

# ТЕМА 3. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Проскурнова К.Ю.,  
канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и  
финансы»



1. Потребительское поведение.
2. Полезность.
3. Кривые безразличия,  
бюджетные ограничения.
4. Эффект дохода и эффект  
замещения.



- **Потребительское поведение** – это процесс формирования спроса потребителей на товары и услуги с учетом их доходов и личных субъективных предпочтений.
- **Потребительский выбор (*consumer choice*)** — это выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (денежного дохода).



# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- полезность;
- редкость;
- цена;
- доход.



- **Полезность блага (*utility of good*)** — это способность экономического блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей.



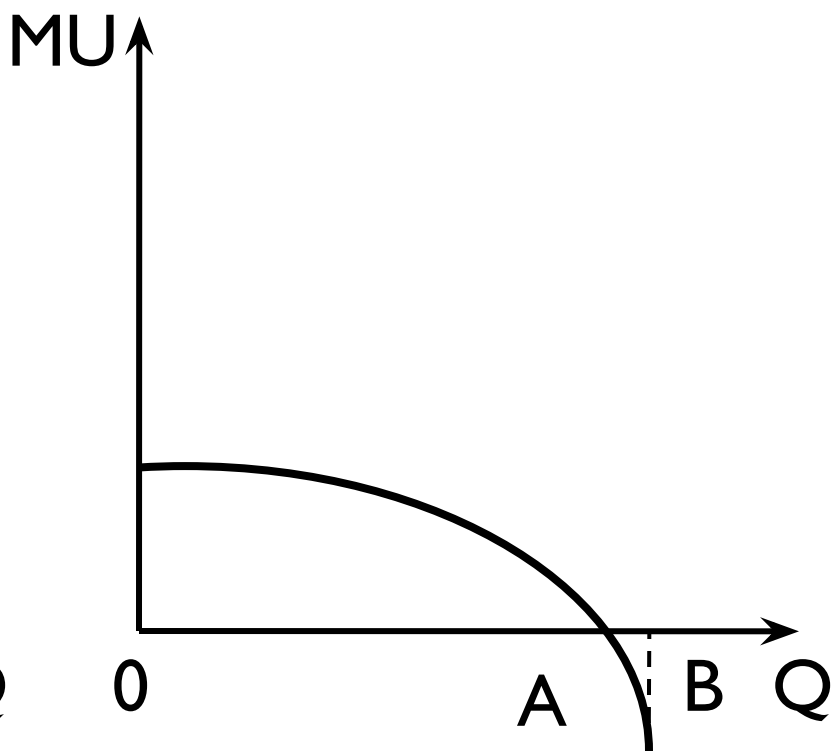
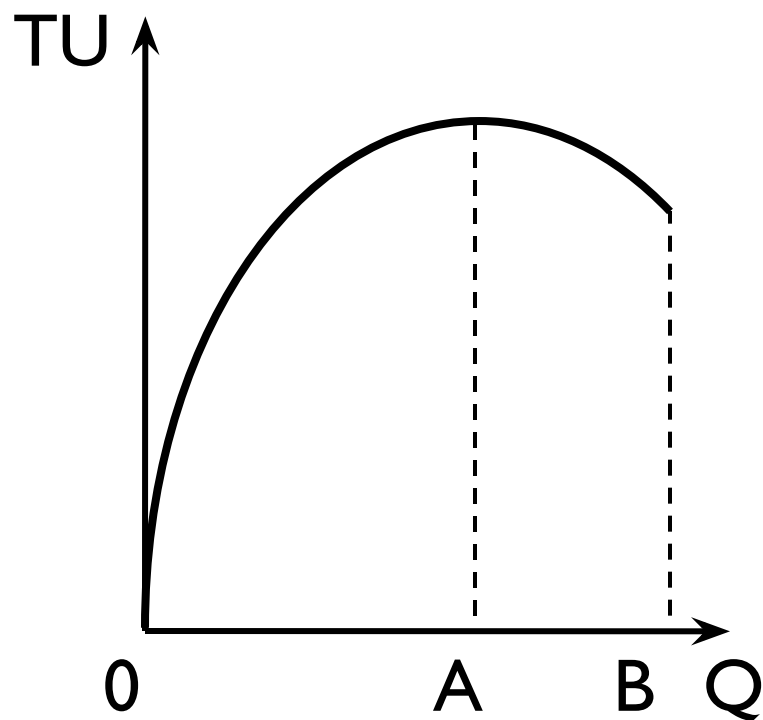
# КАРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ

- *У. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас*
- **Общая полезность (*total utility, TU*)** – мера общего удовлетворения, полученного от потребления определенного набора единиц блага за определенный период времени.
- **Предельная полезность (*marginal utility, MU*)** – дополнительная полезность, полученная от каждой последующей единицы потребительского блага.

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



# ОБЩАЯ И ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ



# *ПЕРВЫЙ ЗАКОН ГОССЕНА*

- **Закон убывающей предельной полезности:** по мере увеличения потребления блага предельная полезность каждой дополнительной единицы одного и того же блага за относительно короткий промежуток времени будет уменьшаться.





# *ВТОРОЙ ЗАКОН ГОССЕНА*

- ***Правило максимизации полезности:***  
доход потребителя должен быть распределен таким образом, чтобы последняя денежная единица, потраченная на приобретение каждого вида благ, приносила бы одинаковую предельную полезность.



# СВЯЗЬ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ И ЦЕНЫ

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \frac{MU_z}{P_z}$$



# ОРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ

- Ф. Эджуорт, В. Парето, И. Фишер



# ПОСТУЛАТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

- множественность видов потребления;
- ненасыщенность потребностей;
- транзитивность предпочтений;
- упорядоченность предпочтений;
- субституция;
- убывающая предельная полезность.



# ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС

- **Функциональный спрос** - часть спроса, которая обусловлена потребительскими свойствами, присущими самому экономическому благу (товару или услуге).
- **Нефункциональный спрос** - часть спроса, которая обусловлена такими факторами, которые непосредственно не связаны с присущими экономическому благу качествами.



# ФАКТОРЫ НЕФУНКЦИОНАЛЬНОГО СПРОСА

- социальный,
- спекулятивный,
- нерациональный.

