



Новосибирский государственный  
технический университет

Кафедра экономической теории

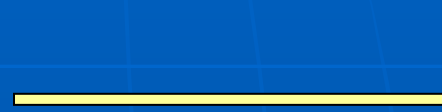
# Лекция 3

# Теория поведения потребителя

Преподаватель: **Малышева** Екатерина Валерьевна

Перед каждым потребителем  
стоят три вопроса:

1) Что купить?



**Полезность**  
блага для  
потребителя

2) Сколько стоит?



Исследование  
**цен**

3) Хватит ли денег,  
осуществить

чтобы  
покупку?



Определить  
**доход**  
потребителя

Эти три проблемы – полезность, цена и доход – и составляют содержание теории поведения потребителя.

# 1. Потребительский выбор

- Полезность блага (utility of good) – это способность экономического блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей.
- **Закономерность:** потребляемые последовательно части какого-либо блага обладают убывающей полезностью для потребителя.

# 1.1. Кардиналистский подход

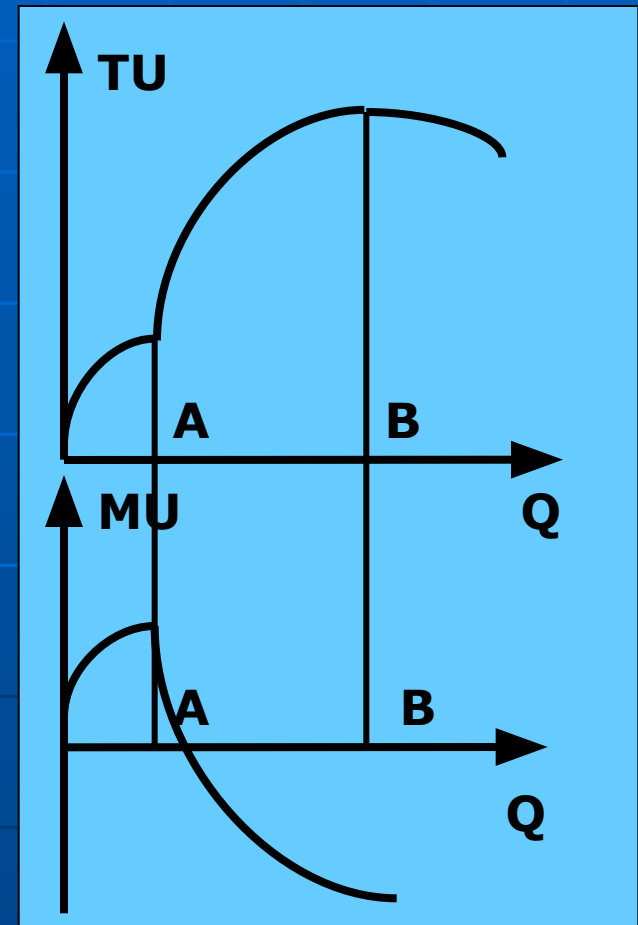
- Предпосылка: каждый потребитель знает, какую полезность принесет ему то или иное благо
- Он может измерить эту полезность в ЮТИЛЯХ (от англ. utility - полезность)

# Предпосылки теории поведения потребителя

- денежный доход потребителя ограничен;
- цены не зависят от количества благ, покупаемых отдельными домохозяйствами;
- все покупатели прекрасно представляют предельную полезность всех продуктов;
- потребители стремятся максимизировать совокупную полезность.

# Общая и предельная полезность

Общая полезность с увеличением количества благ возрастает, предельная полезность (marginal utility) - MU - каждой дополнительной единицы блага неуклонно уменьшается.



# Постулаты ТПП

- *Множественность видов потребления.* Каждый потребитель желает потреблять множество разнообразных индивидуальных благ.
- *Ненасыщенность.* Потребитель стремится иметь большее количество любых товаров и услуг, он не пересыщен ни одним из них. Предельная полезность всех экономических благ всегда положительна.
- *Транзитивность.* Теория потребительского выбора исходит из постоянства и определенной согласованности вкусов потребителя.
- *Субституция.* Потребитель согласен отказаться от небольшого количества блага А, если ему предложат взамен большее количество блага-субститута.
- *Убывающая предельная полезность.* Предельная полезность какого-либо блага зависит от его общего количества, которым располагает данный потребитель.

