

# ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ (ЧАСТЬ ПЕРВАЯ)



Лекция по микроэкономике

# Цели и задачи



Способствовать усвоению основных категорий, относящихся к данной теме. Показать важность знания основных принципов поведения потребителя для успешной организации бизнеса.

# ПЛАН



1. Потребительское благо.
2. Кардиналистский подход в измерении полезности благ;
3. Ординалистский подход в измерении полезности благ ;
4. Эффект дохода и эффект замещения.

# КАРДИНАЛИСТСКИЙ ПОДХОД

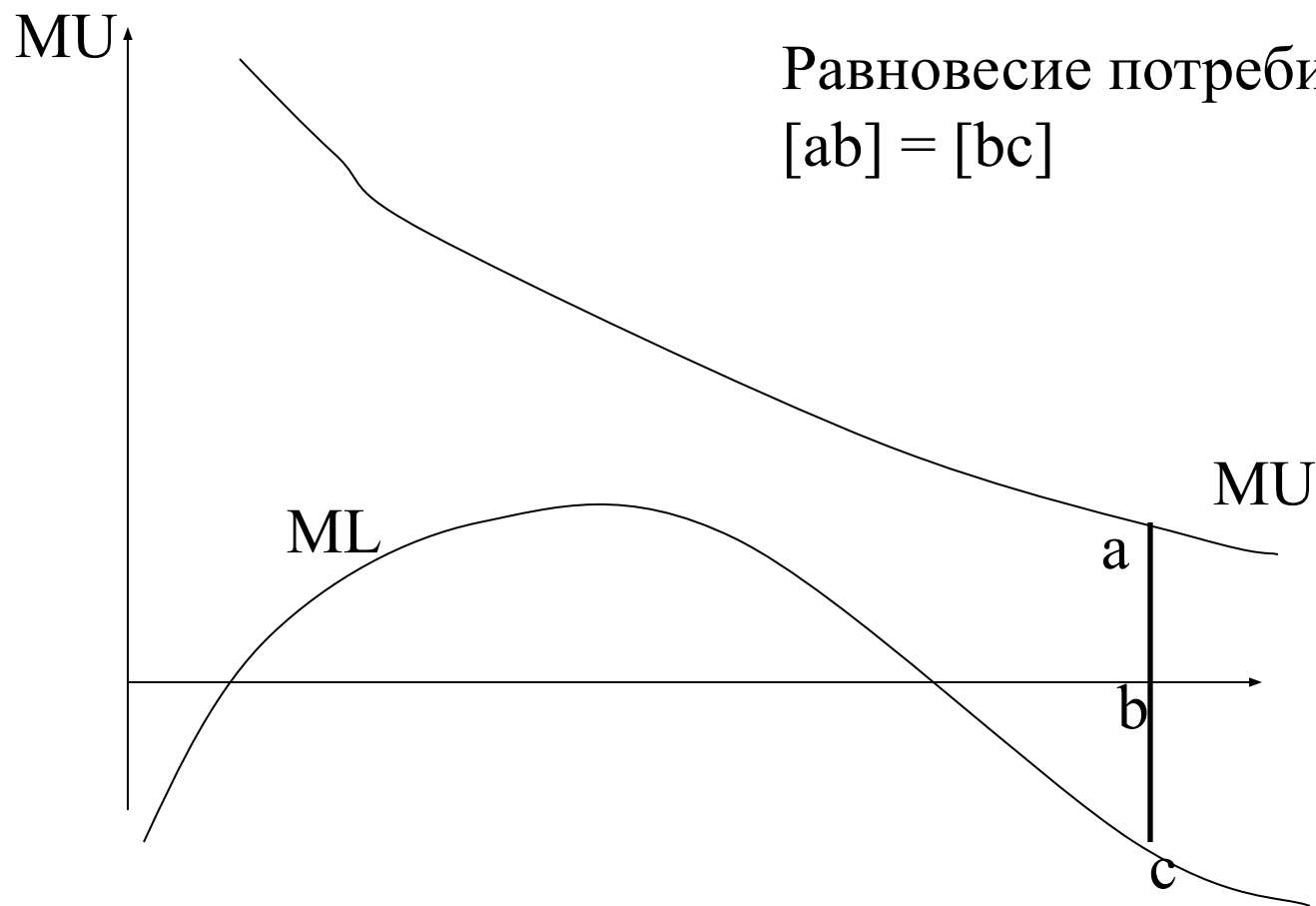
*Кардиналистский (количественный)* подход предполагает, что полезность можно измерить в условных единицах “U” (“ютили”). При этом полезность зависит лишь от количества потребляемых единиц данного товара.

