

# РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ



# РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

## ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ

### ТЕМЫ:

1. Потребительское поведение как процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги с учетом их дохода и личных предпочтений.
2. Получение максимальной полезности – цель рационального потребителя.
3. Суверенитет потребителя:
  - а) в командной экономике;
  - б) в рыночной экономике;
4. Безграничные потребности и ограниченные доходы.
5. Источники доходов потребителя:
  - а) заработная плата;
  - б) социальные выплаты государства;
  - в) доход от предпринимательской и иной деятельности;
  - г) доход от собственности.
6. Обязательные и произвольные расходы. Закон Энгеля.
7. Сбережения (депозиты, ценные бумаги, недвижимость, страхование)



# ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ -

процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары

и услуги с учетом их дохода и личных предпочтений.



*Почему потребитель покупает какой-либо товар или услугу?*

Они **полезны**, т.е удовлетворяют какие-либо потребности человека или общества.



**РАЦИОНАЛЬНЫЙ** потребитель (rational consumer) так управляет своими расходами на приобретение товаров и услуг, чтобы получить максимальное "удовлетворение", или **МАКСИМАЛЬНУЮ ПОЛЕЗНОСТЬ**.

**РАЦИОНАЛЬНОСТЬ** (от лат. ratio — разум) - термин в самом широком смысле означающий разумность, осмысленность.

# Потребительское поведение — это процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги с учетом их дохода и личных предпочтений.

Теория потребления исходит из того, что в поведении потребителя отмечаются типичные общие черты:

- спрос потребителя зависит от уровня доходов;
- каждый потребитель стремится получить максимальную полезность;
- средний потребитель имеет систему предпочтений;
- на спрос потребителя влияет наличие или отсутствие «сопряженных» товаров.



Предпочтение потребителей товаров очень трудно учитывать по причинам так называемых Эффектов потребительских взаимовлияний. Рассмотрим его виды:

## **Эффект присоединения к большинству**

– это эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что потребитель, следуя общепринятым нормам, покупает тот же

который покупают другие.



***Я не хуже других!!!***

# «Эффект сноба» - покупки делаются, чтобы подчеркнуть свое социальное положение



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

**«Эффект предположительного качества» - товары одинакового качества продаются в разных магазинах по разным ценам.**



**Целенаправленное** поведение, которое предполагает продуманное использование условий и средств, необходимых для реализации поставленной цели

**Ценностно-рациональное** поведение, основанное на использовании условий и средств для достижения заданных извне целей, которые определяются верой в самодовлеющие ценности: религиозные, эстетические, идеологические;

**Принято выделять четыре типа рационального поведения потребителя:**

**Традиционное** поведение, цели и средства которого задаются извне и носят традиционный характер, в основе поведения лежат длительные привычки или обычаи;

**Аффективное** поведение, когда цели и средства не выделяются, а поведение обуславливается эмоциональным состоянием индивида



**Суверенитет потребителя** (франц. *souverain* – носитель верховной власти) – состоит в способности потребителя воздействовать на производителя.

В современной экономической теории **фундаментальной категорией становится поведение потребителя**, а не производителя.

Необходимым **условием суверенитета** потребителя является **свобода потребительского выбора**. Однако она может быть ограничена рядом мер:

- введением карточной системы;
- законодательным запрещением производства и потребления вредных товаров (наркотики, алкоголь, табак);
- стимулированием потребления полезных товаров и услуг (книги, театр, музыка).

# Два подхода к анализу потребительского поведения: кардинализм и ординализм.

- 1. Кардиналистский (количественный) подход (У. Джевонс, А. Маршалл)** – основан на теории предельной полезности: в поисках абсолютных измерений для выражения полезности вводит условную единицу – ютиль (*англ. utility*).
- 2. Ординалистский (порядковый) подход (В. Парето, И. Фишер)** - использует теорию кривых безразличия и потребительского бюджета: полезность – субъективная категория, количественно ее измерить нельзя, но можно измерить порядково, определить, уменьшается или увеличивается степень удовлетворения потребителя.

# Общая и предельная полезность товара

**Полезность**, или **ютиль** (англ. utility), – это субъективное удовлетворение, или **удовольствие**, получаемое потребителем от потребления набора товаров и услуг.

Чем оно выше, тем больше будет спрос на продукцию.

Различают **общую и предельную полезность**.

**Общая полезность (total utility – TU)** – это **совокупная полезность (совокупное удовлетворение)** от потребления всех наличных единиц блага.