# Максимизация полезности

- Функция полезности максимизируется в том случае, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что **каждый последний рубль** (доллар, марка, фунт и т. д.), затраченный на приобретение любого блага, **приносит одинаковую предельную полезность**.
- Соотношение между предельными полезностями любых благ равно соотношению их цен, то есть

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

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

где  $\lambda$  - предельная полезность денег.



# Потребительский спрос



## Функциональный

## Нефункциональный

такая часть спроса, которая обусловлена потребительскими свойствами, присущими самому экономическому благу.

такая часть спроса, которая обусловлена факторами, которые непосредственно не связаны с экономическим благом.

### Социальный

### Спекулятивный

### Иррациональный

### Эффект

### присоединения к большинству

### Эффект снобар

### Эффект Веблена

Потребитель покупает тот же самый товар, который покупают другие. Он зависит от мнения других потребителей, и эта зависимость прямая.

ожидания, стремление овладеть вышедшим из моды товаром. И здесь будущий потребитель зависит от выбора других, но это зависимость (обратная). товаров в настоящем

незапланированный спрос, возникающий под влиянием сиюминутного желания, связанного с изменением времени, при этом купив более высокую (или более низкую) цену

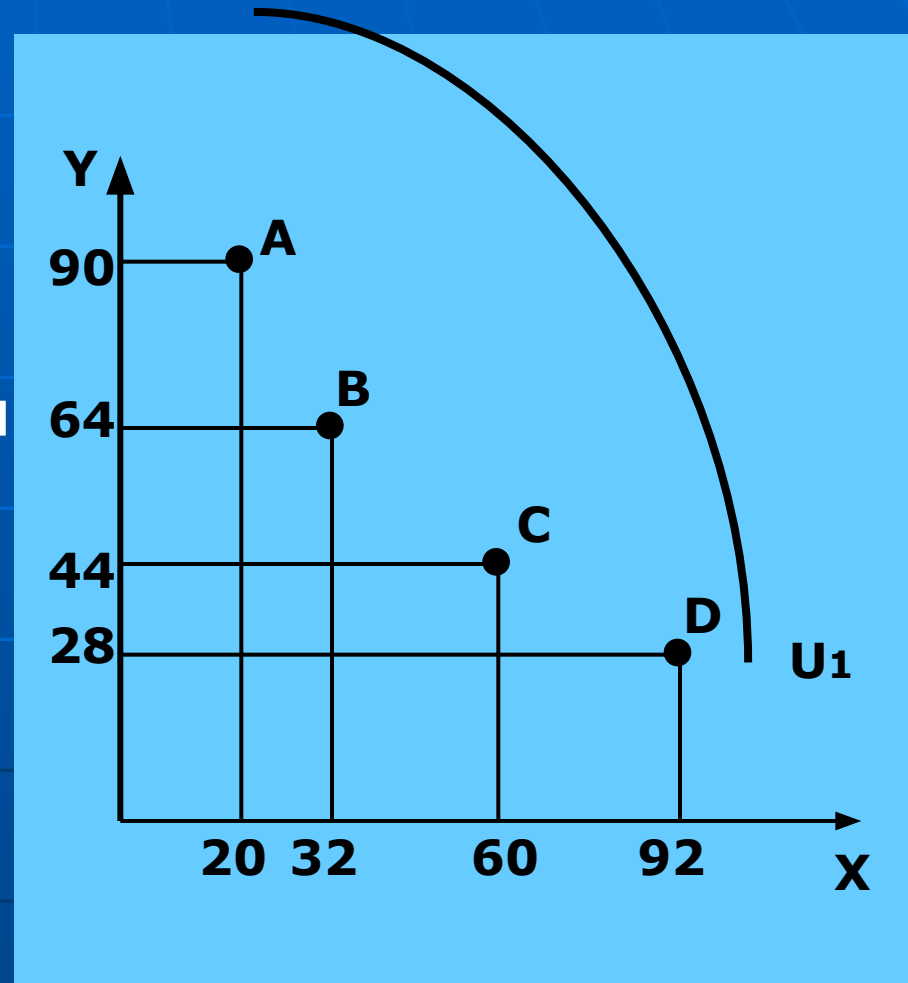
## 1.2. Ординалистский подход

- Полезность товаров и услуг для разных потребителей не одинакова, использование ютилей для измерения полезности не является совершенным способом.
- Прибегают к использованию ординалистского метода или метода предпочтений. В этом случае потребитель должен уметь упорядочить товары или их наборы по степени предпочтительности.
- Задача максимизации полезности сводится к выбору наиболее предпочтительного набора товаров.