Кардиналистскую теорию предельной полезности предложили независимо друг от друга У. Джевонс (1835-1882), К. Менгер (1840-1921) и Леон Вальрас в 1871 году.

*Предельная полезность (MU)* – дополнительная полезность, извлекаемая из потребления одной дополнительной единицы блага.

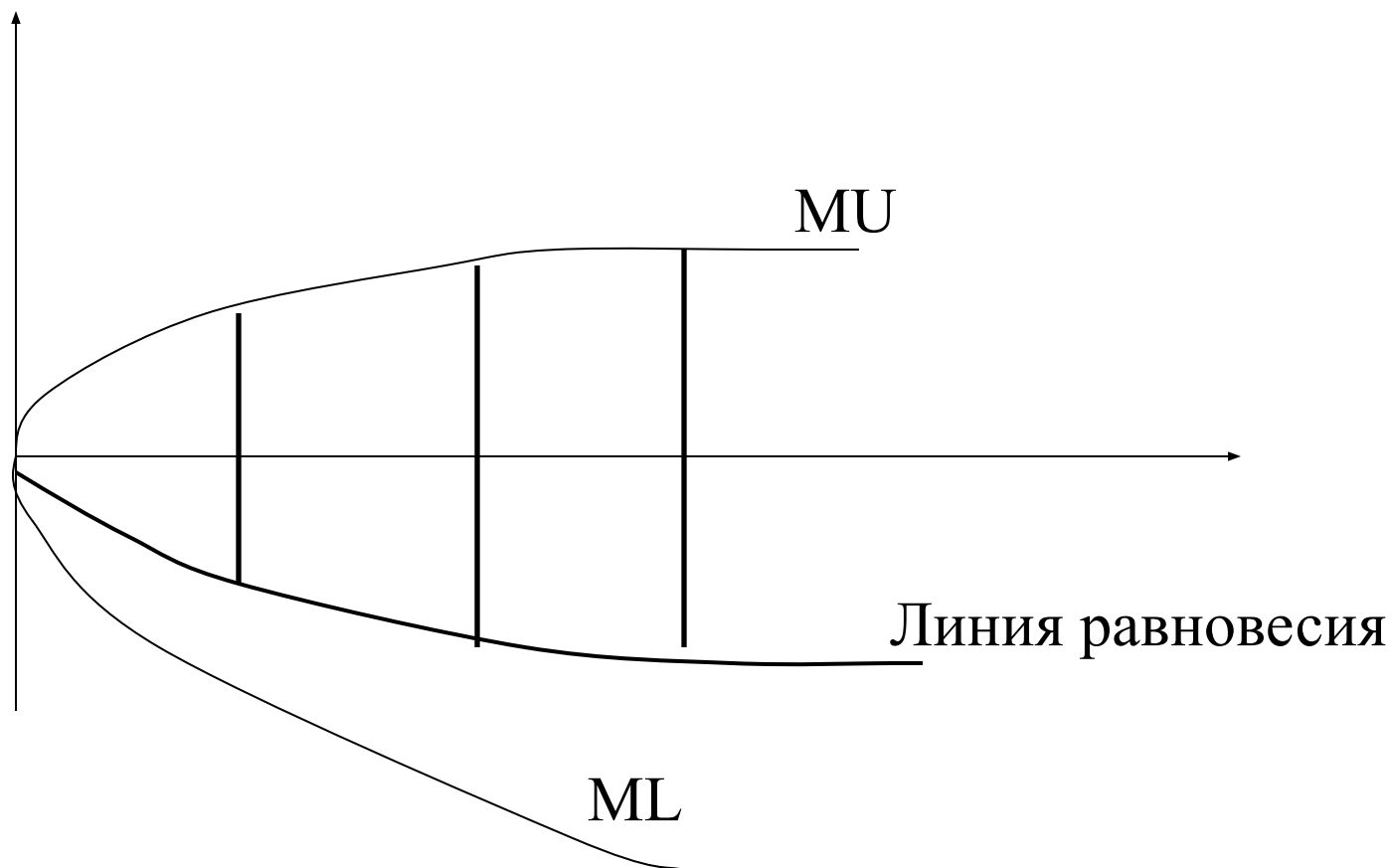
*Закон убывающей предельной полезности:* в потоке потребляемого блага всегда есть точка, достигнув которой предельная полезность начинает убывать.