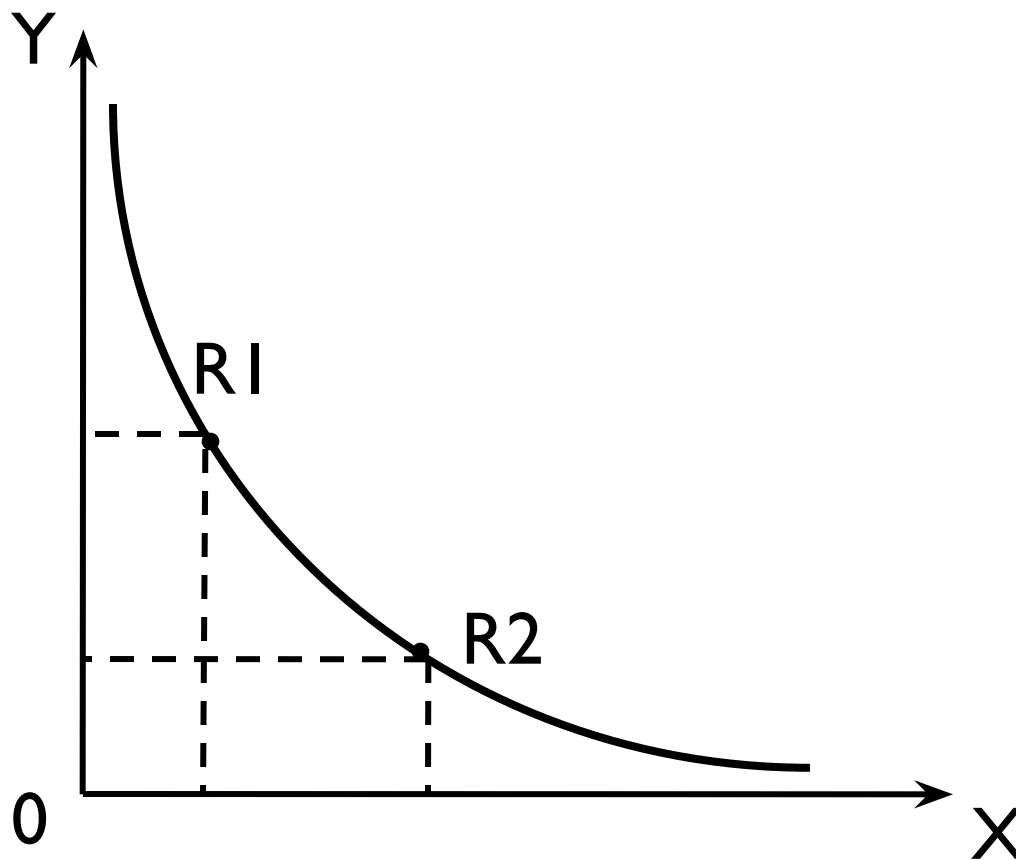


# СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТОР

- Эффект присоединения к большинству (*bandwagon effect*).
- Эффект сноба (*snob effect*).
- Эффект Веблена (*Veblen effect*).

