



**ТЕОРИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО
ПОВЕДЕНИЯ**

ВОПРОСЫ

1. Кардиналистская теория потребительского поведения
2. Ординалистская теория потребительского поведения
3. Эффект замены и эффект дохода

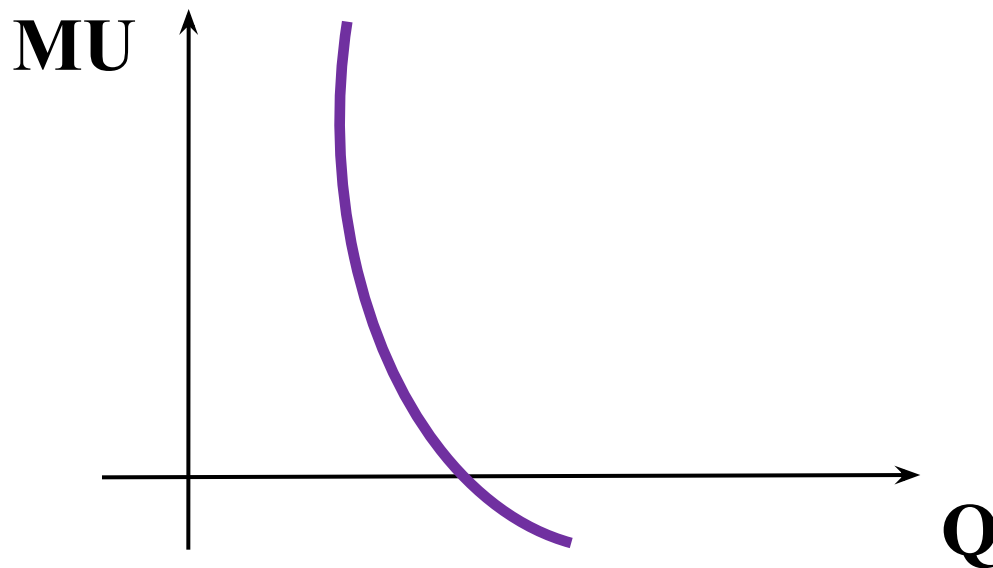


ТЕОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

- Кардиналистская (количественная) теория (основные категории: функция полезности, условные единицы полезности – ютилы, 1-й и 2-й законы Госсена)
- Ординалистская (порядковая) теория (анализ с помощью аппарата кривых безразличия)
- Анализ характеристик Ланкастера (кривые безразличия, построенные не для товаров, а для потребительских свойств товаров)
- Теория выявленных предпочтений (непосредственное наблюдение за рыночным поведением потребителя)



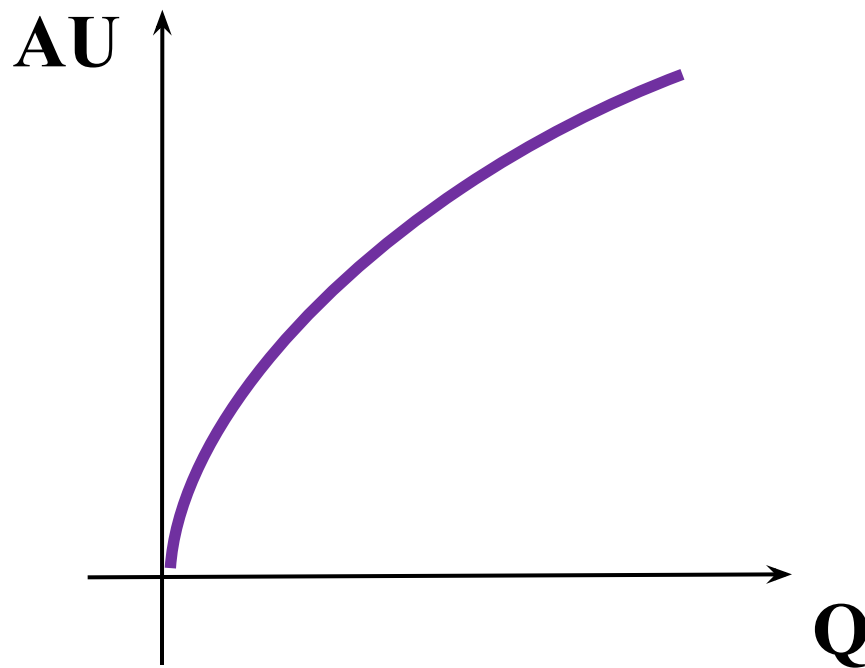
Зависимость между количеством благ и предельной полезностью блага описывает **закон убывающей предельной полезности**, согласно которому по мере увеличения количества потребляемых благ их предельная полезность имеет тенденцию к снижению



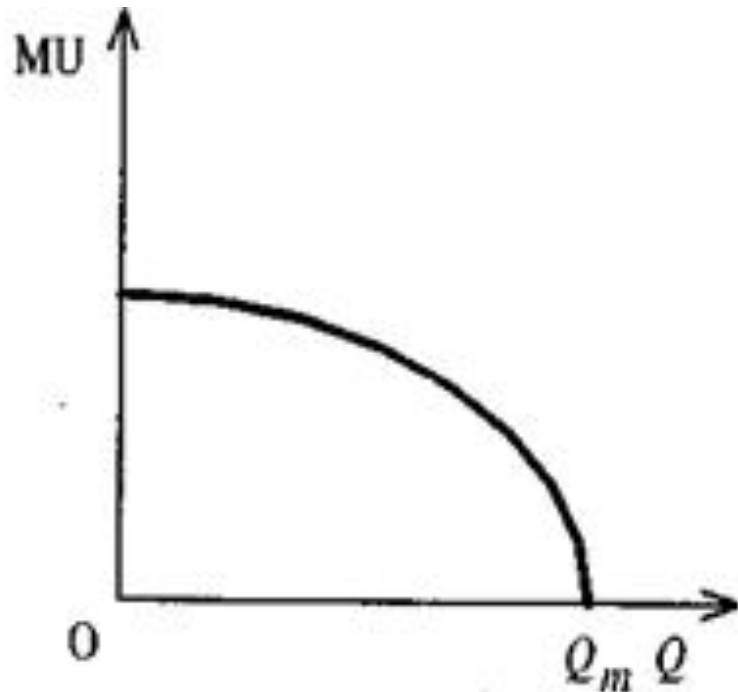
Совокупная (общая, суммарная) полезность (AU) -
полезность, приносимая всей массой потребляемых
благ.

Совокупная полезность есть сумма предельных полезностей:

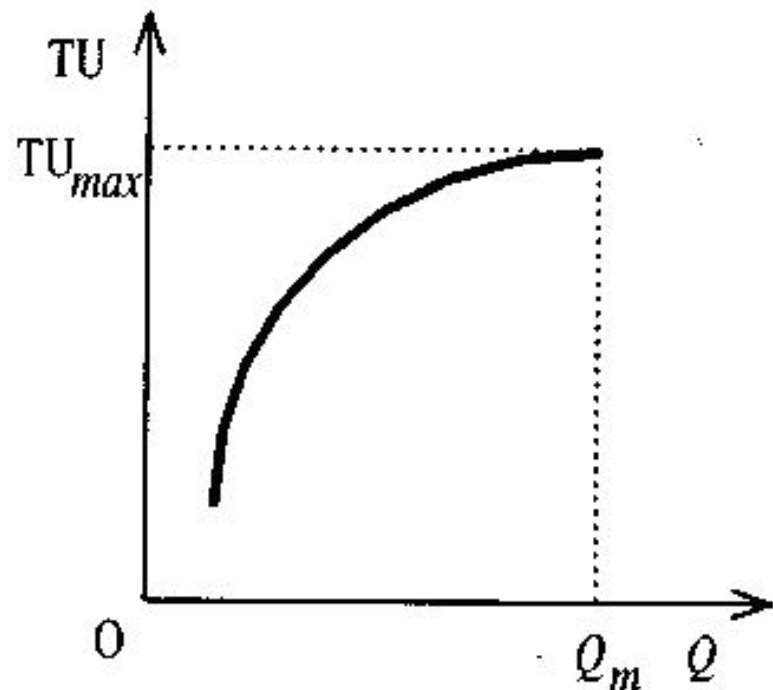
$$AU = \sum MU$$



Объем потребления чая (количество стаканов) Q	Предельная полезность	Общая полезность TU
1	10	10
2	7	17
3	3	20



Кривая предельной
полезности



Кривая общей
полезности

Правило максимизации полезности, или условие потребительского равновесия, может быть выражено следующими образом:

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

где

MU – предельная полезность благ а, b, с;

