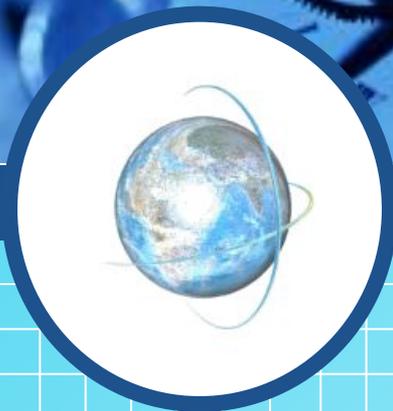
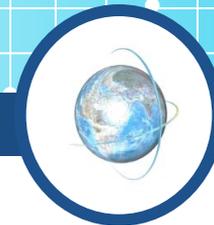


LOGO



ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Кардиналистская концепция



Потребитель может выразить свое желание приобрести некоторое благо посредством количественной оценки его полезности.

Полезность блага – это способность экономического блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей.

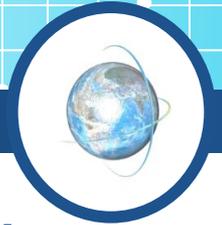
Т.к. полезность – категория субъективная, то для ее оценки сторонники количественного подхода ввели в оборот понятие «ютиль».

Ютиль (util) – вымышленная единица измерения удовлетворения от потребления блага.

Зависимость между полезностью, получаемой потребителем, и количеством потребляемых благ называют функцией полезности.

Из гипотезы I следует, что каждый вид благ имеет для потребителя общую и предельную полезность.

Функция полезности



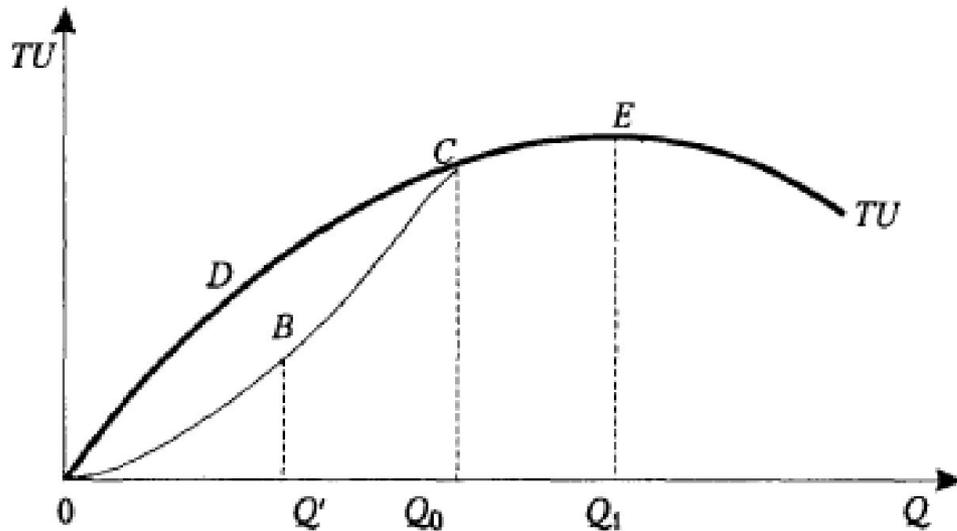
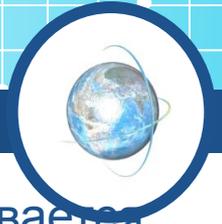
Общее удовлетворение от всех единиц (наборов) потребляемых благ в данный момент называется **общей полезностью (TU – total utility)**.

Функцию полезности можно выразить следующим образом:

$$TU = f(Q_A, Q_B, \dots, Q_Z),$$

где Q_A, Q_B, \dots, Q_Z – объемы потребления товаров А, В, Z в единицу времени.

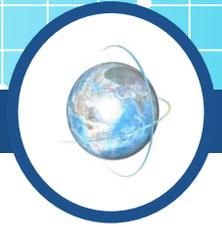
Общая полезность



Общая полезность увеличивается до определенной величины Q_1 (E – точка максимума, она же **точка насыщения**), после которой начинает уменьшаться («полезность» превращается во «вредность»).

Уменьшение общей полезности начиная с определенного объема продукта возникает потому, что экономический субъект не способен потребить увеличивающийся объем благ, а условий для их хранения не имеется.

До достижения определенного объема Q_0 увеличение общей полезности может происходить как затухающими темпами (отрезок 0DC), так и ускоряющимися темпами (отрезок 0BC).



Предельная полезность (MU – marginal utility) – прирост общей полезности блага при увеличении потребления блага на одну единицу.

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

или

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

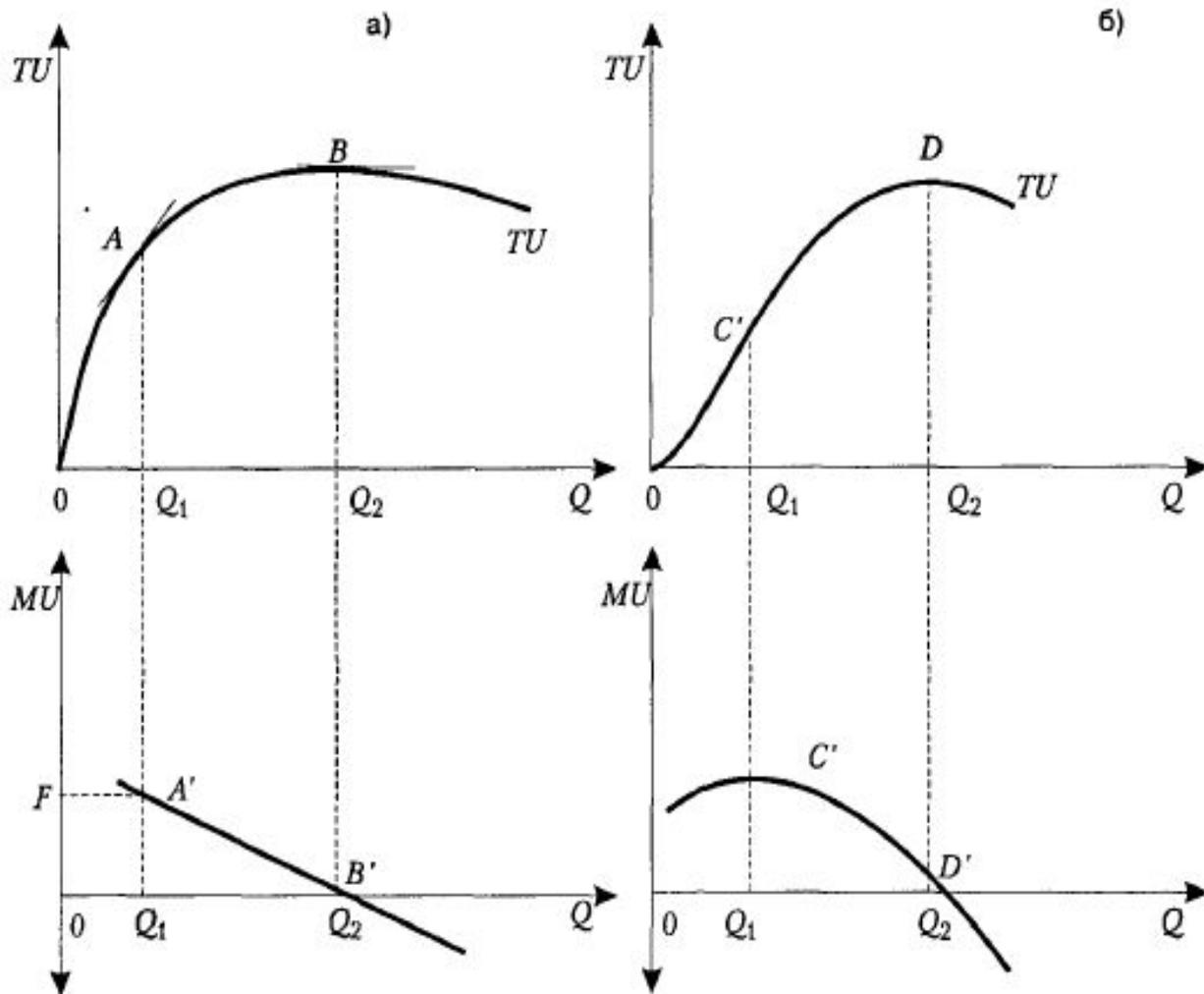
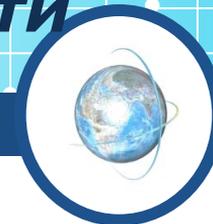
Первый закон Госсена



Предельная полезность блага убывает, т.е. полезность каждой последующей единицы определенного вида благ, получаемой в данный момент, меньше полезности предыдущей единицы.

Это утверждение, получившее название «*первый закон Госсена*», исходит из того, что потребности людей насыщаемы.

Изменение общей и предельной полезности



Геометрически значение предельной полезности в точке A' (длина отрезка $0F$) равно тангенсу наклона касательной к кривой TU в точке A.

В точке B величина общей полезности достигает своего максимума, а величина предельной полезности – нуля. Далее с увеличением количества потребляемого блага общая полезность снижается, а предельная полезность становится величиной отрицательной.

Рисунок б) иллюстрирует ситуацию, когда предельная полезность сначала возрастает, достигая максимума в точке C', а затем начинает снижаться.

