

РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ



РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ

ТЕМЫ:

1. Потребительское поведение как процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги с учетом их дохода и личных предпочтений.
2. Получение максимальной полезности – цель рационального потребителя.
3. Суверенитет потребителя:
 - а) в командной экономике;
 - б) в рыночной экономике;
4. Безграничные потребности и ограниченные доходы.
5. Источники доходов потребителя:
 - а) заработная плата;
 - б) социальные выплаты государства;
 - в) доход от предпринимательской и иной деятельности;
 - г) доход от собственности.
6. Обязательные и произвольные расходы. Закон Энгеля.
7. Сбережения (депозиты, ценные бумаги, недвижимость, страхование)



ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ -

процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары

и услуги с учетом их дохода и личных предпочтений.



Почему потребитель покупает какой-либо товар или услугу?

Они **полезны**, т.е удовлетворяют какие-либо потребности человека или общества.



РАЦИОНАЛЬНЫЙ потребитель (rational consumer) так управляет своими расходами на приобретение товаров и услуг, чтобы получить максимальное "удовлетворение", или **МАКСИМАЛЬНУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ**.

РАЦИОНАЛЬНОСТЬ (от лат. ratio — разум) - термин в самом широком смысле означающий разумность, осмысленность.

Потребительское поведение — это процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги с учетом их дохода и личных предпочтений.

Теория потребления исходит из того, что в поведении потребителя отмечаются типичные общие черты:

- спрос потребителя зависит от уровня доходов;
- каждый потребитель стремится получить максимальную полезность;
- средний потребитель имеет систему предпочтений;
- на спрос потребителя влияет наличие или отсутствие «сопряженных» товаров.



Предпочтение потребителей товаров очень трудно учитывать по причинам так называемых Эффектов потребительских взаимовлияний. Рассмотрим его виды:

Эффект присоединения к большинству

– это эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что потребитель, следуя общепринятым нормам, покупает тот же

который покупают другие.



Я не хуже других!!!

«Эффект сноба» - покупки делаются, чтобы подчеркнуть свое социальное положение



Эффект Веблена – это эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что товар имеет более высокую (а не более низкую) цену.

«Эффект предположительного качества» - товары одинакового качества продаются в разных магазинах по разным ценам.



Целенаправленное поведение, которое предполагает продуманное использование условий и средств, необходимых для реализации поставленной цели

Ценностно-рациональное поведение, основанное на использовании условий и средств для достижения заданных извне целей, которые определяются верой в самодовлеющие ценности: религиозные, эстетические, идеологические;

Принято выделять четыре типа рационального поведения потребителя:

Традиционное поведение, цели и средства которого задаются извне и носят традиционный характер, в основе поведения лежат длительные привычки или обычаи;

Аффективное поведение, когда цели и средства не выделяются, а поведение обуславливается эмоциональным состоянием индивида

Суверенитет потребителя (франц. *souverain* – носитель верховной власти) – состоит в способности потребителя воздействовать на производителя.

В современной экономической теории **фундаментальной категорией становится поведение потребителя**, а не производителя.

Необходимым **условием суверенитета** потребителя является **свобода потребительского выбора**. Однако она может быть ограничена рядом мер:

- введением карточной системы;
- законодательным запрещением производства и потребления вредных товаров (наркотики, алкоголь, табак);
- стимулированием потребления полезных товаров и услуг (книги, театр, музыка).

Два подхода к анализу потребительского поведения: кардинализм и ординализм.

- 1. Кардиналистский (количественный) подход (У. Джевонс, А. Маршалл)** – основан на теории предельной полезности: в поисках абсолютных измерений для выражения полезности вводит условную единицу – ютиль (*англ. utility*).
- 2. Ординалистский (порядковый) подход (В. Парето, И. Фишер)** - использует теорию кривых безразличия и потребительского бюджета: полезность – субъективная категория, количественно ее измерить нельзя, но можно измерить порядково, определить, уменьшается или увеличивается степень удовлетворения потребителя.

Общая и предельная полезность товара

Полезность, или **ютиль** (англ. utility), – это субъективное удовлетворение, или **удовольствие**, получаемое потребителем от потребления набора товаров и услуг.

Чем оно выше, тем больше будет спрос на продукцию.

Различают **общую и предельную полезность**.

Общая полезность (total utility – TU) – это **совокупная полезность (совокупное удовлетворение)** от потребления всех наличных единиц блага.

Функция полезности показывает количественную зависимость между объемом потребления каждого из n благ за данный промежуток времени и совокупную полезностью блага, отражающей индивидуальные предпочтения потребителя:

$$TU = U(q_1, q_2, \dots, q_n)$$

Общую полезность любого количества продукта определяют путем суммирования показателей предельной полезности.

