

Тема 3. Теория поведения потребителя

Вопросы:

3.1. Понятие общей совокупной и предельной полезности блага

3.2. Направления теории полезности

3.2.1. Количественная теория полезности

3.2.2. Порядковая теория полезности

3.3. Кривые безразличия и их свойства

3.4. Бюджетная линия и ее свойства

3.5. Графическая интерпретация потребительского равновесия

3.5.1. Факторы, влияющие на поведение потребителя

3.1. Понятие общей совокупной и предельной полезности блага

Каждый потребитель вынужден решать для себя три вопроса: 1) Что купить? 2) Сколько это стоит? 3) Хватит ли у него денег на покупку?

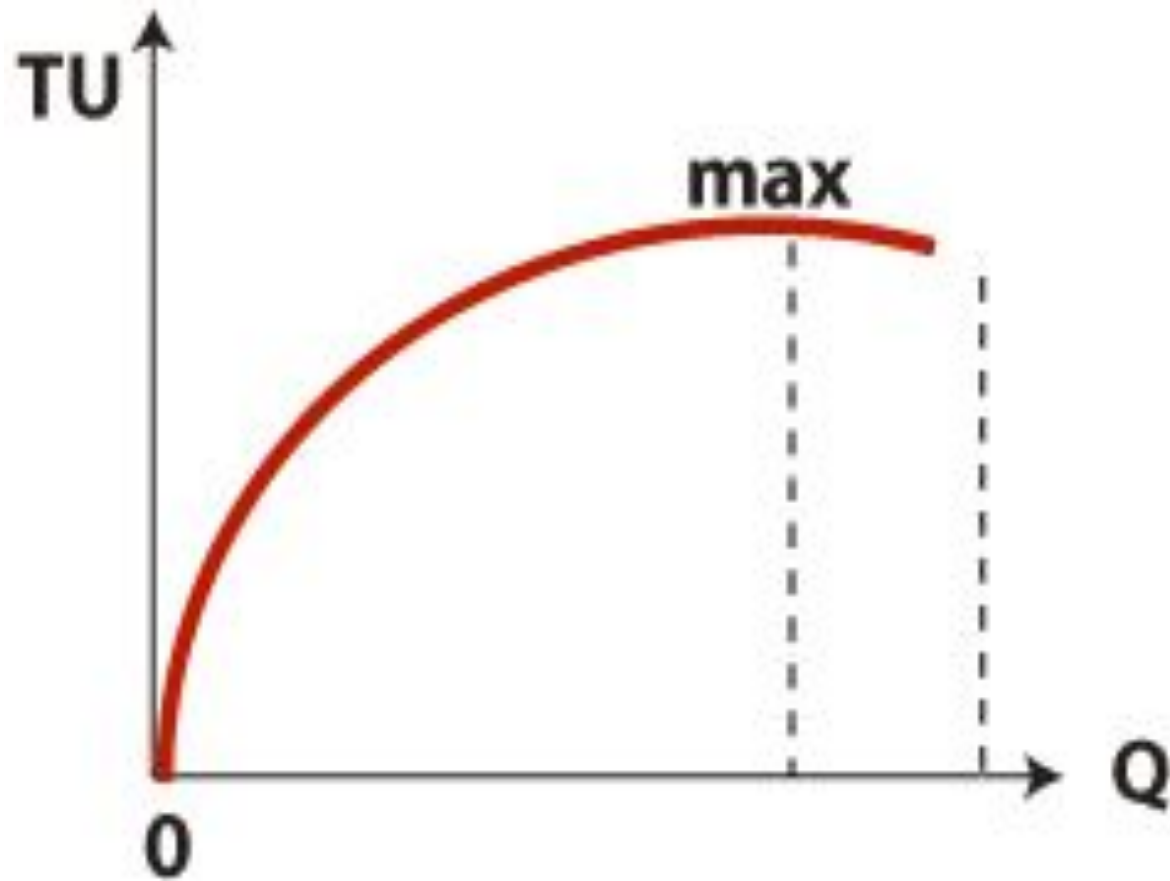
Чтобы ответить на первый вопрос, нам необходимо выяснить полезность блага для потребителя. Чтобы ответить на второй – исследовать цену. Чтобы решить третий – определить доход потребителя.

Эти три проблемы – **полезность, цена, доход** – тесно взаимосвязаны и составляют ***содержание теории потребителя.***

- **Полезность (потребительная стоимость - utility of good)** (введено в оборот английским философом И. Бентамом) – это способность экономического блага удовлетворять потребности. Например, хлеб удовлетворяет физическую потребность человека, а книги — духовную. Таким образом, **полезность** — это удовлетворение или удовольствие, получаемое потребителем от потребления товара или услуги (или от потребления набора товаров и услуг).
- Экономисты вывели единицу измерения полезности - **ютиль**.

Общая, суммарная (совокупная) полезность (Total Utility) – это удовлетворение, получаемое покупателем от потребления общего количества благ за определённый промежуток времени. Она возрастает с каждой последующей порцией потребляемого блага и равняется максимуму при полном насыщении благом, убывая после точки максимума.