P – цена благ а, b, с

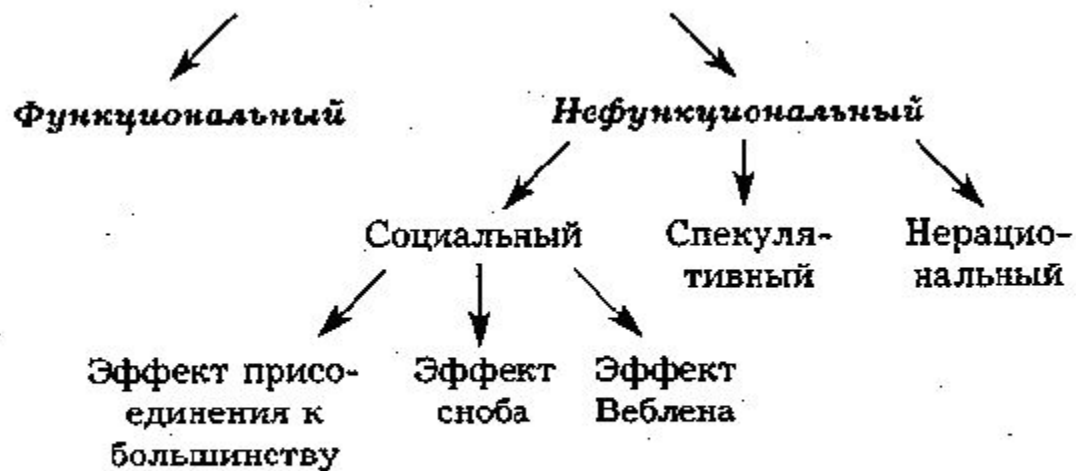


АКСИОМЫ ОРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ

- Аксиома совершенной упорядоченности (сравнимости)
- Аксиома транзитивности
- Аксиома ненасыщения
- Аксиома независимости потребителя
- Аксиома рефлексивности



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС

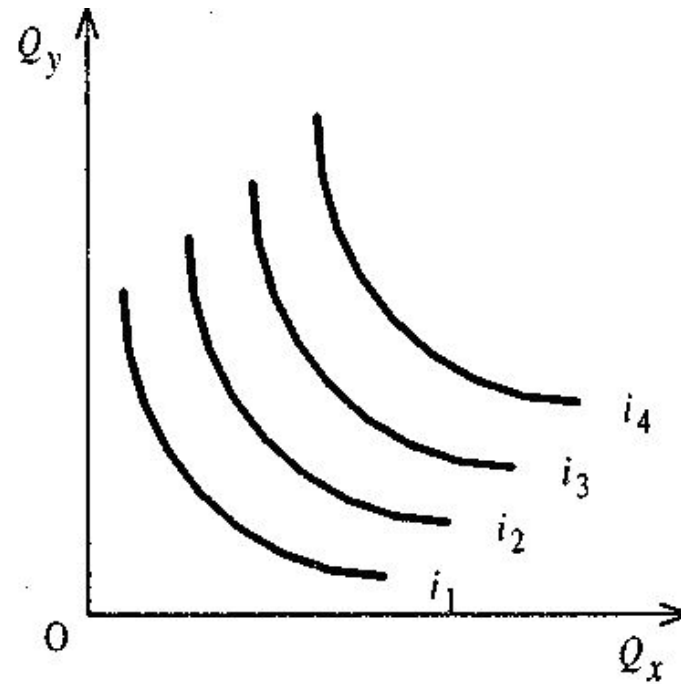
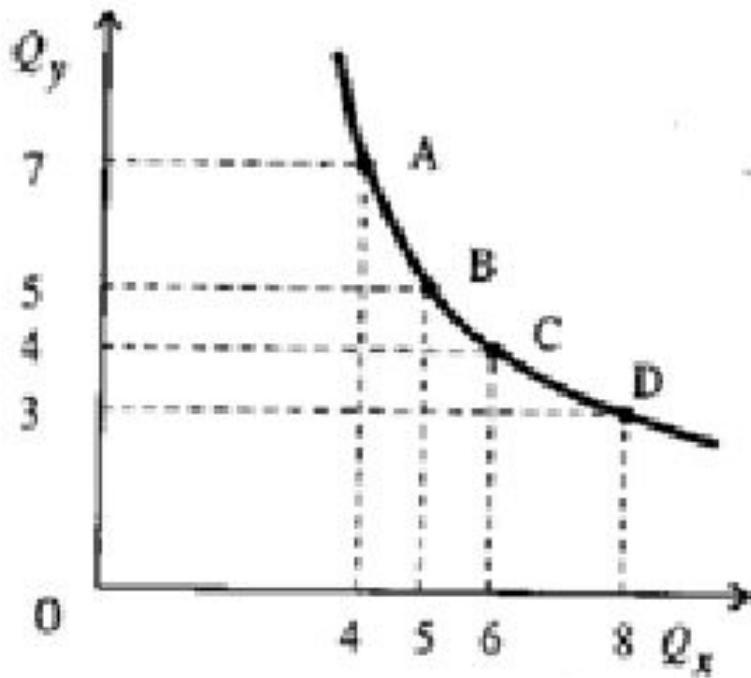


Классификация потребительского спроса
(по Х. Лейбенштайну)



КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

Корзи на	Яблоки шт. Q_x	Бананы шт. Q_y
A	4	7
B	5	5
C	6	4
D	8	3



Карта безразличия



СВОЙСТВА КРИВОЙ БЕЗРАЗЛИЧИЯ:

1. Кривые безразличия имеют отрицательный наклон
2. Кривые безразличия не могут пересекаться
3. Кривая безразличия может быть проведена через каждую точку в пространстве благ
4. Кривая безразличия, как правило, выпукла к началу координат



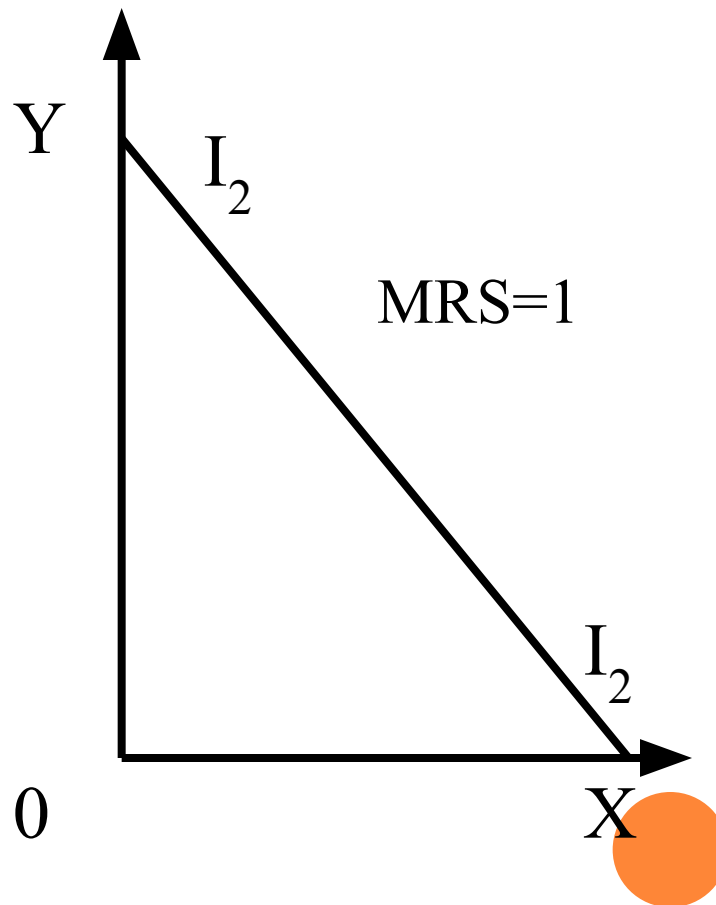
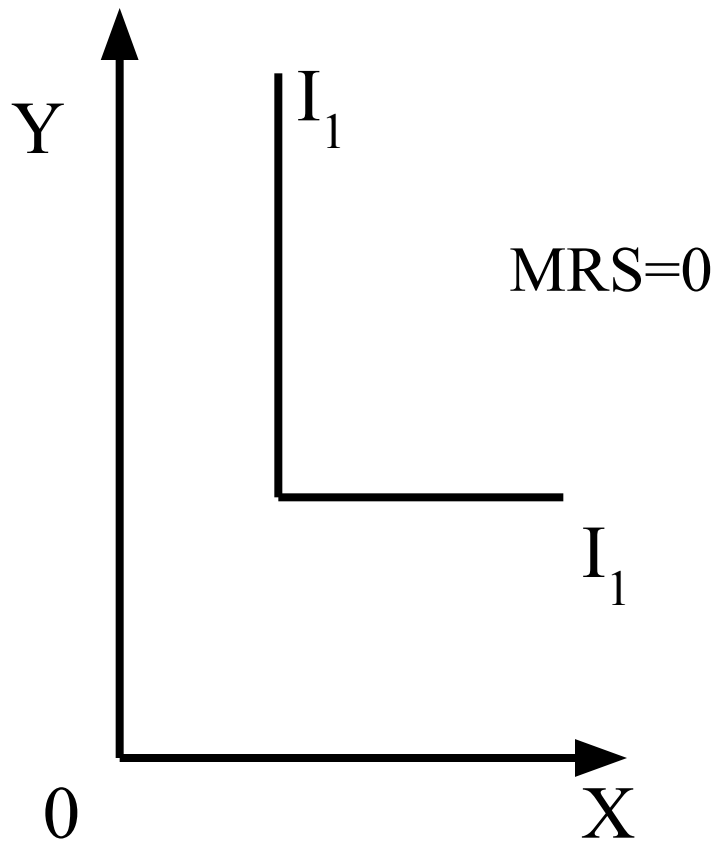
▶ Любая точка на кривой безразличия (A, B, C, D) характеризует набор товаров и , имеющих одинаковое значение (приносящих одинаковую совокупную полезность), и потому потребителю безразлично, какой набор приобрести.

