

# Тема 6. Теория потребительского поведения

Вопросы:

1. Закон предельной полезности.

2. Кривые безразличия.

Бюджетная линия.

3. Равновесие потребителя.

Эффект дохода и эффект замещения.

# Теория потребительского поведения

Исследует то, как ведет себя потребитель, какими мотивами он руководствуется, делая выбор в мире товаров, каковы закономерности, управляющие его поведением на рынке

## Методологические предпосылки современной теории потребительского поведения

### Свобода потребительского выбора.

Никто за потребителя не должен решать, какие из предлагаемых на рынке товаров ему приобретать, а какие нет. Такой потребитель не сможет подавать своим поведением «сигналы» производителю, что и в каких количествах производить. Иначе: дефицит или избыток товаров, очереди, спекуляция, «черный рынок»

Потребители ведут себя на рынке рационально, стремятся достичь максимального результата при ограниченных возможностях. Главный ограничитель потребителя - размер дохода и цены товаров, т.к. они при ограниченном доходе непосредственно определяют покупательную возможность потребителя

## Два подхода к определению полезности

количественный  
(кардиналистский)

порядковый  
(ординалистский)

# Количественная теория полезности

Исходит из того, что потребитель

дает субъективную оценку  
полезности

потребляемых экономических благ

пытается измерить

полезность потребляемых благ

визначою оцінюванню

Предельная полезность (MU) –  
полезность, извлекаемая  
потребителем из очередной  
дополнительной единицы  
блага

Общая полезность (TU) –  
это сумма всех предельных  
полезностей потребляемых  
экономических благ

## Принципы

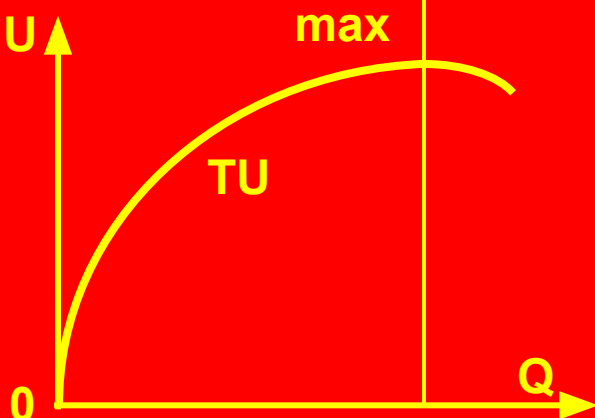
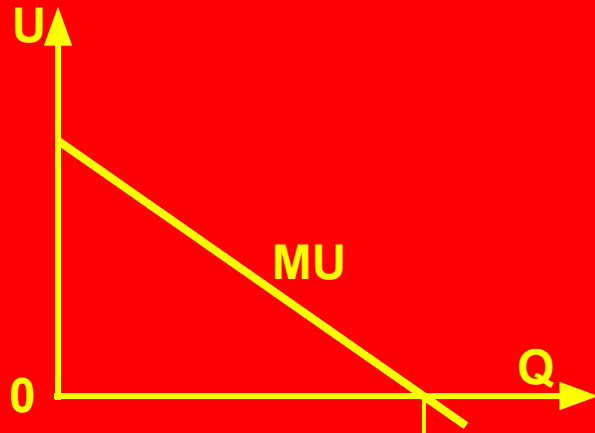
Потребности человека насыщаются  
постепенно, т.е. удовлетворяются  
по мере того, как используется благо;  
общая полезность при этом возрастает

Переход от неполного удовлетворения  
потребностей к полному происходит  
постепенно, т.е. по мере потребления  
интенсивность потребности уменьшается

**Закон убывающей  
предельной полезности**

Предельная полезность  
носит убывающий характер

# Общая и предельная полезность



Q - кол-во бутербродов	MU- предельная полезность	TU - общая полезность
1	5	5
2	4	9
3	3	12
4	2	14
5	1	15
6	0	15

# Гипотезы количественной теории

Расходуя свой бюджет, потребитель стремится получить максимум полезности от приобретаемых благ

Потребитель способен произвести количественную оценку полезности благ.

Ед. измерения – ютила

Предельная полезность убывает

Пример 1

Количество единиц блага	Вид блага			
	Булки	Кофе	Молоко	Бананы
I	36	32	29	25
II	33	30	28	23
III	28	26	26	20
IV	22	20	22	16
V	14	12	16	11
VI	4	2	8	4

# Условие равновесия потребителя

Пример 2

Количество ед. блага	Булка (P = 4 руб.)		Кофе (P = 5 руб.)	
	MU	MU/P	MU	MU/P
I	36	9	32	6,4
II	34	8,5	30	6
III	28	7	26	5,2
IV	22	5,5	20	4
V	14	3,5	12	2,4
VI	4	1	2	0,4