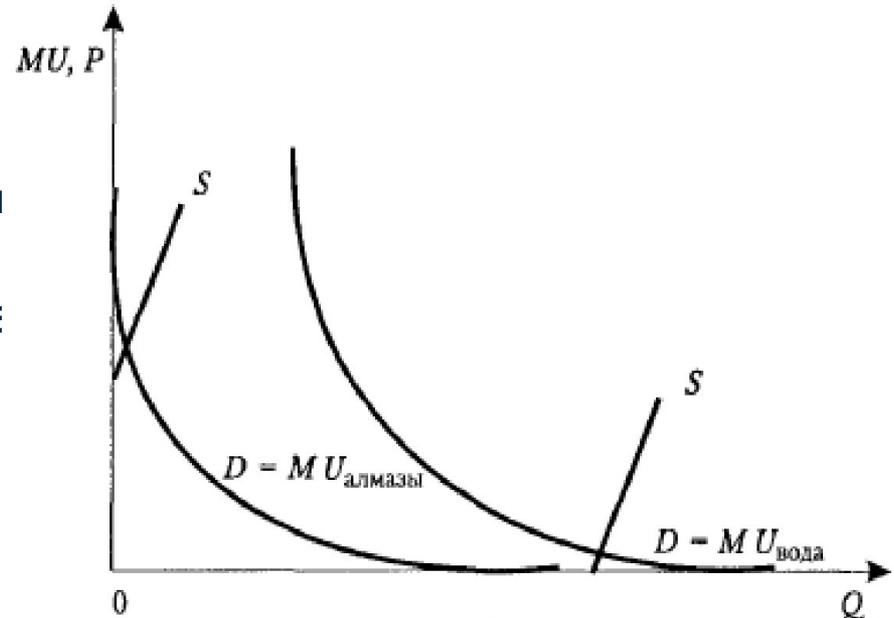
Решение парадокса А. Смита



Почему вода, имея высочайшую потребительную стоимость, имеет небольшую меновую стоимость?

Почему алмаз, столь мало полезный для обыкновенного человека, имеет высочайшую меновую стоимость?

Рыночная стоимость определяется не общей, а предельной полезностью.

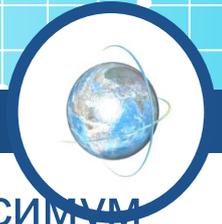


Вода, столь важная для человеческой жизни, имеет высокую общую полезность. Но для большинства людей, которые потребляют воду в больших количествах, вода имеет очень низкую предельную полезность, т.к. воды в обычных условиях много.

С другой стороны, алмазы имеют гораздо более низкую общую полезность, но характеризуются гораздо более высокой предельной полезностью, т.к. их мало.

Сама по себе предельная полезность иллюстрирует только сторону проблемы: причина низкой предельной полезности воды заключается в том, что велико предложение воды.

Второй закон Госсена



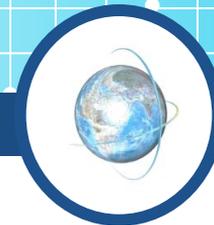
Потребитель так расходует свой бюджет, чтобы получить максимум полезности от совокупности приобретенных благ.

Для достижения данной цели потребитель руководствуется *вторым законом Госсена*: максимум полезности обеспечивает такая структура покупок, при которой отношение предельной полезности блага к его цене одинаково для всех благ:

$$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_b} = \frac{MU_c}{P_c} \dots = \frac{MU_n}{P_n} = \lambda$$

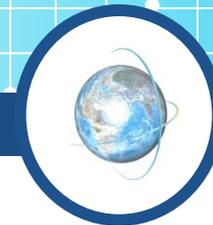
где a, b, c, ..., n – различные потребляемые товары;

λ - предельная полезность денег.



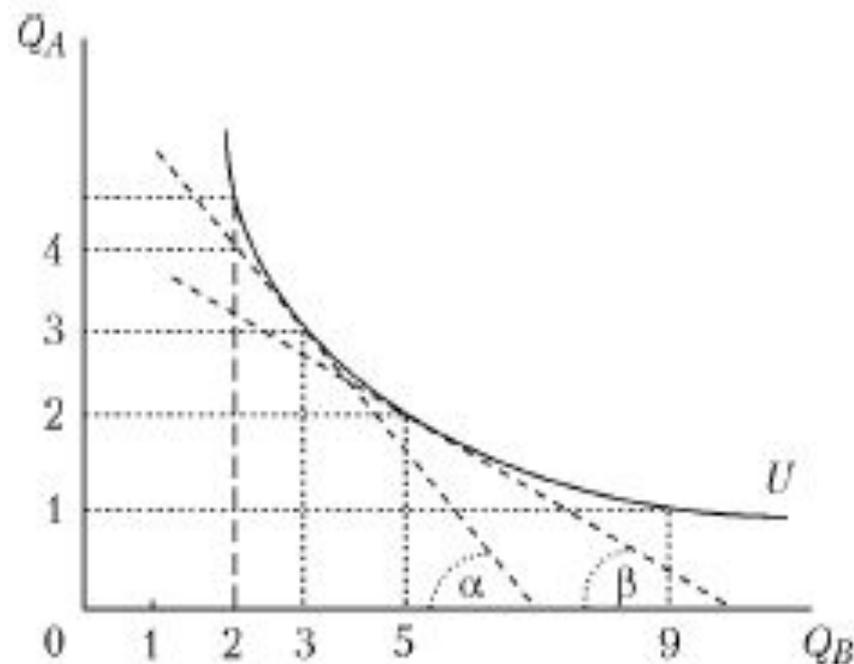
В ординалистской концепции потребитель оценивает и сравнивает не отдельные единицы благ, а наборы (потребительские корзины).

Кривая безразличия



Кривая безразличия — это линия, объединяющая ряд наборов благ, одинаково предпочтительных для потребителей.

Кривую безразличия называют также равнополезным контуром (*equal utility contour*).



4.7 Кривые безразличия (Indifferent Curves)

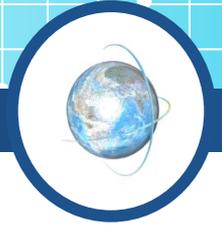


Пример 1. Выбор между дополнительным временем и дополнительно изученным материалом к экзамену

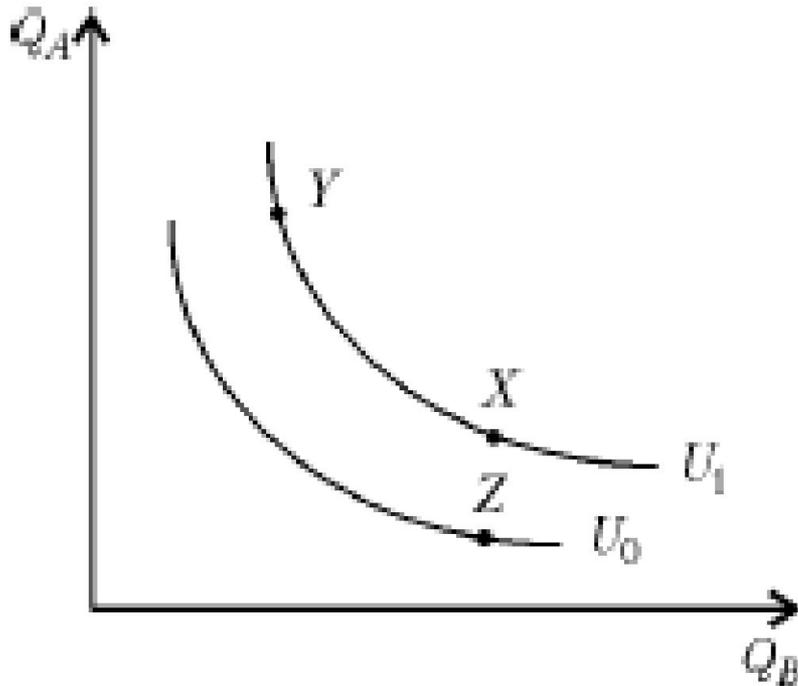
Пример 2. Выбор между удобством расположения и площадью при покупке квартиры

Пример 3. Самостоятельно

Карта безразличия



Все множество кривых безразличия в пространстве двух благ образует **карту безразличия**. Она однозначно выражает предпочтения потребителя и позволяет предсказать его отношение к любым двум сочетаниям различных благ.



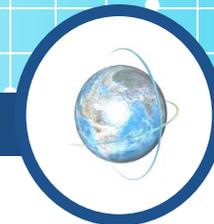
Следовательно, чем дальше кривая безразличия расположена от начала координат, тем большему уровню благосостояния она соответствует.