**Функция полезности** показывает количественную зависимость между объемом потребления каждого из  $n$  благ за данный промежуток времени и совокупную полезностью блага, отражающей индивидуальные предпочтения потребителя:

$$TU = U(q_1, q_2, \dots, q_n)$$

**Общую полезность** любого количества продукта определяют путем суммирования показателей предельной полезности.

**Предельная полезность (marginal utility – MU)** выступает как прирост общей полезности – **дополнительная полезность**, получаемая человеком от потребления одной дополнительной единицы данного блага за единицу времени.

$$MU = TU'(q) = d(TU)/dq$$

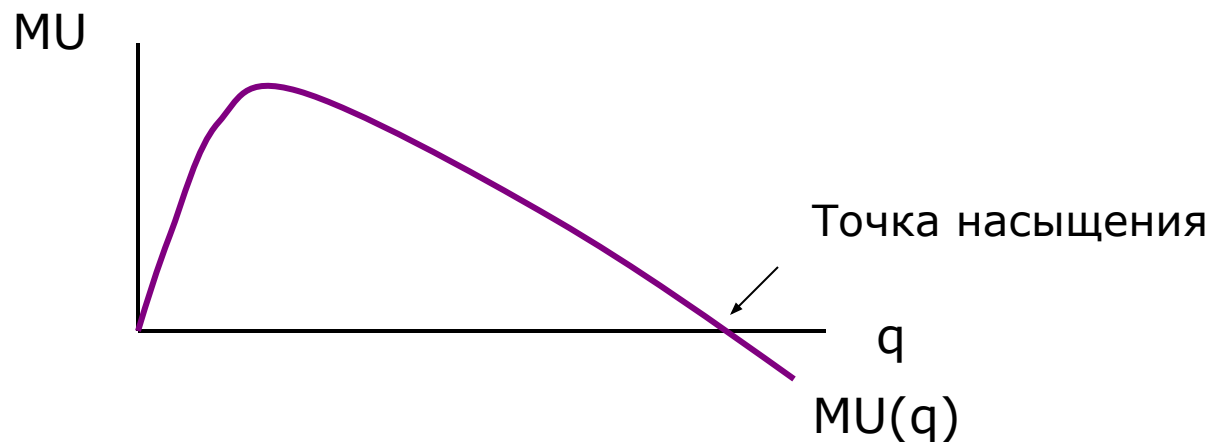
**НАПРИМЕР:** потребитель покупает 10 яблок. Их общая полезность равна 10 ютилям ( $U_{10}$ ), если покупается 11-е яблоко, то общая полезность возрастает и равняется 11 ютилям ( $U_{11}$ ). Предельная полезность, т. е. удовлетворение от потребления дополнительного 11-го яблока, определяется:

$$MU = (U_{11} - U_{10}) / (11 - 10)$$

# Предельная полезность

*Добавочная полезность, получаемая от потребления одной дополнительной единицы данного блага за единицу времени,*

$$MU_i = TU'(q_i)$$



# Закон убывающей предельной полезности

- Последовательное потребление какого-либо блага постепенно приводит человека к **состоянию насыщения**.



- **Закон убывающей предельной полезности** (первый закон Госсена) – с увеличением количества потребляемого блага предельная полезность блага уменьшается (**парадокс воды и алмазов**).

Единицы продукта	Предельная полезность (MU)	Совокупная полезность (TU)
Первая	10	10
Вторая	9	19(=10+9)
Третья	8	27(=10+9+8)
Четвёртая	7	34(=10+9+8+7)
Пятая	6	40(=10+9+8+7+6)



«Эффект дохода» и «эффект замещения»

# Принцип максимизации общей полезности и проблема выбора

- **Потребитель выбирает** между различными товарами, чтобы **при ограниченном денежном доходе получить наиболее предпочтительный**, с его точки зрения, **набор** товаров и услуг.
- **Критерием правильности** потребительского выбора является предельная полезность на 1 руб. затрат (**MU/P**). Отношение предельной полезности к цене, называется **предельной ценностью (MV)**:  
$$MU/P = MV$$
- Предельная ценность является наилучшим критерием, поскольку объединяет и фактор удовлетворения и фактор затрат.

Потребитель будет увеличивать спрос на какой-то товар до тех пор, пока его предельная ценность выше, чем у другого:  $MU_1/P_1 > MU_2/P_2$ ;  $MU_1/P_1 < MU_2/P_2$ .

**Условие потребительского оптимума**, или второй закон Госсена (**правило максимизации полезности**) состоит в том, чтобы предельная полезность, получаемая в расчете на рубль, потраченный на один товар, была бы равной предельной полезности, получаемой на рубль, потраченный на другой товар:

$$MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = \dots = MU_n/P_n$$

Если потребитель «уравновесит свои предельные полезности» он будет находиться в **состоянии равновесия**.