$$TU = MU_1 + MU_2 + \dots + MU_n$$

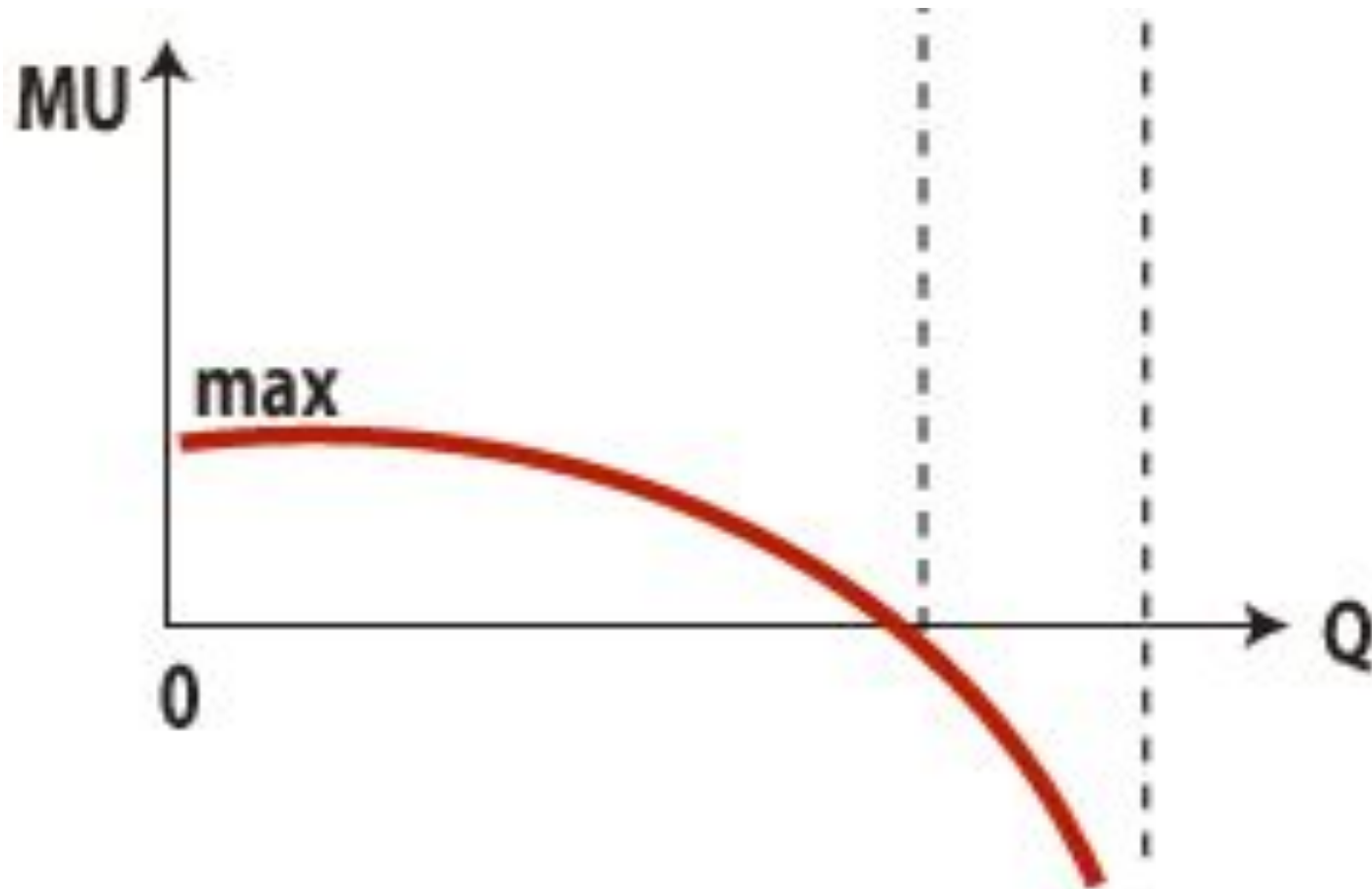


В экономическом анализе важное значение приобретает не просто полезность, а предельная полезность продукта.

Предельная полезность (MU) — дополнительная полезность, которую извлекает потребитель из одной дополнительной единицы товара или услуги.

Предельная полезность — это понятие абстрактное, она выражает степень субъективной удовлетворенности от потребления дополнительной единицы продукта.

График предельной полезности (MU)



Например

Купил пирожок. Съел. Захотелось еще — уж очень вкусные пирожки! Купил второй. Съел. Если есть деньги в кошельке, то можно купить и третий, и четвертый и т.д. Однако здесь есть большое но! Практика показывает, что **полезность каждой последующей единицы продукта** (в нашем случае пирожка) **будет падать**. И такая связь носит постоянный и устойчивый характер. **На определенном этапе предельная полезность становится нулевой, даже отрицательной**. Можно ли измерить предельную полезность? **Предельная полезность — это понятие субъективное**, она выражает степень удовлетворенности от потребления дополнительной единицы продукта и точному количественному измерению она не

3.2. Направления теории полезности

В самой теории полезности существуют два направления: **кардиналистское и ординалистское.**

Исторически и методологически кардиналистская (количественная) теория потребительского поведения предшествовала ординалистской (порядковая).

3.2.1. Кардиналистская (количественная) теория полезности

Основополагающим положением количественной теории являлся постулат об убывании предельной полезности благ или закон убывающей предельной полезности. Опираясь на него можно сформулировать **правило равновесия потребителя**, т.е. ситуации, когда потребитель, ограниченный своим бюджетом, не может увеличить **общую полезность** расходуя меньше средств на приобретение одного блага и больше – на приобретение другого (правило максимизации предельной полезности).

Закон убывающей предельной полезности

Поскольку по мере потребления дополнительных единиц блага потребность покупателя будет постепенно удовлетворяться (насыщаться), предельная полезность каждой последующей единицы блага будет убывать.

**Закон убывающей предельной
полезности** (первый закон Германа Госсена) гласит: по мере того как потребитель увеличивает потребление товара или услуги, предельная полезность каждой дополнительной единицы блага сокращается.