Предельная полезность (marginal utility – MU) выступает как прирост общей полезности – **дополнительная полезность**, получаемая человеком от потребления одной дополнительной единицы данного блага за единицу времени.

$$MU = TU'(q) = d(TU)/dq$$

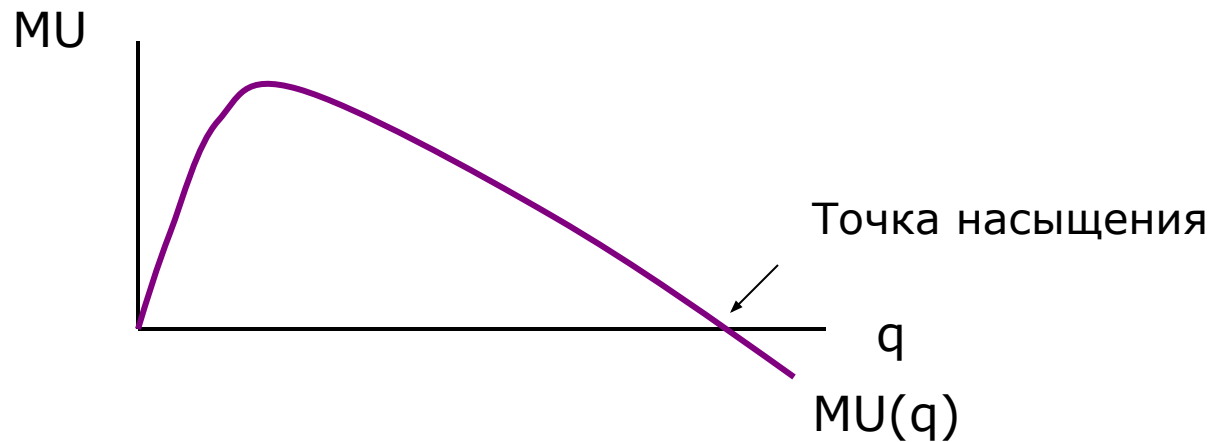
НАПРИМЕР: потребитель покупает 10 яблок. Их общая полезность равна 10 ютилям (U_{10}), если покупается 11-е яблоко, то общая полезность возрастает и равняется 11 ютилям (U_{11}). Предельная полезность, т. е. удовлетворение от потребления дополнительного 11-го яблока, определяется:

$$MU = (U_{11} - U_{10}) / (11 - 10)$$

Предельная полезность

Добавочная полезность, получаемая от потребления одной дополнительной единицы данного блага за единицу времени,

$$MU_i = TU'(q_i)$$



Закон убывающей предельной полезности

- Последовательное потребление какого-либо блага постепенно приводит человека к **состоянию насыщения**.



- **Закон убывающей предельной полезности** (первый закон Госсена) – с увеличением количества потребляемого блага предельная полезность блага уменьшается (**парадокс воды и алмазов**).

Единицы продукта	Предельная полезность (MU)	Совокупная полезность (TU)
Первая	10	10
Вторая	9	19(=10+9)
Третья	8	27(=10+9+8)
Четвёртая	7	34(=10+9+8+7)
Пятая	6	40(=10+9+8+7+6)



«Эффект дохода» и «эффект замещения»

Принцип максимизации общей полезности и проблема выбора

- **Потребитель выбирает** между различными товарами, чтобы **при ограниченном денежном доходе получить наиболее предпочтительный**, с его точки зрения, **набор** товаров и услуг.
- **Критерием правильности** потребительского выбора является предельная полезность на 1 руб. затрат (**MU/P**). Отношение предельной полезности к цене, называется **предельной ценностью (MV)**:
$$MU/P = MV$$
- Предельная ценность является наилучшим критерием, поскольку объединяет и фактор удовлетворения и фактор затрат.

Потребитель будет увеличивать спрос на какой-то товар до тех пор, пока его предельная ценность выше, чем у другого: $MU_1/P_1 > MU_2/P_2$; $MU_1/P_1 < MU_2/P_2$.

Условие потребительского оптимума, или второй закон Госсена (**правило максимизации полезности**) состоит в том, чтобы предельная полезность, получаемая в расчете на рубль, потраченный на один товар, была бы равной предельной полезности, получаемой на рубль, потраченный на другой товар:

$$MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = \dots = MU_n/P_n$$

Если потребитель «уравновесит свои предельные полезности» он будет находиться в **состоянии равновесия**.

