



Тема 3.

Поведение потребителя

1. Теория полезности, общая и предельная полезность. Закон убывающей предельной полезности. Равновесие потребителя в кардиналистской теории.
2. Потребительский выбор и бюджетное ограничение. Равновесие потребителя в ординалистской теории.
3. Кривая «Цена-потребление» и кривая «Доход-потребления»







1. Теория полезности, общая и предельная полезность.

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

Потребительское поведение рассматривается с позиций кардиналистской и ординалистской концепций.

Кардиналисты: В результате исследований в XIX в. была выявлена закономерность: потребляемые последовательно части какого-либо блага обладают убывающей полезностью для потребителя. При этом предполагается, что вкусы потребителей постоянны, а функция потребления непрерывна (и, следовательно, дифференцируема в каждой точке).






Кардиналистская концепция (исходит из того, что потребитель умеет измерять общую и предельную полезность товаров и услуг, в соответствии с которой он строит свои потребительские предпочтения.

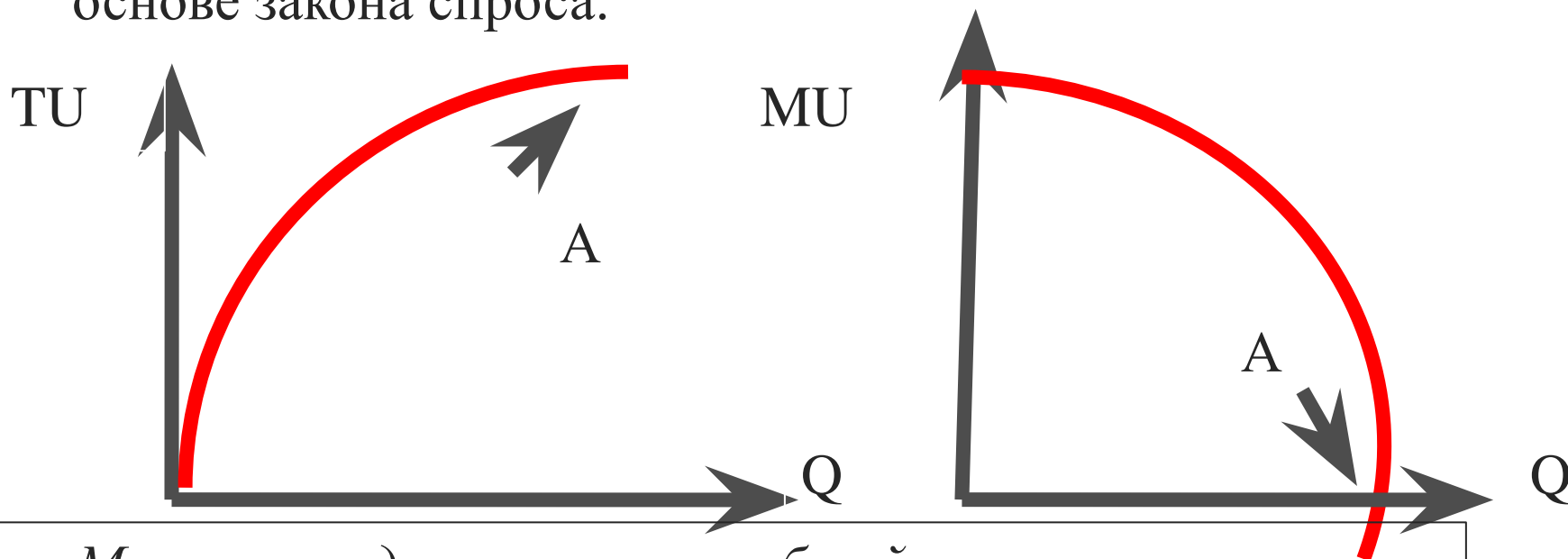
Любому бесконечно малому увеличению количества блага Q соответствует прирост общей полезности **TU — (total utility)**

Под предельной полезностью **MU(marginal utility)** — понимается прирост общей полезности товара при увеличении объёма его потребления на одну единицу.



По мере того, как количество потребляемого товара растёт, предельная полезность каждой дополнительной единицы уменьшается.

В этом заключается закон предельной полезности, лежащий в основе закона спроса.



Максимум удовлетворения общей полезности достигается в точке А, когда предельная полезность становится равной нулю. Это и означает, что благо полностью удовлетворяет потребность.






Полезность является субъективной оценкой

- Доход потребителя ограничен и он не может удовлетворять все свои потребности, он вынужден ранжировать степень полезности тех или иных благ.
- Обменивая имеющийся у него денежный запас на те или иные товары и услуги он стремится максимизировать полезность от потребления полученных благ.
- В обмене потребитель сопоставляет предполагаемую будущую полезность с альтернативными издержками, величину альтернативных издержек для него показывает рыночная цена.
- Готовность уплатить определенную цену за данный товар или услугу будет зависеть от субъективной полезностной оценки.







Таким образом, цена блага определяется не общей, а предельной его полезностью для потребителя. Поскольку предельная полезность экономического блага для потребителя снижается, то производитель может продать дополнительное количество своей продукции лишь в том случае, если снизит цену.

Закон уменьшения предельной полезности лежит в основе определения спроса.








Критики теории полезности сформулировали еще в XVIII в. парадокс воды и алмаза. Вода, которая жизненно необходима для всех, должна была, полагали они, обладать максимальной полезностью, а алмазы — минимальной. Соответственно цены на воду должны быть максимальны, а на алмазы — минимальны, тогда как на практике — наоборот.

Ответ на этот вопрос был найден в начале XX в. в разграничении общей и предельной полезности. Дело в том, что величина запасов воды и алмазов различна.


Вода имеется в изобилии, тогда как алмазы встречаются довольно редко. Следовательно, в первом случае количество (Q) велико, а цена (P) низка; во втором — наоборот: количество (Q) мало, цена (P) высока (см. рис.),





Это означает, что общая полезность воды большая, а предельная — маленькая; у алмазов — наоборот, общая полезность мала, а предельная — велика. Цены же определяются не общей, а предельной полезностью.



Таким образом, парадокс воды и алмаза не опровергает функцию полезности. Именно функция полезности лежит в основе потребительского выбора.



Равновесия потребителя в кардиналистской теории


Благо	Предельная	Цена	Взвешенная
	MU	P	MU/P
А	100	10	10
Б	80	4	20
В	45	3	15


Благо	Предельная	Цена	Взвешенная
	MU	P	MU/P
А	150	10	15
Б	60	4	15
В	45	3	15




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 (рубль, марка, франк и т.д.), затраченный на приобретение любого блага, приносит одинаковую, предельную полезность.





2. Потребительский выбор и бюджетное ограничение.



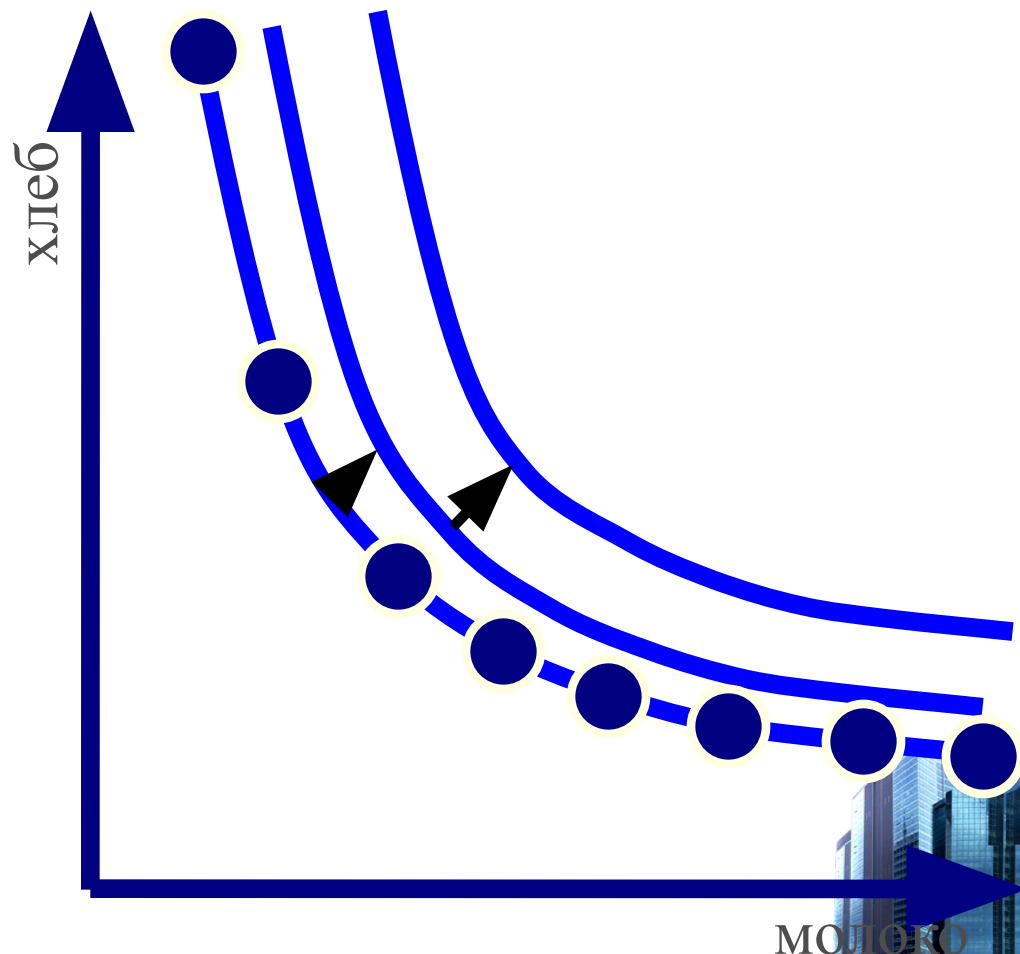
Подход с позиций ординалистской концепции потребительского выбора предполагает использование *кривых безразличия и бюджетной линии*. Здесь индивидуальные предпочтения товаров строятся не на количественном измерении полезности, а на способности покупателей точно сказать, предпочитают ли они набор товаров А другому набору товаров В, либо наоборот, или оба набора потребителю безразличны. Полезность имеет в этом случае порядковую измеримость.