- Закон убывающей предельной полезности лежит в основе определения спроса и объясняет, почему кривая спроса является нисходящей. Чем большим запасом блага обладает потребитель, тем меньшую ценность для него имеет каждая следующая дополнительная его единица.
- В связи с этим, производители должны понижать цену, для того, чтобы побуждать потребителей к увеличению покупок.

Правило максимизации полезности

Потребитель стремится получить максимальное удовлетворение, или полезность, используя свой ограниченный доход.

Рациональный потребитель будет приобретать в первую очередь блага, приносящие наибольшую полезность. Потребитель будет наращивать потребление каждого блага до тех пор, пока предельные полезности этих благ не сравняются.

Это правило легло в основу **второго закона Госсена**: чтобы получить максимум полезности доход потребителя должен быть распределен таким образом, чтобы каждая последняя денежная единица, затраченная на приобретение каждого вида продуктов, приносила бы одинаковую добавочную (предельную) полезность.

На языке алгебры правило максимизации полезности выглядит следующим образом:

$$\frac{\text{MU продукта A}}{\text{цена продукта A}} = \frac{\text{MU продукта B}}{\text{цена продукта B}}$$

где **MU** (предельная полезность) в расчете на рубль (доллар), затраченный на продукт **A**, деленная на цену продукта **A**, должна быть равна **MU** (предельной полезности) в расчете на рубль (доллар), затраченный на продукт **B**, делённый на цену продукта **B**.

В данном правиле под ограниченными ресурсами потребителя в первую очередь понимается его ограниченный доход и потребитель должен так распорядиться своим бюджетом, чтобы приобретённый им набор благ приносил бы максимальную полезность.

Если потребитель уравнивает свои предельные полезности в соответствии с правилом максимизации полезности, ничто не будет его побуждать к изменению структуры расходов.

Потребитель будет в **состоянии равновесия**, и совокупная полезность понизится при любом изменении набора приобретаемых товаров. В связи с этим произойдёт перераспределение потребительских расходов между благами в пользу блага с более высоким уровнем предельной полезности в расчёте на денежные единицы, что приведёт к увеличению совокупной полезности для

Для восстановления равновесия, исходя из закона убывающей предельной полезности, существуют два пути:

1. Необходимо увеличить предельную полезность первого блага, для чего следует сократить потребление этого относительно дорогого товара.

2. Следует уменьшить предельную полезность второго блага, увеличив потребление этого относительно дешёвого блага.

Поступая таким образом, потребитель будет действовать в точном соответствии с законом спроса и вновь достигнет состояния потребительского равновесия и сможет максимизировать получаемую полезность.

3.2.2. Ординалистская (порядковая) теория потребительского поведения

исходит из того, что потребитель не может численно измерить количество получаемой от потребления блага полезности, но может сравнивать и ранжировать наборы благ с позиции их предпочтительности.

Экономическая модель потребительского выбора базируется на нескольких постулатах, характеризующих отношения предпочтения и безразличия потребителя:

1. Ненасыщенность. Потребности в благах не имеют насыщения. Люди всегда предпочитают большее количество данного блага меньшему. Более высокую оценку потребителя и его предпочтения получит тот набор, в который входит большее количество благ. Под это положение не подходят некоторые продукты, т. н. антиблага – загрязнение окружающей среды, шум, сигаретный дым и пр., снижающие благосостояние индивида.

2. Сравнимость предпочтений. Принимая решение о приобретении блага или отказываясь от его покупки, потребитель в обоих случаях должен предварительно сформировать своё отношение к рассматриваемому благу. Потребитель ранжирует альтернативные блага и выбирать из них лучшее или равноценное.

3. Транзитивность предпочтений. Принимая решение о покупке, потребитель должен последовательно переносить свои предпочтения с одних благ на другие.

Каждый потребитель желает приобрести различные блага, и в реально потребляемых наборах число видов благ достаточно велико. Однако для изучения закономерностей процессов потребления можно ограничиться всего двумя