Недостатки количественного подхода:

- не существует единиц для объективного измерения полезности различных товаров;
- предельная полезность денег не постоянна, она изменяется с изменением дохода, а значит деньги не могут служить мерой полезности.

ОРДИНАЛИСТСКИЙ (ПОРЯДКОВЫЙ) ПОДХОД

Более глубокое объяснение поведения потребителя дается при помощи **метода бюджетных линий и кривых безразличия.**

Бюджетная линия показывает различные комбинации двух продуктов, которые могут быть приобретены при фиксированной величине денежного дохода.

Бюджетное ограничение для двух товаров выражается формулой:

$$P_1Q_1 + P_2Q_2 = I$$

где: P_1 , P_2 – цены соответствующих товаров Q_1 , Q_2 ;

I – доходы потребителя.

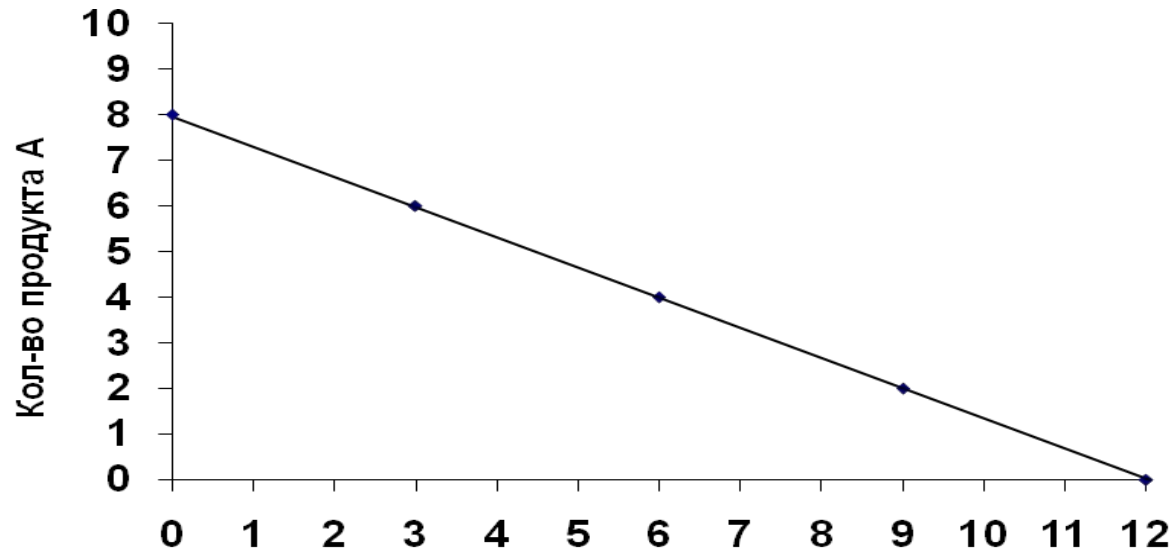
Например, если продукт А стоит 1,5 доллара, а продукт В – 1 доллар, то потребитель мог бы приобрести все комбинации продуктов А и В, показанные в таблице при денежном доходе, равном 12 долларов.

Суммарный расход на покупку продуктов А и В

Единицы продукта А	Единицы продукта В	Суммарный расход (долл.)
8	0	12(=12+0)
6	3	12(=9+3)
4	6	12(=6+6)
2	9	12(=3+9)
0	12	12(=0+12)

Наклон бюджетной линии зависит от отношения цены товара В к цене товара А, то есть крутизна наклона равна $P_B/P_A=1 \text{ долл.}/1,5 \text{ долл.}=2/3$.