- В основе метода лежит геометрическое совмещение двух типов кривых: *кривой безразличия* и *бюджетной линии*.
- *Кривая безразличия* – линия, каждая точка которой представляет комбинацию различных товаров, дающих потребителю одинаковый уровень полезности, то есть потребителю безразлично какую комбинацию выбрать.

# Кривые безразличия

- Предположим, что имеются только два товара – продукты питания и непродовольственные товары (X и Y). Кривая безразличия будет выглядеть следующим образом:



потребитель в точках A, B, C, D реализует одинаковую общую полезность, поэтому ему безразлично какую комбинацию выбрать

## *Свойства кривых безразличия (КБ):*

- КБ не пересекаются;
- Каждая КБ, расположенная левее, соответствует меньшей общей полезности;
- КБ имеют отрицательный наклон, так как выражают обратную зависимость между количествами товаров  $X$  и  $Y$ ;
- КБ выпукла к началу координат. Наклон КБ отражает величину предельной нормы замещения.

# Предельная норма замещения

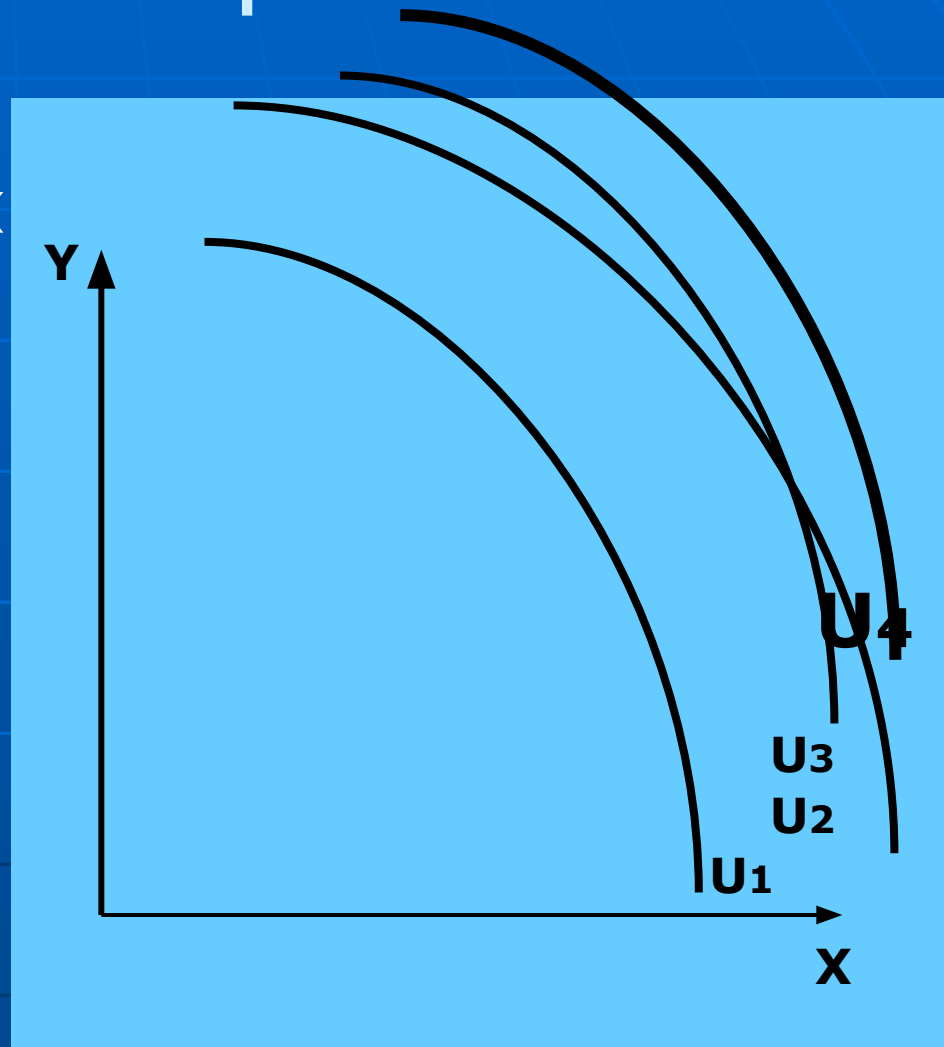
показывает: от какого количества товара  $Y$  потребитель должен отказаться для приобретения одной дополнительной единицы товара  $X$  так, чтобы при этом получить то же самое удовлетворение.