# Недостатки количественного подхода:

- не существует единиц для объективного измерения полезности различных товаров;
- предельная полезность денег не постоянна, она изменяется с изменением дохода, а значит деньги не могут служить мерой полезности.

# ОРДИНАЛИСТСКИЙ (ПОРЯДКОВЫЙ) ПОДХОД

Более глубокое объяснение поведения потребителя дается при помощи **метода бюджетных линий и кривых безразличия.**

**Бюджетная линия** показывает различные комбинации двух продуктов, которые могут быть приобретены при фиксированной величине денежного дохода.

Бюджетное ограничение для двух товаров выражается формулой:

$$P_1Q_1 + P_2Q_2 = I$$

где:  $P_1$ ,  $P_2$  – цены соответствующих товаров  $Q_1$ ,  $Q_2$ ;

$I$  – доходы потребителя.

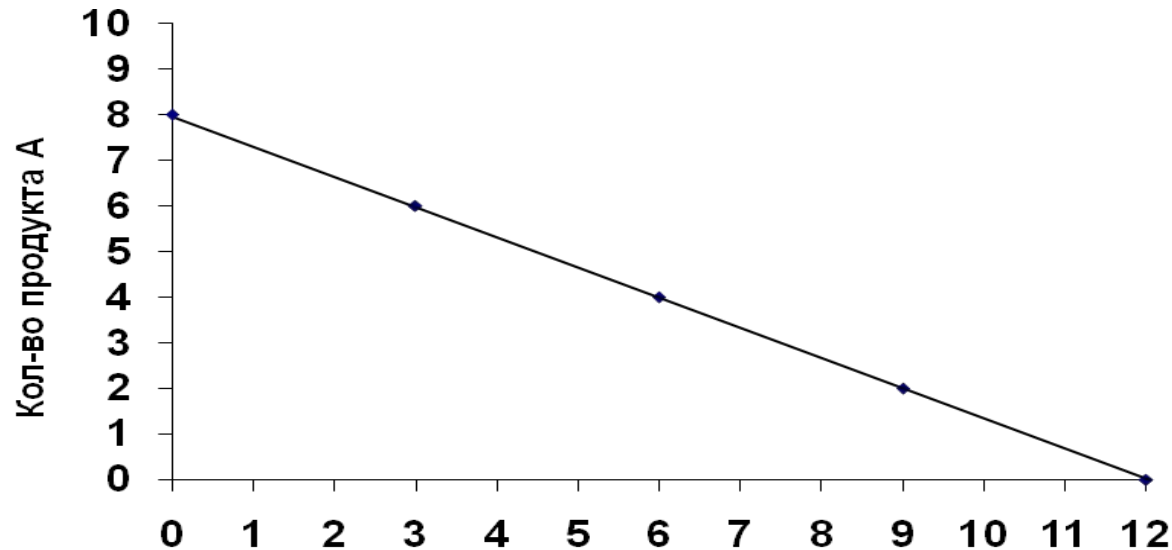
Например, если продукт А стоит 1,5 доллара, а продукт В – 1 доллар, то потребитель мог бы приобрести все комбинации продуктов А и В, показанные в таблице при денежном доходе, равном 12 долларов.

Суммарный расход на покупку продуктов А и В

Единицы продукта А	Единицы продукта В	Суммарный расход (долл.)
8	0	12(=12+0)
6	3	12(=9+3)
4	6	12(=6+6)
2	9	12(=3+9)
0	12	12(=0+12)

**Наклон бюджетной линии** зависит от отношения цены товара В к цене товара А, то есть крутизна наклона равна  $P_B/P_A=1 \text{ долл.}/1,5 \text{ долл.}=2/3$ .