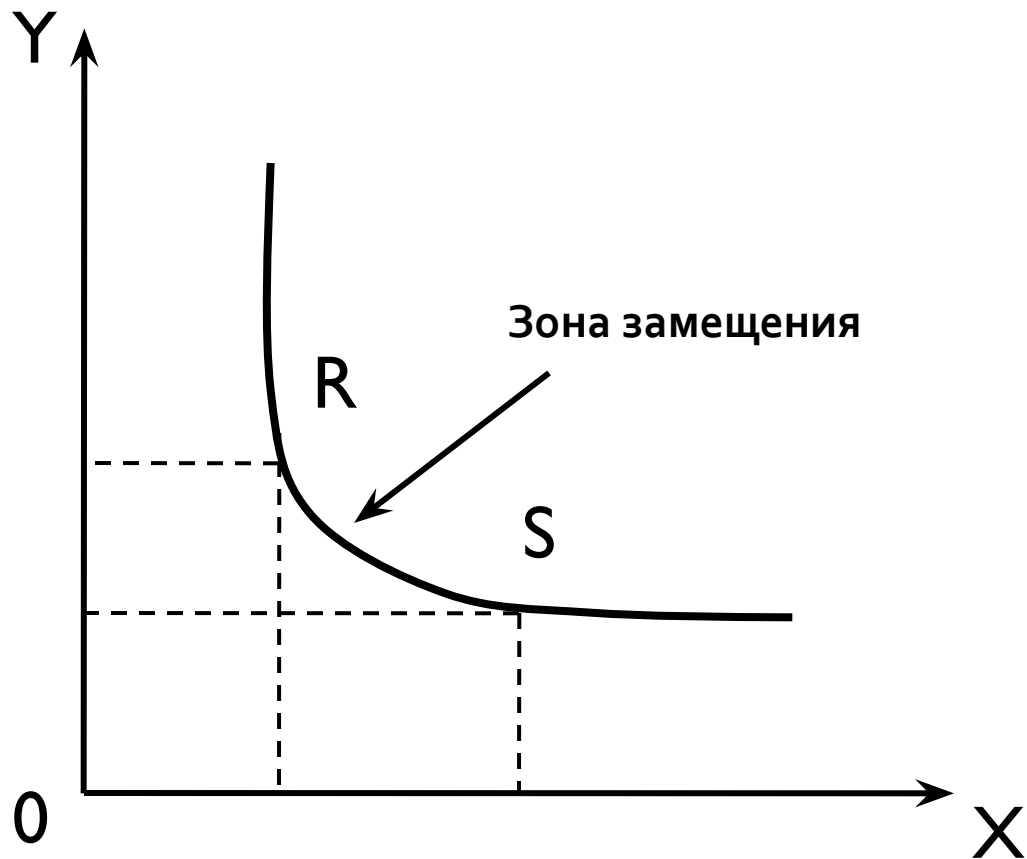


# КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ (INDIFFERENCE CURVE)





# ЗОНА ЗАМЕЩЕНИЯ (СУБСТИТУЦИИ)

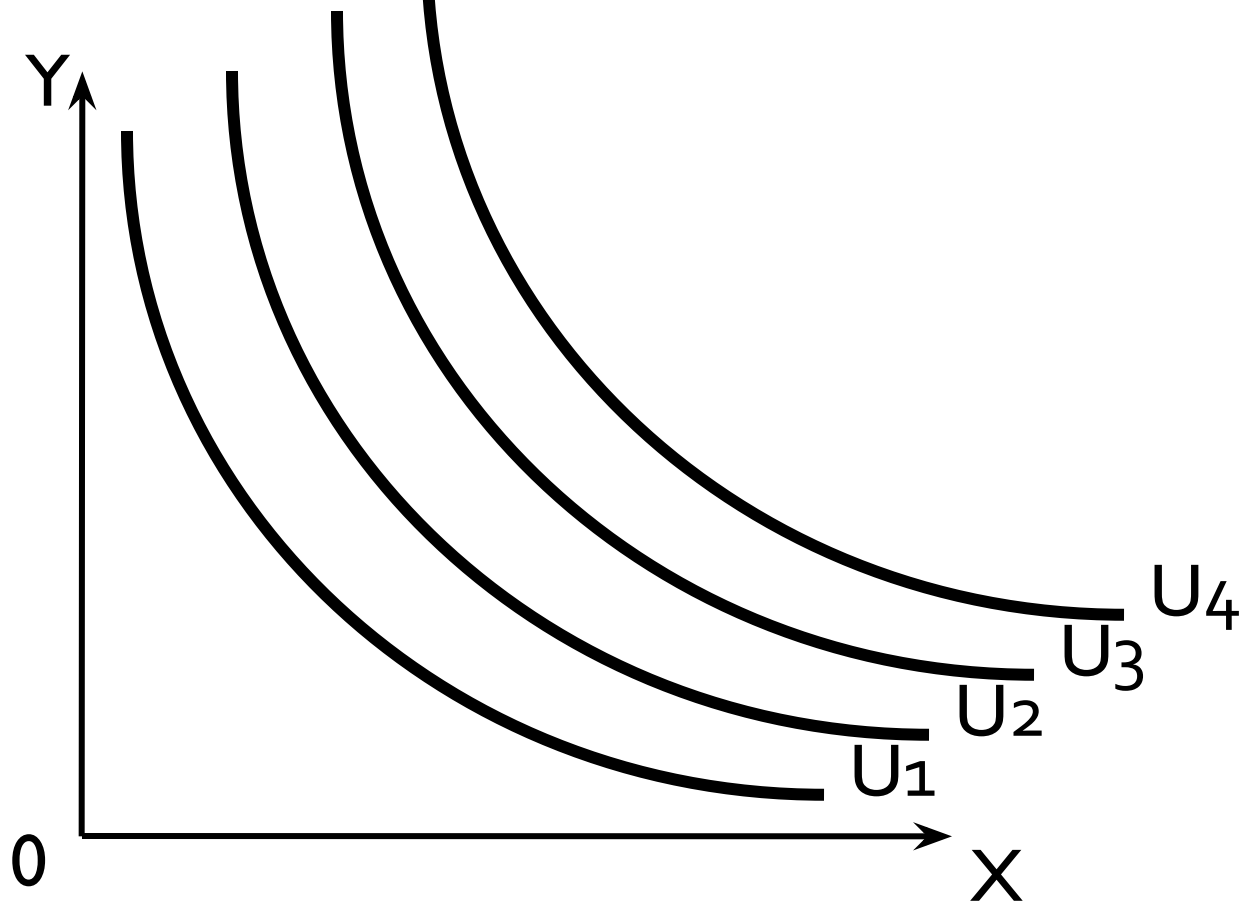


- **Предельная норма замещения (*marginal rate of substitution — MRS*)** — количество, на которое потребление одного из двух благ должно быть увеличено (или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную)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

$$MRS_{xy} = - \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{MU_x}{MU_y}$$