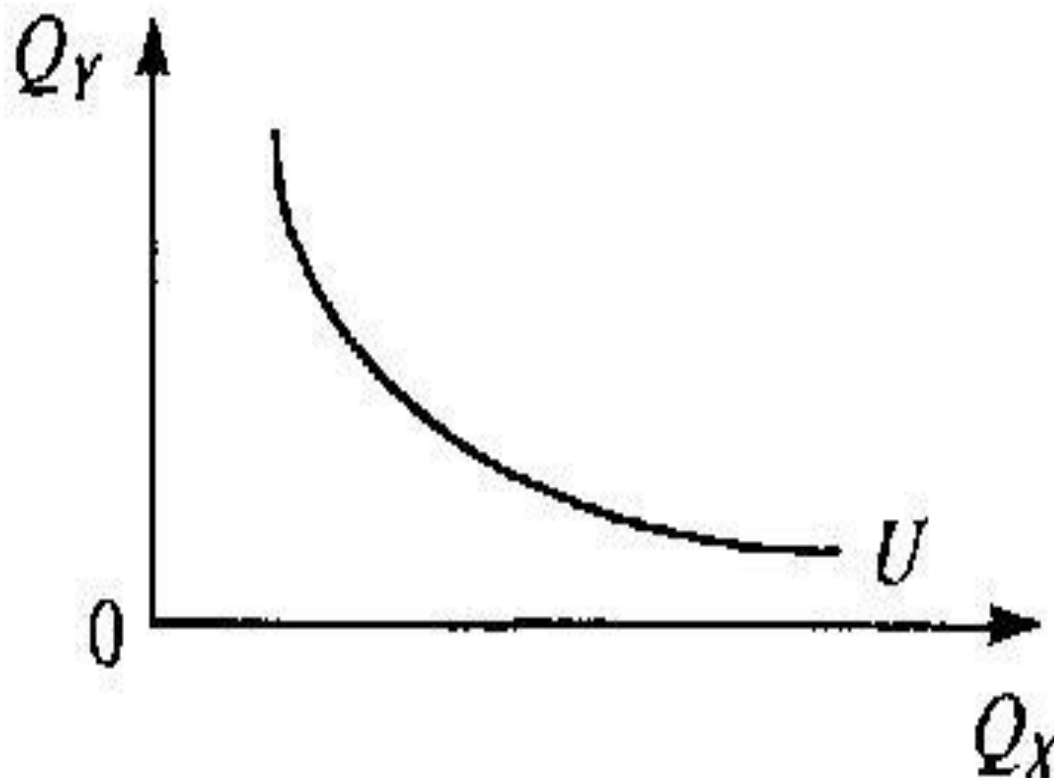
3.3. Кривые безразличия и их свойства

Предположим, что потребитель имеет набор благ, состоящий из X и Y . Все соотношения количеств этих благ для него равноценны, т.е. потребителю безразлично, какой набор выбрать. Следовательно, эти товары принадлежат к набору безразличия.

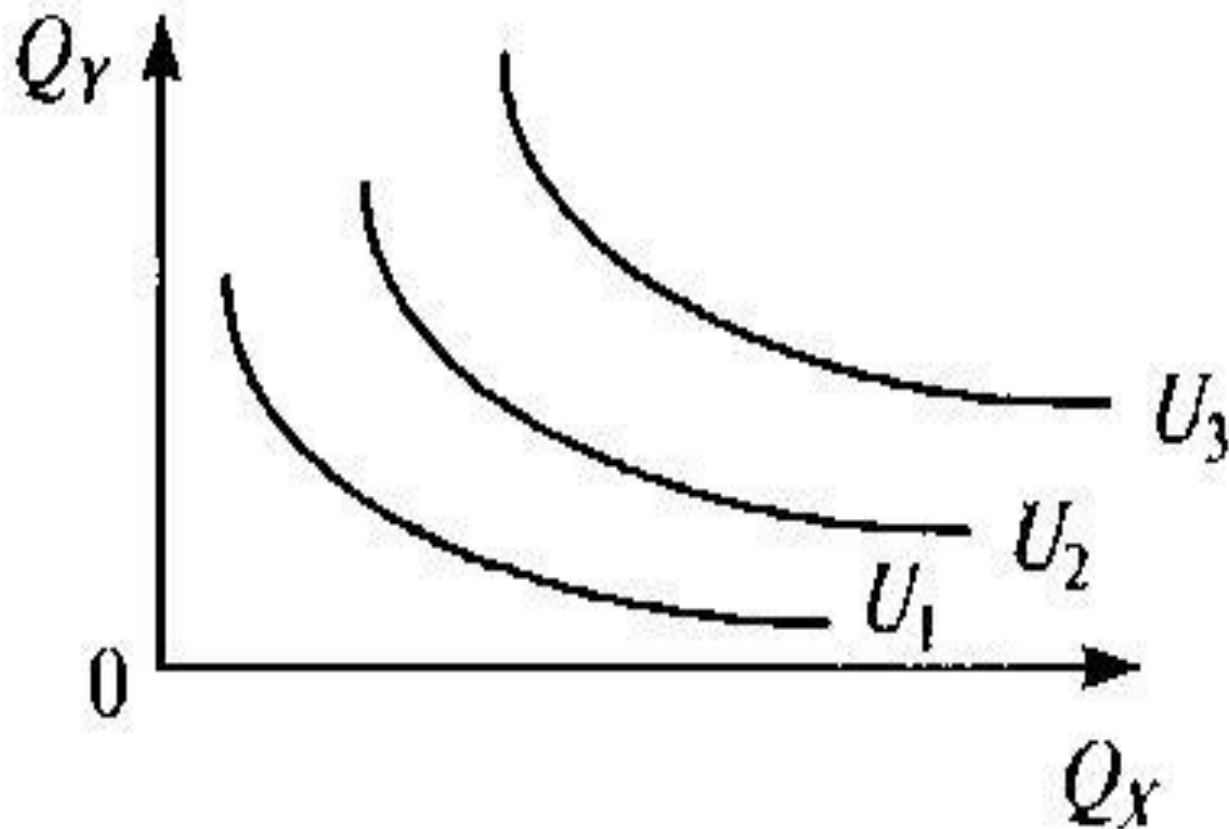
Набор безразличия – это набор вариантов потребительского выбора, каждый из которых обладает одинаковой полезностью и поэтому не имеет предпочтения перед другими.

Кривая безразличия является графическим отображением набора безразличия, характеризуя совокупность наборов благ, обеспечивающих потребителю равный объём удовлетворения потребностей, т.е. приносящих ему одинаковую полезность.

