

Теория потребительского поведения

1. Потребительское поведение

Рациональный потребитель – такой рыночный субъект, который стремится к максимальному удовлетворению потребностей, путем потребления полезных свойств экономических благ и услуг с учетом существующих ограничений в доходах и ценах.

Полезность – цель потребления или свойство экономических благ удовлетворять потребности, приносить удовольствие, удовлетворение от потребления.

Доходы потребителя – поток денежных средств, поступающих в его распоряжение.

Потребительское поведение - процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги с учетом их доходов и личных предпочтений.

Общая полезность – это удовлетворение, которое получают от потребления определенного набора единиц благ.

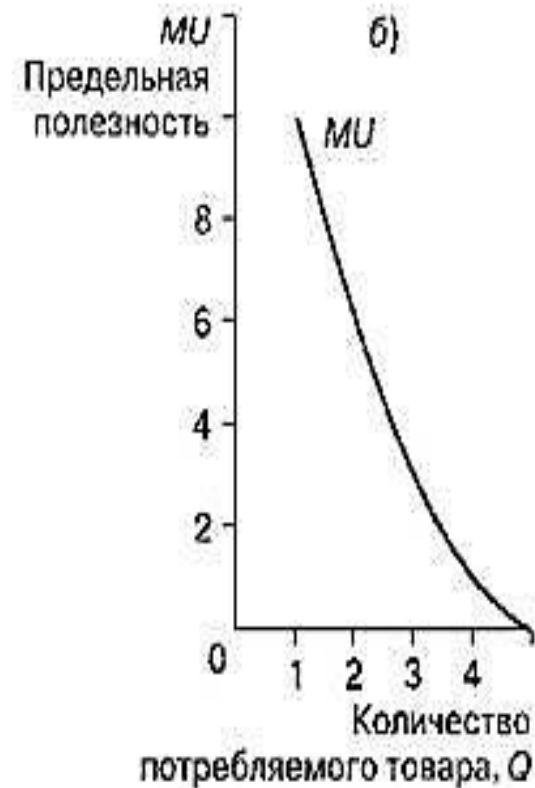
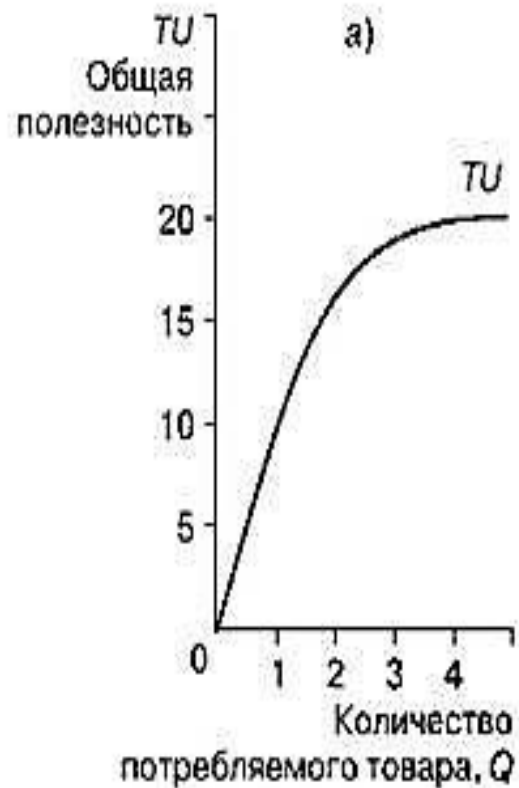
Предельная полезность – полезность, равная приращению, увеличению общей полезности в результате приобретения *каждой дополнительной единицы* данного блага (она отражает степень настоятельности потребности).