4.7 Кривые безразличия стандартного вида и их свойства



- ❖ Является **непрерывной** функцией;
- ❖ **Через любую точку** может быть проведена своя кривая безразличия;
- ❖ Кривые, принадлежащие одной карте безразличия, **никогда не пересекаются**.
- ❖ Кривые безразличия **не имеют участков возрастания**

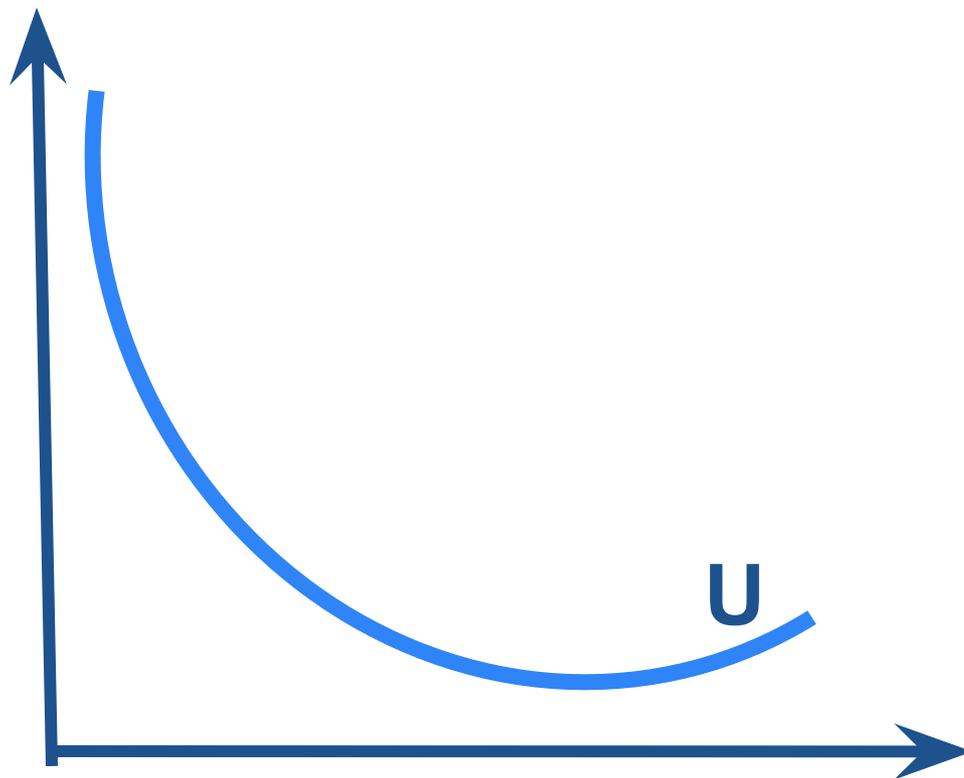
Свойства кривых безразличия (ИЗОЮТ)



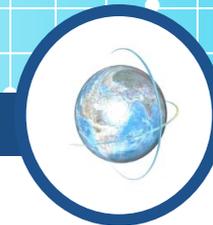
- ◆ 1) Кривая безразличия, лежащая **выше и правее** другой, представляет собой **более предпочтительные** для данного потребителя наборы благ.



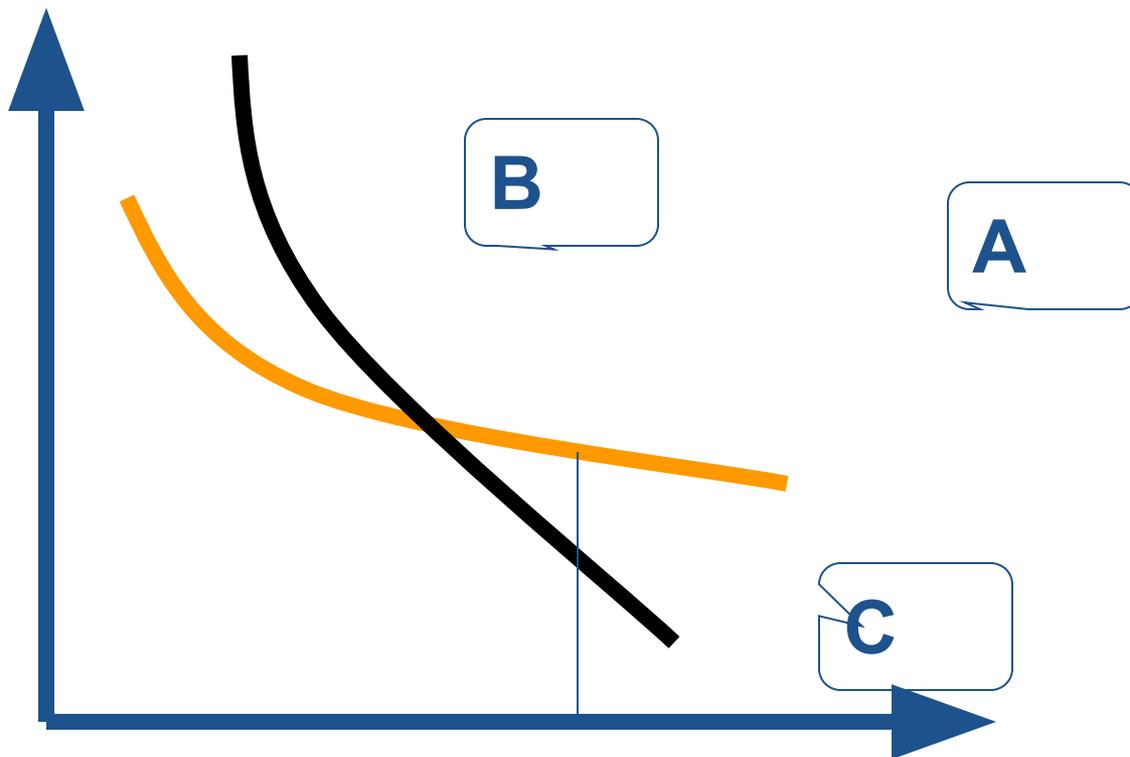
- ◆ 2) Кривые безразличия имеют **отрицательный** наклон.



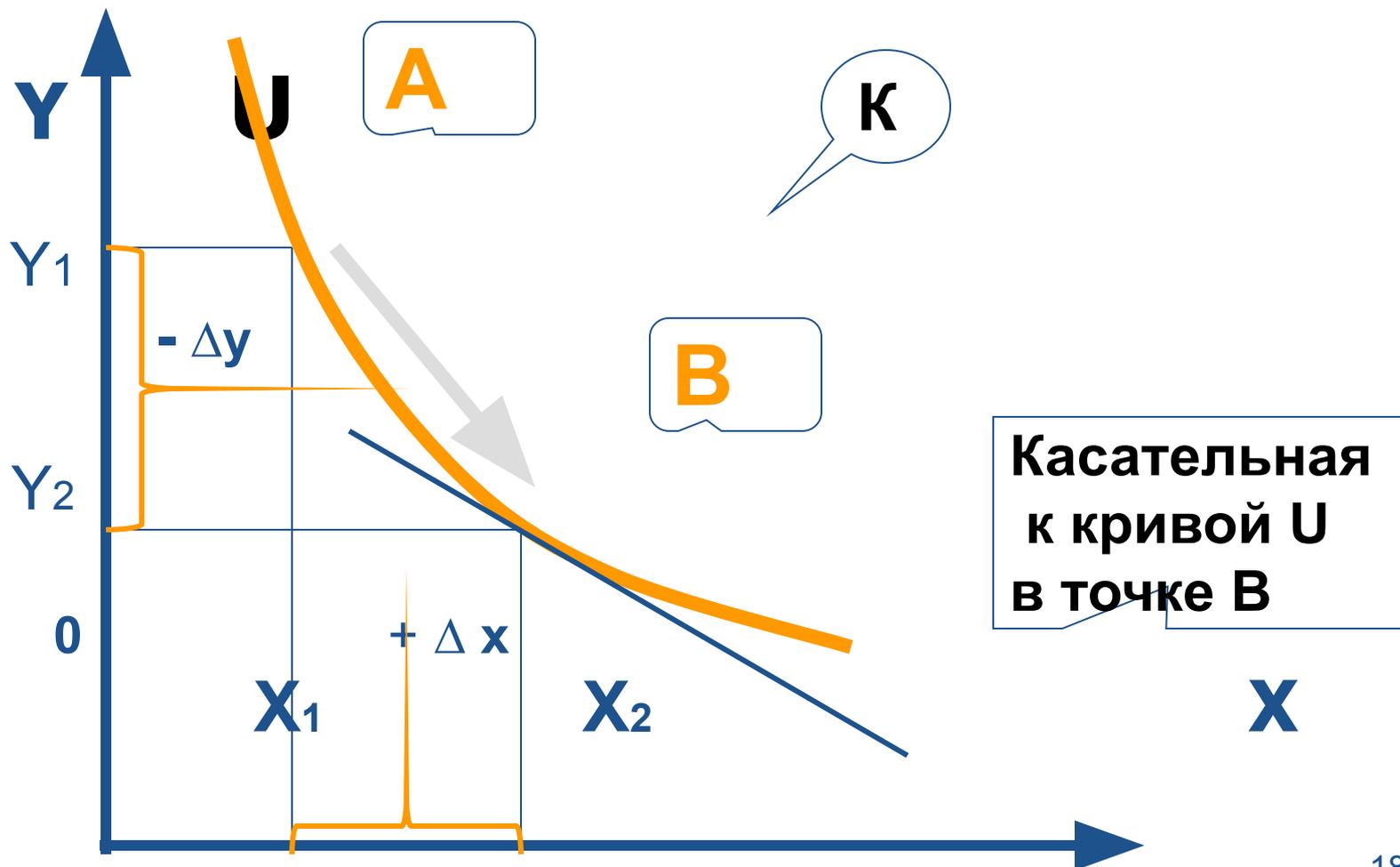
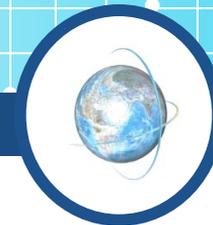
Свойства кривых безразличия (ИЗОЮТ)

