

Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ενότητα 4^η

Η θεωρία της συμπεριφοράς του καταναλωτή

- Οι προσδιοριστικοί παράγοντες για την τιμή ενός αγαθού είτε μιας υπηρεσίας, είναι η ζήτηση και η προσφορά του αγαθού.
- Η τομή των καμπυλών ζήτησης και προσφοράς προσδιορίζουν την τιμή του αγαθού αυτού.
- Η θεωρία της συμπεριφοράς του καταναλωτή έρχεται να εξηγήσει την καταναλωτική συμπεριφορά και γενικότερα την αρνητική κλίση της καμπύλης ζήτησης που ακολουθεί τον Νόμο της Ζήτησης.
- Ο καταναλωτής έχει μια συνάρτηση χρησιμότητας, που περιλαμβάνει τις πληροφορίες που σχετίζονται με την ικανοποίηση που λαμβάνει από την κατανάλωση των αγαθών και των υπηρεσιών. Δηλαδή, κάθε φορά η κατανάλωση ενός συνδυασμού αγαθών, αποδίδει ένα συγκεκριμένο επίπεδο χρησιμότητας.

Τρεις Βασικές Θεωρίες για την ανάλυση της θεωρίας της συμπεριφοράς του καταναλωτή

- **Την θεωρία της απόλυτου χρησιμότητας**(cardinal utility) που βασίζεται στις αρχικές θεωρίες των Walras και Marshall για την μέτρηση των αγαθών. Ένα αγαθό είναι ανεξάρτητο από τα υπόλοιπα και επιπλέον η χρησιμότητα ενός αγαθού μειώνεται όσο αυξάνεται η ποσότητα του αγαθού που καταναλώνεται.
- **Την θεωρία της τακτικής χρησιμότητας**(ordinal utility) που βασίζεται στις αρχικές θεωρίες των Edgeworth, Pareto, Hicks, Slutsky, Allen και Hotteling. Σύμφωνα με την θεωρία αυτή, δεν είναι απαραίτητο ο καταναλωτής να γνωρίζει πόσες μονάδες χρησιμότητας έχει από την κατανάλωση ενός αγαθού, αλλά ο καταναλωτής θα πρέπει να κατατάσσει τα αγαθά σύμφωνα με την σπουδαιότητα τους και όταν έχει ένα εισόδημα θα αγοράζει αγαθά σύμφωνα με την λίστα των προτιμήσεών του.
- **Την θεωρία της αποκαλυφθείσης προτιμήσεως**(revealed preference) που αναπτύχθηκε από τον Samuelson και αποτελεί μια βελτίωση των δυο προηγούμενων θεωριών. Η θεωρία αυτή περιγράφει την συμπεριφορά του καταναλωτή χωρίς την χρήση εννοιών όπως της μέτρησης της χρησιμότητας ή του χάρτη των καμπυλών αδιαφορίας.

Ορισμένες Βασικές Έννοιες

- Η **συνολική χρησιμότητα ενός αγαθού (U-Utility)** είτε μιας υπηρεσίας, είναι η συνολική ικανοποίηση που λαμβάνει ο καταναλωτής από την κατανάλωση μιας ορισμένης ποσότητας.
- Η **οριακή χρησιμότητα (MU-Marginal Utility)** ενός αγαθού είναι η μεταβολή που επέρχεται στη συνολική χρησιμότητα από την κατανάλωση μιας επιπλέον μονάδας αυτού.
- **Συνολική χρησιμότητα του εισοδήματος** ενός καταναλωτή είναι η συνολική ικανοποίηση που δύναται να πετύχει ένας καταναλωτής από την διάθεση του δεδομένου εισοδήματος μέσα σε κάποια ορισμένη χρονική περίοδο.
- Η **οριακή χρησιμότητα του εισοδήματος** είναι η μεταβολή που επέρχεται στην συνολική χρησιμότητα του καταναλωτή από την διάθεση μιας επιπλέον μονάδας του εισοδήματος μέσα σε κάποια ορισμένη χρονική περίοδο.

Καταναλωτική Χρησιμότητα

- Η κατανόηση της θεωρίας της καταναλωτικής χρησιμότητας είναι απαραίτητη για την κατανόηση του τρόπου διαμόρφωσης της ζήτησης για ένα αγαθό, δεδομένου ότι τα στοιχεία που χρειάζονται για το σχεδιασμό της καμπύλης ζήτησης ενός καταναλωτή για ένα αγαθό προκύπτουν από την ανάλυση της καταναλωτικής συμπεριφοράς του.
- Η **Συμπεριφορά Καταναλωτή** αφορά τη μελέτη του πως τα άτομα παίρνουν αποφάσεις για να ξοδέψουν τους διαθέσιμους πόρους τους
- **ΤΙ** αγοράζουν;
- **ΓΙΑΤΙ** το αγοράζουν;
- **ΠΟΤΕ** το αγοράζουν;
- **ΠΩΣ** το αγοράζουν;
- **ΑΠΟ ΠΟΥ** το αγοράζουν;
- **ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ** το αγοράζουν
- Η θεωρία της καταναλωτικής χρησιμότητας συμβάλλει επίσης στην κατανόηση και πολλών άλλων οικονομικών θεμάτων, καθώς επίσης και στη διαδικασία λήψης ορισμένων αποφάσεων κρατικής οικονομικής πολιτικής.