Бюджетная линия

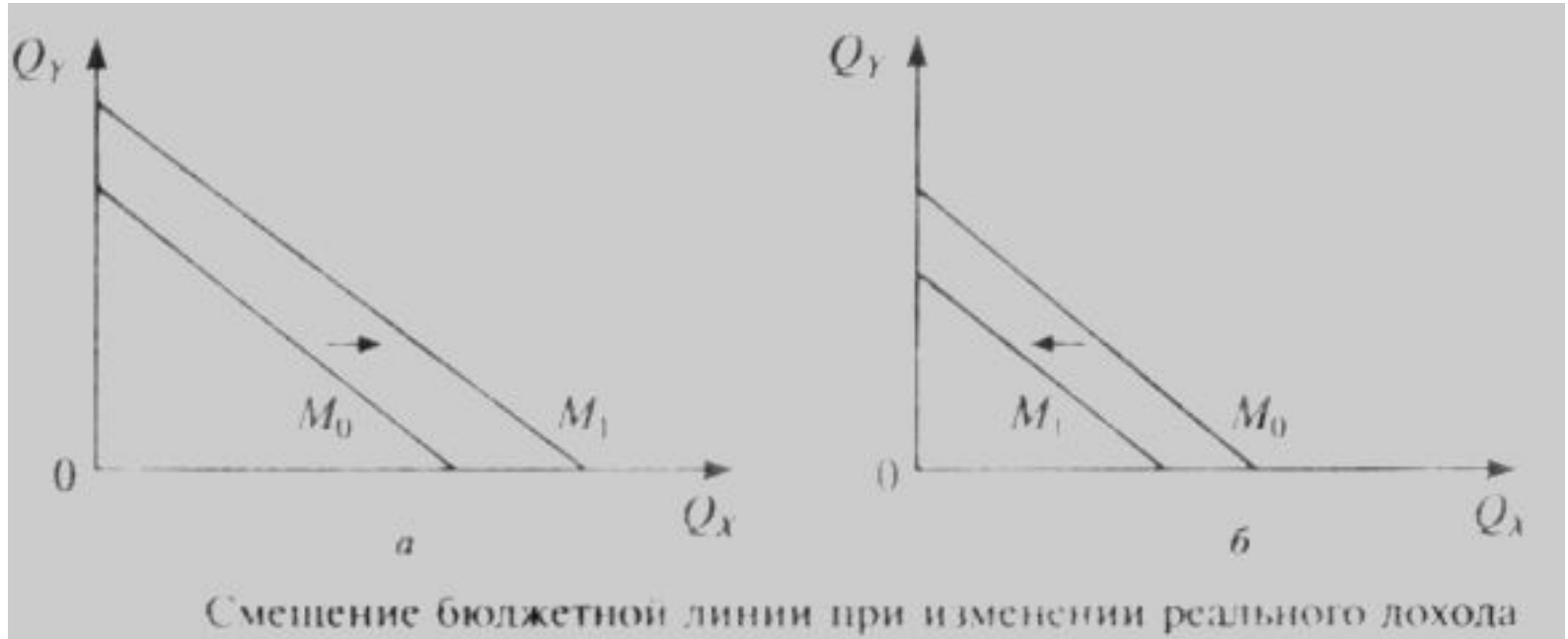


Следовательно, потребитель должен воздержаться от приобретения двух единиц товара А по цене 1,5 доллара каждая, чтобы получить 3 доллара, необходимых для покупки трёх единиц продукта В.

Свойства бюджетной линии:

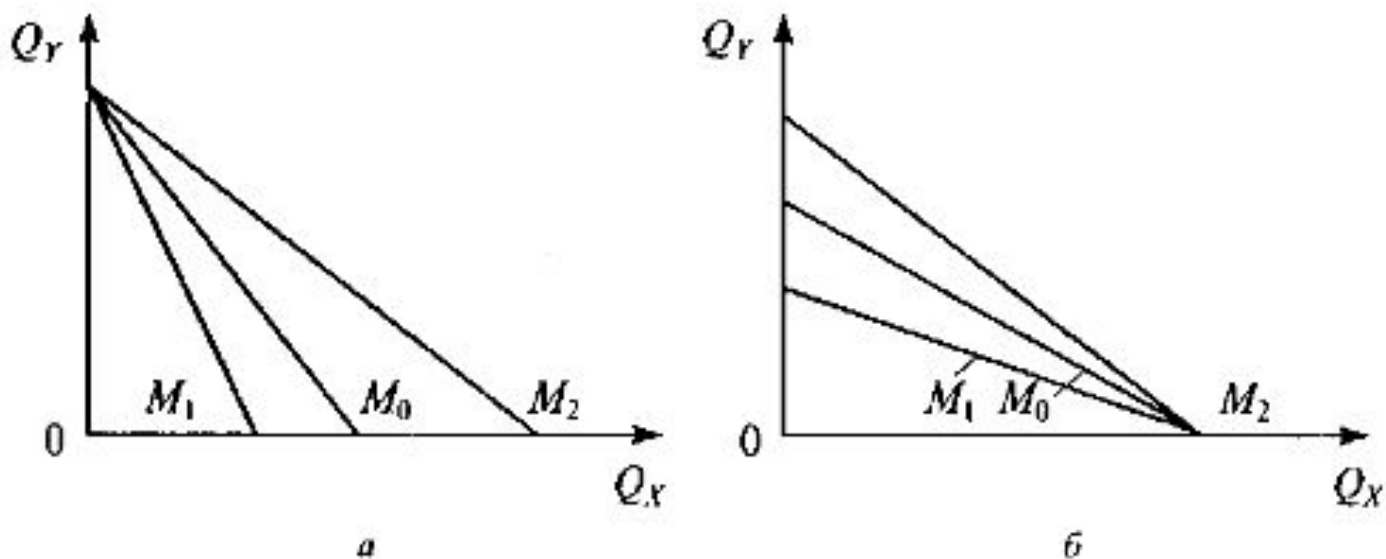
- **Расположение бюджетной линии зависит от величины денежного дохода.** Увеличение денежного дохода приводит к перемещению бюджетной линии вправо, уменьшение— влево.
- **Изменение цен продуктов также приводит к перемещению бюджетной линии.** Снижение цен обоих продуктов, эквивалентное увеличению реального дохода, перемещает бюджетную линию вправо, рост цен на продукты А и В— влево.