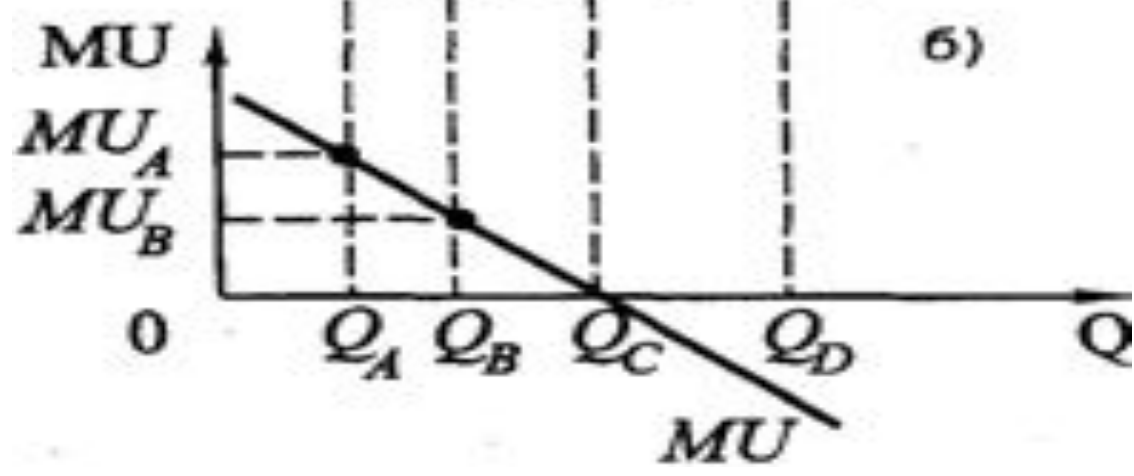
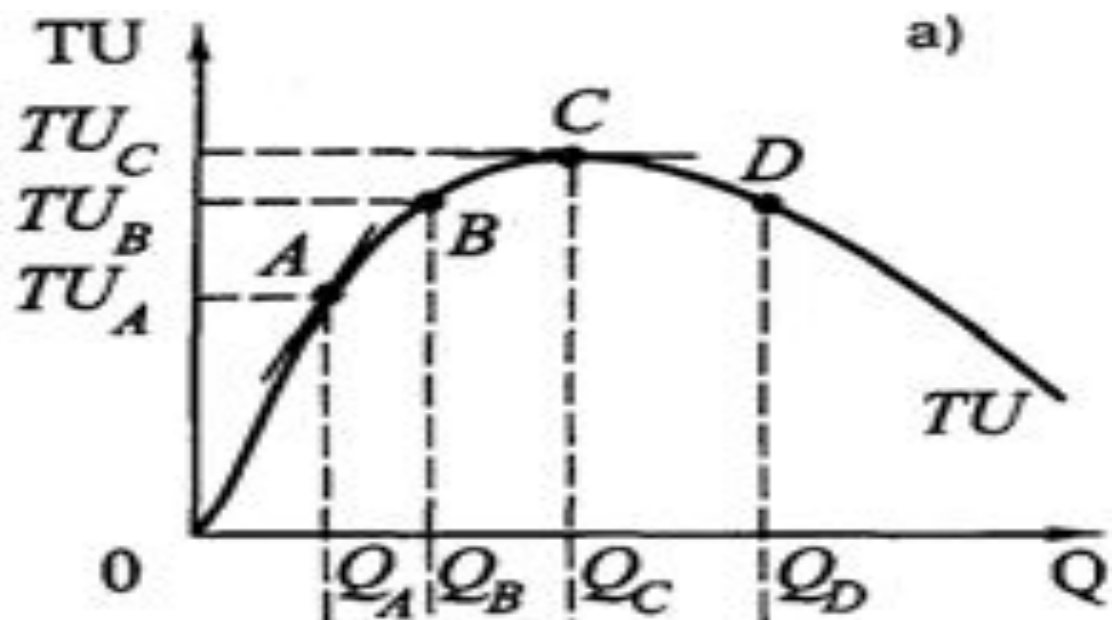
Принцип редкости - ограниченная величина производства товаров и соответственно полная зависимость их цен от спроса, который в свою очередь, тесно связан с субъективными оценками.

Чем выше интенсивность потребности, тем больше субъективные оценки, а значит и размеры спроса и наоборот.

Если $TU = f(Q)$ – общая полезность, то

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q},$$





1. Кривая предельной полезности имеет отрицательный наклон, т. к. полезность потребляемых одна за другой частей блага постепенно уменьшается. При объеме блага Q_c (предельная полезность) равна 0.

2. Кривая общей полезности исходит не из начала координат, т. к. потребитель начинает насыщаться после некоторого объема потребления. Эта кривая наклонена положительно, т. к. с ростом количества блага общая полезность возрастает. При объеме блага Q_c наклон кривой $TU = 0$, что соответствует максимальной полезности, но когда достигается максимум общей полезности, предельная полезность равна 0, т. к. приращения нет. Это значит, что потребность в данном благо полностью удовлетворена.