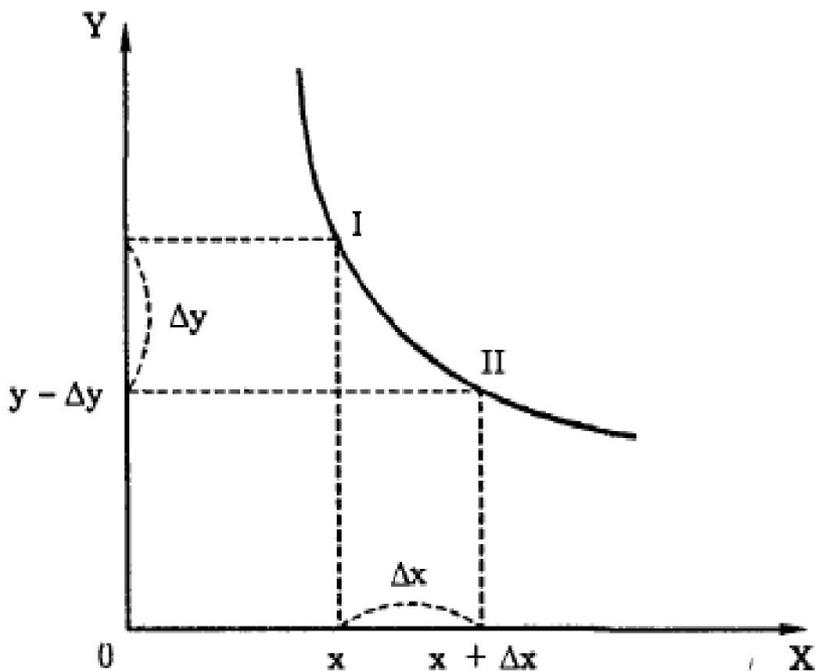
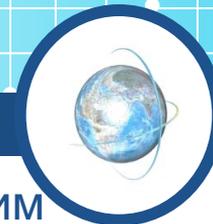


◆ 3) Кривые безразличия не пересекаются



Предельная норма замещения (MRS)

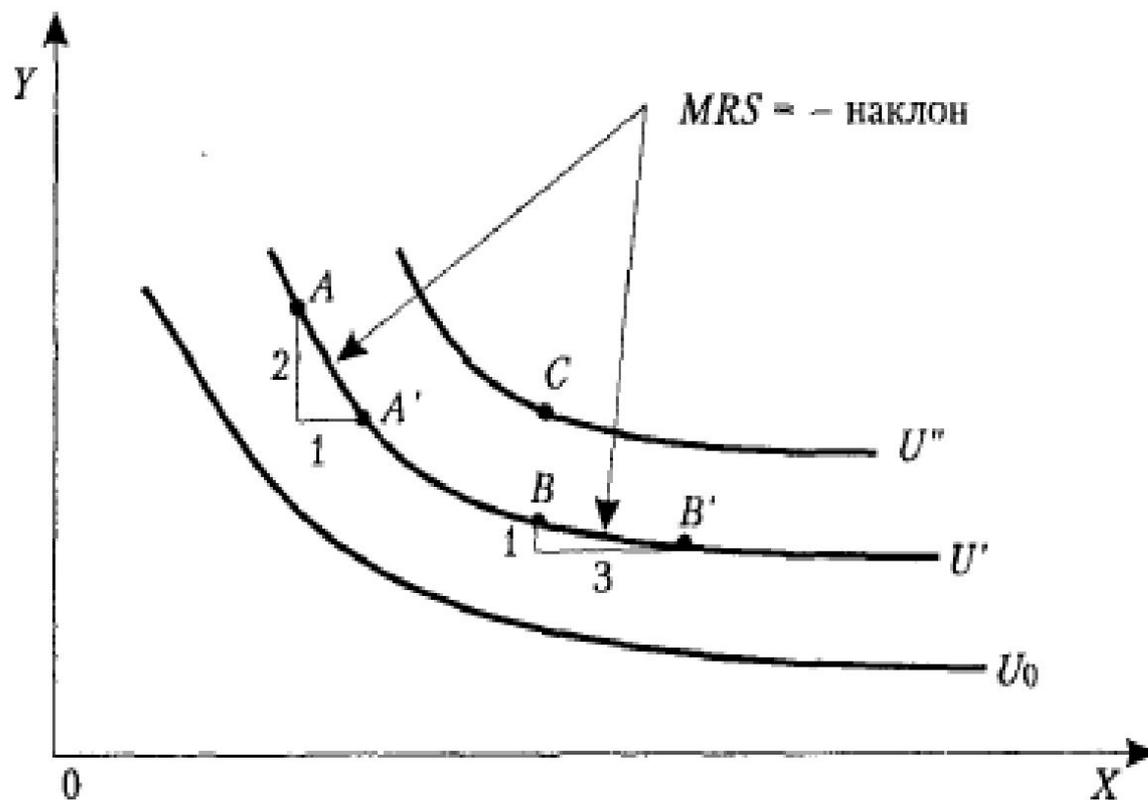
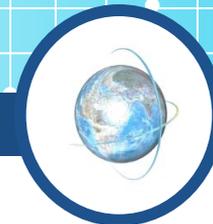




Если на оси абсцисс мы отложим количество единиц блага X, а на оси ординат — количество единиц блага Y, то отношение $\Delta Y/\Delta X$ или dY/dX характеризует предельную норму замещения (или субституции) Y на X:

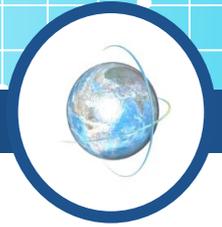
$$MRS_{XY} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X}$$

MRS_{XY} — предельная норма замещения Y на X.



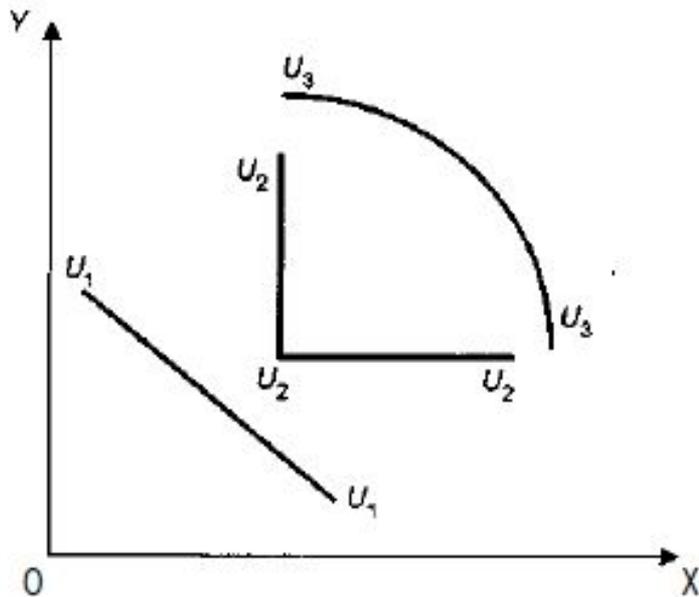
На графике MRS уменьшается с 2 (в районе точек A и A') до $1/3$ (в районе точек B и B').

Типы кривых безразличия



Кривые безразличия могут иметь различный вид:

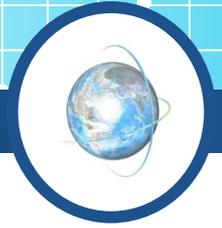
Для двух **абсолютно взаимозаменяемых товаров** $MRS = const.$ В этом случае кривые безразличия принимают вид прямых линий. Обычно такие товары приравниваются к одному товару (**Кривая U_1**).



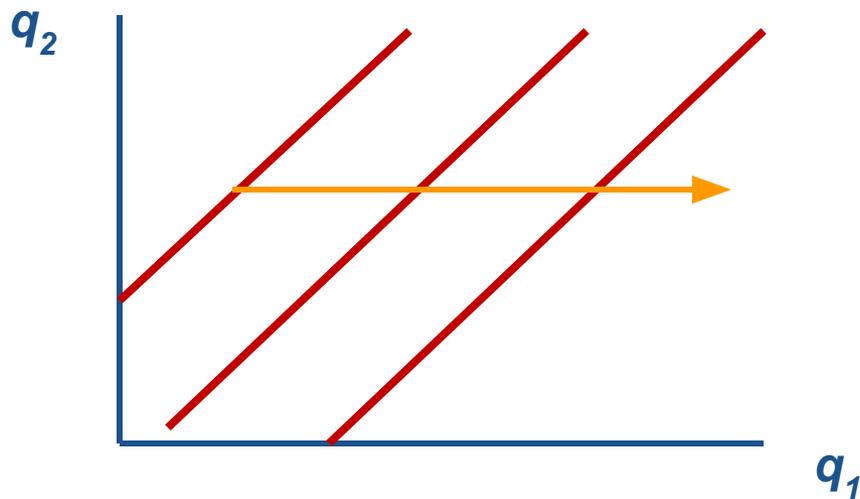
Кривая U_2 — товары вообще не могут заменять друг друга (правый и левый ботинок). **Такие товары жестко дополняют друг друга $MRS = 0$**

Кривая U_3 показывает, что, чем больше товара имеет потребитель, тем больше его он хотел бы иметь. Кривая безразличия **вогнута** к началу координат.