### Бюджетная линия

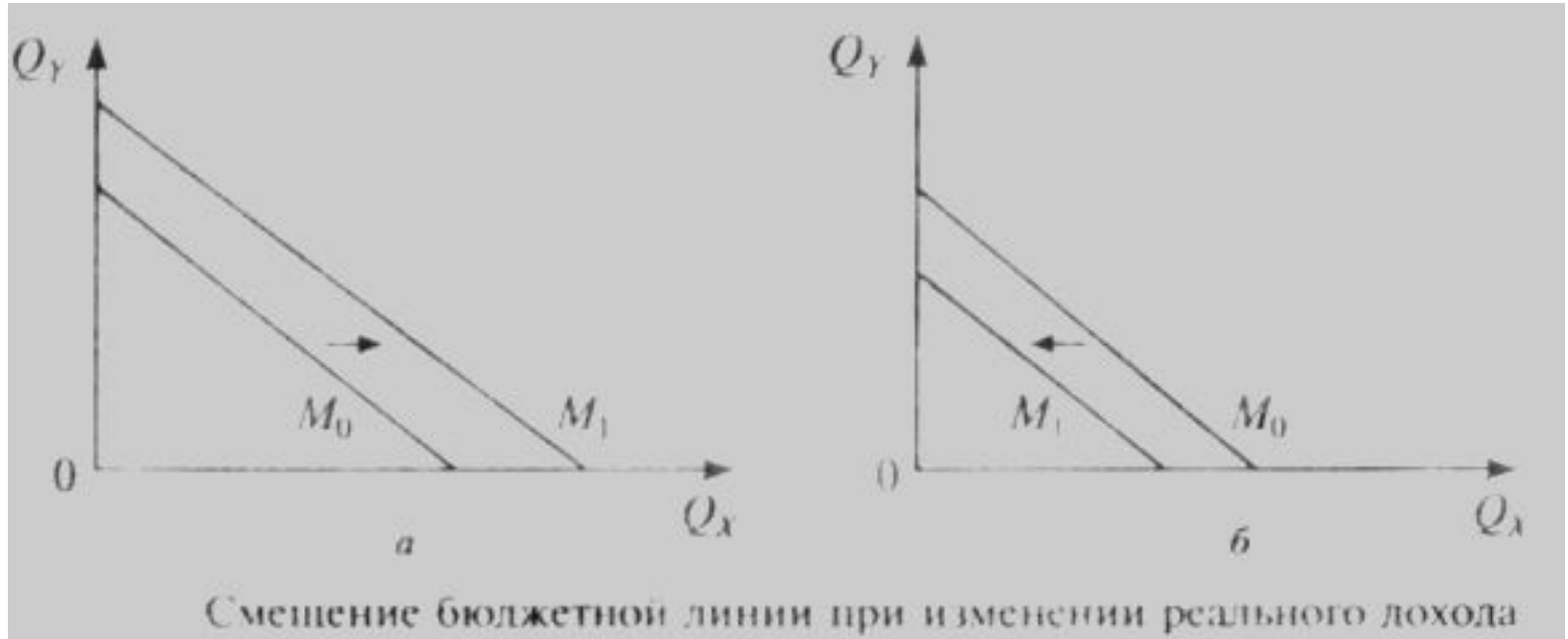


Следовательно, потребитель должен воздержаться от приобретения двух единиц товара А по цене 1,5 доллара каждая, чтобы получить 3 доллара, необходимых для покупки трёх единиц продукта В.

# Свойства бюджетной линии:

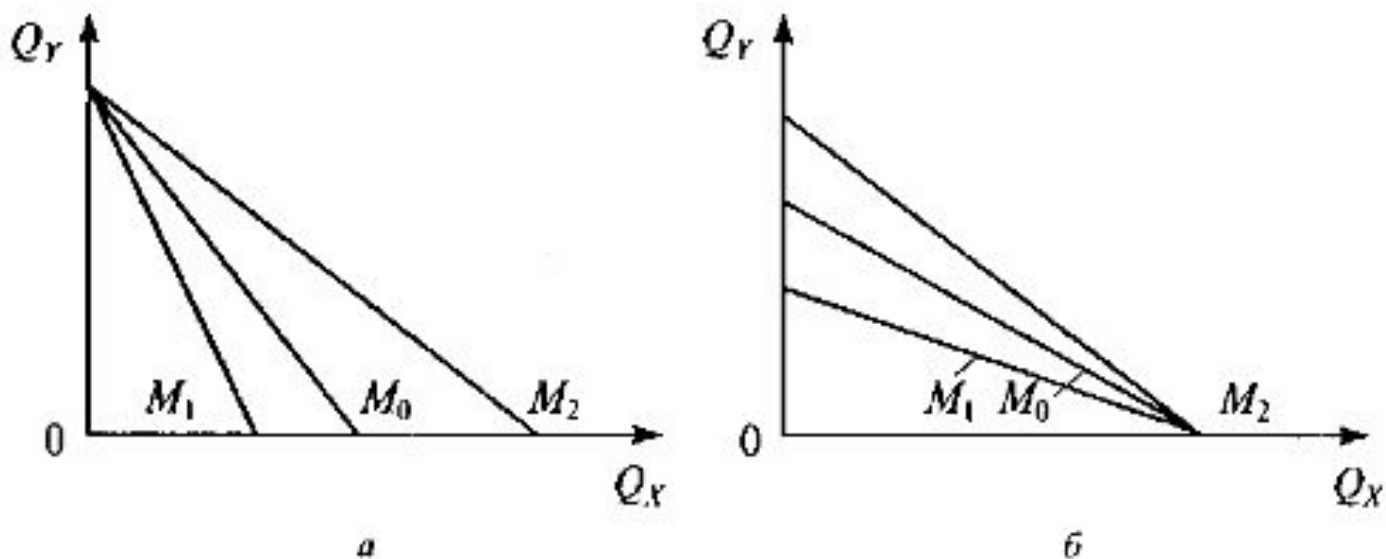
- **Расположение бюджетной линии зависит от величины денежного дохода.** Увеличение денежного дохода приводит к перемещению бюджетной линии вправо, уменьшение— влево.
- **Изменение цен продуктов также приводит к перемещению бюджетной линии.** Снижение цен обоих продуктов, эквивалентное увеличению реального дохода, перемещает бюджетную линию вправо, рост цен на продукты А и В— влево.