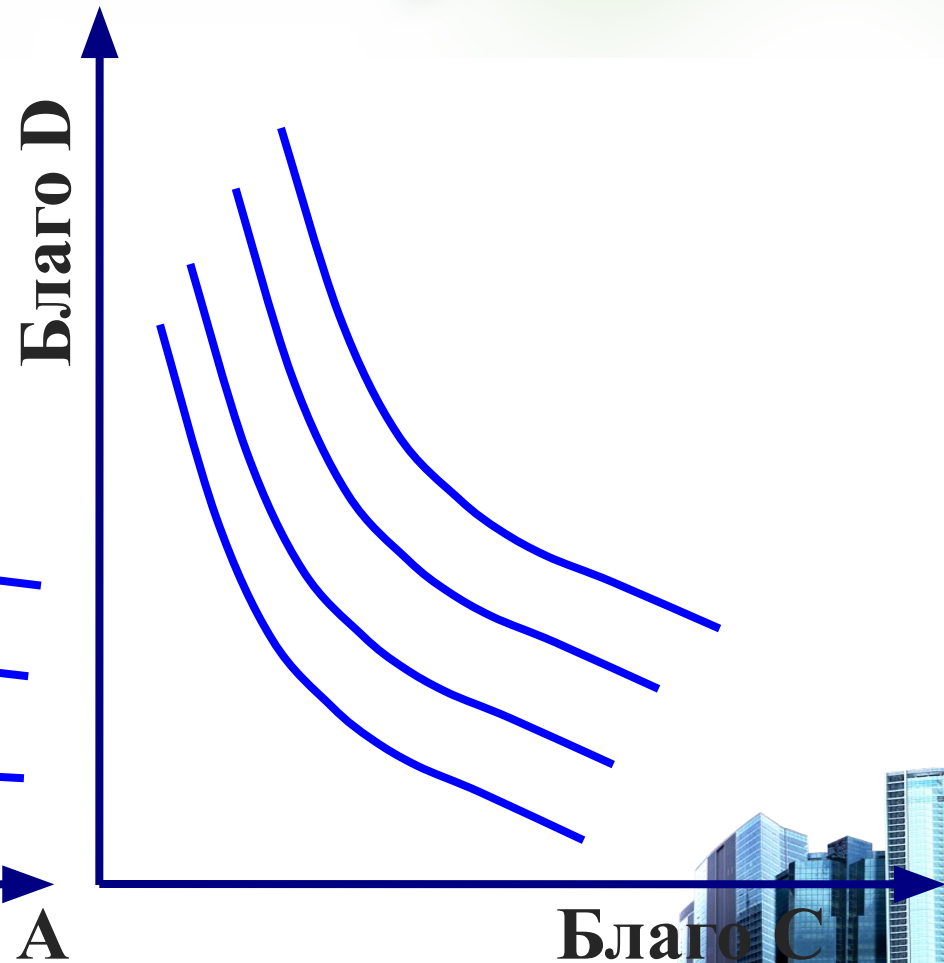
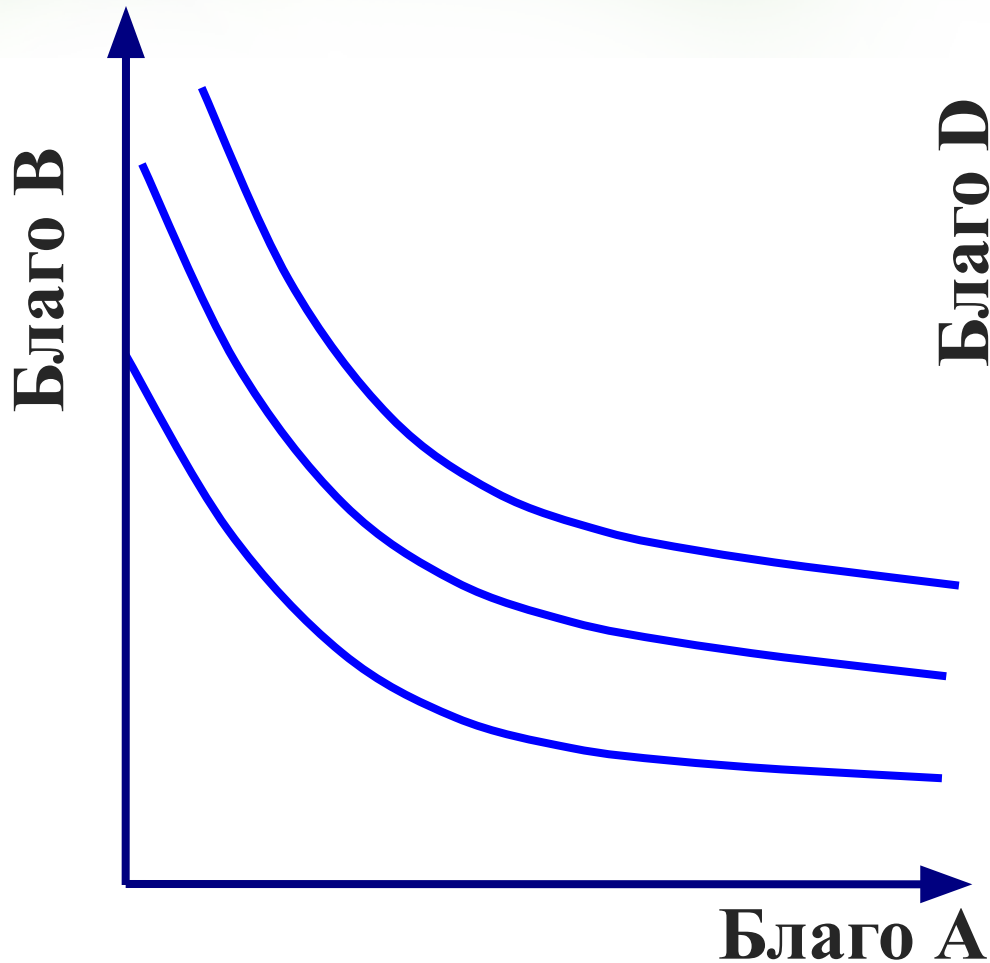
Кривые безразличия графически изображает наборы продуктов, обладающих одинаковой полезностью.

- ◆ **Наборы из двух благ, обеспечивающие равную полезность:**

Хлеб	Молоко
1 кг	0,125л
0,6 кг	0,25 л
0,4 кг	0,375 л
0,3 кг	0,5 л
0,25 кг	0,625 л
0,225 кг	0,75 л
0,212 кг	0,875 л
0,206 кг	1 л




Формы кривых безразличия зависят от предпочтений потребителя. Множество кривых безразличия составляют карту безразличия, где более высокая кривая безразличия отображает относительно большую полезность.