▶ Кривая безразличия выпукла к началу координат. Это означает, что увеличение потребления одного товара (X) сопровождается сокращением потребления другого товара (Y), т.е. товар заменяется товаром.

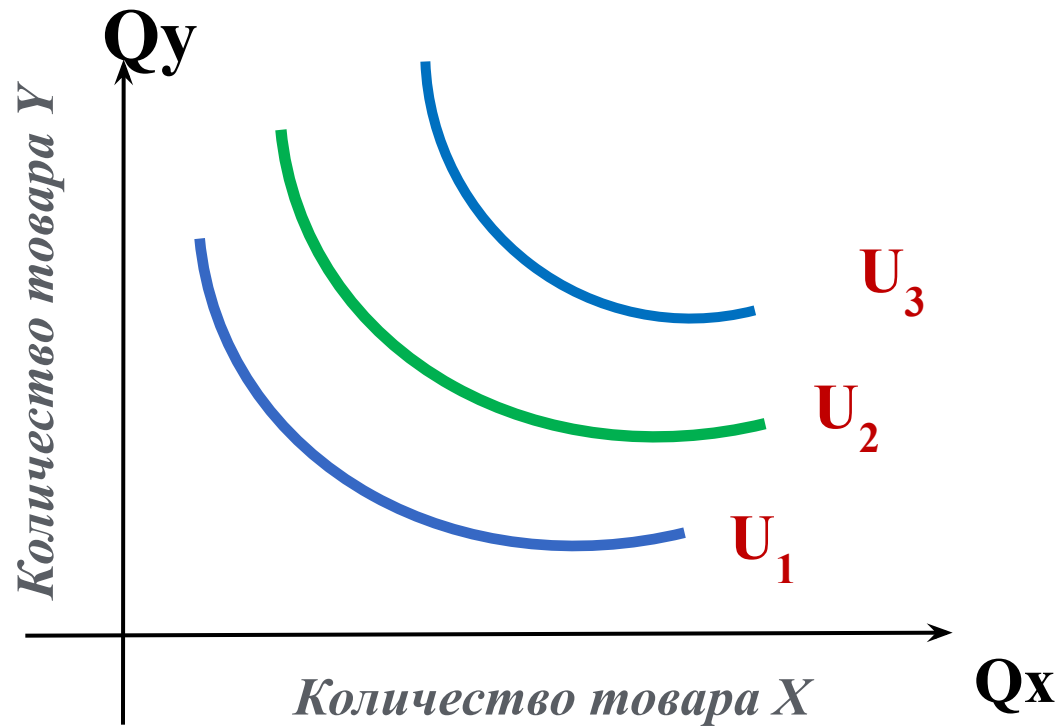


ЖЕСТКАЯ
ВЗАИМОДОПОЛНЯЕМОСТЬ

СОВЕРШЕННАЯ
ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ



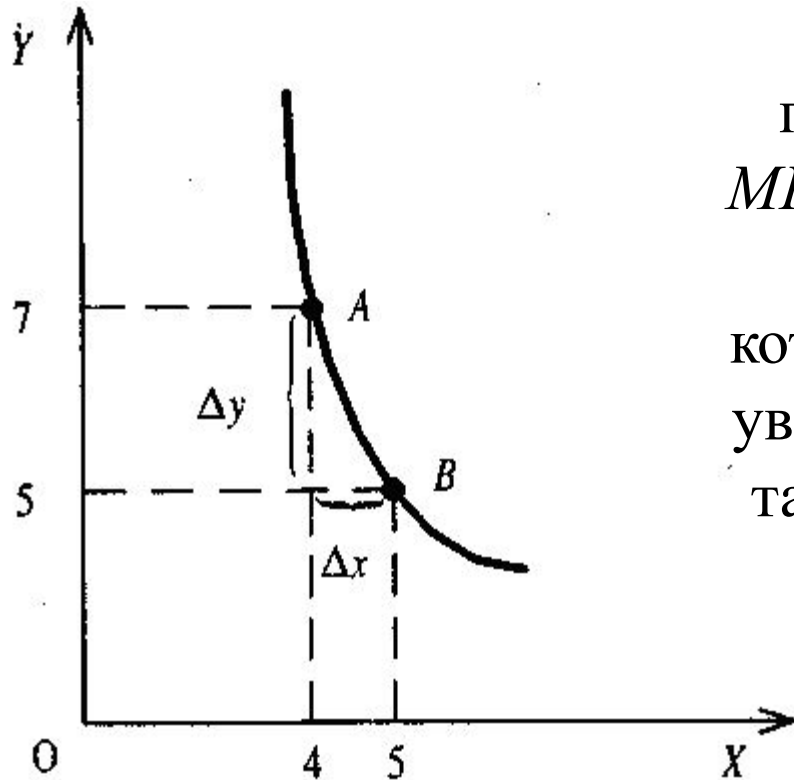
Предпочтения по всем наборам разных товаров (X и Y) описывается с помощью **карты кривых безразличия** - это множество кривых безразличия, каждая из которых представляет собой различный уровень полезности.



ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ЗАМЕЩЕНИЯ

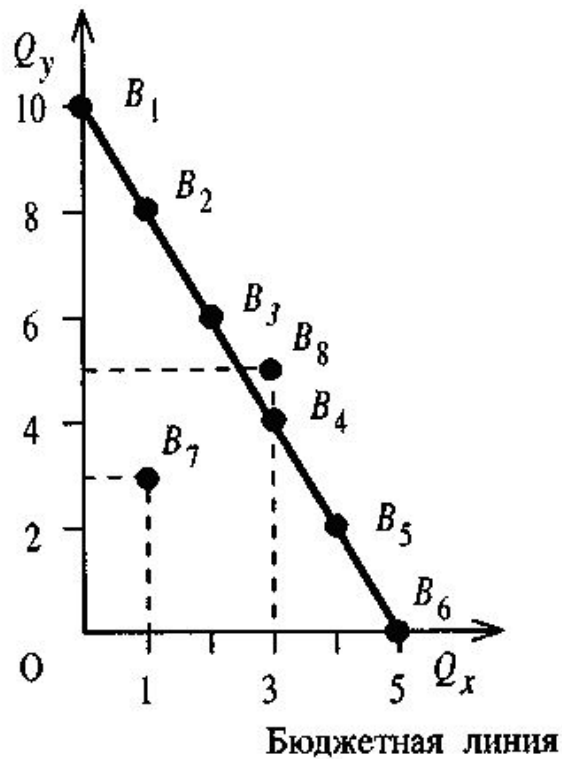
$$MRS_{xy} = - \left. \frac{\Delta y}{\Delta x} \right|_{U = \text{const.}}$$

$$\Delta Q_x \cdot MU_x = -\Delta Q_y \cdot MU_y \Rightarrow -\frac{\Delta Q_y}{\Delta Q_x} = \frac{MU_x}{MU_y} = MRS_{xy}$$



Предельная норма замены при переходе от набора А к набору В. MRS_{xy} — (marginal rate of substitution) называется количество блага Y , которое должно быть сокращено при увеличении блага X на одну единицу так, чтобы уровень удовлетворения потребителя не изменился.





Бюджетная линия — это геометрическое место точек, представляющих наборы благ, покупка которых требует одинаковых затрат.

Где:

- соотношение цен товаров P_x/P_y определяет наклон бюджетной линии;
- а отношение I/P_y указывает на точку пересечения бюджетной линией оси y .



