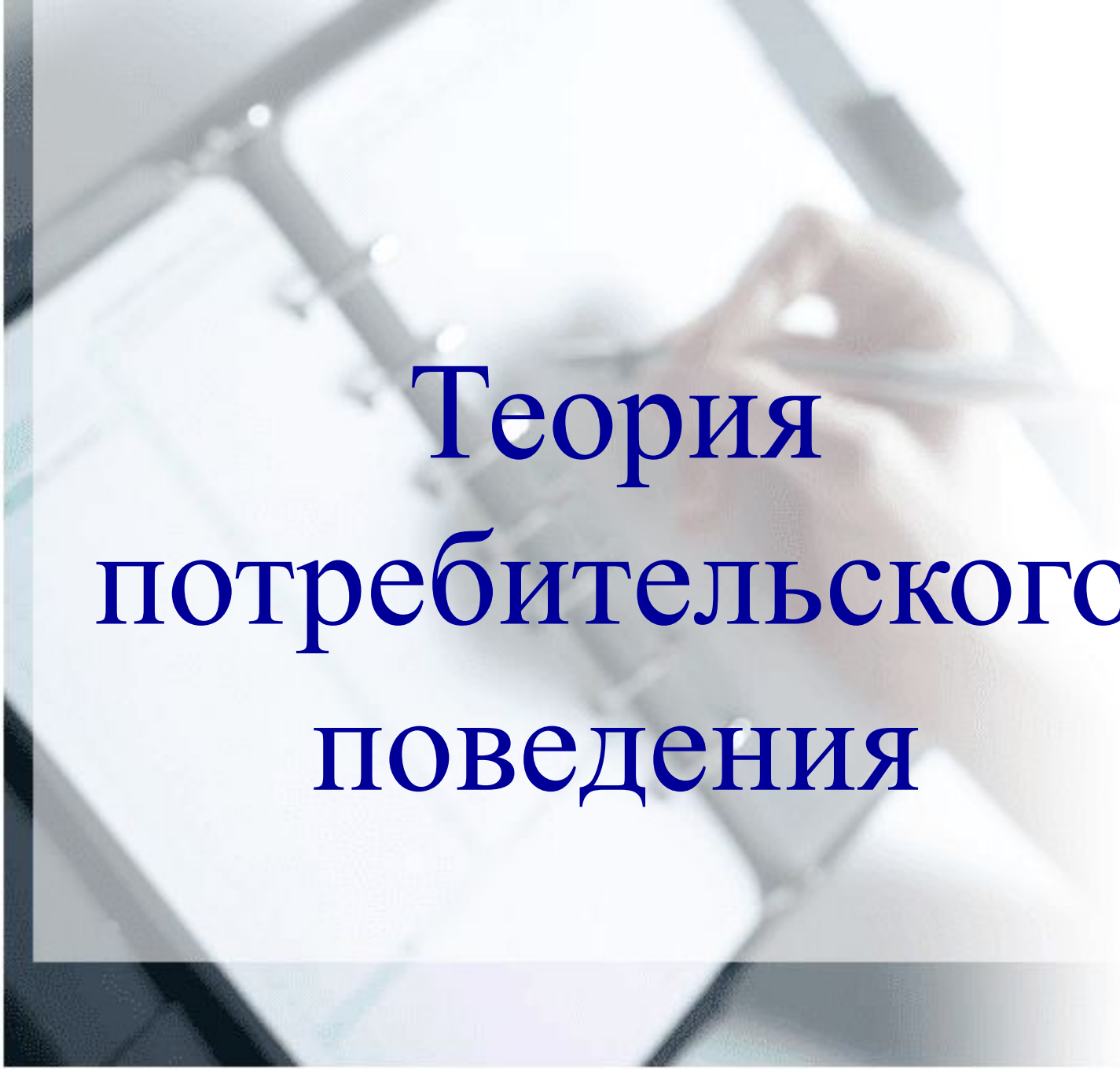




Теория потребительского поведения

Содержание

**1. Анализ поведения потребителей.
Кривые безразличия. Бюджетная линия.**

**2. Выбор потребителя. Особенности
потребительского спроса.**

**3. Эффект дохода и эффект замены.
Кривые Энгеля. Излишек потребителя.**

1. Теория предельной полезности.

Полезность — это способность продукта удовлетворять потребителя.

Предельная полезность (MU – marginal utility) — это добавочная полезность, извлекаемая потребителем из дополнительной единицы конкретной продукции.

Общая полезность – TU (total utility)

Эволюция предельной полезности.

Ординалисты

(Парето, Хикс, П. Самуэльсон)

Отрицают возможность
количественного измерения
величин предельной полезности...

Кардиналисты

(Дж. Нейман)

Они предполагают, что полезность
количественного измерима

Закон убывающей предельной полезности.

с увеличением количества благ общая полезность постепенно возрастает, а предельная полезность каждой дополнительной единицы блага неуклонно уменьшается.

