

# Теория потребительского поведения

---

# Перед каждым потребителем стоят три вопроса

---

1. Что купить? (полезность вещи для потребителя)

2. Сколько стоит? (исследовать цену)

3. Хватит ли денег? (определить доход потребителя)

Три проблемы - полезность, цена, доход – составляют содержание теории поведения потребителя.

# Анализ потребительского поведения строится на определенных предпосылках

---

1. Предпочтения потребителей уже сформировались
2. Потребители ведут себя рационально (выбирают лучшее из доступного; стремятся получить максимум выгоды при доступном бюджетном ограничении)

# Предпосылки

---

3. Потребители всегда предпочитают большее количество товара меньшему
4. Любую экономическую ситуацию потребители оценивают субъективно

# Предпосылки

---

5. Потребитель понимает, что полезность (степень удовлетворения потребности) зависит от количества потребленных благ

$$U = f (X_1; X_2; \dots; X_n)$$

$U$  – полезность

$X_1; X_2; \dots; X_n$  – количество благ

**Соответственно для двух благ и более**

$$U = f (X; Y)$$

# Оценка (количественное измерение) полезности блага

---

Подходы

1. Кардиналистский (У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас).
2. Ординалистский (В. Парето, Дж. Хикс).

# Оценка полезности блага

---

- Кардиналисты:

Допускают возможность

**количественного измерения  
полезности** благ в некоторых  
единицах (**ютиль**).

*Совокупная полезность*

*Предельная полезность*

*Взвешенная полезность*

# Оценка полезности блага

---

- Совокупная общая полезность (**TU**) – полезность всего объема потребляемых благ (*вся сумма полученных ютилей*)
- Предельная полезность – полезность *каждой дополнительной единицы* продукции (**MU**)

$$\mathbf{MU = \Delta TU / \Delta Q}$$



# Оценка полезности блага

---

- Взвешенная предельная полезность блага (**MU/P**). Показывает предельную полезность блага в расчете на один затраченный рубль.

**Предельная полезность** товара для покупателя есть полезность предельной покупки (покупать или не покупать)

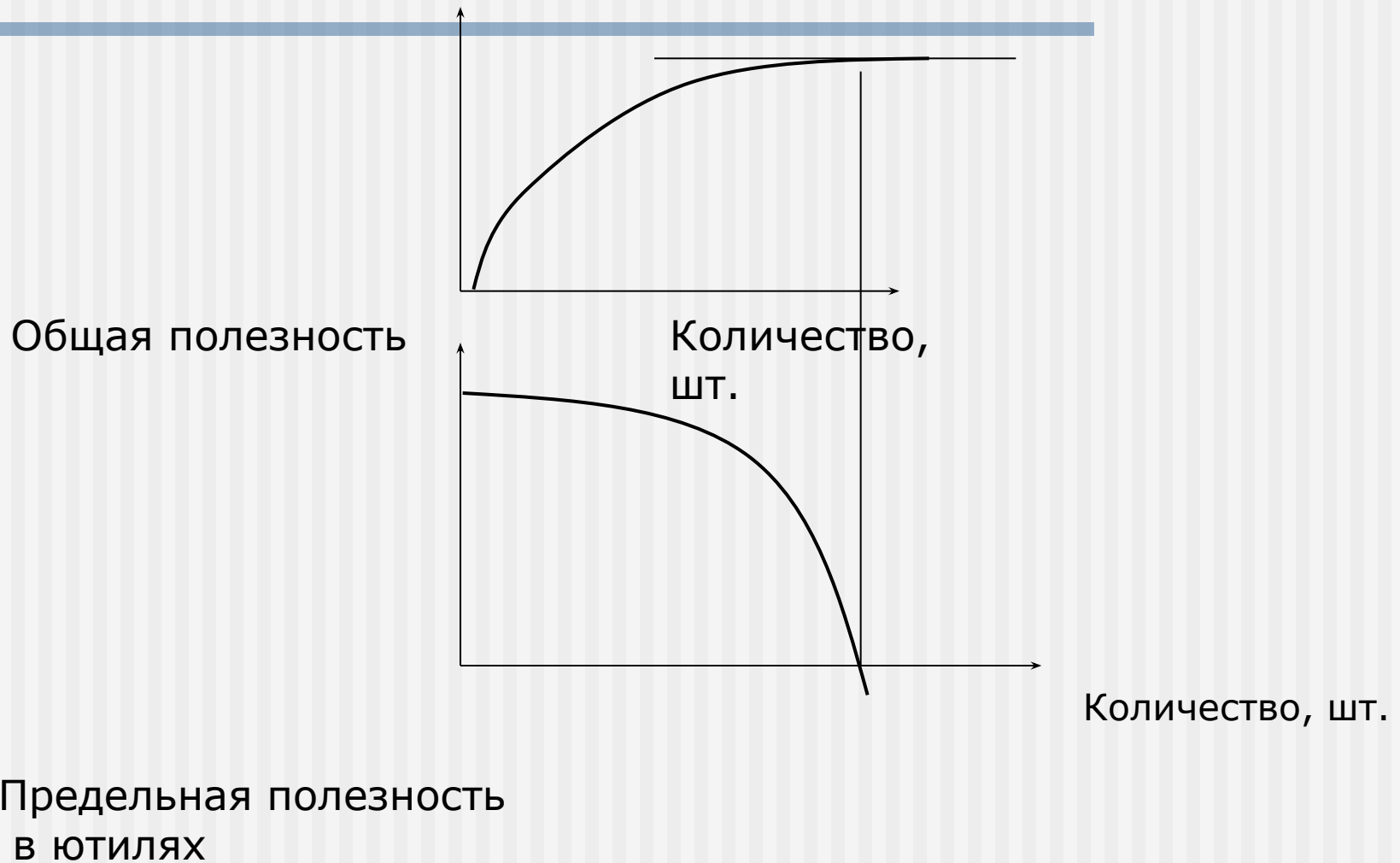
Полезность, выраженная в денежных единицах, называется **ценностью данного блага**.

