выбор потребитель.

Множество кривых безразличия называется картой кривых безразличия (рис.4.1б). Чем правее и выше расположена кривая безразличия, тем больше удовлетворения приносят представленные ею комбинации благ. Кривые безразличия имеют отрицательный наклон, выпуклы относительно начала координат и никогда не пересекаются друг с другом. Поэтому через любую точку можно провести лишь 1 кривую.

**Зона замещения (субституции) – участок кривой безразличия, в котором возможна эффективная замена одного блага другим.**

На кривой безразличия зона замещения обозначена отрезком RS (рис.4.2а). Взаимная замена благ Х и Y имеет смысл только в пределах отрезка RS. Вне отрезка замена исключается. Два блага выступают как независимые друг от друга.



**Предельная норма замещения (MRS) – количество, на которое потребление одного из 2-х благ должно быть увеличено (уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу.**



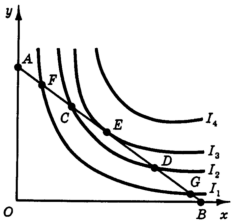
где MRSхy - предельная норма замещения (субституции) блага Y на Х.

**Равновесие (оптимум) потребителя**

Попробуем теперь с помощью уже известного нам инструментария кривых безразличия и бюджетной линии[[2]](#footnote-2) построить модель потребительского выбора с тем, чтобы определить: какими же свойствами обладает тот набор товаров, который выбирает потребитель из множества доступных ему товарных наборов при данных ценах товаров и доходе?

Изобразим карту безразличия и бюджетную линию на одном графике (рис. 8). Какой набор товаров выберет наш потребитель при данных бюджетном ограничении и карте безразличия?

Рис. 8. Оптимум потребителя



Прежде всего, мы должны, очевидно, сформировать критерий потребительского выбора. Критерий этот, впрочем, нам уже известен из предыдущего обсуждения: потребитель, по нашему предположению, стремится максимизировать получаемую им полезность, т.е. выбирает наиболее предпочтительный для себя набор товаров из множества доступных ему наборов.

На графике (рис. 8) множество доступных нашему потребителю товарных наборов отображается треугольником *ОАВ*.

Представим себе вначале, что точка потребительского выбора в доступном множестве лежит ниже бюджетной линии *АВ*. Это означает, что некоторая часть потребительского дохода осталась неизрасходованной. В рамках нашей модели, однако, доход может тратиться лишь на приобретение двух товаров, причем возможность сбережений не предусматривается. В этих условиях дополнительные закупки товаров на неизрасходованные денежные средства, очевидно, будут увеличивать извлекаемую потребителем полезность, что следует из предположения III ординалистской теории полезности — “больше — лучше, чем меньше”. Иными словами, точка потребительского выбора обязательно должна лежать на бюджетной линии *АВ*.

Какая же из точек на бюджетной линии соответствует оптимальному, с точки зрения потребителя, набору товаров? Рассмотрим точку *F*. Точка *F* лежит на пересечении бюджетной линии *АВ* и кривой безразличия *I*1. Кривая безразличия *I*1 пересекает бюджетную линию также в точке *G*. Очевидно, что точки *F* и *G* не являются наиболее предпочтительными для потребителя, поскольку при движении вниз по бюджетной линии от точки *F* и вверх по бюджетной линии от точки *G* потребитель переходит на более высоко расположенные кривые безразличия и, следовательно, на более высокий уровень полезности. Рассмотрим теперь точку *С*, более предпочтительную, чем точка *F*. Точка *С* лежит на кривой безразличия *I*2 пересекающей бюджетную линию в точке *D*. Точки *С* и *D* не являются точками оптимального потребительского выбора по тем же причинам, что и точки *F* и *G*. Вообще говоря, из свойств кривых безразличия и из рис. 8 очевидно, что если некоторая кривая безразличия пересекает бюджетную линию в двух точках, то все точки бюджетной линии между ними будут более предпочтительны для потребителя. И лишь в том только случае, если кривая безразличия имеет одну и только одну общую точку с бюджетной линией (точка *Е* на рис. 8), эта точка соответствует наиболее предпочтительному для потребителя набору товаров из всего множества доступных этому потребителю наборов. Точка *Е* называется *точкой потребительского оптимума*, поскольку расположена на наиболее высоко лежащей из доступных потребителю кривых безразличия, т.е. соответствует наиболее высокому уровню удовлетворения при данных доходе потребителя и ценах товаров.