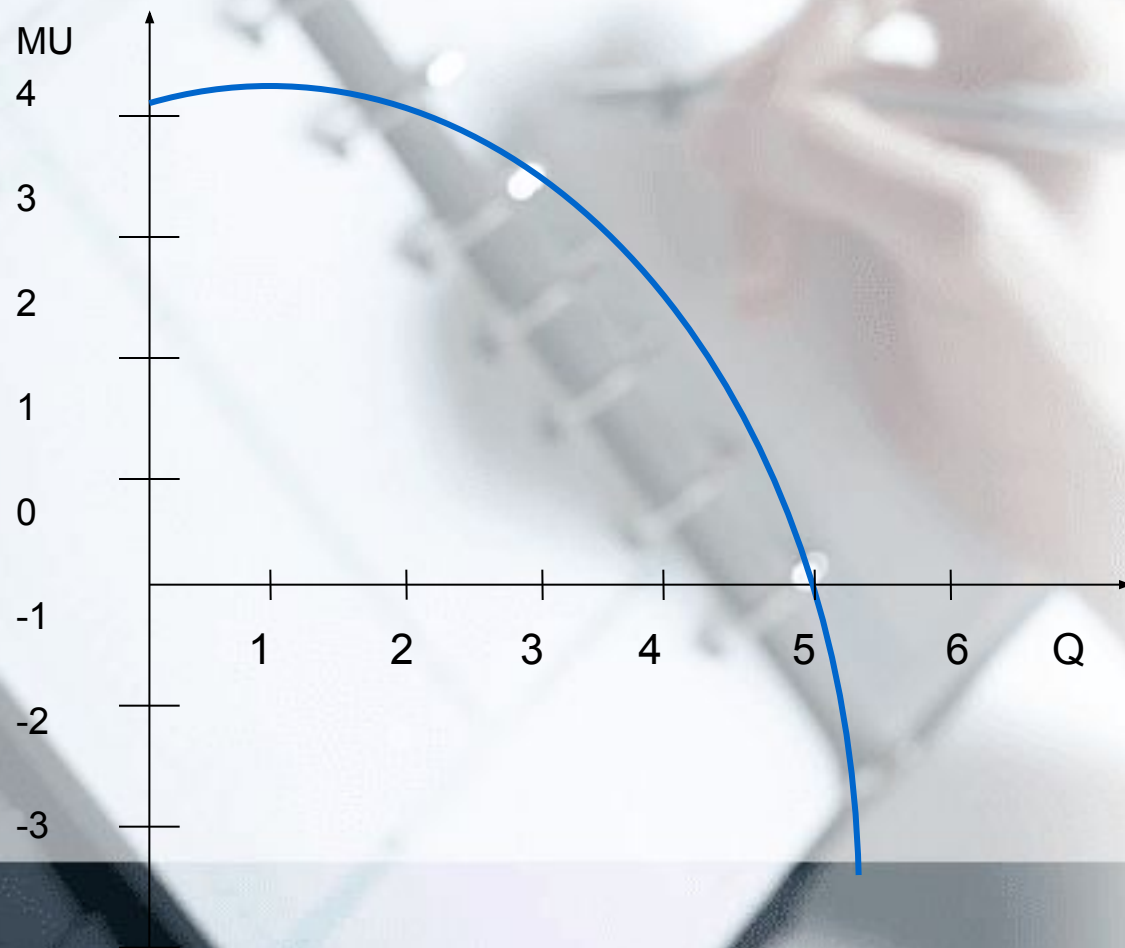
Функция полезности $U=f(Q_x, Q_y, Q_z...)$,

где Q – количество товаров $X Y Z ...$,
потребляемое потребителем.

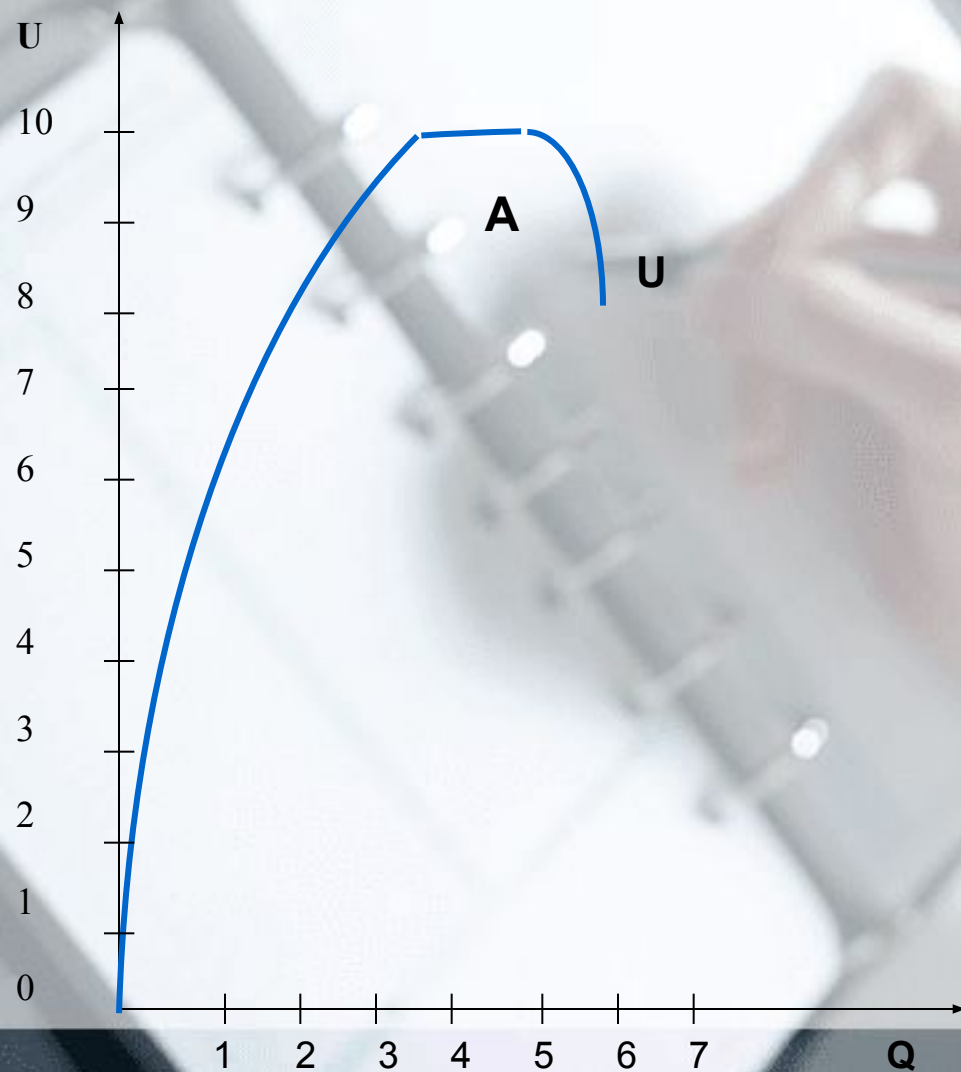
Закон убывающей предельной полезности может быть представлен с помощью таблицы (на примере потребления мороженого).

