

Основы поведения субъектов рыночной экономики

- * 1. Экономические субъекты: домашнее хозяйство, фирма (организация), государство.
- * 2. Домашнее хозяйство как экономический субъект.
- * 3. Понятие рационального потребителя.
- * 4. Понятие полезности. Общая и предельная полезность. Закон убывающей предельной полезности. Взвешенная предельная полезность.
- * 5. Равновесие потребителя и правило максимизации полезности.

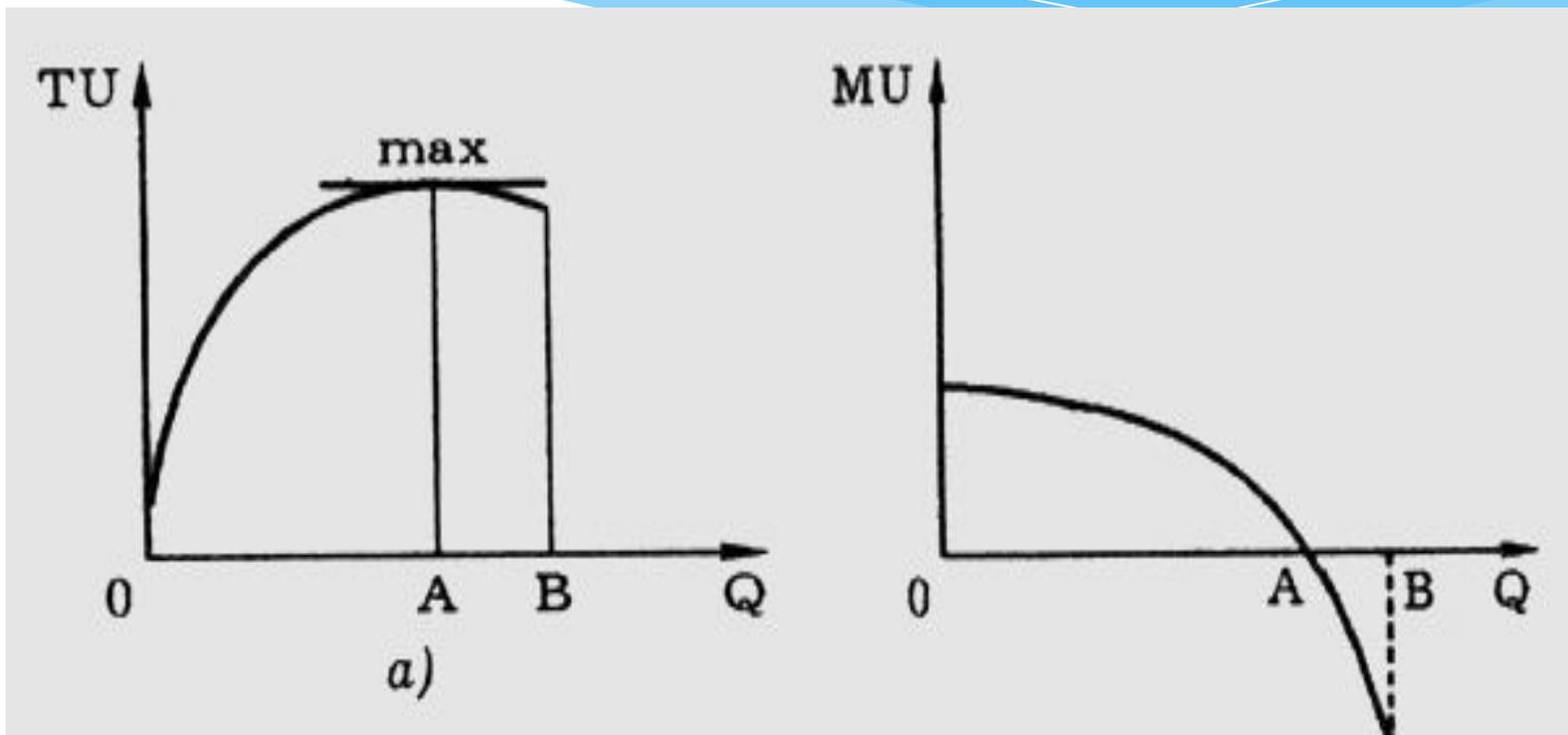
Перед каждым потребителем стоят три вопроса:

- * 1. Что купить?
- * 2. Сколько стоит?
- * 3. Хватит ли денег, чтобы осуществить покупку?