$$MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{dY}{dX} = \frac{\partial Y}{\partial X}$$

# Карта кривых безразличия

- Множество кривых безразличия называется картой кривых безразличия

$$U_1 < U_2 < U_3 < U_4$$



# Взаимодополняемые товары

- Взаимодополняемость благ – свойство товаров или услуг удовлетворять потребности (личные или производственные) лишь в комплексе друг с другом.
- Взаимодополняемые блага называются комплиментарными благами.

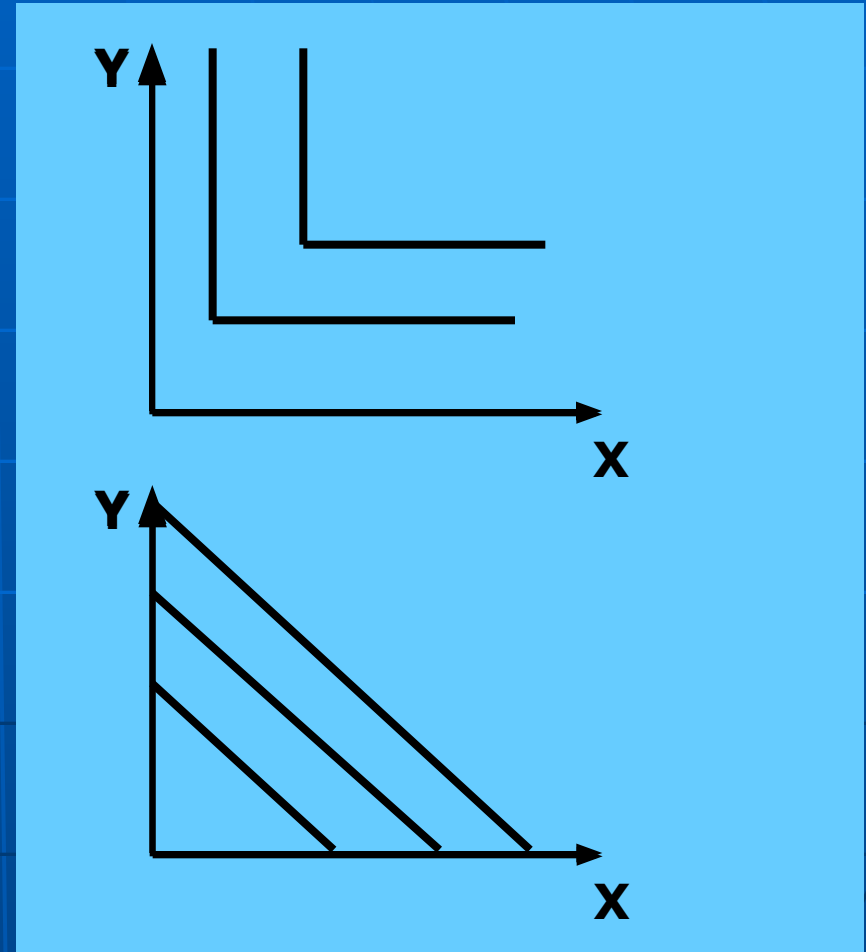


# Взаимозаменяемые блага

- Удовлетворяют одну и ту же потребность
- Если два продукта взаимозаменяемы, между ценой на один из них и спросом на другой существует прямая связь.