Количество потребляемого товара (пропорции мороженого)	Предельная полезность (MU)	Совокупная полезность (TU)
0	-	0
1	4	4
2	3	7
3	2	9
4	1	10
5	0	10
6	-3	7

Предельная полезность от потребления мороженого



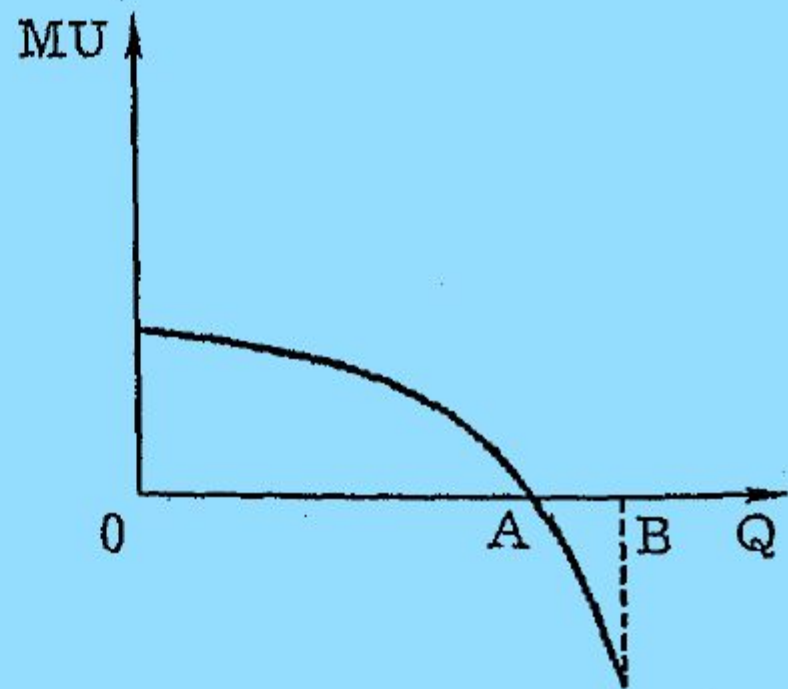
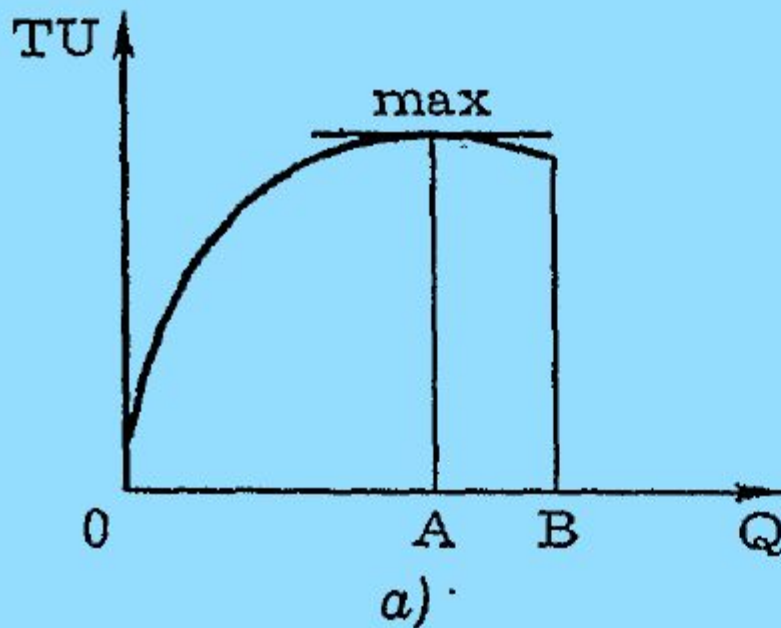
Совокупная полезность от потребления мороженого



Правило максимизации полезности

Первый закон Госсена - закон убывающей предельной полезности - по мере увеличения количества потребляемого товара его предельная полезность имеет тенденцию к сокращению.

Второй закон Госсена - при максимизации общей полезности предельная полезность всех потребляемых благ должна быть одной и той же величиной.



Кривая безразличия.

- — это множество точек, каждая из которых представляет собой такой набор из двух товаров, что потребителю «безразлично», какой из этих наборов выбрать, поскольку их полезность одинакова.
- Множество кривых безразличия называется картой кривых безразличия.



Наборы	Количество продуктов X	Количество продуктов Y
A	12	2
B	6	4
C	4	6
D	3	8



ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ЗАМЕЩЕНИЯ

Количество одного товара, от которого потребитель готов отказаться, чтобы получить дополнительную единицу другого, оставаясь при этом на данном уровне удовлетворения потребностей (на данной кривой безразличия), называется **предельной нормой замещения (MRS)**.