Допущения теории потребительского выбора

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

Постулаты теории потребительского выбора

1. *Множественность видов потребления.*
2. *Ненасыщенность.* MU всех экономических благ всегда положительна.
3. *Транзитивность.* Теория исходит из постоянства и определенной согласованности вкусов потребителя. Логически это можно выразить так: если А, В и С являются комбинациями каких-либо благ и потребитель безразличен в выборе между наборами А и В и между В и С, то он также безразличен в выборе между А и С.
4. *Субституция.* Потребитель согласен отказаться от небольшого количества блага А, если ему предложат взамен большее количество блага-субститута.

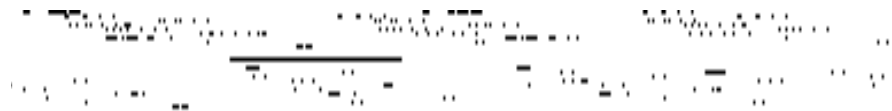
2. Количественная теория (кардиналистская) теория полезности

Потребитель может измерить полезность.

Потребительский выбор – это выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (дохода).

Правило потребительского поведения - каждая последующая единица денежных затрат на приобретение товаров должна приносить одинаковую предельную добавочную полезность.

Равновесие потребителя – это состояние, при котором он покупает товары по данным ценам в таких объемах, что расходует весь свой доход и максимизирует полезность.



Соотношение между предельными полезностями любых благ равно соотношению их цен:

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

Предельная полезность денег

Взвешенная предельная полезность =
 $= \lambda (MU_i / P_i)$ - предельная полезность денег.

В равновесии **предельные полезности денежных единиц** при разных вариантах использования **равны**.

$$MU_i = P_i \lambda.$$

MU блага равняется предельным затратам потребителя.

3. Порядковая (кардиналистская) теория полезности

Субъективная полезность измеряется с помощью **относительной шкалы**, показывающей предпочтение потребителя.

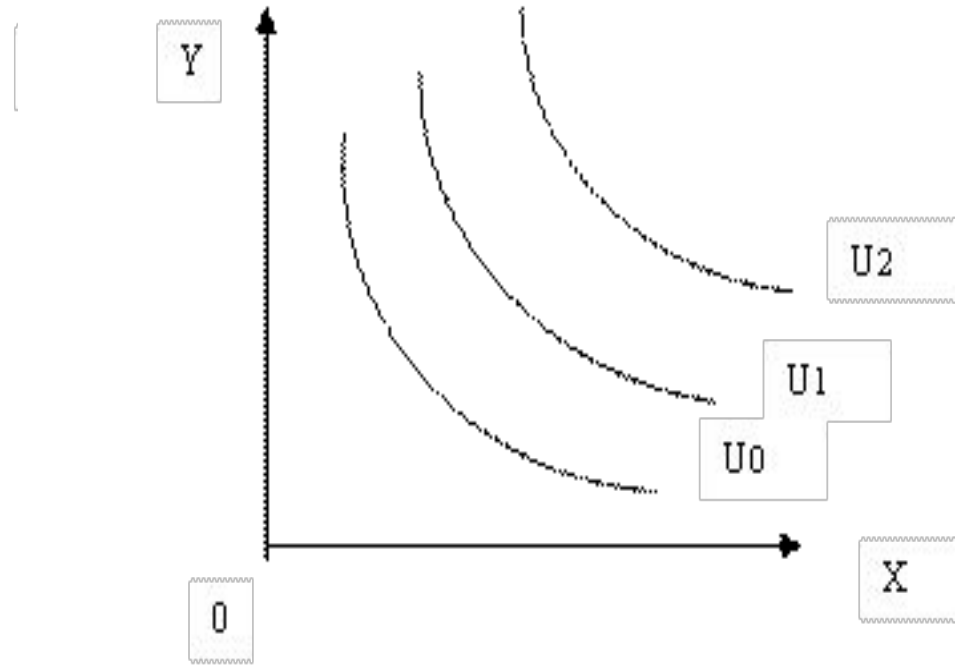
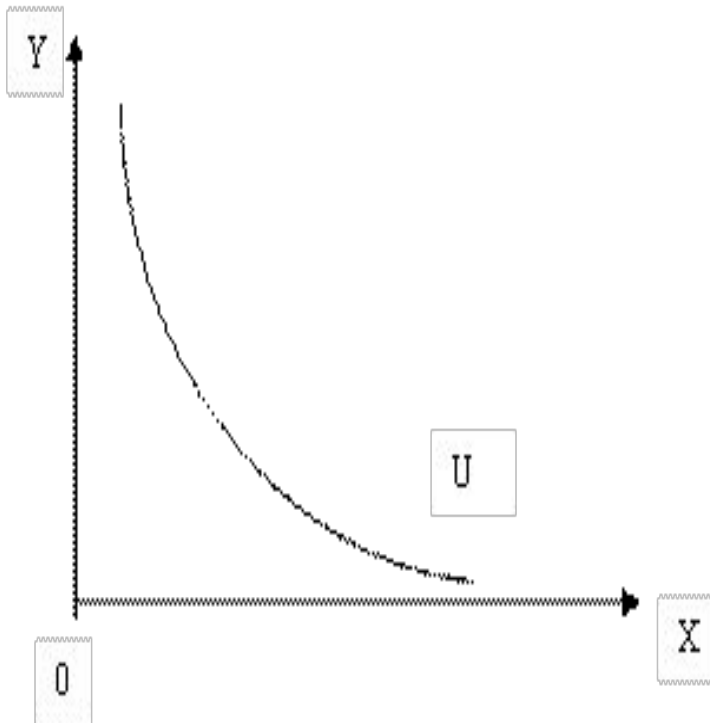
Поведение потребителя на рынке определяется двумя особенностями:

- 1) предпочтением полезности определенного потребительского набора;
- 2) ограниченным бюджетом (доходом) для приобретения товаров.

Кривая безразличия показывает различные комбинации 2-х экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя

Кривая безразличия

Карта кривых безразличия

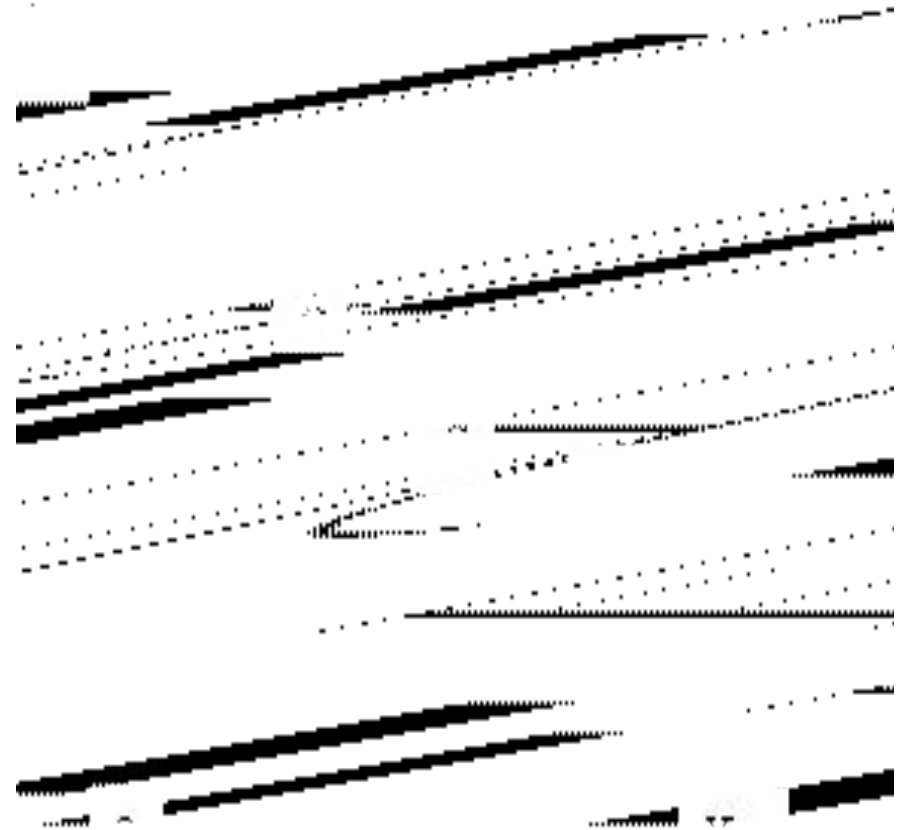


Свойства кривых безразличия

- 1) кривые безразличия имеют отрицательный наклон
- 2) выпуклы относительно начала координат
- 3) никогда не пересекаются друг с другом
- 4) через любую точку можно провести лишь 1 кривую.