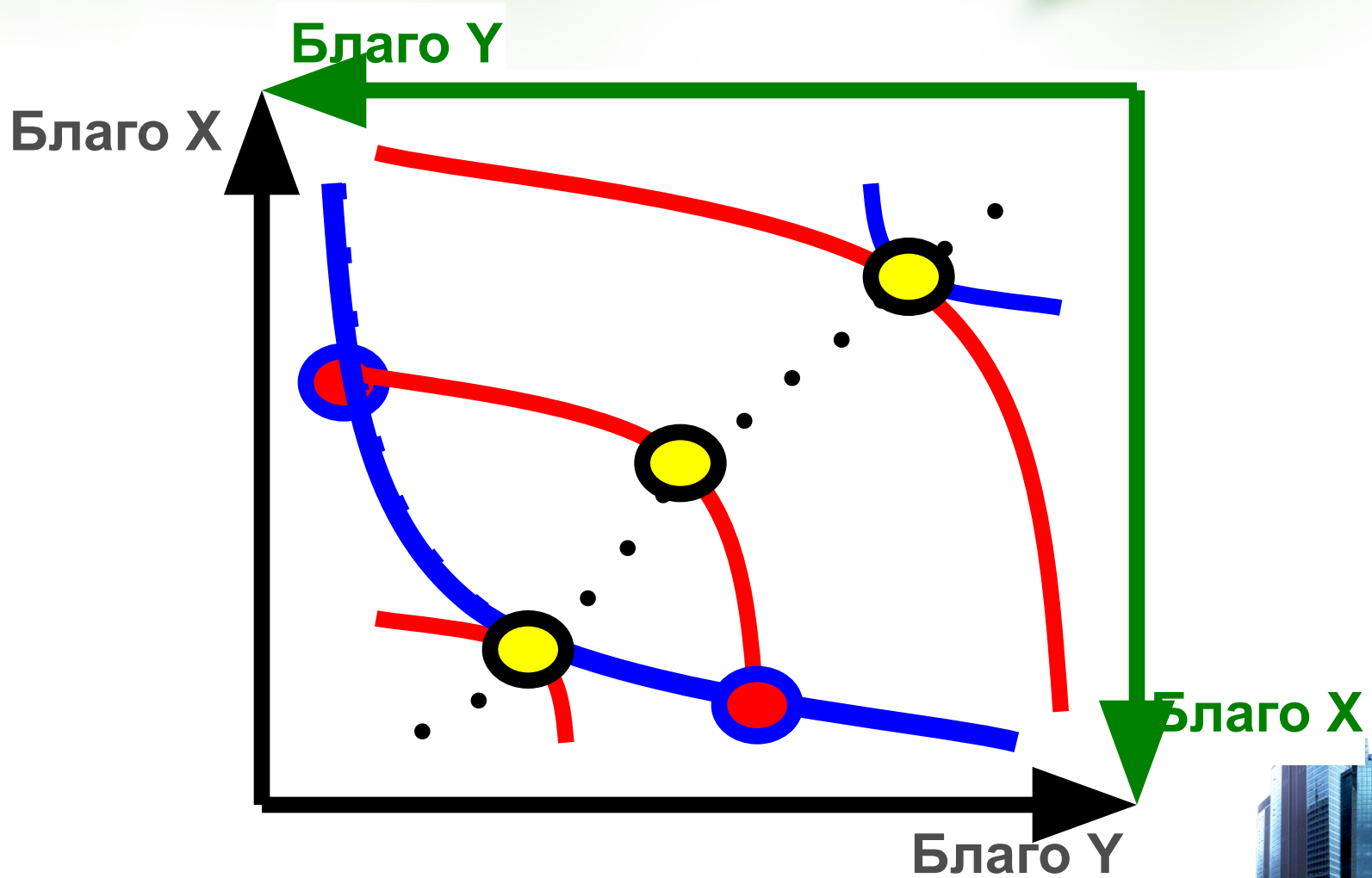


Кривые безразличия



- Любой набор благ, описываемый точками, принадлежащими одной кривой безразличия обеспечивает потребителю равную полезность;
 - Чем дальше от начала координат находится кривая безразличия, тем большую полезность обеспечивают потребителю соответствующие наборы благ;
 - Предельная норма замещения **$MRS = \Delta Y / \Delta X$** одного блага другим меняется при движении вдоль кривой и в каждой точке определяется соотношением предельных полезностей благ.
- 

Дополнительно: максимизация полезности у Иванова при постоянной полезности у Джонсона



Прямая бюджетного ограничения потребителя

Бюджетное ограничение - показывает, какие потребительские наборы можно приобрести за данную сумму денег.

Если I — доход потребителя,
 P_x — цена блага X ,
 P_y — цена блага Y ,
а X и Y составляют соответственно купленные количества благ, то уравнение бюджетного ограничения:

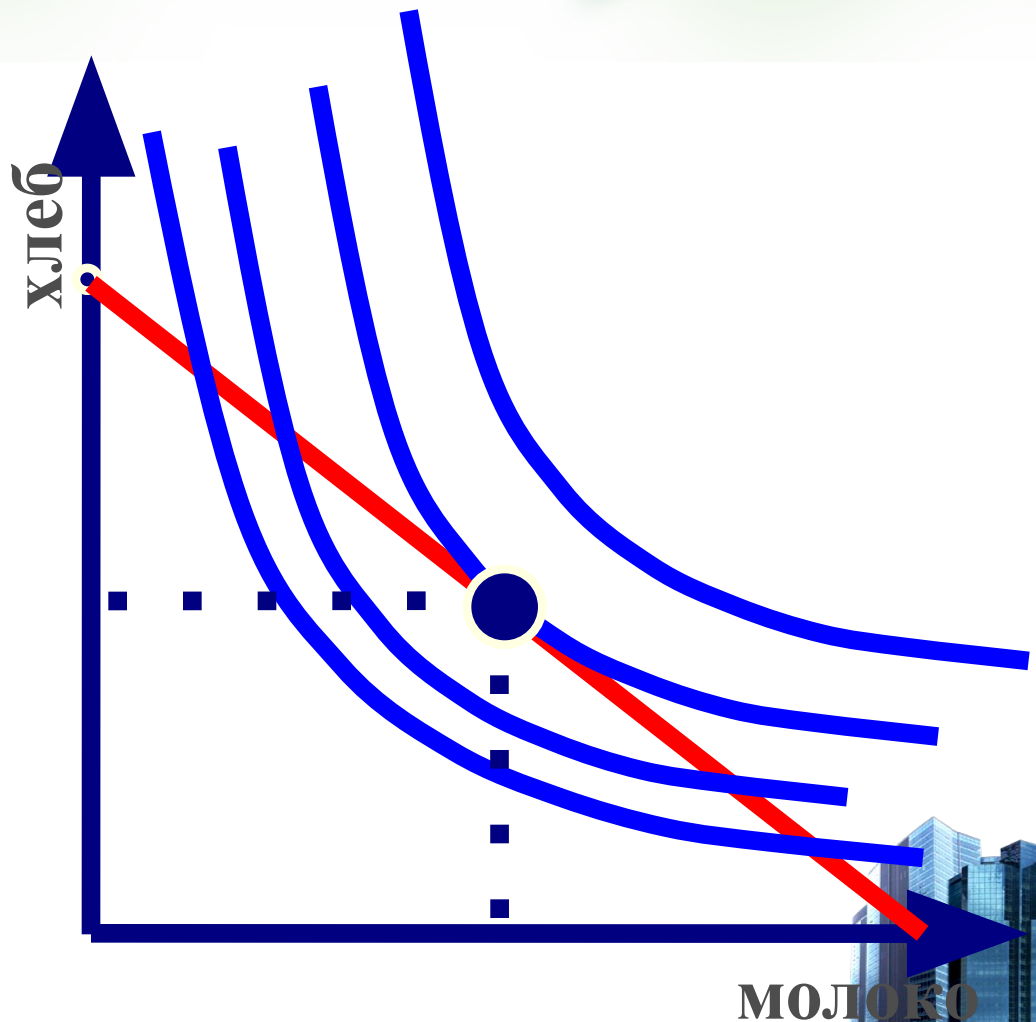
$$I = P_x X + P_y Y$$



МОЛОКО

Равновесие потребителя


Наибольшая
полезность
достигается в
точке касания
кривой
безразличия
прямой
бюджетного
ограничения
(самая высокая
кривая
безразличия)





Равновесие потребителя



- ❖ В точке касания угол наклона прямой бюджетного ограничения равен углу наклона кривой безразличия;
 - ❖ угол наклона прямой бюджетного ограничения определяется соотношением цен;
 - ❖ угол наклона кривой безразличия определяется соотношением предельных полезностей благ;
 - ❖ Выполняется правило пропорциональности полезности благ их ценам для оптимального выбора потребителя
- 