Υποθέσεις της Ορθολογικής Συμπεριφοράς του Καταναλωτή (1)

1. Κάθε καταναλωτής έχει ακριβή και πλήρη γνώση όλων των πληροφοριών που σχετίζονται με τις καταναλωτικές του αποφάσεις. Δηλαδή, γνωρίζει τα διαθέσιμα αγαθά και τις δυνατότητες τους να ικανοποιούν τις ανάγκες του, γνωρίζει τις αγοραίες τιμές και το χρηματικό του εισόδημα.
2. Κάθε καταναλωτής μπορεί να συγκρίνει τους διάφορους συνδυασμούς των αγαθών έτσι ώστε:
 - Μεταξύ δύο συνδυασμών ο Α προτιμάται από τον Β ή ο Β από
 - τον Α ή τέλος, ο καταναλωτής είναι αδιάφορος μεταξύ τους.

Η συνάρτηση συνολικής χρησιμότητας

- Το κριτήριο με βάση το οποίο παίρνει τις αποφάσεις του ο καταναλωτής είναι η **μεγιστοποίηση της συνολικής του χρησιμότητας**.
- Η συνολική χρησιμότητα του εξαρτάται από τις ποσότητες των διαφόρων αγαθών που καταναλώνει.
- Η σχέση μεταξύ της συνολικής χρησιμότητας του καταναλωτή και των ποσοτήτων που καταναλώνει περιγράφεται από τη συνάρτηση συνολικής χρησιμότητας η οποία είναι μία συνάρτηση των ποσοτήτων των διαφόρων αγαθών που καταναλώνει και όχι το άθροισμα των επιμέρους χρησιμοτήτων των αγαθών αυτών.
- Η συνάρτηση συνολικής χρησιμότητας εκφράζεται αλγεβρικά ως εξής:
 - $U = F(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$

Όπου:

- U = η συνολική χρησιμότητα του καταναλωτή.
- $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ = οι ποσότητες των διαφόρων αγαθών που καταναλώνει.

Παράδειγμα

- Έστω ένας υποθετικός καταναλωτής ο οποίος καταναλώνει μόνο δύο αγαθά X_1 και X_2 .
- Εάν η συνάρτηση της συνολικής χρησιμότητας του είναι της μορφής:
 - $U = F(X_1, X_2) = X_1 X_2$

τότε μπορούμε να κατασκευάσουμε τον ακόλουθο πίνακα:

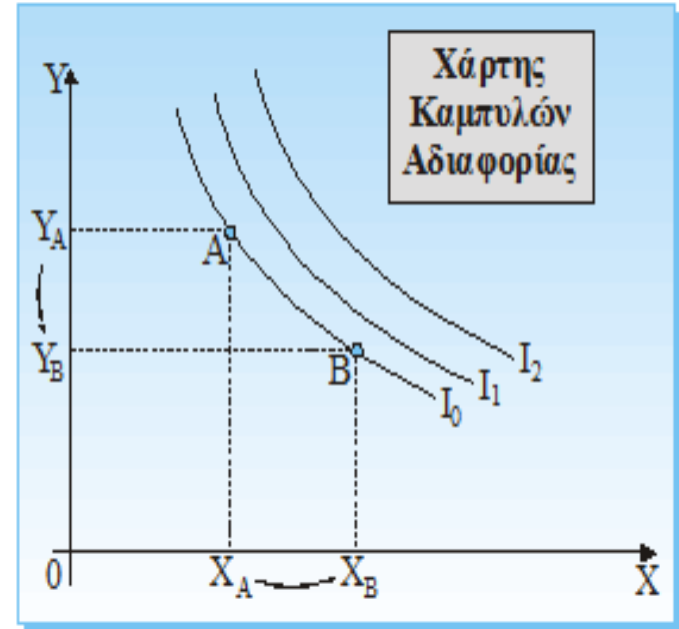
Συνδυασμοί	X_1	X_2	U
A	10	10	100
B	20	5	100
Γ	5	5	25