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

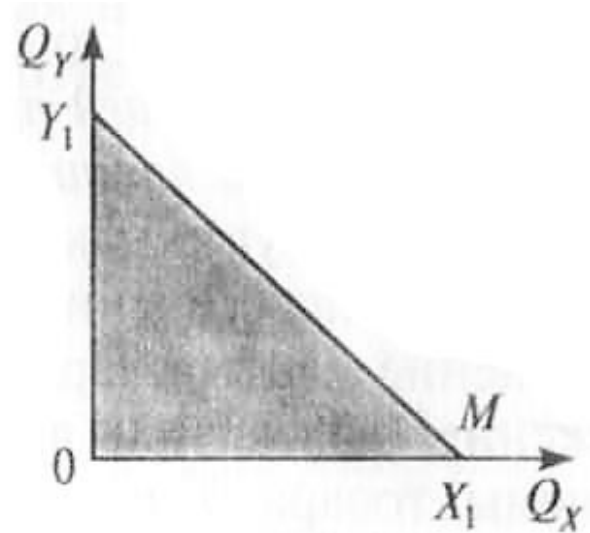
Предельная норма замещения (MRS) – количество, на которое потребление одного из 2-х благ должно быть увеличено (уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу.



Бюджетное ограничение (линия цен, прямая расходов) показывает, какие потребительские наборы можно приобрести за данную сумму денег.

$$I = P_x X + P_y Y$$

Бюджетное пространство - вся доступная потребителю область выбора.



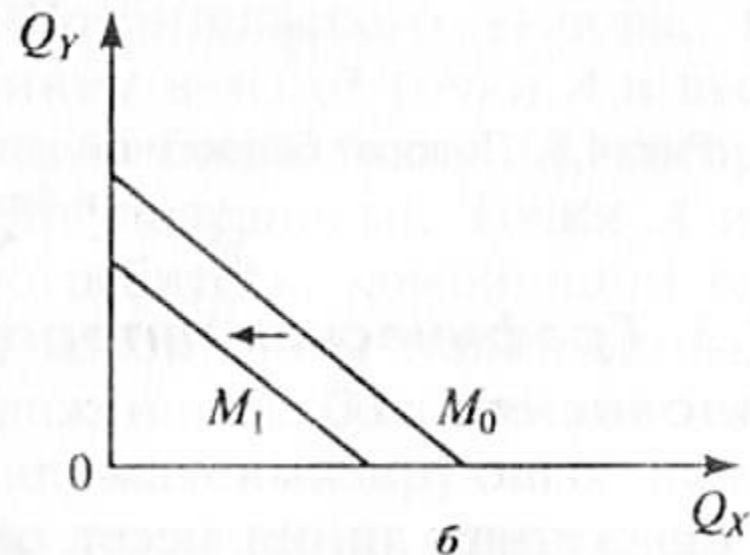
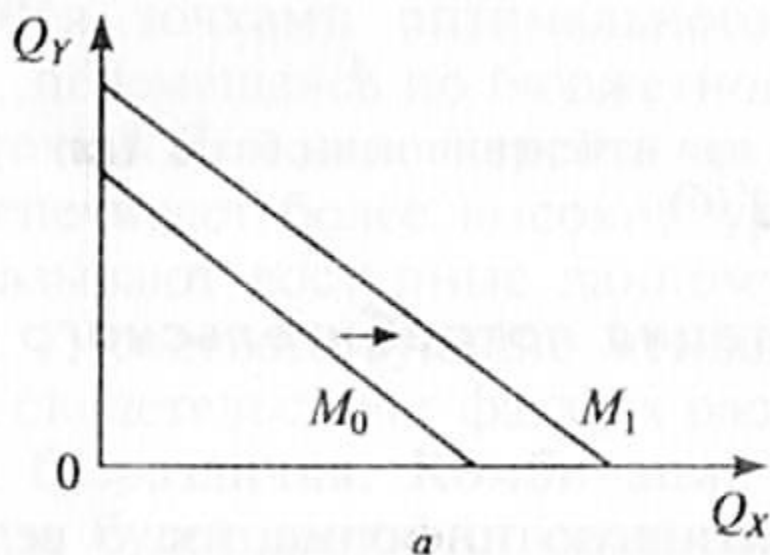
Бюджетная линия

Свойства бюджетной линии

1. Бюджетная линия имеет отрицательный наклон.