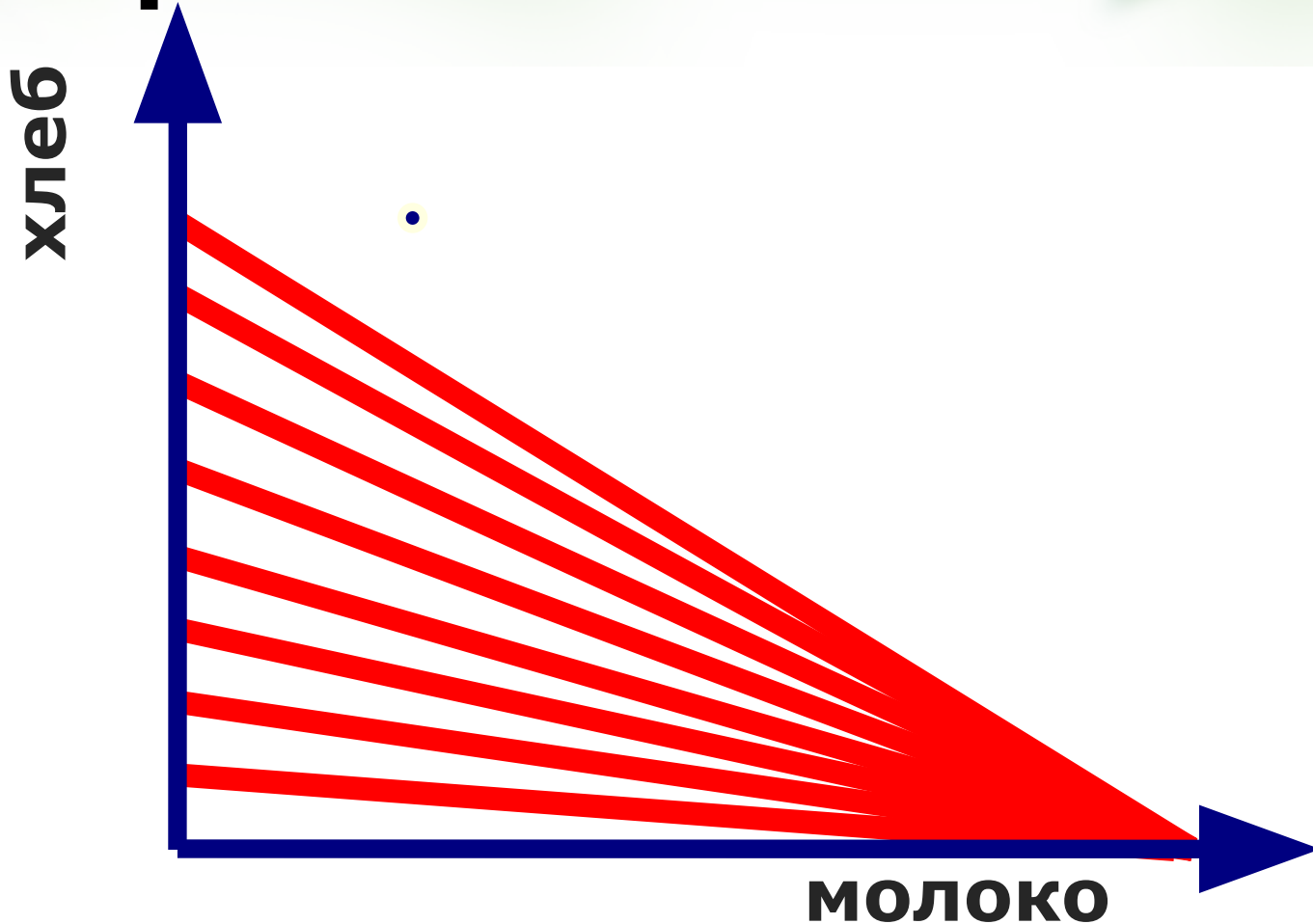
3. Предельная полезность и кривая спроса.



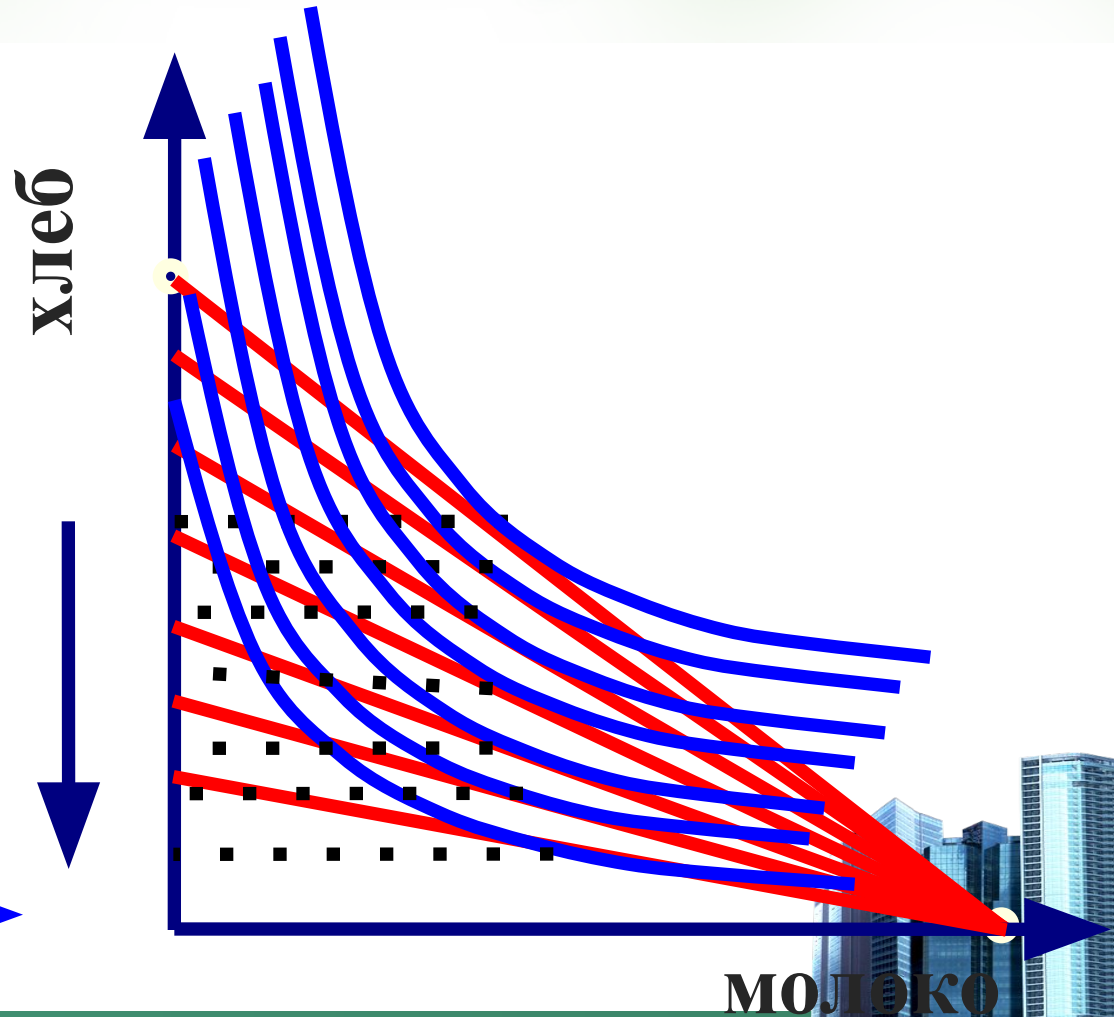
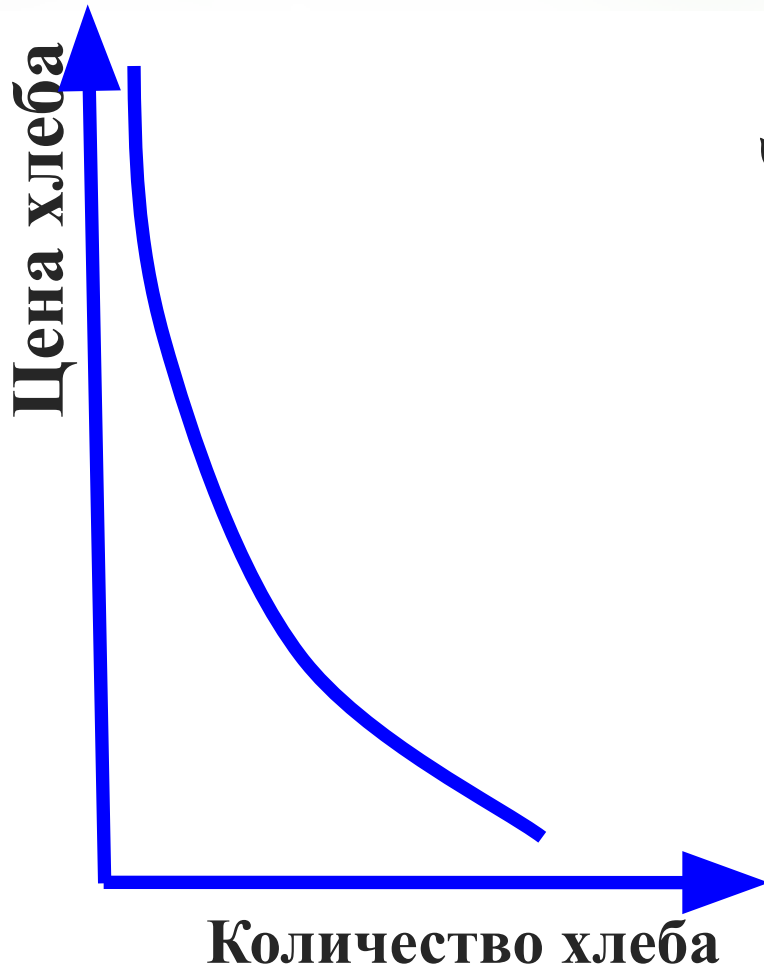
- ❖ Вернемся к зависимости индивидуального спроса от полезностных оценок потребителя.
- ❖ Что произойдет с оптимальным набором благ, если цена одного из них будет последовательно изменяться?
- ❖ Предположим, что в нашей экономике цены на хлеб последовательно возрастают на $1/8$ первоначальной цены.