# Оценка полезности благ

---

- **Закон убывающей предельной полезности** : по мере увеличения количества потребляемого блага предельная полезность уменьшается

# Взаимосвязь общей и предельной полезности



# Комментарии

- ▣ Общая полезность **TU** **увеличивается**, когда предельная полезность больше нуля (**MU > 0**).
- ▣ Общая полезность **TU** **максимальна**, когда предельная полезность равна 0 (**MU = 0**). Наступает **насыщение**. В данный момент новое благо перестает приносить удовольствие.
- ▣ Общая полезность **TU** **уменьшается**, когда предельная полезность меньше 0 (**MU < 0**). Увеличение потребления блага приносит вред (вызывает **отвращение**).

# Комментарии

---

- **Максимизация полезности** рационального потребителя достигается при условии потребления благ в количествах, при которых их **взвешенные предельные полезности будут равны** одной и той же величине (потребитель не будет изменять структуру потребления) – **равновесие потребителя.**

# Комментарии Равновесие потребителя

---

$$\mathbf{MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = MU_3/P_3 = \dots = MU_n/P_n = \lambda}$$

$\lambda$  – некоторая величина  
характеризующая предельную  
полезность денег

(показывает на сколько ютилей увеличивается  
общая полезность при увеличении дохода  
потребителя на 1 единицу)

# Обоснование перехода к ординалистскому подходу

---

1. Субъект **не способен точно измерять предельные полезности** и распределять спрос, не имея представления о ценах
2. Вырабатывая свою потребительскую стратегию **субъект оценивает** полезность не определенных благ, а целых **потребительских наборов** (насколько один потребительский набор полезнее другого)

# Обоснование перехода к ординалистскому подходу

---

3. По мнению потребителя любое даже самое несущественное *уменьшение одного товара должно компенсироваться увеличением другого*

4. Потребитель учитывает величину дохода (**ограниченный бюджет**) при выборе потребительского набора