# КАРТА КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

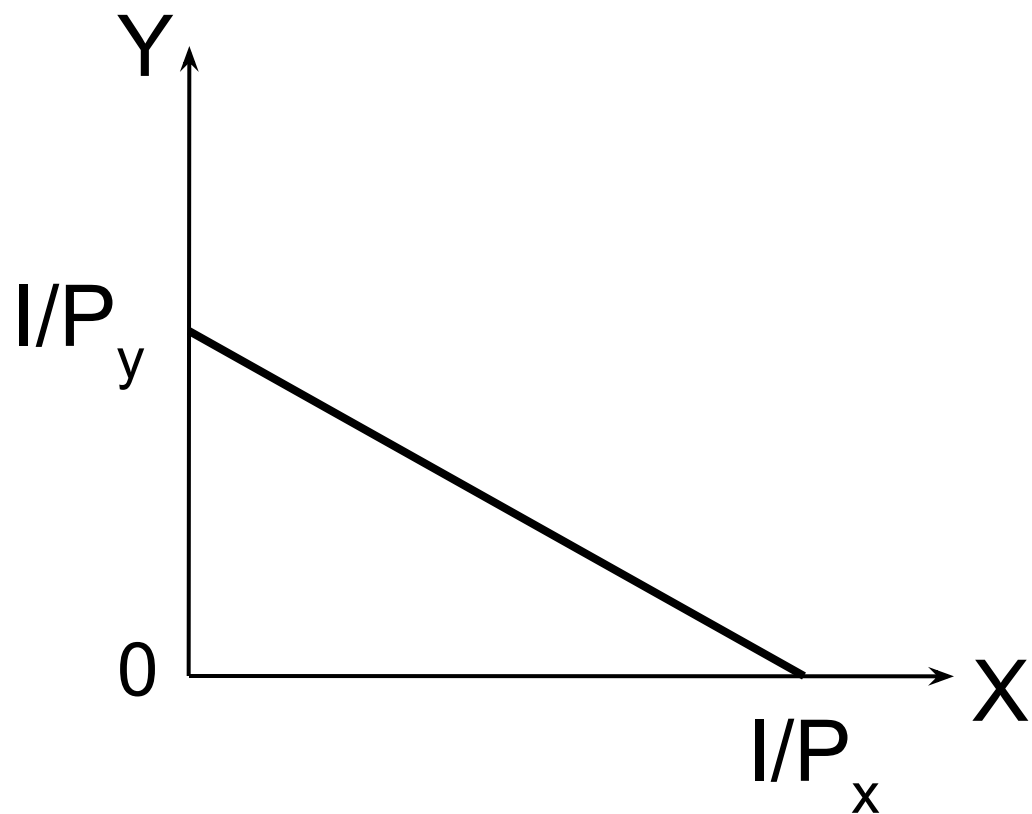


# БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ (BUDGET CONSTRAINT)

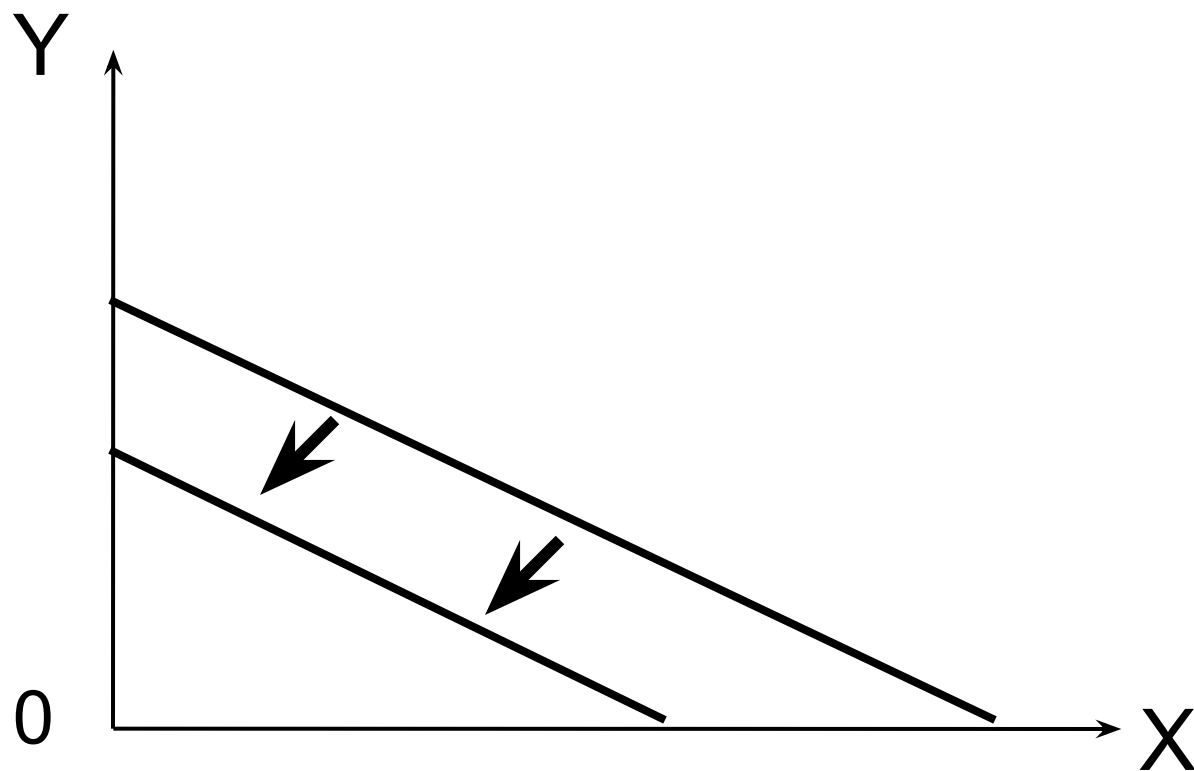
$$I = P_x X + P_y Y$$



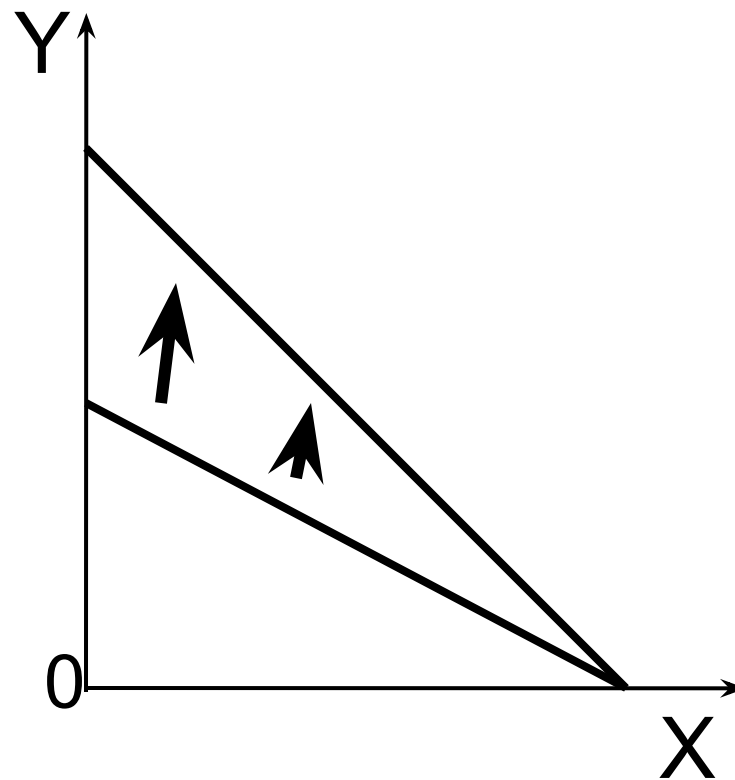
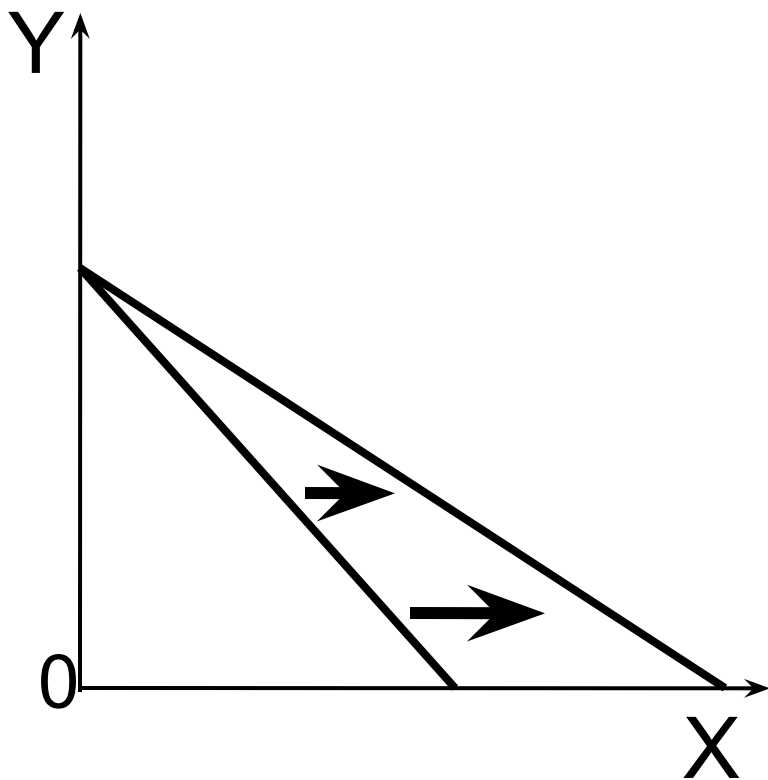
# БЮДЖЕТНАЯ ЛИНИЯ