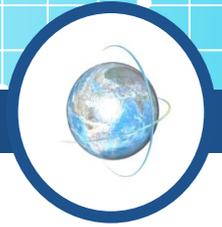
4.8 Кривые безразличия нестандартного вида



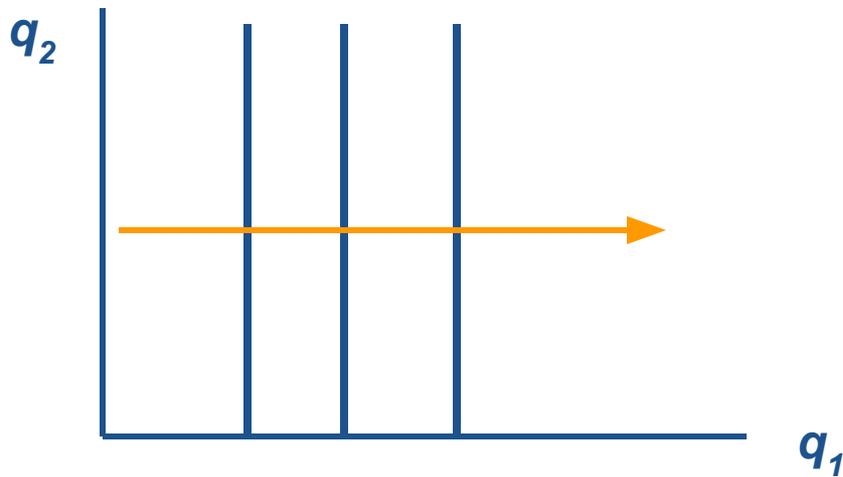
◆ Нежелательные



4.8 Кривые безразличия нестандартного вида



◆ Нейтральные



Бюджетное ограничение



Экономический субъект в своей деятельности стремится достичь максимальной полезности. Однако его возможности, как правило, далеко не безграничны, т. е. способность субъекта удовлетворять свои предпочтения определяются при помощи *бюджетного ограничения*. Бюджет индивида определяется доходом (I).

Если предположить, что доход экономического субъекта расходуется на приобретение только двух товаров (X и Y) по соответствующим ценам P_X и P_Y то *бюджетное ограничение* можно выразить следующим образом:

$$I \geq P_X \cdot X + P_Y \cdot Y \quad Y = \frac{I}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} X$$

$$X = \frac{I}{P_X} - \frac{P_Y}{P_X} Y$$

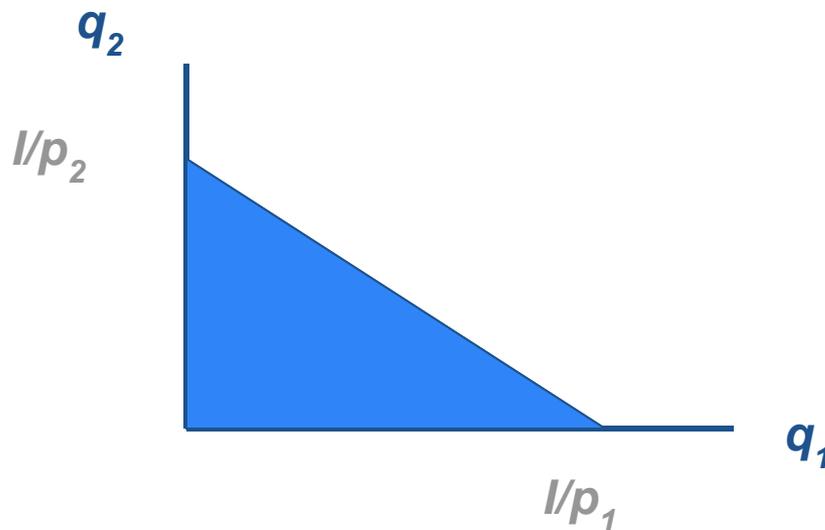
Все товарные наборы, находящиеся в бюджетном множестве, доступны для потребителя, а вне данного множества (выше и правее) — недоступны.



Бюджетное ограничение потребителя

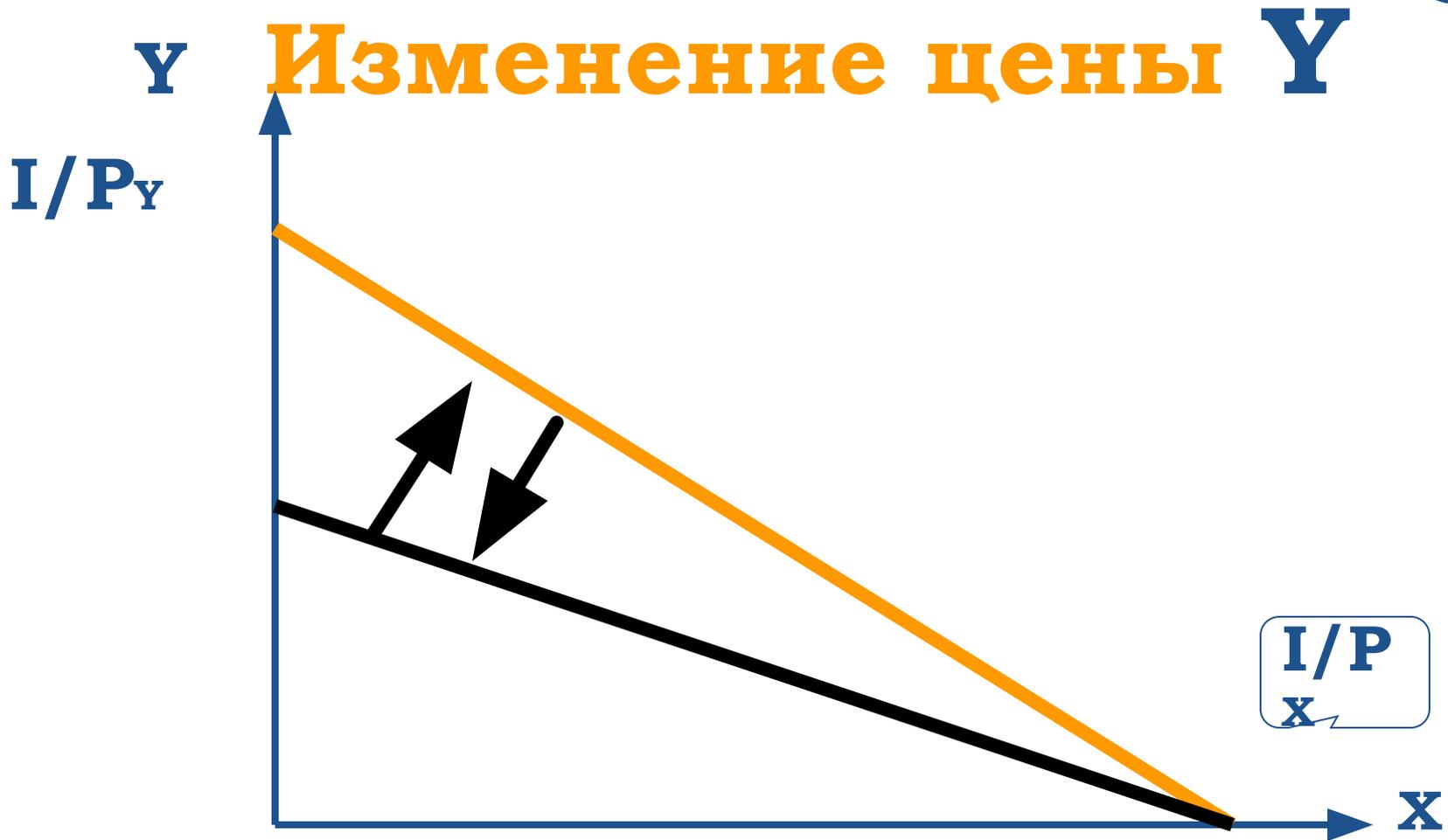


- ❖ **БЮДЖЕТНАЯ ОБЛАСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ**
область доступных потребителю
потребительских наборов

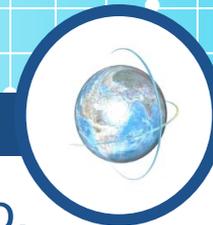


Бюджетное ограничение :

$$I = P_x \cdot X + P_y \cdot Y$$



Смещение бюджетной линии



- а) пусть доход снижается до $I' < I$ ($P = \text{const}$). Следовательно, **наклон** бюджетной линии $(P_x/P_y) = \text{const}$. В этом случае произойдет параллельное смещение бюджетной линии вниз до I' . При увеличении дохода — сдвиг I вверх;
- б) предположим, что I и $P_x = \text{const}$, а P_y понизилась до $P'_y < P_y$. В этом случае потребитель сможет купить на весь свой доход большее количество товара X . А товара Y на весь доход он купит больше ($1/P'_y$)



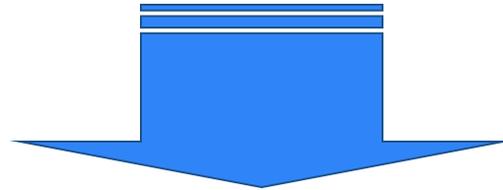


КАРТА БЕЗРАЗЛИЧИЯ

- ❖ совокупность **желаемых** товаров

БЮДЖЕТНАЯ ОБЛАСТЬ

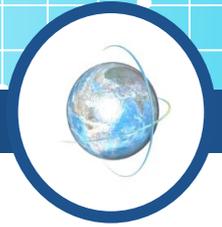
- ❖ совокупность **доступных** товаров



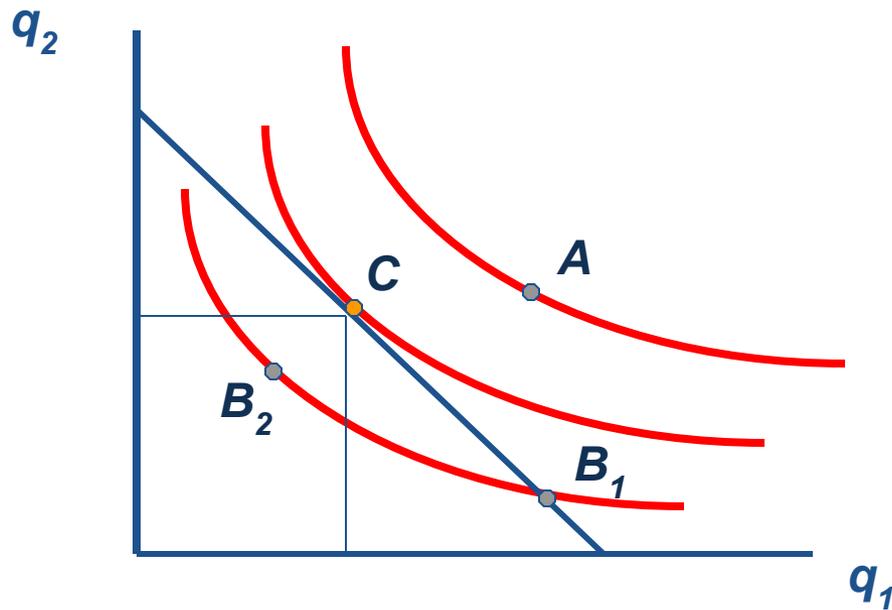
ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- Набор товаров, наиболее желательный из доступного потребителю