Παράδειγμα

- Από τον πίνακα είναι φανερό ότι ένας ορθολογικός καταναλωτής προτιμάει τον συνδυασμό A από τον Γ και τον B από το Γ ενώ είναι αδιάφορος μεταξύ των A και B.
- Μελετώντας όμως τη θεωρία χρησιμότητας αυτό που πρέπει να κατανοήσουμε είναι το γεγονός ότι παρατηρώντας τον πίνακα δεν μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η χρησιμότητα που αντλεί ο καταναλωτής από το συνδυασμό A είναι τέσσερις φορές μεγαλύτερη από αυτή του Γ.
- Με άλλα λόγια, η συνάρτηση χρησιμότητας εκφράζει απλά την κατάταξη των συνδυασμών των αγαθών κατά τις προτιμήσεις του καταναλωτή, δίνοντας μεγαλύτερη τιμή σε ορισμένους συνδυασμούς έναντι άλλων χωρίς όμως, να έχουν σημασία οι αριθμοί, επομένως και οι μεταξύ τους διαφορές (θεωρία της τακτικής χρησιμότητας).

Η μέθοδος των καμπύλων αδιαφορίας.

- **Καμπύλη Αδιαφορίας** είναι ο γεωμετρικός τόπος των σημείων, τα οποία εμφανίζουν το ίδιο μέγεθος συνολικής χρησιμότητας, με απόρροια ο καταναλωτής να μένει αδιάφορος για κάθε συνδυασμό.
- Όσο απομακρύνεται κάποιος από την αρχή των αξόνων, τόσο η συνολική χρησιμότητα μεγαλώνει.
- Η κάθε καμπύλη αδιαφορίας (0,1,2) εμφανίζει συνδυασμούς ποσοτήτων που παρουσιάζουν την ίδια χρησιμότητα για τον καταναλωτή.
- Μεταξύ των καμπυλών υπάρχουν άπειρες καμπύλες αδιαφορίας.
- **ΕΧΟΥΝ ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΚΛΙΣΗ.** Όταν μειώνεται η κατανάλωση του ενός αγαθού πρέπει να αυξάνεται η κατανάλωση του άλλου έτσι ώστε η συνολική χρησιμότητα να παραμένει η ίδια.
- **ΕΙΝΑΙ ΚΥΡΤΕΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΡΧΗ ΤΩΝ ΑΞΟΝΩΝ** λόγω του Φθίνοντος Οριακού Λόγου Υποκαταστάσεως. ($MRS_{\chi\psi}$)



Η δυνατότητα υποκαταστάσεως ενός αγαθού από ένα άλλο εκφράζεται από τον **Οριακό Λόγο Υποκαταστάσεως ($MRS_{\chi\psi}$ -Marginal Rate of Substitution)**

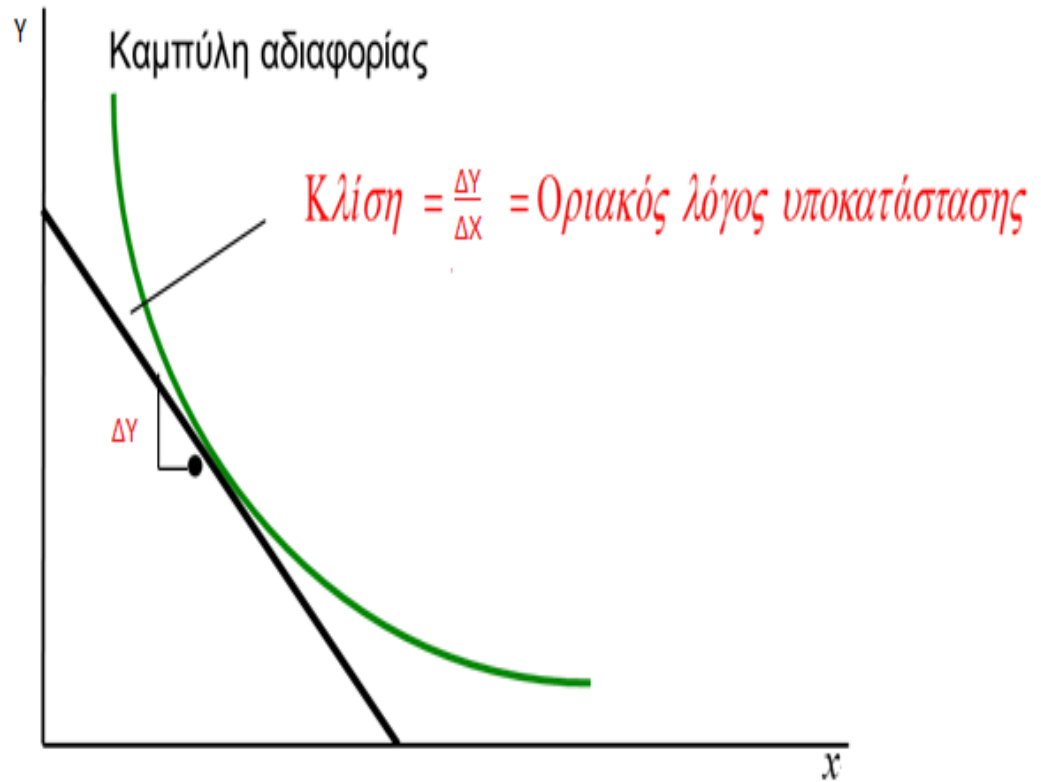
Ο $MRS_{\chi\psi}$ ορίζεται ως «η μεταβολή της ποσότητας του αγαθού ψ η οποία αντικαθίσταται από την ποσότητα του αγαθού χ , προκειμένου να διατηρείται η συνολική χρησιμότητα»