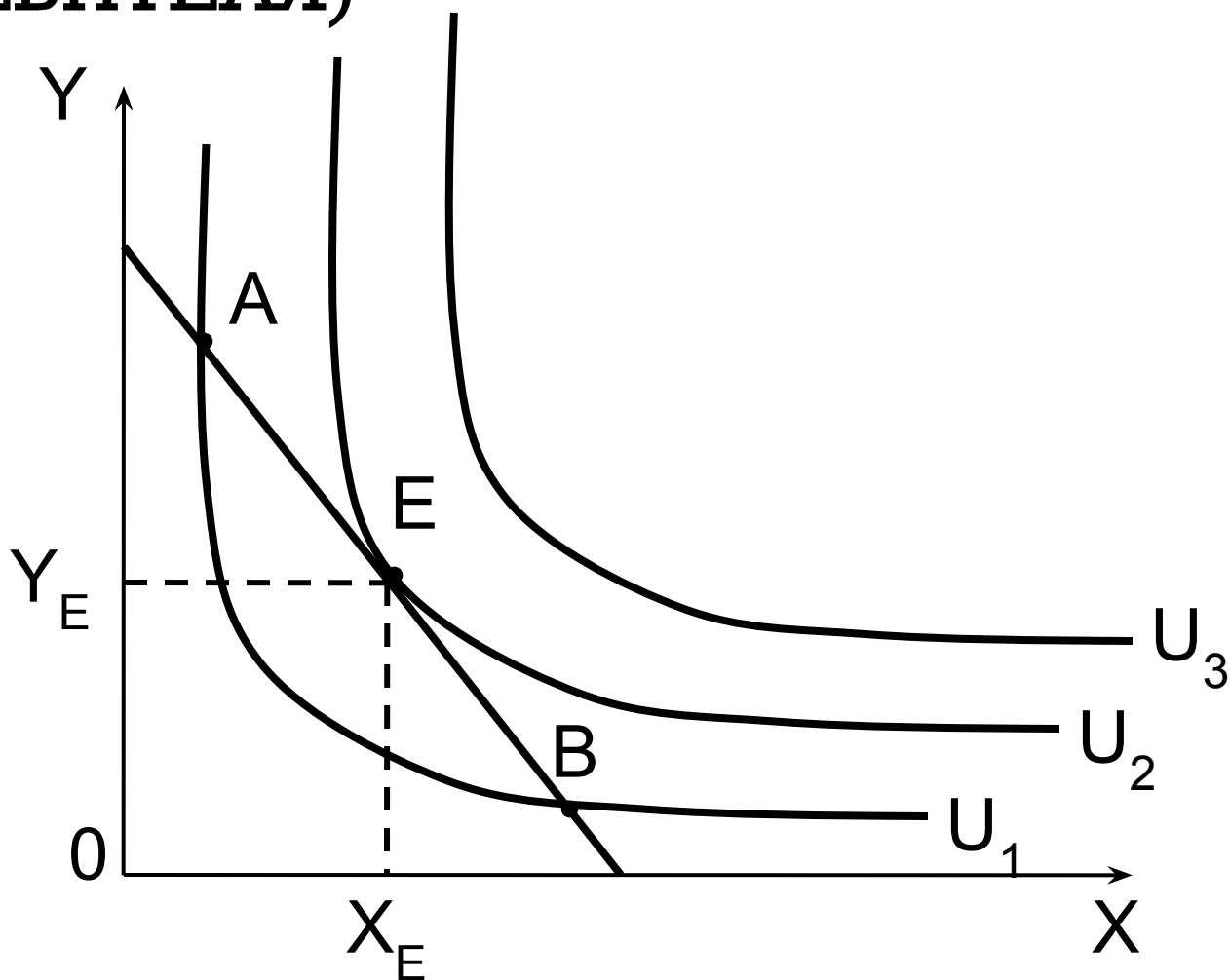
# СДВИГ БЮДЖЕТНОЙ ЛИНИИ



# СДВИГ БЮДЖЕТНОЙ ЛИНИИ

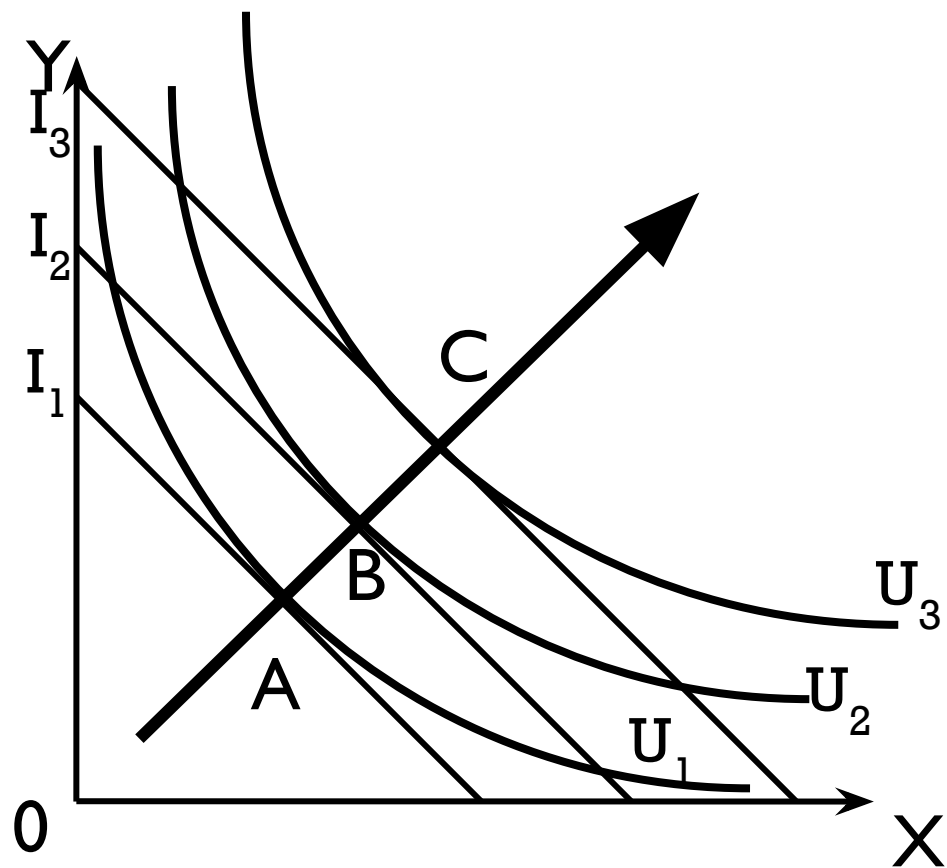


# ПОЛОЖЕНИЕ РАВНОВЕСИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ (ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЯ)