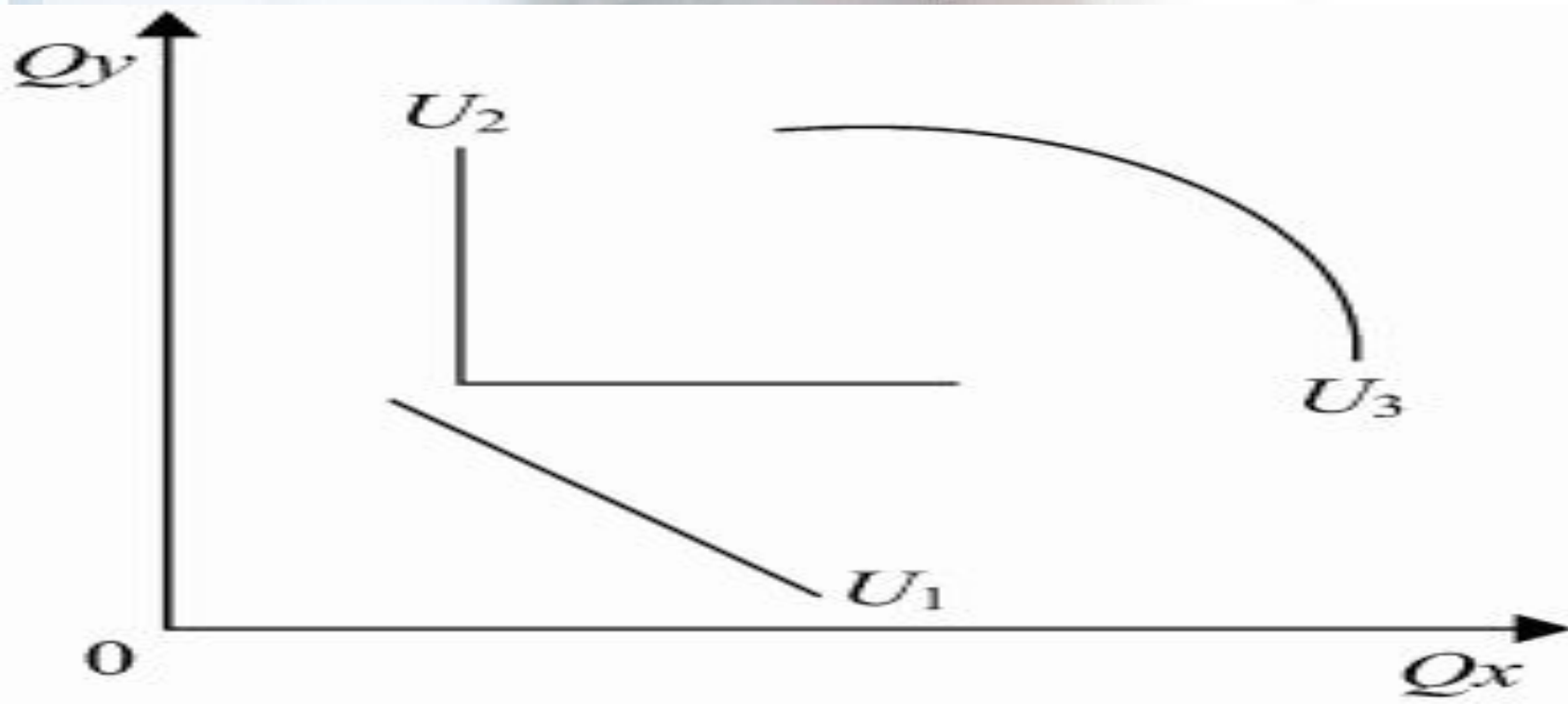
$$MRS_{XY} = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

ТИПЫ КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

Кривая безразличия U_1 показывает, что потребитель имеет дело с товарами, которые не отличаются абсолютной взаимозаменяемостью.

Кривая U_2 - товары вообще не могут заменять друг друга, они жестко дополняют друг друга.

Кривая U_3 показывает, чем больше имеет товара потребитель, тем больше хотел бы его иметь.



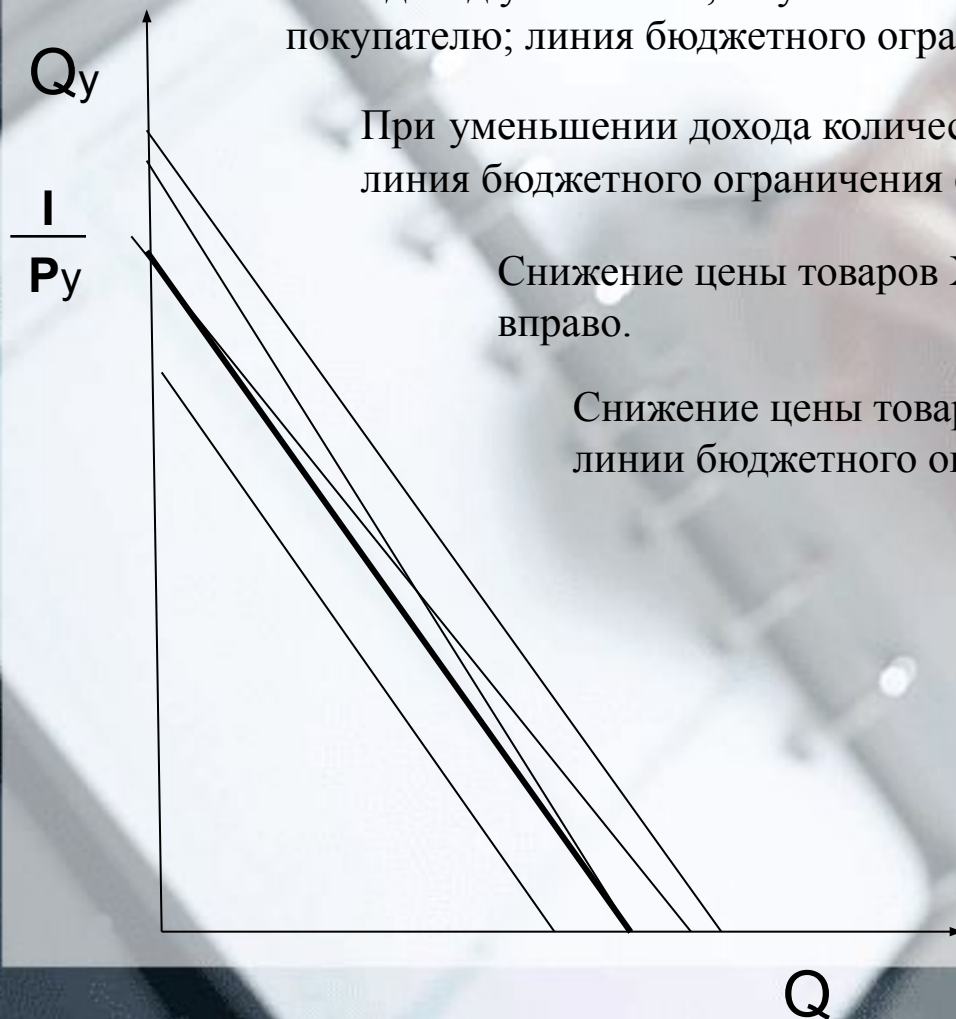
Линии бюджетного ограничения.