Χαρακτηριστικά των Καμπυλών αδιαφορίας

- Έχουν αρνητική κλίση
- Δεν τέμνονται
- Είναι κυρτές ως προς την αρχή των αξόνων
- Κάθε σημείο στο διάστημα παραγωγής των αγαθών, βασίζεται στην υπόθεση ότι αυτό ανήκει σε κάποια καμπύλη αδιαφορίας.
- Όσο πιο απομακρυσμένες είναι από την αρχή των αξόνων τόσο μεγαλύτερο είναι το επίπεδο χρησιμότητας που προσφέρουν.

Οριακός Λόγος Υποκατάστασης

- Ο οριακός λόγος υποκατάστασης ενός αγαθού Y από το X , είναι η μέγιστη ποσότητα του Y που ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να θυσιάσει, για να αποκτήσει μια πρόσθετη μονάδα του αγαθού X , χωρίς να μεταβληθεί η συνολική του χρησιμότητα. (MRS= $\Delta Y / \Delta X$)

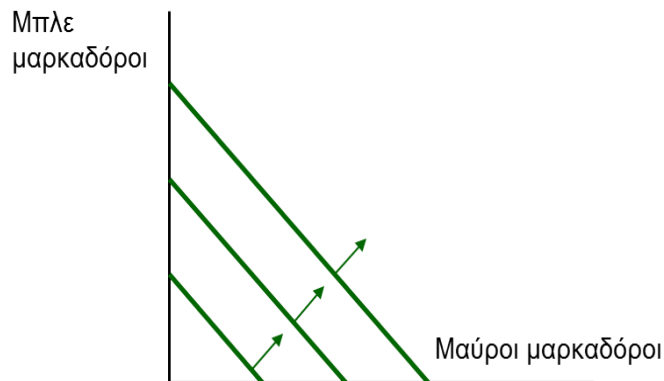


Ο οριακός λόγος υποκατάστασης μετράει την **κλίση της καμπύλης αδιαφορίας** σε ένα συγκεκριμένο σημείο

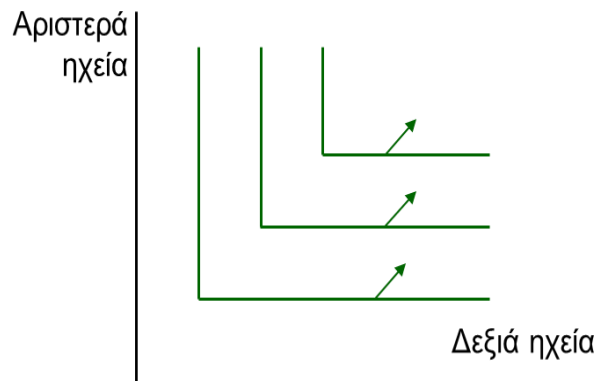
Ασυνήθιστες καμπύλες αδιαφορίας

- Δύο προϊόντα είναι **τέλεια συμπληρωματικά** όταν ένας καταναλωτής θέλει να καταναλώσει με την ίδια αναλογία, ανεξάρτητα της σχετικής τιμής τους. Στην περίπτωση αυτή οι καμπύλες αδιαφορίας παίρνουν τη μορφή ορθών γωνιών. Αν κάποιος αγοράσει ένα αριστερό ηχείο θα αγοράσει και ένα δεξιό ηχείο. Ο λόγος είναι ότι ούτε ένα επιπλέον αριστερό ηχείο χωρίς ένα επιπλέον δεξί ηχείο, και αντιστρόφως, προσθέτουν κάτι στη συνολική χρησιμότητα. Έτσι **ο οριακός λόγος υποκατάστασης** είναι **ακαθόριστος** επειδή **οι προτιμήσεις του καταναλωτή δεν επιτρέπουν οποιαδήποτε υποκατάσταση μεταξύ των προϊόντων**. (άλλα τέλεια συμπληρωματικά προϊόντα είναι τα αυτοκίνητα και τα ελαστικά).