Чтобы ответить на первый вопрос, надо выяснить полезность вещи для потребителя, чтобы ответить на второй – исследовать цену,

- * чтобы решить третий вопрос - определить доход потребителя. Эти три проблемы - полезность, цена и доход - и составляют содержание теории поведения потребителя. Попробуем определить их взаимосвязи

Общая (а) и предельная (б) полезность



Функция полезности -

соотношение между объемами потребляемых благ и уровнем "полезности, достигаемого при этом потребителем"

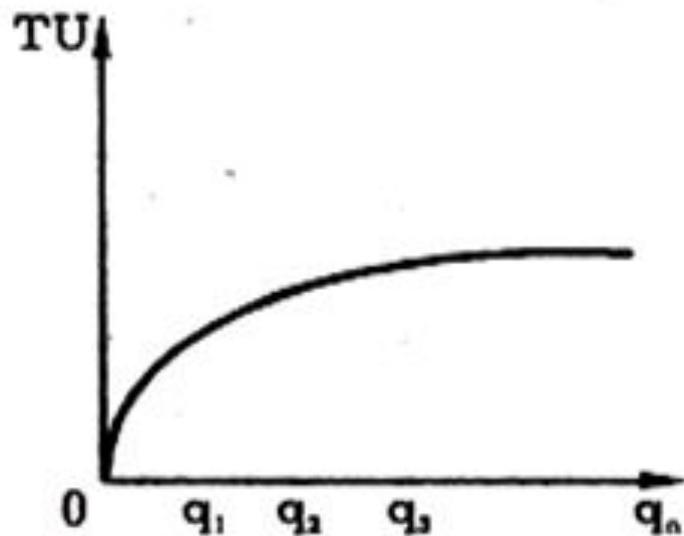
$$U=f(X_1; X_2; \dots X_n),$$

где U - уровень полезности (от англ. *utility*),

$X_1; X_2; \dots X_n$ - количества потребляемых благ

По сути, **функция полезности** - это определенная форма выражения *упорядочения предпочтений потребителя*

Зависимость общей полезности блага от его количества



Представители **австрийской школы** **К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер** одними из первых попытались установить связь между спросом и ценой, запасом и количеством.

Они обосновали положение о том, что количество является одним из важнейших факторов, влияющих на цену в условиях ограниченности ресурсов.

Ими была выявлена закономерность, что последовательно потребляемые количества какого-либо блага обладают убывающей полезностью для потребителя

Функция полезности —
функция, показывающая
убывание предельной
полезности блага с ростом
его количества

$$MU = \frac{d(TU)}{dQ}$$

Принцип убывающей предельной полезности -
каждая последующая
порция данного блага
приносит в данной ситуации
потребления все меньший
прирост общего уровня
благополучия данного
потребителя.

Потребительский выбор (consumer choice) — это выбор максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (денежного дохода).

Функция полезности максимизируется в том случае, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждый последний доллар (рубли, марка, франк и т.д.), затраченный на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС



эффектом присоединения к большинству понимается эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что потребитель, следуя общепринятым нормам, покупает, тот же самый товар, который покупают другие.

* **эффектом Веблена** понимается эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что товар имеет более высокую (а не более низкую) цену.

эффектом сноба понимается эффект, изменения спроса из-за того, что другие люди потребляют этот товар. Обычно реакция направлена в противоположную сторону по отношению к общепринятой

* **Функциональным спросом** является такая часть спроса, которая обусловлена потребительскими свойствами, присущими самому экономическому благу (товару или услуге).