4.10 Оптимум потребителя



◆ Графическое изображение



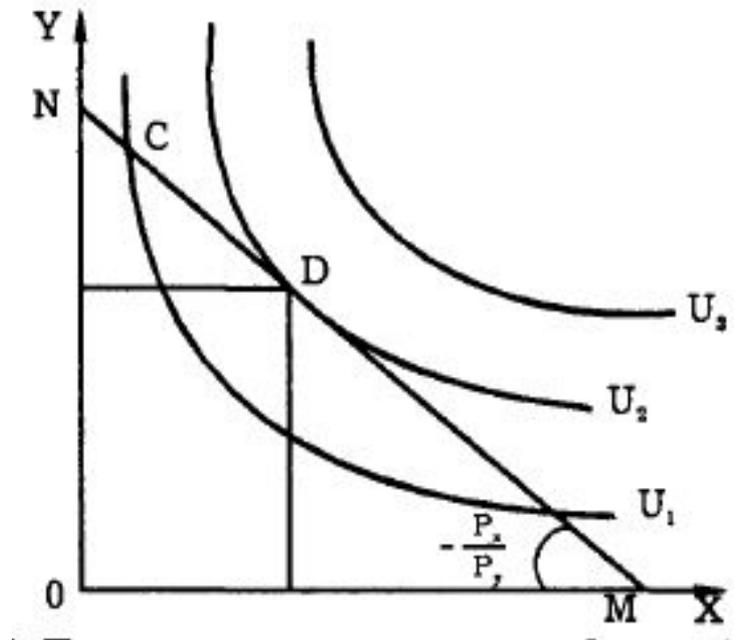
Оптimum (равновесие) потребителя

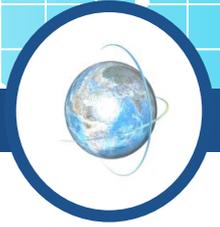


Для определения ассортимента покупок, обеспечивающего потребителю максимальную удовлетворенность при заданных ценах и бюджете, достаточно на его карте безразличия провести бюджетную линию. Точка касания бюджетной линии с кривой безразличия указывает на искомый набор покупаемых благ.

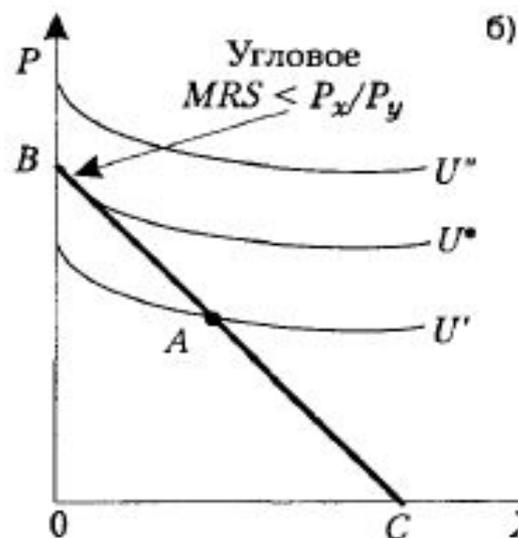
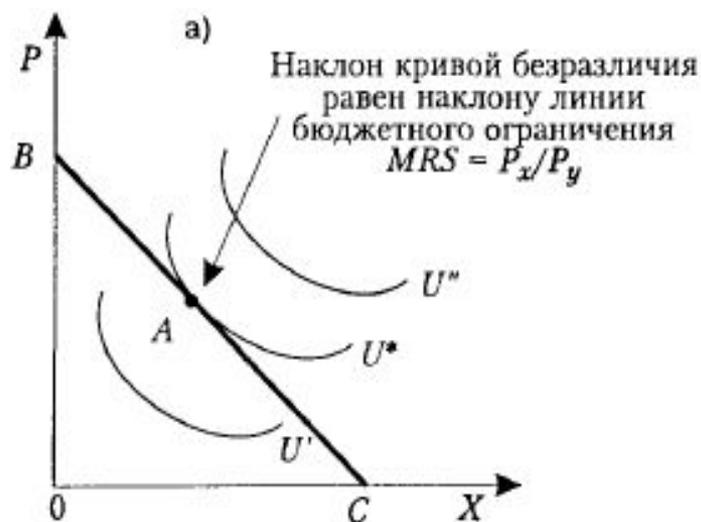
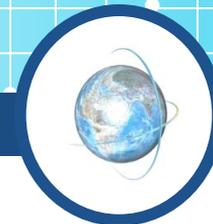
На графике показаны несколько кривых безразличия — U_1 , U_2 , U_3 .

- Кривая U_1 пересекает бюджетную линию и поэтому является неоптимальным решением для потребителя.
- Двигаясь вдоль бюджетного ограничения, мы можем найти такую точку D , которая принадлежит кривой безразличия U_2 более высокого порядка и в которой *максимизируется* благосостояние потребителя при данном бюджете.
- Кривая U_3 является кривой более высокого порядка, чем U_2 , однако она выходит за пределы бюджета и поэтому пока недостижима.





$$\left| MRS_{B,A} \right| = \frac{P_B}{P_A}$$



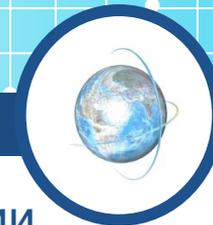
Представление равновесия потребителя касательной между кривой безразличия и бюджетным ограничением действительно до тех пор, пока покупатель приобретает положительное количество обоих благ. Если товар X становится запретительно дорогим, равновесие будет достигнуто в точке B на оси ординат (б). И наоборот, если существенно повысится цена Y, решение представляется точкой C на оси абсцисс.

Так как точки B и C представляют собой «углы» бюджетного ограничения, эти решения называются **угловыми** в отличие от **внутреннего** (или «нормального») решения (а).

Угловое решение при выборе между двумя товарами возникает, когда потребитель не потребляет один из товаров.

Оптimum потребления достигается в точке B (б) при условии $MRS < P_x/P_y$, а в точке C (б) — при условии $MRS > P_x/P_y$, т. е. в первом случае наклон кривой безразличия меньше наклона бюджетной прямой, а во втором — больше.

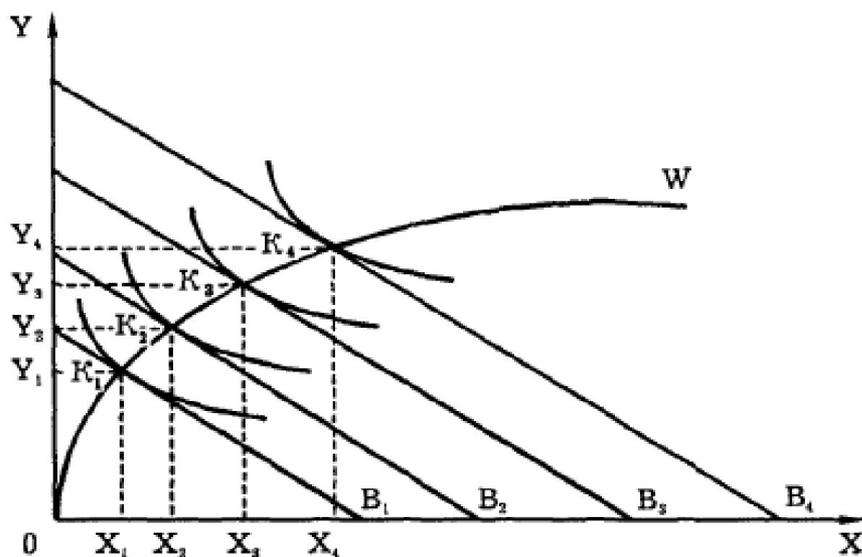
Кривая «доход-потребление»



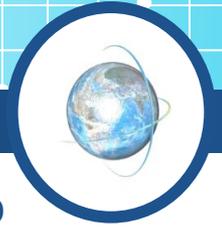
Увеличение денежного дохода означает смещение бюджетной линии вправо вверх и **переход потребителя** на более высокую кривую безразличия. Аналогичный результат появляется при **снижении цен** *обоих* товаров, что соответствует увеличению дохода.

Напротив, при уменьшении денежного дохода или росте цен бюджетная линия сдвигается влево.

Соединив все точки равновесия потребителя, получим линию **«доход-потребление» (ICC)**, или **иначе кривую уровня жизни (W)**. Она показывает, как при фиксированных ценах изменяется потребление индивида по мере роста его бюджета.



