

Тема 4. Теория поведения потребителя

План лекции

1. Полезность блага. Функция полезности.
2. Потребительские предпочтения и их графический анализ.
3. Равновесие потребителя и его условия.
4. Кривая «цена – потребление» и кривая «доход – потребление».
5. Эффект дохода и эффект замещения. Некачественные блага. Парадокс Гиффена.

Полезность выражает степень удовлетворения, получаемого субъектом от потребления товара или услуги



Согласно теории, развиваемой сторонниками австрийской школы, **цена блага** определяется не общей, а **предельной полезностью**



Каждый вид блага имеет для потребителя **общую полезность** и **предельную полезность**

- **Общая полезность (TU)** некоторого вида благ есть сумма полезностей всех имеющихся у потребителя единиц этого блага
- **Предельная полезность блага (MU)** – это приращение общей полезности при увеличении количества блага на единицу
- **Функция полезности** – функция, показывающая убывание предельной полезности блага с ростом его количества: $MU = dTU / dQ$

- К анализу полезности и спроса существуют различные подходы, такие, как **кардиналистский (количественный)** и **ординалистский (порядковый)**
- Согласно **кардиналистской концепции** поведение потребителя можно проанализировать на основе гипотез количественного измерения полезности
- Согласно **ординалистскому подходу** достаточно, чтобы потребитель мог упорядочить все возможные товарные наборы по предпочтительности

•Кардиналистская концепция

- Гипотеза 1.** Потребитель так расходует свой бюджет, чтобы получить максимальное удовлетворение (максимум полезности) от совокупности приобретенных благ
- Гипотеза 2.** Каждый потребитель может выразить свое желание приобрести некоторое благо посредством количественной оценки полезности этого блага. Единица, служащая масштабом измерения, получила название **«ютила»**
- Гипотеза 3 (первый закон Госсена).** Предельная полезность убывает, т.е. полезность каждой единицы блага, получаемой в данный момент, меньше полезности предыдущей единицы

Второй закон Госсена

- Потребитель при заданных ценах и бюджете максимизирует свою функцию полезности, если отношение предельной полезности блага к его цене одинаково по всем благам и равно предельной полезности денег:
- $MU_A / P_A = MU_B / P_B = MU_C / P_C = \dots = \lambda,$
- где $MU_A, MU_B, MU_C \dots$ - предельные полезности товаров А, В, С
- λ – некоторый коэффициент, который характеризует предельную полезность денег.
- Функция полезности максимизируется в том случае, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждый последний доллар (тенге, рубль, марка, франк), затраченный на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность

•Ординалистский (порядковый) подход базируется на следующих аксиомах

- Аксиома полной (совершенной) упорядоченности.** Потребитель способен упорядочить все возможные наборы товаров с помощью отношений предпочтения ($>$) и безразличия (\sim). То есть, для любой пары набора A и B потребитель может указать, что либо $A > B$ (A предпочтительнее B), либо $B > A$ (B предпочтительнее A), либо $A \sim B$ (A и B равноценны)
- Аксиома транзитивности.** Если $A > B > C$, или $A \sim B > C$, или $A > B \sim C$, то $A > C$.
- Аксиома ненасыщения.** Если набор A содержит не меньшее количества каждого товара, а одного из них больше, чем набор B , то $A > B$
- Аксиома независимости потребителя.** Удовлетворение потребителя зависит только от количества им потребленных благ и не зависит от количества благ, потребляемых другими потребителями

• **Кривая безразличия** – это линия, каждая точка которой представляет такой набор двух товаров, что потребителю безразлично, какой из этих наборов выбрать, так как они дают равный объем удовлетворения потребностей.

Свойства кривых безразличия:

• Нисходящий вид кривой

• Наклон кривой безразличия отражает величину **предельной нормы замещения (MRS)**, поскольку он показывает, в какой степени (пределе) потребитель готов заместить один товар другим, чтобы получить при этом то же удовлетворение потребности

• **Карта безразличия** представляет собой набор кривых безразличия в котором каждая кривая соответствует различной величине совокупной полезности, и чем дальше она проходит от начала координат, тем большую величину полезности она предполагает

• Кривые безразличия не могут пересекаться

различные комбинации двух
продуктов, которые могут быть
приобретены при
фиксированной величине



зависит от отношения цены
товара В к цене товара А.
Математически это выглядит
следующим образом: $P_B / P_A =$



бюджетной линии зависит от величины
денежного дохода. Увеличение
денежного дохода приводит к
перемещению бюджетной линии
вправо; уменьшение денежного дохода



обоих продуктов, эквивалентное
увеличению реального дохода,
перемещает график вправо. И
наоборот, рост цен на продукты
приводит к перемещению графика

- **Равновесное положение потребителя** определяется путем совмещения линии потребительского бюджета и карты безразличия.
- Потребители осуществляют свой выбор **рациональным путем**, под которым подразумевается, что потребители выбирают товары так, чтобы достичь максимального удовлетворения своих потребностей при заданном ограниченном бюджете. Данный выбор характеризует **равновесное положение потребителя**.
- Условием равновесного положения является равенство предельной нормы замещения и наклона бюджетной линии:

$$\text{MRS} = P_B/P_A$$

Анализ кривой «цена – потребление» показывает влияние изменения цен на относительно

соединяющая при изменении цен все точки потребительского

На базе этой кривой можно построить кривую спроса.