Для того чтобы выяснить какой именно набор товаров выберет потребитель, надо проанализировать его покупательную способность - **бюджетное ограничение**, т.е. учесть доход потребителя и цены товаров.

$$P_x X + P_y Y = I$$

где

P_x - цена товара X и товара Y ;

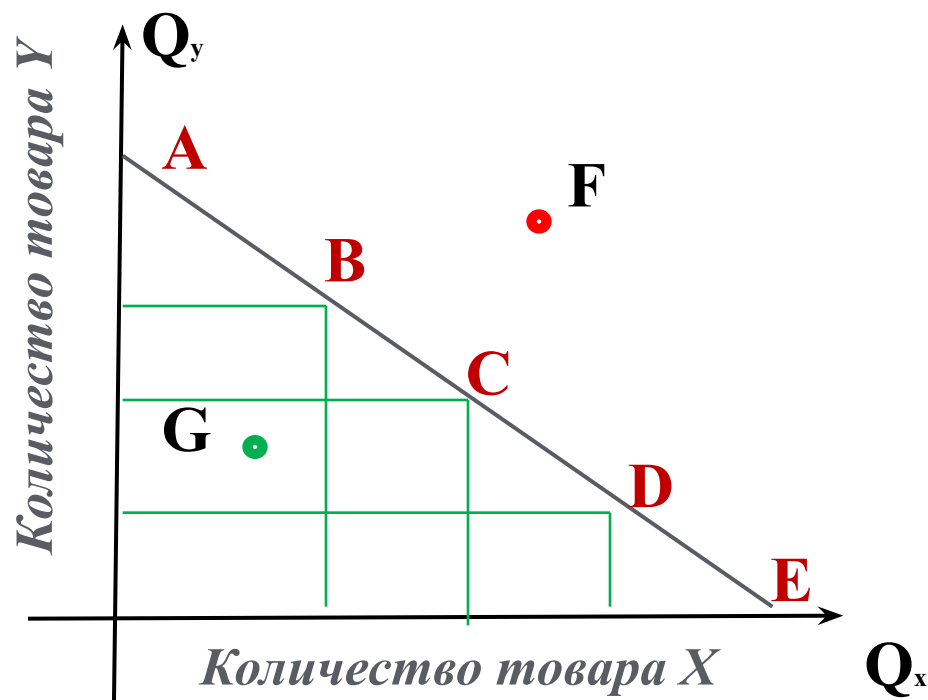
X, Y - количество товаров X и Y , которое может быть куплено на доход потребителя;

I - доход потребителя.



Совокупность вариантов выбора, открывающихся перед потребителем, исходя из его бюджетного ограничения, может быть представлена в виде *графика бюджетной линии*.

Бюджетная линия (*BL*) - это линия, графически отображающая наборы товаров, которые потребитель может приобрести при данном доходе и данных ценах, или это комбинации товаров, приобретение которых требует одинаковых затрат.

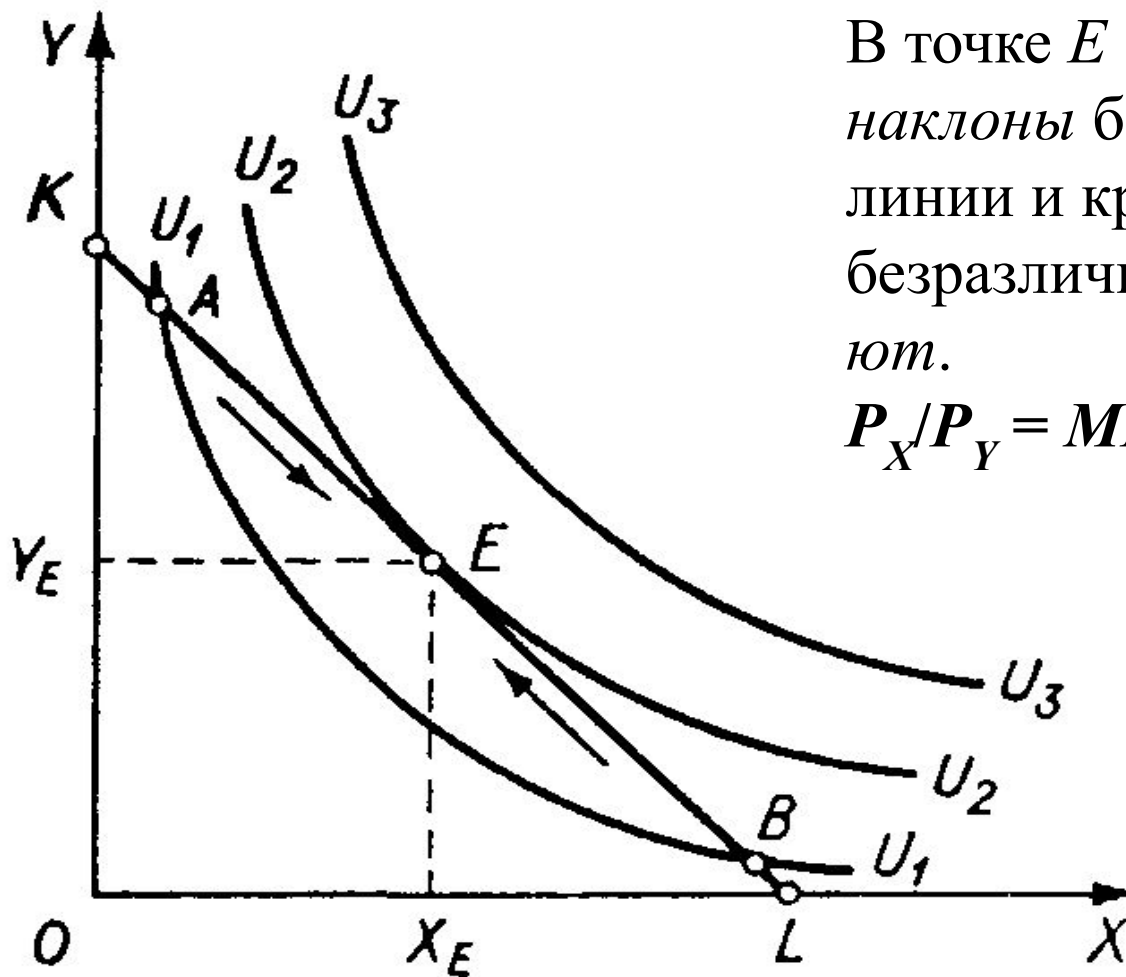


При изменении цен и доходов меняется положение бюджетной линии:

- ◆ *сдвигается вправо*, если доход потребителя увеличивается или если происходит равное снижение цен двух товаров;
- ◆ *сдвигается влево*, если доход потребителя уменьшается или если происходит равное повышение цен;
- ◆ *изменяет угол наклона*, если цены товаров изменяются непропорционально.



ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЯ: ГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

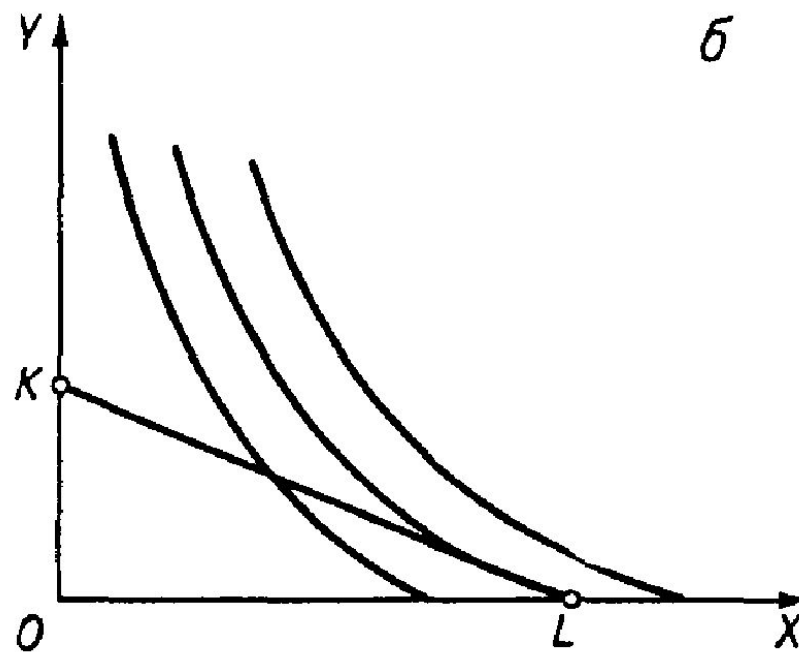
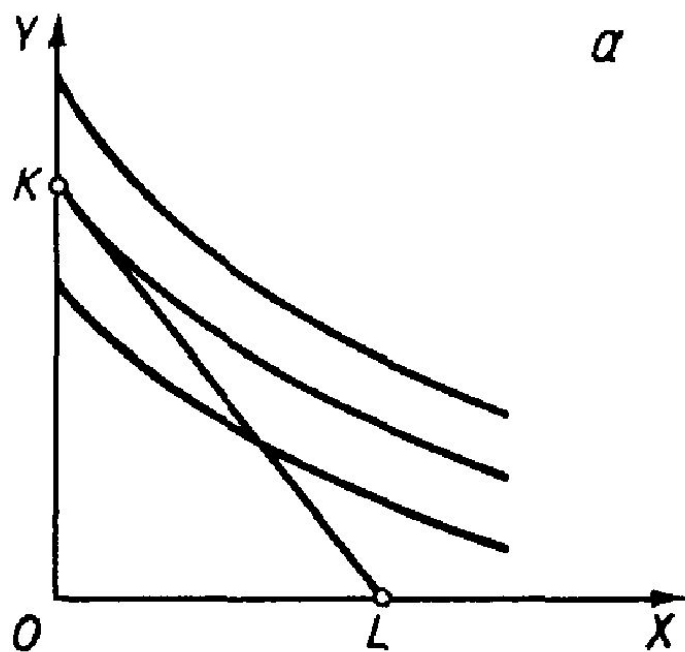


В точке E
наклоны бюджетной
линии и кривой
безразличия совпада
ют.

$$P_X/P_Y = MRS_{XY}$$



ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЯ: ГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ (УГЛОВОЕ РЕШЕНИЕ)