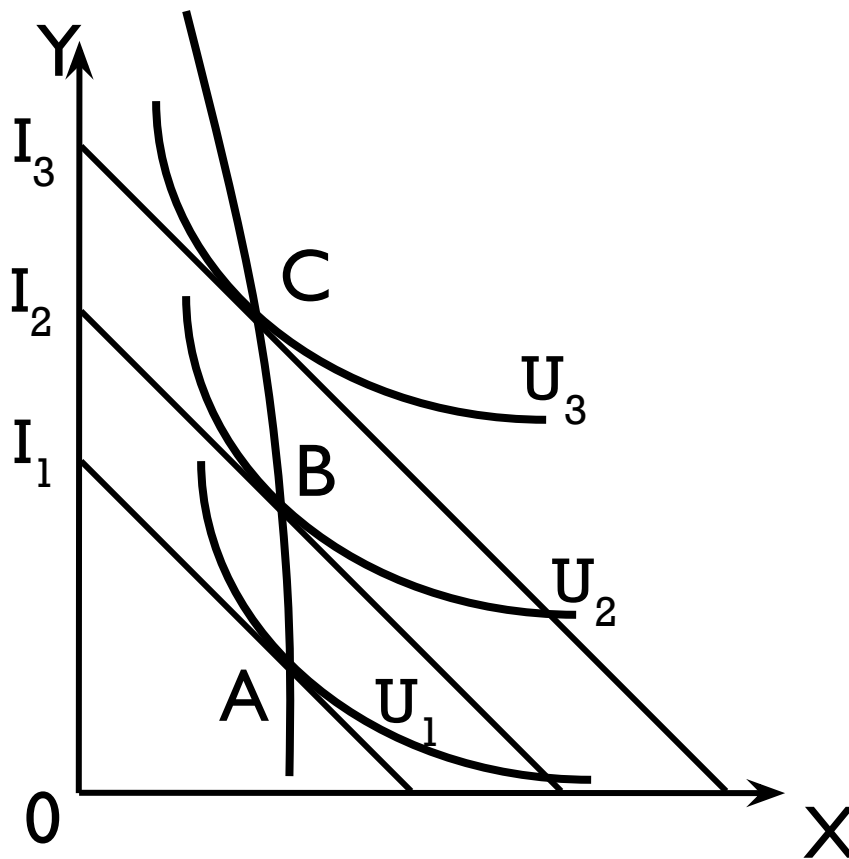




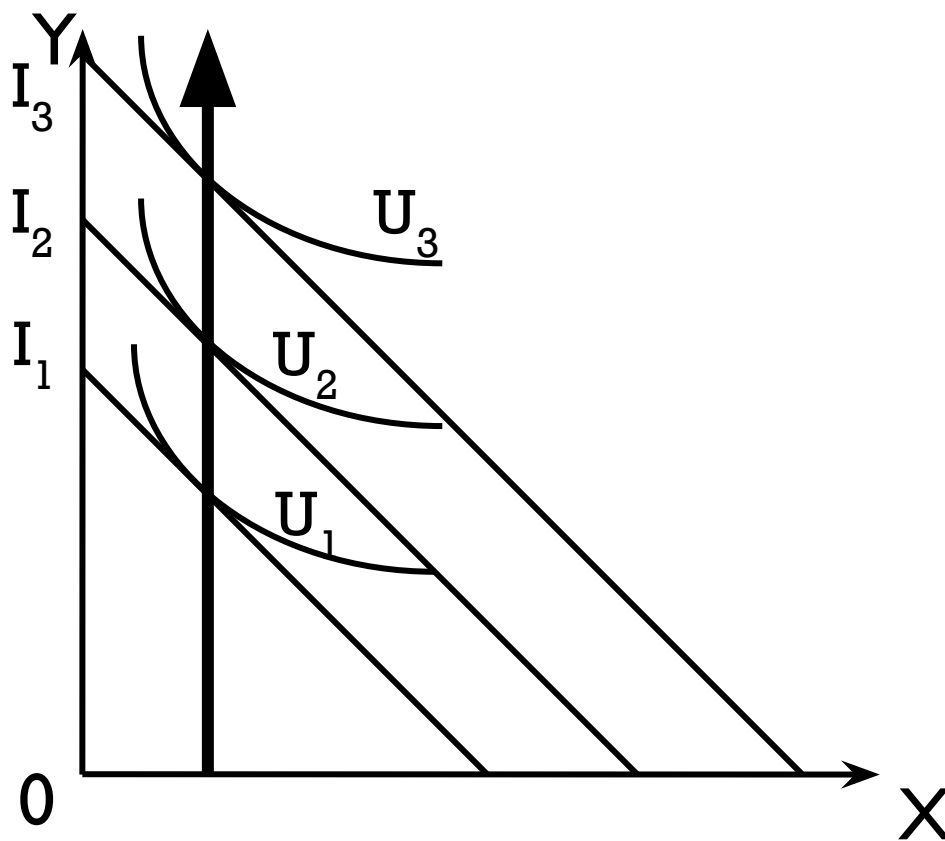
# КРИВАЯ «ДОХОД-ПОТРЕБЛЕНИЕ» КАЧЕСТВЕННОГО ТОВАРА



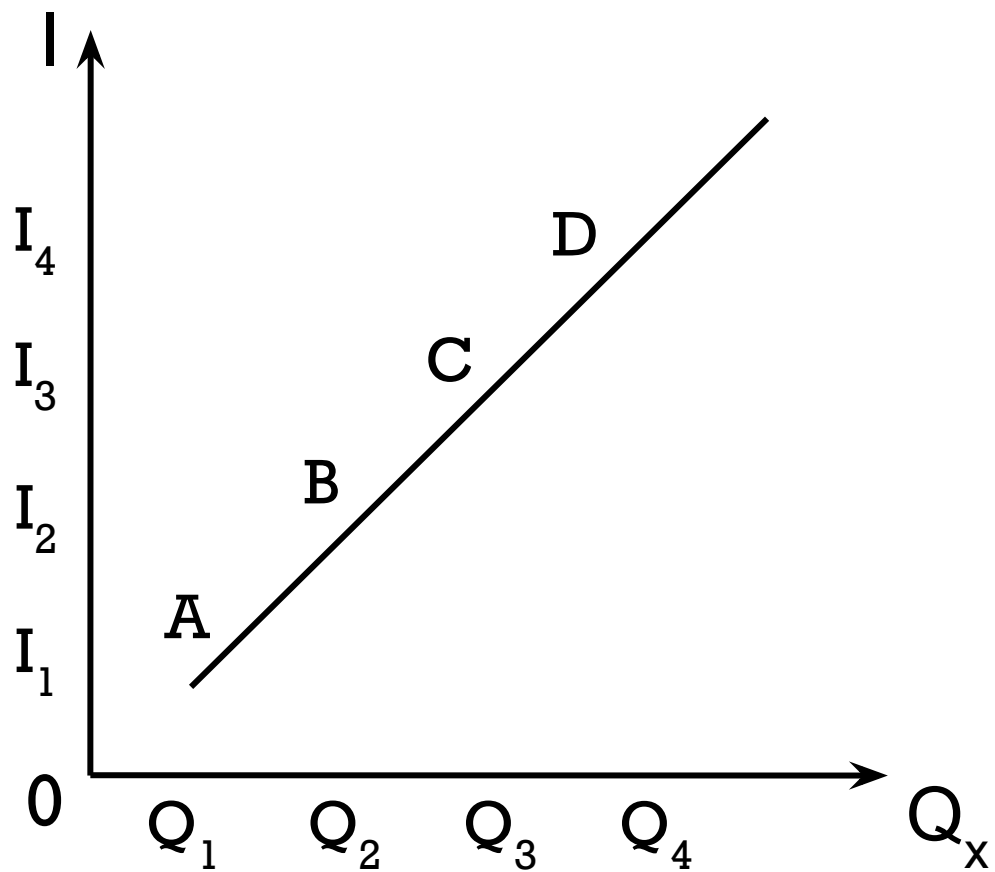
# КРИВАЯ «ДОХОД-ПОТРЕБЛЕНИЕ» НЕКАЧЕСТВЕННОГО ТОВАРА



# КРИВАЯ «ДОХОД-ПОТРЕБЛЕНИЕ» НЕЙТРАЛЬНОГО ТОВАРА



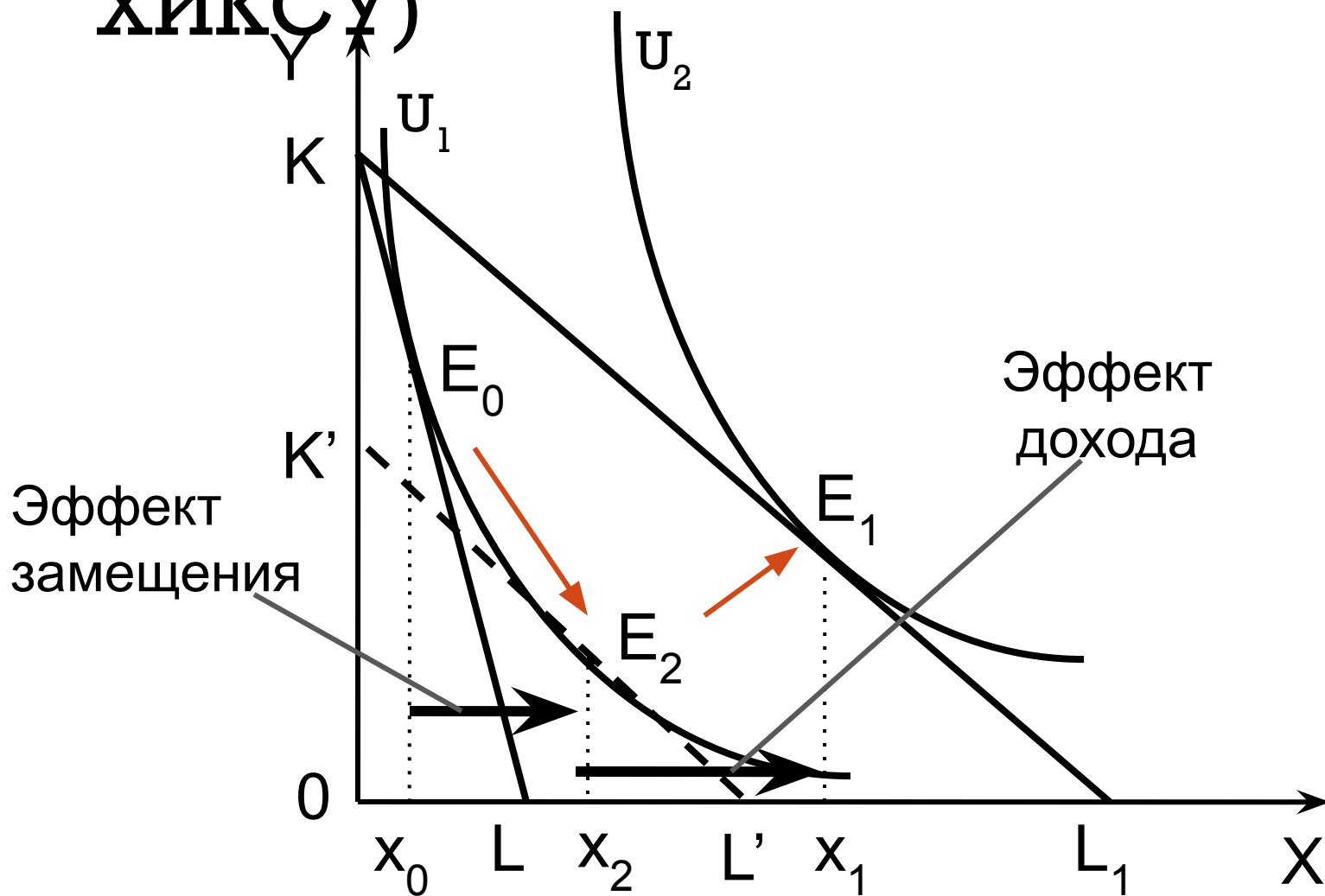
# КРИВАЯ ЭНГЕЛЯ



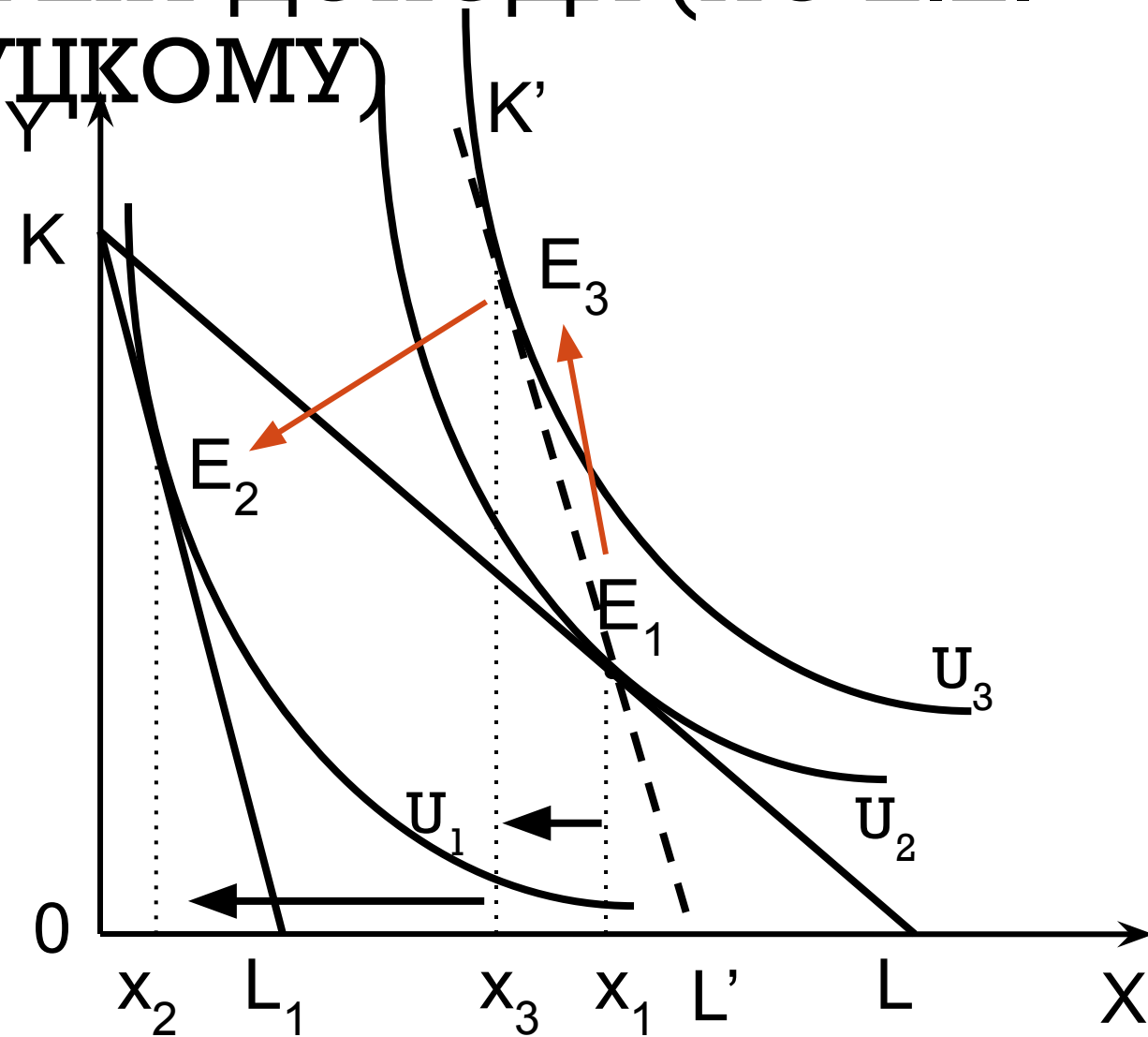