Анализ кривой
«доход –
потребление»
показывает влияние
дохода

потребление,
получила в
американской
пит

соединяющая
все точки
равновесия на
карте
ба

- ✓ Еще в 19 веке исследователями было замечено, что с ростом реального дохода потребительское потребление вторичных благ возрастает быстрее, чем благ первой необходимости.
- ✓ Немецкий статистик Эрнст Энгель (1821-1896) был первым исследователем, занимавшимся вопросами влияния изменения дохода на структуру потребительских расходов.

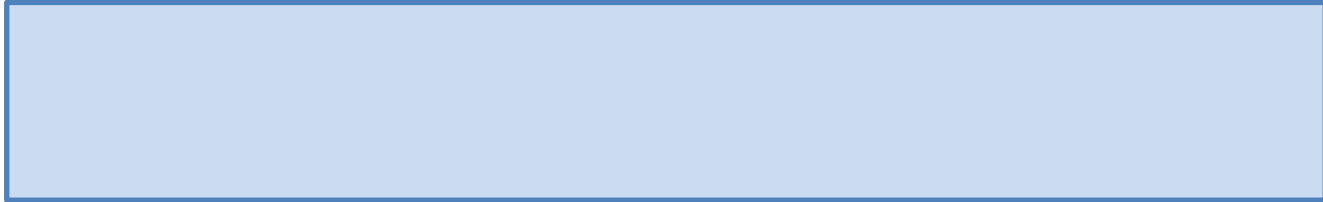
• Воздействие снижения цены на товар двойное

- 1. Растет покупательная способность потребителей. Они могут купить то же количество товара за меньшее количество денег и иметь больше средств для дополнительных покупок
- 2. Потребители могут потреблять большее количество товара, который подешевел, и меньшее количество тех товаров, которые стали относительно дороже

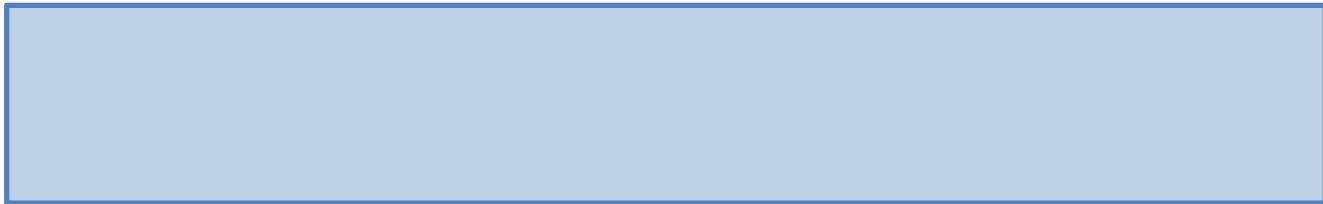
• Воздействие снижения цены на товар приводит к двум эффектам: эффекту дохода и эффекту замещения

- **Эффект дохода** это доля изменения величины предъявленного спроса на подешевевший товар, вызванная соответствующим увеличением реального дохода
- **Эффект замещения** – это доля увеличения спроса на подешевевший товар, которая вызвана замещением этим более дешевым товаром остальных, ставших в новых условиях сравнительно дорогими

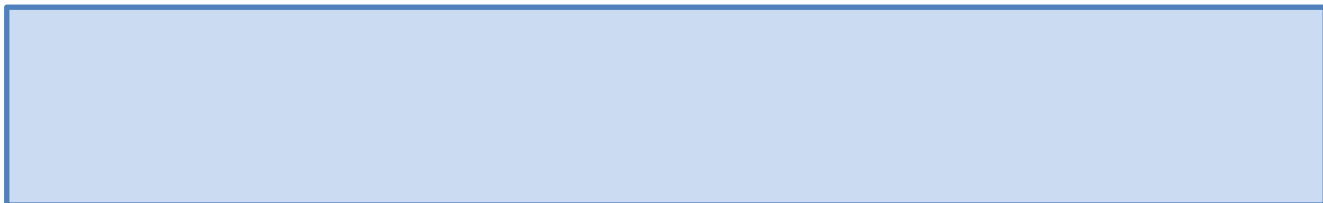
Спрос на благо в результате изменения цены или реального дохода может изменяться различным образом



Если потребители желают купить большее количество данного товара по мере роста доходов, то он считается нормальным товаром



Благо, спрос на которое растет при росте цен и падает при их снижении, называется малоценным или низкоконтрастным товаром



- В случае с нормальными товарами эффект дохода и эффект замещения суммируются, так как происходит расширение потребления нормальных товаров
- Для низкокачественных товаров эффект дохода и эффект замещения вычитаются

потребителя
скромное место, то
в случае снижения
цены
положительный

случае
цены на него
отрицательный
эффект дохода
перекрывает
положительный
эффект

потребителей, а
на который при
прочих равных
условиях изменяется
в том же
направлении