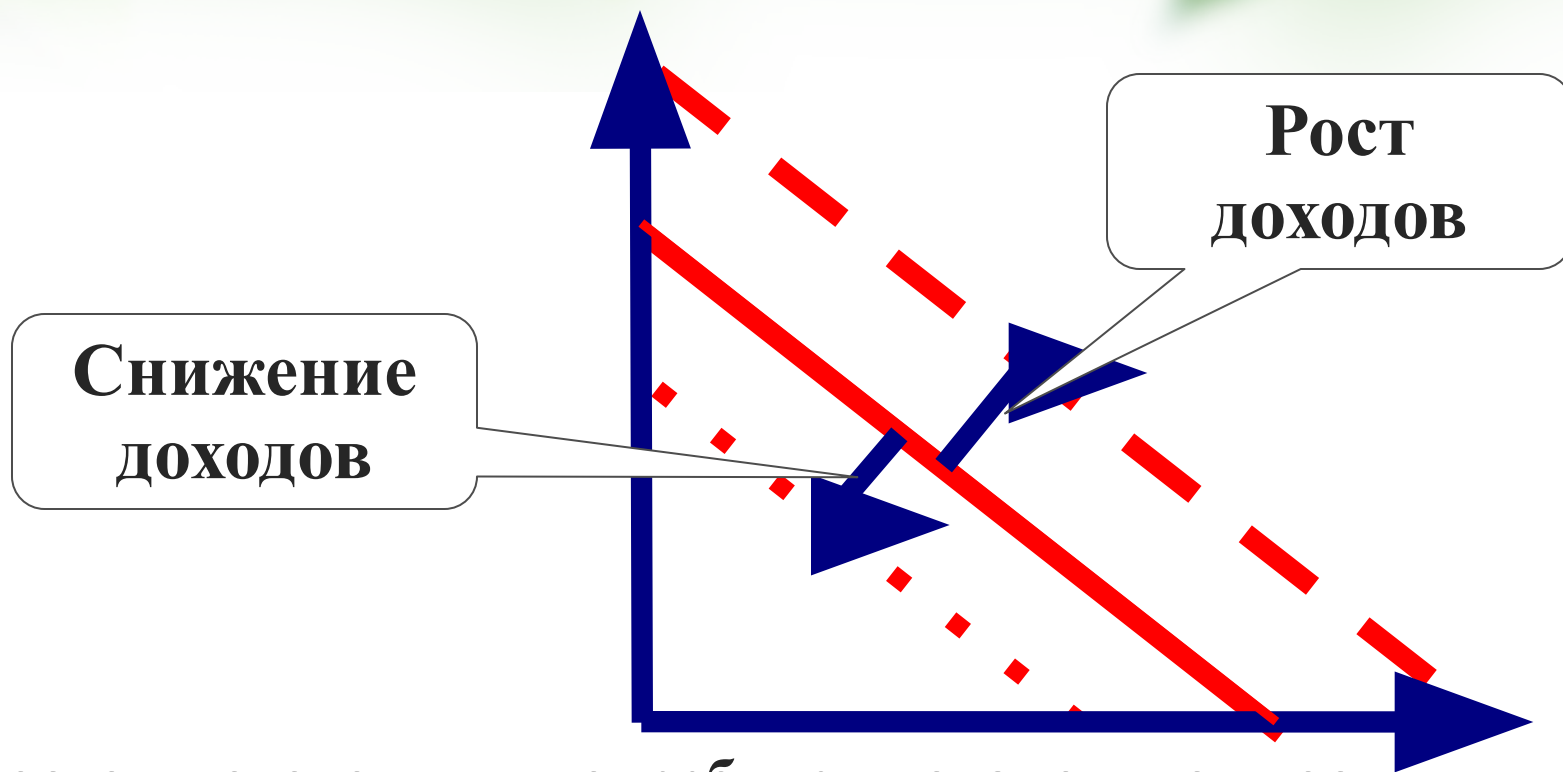
Изменение наклона прямой бюджетного ограничения



Изменение оптимальных наборов благ



Изменение доходов ведет к сдвигам прямой бюджетного ограничения

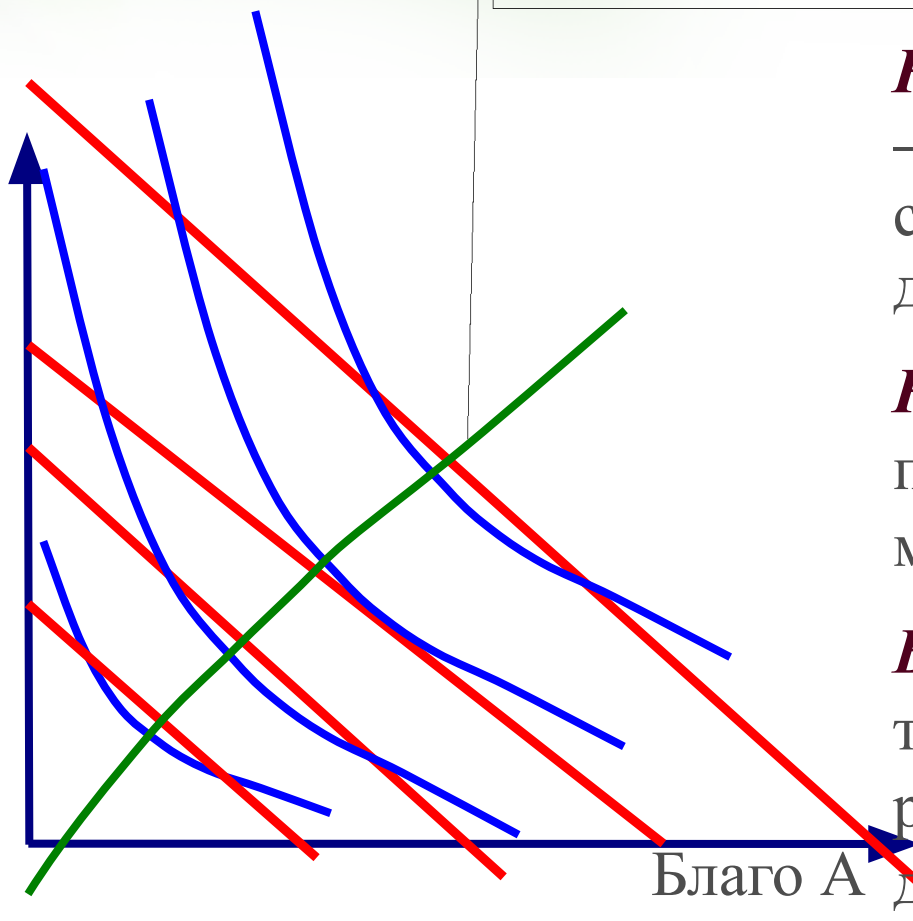


❖ С ростом доходов для потребителя становятся доступными более высокие кривые безразличия. Как изменяется выбор потребителя с увеличением его доходов?



Кривые Энгеля

Благо В



Кривая доход-потребление

Некачественные товары
– потребление
сокращается с ростом
дохода

Нормальный товар –
потребление растет
медленнее роста дохода

Высококачественный
товар – потребление
растет быстрее роста
дохода





Дополнительно: Эпонимия



То обстоятельство, что описание эффекта Рикардо не так-то просто отыскать в сочинениях самого Рикардо, лишь подтверждает общее правило. По определению Мертона (R.K. Merton), "эпонимия" - это "практика присвоения имени ученого сделанному им открытию или отдельному аспекту этого открытия", но как это ни странно, в результате этой практики открытие почти всегда связывается не с тем, с кем надо. Так, Томас Грешем не был автором закона Грешема. Жан Батист Сэй сформулировал закон Сэя только после того, как за него это сделали другие.

Марк Блауг. Экономическая мысль в ретроспективе.

М.. Дело ЛТД, 1994, с.524





Дополнительно: Эпонимия



У Роберта Гиффена мы не найдем формулировки парадокса Гиффена. Френсис Эджуорт не рисовал "коробки Эджуорта". Эрнст Энгель не чертил кривых Энгеля. Вальрас не формулировал закона Вальраса. Ирвинг Фишер не изобретал "идеальный индекс", более того, он просто умолял (безуспешно), чтобы этот индекс не называли его именем.

Марк Блауг. Экономическая мысль в ретроспективе.