- **Эффект дохода (*income effect*)** – изменение спроса потребителя исключительно вследствие изменения реального дохода.
- **Эффект замещения (*substitution effect*)** – изменение структуры потребительского спроса исключительно в результате изменения относительной цены одного из товаров.



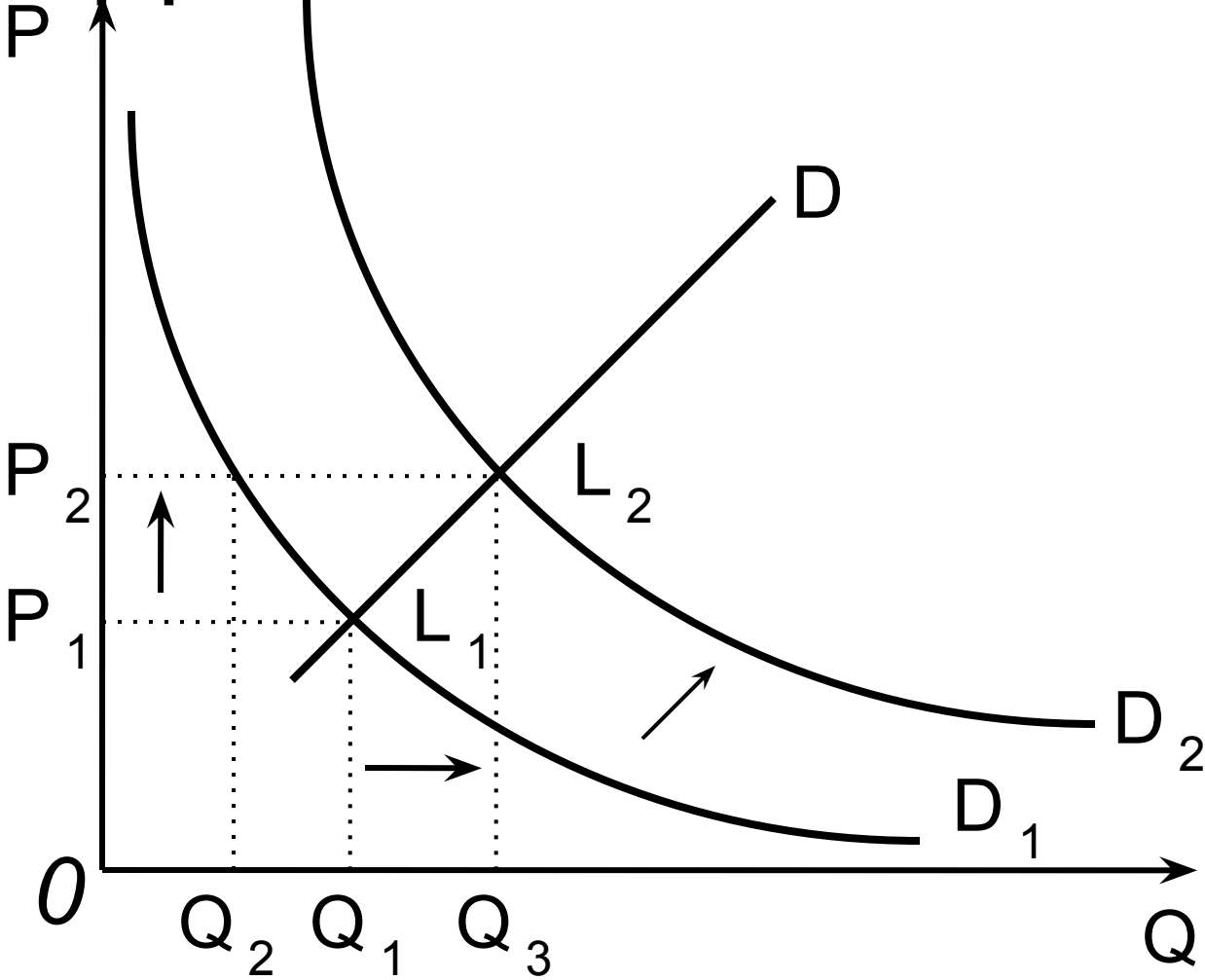
# ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ И ЭФФЕКТ ДОХОДА (ПО ДЖ. ХИКСУ)



# ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ И ЭФФЕКТ ДОХОДА (ПО Е.Е. СЛУЦКОМУ)



# ΠΑΡΑΔΟΞΟΣ ΓΙΦΦΕΝΑ





■ **Товар Гиффена (*Giffen good*)** – это товар, занимающий большое место в бюджете малоимущих потребителей, спрос на который при прочих равных условиях изменяется в том же направлении, что и цена.



**БЛАГОДАР  
Ю ЗА  
ВНИМАНИЕ!**