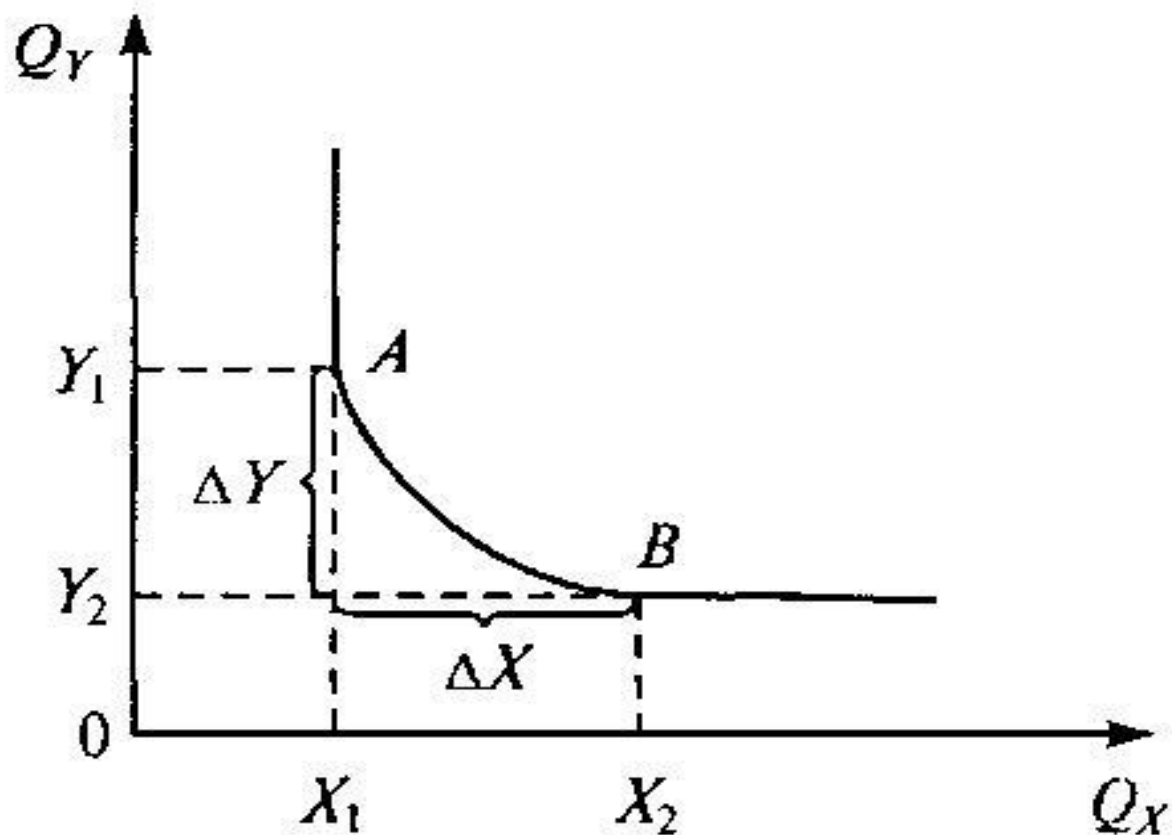
Кривая безразличия является графическим отображением набора безразличия, характеризующая совокупность наборов благ, обеспечивающих потребителю равный объём удовлетворения потребностей, т.е. приносящих ему одинаковую полезность.



Карта кривых безразличия показывает совокупность кривых безразличия, соответствующих различным уровням полезности для одного потребителя и одной пары благ. Каждая следующая кривая безразличия, проходящая дальше от начала координат, предполагает относительно большую величину полезности.



Зона замещения (субституции) — участок кривой безразличия, на котором возможна эффективная замена одного блага другим.



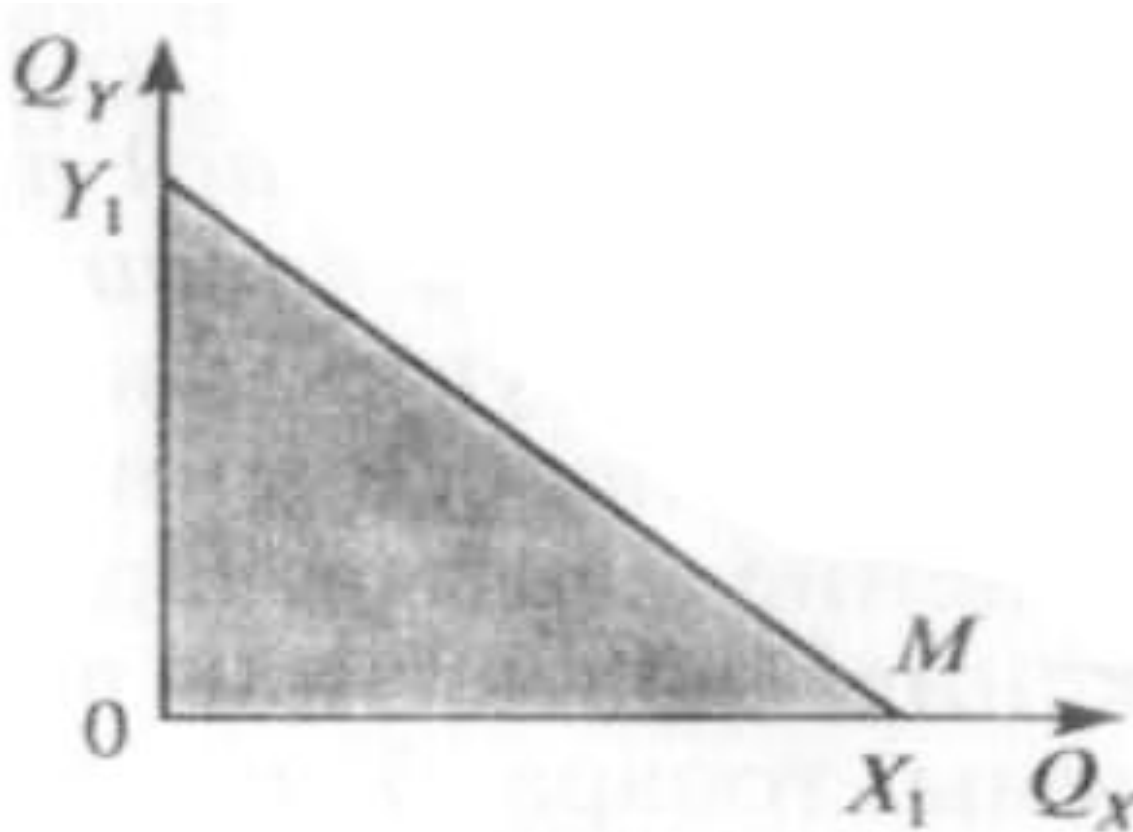
3.4. Бюджетная линия и ее свойства

В то время как кривые безразличия описывают систему предпочтений потребителя, бюджетная линия характеризует множество доступных потребителю вариантов.