Если доход увеличится, то увеличится количество наборов, доступных покупателю; линия бюджетного ограничения сдвинется вправо.

При уменьшении дохода количество доступных наборов снизится; линия бюджетного ограничения сдвинется влево.

Снижение цены товаров X сместит нижнюю часть линии вправо.

Снижение цены товара Y сдвинет верхнюю часть линии бюджетного ограничения вверх.

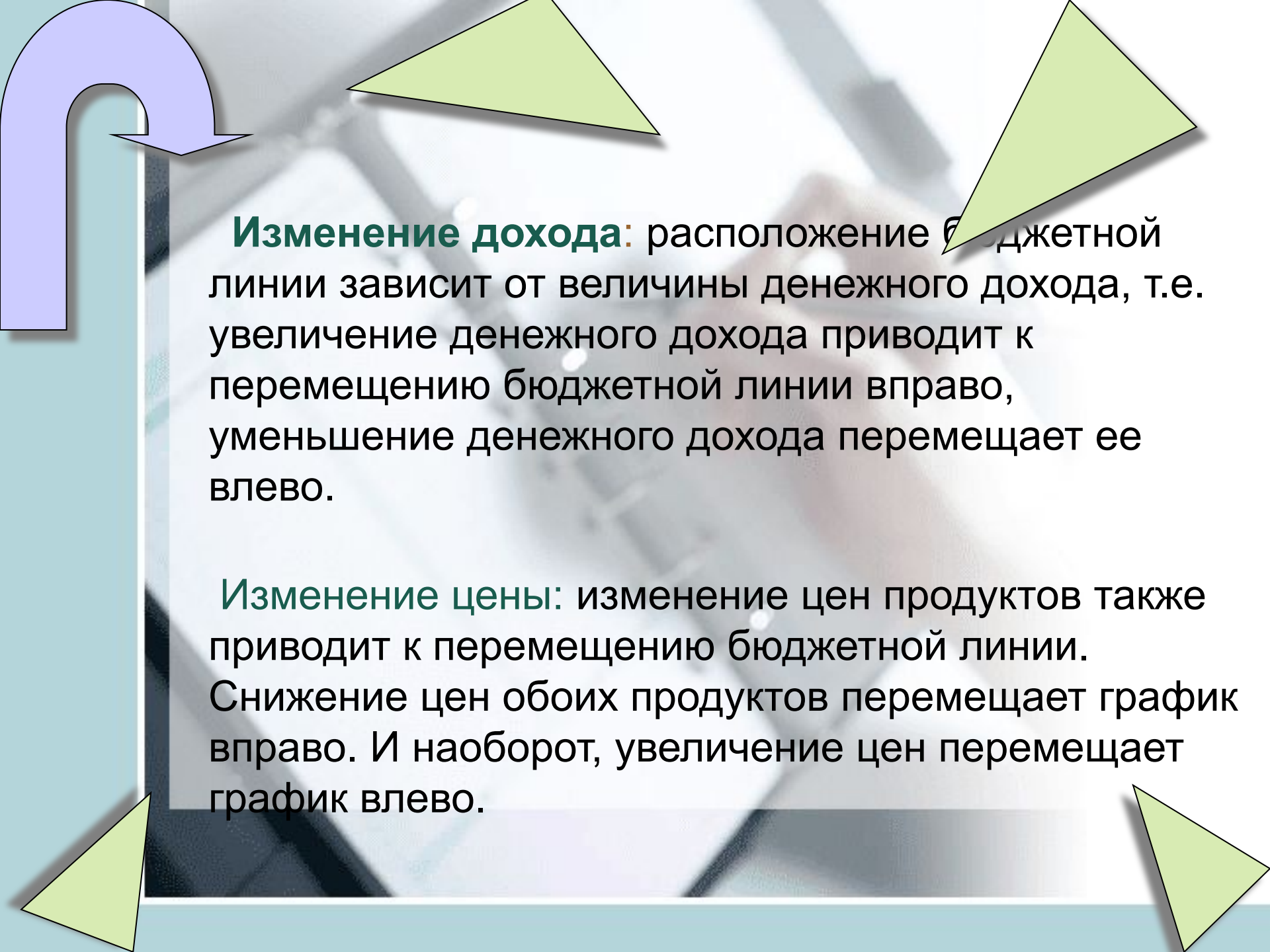


БЮДЖЕТНАЯ ЛИНИЯ

Уравнение бюджетного ограничения

$$P_x \times Q_x + P_y \times Q_y = I,$$

где P_x , P_y , Q_x , Q_y - соответственно цены и количества товаров X и Y .