**Правило максимальной полезности  
(условие равновесия потребителя)**

$MU_x / P_x = MU_y / P_y = MU_z / P_z$ , или  
 $MU_x / MU_y = P_x / P_y$ ;  $MU_y / MU_z = P_y / P_z$ ;  $MU_x / MU_z = P_x / P_z$ ,  
т.е. соотношение между предельными полезностями  
благ равно соотношению их цен

# Недостатки кардиналистского подхода

Категория полезности слишком субъективна и не поддается количественному измерению. А что нельзя измерить, трудно использовать в качестве доказательства теоретических положений

Не учитываются взаимосвязи между отдельными благами, а, следовательно, и их полезностями. Т.к. многие товары связаны друг с другом в процессе потребления (являются комплементарными или субститутами), то целесообразнее рассматривать полезность не от потребления отдельно взятого товара, а от всего набора потребляемых товаров

# Ординалистский подход

Потребитель оценивает не полезность каждого отдельно взятого блага, а сравнивает различные наборы товаров

Более предпочтительны наборы товаров, имеющие более высокий уровень полезности

Главное - не измерение полезности, а упорядочение различных наборов товаров по их предпочтительности для потребителя

## аксиомы

Предположение о сравнимости: потребитель может сравнить все товарные наборы в данный момент времени.  
Варианты:  $x > y$ , набор  $x$  предпочтительнее;  
 $x < y$ , набор  $y$  предпочтительнее;  
 $x = y$ , потребитель безразличен в выборе

Транзитивность предпочтения. Если набор товаров  $x$  сравним с набором  $y$ , а  $y$  с набором  $z$ , то  $x$  сравним с  $z$ . Иначе, если  $x > y$ , а  $y > z$ , то  $x > z$

Аксиома независимости потребителя. Удовлетворение потребителя зависит только от количества им потребляемых благ, и не зависит от потребления других потребителей. Исключается зависть, страдание, ожидание

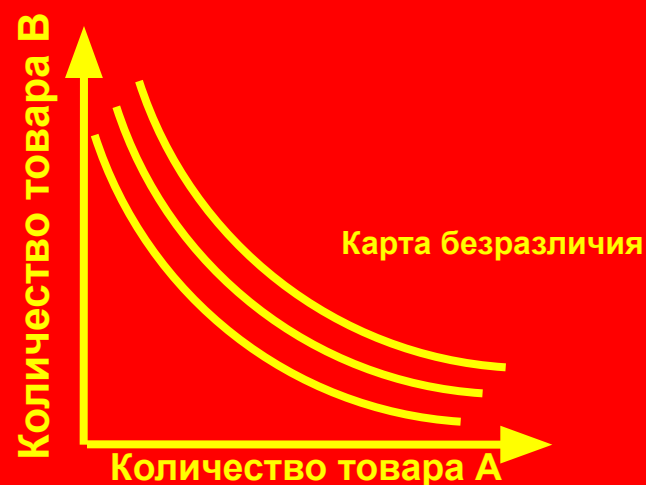
Аксиома ненасыщения. Полное насыщение исключено, т.е. ситуация типа «больше некуда» не встречается, поэтому – большее количество товара всегда предпочитается меньшему



**Кривая безразличия, или линия равной полезности - графическое отображение предпочтений потребителя, показывает альтернативные наборы товаров с одинаковым уровнем полезности**

### **Характеристика альтернативных товарных наборов**

<b>Альтернативные наборы</b>	<b>Товар X, шт. (<math>Q_x</math>)</b>	<b>Товар Y, шт. (<math>Q_y</math>)</b>
<b>A</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>B</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
<b>C</b>	<b>12</b>	<b>8</b>
<b>Д</b>	<b>24</b>	<b>4</b>



# Свойства кривых безразличия

Через любую точку можно провести кривую безразличия

Кривые безразличия никогда не пересекаются

Товарные наборы на кривых безразличия, более удаленных от начала координат, предпочтительнее товарных наборов на менее удаленных кривых

Кривые безразличия имеют отрицательный наклон

Кривые безразличия имеют вогнутую форму

При движении вдоль кривой безразличия один товар заменяется другим. Замещение одного товара другим осуществляется в соответствии с принципом предельной нормы замещения

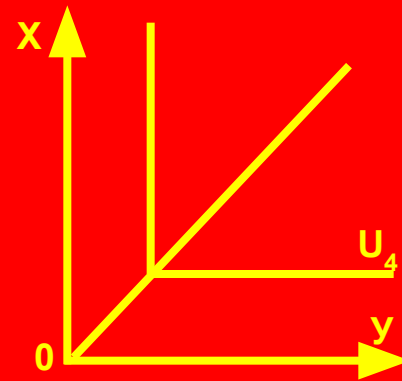
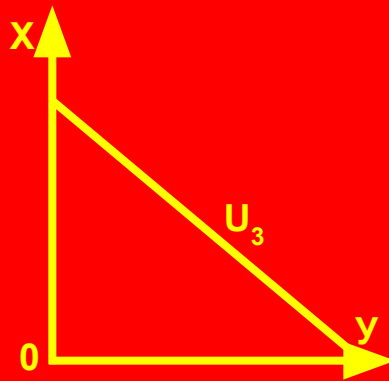
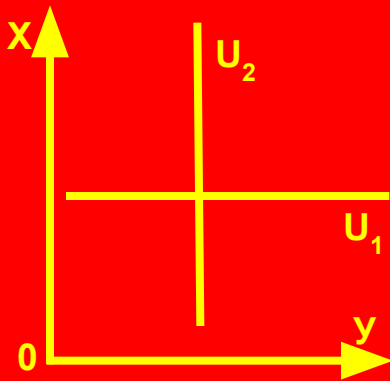