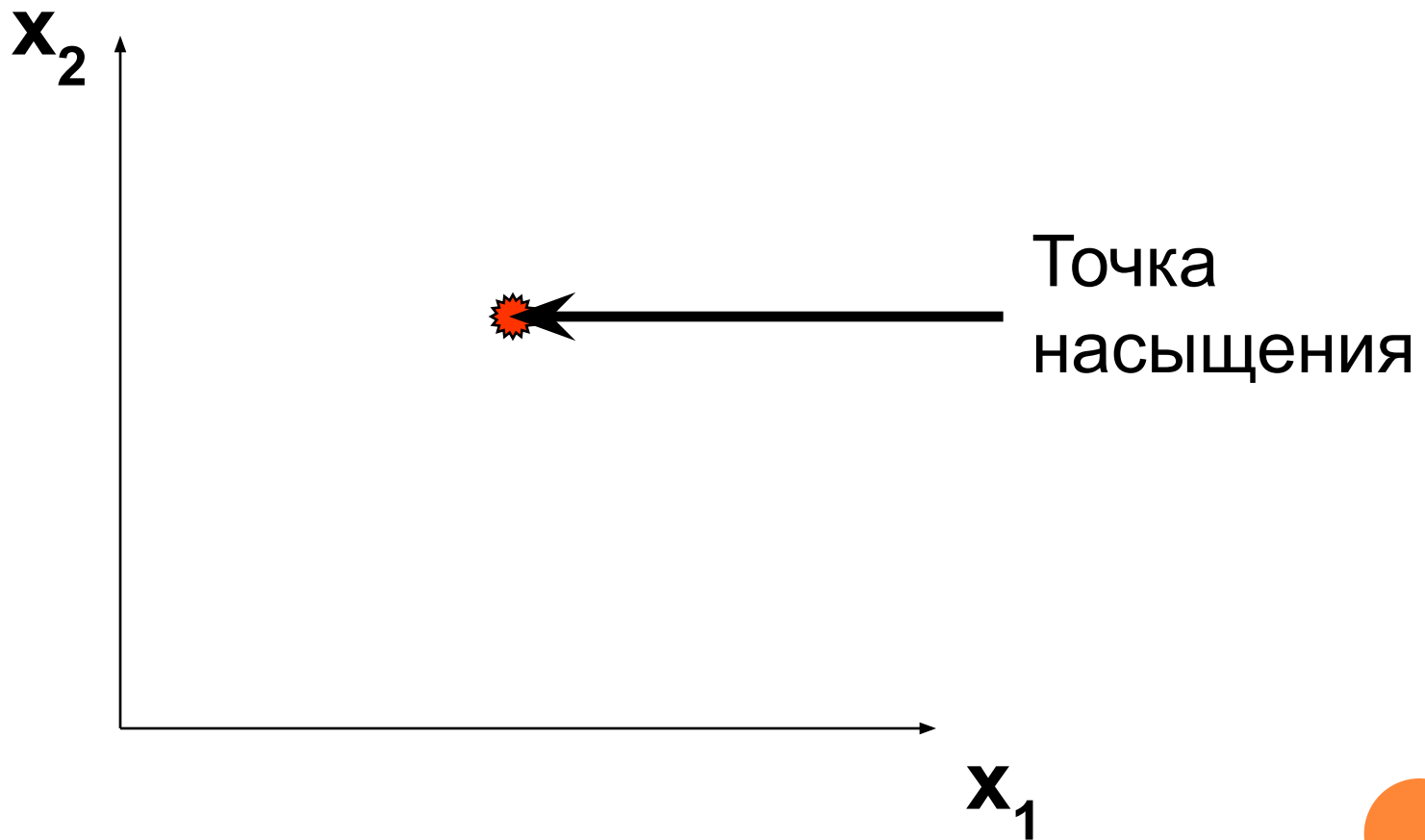


ПРЕДПОЧТЕНИЕ С НАСЫЩЕНИЕМ

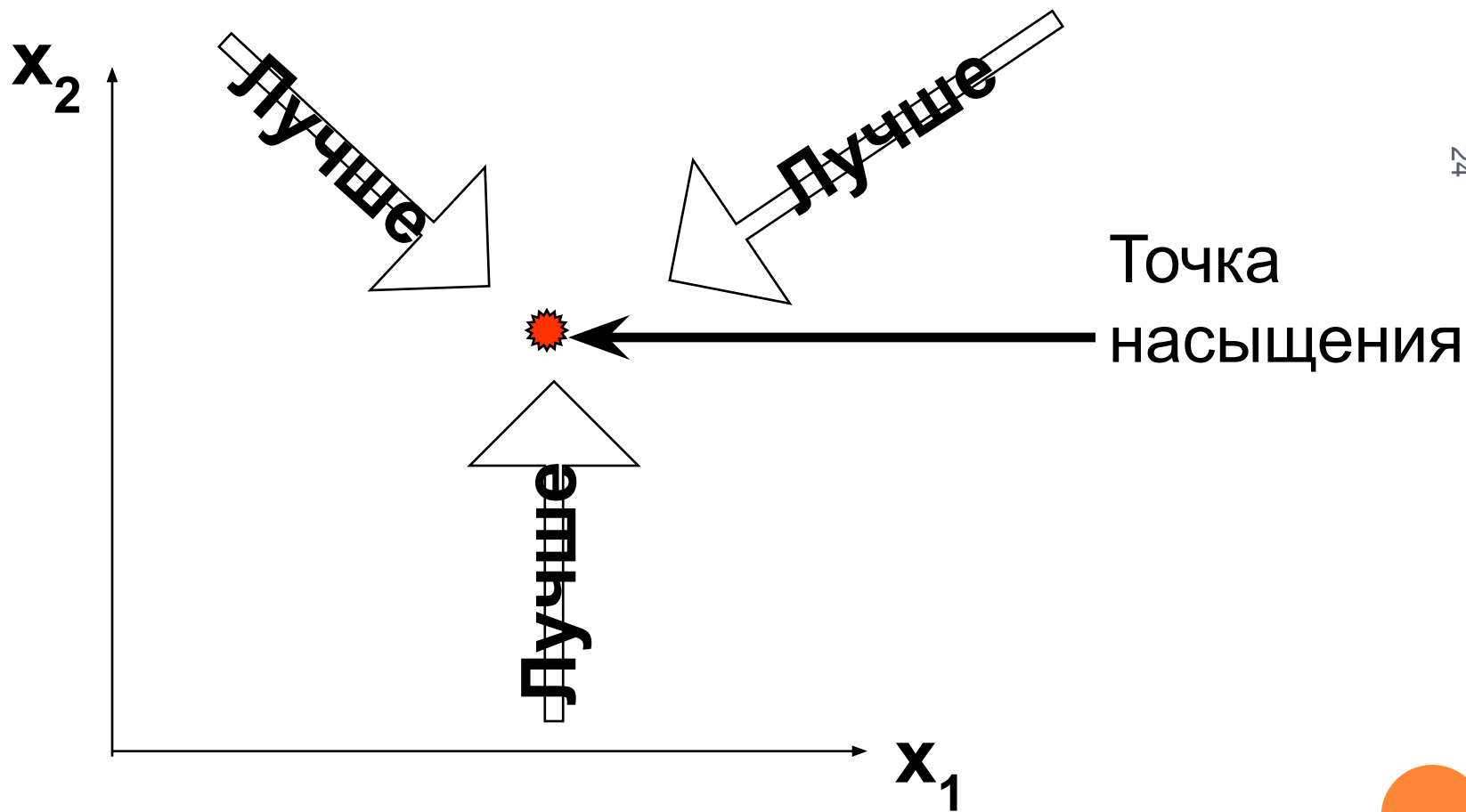
- ▣ Набор благ, строго предпочитаемый всем другим, называется **точкой насыщения (satiation point)**
- ▣ Рассмотрим вид кривых безразличия для систем предпочтений с насыщением