Изменение дохода: расположение бюджетной линии зависит от величины денежного дохода, т.е. увеличение денежного дохода приводит к перемещению бюджетной линии вправо, уменьшение денежного дохода перемещает ее влево.

Изменение цены: изменение цен продуктов также приводит к перемещению бюджетной линии. Снижение цен обоих продуктов перемещает график вправо. И наоборот, увеличение цен перемещает график влево.

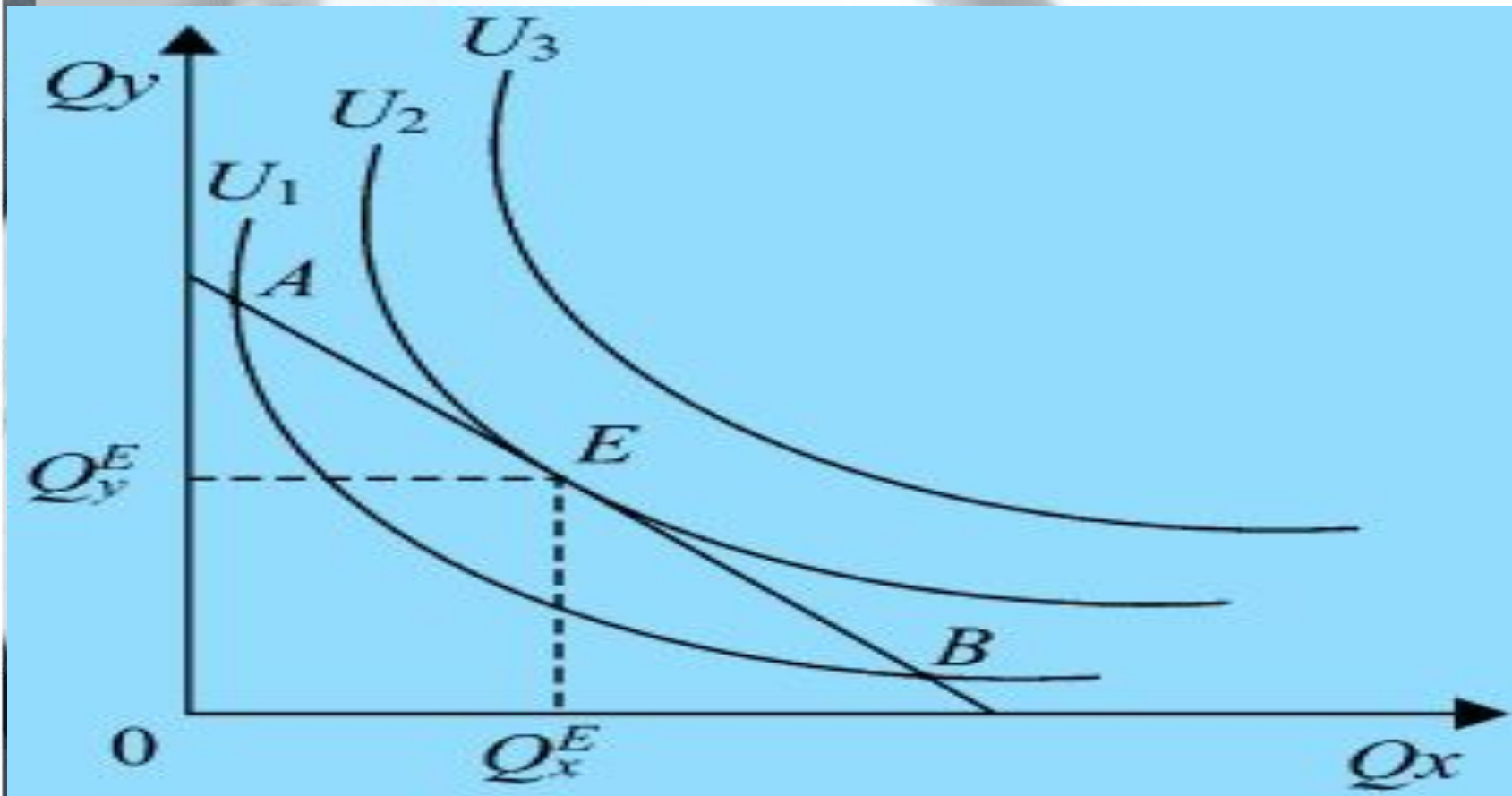
2. Выбор потребителя

**Экономический смысл теории
потребительского выбора состоит в том,
чтобы совместить желания потребителя с
его возможностями.**

Предпосылки модели потребительского выбора

1. Предпочтения потребителя уже сформировались, потребитель способен ранжировать альтернативные наборы товаров, либо он не делает различия между ними, т.е. безразличен к ним.
2. Транзитивность предпочтений: если потребитель набор А, составленный из двух товаров X или Y, предпочитает набору В, составленному из тех же товаров, а набор В предпочитает набору С, то следовательно, набор А будет предпочитаться набору С.
3. Так как наш потребитель – рациональный человек. То большее количество товара он предпочитает меньшему.

ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЯ



Потребитель выберет **точку E** , в которой бюджетная линия касается кривой безразличия U_2 , расположенной выше кривой U_1 .

В точке E (точка оптимума, или равновесия потребителя) наклоны кривой безразличия и бюджетной линии совпадают, поэтому:

$$MRS_{xy} = \frac{P_x}{P_y} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

В точке оптимума потребителя отношение предельных полезностей равно отношению цен потребляемых благ.

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

Особенности потребительского спроса.

Функциональный 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.

В нефункциональном спросе с известной долей условности могут быть выделены

социальный, спекулятивный и иррациональный факторы.