Свойства бюджетной линии



Свойства бюджетной линии:

- Изменение цены 1 продукта приводит к изменению угла наклона бюджетной линии и изменению одной из точек пересечения бюджетной линии с осями координат.



Поворот бюджетной линии при изменении цены блага X (а)
и блага Y (б)

- **Бюджетные линии** несут объективную информацию о величине дохода и цен.
- **Кривые безразличия** несут субъективную информацию о предпочтениях потребителя.
- **Кривая безразличия** – это кривая, показывающая все возможные комбинации продуктов А и В, имеющих одинаковое потребительское значение, или полезность, для потребителя.
- Множество всех кривых безразличия на плоскости называется **картой безразличия**.

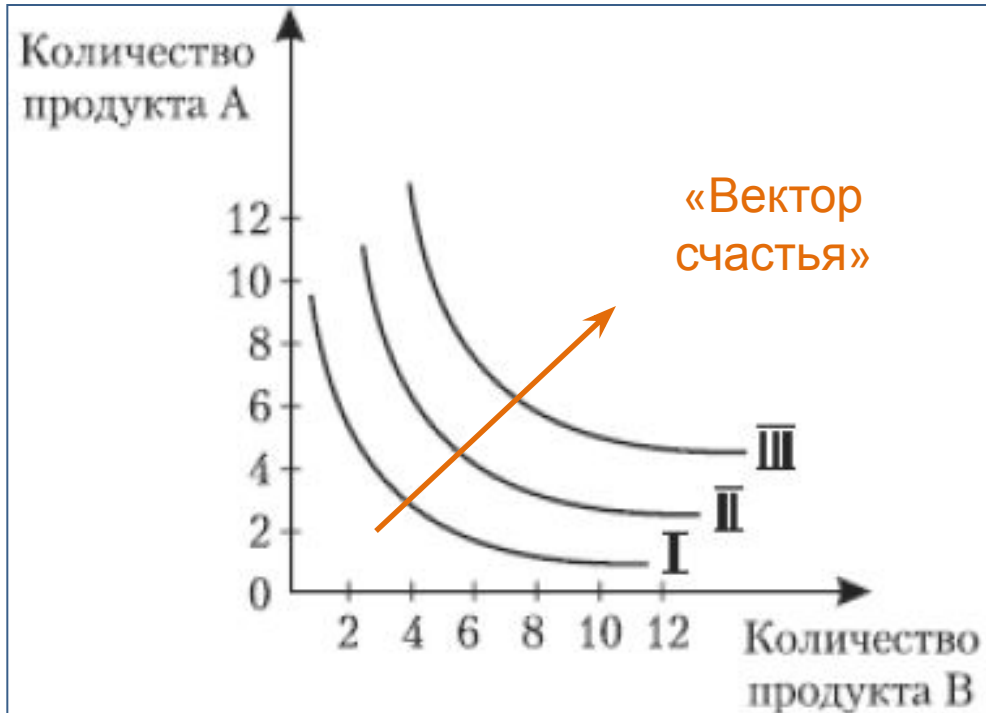


Кривая безразличия

Наклон кривой отражает величину предельной нормы замещения (MRS)

Карта безразличия

(чем дальше кривая от начала координат, тем большую пользу она обеспечивает потребителю)



Предельная норма замещения, субституции (marginal rate of substitution) – количество одного товара, которое потребитель готов обменять на другой товар так, чтобы степень его удовлетворения от потребления данного набора благ оставалась без изменений:

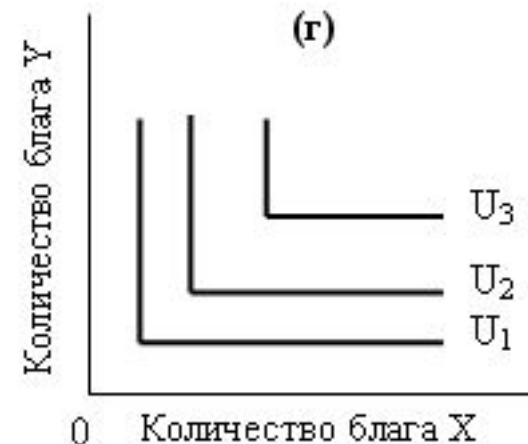
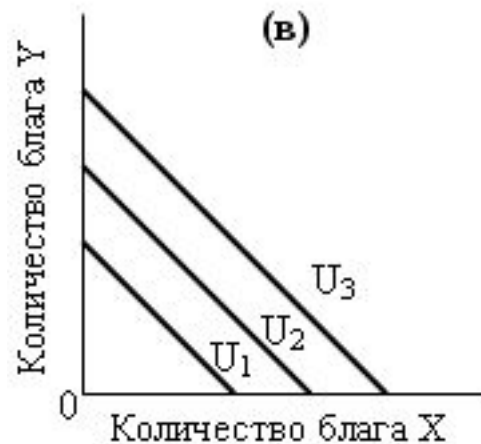
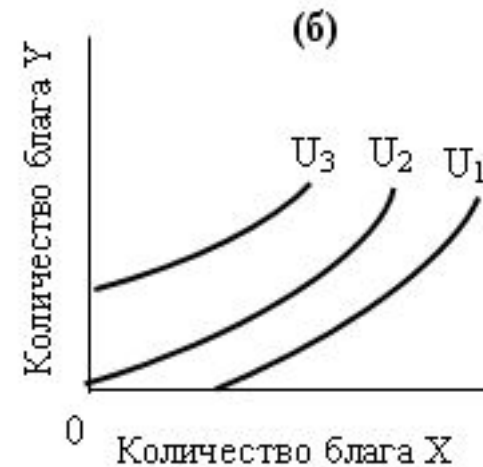
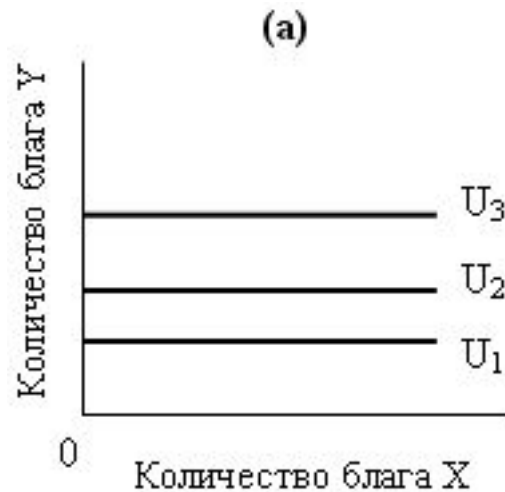
$$MRS = MU_1 / MU_2,$$

где MU_1 и MU_2 – предельные полезности первого и второго товаров.

Свойства кривой безразличия:

- Кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, представляет собой более предпочтительные наборы товаров.
- Кривые безразличия для обычных благ имеют отрицательный наклон.
- Кривые безразличия не пересекаются.
- Кривые безразличия выпуклы к началу координат.