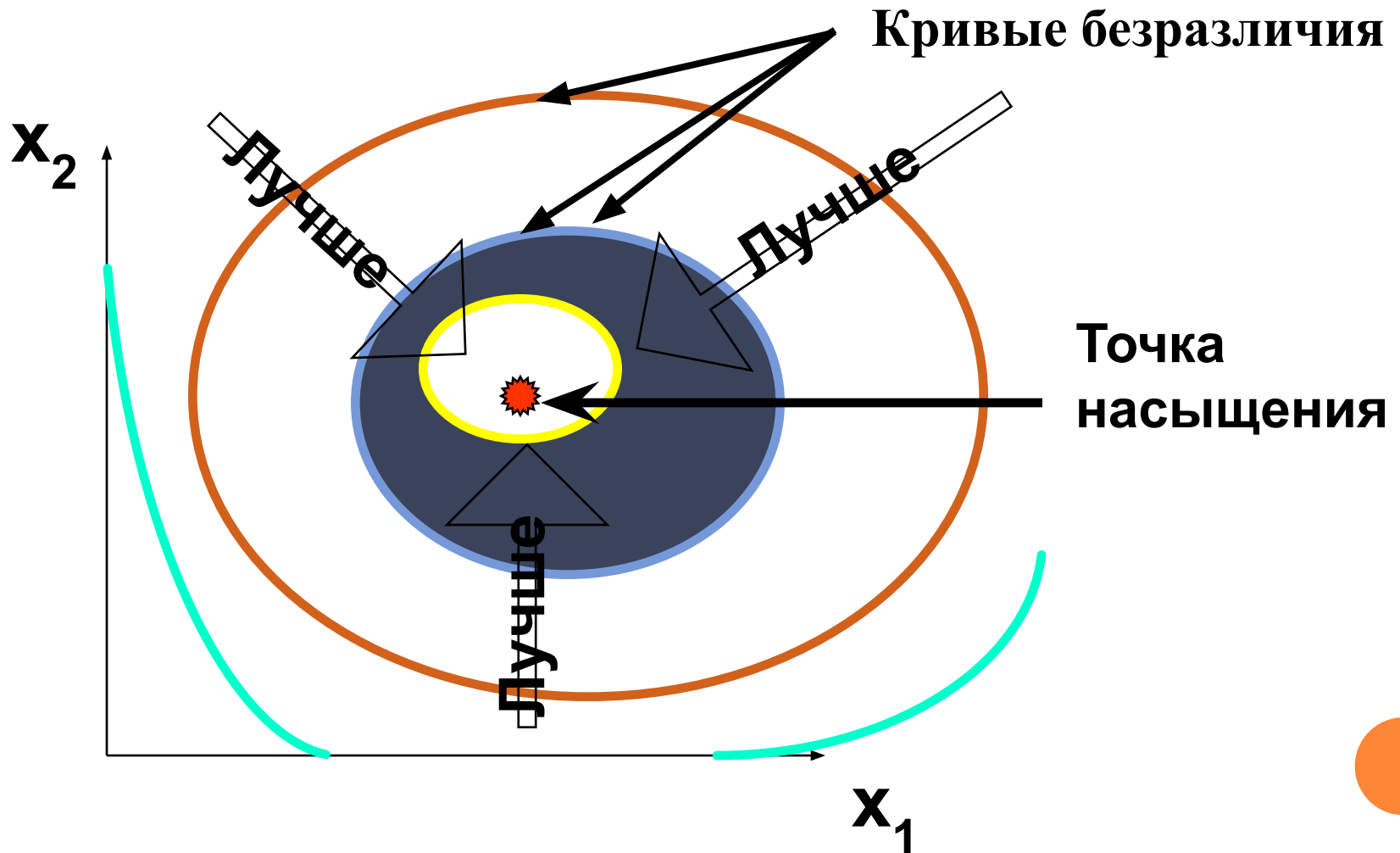
КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ С НАСЫЩЕНИЕМ



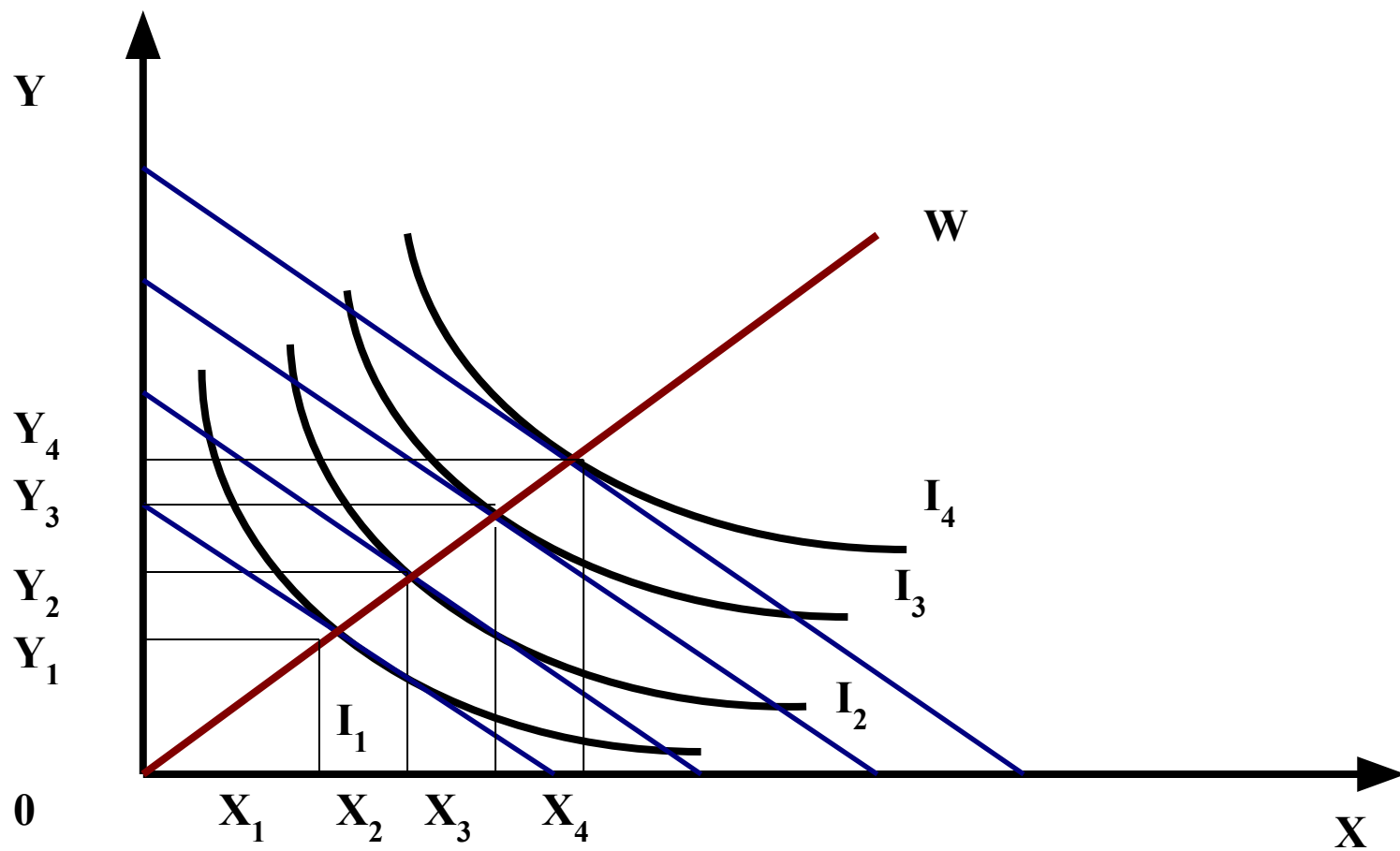
КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ С НАСЫЩЕНИЕМ