М.. Дело ЛТД, 1994, с.524



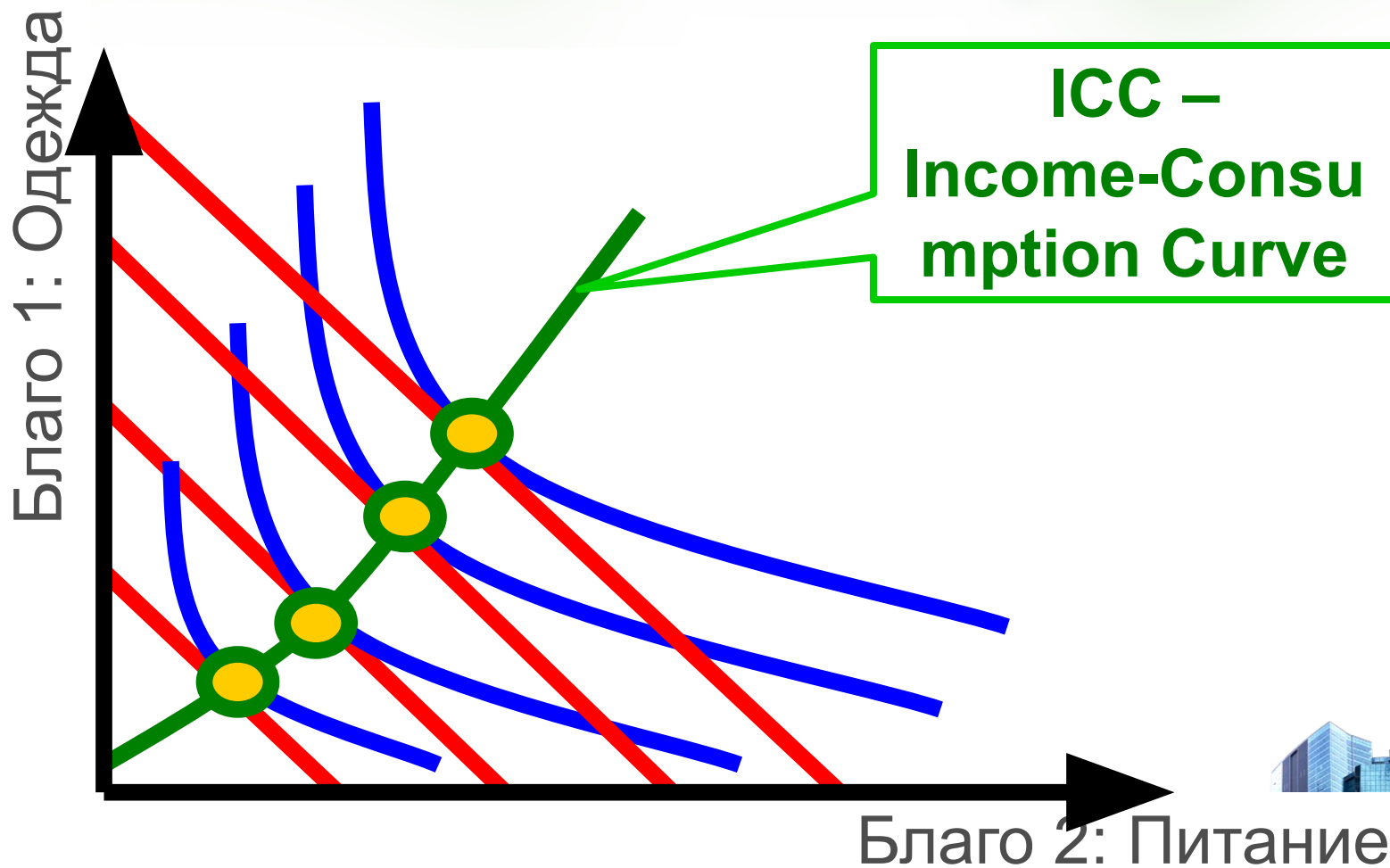
Дополнительно: Эпонимия

Артур Боули никогда не формулировал закона Боули. Артур Пигу не является автором эффекта Пигу и т.д. Стиглер даже сформулировал "закон эпонимии Стиглера", который гласит: "Ни одно научное открытие не носит имя своего истинного автора", закон, справедливость которого подтверждается буквально на каждом шагу (см. *Transactions of the New York Academy of Sciences, Series II, 39, 1980*).

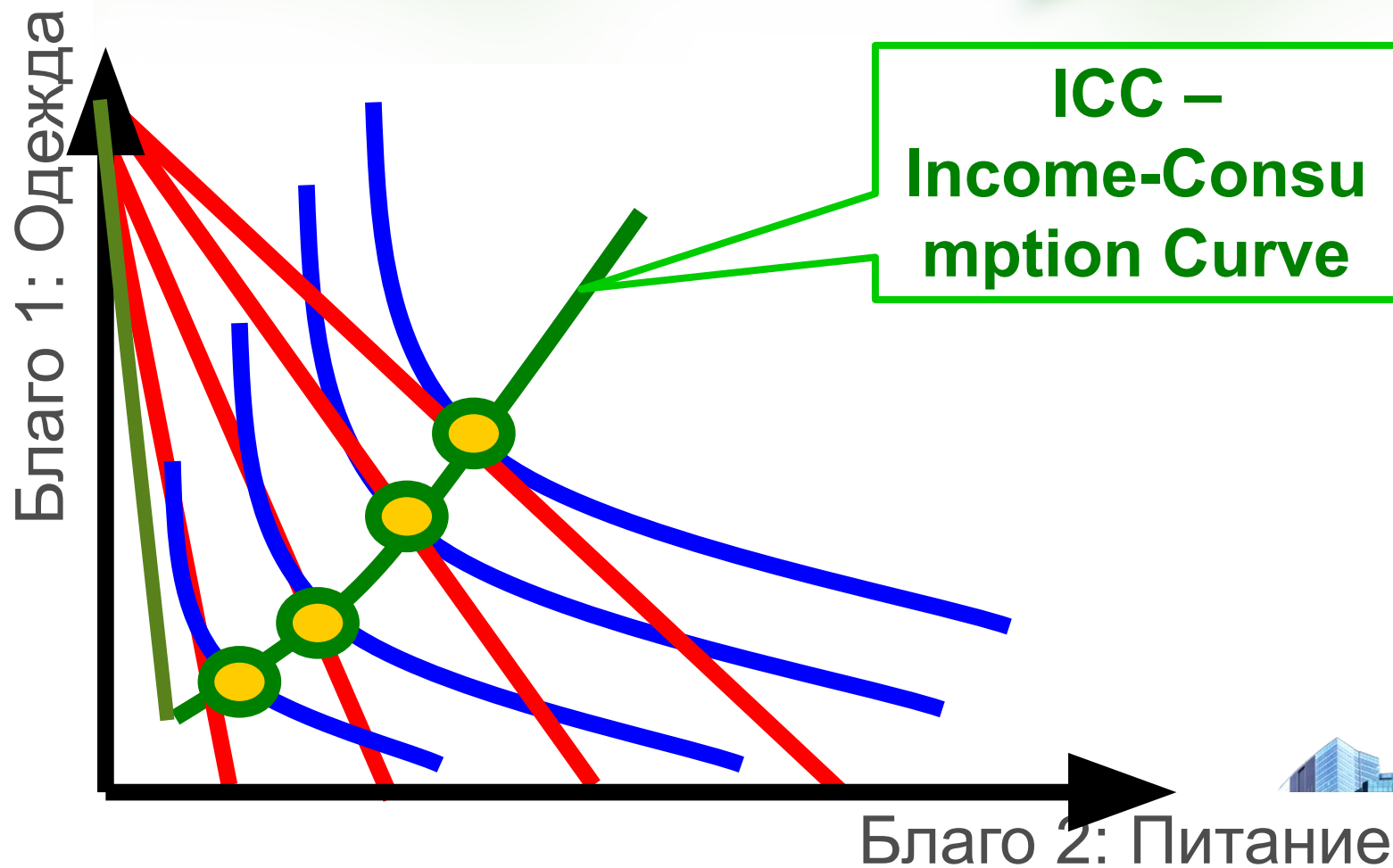
Тем не менее, в экономической науке можно отыскать и примеры, противоречащие закону Стиглера, в частности, оптимальность по Парето и эффект Викселля.