У

- Взаимодополняемость бывает абсолютной (жесткой), когда одному благу соответствует определенное количество другого блага.
- совершенная взаимозаменяемость изображается параллельными кривыми безразличия. Предельная норма замещения в этом случае постоянна:  $MRS = const$



# Бюджетное ограничение и потребительский выбор

- Карта безразличия дает графическое отображение системы потребительских предпочтений в отношении различных товаров и услуг.
- Потребитель будет стремиться к наиболее удаленной от начала координат кривой безразличия.
- Но на выбор потребителя оказывают влияние бюджетные ограничения, связанные с ограниченными денежными доходами потребителя и уровнем цен приобретаемых товаров.
- Поэтому бюджетная линия отражает объективные рыночные характеристики, касающиеся величины доходов и цен.

# Бюджетное ограничение

- Потребитель весь свой доход  $I$  тратит только на два товара  $X$  и  $Y$ , то бюджетное ограничение можно записать в следующем виде:

$$I = P_x \times X + P_y \times Y,$$

$$\text{или } Y = I/P_y - X \times P_x/P_y.$$

Здесь  $I$  - доход потребителя,

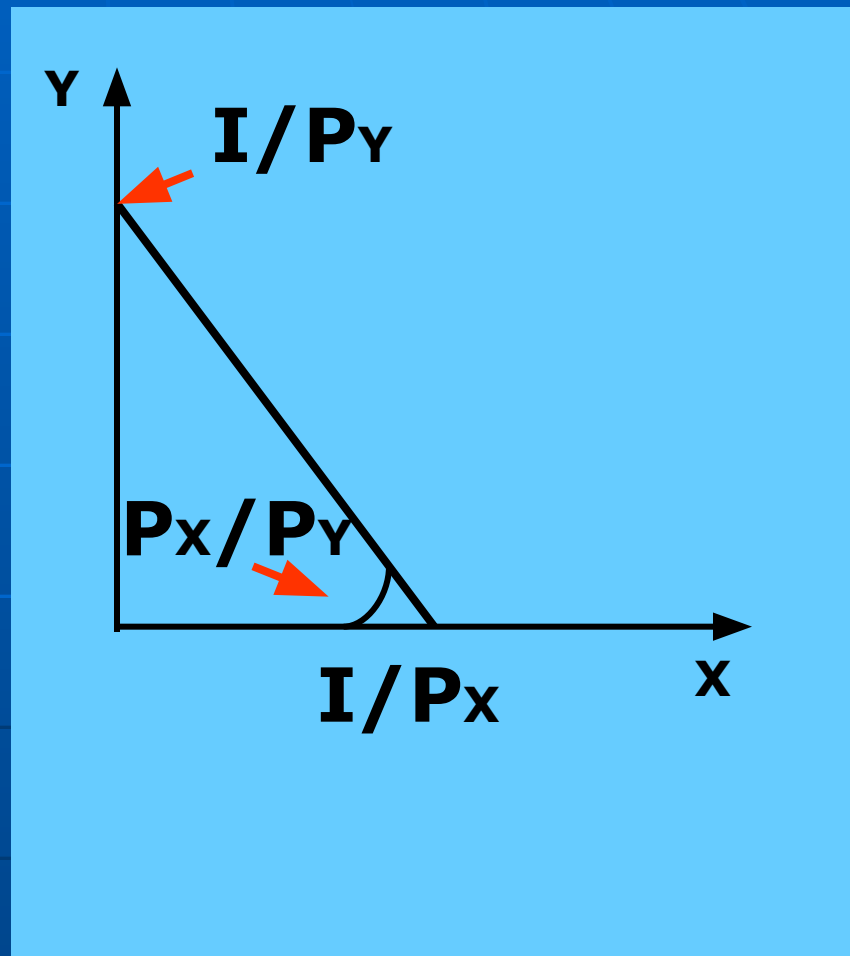
$P_x, P_y$  - цены товаров  $X$  и  $Y$ ,

$X, Y$  – кол-во приобретаемых благ.