Τέλεια υποκατάστατα αγαθά



Τέλεια συμπληρωματικά αγαθά



- Δυο προϊόντα είναι **τέλεια υποκατάστατα** εάν **ο οριακός λόγος υποκατάστασης του ενός προϊόντος από το άλλο είναι σταθερός**, ανεξάρτητα από την ποσότητα κατανάλωσης του ενός προϊόντος από το άλλο. Έτσι ο καταναλωτής είναι πάντοτε πρόθυμος να υποκαταστήσει την ίδια ποσότητα ενός προϊόντος με μια μονάδα του άλλου προϊόντος. Οι καμπύλες αδιαφορίας στην περίπτωση αυτή είναι ευθείες γραμμές και τα προϊόντα **τέλεια υποκατάστατα**.

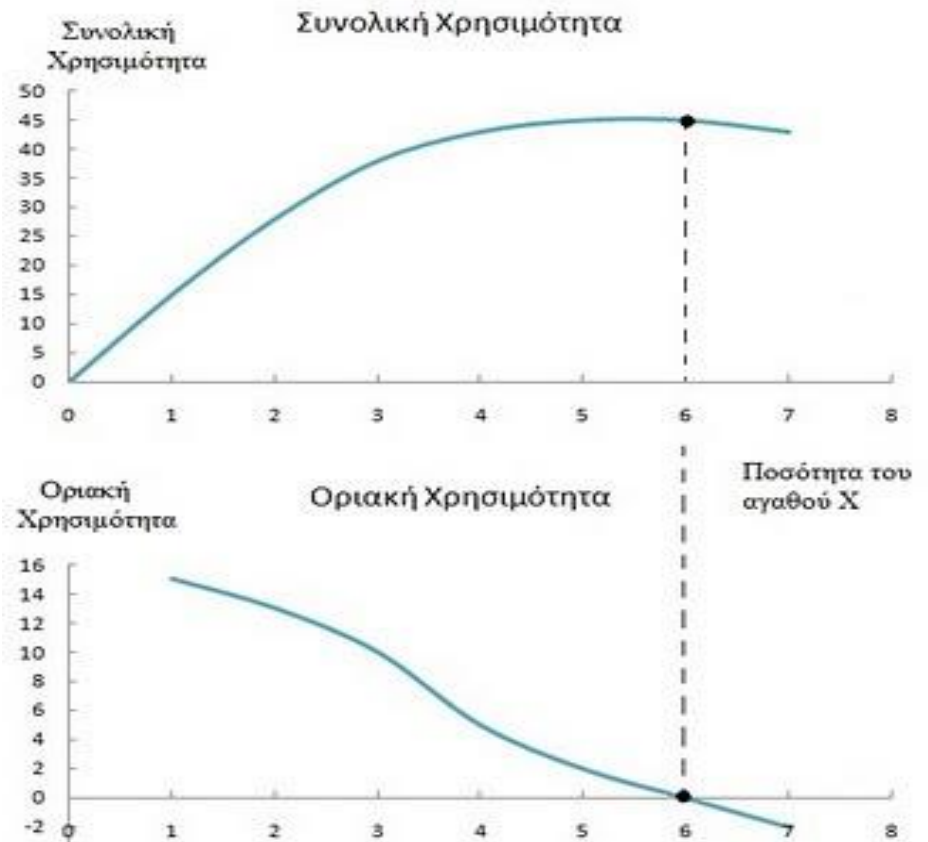
Συνολική και οριακή χρησιμότητα

Συνολική και οριακή χρησιμότητα από την κατανάλωση του προϊόντος X

Μονάδες του X που καταναλώνονται κατά χρονική περίοδο	Συνολική Χρησιμότητα	Οριακή Χρησιμότητα
0	0	0
1	15	15
2	28	13
3	38	10
4	43	5
5	45	2
6	45	0
7	43	-2

✓ καθώς αυξάνεται η ποσότητα που καταναλώνεται, η συνολική χρησιμότητα αυξάνεται αλλά η οριακή μειώνεται