Марк Блауг. Экономическая мысль в ретроспективе.
М.. Дело ЛТД, 1994, с. 524

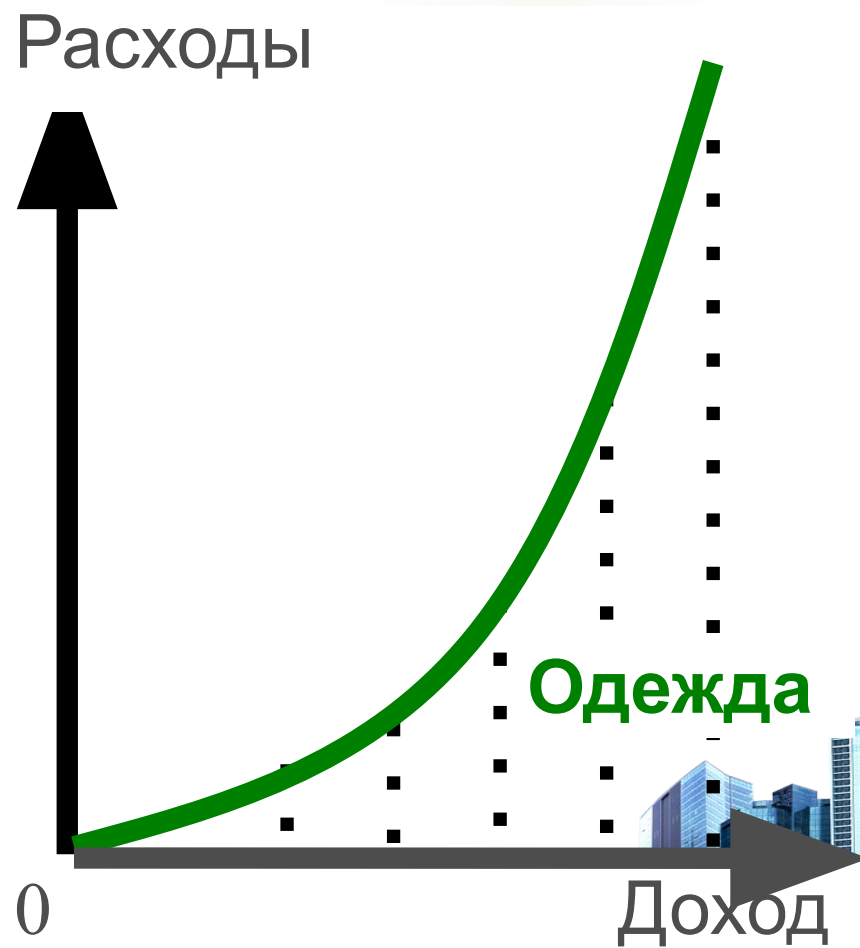
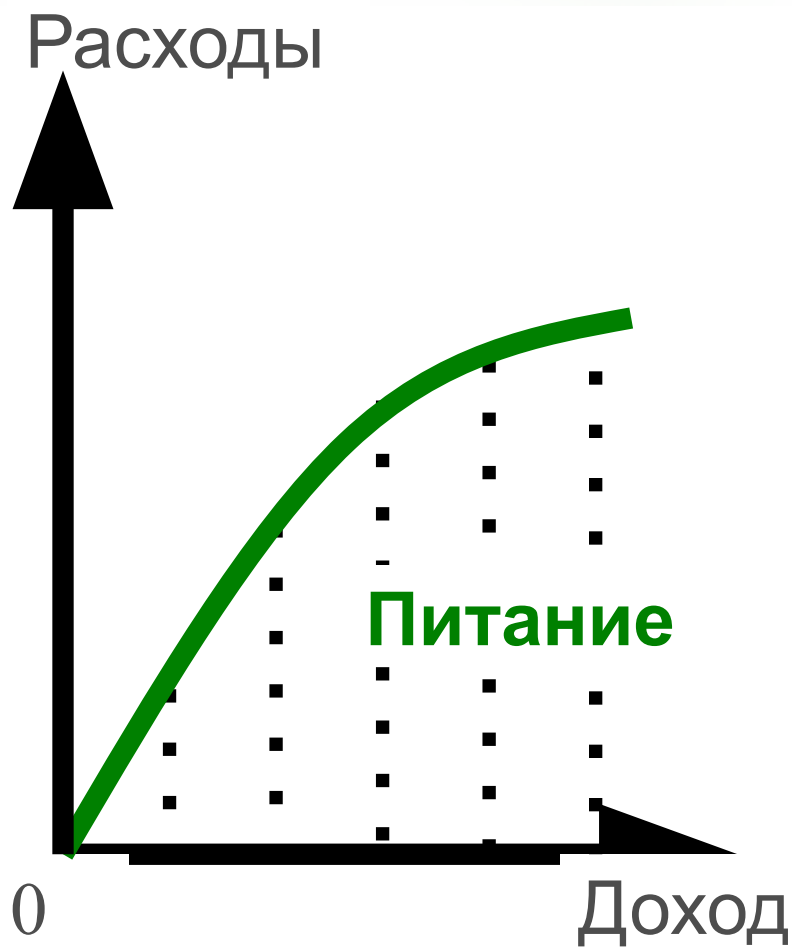
3. Дополнительно: кривая доход-потребление



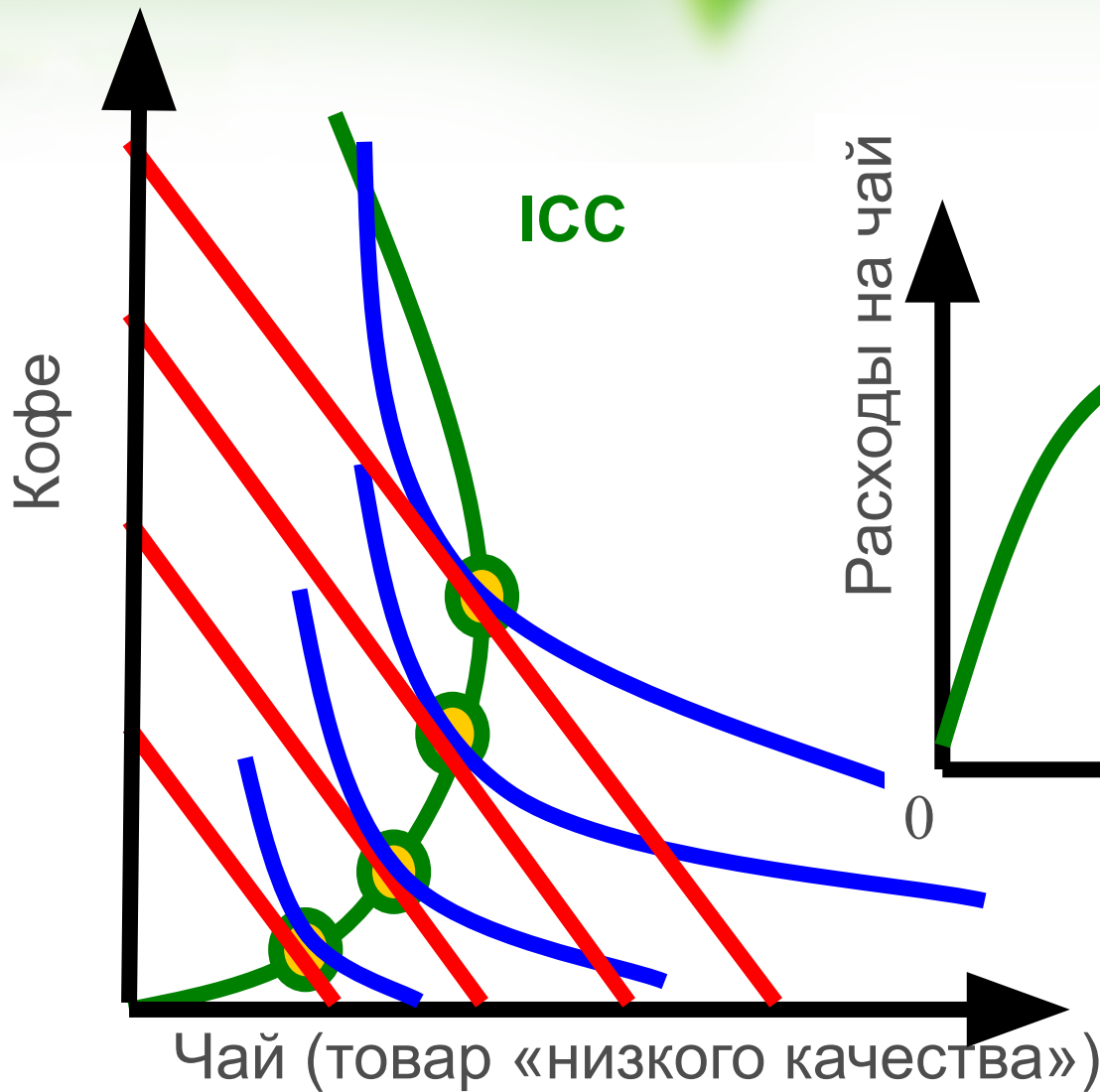
Кривая цена-потребление



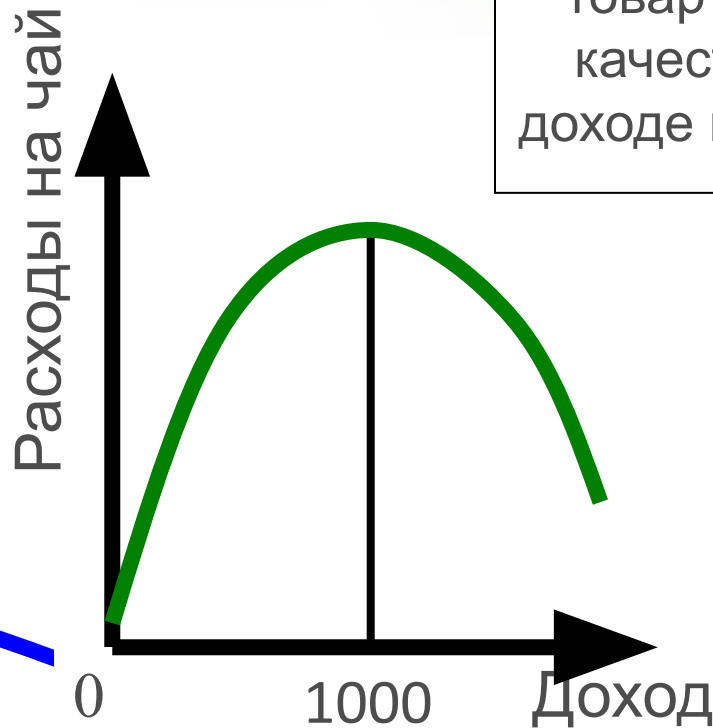
Дополнительно: кривые “доход-расходы” для отдельного блага (кривые Энгеля)