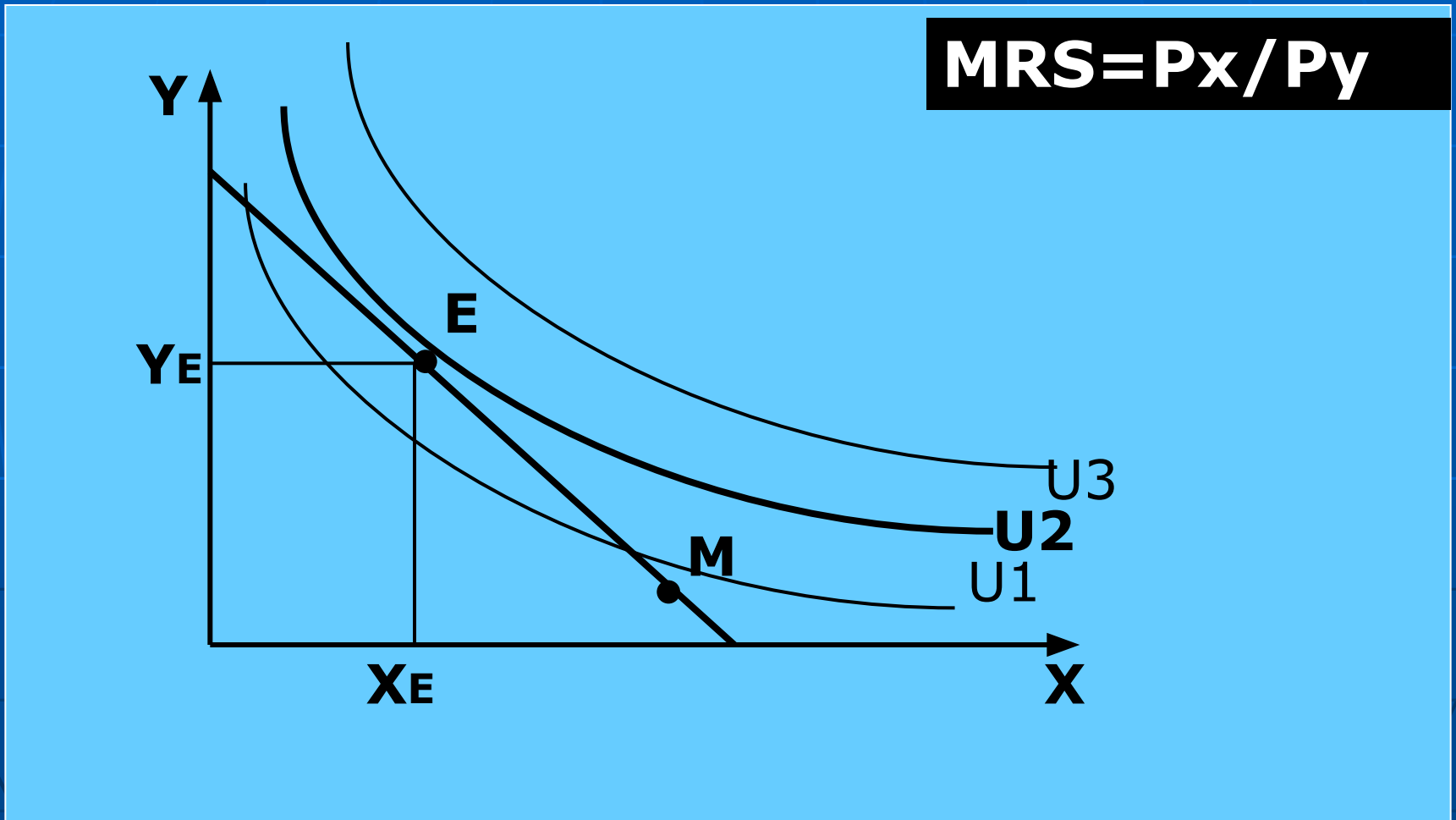
X

Бюджетное ограничение потребителя требует, чтобы сумма денег, затраченная на покупку обоих товаров, не превышала общей суммы денег, которую может израсходовать данный потребитель.