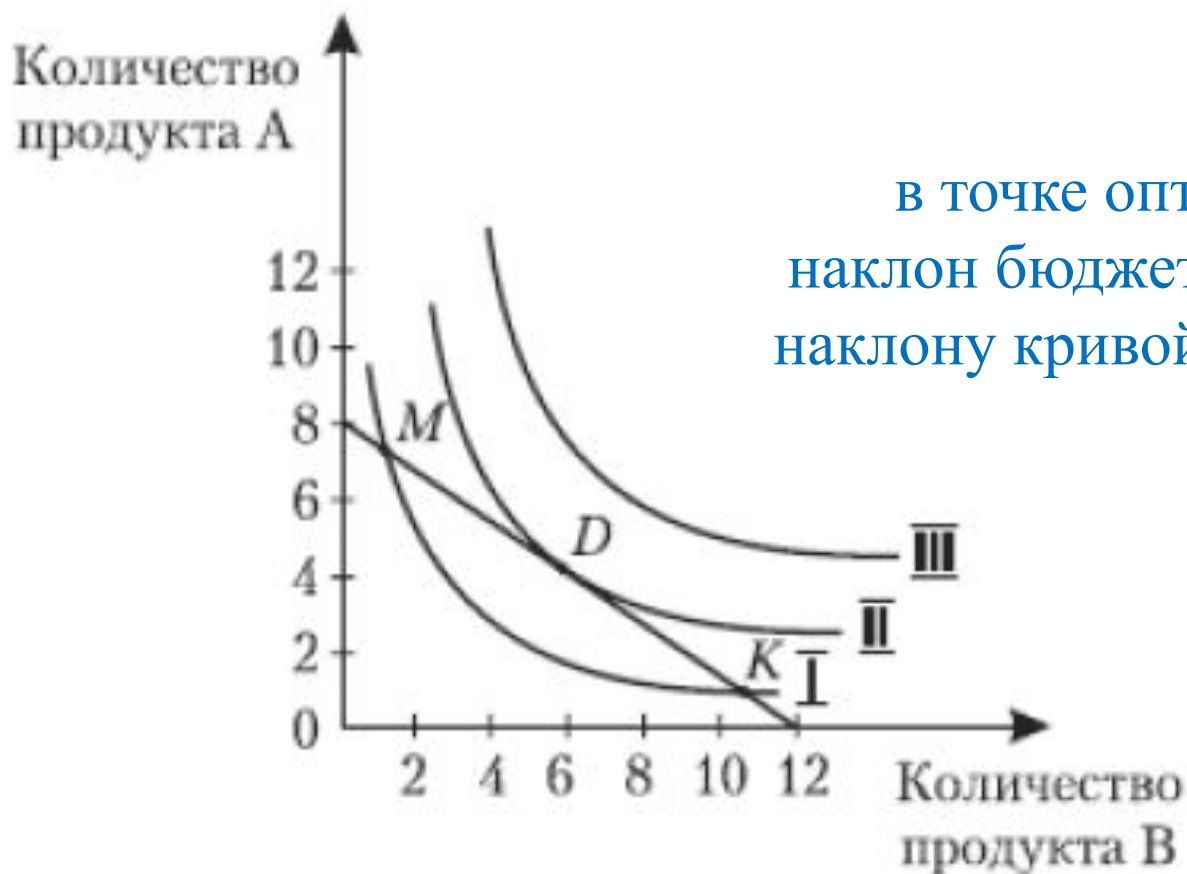
Кривые безразличия и предпочтения



а) нейтральные товары, б) нежелательные товары,
в) совершенные заменители, г) совершенные компоненты

Совмещая бюджетную линию и карту безразличия, найдём **равновесие потребителя.**

Равновесие потребителя соответствует такой комбинации покупаемых товаров, которая максимизирует полезность при данном бюджетном ограничении (точка *D*).



в точке оптимума *D*
наклон бюджетной линии =
наклону кривой безразличия

СУВЕРЕНИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ -

право владельца любых видов ресурсов самостоятельно принимать решения, связанные с распоряжением этими ресурсами.