# Свойства бюджетной линии



# Свойства бюджетной линии:

- Изменение цены 1 продукта приводит к изменению угла наклона бюджетной линии и изменению одной из точек пересечения бюджетной линии с осями координат.



Поворот бюджетной линии при изменении цены блага  $X$  (а)  
и блага  $Y$  (б)

- **Бюджетные линии** несут объективную информацию о величине дохода и цен.
- **Кривые безразличия** несут субъективную информацию о предпочтениях потребителя.
- **Кривая безразличия** – это кривая, показывающая все возможные комбинации продуктов А и В, имеющих одинаковое потребительское значение, или полезность, для потребителя.
- Множество всех кривых безразличия на плоскости называется **картой безразличия**.



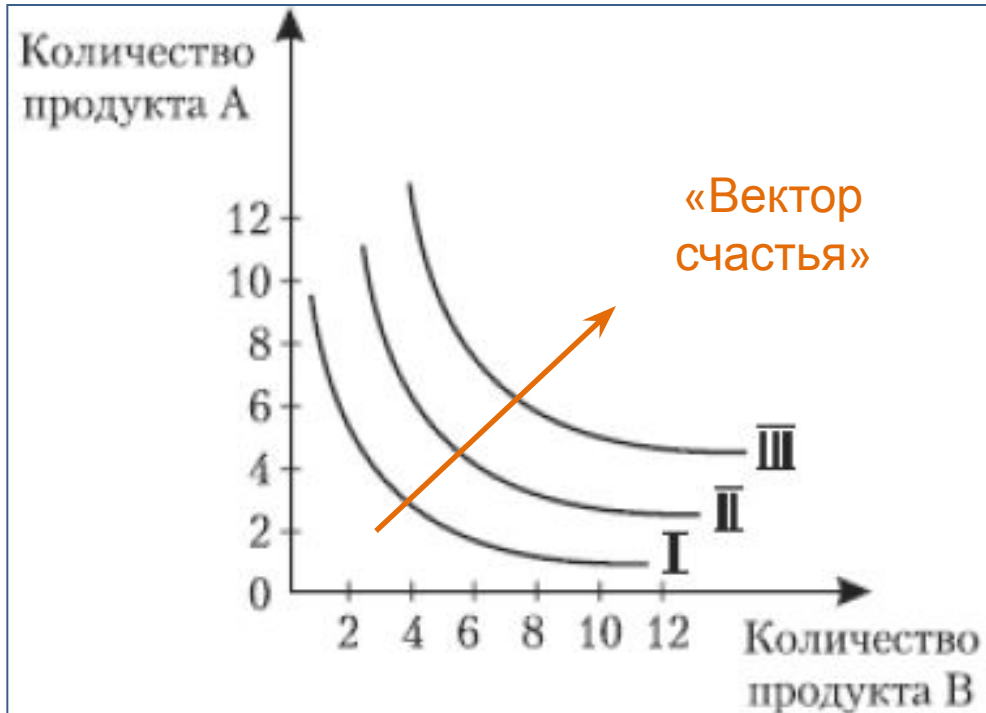


## Кривая безразличия

Наклон кривой отражает величину предельной нормы замещения (MRS)

## Карта безразличия

(чем дальше кривая от начала координат, тем большую пользу она обеспечивает потребителю)



Предельная норма замещения, субституции (marginal rate of substitution) – количество одного товара, которое потребитель готов обменять на другой товар так, чтобы степень его удовлетворения от потребления данного набора благ оставалась без изменений:

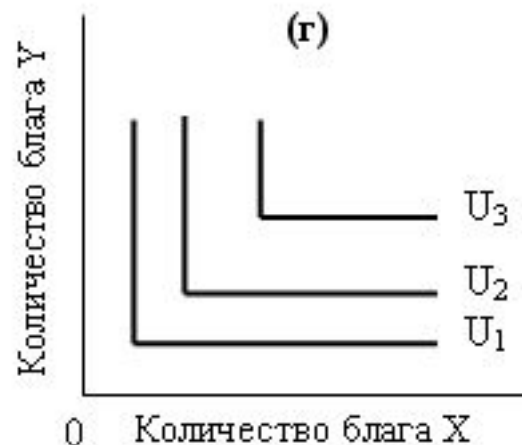
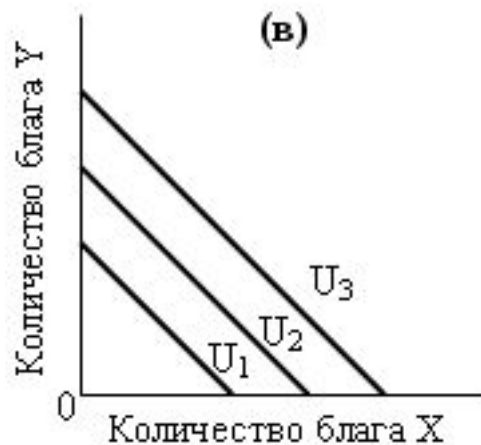
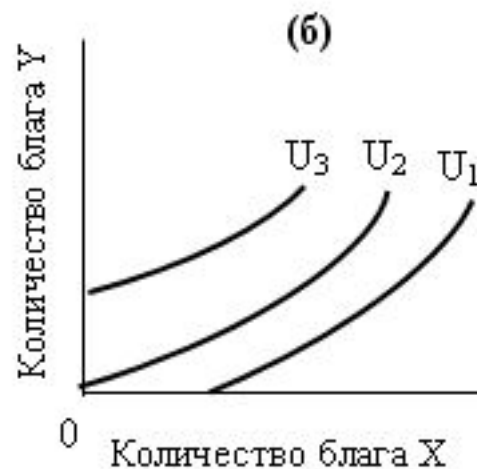
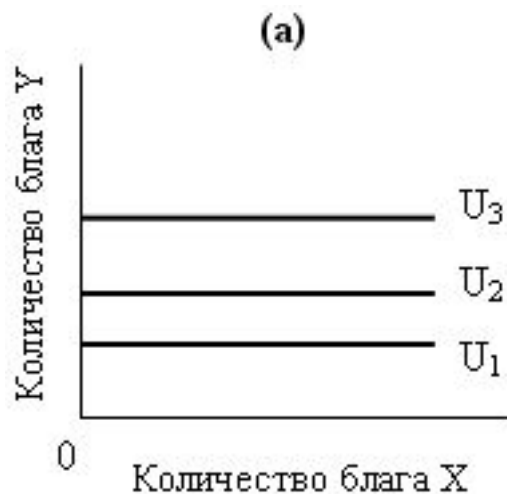
$$MRS = MU_1 / MU_2,$$

где  $MU_1$  и  $MU_2$  – предельные полезности первого и второго товаров.

## Свойства кривой безразличия:

- Кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, представляет собой более предпочтительные наборы товаров.
- Кривые безразличия для обычных благ имеют отрицательный наклон.
- Кривые безразличия не пересекаются.
- Кривые безразличия выпуклы к началу координат.