Καμπύλες Συνολικής και Οριακής Χρησιμότητας



Συνολική και οριακή χρησιμότητα

- Φαίνεται ότι καθώς αυξάνεται η ποσότητα που καταναλώνεται, η συνολική χρησιμότητα αυξάνεται αλλά η οριακή μειώνεται.
- Επίσης η καμπύλη της συνολικής χρησιμότητας ανέρχεται με φθίνοντα ρυθμό αύξησης λόγω της φθίνουσας χρησιμότητας των επιπλέον μονάδων, φθάνει σε ένα ανώτατο σημείο στο οποίο ο καταναλωτής υφίσταται κορεσμό από το συγκεκριμένο αγαθό και δε θέλει άλλες μονάδες και, κατόπιν, κατέρχεται επειδή η ποσότητα του προϊόντος έχει αυξηθεί τόσο ώστε άρχισε να ενοχλεί τον καταναλωτή που θα προτιμούσε μικρότερη ποσότητα.
- Την ίδια κατάσταση απεικονίζει και η καμπύλη της οριακής χρησιμότητας. Αυτή έχει αρνητική κλίση, καθώς η οριακή χρησιμότητα μειώνεται συνεχώς όταν αυξάνεται η ποσότητα του προϊόντος, αλλά ενώ μέχρι το επίπεδο του κορεσμού η οριακή χρησιμότητα είναι θετική, στη συνέχεια γίνεται αρνητική.
- Στο ανώτατο σημείο της καμπύλης της συνολικής χρησιμότητας αντιστοιχεί το σημείο στο οποίο η καμπύλη της οριακής χρησιμότητας τέμνει τον οριζόντιο άξονα, δηλαδή στο σημείο που η οριακή χρησιμότητα μειώνεται στο μηδέν.

Εφαρμογές: Το παράδοξο της αξίας

- «Γιατί το νερό που είναι τόσο σημαντικό για τον άνθρωπο είναι τόσο φθηνό; Ενώ με τα διαμάντια συμβαίνει το αντίστροφο».
- Απάντηση: πρέπει να εξετάσουμε την οριακή χρησιμότητά τους. Το νερό έχει μεγάλη συνολική χρησιμότητα και επομένως μικρή οριακή χρησιμότητα, ενώ τα διαμάντια έχουν μικρή συνολική χρησιμότητα και μεγάλη οριακή χρησιμότητα.

Νόμος της φθίνουσας οριακής χρησιμότητας

- Όσο ένα άτομο αυξάνει την κατανάλωση ενός προϊόντος τόσο αυξάνεται συνήθως η συνολική χρησιμότητα (total utility) που αποκομίζει. Αλλά κάθε επιπλέον μονάδα του προϊόντος επιφέρει συνεχώς μικρότερη αύξηση στη συνολική χρησιμότητα. Το φαινόμενο αυτό είναι γνωστό ως **νόμος της φθίνουσας οριακής χρησιμότητας**.
- Η χρησιμότητα που παρέχει μια επιπλέον μονάδα ενός προϊόντος Α ονομάζεται οριακή χρησιμότητα (MU, marginal utility).

$$MU = \frac{\Delta U}{\Delta Q}$$

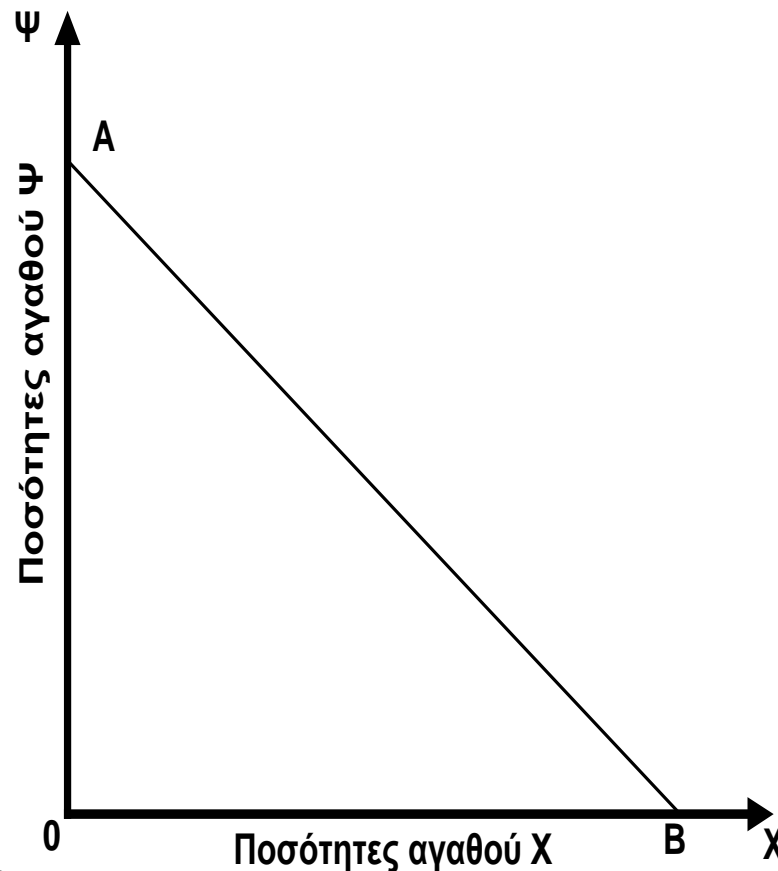
Η μέθοδος της απολύτου χρησιμότητας

- **Πρώτος νόμος του Gossen:** Το άτομο είναι αρχικώς διατεθειμένο να πληρώσει αρκετά, προκειμένου να καταναλώσει το αγαθό. Η κάθε επιπρόσθετη μονάδα του αποφέρει και ολιγότερη ικανοποίηση.
- -Αν το εισόδημα I του καταναλωτή,
- X και Ψ τα αγαθά από τα οποία πρέπει ο καταναλωτής να επιλέξει διάφορες ποσότητες με σκοπό τη μεγιστοποίηση της συνολικής χρησιμότητας.
- P_x και P_ψ οι τιμές των δυο αγαθών.