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

2. Расположение бюджетной линии зависит от величины денежного дохода.

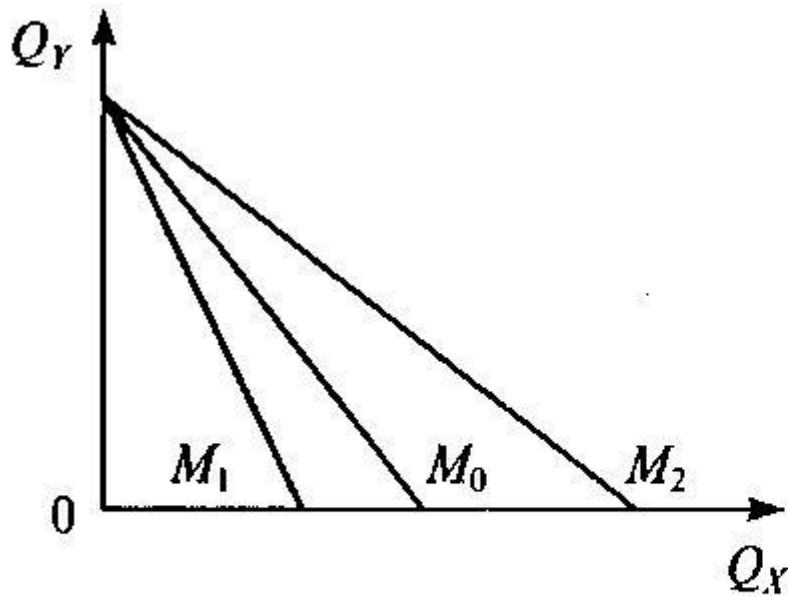


Смещение бюджетной линии при изменении реального дохода

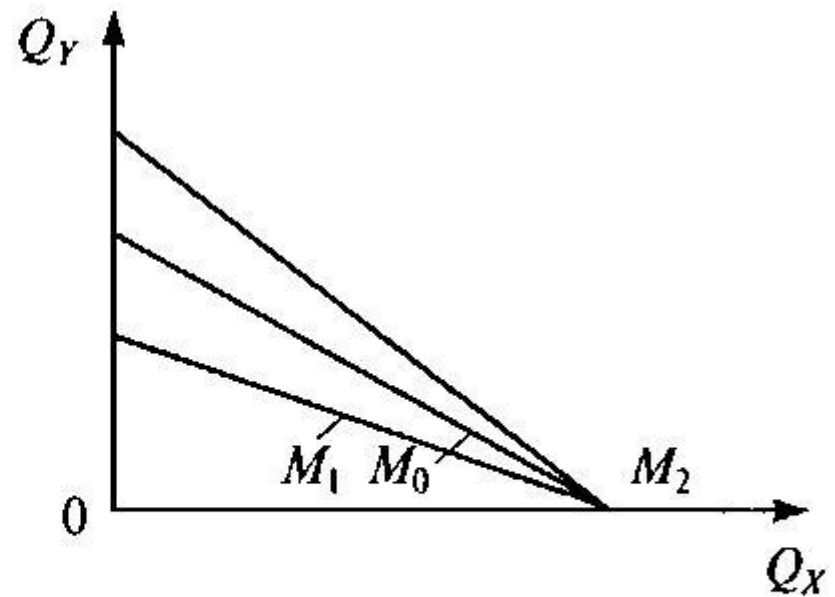
3. Коэффициент наклона бюджетной линии равен соотношению цен благ, взятому с противоположным знаком.

Коэффициент наклона бюджетной линии представляет собой отношение цены блага, отсчитываемого по горизонтали, к цене блага, отсчитываемого по вертикали, т. е. крутизна наклона равна $(-P_x / P_y)$