$$Y = I/P_Y - X \times P_X/P_Y$$



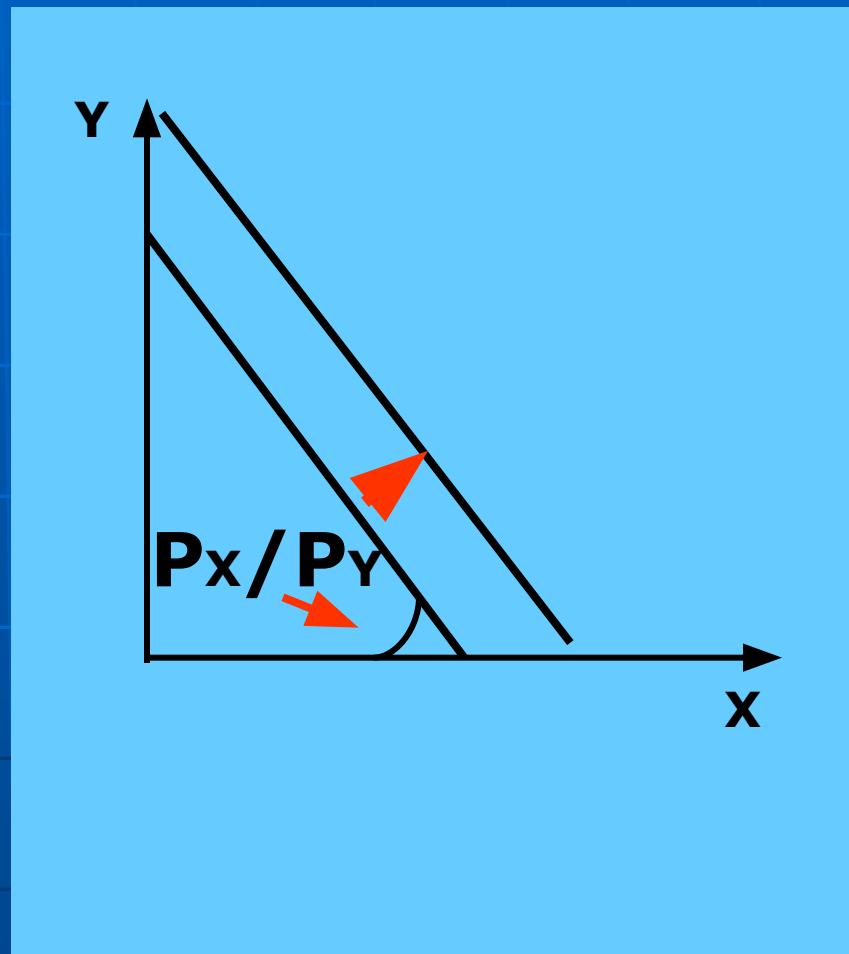
# Совместим теперь карту безразличия с бюджетной линией



# Реакция потребителя на изменение дохода

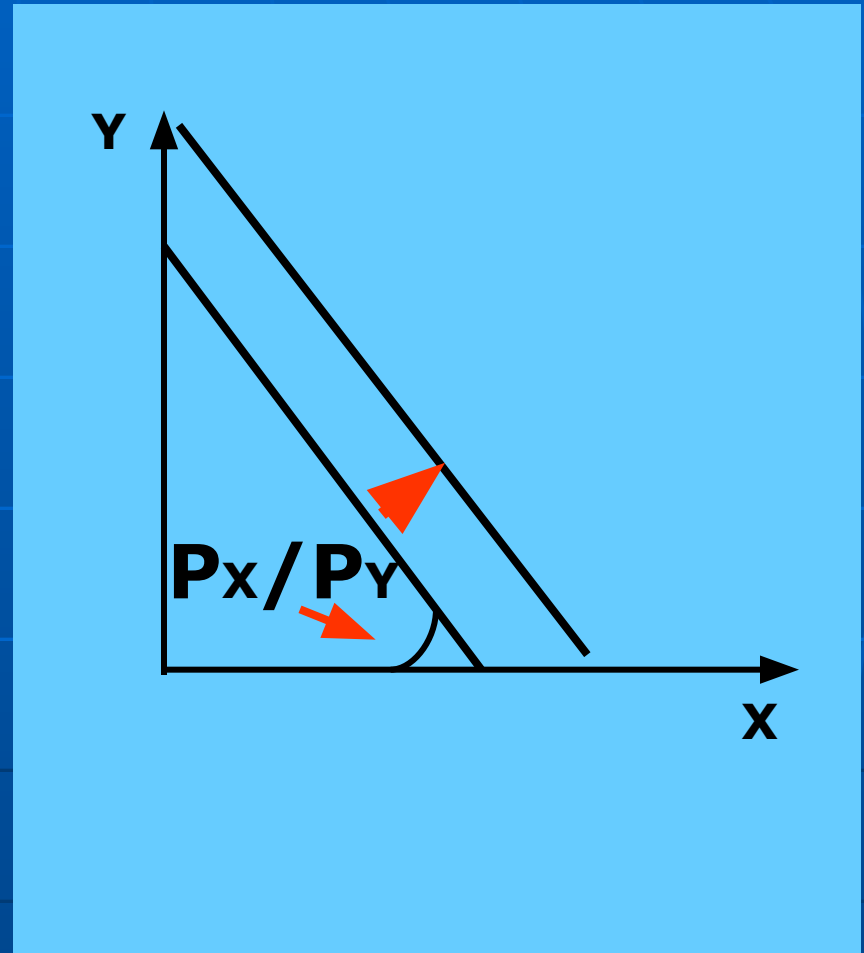
Рост денежного дохода приводит к параллельному смещению бюджетной линии вправо-вверх, снижение дохода сдвигает ее влево-вниз.