# Равновесие потребителя




Равновесие потребителя:  
 $[ab] = [bc]$

# Невозможность достижения равновесия при потреблении наркотиков



# Деньги и закон уменьшающейся предельной полезности



Деньги подвластны закону уменьшающейся предельной полезности, а именно: чем больше у субъекта хозяйствования денег, чем меньше он нуждается в них в качестве активов и с большой готовностью тратит их или вкладывает их.


Пример.

Первая тысяча долларов: сбережения

Вторая тысяча долларов: счет в надежном банке

Третья тысяча долларов: выгодный процент по вкладам пусть и в менее надёжном банке.

Четвертая тысяча долларов: инвестиции в более или менее рискованный бизнес.



***Золотое правило микроэкономики:*** коммерческий оптимум наступает, когда предельная полезность потребительских благ сравнивается с предельной полезностью денег.

***Правило максимизации полезности*** заключается в таком распределении денежного дохода потребителя, при котором последний рубль, затраченный на приобретение каждого вида продукта, приносил бы одинаковую предельную полезность.

$$\frac{MUa}{Pa} = \frac{MUb}{Pb},$$



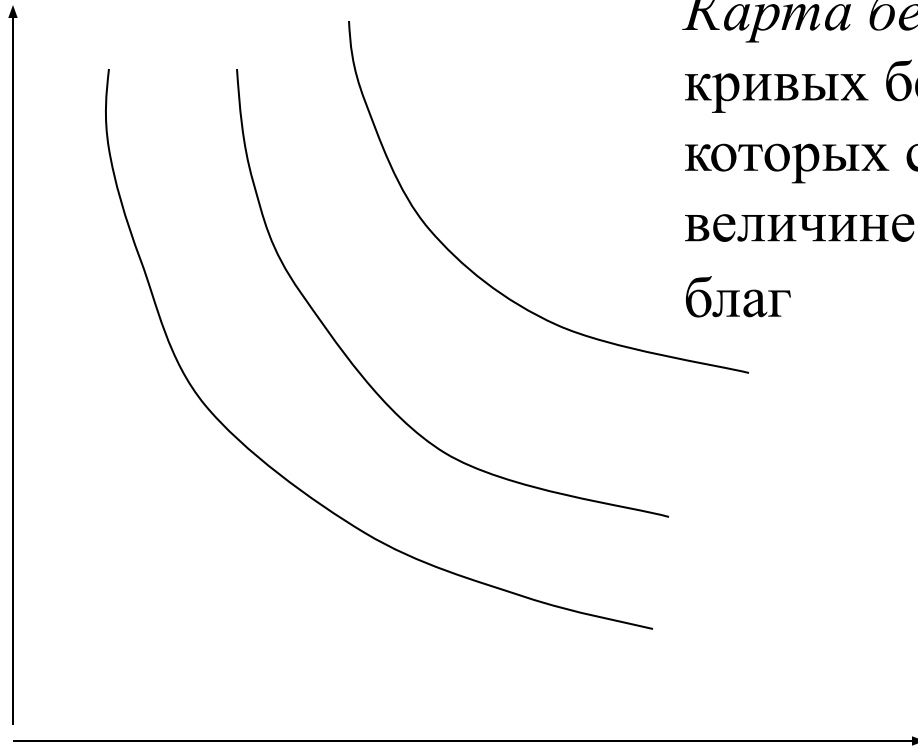
# ОРДИНАЛИСТСКИЙ ПОДХОД

*Ординалистский (относительный)* подход предполагает только возможность установления определенного отношения потребителя к различным благам: предпочтение или безразличие.