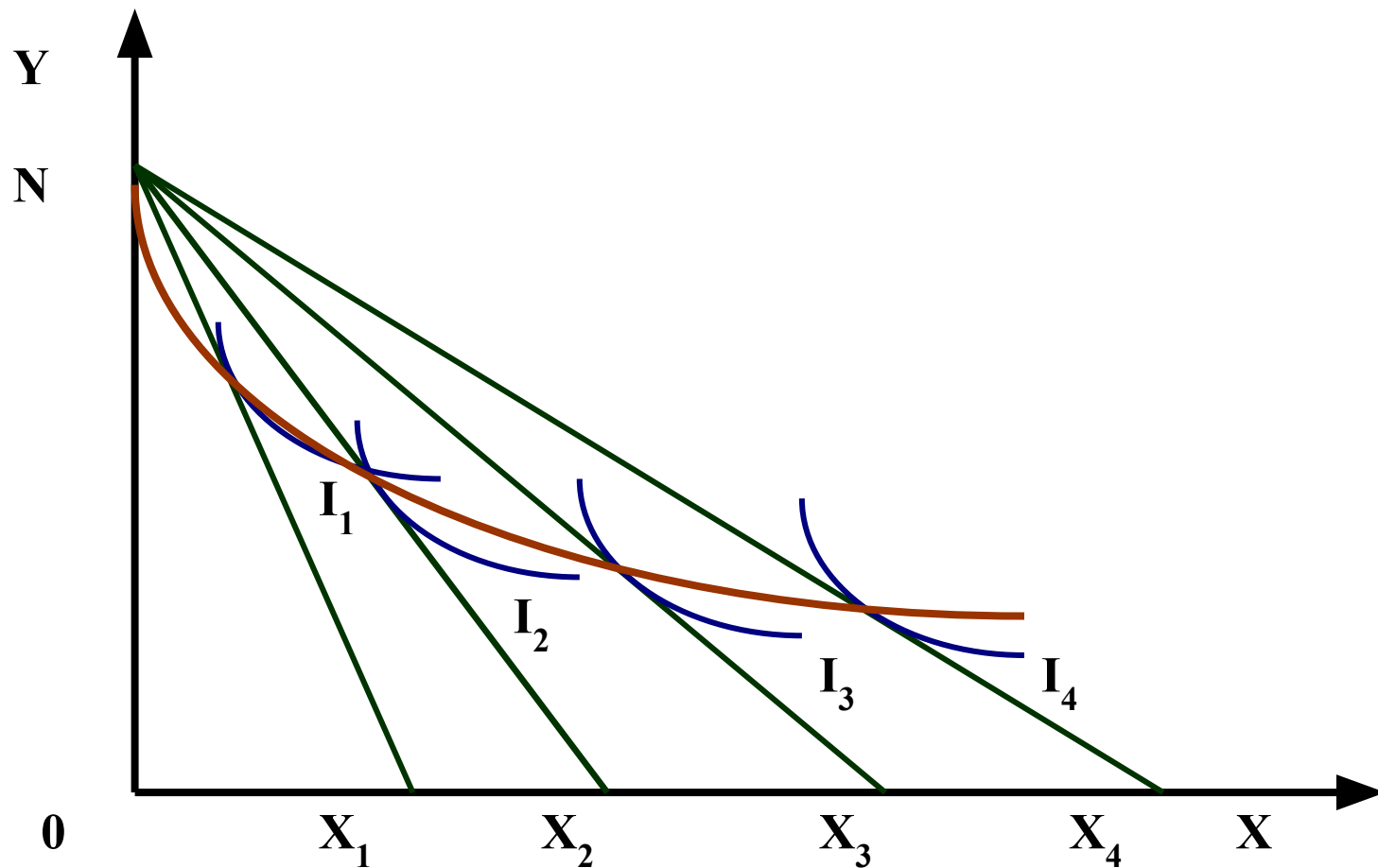
ПРЕДПОЧТЕНИЕ С НАСЫЩЕНИЕМ



КРИВАЯ (ЛИНИЯ) «ДОХОД – ПОТРЕБЛЕНИЕ»



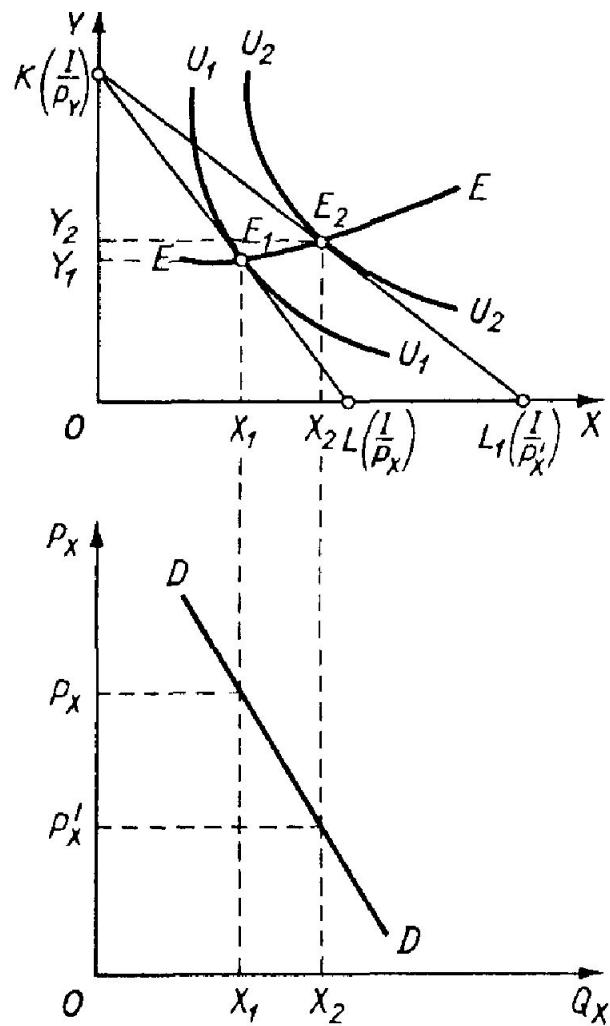
КРИВАЯ «ЦЕНА – ПОТРЕБЛЕНИЕ»



ОБЩИЙ ЭФФЕКТ ИЗМЕНЕНИЯ
ОБЪЕМА СПРОСА ПОД
ВЛИЯНИЕМ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ
ЭТОГО ТОВАРА ЭКОНОМИСТАМИ
ПРИНЯТО ДЕЛИТЬ НА ДВЕ
СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ: **ЭФФЕКТ**
ЗАМЕНЫ И ЭФФЕКТ ДОХОДА.



КРИВАЯ “ЦЕНА-ПОТРЕБЛЕНИЕ” И КРИВАЯ СПРОСА: ГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ



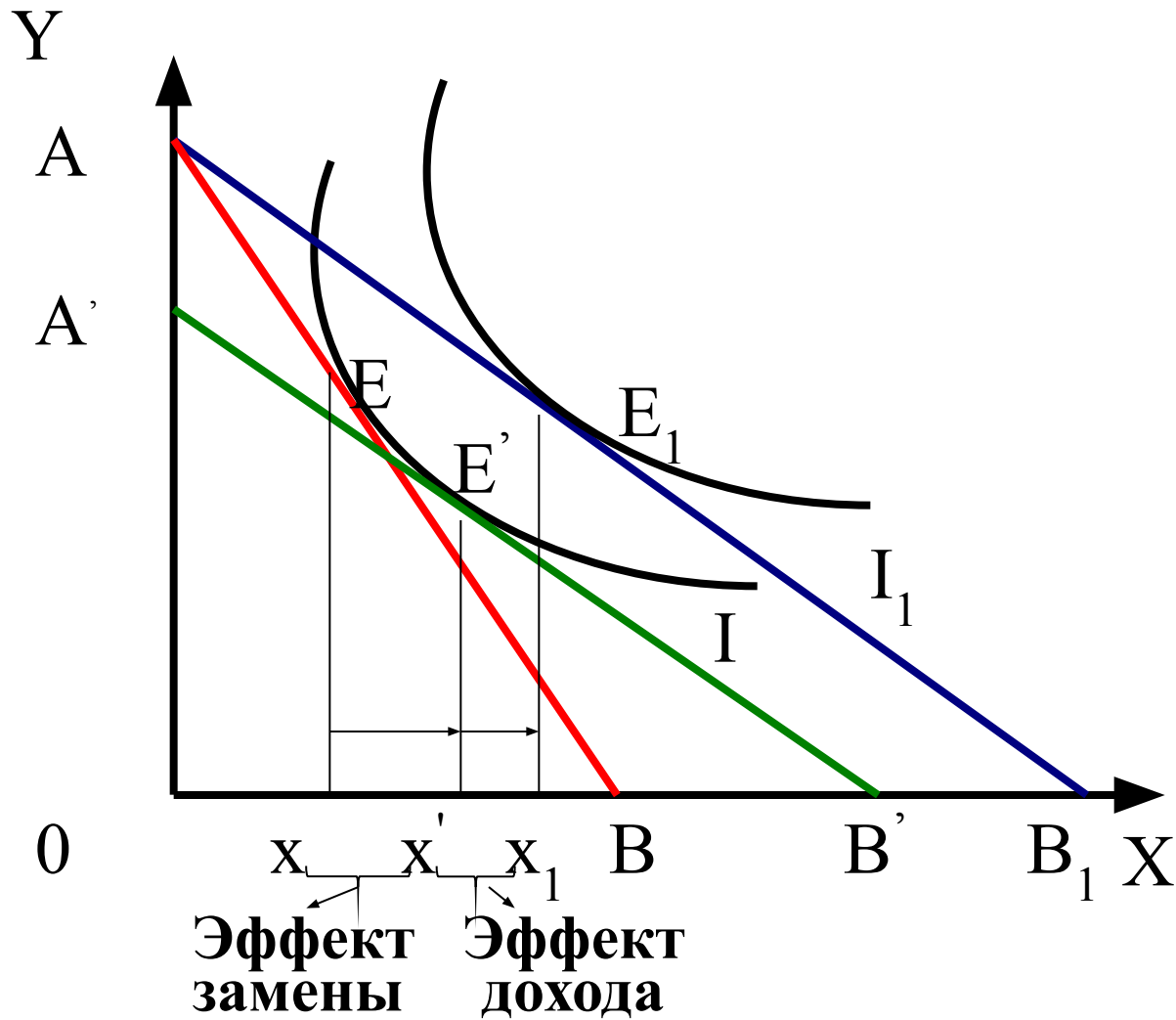
ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ (ЭФФЕКТ ЗАМЕЩЕНИЯ) – ИЗМЕНЕНИЕ ОБЪЕМА СПРОСА, ВЫЗВАННОЕ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ИЗМЕНЕНИЕМ ОТНОСИТЕЛЬНОЙ ЦЕНЫ ТОВАРА ПРИ НЕИЗМЕННОМ ДОХОДЕ, ЧТО ПРЕДПОЛАГАЕТ СОХРАНЕНИЕ УРОВНЯ ПОЛЕЗНОСТИ ПОТРЕБЛЯЕМОГО НАБОРА БЛАГ