**КОМАНДНАЯ
ЭКОНОМИКА**



РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА



Д

ОХОД

Ы

РАСХОДЫ

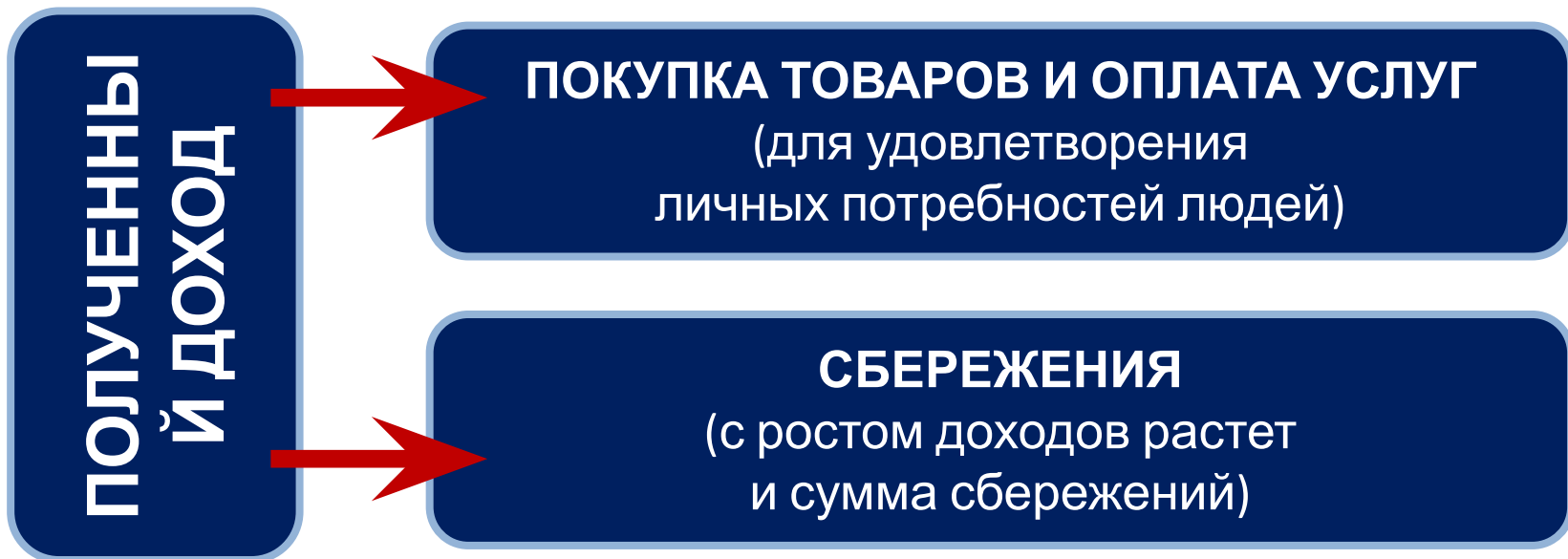
CARICATURA.RU

2010



ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- ✓ заработная плата;
- ✓ социальные выплаты государства отдельным гражданам в виде пособий, пенсий, стипендий;
- ✓ доход от предпринимательской и иной деятельности;
- ✓ доход от собственности (плата, полученная за аренду вашей квартиры или дачи, процент на денежный капитал, дивиденды по ценным бумагам).



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РАСХОДЫ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ

(минимально
необходимые)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА

пр.

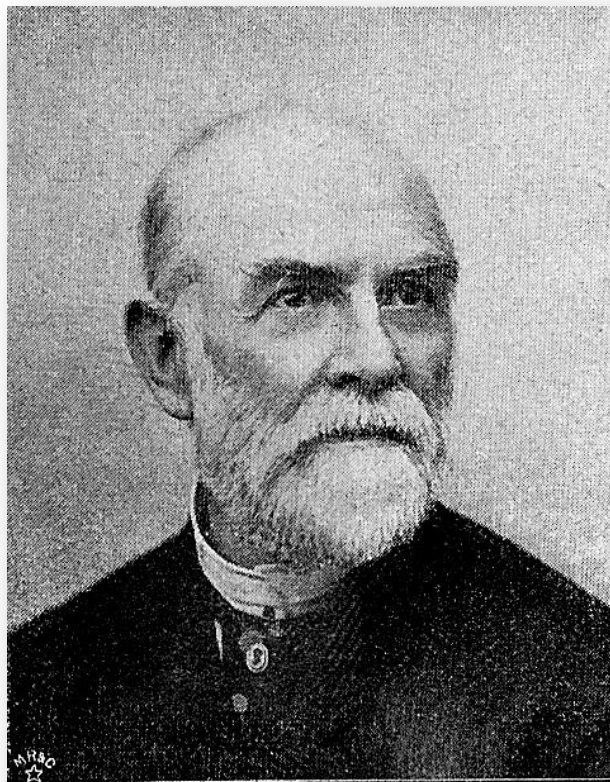


ПРОИЗВОЛЬНЫЕ

- ✓ туристическая путевка,
- ✓ покупка книг, картин,
машины и др.



ЗАКОН ЭНГЕЛЯ



Ernst Engel.

Эрнст Энгель
(1821-1896)
немецкий экономист
и статистик

Чем выше уровень доходов семьи, тем меньше доля ее расходов на продовольственные товары.

Чем богаче страна, тем меньшая часть личных доходов ее граждан идет на *обязательные расходы*.



АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТОИМОСТЬ

- это упущенная выгода, лучший из вариантов, которые были отвергнуты в силу ограниченности ресурсов.

См. Киреев – стр. 18

Королева Бурмистрова –
стр. 18

СБЕРЕЖЕНИЯ

Рациональному потребителю важно не только умело тратить деньги, но и правильно размещать свои сбережения.

- ✓ банковский депозит
- ✓ приобретение ценных бумаг (акции, облигации)
- ✓ приобретение недвижимости
- ✓ страхование (жизни, здоровья, имущества)



deposit



ЦИТАТНИК

Потребление — вот религия современного человека.

Жан-Кристоф

Гранже

(современный французский писатель и сценарист).

Дорога цивилизации вымощена консервными банками.

Альберто Моравиа

(итальянский писатель и журналист XX века).

Самое быстрое средство увеличить свое состояние — это уменьшить свои потребности.

Пьер Буаст

(французский лексикограф XVIII-XIX вв.)

Настоящая роскошь заключается в самостоятельном сопротивлении потребительскому давлению.

Александр фон Шенбург

(современный немецкий писатель).

Мир мог быть воспринят как потрясающий, а я воспользовалась им для заурядного потребления.

Вислава

Шимборская

(польская поэтесса; лауреат Нобелевской премии по литературе 1996 года).