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



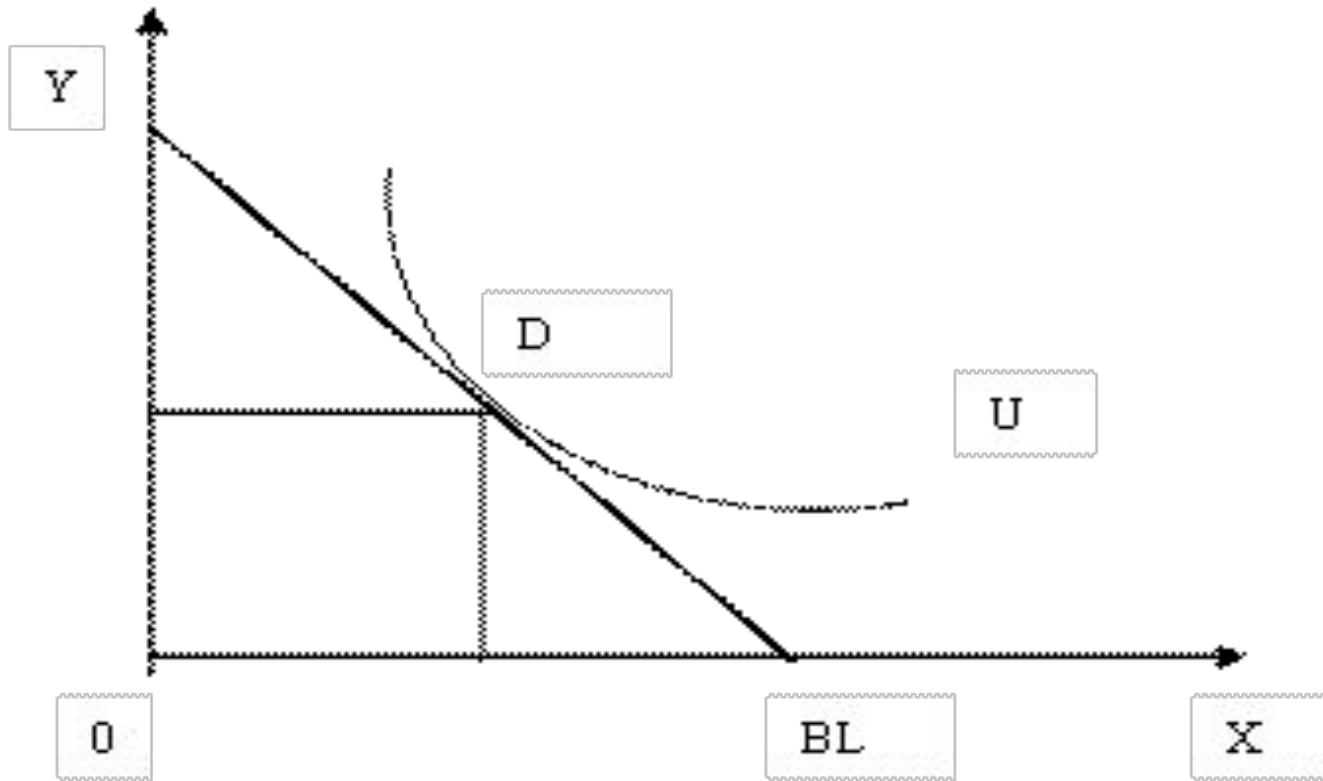
a



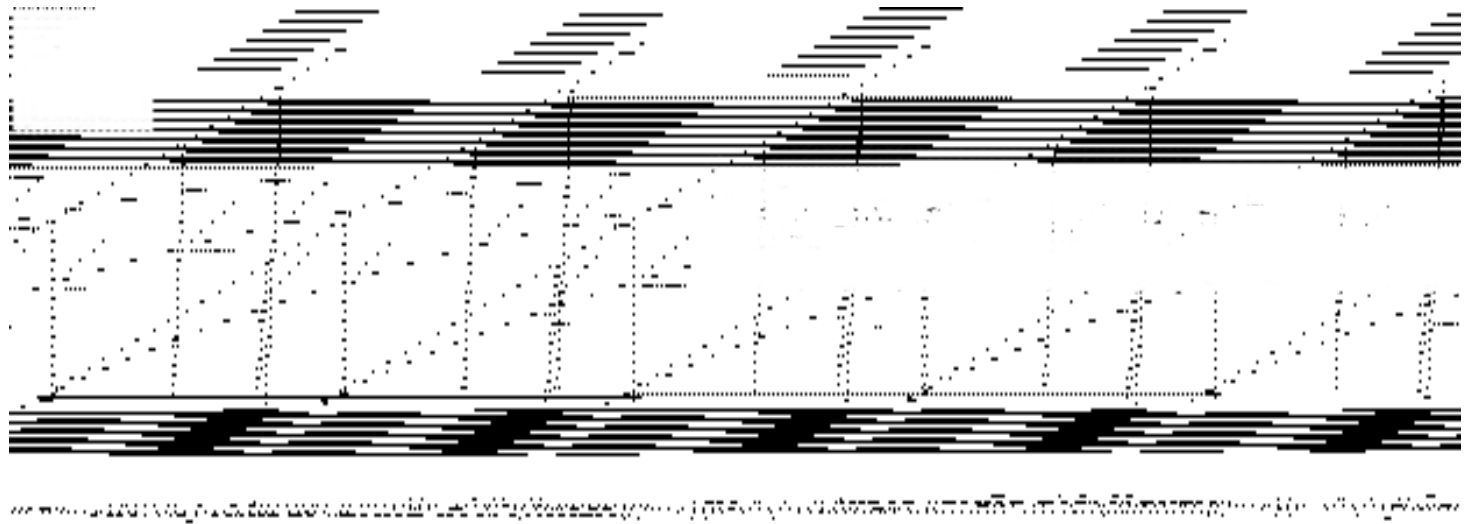
b

Поворот бюджетной линии при изменении цены блага X (*a*) и блага Y (*b*)