Социальный спрос связан с отношением покупателей к товару.

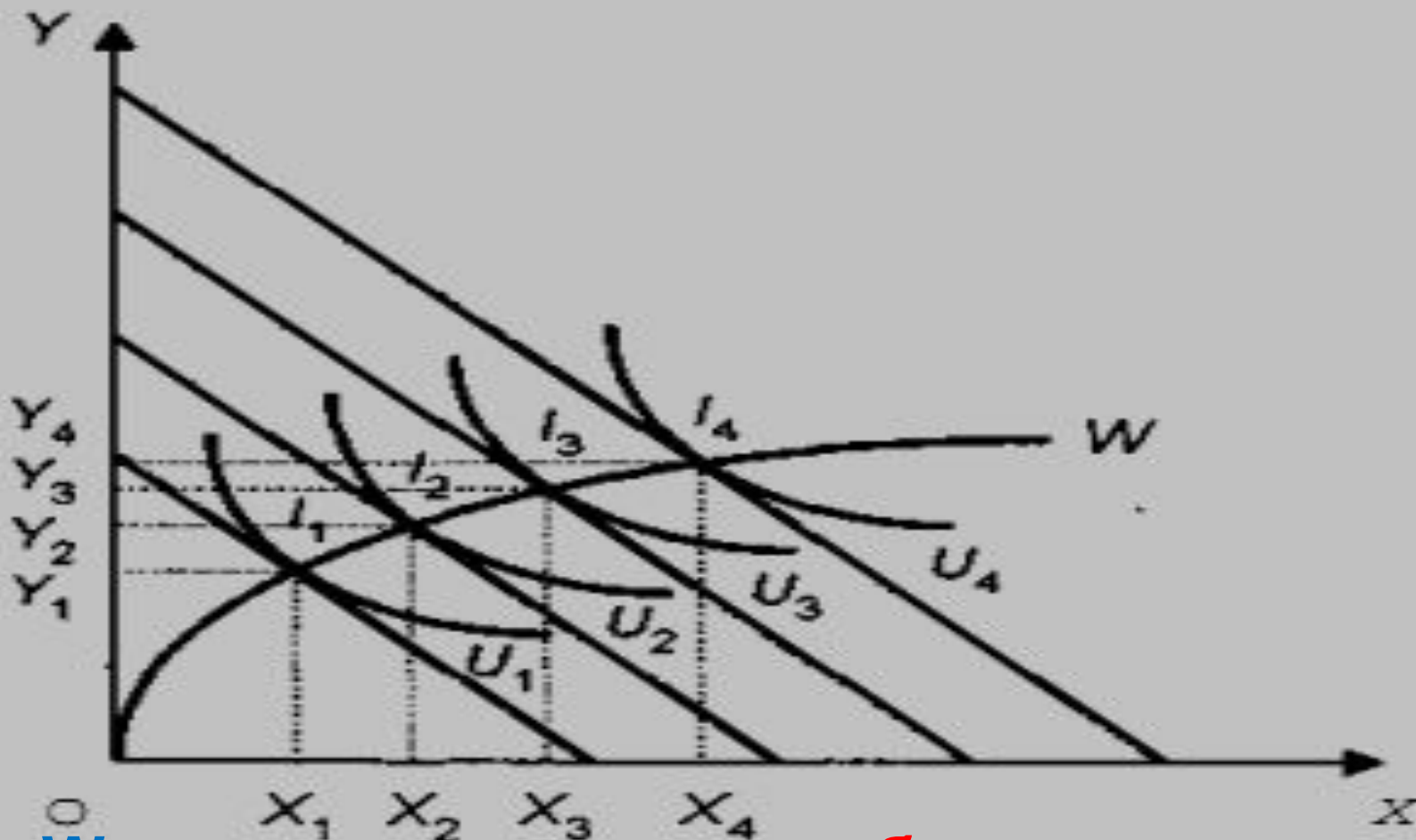
Х.Лейбенстайн выделяет три типичных случая влияния.

1. Эффект присоединения к большинству.

2. Эффект сноба

3. Эффект Веблена - престижное или демонстративное потребление

3. ИЗМЕНЕНИЕ ОПТИМУМА ПРИ ИЗМЕНЕНИИ ДОХОДА



W — кривая «доход-потребление» - кривая уровня жизни.

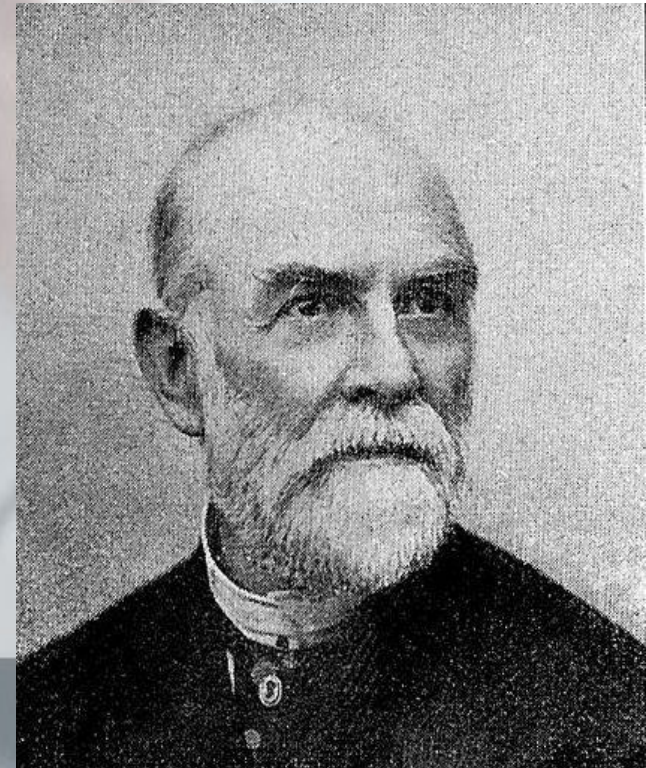
ИНДИВИДУАЛЬНАЯ КРИВАЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭНГЕЛЯ

В XIX в. было замечено, что с ростом реального дохода потребителя потребление вторичных благ возрастает быстрее, чем предметов первой необходимости.