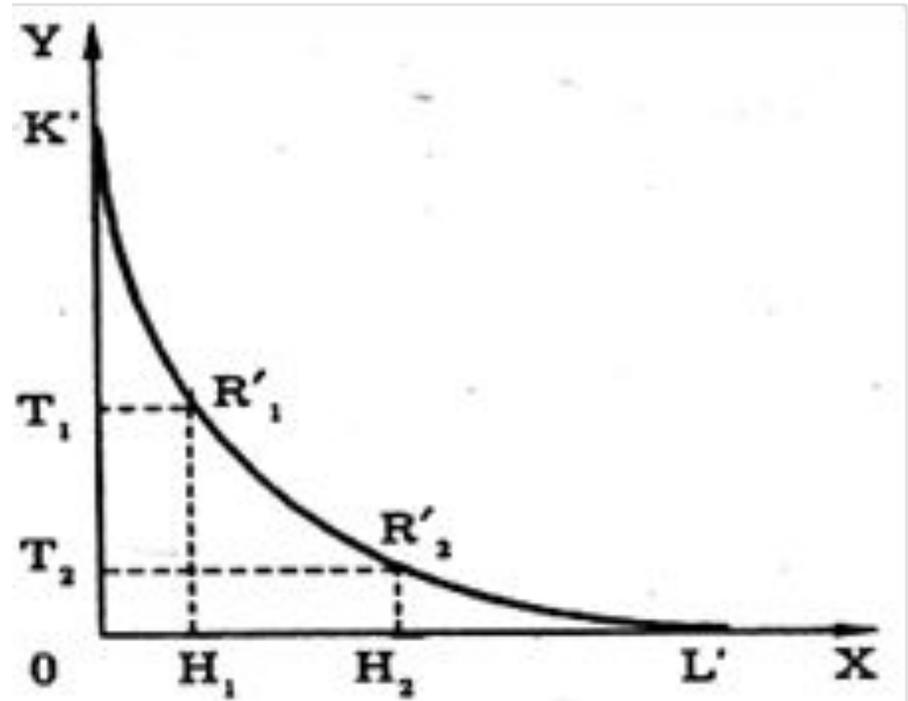
Нефункциональным спросом является такая часть спроса, которая обусловлена такими факторами, которые непосредственно не связаны, с присущими экономическому благу качествами

* **Спекулятивный спрос** возникает в обществе с высокими инфляционными ожиданиями, когда опасность повышения цен в будущем стимулирует дополнительное потребление (покупку) товаров в настоящем

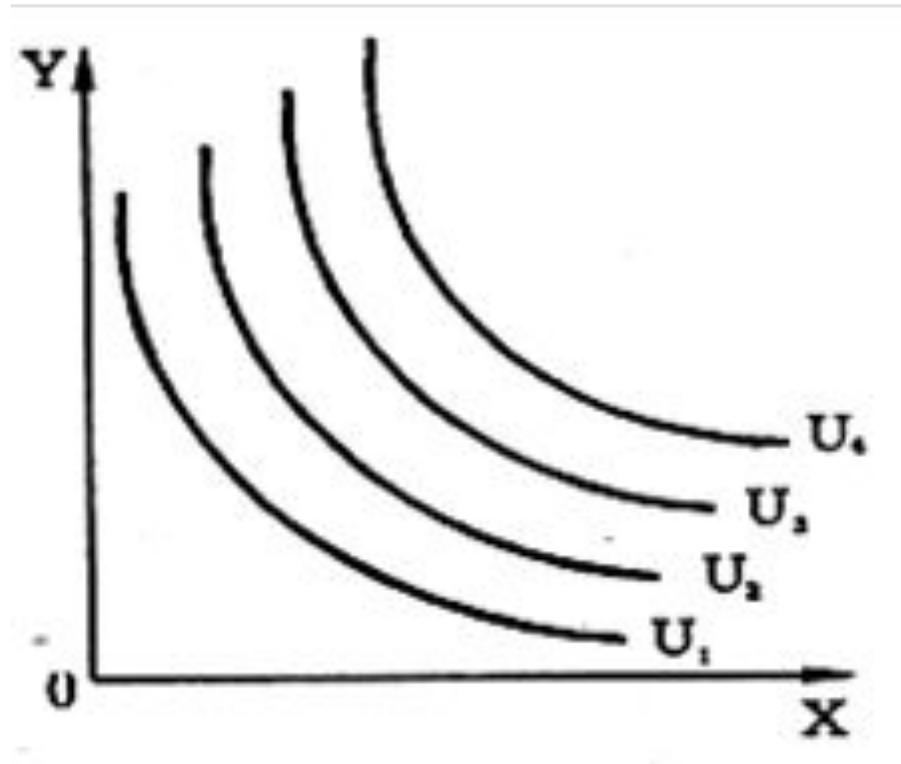
* **Нерациональный спрос** — это незапланированный спрос, возникший под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза, спрос, который нарушает предпосылку о рациональном поведении потребителя