Бюджетное ограничение показывает, какие потребительские наборы доступны потребителю при данных ценах и доходе. Бюджетное ограничение обычно описывается $P_X Q_X + P_Y Q_Y \leq M$,

где P_X и P_Y — цена товара X и Y ; Q_X и Q_Y — количества товаров X и Y ; M — располагаемый доход потребителя. Это условие означает, что сумма затрат на все блага не превышает дохода потребителя.

Графически механизм бюджетного сдерживания можно представить в виде **бюджетной линии**



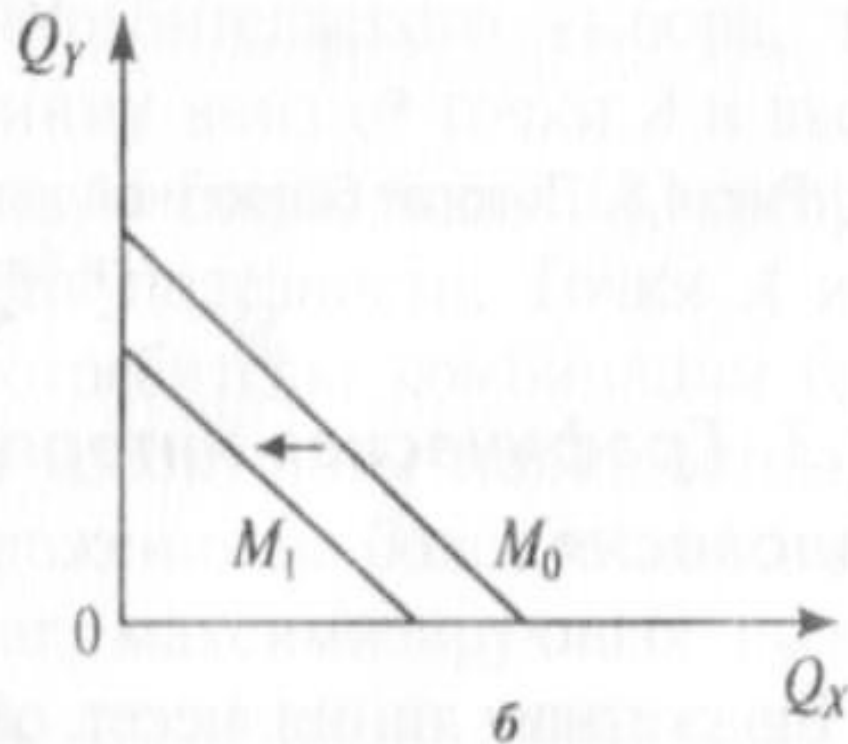
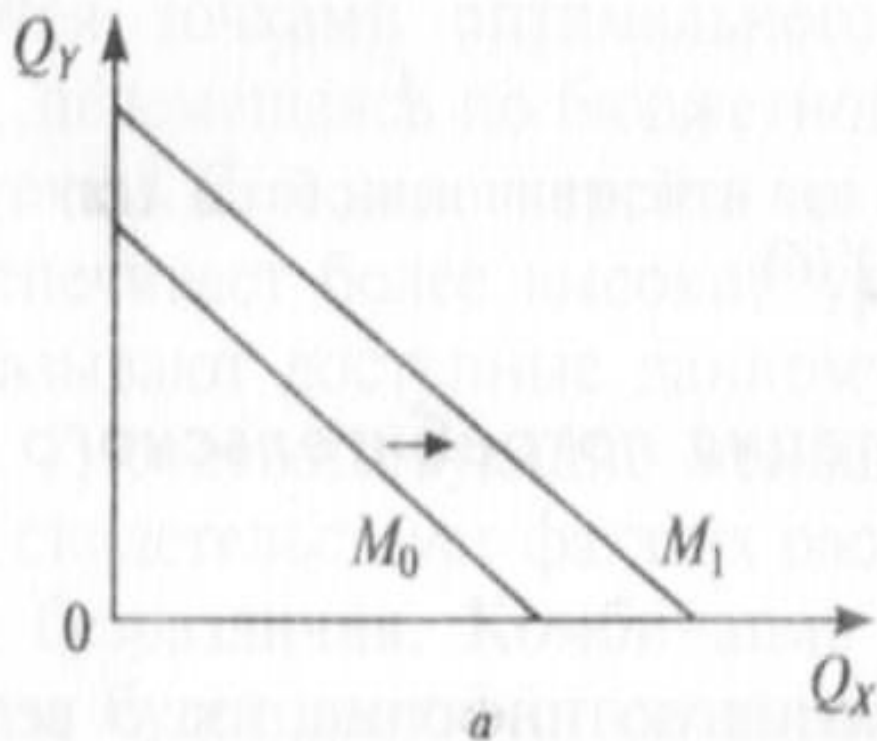
Бюджетная линия показывает различные комбинации двух продуктов, которые могут быть приобретены при фиксированной величине денежного дохода и ценах.

Рассмотрим некоторые свойства бюджетной линии:

1. Бюджетная линия имеет отрицательный наклон.