Вспомним теперь, что наклон кривой безразличия в данной точке равен предельной норме замены MRS, а наклон бюджетной линии - соотношению цен товаров *PX*/*PY*. Следовательно, в точке потребительского оптимума *Е*

|  |  |
| --- | --- |
| MRS = *PX*/*PY* | (1) |

Это свойство оптимального набора может быть легко объяснено логически. В самом деле, предельная норма замены *MRS* отражает то соотношение, в котором потребитель желает обменивать товар *Y* на товар *X*, точнее говоря, *MRS* показывает, какое количество единиц товара У потребитель согласен отдать, чтобы получить одну дополнительную единицу товара *X*. С другой стороны, соотношение цен *PX*/*PY* характеризует пропорцию, в которой потребитель в действительности может обменивать товар *Y* на товар *X*, т. е. показывает, сколькими единицами товара *Y* должен пожертвовать потребитель, чтобы приобрести на рынке одну дополнительную единицу товара *X*.

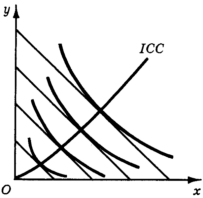
Представим себе теперь, что в некоторой точке *MRS*> *PX*/*PY*, т. е. потребитель готов отдать за дополнительную единицу товара *Х* больше единиц товара *Y*, чем это требует рынок. Эта точка не может быть точкой потребительского оптимума, поскольку потребитель будет стремиться увеличить уровень своего удовлетворения, замещая товар *Y* товаром *X*. Аналогичным образом, если *MRS* < *PX*/*PY*, потребитель будет стремиться замещать товар *Х* товаром *Y*. И только в точках, подобных точке *Е* (рис. 8), где *MRS* =*PX*/*PY*, а значит, индивидуальная норма замещения равна рыночной норме замещения, потребитель не имеет стимулов для изменения соотношения товаров в потребляемом наборе. Любое отклонение от этого состояния ведет к снижению уровня удовлетворения потребителя. По этой причине точку потребительского оптимума часто называют *точкой равновесия потребителя*.

**Реакция потребителя на изменение дохода. Линия «доход - потребление». Реакция потребителя на изменение цен. Линия «цена-потребление».**

Итак, при некотором заданном доходе и заданных ценах потребитель однозначно определяет свои расходы - выбирает на бюджетной линии точку, которая соответствует самой "полезной" кривой безразличия. А что произойдет, если изменится доход и, следовательно, изменятся покупательные возможности потребителя? При неизменных ценах это выразится в параллельном сдвиге бюджетной линии. В случае увеличения дохода она отодвинется от начала координат и потребителю станут доступны более далекие кривые безразличия, а в случае уменьшения приблизится к началу координат и потребителю придется перейти на меньший уровень полезности.

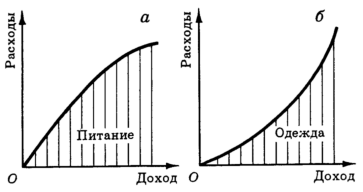
На каждом уровне дохода потребитель будет выбирать самый полезный набор благ, и можно сказать, что каждой бюджетной линии соответствует своя оптимальная точка. Если мы рассмотрим все возможные уровни дохода и соединим все точки выбора, соответствующие каждому уровню, то мы получим линию *доход-потребление*. По ней движется потребитель при изменении своего дохода (рис. 12).

Рис. 12. Кривая доход-потребление. *х* - питание, а *y* – одежда



На основании линии доход-потребление можно построить график *доход-расходы* для отдельного блага. На горизонтальной оси будем откладывать величину дохода, а на вертикальной - денежную сумму расходов на данное благо (рис. 13). Кривые такого типа называют *кривыми Энгеля* - по имени немецкого статистика XIX в. По характеру кривых Энгеля можно судить об отношении потребителя к благам: c ростом дохода кривая расходов на питание теряет наклон - спрос насыщается, а кривая расходов на одежду становится все круче - почти все приращение дохода уходит на одежду. Эта зависимость была видна на линии доход-потребление (рис. 12).

Рис. 13. Кривые доход-расходы на питание (*а*) и одежду (*б*).



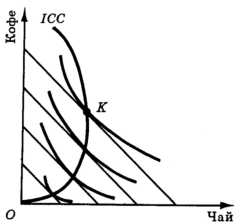
Отметим, однако, что с увеличением дохода потребитель покупает больше и пищи, и одежды. В таких случаях экономисты говорят, что продукты питания и одежда являются *нормальными товарами* с точки зрения потребителя.

Если же объем закупок некоторого товара падает при увеличении потребительского дохода, то такой товар носит название низшего блага (*англ.* interior good). Например, большинство хозяек с увеличением дохода предпочитают использовать при приготовлении пищи все меньше дешевого маргарина, заменяя его более дорогим (но, по общему мнению, и более привлекательным) сливочным маслом.

Следует подчеркнуть, что один и тот же товар может быть низшим благом для одного потребителя и нормальным товаром для другого. Так, если потребитель рассматривает чай лишь как дешевый заменитель кофе, то с ростом дохода он будет, естественно, сокращать закупки чая, заменяя его кофе, и чай окажется низшим благом. В то же время для другого потребителя, который пьет чай потому, что ему это нравится, чай не будет низшим благом.