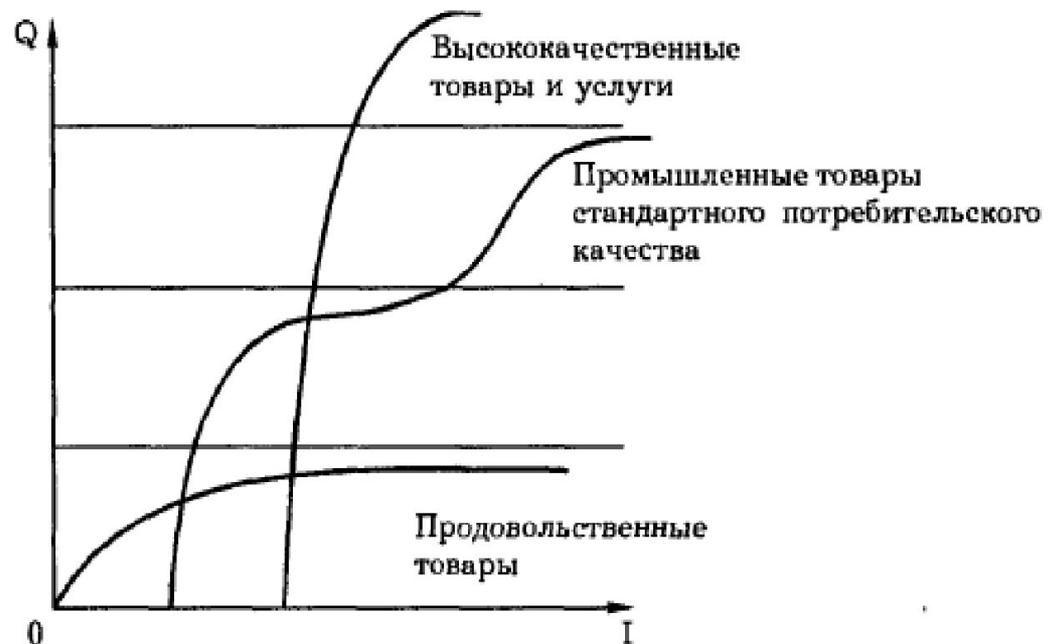
Кривые Энгеля



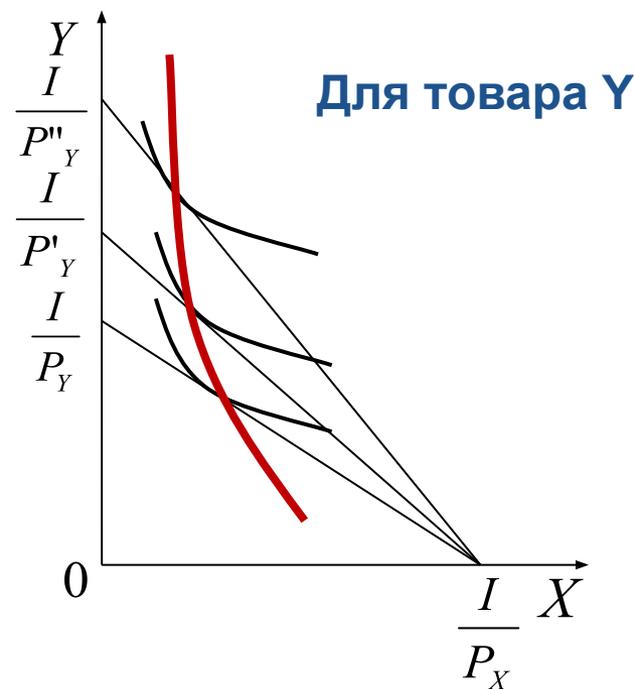
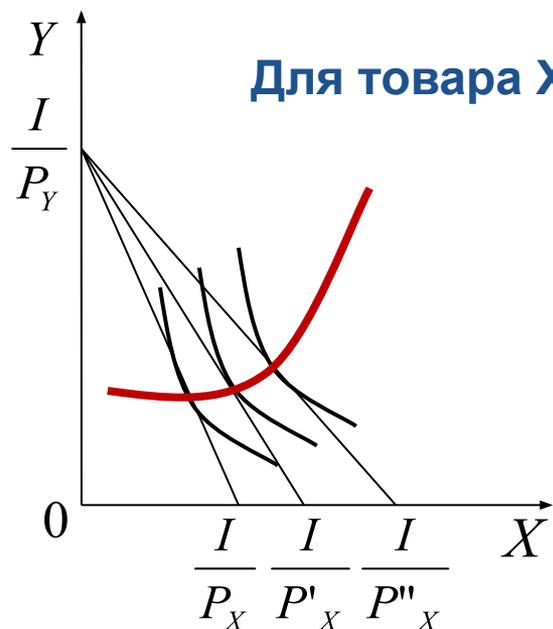
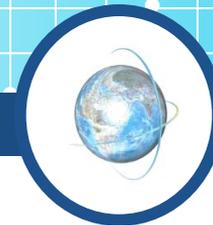
Кривая "доход-потребление" позволяет построить **индивидуальную кривую потребления Энгеля**, которая показывает зависимость потребления тех или иных групп товаров от изменения доходов.

Немецкий статистик **Эрнст Энгель** был первым исследователем влияния изменения дохода на структуру потребительских расходов. Он сформулировал **закон потребления**, который экономисты назвали его именем. Смысл закона состоит в том, что доля национального дохода, израсходованного на продукты питания, является хорошим показателем уровня благосостояния. *Чем ниже эта доля, тем выше благосостояние.*

Из графика видно, что прежде всего происходит насыщение продовольственными товарами, затем — промышленными товарами стандартного качества и, наконец, высококачественными товарами и услугами. При этом наблюдается любопытная закономерность: даже после перехода к потреблению высококачественных товаров происходит новый всплеск спроса на промышленные товары стандартного качества, используемые для повседневных нужд.

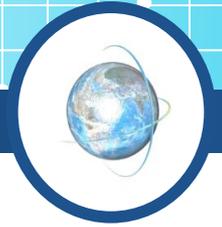


Кривая «цена-потребление»



Когда при фиксированной номинальной величине бюджета изменяется цена одного из благ, тогда бюджетная линия поворачивается вокруг точки своего пересечения с осью другого блага, переходя от одной кривой безразличия к другой. Все точки касания поворачивающейся бюджетной линии с кривыми безразличия образуют линию **«цена — потребление»** (PCC). Она отражает реакцию потребителя на изменение цены одного из благ.

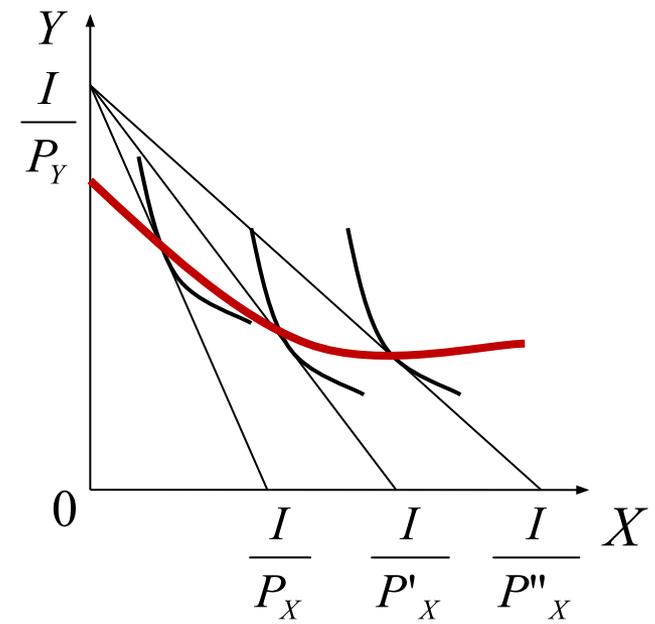
Виды кривой «цена-потребление»

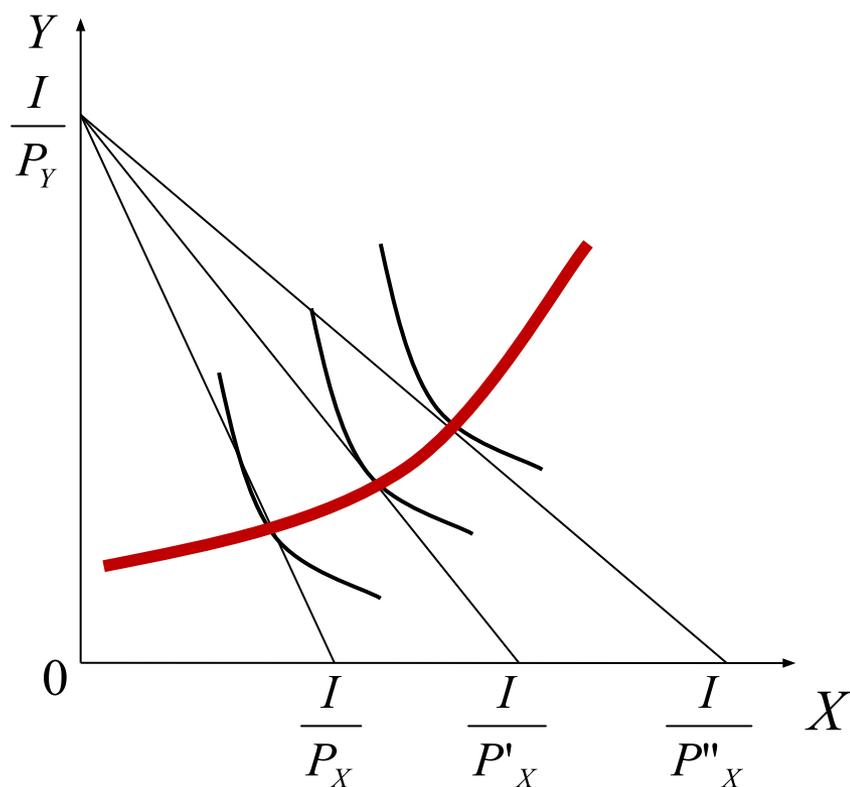
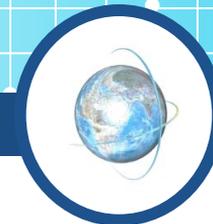


Кривая «цена-потребление» аналогично кривой «доход-потребление» дает информацию о характере изменения величины спроса по обоим товарам. Кривая РСС имеет различный вид для взаимозаменяющих, взаимодополняющих и независимых по отношению друг к другу благ.