Поскольку наборы благ, находящиеся на бюджетной линии, имеют равную стоимость, то увеличение покупок одного блага возможно только при сокращении покупок другого блага. Любая кривая, выражающая обратную связь переменных, имеет отрицательный наклон (см. рис).

Смещение бюджетной линии при изменении реального дохода



2. Расположение бюджетной линии зависит от величины денежного дохода.

Увеличение денежного дохода потребителя при неизменных ценах приводит к параллельному перемещению бюджетной линии вправо (рисунок а). Уменьшение денежного дохода потребителя при неизменных ценах приводит к параллельному перемещению бюджетной линии влево (рисунок б). Изменение дохода потребителя не меняет угла наклона бюджетной линии, но меняет координаты точек пересечения бюджетной линии с осями координат.

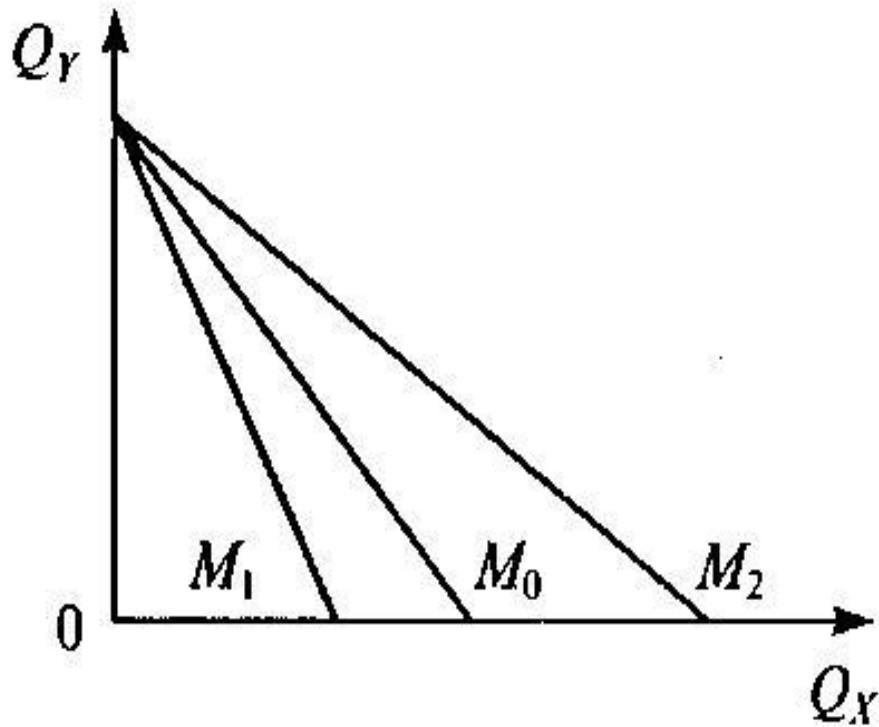
3. Коэффициент наклона бюджетной линии равен соотношению цен благ, взятому с противоположным знаком. Коэффициент наклона бюджетной линии представляет собой отношение цены блага, отсчитываемого по горизонтали, к цене блага, отсчитываемого по вертикали, т. е. крутизна наклона равна ($- P_x / P_y$)

Знак "-" указывает на отрицательный наклон бюджетной линии, поскольку цены на товар X и Y являются положительными величинами. Иными словами, потребитель должен воздержаться от приобретения какого-то количества товара X, чтобы иметь для покупки единицы товара Y.

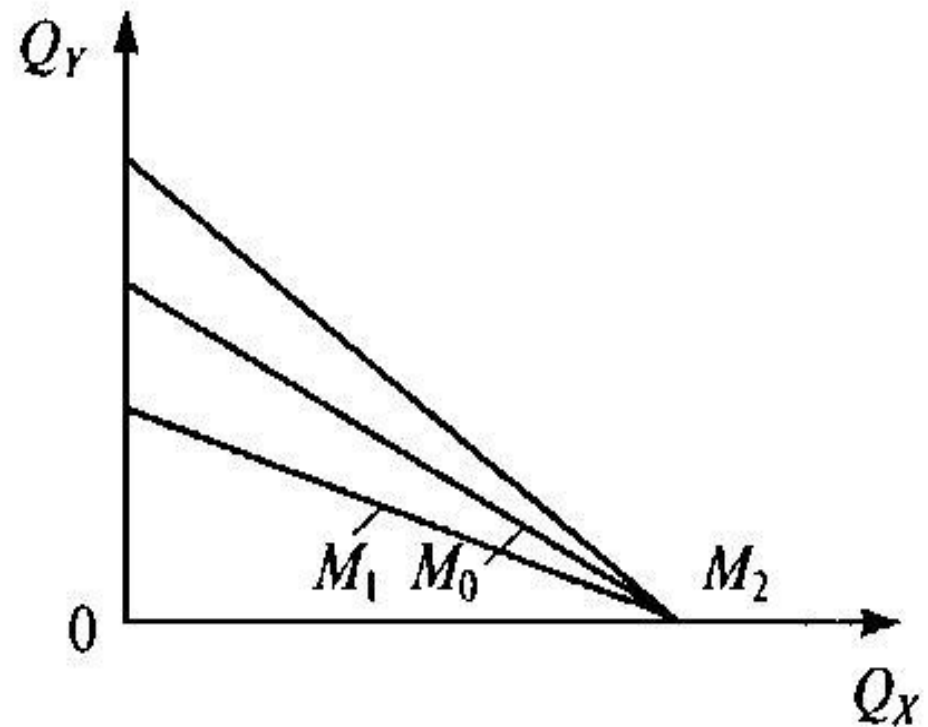
4. Изменение цен продуктов приводит к изменению угла наклона бюджетной линии.