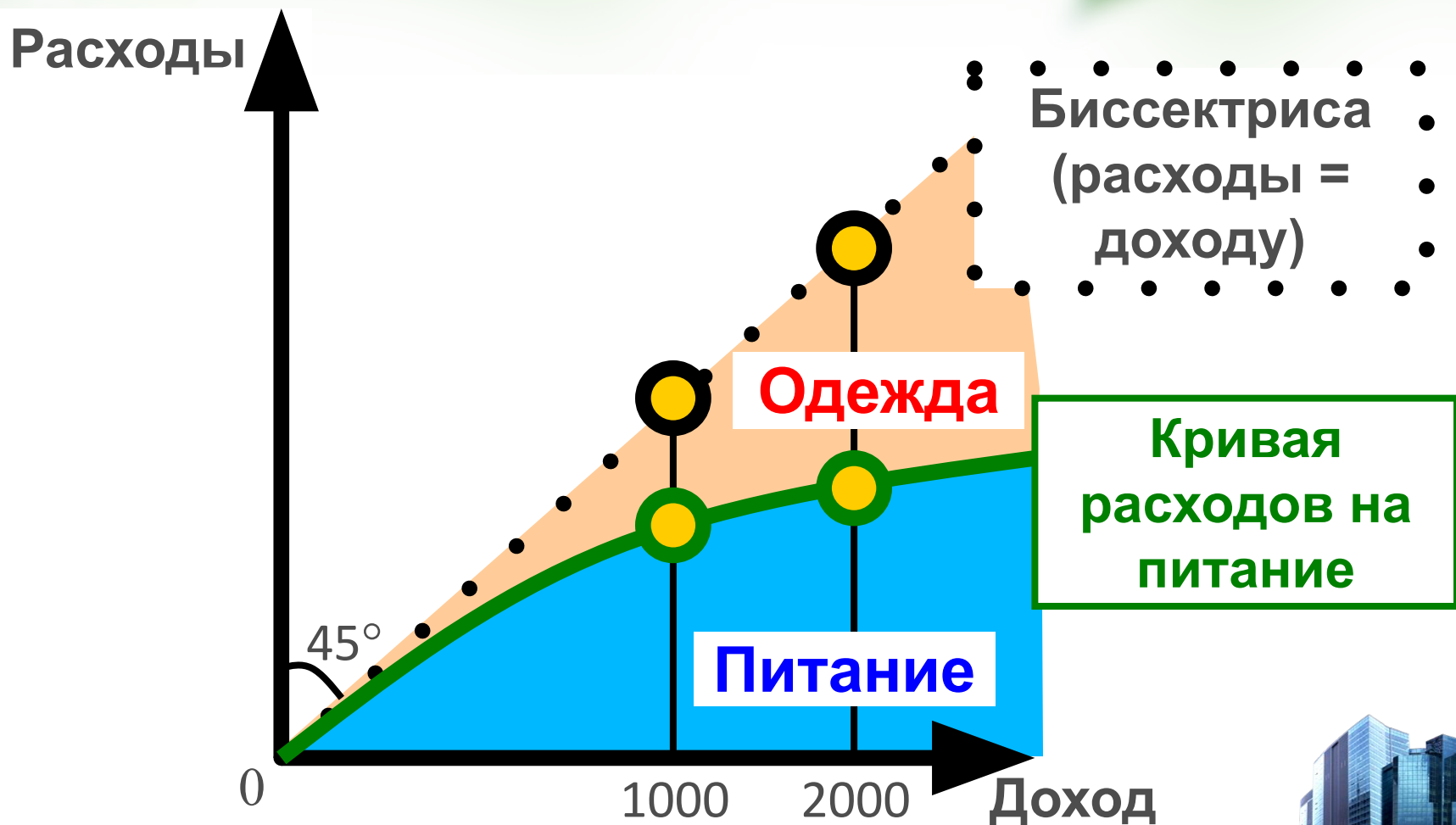
Дополнительно: потребитель любит кофе



Чай –
«нормальный
товар» при доходе
меньше 1000 и
товар «низкого
качества» при
доходе выше 1000



Дополнительно: кривые расходов на несколько потребляемых товаров могут быть представлены на одном графике

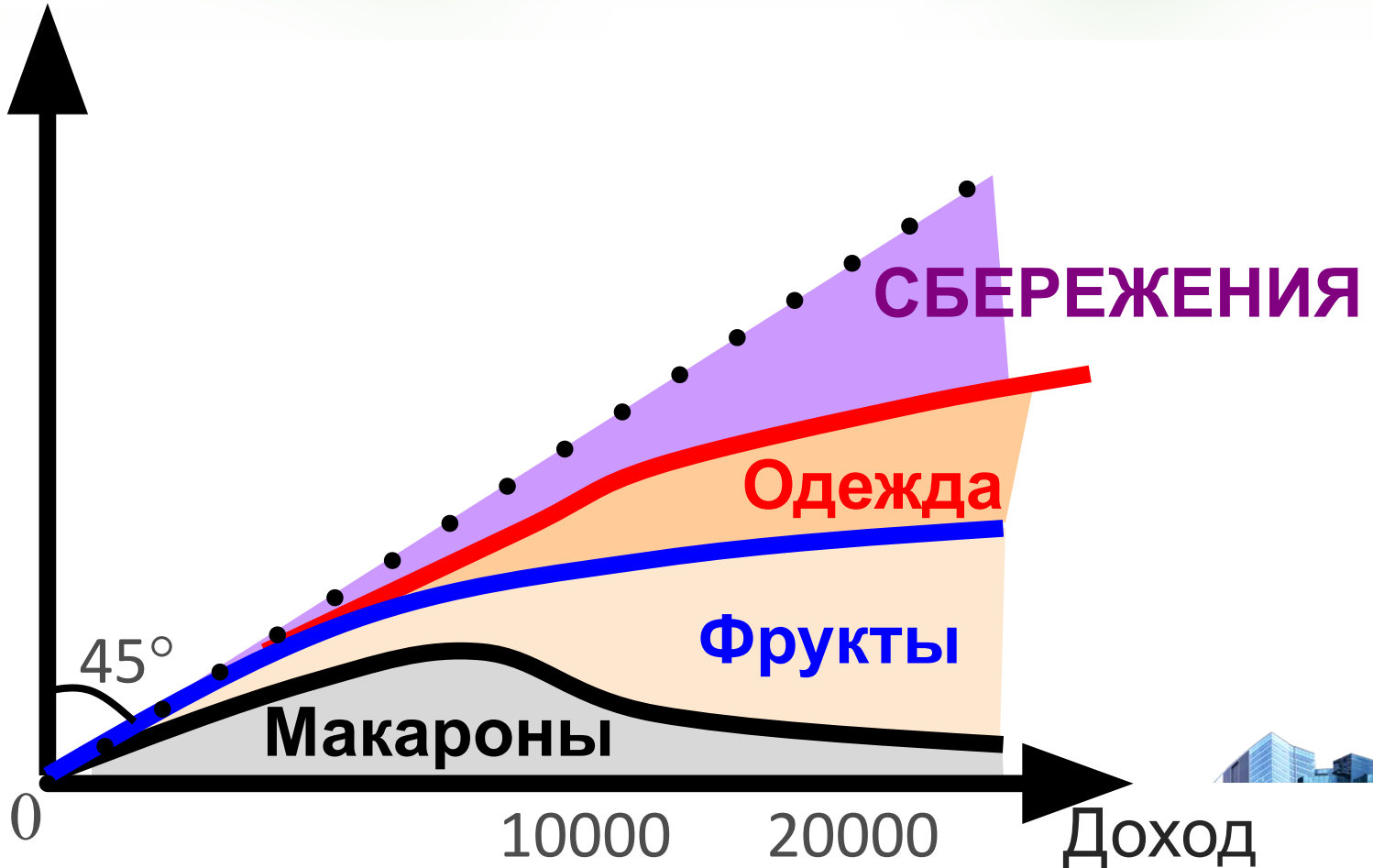


Реальный пример см. по нижеприведённой ссылке и в заметках к слайду:

http://www.nytimes.com/imagepages/2008/11/14/business/20081115_SPAM_GRAPH.html

Дополнительно: кривые расходов на несколько потребляемых товаров могут быть представлены на одном графике

Расходы





Дополнительно: “Зачем нам всё это нужно?”

Позже Дж.М.Кейнс в «Общей теории занятости, процента и денег» сформулирует «основной психологический закон»:

“Люди склонны, как правило, увеличивать своё потребление с ростом дохода, но не в той же мере, в которой растёт доход”.

Этим законом Кейнс обоснует необходимость государственного вмешательства в экономику.