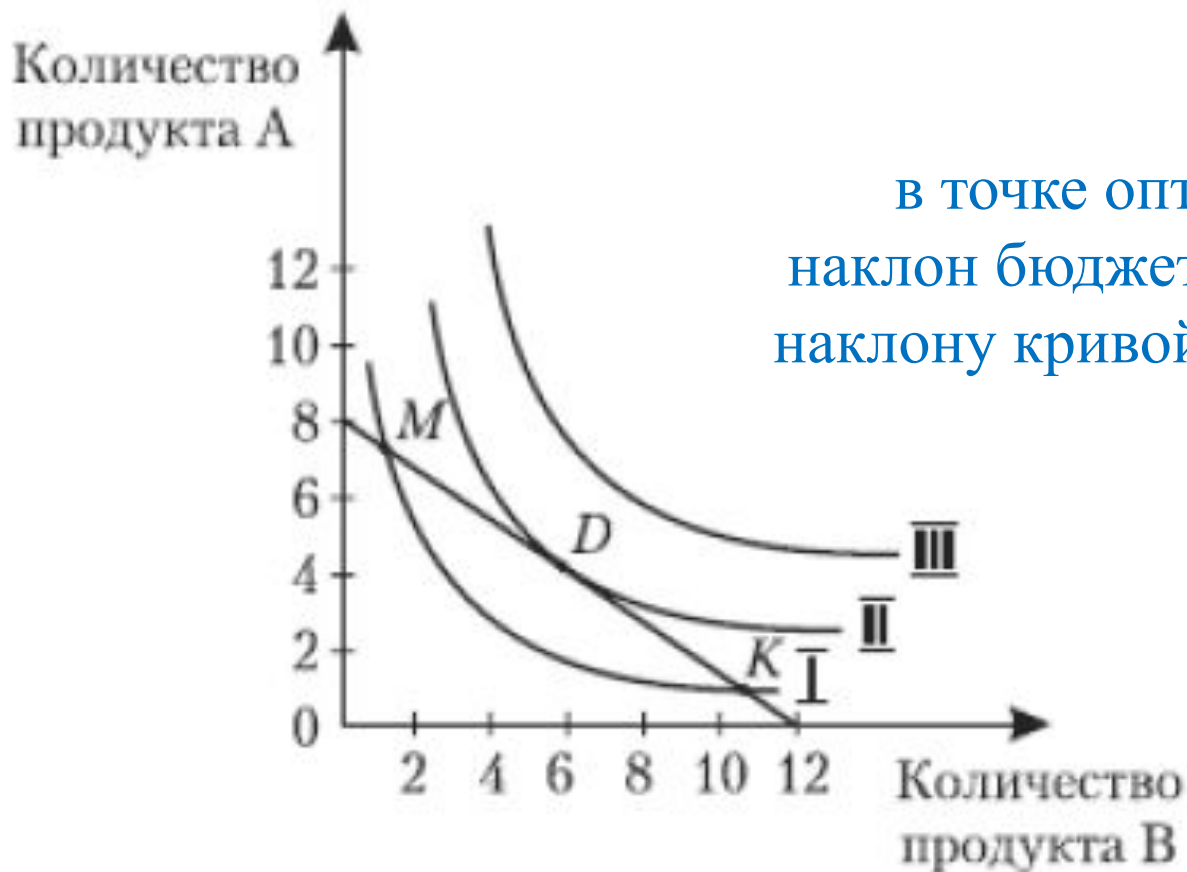
# Кривые безразличия и предпочтения



а) нейтральные товары, б) нежелательные товары,  
в) совершенные заменители, г) совершенные компоненты

Совмещая бюджетную линию и карту безразличия, найдём **равновесие потребителя.**

**Равновесие потребителя** соответствует такой комбинации покупаемых товаров, которая максимизирует полезность при данном бюджетном ограничении (точка *D*).



в точке оптимума *D*  
наклон бюджетной линии =  
наклону кривой безразличия

# СУВЕРЕНИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ -

право владельца любых видов ресурсов самостоятельно принимать решения, связанные с распоряжением этими ресурсами.