Предельная норма замещения товара А товаром В ( $MRS_{AB}$ ) – количество товара А, от которого потребитель отказался бы, чтобы получить дополнительную единицу товара В, оставаясь при этом на кривой безразличия

Альтернативные наборы	Товар X, шт. ( $Q_x$ )	Товар Y, шт. ( $Q_y$ )
А	4	16
В	8	10
С	12	8
Д	24	4

Пример:  
При переходе от набора А к набору В  
 $MRS_{xy} = (16-10) / (8-4) = 1,5$

# Варианты кривых безразличия



$U_1$  -  $MRS_{xy} = 0$

$U_2$  -  $MRS_{xy} = \text{бесконечное множество}$

$U_3$  -  $MRS_{xy} = 1$  – это товары совершенные заменители (субституты)

$U_4$  -  $MRS_{xy} = MRS_{yx} = 0$  – это товары, совершенные компоненты

# Бюджетные ограничения - ограничение при выборе потребителем комбинаций благ, определяемое его доходом и ценами благ

Бюджетное пространство - множество товарных наборов, удовлетворяющих бюджетному ограничению

Бюджетная линия - совокупность точек, представляющих наборы товаров, покупка которых требует одинаковых затрат



Бюджетная  
линия

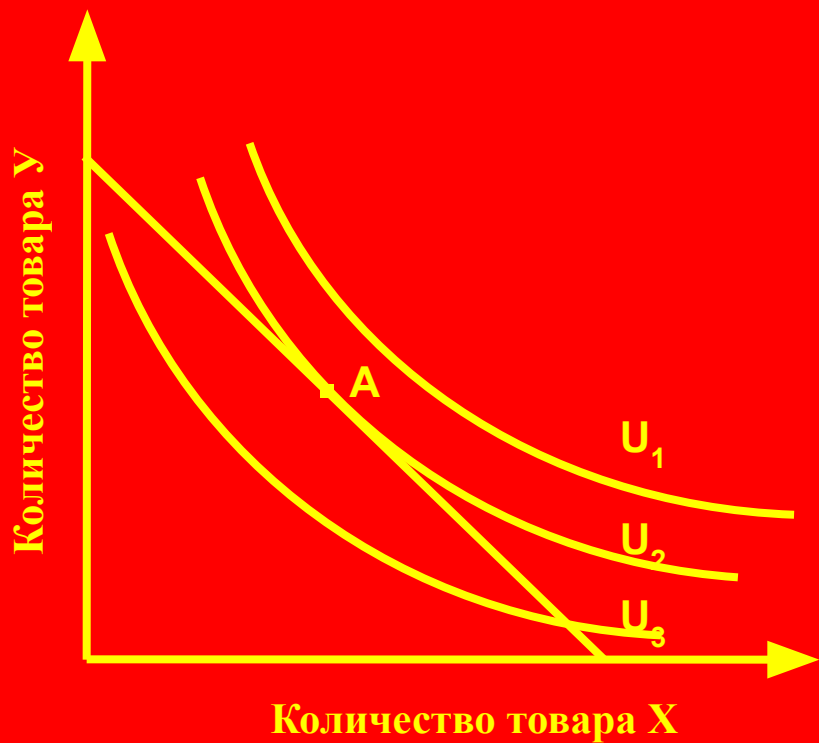


Изменение  
дохода



Изменение  
цены

# Условие равновесия потребителя



Условие равновесия  
потребителя -  
 $P_x / P_y = MRS_{xy}$   
или  $\Delta Y / \Delta X = P_x / P_y$ .

# Эффект дохода и эффект замещения

Равновесие потребителя изменяется под влиянием изменения цен. Снижение цены на один товар набора вызывает:

увеличение  
реального  
дохода потребителя

желание потребителя заменять  
более дешевым товаром  
продукты, которые стали дороже

Эффект дохода – изменение объема  
спроса, вызванное исключительно  
изменением реального дохода при  
неизменном номинальном доходе

Эффект замещения – изменение объема  
спроса, вызванное исключительно  
изменением относительной цены  
товара  
при неизменном реальном доходе

Сумма двух эффектов дает  
общий эффект и общее  
изменение объема спроса