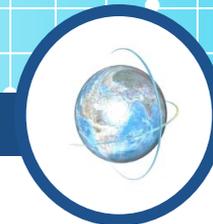
Для **нормального** товара кривая «цена-потребление» **имеет отрицательный наклон**: с падением цены товара X количество спроса на товар Y растет.

При отрицательности наклона кривой товары могут также выступать **субститутами** по отношению друг к другу: изменения цены товара X и величины спроса Y однонаправленны.

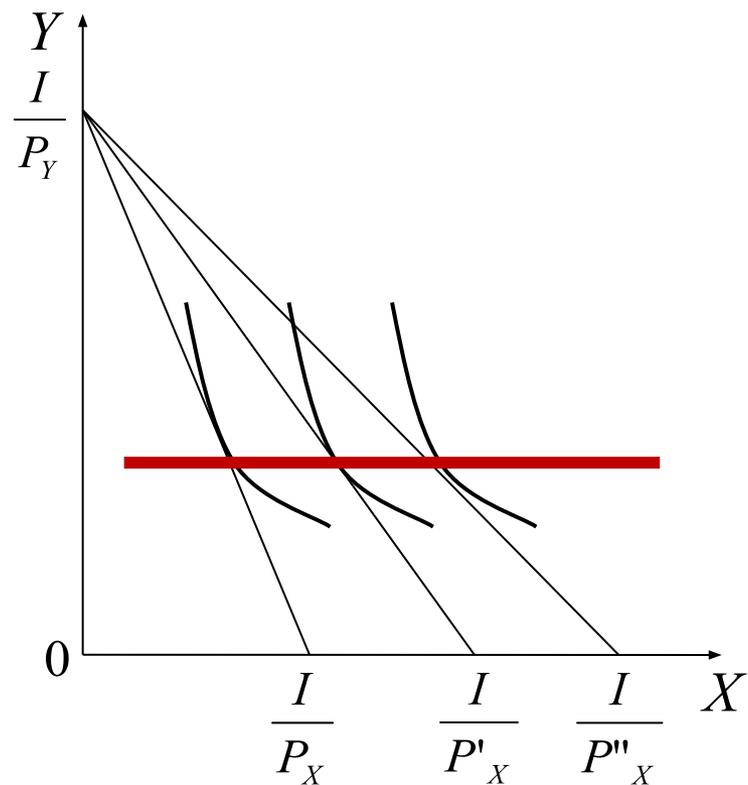




Если товар X выступает по отношению к товару Y **КОМПЛИМЕНТОМ**, то кривая «цена-потребление» имеет положительный наклон, т.к. при росте цены товара X объем потребления товара Y снижается.



В случае, когда величина спроса Y не реагирует на изменения цены товара X (X и Y **независимы**), кривая «цена-потребление» горизонтальна.

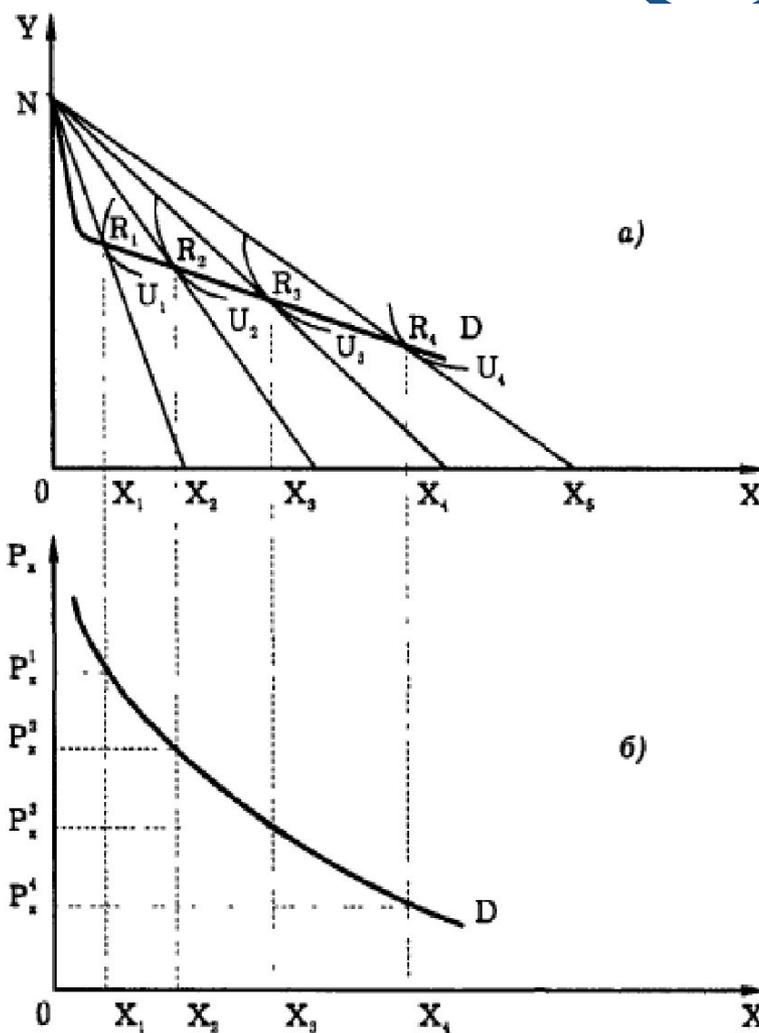




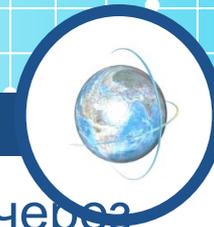
В нижней части графика показано, как на основе линии «цена-потребление» строится **график индивидуального спроса**.

Если изменится бюджет потребителя, то «веер» бюджетных линий сместится и вслед за ним в том же направлении сдвинется график индивидуального спроса.

Кроме того, с изменением цены одного из благ меняется объем спроса не только на это, но и на другое благо.



Эффект дохода и эффект замещения

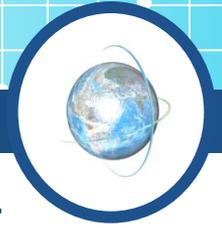


Изменение цены товара влияет на объем спроса покупателя через механизм двух эффектов: **эффекта замены и эффекта дохода**.

В микроэкономической теории существуют два подхода: Дж. Хикса и Е. Е. Слуцкого

По мнению Хикса, разные уровни денежного дохода позволяют достичь одной и той же кривой безразличия (одинаковой кривой безразличия) и представляют собой одинаковый уровень реального дохода.

По мнению Слуцкого, одинаковый уровень реального дохода обеспечивает только тот уровень денежного дохода, который достаточен для потребления одного и того же набора товаров.



Теоретически удовлетворение потребителя зависит только от количества потребляемых им благ, независимо от количества и качества потребления других. Однако в действительности все обстоит гораздо сложнее: каждый потребитель испытывает влияние вкусов и предпочтений других потребителей.

Эта проблема наиболее полно была исследована американским экономистом ***Х.Лейбенштайном***.

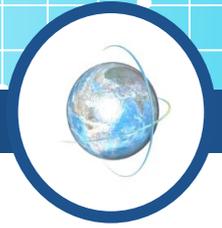
Он выделил ***три наиболее типичных случая таких взаимных влияний***:

1. **эффект присоединения к большинству;**
2. **эффект сноба;**
3. **эффект Веблена.**



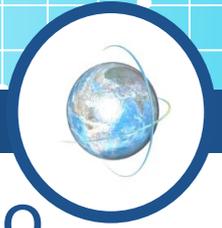
Эффект присоединения к большинству побуждает потребителя покупать то, что покупают все. Он вызван желанием быть "на волне жизни", не отставать от других. Большая доля этого эффекта вызывается таким социальным явлением, как мода. Человек стремится приобрести тот товар, который в данный момент приобретает большинство других покупателей, чтобы чувствовать себя равным им, выдерживать общий стиль.

Более точно этот эффект можно сформулировать как случай, когда отдельный покупатель предъявляет больший (меньший) спрос на товар из-за того, что некоторые или все остальные покупатели на рынке также предъявляют больший (меньший) спрос на этот товар.



Эффект сноба представляет собой обратный по отношению к предыдущему эффект. Здесь потребитель стремится отличаться от большинства, быть особенным, оригинальным, выделиться из толпы. Покупатель-сноб никогда не купит того, что покупают все. Поэтому в данном случае мы тоже можем сказать, что выбор отдельного потребителя зависит от выбора остальных потребителей. Только зависимость эта обратная.

Чем больше масштабы потребления какого-либо товара, тем меньше на него спрос у потребителя-сноба. Иными словами, спрос отдельного потребителя отрицательно соотносится с общим объемом спроса.



Третий эффект назван **эффектом Веблена** по имени американского экономиста и социолога Т. Веблена. Он ввел в экономическую теорию понятие престижного потребления.

Престижное потребление означает, что вещь используется не по своему прямому назначению, а с целью произвести впечатление на окружающих.

Таким образом, для потребителя полезность единицы товара, используемого для престижного потребления, зависит не только и не столько от качественных характеристик, сколько от цены, уплачиваемой за него.