КОМАНДНАЯ  
ЭКОНОМИКА



РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА



Д

ОХОД

Ы

РАСХОДЫ

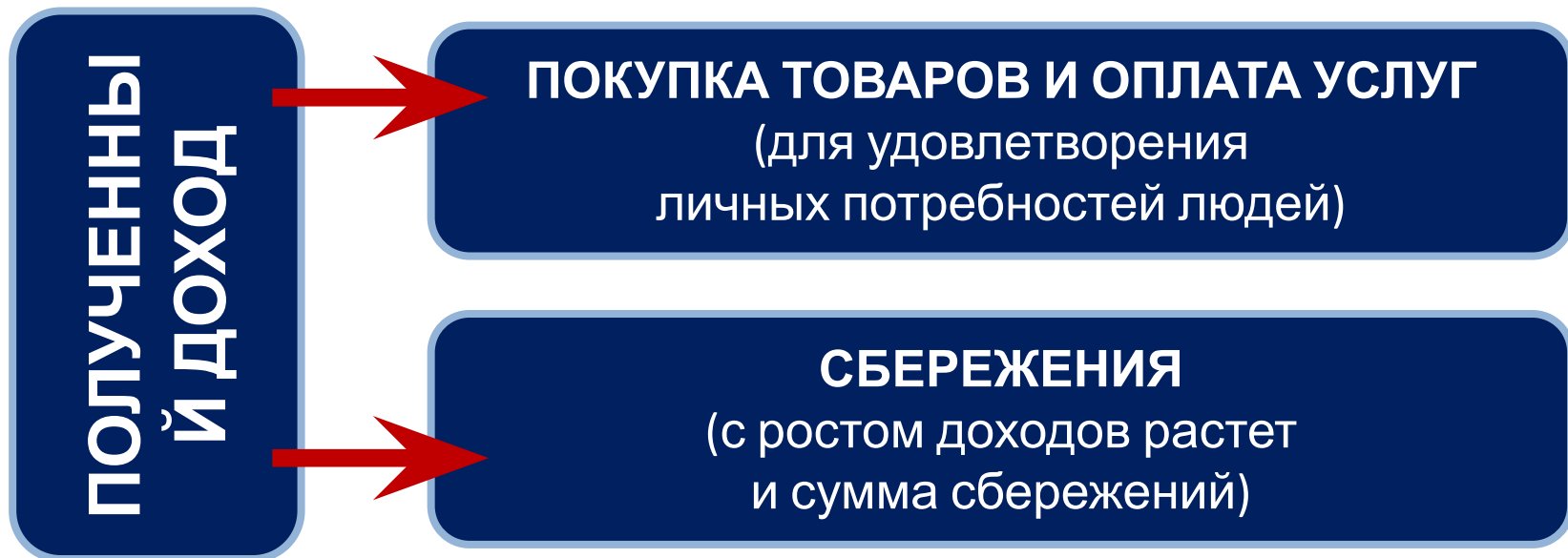
CARICATURA.RU

2010



# ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- ✓ заработная плата;
- ✓ социальные выплаты государства отдельным гражданам в виде пособий, пенсий, стипендий;
- ✓ доход от предпринимательской и иной деятельности;
- ✓ доход от собственности (плата, полученная за аренду вашей квартиры или дачи, процент на денежный капитал, дивиденды по ценным бумагам).



# ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РАСХОДЫ

## ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ

(минимально  
необходимые)

### ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА

пр.



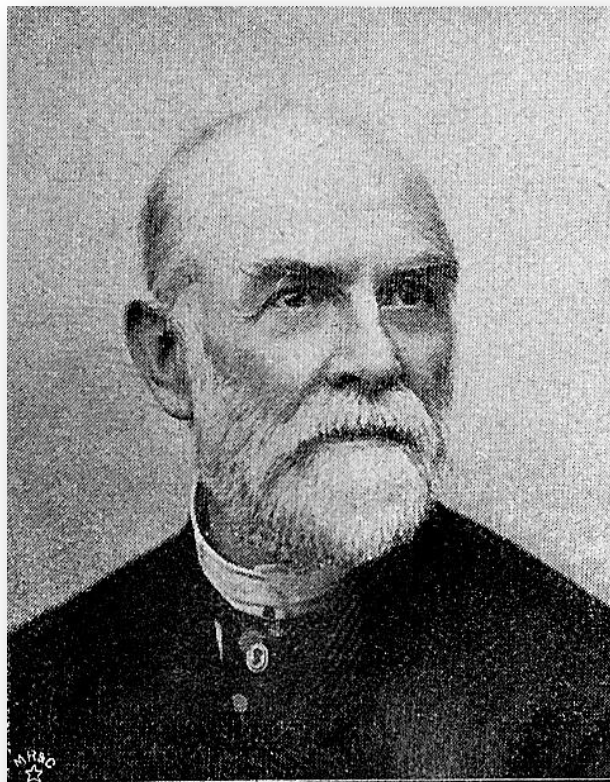
## ПРОИЗВОЛЬНЫЕ

- ✓ туристическая путевка,
- ✓ покупка книг, картин,  
машины и др.





# ЗАКОН ЭНГЕЛЯ



Ernst Engel.

**Эрнст Энгель**  
(1821-1896)  
немецкий экономист  
и статистик

Чем выше уровень доходов семьи, тем меньше доля ее расходов на продовольственные товары.

Чем богаче страна, тем меньшая часть личных доходов ее граждан идет на *обязательные расходы*.



# АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТОИМОСТЬ

- это упущенная выгода, лучший из вариантов, которые были отвергнуты в силу ограниченности ресурсов.

См. Киреев – стр. 18

Королева Бурмистрова –  
стр. 18

# СБЕРЕЖЕНИЯ

Рациональному потребителю важно не только умело тратить деньги, но и правильно размещать свои сбережения.

- ✓ банковский депозит
- ✓ приобретение ценных бумаг (акции, облигации)
- ✓ приобретение недвижимости
- ✓ страхование (жизни, здоровья, имущества)



deposit



# ЦИТАТНИК

**Потребление — вот религия современного человека.**

Жан-Кристоф

Гранже

(современный французский писатель и сценарист).

**Дорога цивилизации вымощена консервными банками.**

Альберто Моравиа

(итальянский писатель и журналист XX века).

**Самое быстрое средство увеличить свое состояние — это уменьшить свои потребности.**

Пьер Буаст

(французский лексикограф XVIII-XIX вв.)

**Настоящая роскошь заключается в самостоятельном сопротивлении потребительскому давлению.**

Александр фон Шенбург

(современный немецкий писатель).

**Мир мог быть воспринят как потрясающий, а я воспользовалась им для заурядного потребления.**

Вислава

Шимборская

(польская поэтесса; лауреат Нобелевской премии по литературе 1996 года).