Эту теорию предложили английский экономист и статистик Ф. Эджуорт (1845-1926), итало-швейцарский социолог и экономист В. Парето (1848-1923), американский экономист и статистик И. Фишер (1867-1947). В 30-х гг. XX в. после работ Р. Аллена и Дж. Хикса эта теория приобрела завершённую форму и по настоящее время остается наиболее распространенной.

***Кривая безразличия*** показывает различные комбинации двух благ, имеющих одинаковую полезность

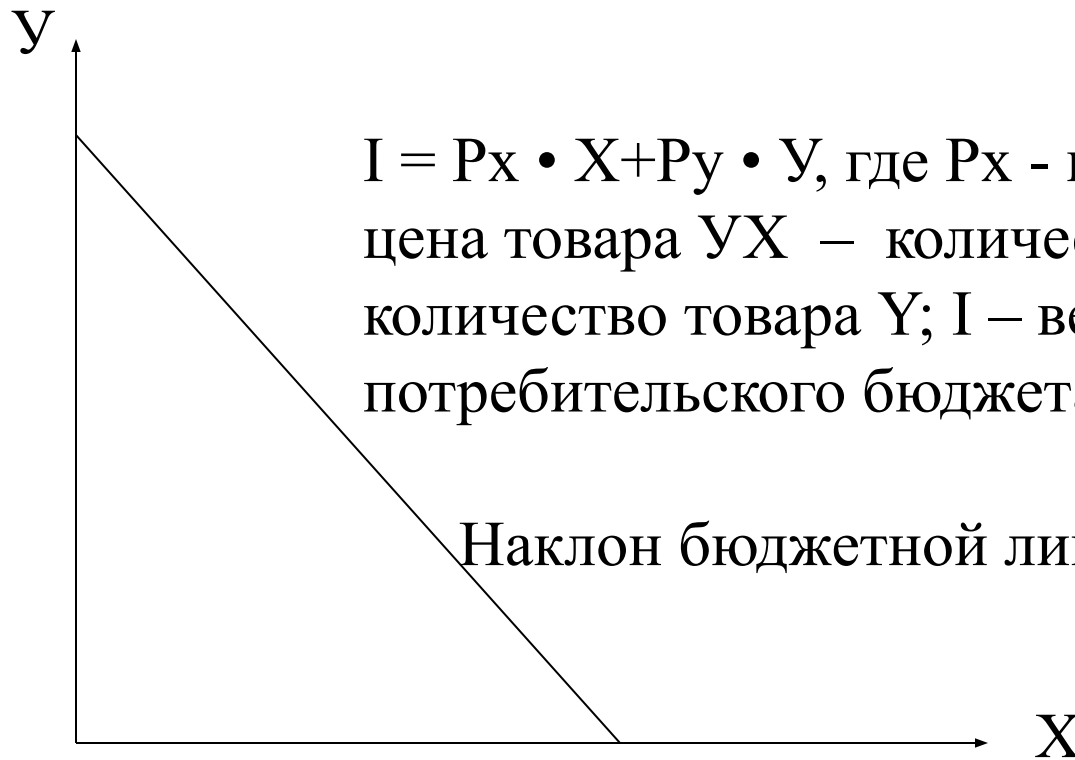
Пища



*Карта безразличия* – это набор кривых безразличия, каждая из которых соответствует различной величине совокупной полезности благ

Одежда

*Бюджетная линия* – прямая, каждая точка которой показывает наборы двух благ, которые могут быть приобретены при фиксированной величине денежного дохода и данном уровне цен



$I = P_x \cdot X + P_y \cdot Y$ , где  $P_x$  - цена товара  $X$ ,  $P_y$  - цена товара  $Y$ ,  $X$  – количество товара  $X$ ;  $Y$  – количество товара  $Y$ ;  $I$  – величина общего потребительского бюджета.

Наклон бюджетной линии =  $-\frac{P_x}{P_y}$ .

*Положение равновесия потребителя соответствует оптимальной комбинации благ, которая достигается в точке касания бюджетной линии с наиболее высокой из пересекающих ее кривых*