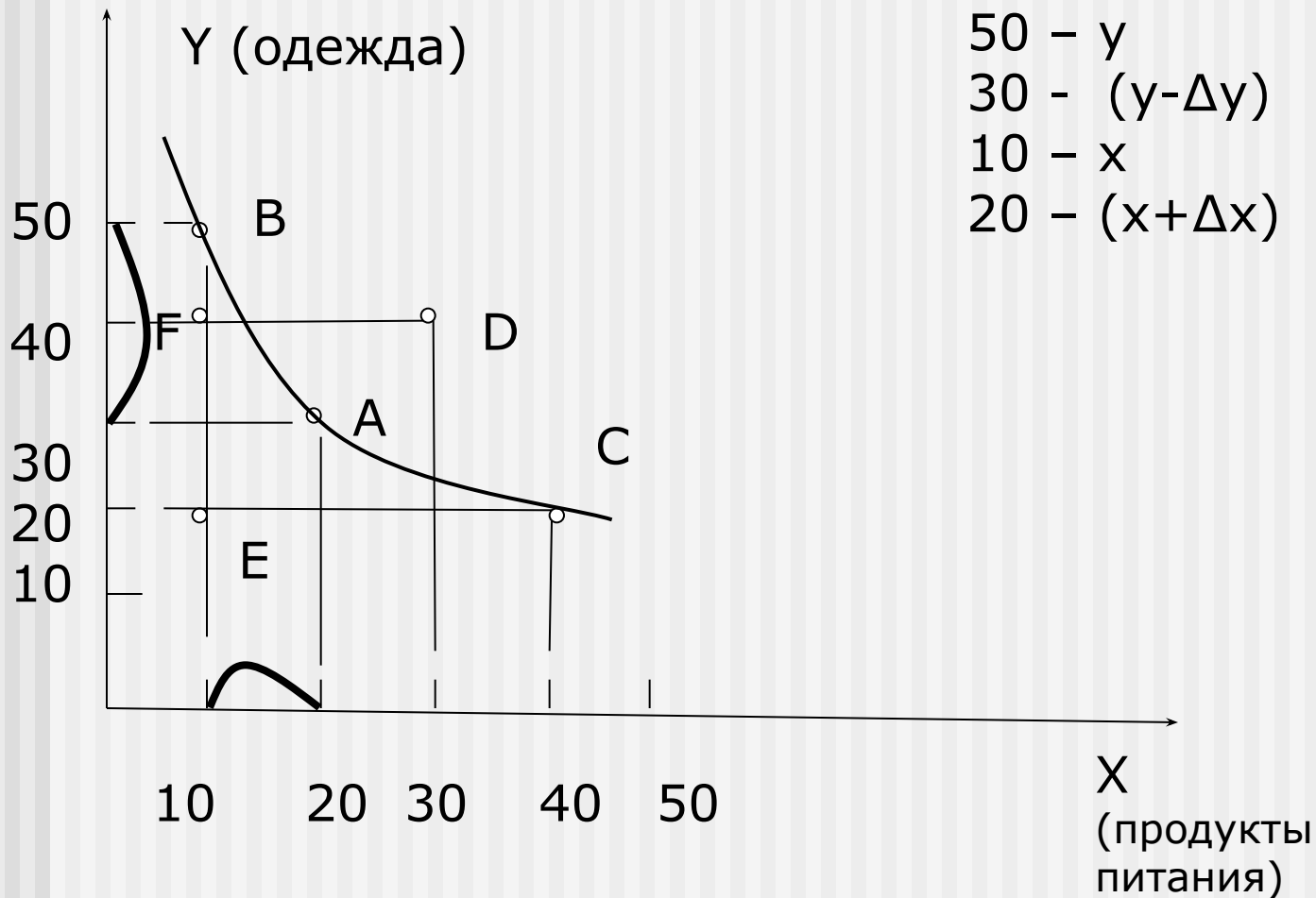
# Потребительские предпочтения

Ассортиментные Наборы товаров (равноценные для потребителя)	Количество видов продуктов питания	Количество видов одежды
A	20	30
B	10	55
C	40	20
D	30	45
E	10	20

# Сравнение индивидуальных предпочтений потребителей



# Кривая безразличия



# Кривая безразличия

---

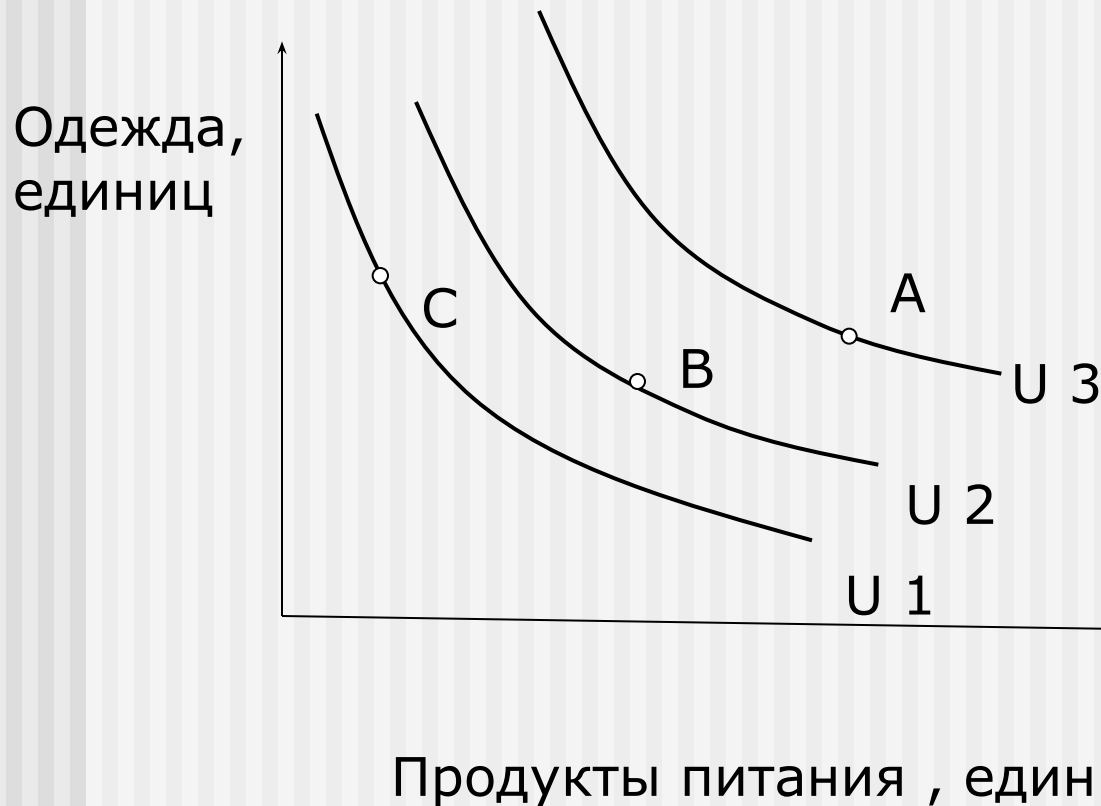
- **Кривая безразличия** –отражает все возможные сочетания двух благ (набора) равноценных для потребителя (наборы обладают одинаковой полезностью)  
(потребитель безразличен к выбору наборов, представленных точками на кривой; все точки лежащие на одной кривой равноценны для потребителя)