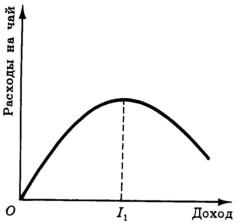
Но даже и для одного потребителя один и тот же товар может являться нормальным при одном уровне дохода и низшим благом при другом уровне. Рассмотрим потребителя, который любит и кофе, и чай, но все же в некоторой степени предпочитает кофе: при небольшом уровне дохода чай будет являться для этого потребителя нормальным товаром, однако с ростом дохода, когда кошелек сможет выдержать переход потребителя на кофе, чай рискует оказаться низшим благом

Рис. 14. Линия доход-потребление (чай - низшее благо).



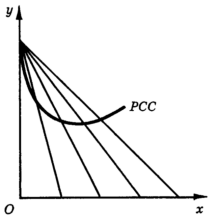
На рис. 14 представлена линия доход-потребление некоторого потребителя для случая чай-кофе. Легко заметить, что эта линия на участке выше точки К поворачивает в направлении уменьшения потребления чая (в отличие от линий доход-потребление для пищи и одежды, изображенной на рис. 13). Такой поворот линии доход-потребление на рис. 14 означает, что при уровне дохода потребителя, превышающем уровень, для которого оптимальной комбинацией кофе и чая является набор *K*, чай становится низшим благом. На основе рис. 14 можно построить кривую Энгеля для расходов на чай (рис. 15).

Рис. 15. Чай - нормальный товар при доходе меньшем,   
чем *I*1, низшее благо при доходе выше *I*1.



Если изменение дохода при постоянных ценах выражалось в параллельных сдвигах бюджетной линии, то изменение цены на один из товаров при постоянстве дохода и цены другого товара будет выглядеть как поворот бюджетной линии (рис. 16). Таким образом, каждому значению цены товара Х будет соответствовать своя бюджетная линия, а каждой бюджетной линии - своя точка касания с какой-нибудь кривой безразличия. Соединив все эти точки выбора, как в предыдущем разделе, мы получим *линию цена-потребление* товара *X*.

Рис. 16. Построение линии цена-потребление товара *Х*.



То же самое можно проделать и для цены другого товара, появится линия цена-потребление товара *Y* (рис. 17). Обе линии характеризуют изменение потребительского выбора при изменении цен товаров *Х* и *Y*, по ним потребитель движется при повышении или понижении цены одного из товаров. Но каким образом происходит это движение? Необходимо помнить, что потребитель всегда находится на пересечении этих линий в точке *А* (рис. 17). Но обе эти линии не просто пересекаются, они "выходят" из это точки. Это гипотетические дорожки, по которым будет двигаться потребитель в случае изменения одной из цен. Причем, когда он будет перемещаться по одной линии, другая в это время будет двигаться за ним как приклеенная (рис. 18). Обе линии всегда должны выходить из той точки, где находится потребитель.

Рис. 17. Кривые цена-потребление для товара *Х* (I), товара *Y* (II) и кривая доход-потребление (III).

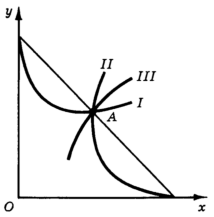
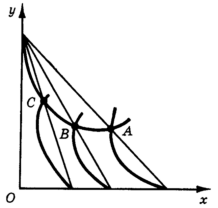


Рис. 18. Движение по одной из кривых цена-потребление.



Необходимо также отметить, что линия доход-потребление тоже выходит из этой точки (рис. 17). Это третья дорожка возможного движения потребителя при прочих равных. По ней он начнет перемещаться в случае изменения дохода. Но в реальной действительности эти траектории могут никогда не реализоваться, всегда существуя гипотетически.

**Список литературы:**

1. Экономическая теория (микро- и макроэкономика). Учебное пособие для подготовки к экзаменам. Под ред. М.И. Плотницкого. Минск-2003
2. Е.Ф. Борисов. Экономическая теория. Москва юрист - 2000.
3. Интернет. <http://50.economicus.ru/>
4. Интернет. <http://economictheory.narod.ru>
5. Жид Ш. Основы политической экономии. М., 1918. С. 53.

1. Жид Ш. Основы политической экономии. М., 1918. С. 53.

   Шарль Жид (1847-1932) - профессор политической экономии Парижского университета (1898-1920). [↑](#footnote-ref-1)
2. Бюджетная линия – это геометрическое место точек, характеризующих все наборы товаров X и Y, которые может приобрести потребитель, полностью израсходовав свой доход при заданных ценах. [↑](#footnote-ref-2)