Первым исследователем влияния изменения дохода на структуру потребительских расходов был немецкий статистик Эрнст Энгель (1821-1896).

Он сформулировал закон потребления.

Смысл закона: доля национального дохода, израсходованного на продукты питания, является хорошим показателем уровня благосостояния. Чем ниже эта доля, тем выше благосостояние.



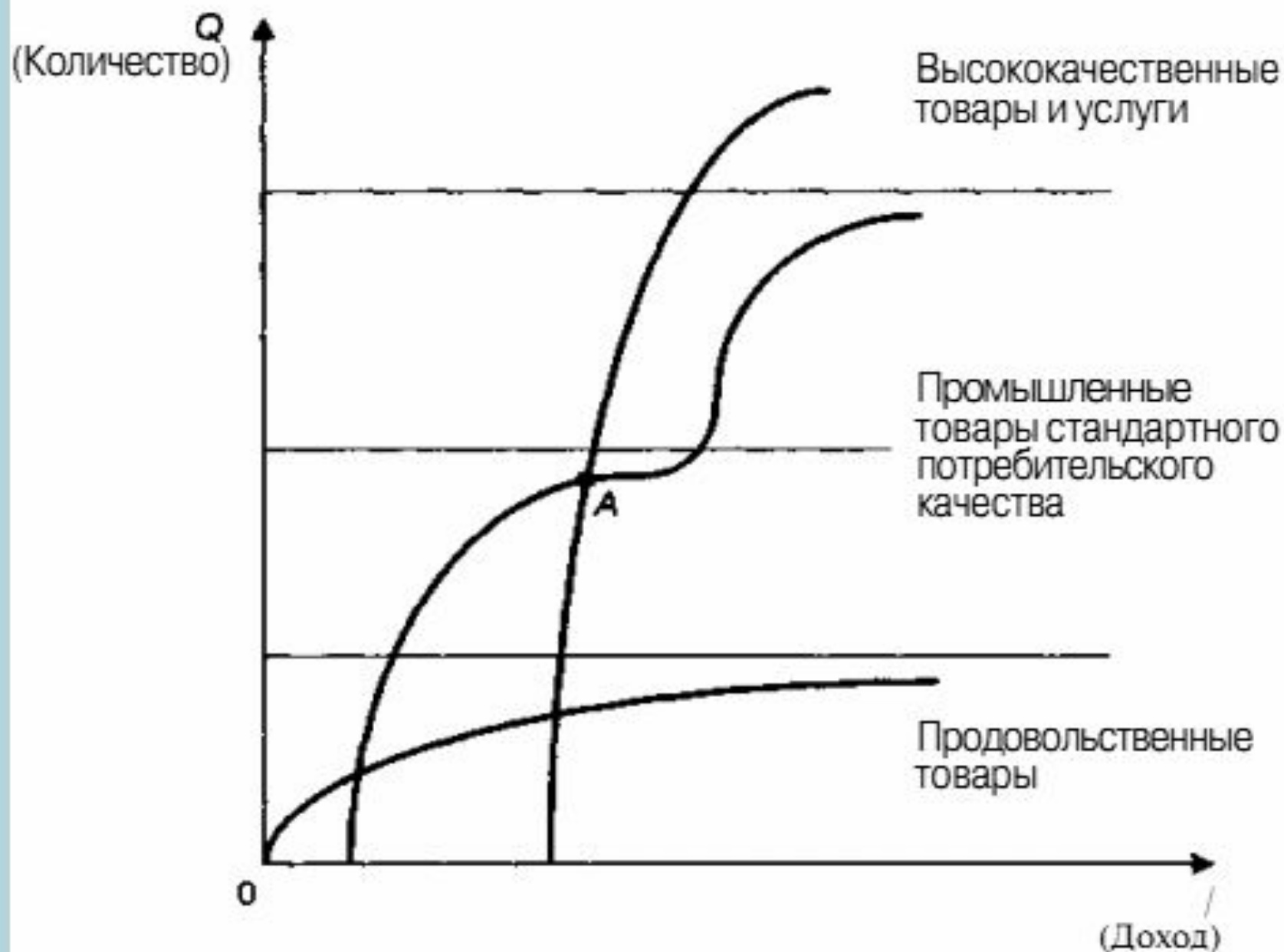


Рис. 6-14. Кривые Энгеля

КОММЕНТАРИИ:

если кривая "доход — потребление" выходит из начала координат под углом 45° , то с ростом дохода потребитель в одинаковой степени увеличивает потребление и блага X, и блага Y.

кривая "доход — потребление" имеет положительный наклон. Такие товары называются нормальными.

если покупки увеличиваются непропорционально, то изменяется угол наклона кривой W: сначала происходит быстрый рост, а затем относительное уменьшение потребления блага Y и постепенное увеличение потребления блага X.

кривая "доход — потребление" может иметь отрицательный наклон.

Дополнительная выгода потребителя, или потребительский излишек.

Потребительский излишек представляет собой разницу между максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за товар, и той ценой, которую он действительно платит при покупке.

Выигрыш потребителя при покупке, обусловленный превышением полезности приобретаемых единиц товара над ценой, получил название *излишка потребителя*.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ И...

**...покупайте
высококачественные продукты**