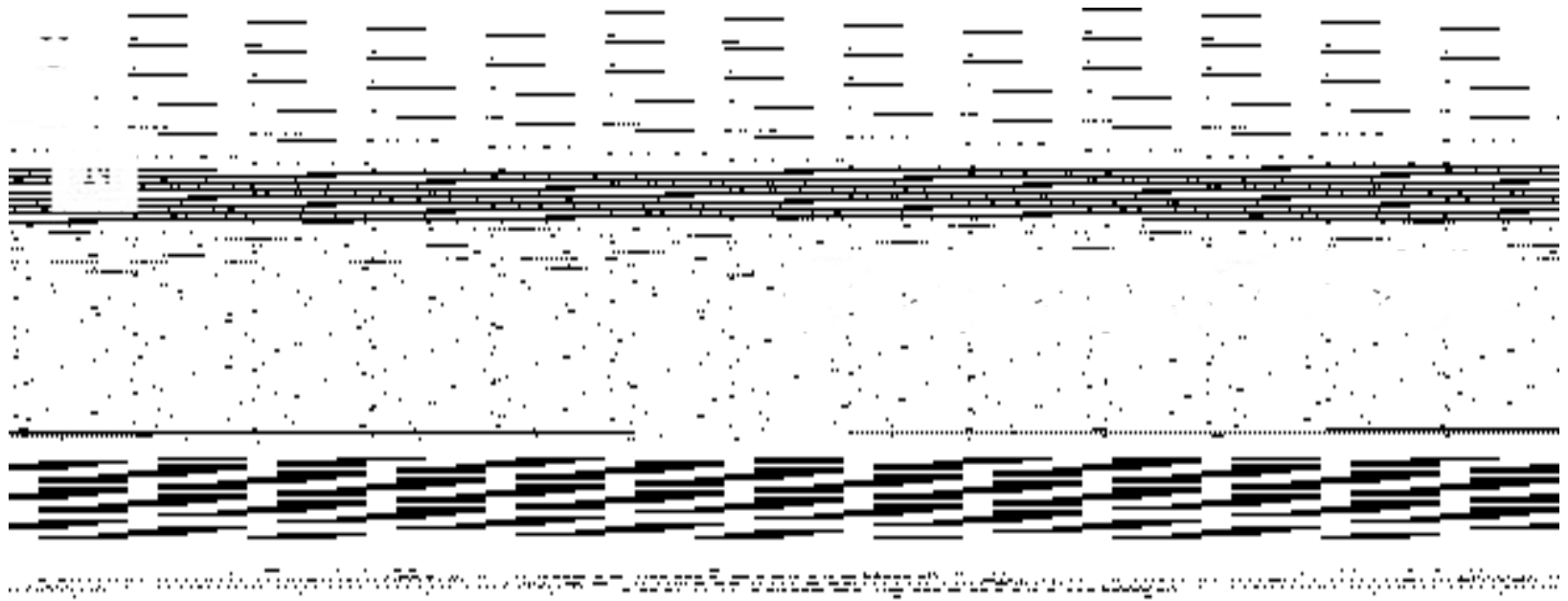
Равновесие потребителя



Кривая «доход-потребление»



Кривая «цена-потребление»



Кривая Энгеля - выражает зависимость между денежным доходом потребителя и количеством приобретаемого товара