# Кривые безразличия

---

1. Не пересекаются
2. Имеют отрицательный наклон
3. Кривая безразличия лежащая правее и выше данной соответствует большему уровню полезности

# Карта безразличия



Совокупность кривых безразличия (описывают предпочтения человека по всем наборам продуктов питания и одежды).

Каждая кривая показывает набор потребительских товаров к которым человек относится одинаково.

# Пределная норма замещения

---

- Максимальное количество одного товара от которого готов отказаться потребитель для получения одной дополнительной единицы другого товара

$$\mathbf{MRS = -(\Delta y / \Delta x) = - MU_x / MU_y}$$

# Бюджетное ограничение (потребитель ограничен в своем выборе доходом)

---

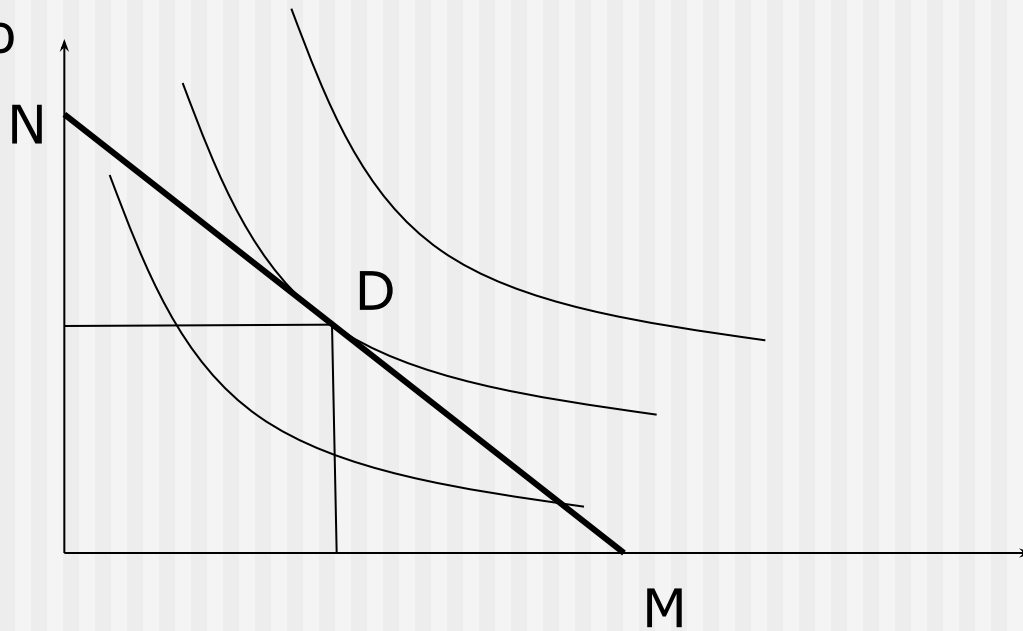
- Бюджетное ограничение (линия цен, прямая расходов).  
Показывает какие потребительские наборы можно приобрести за данную сумму денег.

$$I = P_x X + P_y Y \text{ (уравнение бюджетного ограничения)}$$



# График бюджетной линии

Количество  
Товара Y



Количество  
товара X

# Равновесие потребителя (точка оптимума)

---

- Точка касания кривой безразличия с бюджетным ограничением

Определяется решением системы уравнений:

1.  $MU_x / MU_y = P_x / P_y$

2.  $I = P_x X + P_y Y$