$$I = P_x X + P_\psi \Psi$$

Η **γραμμή εισοδήματος AB:** Είναι οι δυνατοί συνδυασμοί αγοράς του καταναλωτή για τα δυο αγαθά (X, Ψ) δεδομένου του Y .

Η **κλίση της γραμμής εισοδήματος** είναι αρνητική γιατί η αύξηση της κατανάλωσης του ενός αγαθού επιτυγχάνεται με τη μείωση της κατανάλωσης του άλλου και ισούται με $-\frac{P_x}{P_\psi}$ δηλαδή με το λόγο των τιμών.



Η μέθοδος της απολύτου χρησιμότητας

- **2ος Νόμος του Gossen:** Η μεγιστοποίηση της χρησιμότητας του καταναλωτή επιτυγχάνεται όταν εξισώνονται οι οριακές χρησιμότητες των τελευταίων χρηματικών μονάδων, δηλαδή:

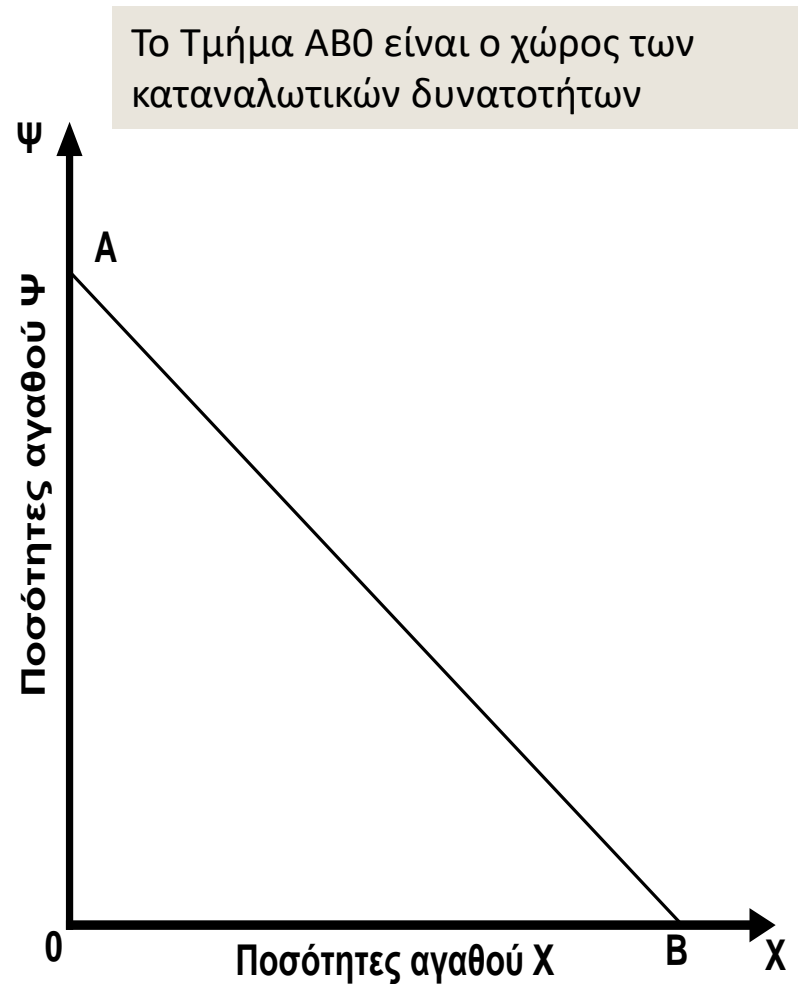
$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_\omega}{P_\omega} = \frac{MU_z}{P_z} = \dots$$

Υπό τον περιορισμό: $I = P_x X + P_\omega \Omega + P_z Z + \dots$

Το άτομο στοχεύοντας στη μεγιστοποίηση της απόλαυσης από τη χρήση διαφόρων αγαθών, με δεδομένους τους περιορισμούς, αδιαφορεί για το απόλυτο ύψος εκάστης, εξισώνοντας τις χρησιμότητες.