Кривая безразличия (indifference curve)

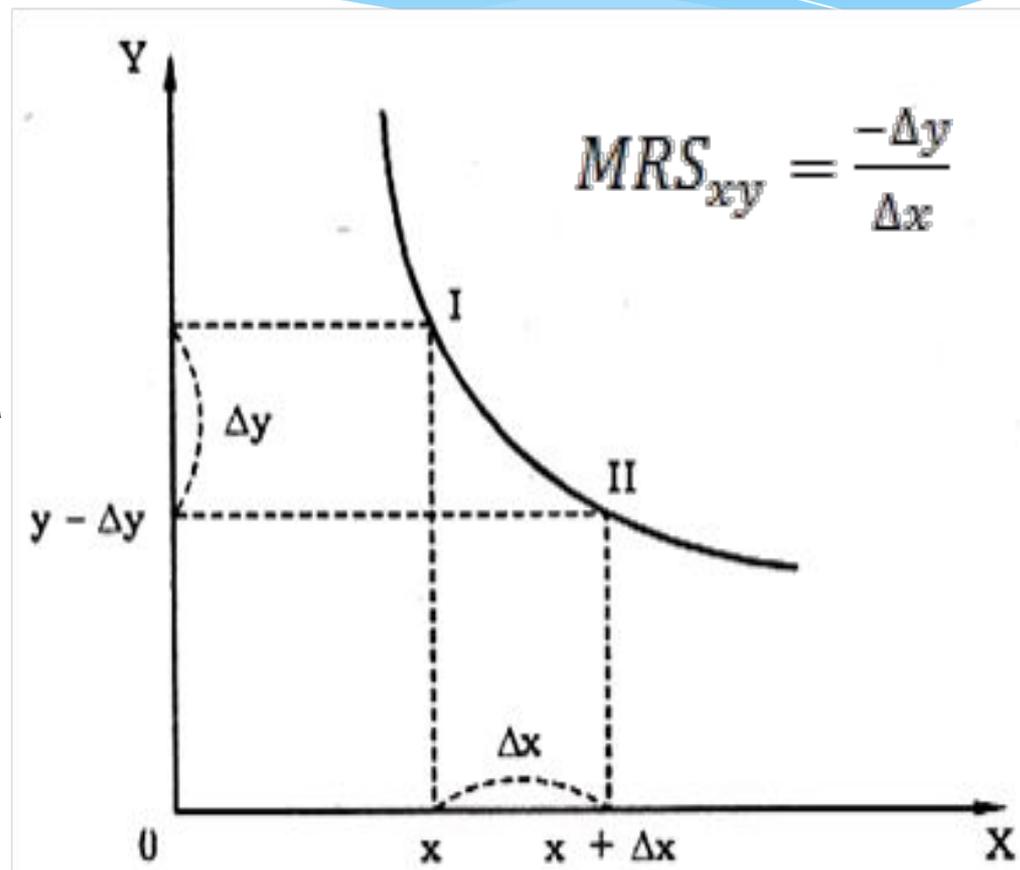
показывает, различные, комбинации двух экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя



Множество кривых
безразличия называется
**картой кривых
безразличия**



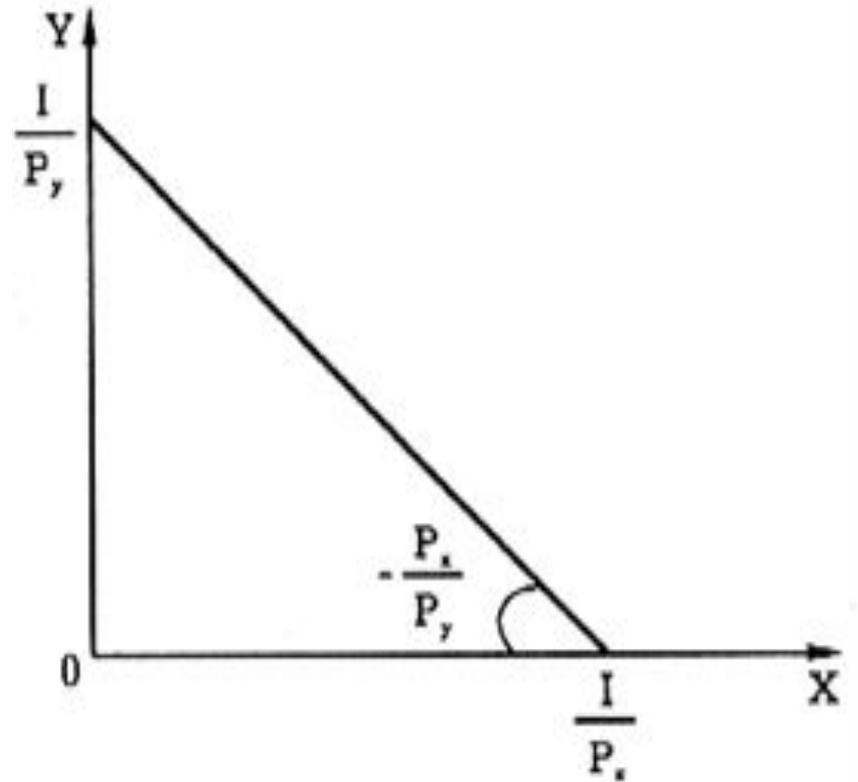
Предельная норма замещения (marginal rate of substitution — MRS) - количество на которое потребление одного из двух благ должно быть увеличено (или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу



$$I = P_x X + P_y Y$$

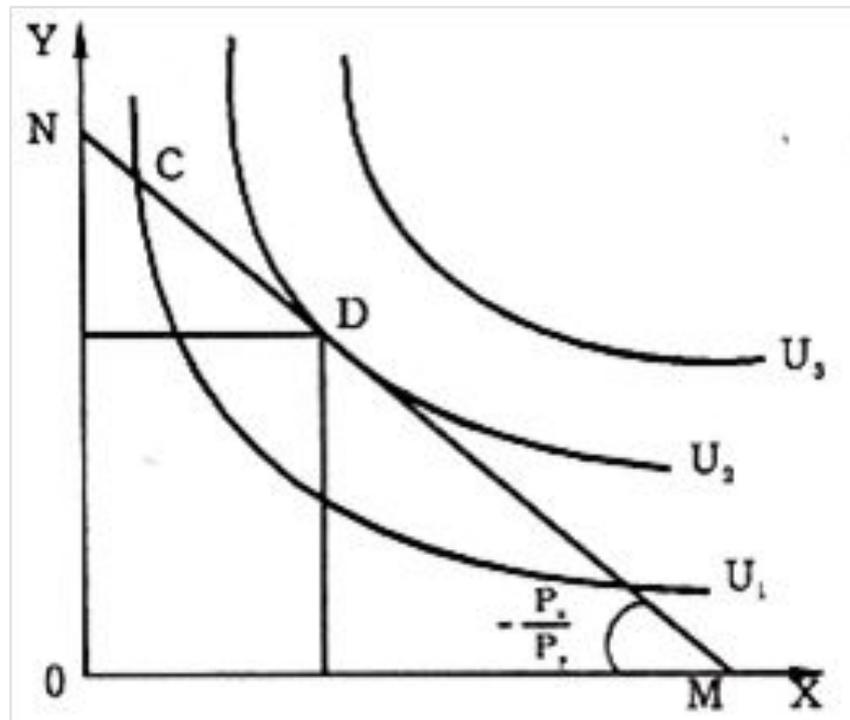
I - доход потребителя,
 P_x — цена блага X ,
 P_y — цена блага Y ,
а, X и Y составляют
соответственно купленные
количества благ

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



Условие равновесия потребителя

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_n}{P_n}$$



- * *в точке оптимума потребителя отношение предельных полезностей равно отношению цен потребляемых благ.*
- * Это условие верно для задачи потребительского выбора с любым числом благ. В соответствии с ним потребитель распределяет свой денежный доход таким образом, чтобы *последняя денежная единица, затраченная на каждый товар, давала одну и ту же предельную полезность.*
- * Если бы это было не так, то потребитель мог бы денежную единицу, дающую меньшую предельную полезность, перераспределить туда, где ее предельная полезность была бы больше. Это - так называемый **эквимаржинальный принцип**