Потребитель изменяет структуру своих доходов.



# Реакция потребителя на изменение цен

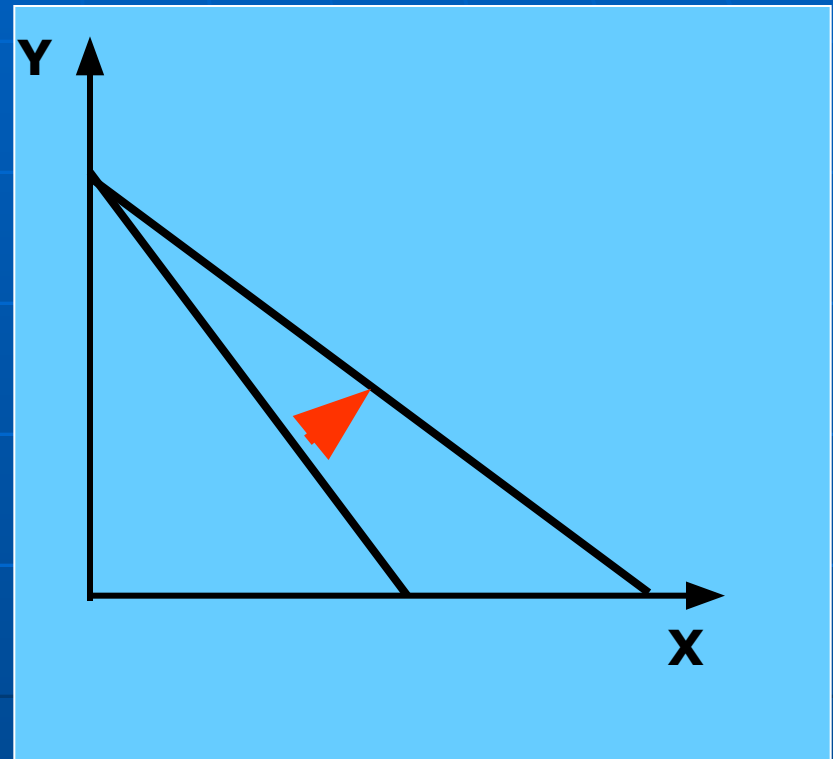
- Пропорционально изменяются цены обоих товаров, а доход и система предпочтений потребителя остаются неизменными. Угловой коэффициент БЛ остается таким же, значит происходит параллельный сдвиг.





# Реакция потребителя на изменение цен

- Изменяется цена одного из товаров.
- При снижении цены товара X покупатель может приобрести большее его количество при том же доходе. Поэтому бюджетная линия поворачивается вокруг точки на оси ординат против часовой стрелки и сдвигается вправо по оси абсцисс. При этом покупателю становятся доступны все более удаленные от начала координат кривые безразличия.



$P_x \downarrow$