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ:

1. Ο καταναλωτής διαθέτει μια ιδεατή συνάρτηση προτιμήσεων. $I = P_x X + P_\omega \Omega + P_z Z + \dots$
2. Υπάρχει περιορισμός στο εισόδημα Y .
3. Ο καταναλωτής γνωρίζει τις τιμές και τις ιδιότητες των αγαθών για να έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει τους διάφορους εναλλακτικούς συνδυασμούς.
4. Η συνολική χρησιμότητα είναι το άθροισμα των επιμέρους χρησιμότητων.



Μεγιστοποίηση της χρησιμότητας: Συνθήκη

Ο καταναλωτής πρέπει να διαθέσει το εισόδημά του έτσι ώστε το τελευταίο ευρώ που ξοδεύει για κάθε ένα από τα N προϊόντα που καταναλώνει να του δίνει την ίδια χρησιμότητα.

- ΚΑΝΟΝΑΣ ΑΡΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_3}{P_3} = \dots = \frac{MU_N}{P_N}$$

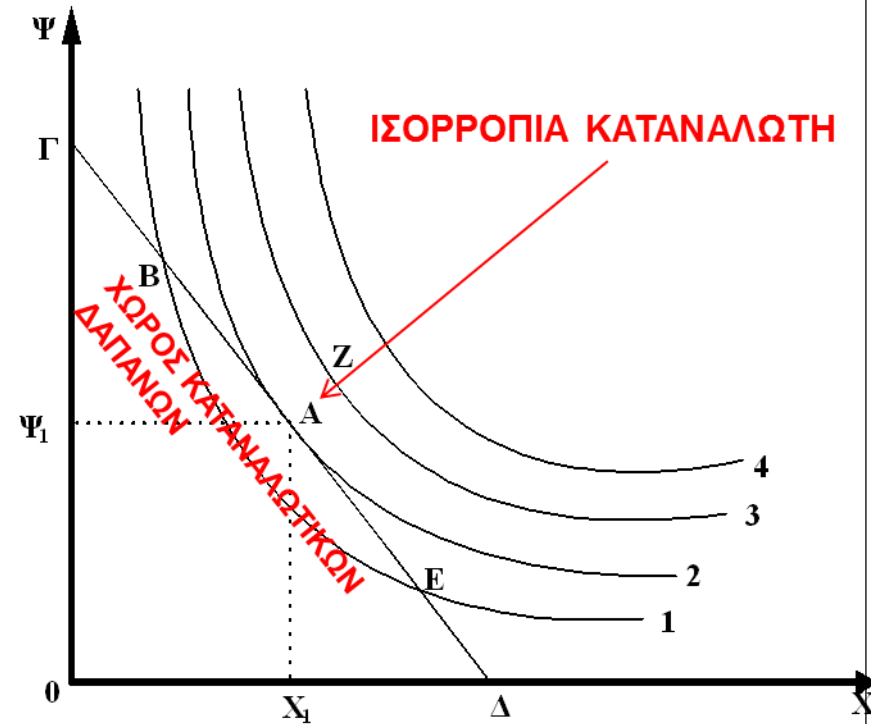
Παράδειγμα:

Αν η σαμπάνια σας προσφέρει διπλάσια ικανοποίηση από το κρασί αλλά η τιμή της είναι πενταπλάσια, τι από τα δύο θα διαλέξετε; Θα διαλέξετε το κρασί, γιατί έτσι αξιοποιούνται καλύτερα τα χρήματά σας.

Ισορροπία του Καταναλωτή

- **ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ:** Επιτυγχάνεται όταν ο καταναλωτής απολαμβάνει τη μεγαλύτερη δυνατή ωφελιμότητα, ΜΕ ΔΕΔΟΜΕΝΟ το εισόδημα του.
- Το Τμήμα ΓΔ καλείται **χώρος καταναλωτικών δαπανών**.
- Αν μεταβληθεί το εισόδημα θα μετακινηθεί παράλληλα και η καμπύλη αδιαφορίας, εφόσον οι τιμές παραμένουν σταθερές.
- Αν το εισόδημα είναι σταθερό και μεταβληθεί η τιμή ή τιμές των αγαθών τότε μεταβάλλεται η κλίση της καμπύλης.
- Όταν η εισοδηματική γραμμή είναι ΓΔ ο καταναλωτής βρίσκεται σε ισορροπία στο σημείο Α. Το σημείο Α είναι το σημείο επαφής της καμπύλης αδιαφορίας και της εισοδηματικής γραμμής. Στο σημείο αυτό μεγιστοποιείται η χρησιμότητα του καταναλωτή.
- Δεν μπορεί να απολαμβάνει τους συνδυασμούς της καμπύλης 3.
- Στα σημεία Β και Ε δεν ισορροπεί γιατί δεν μεγιστοποιεί τη χρησιμότητα του.

ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ



ΤΕΛΟΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