Изменение цены одного блага приводит к изменению угла наклона бюджетной линии и изменению одной из точек пересечения бюджетной линии с осями координат. Изменение цены товара X и воздействие этого изменения на положение бюджетной линии показано на рисунке. Изменение цены товара Y и воздействие этого изменения на положение бюджетной линии показано на рисунке. Изменение цен обоих продуктов эквивалентно изменению реального дохода потребителя и перемещает бюджетную линию вправо или влево.

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



а



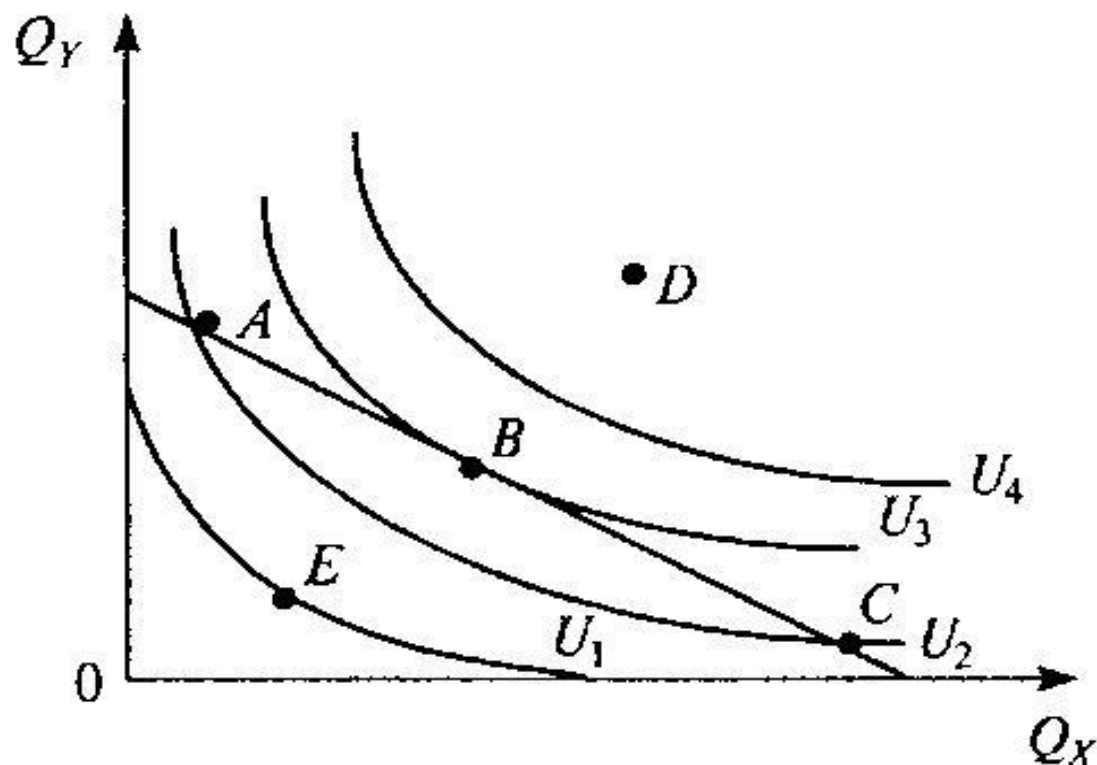
б

3.5. Графическая интерпретация потребительского равновесия

Бюджетная линия несет объективную информацию о величине дохода потребителя и ценах на товары. Она показывает все доступные потребителю комбинации благ X и Y

Кривые безразличия несут субъективную информацию о предпочтениях потребителя и строятся на основе наборов безразличия. Совмещая бюджетную линию и карту безразличия, можно найти оптимум потребителя.

Точка оптимума потребителя не может лежать ниже бюджетной линии, так как это означало бы, что часть дохода потребителя осталась неизрасходованной. Это противоречит допущениям ординалистской теории потребительского поведения, в частности первому постулату о ненасыщаемости, который утверждает, что люди всегда предпочитают большее количество данного блага меньшему. Следовательно, точка E , лежащая на кривой безразличия U_1 не может быть точкой оптимума потребителя (см. рисунок).



3.5.1. Факторы влияющие на поведение потребителя

1. Цены. Поскольку величина дохода ограничена, а товары имеют заданные цены, потребитель не может купить все те продукты, которые ему бы хотелось. Потребителю приходится подбирать такую комбинацию товаров и услуг, которая *максимизировала бы удовлетворения его потребностей*. В этой связи возникает вопрос: как потребителю удастся, не выходя за пределы своего бюджета, приобрести именно те товары и услуги, при помощи которых можно максимизировать удовлетворение потребностей? Ответ на этот вопрос лежит в правиле максимизации полезности.

2. Доход потребителя. Этот «шаг» потребителя рассматривается как «бюджетное сдерживание». Денежный доход имеет ограниченную величину, поэтому можно купить ограниченное количество товаров. За несколькими исключениями — Рокфеллеры, Михаил Прохоров, Роман Абрамович, и король Саудовской Аравии — потребители испытывают на себе сдерживающее влияние бюджета.

3. Предпочтения. Средний потребитель имеет достаточно отчетливую систему предпочтений в отношении товаров и услуг, предлагаемых на рынке. Покупатели прекрасно представляют себе, какую предельную полезность они извлекут из каждой последующей единицы различных продуктов, которые они могут надумать купить.

4. Разумное поведение. Типичный потребитель стремится получить за свои деньги «все, что можно» или, используя специальную терминологию, максимизировать совокупную полезность. Иначе говоря, он хочет приобрести max товаров и услуг при min расходов. Такой «шаг» потребителя рассматривается как разумное поведение.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

...вопросы?