ЭФФЕКТ ДОХОДА – ИЗМЕНЕНИЕ
ОБЪЕМА СПРОСА, ВЫЗВАННОЕ
ИЗМЕНЕНИЕМ РЕАЛЬНОГО
ДОХОДА ПРИ НЕИЗМЕННОСТИ
ОТНОСИТЕЛЬНЫХ ЦЕН ТОВАРОВ

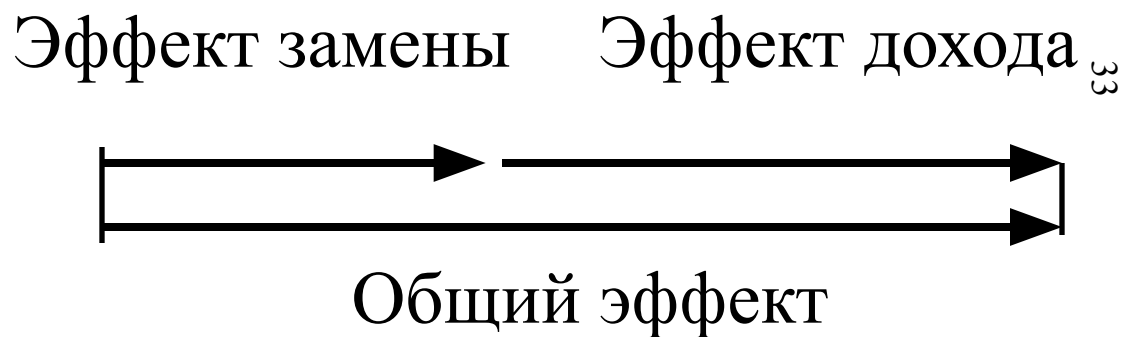


ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ И ЭФФЕКТ ДОХОДА.



ЭФФЕКТ ДОХОДА И ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ (СУБСТИТУЦИИ) ПРИ СНИЖЕНИИ ЦЕНЫ

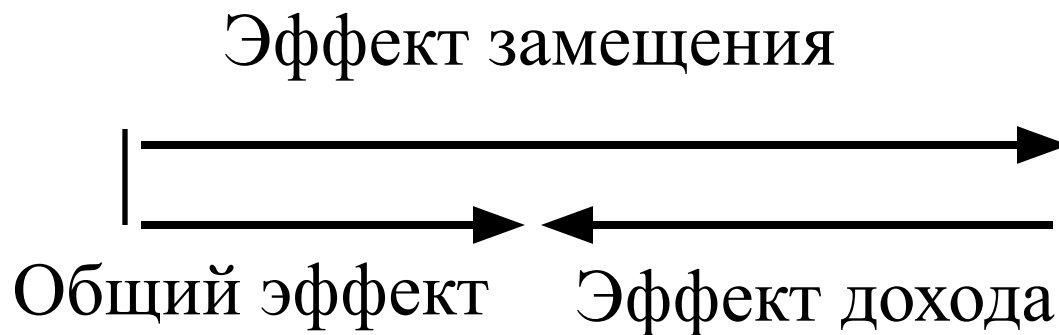
1. Нормальный товар



ЭФФЕКТ ДОХОДА И ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ (СУБСТИТУЦИИ) ПРИ СНИЖЕНИИ ЦЕНЫ

2.

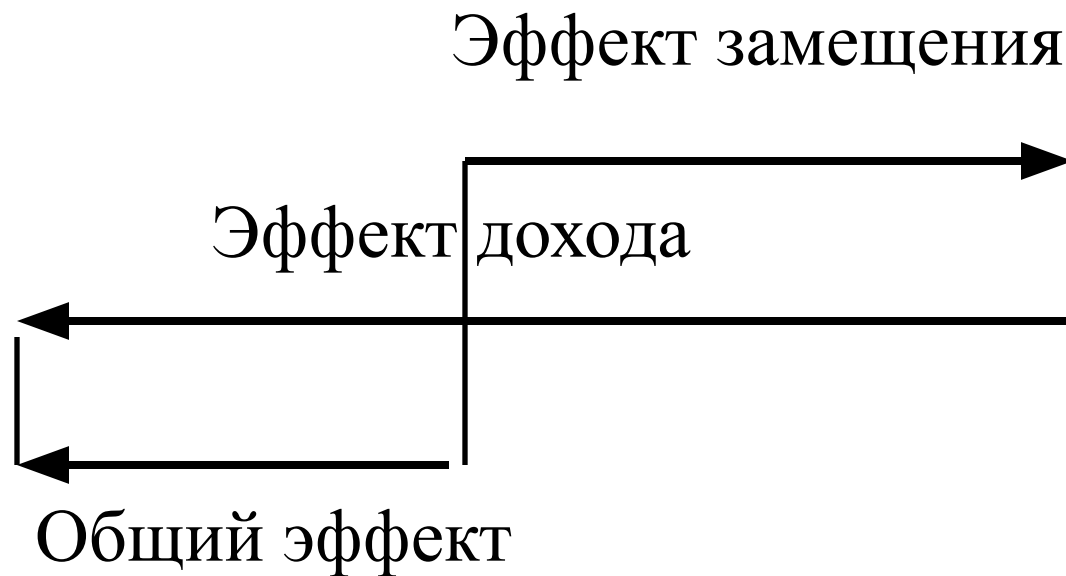
Низкокачественный товар



ЭФФЕКТ ДОХОДА И ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ (СУБСТИТУЦИИ) ПРИ СНИЖЕНИИ ЦЕНЫ

35

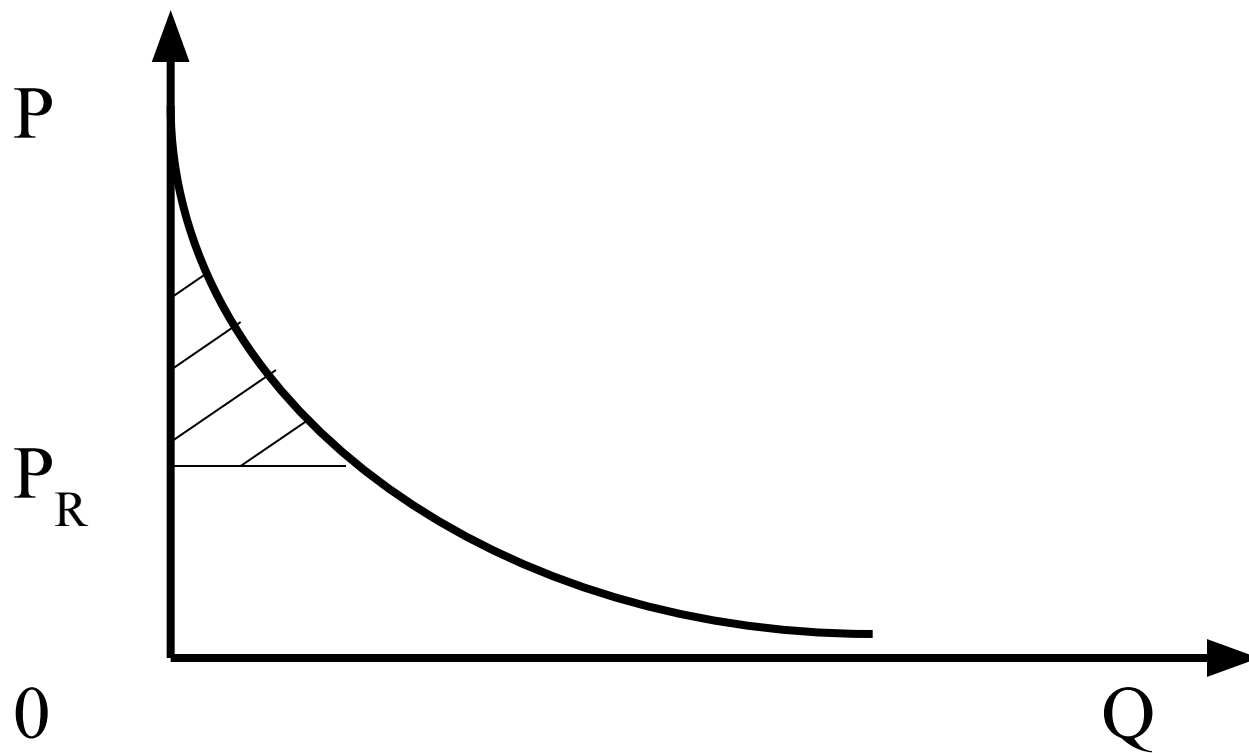
3. Товар Гиффена



ВЫИГРЫШ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ
ПОКУПКЕ ТОВАРА,
ОБУСЛОВЛЕННЫЙ ПРЕВЫШЕНИЕМ
ПОЛЕЗНОСТИ ПРИОБРЕТАЕМЫХ
ЕДИНИЦ ТОВАРА НАД ИХ ЦЕНОЙ,
ПОЛУЧИЛ НАЗВАНИЕ **ИЗЛИШКА**
ПОТРЕБИТЕЛЯ



НА ГРАФИКЕ ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ – ЭТО ОБЛАСТЬ, ОГРАНИЧЕННАЯ СВЕРХУ КРИВОЙ СПРОСА, А СНИЗУ ЛИНИЕЙ ЦЕНЫ

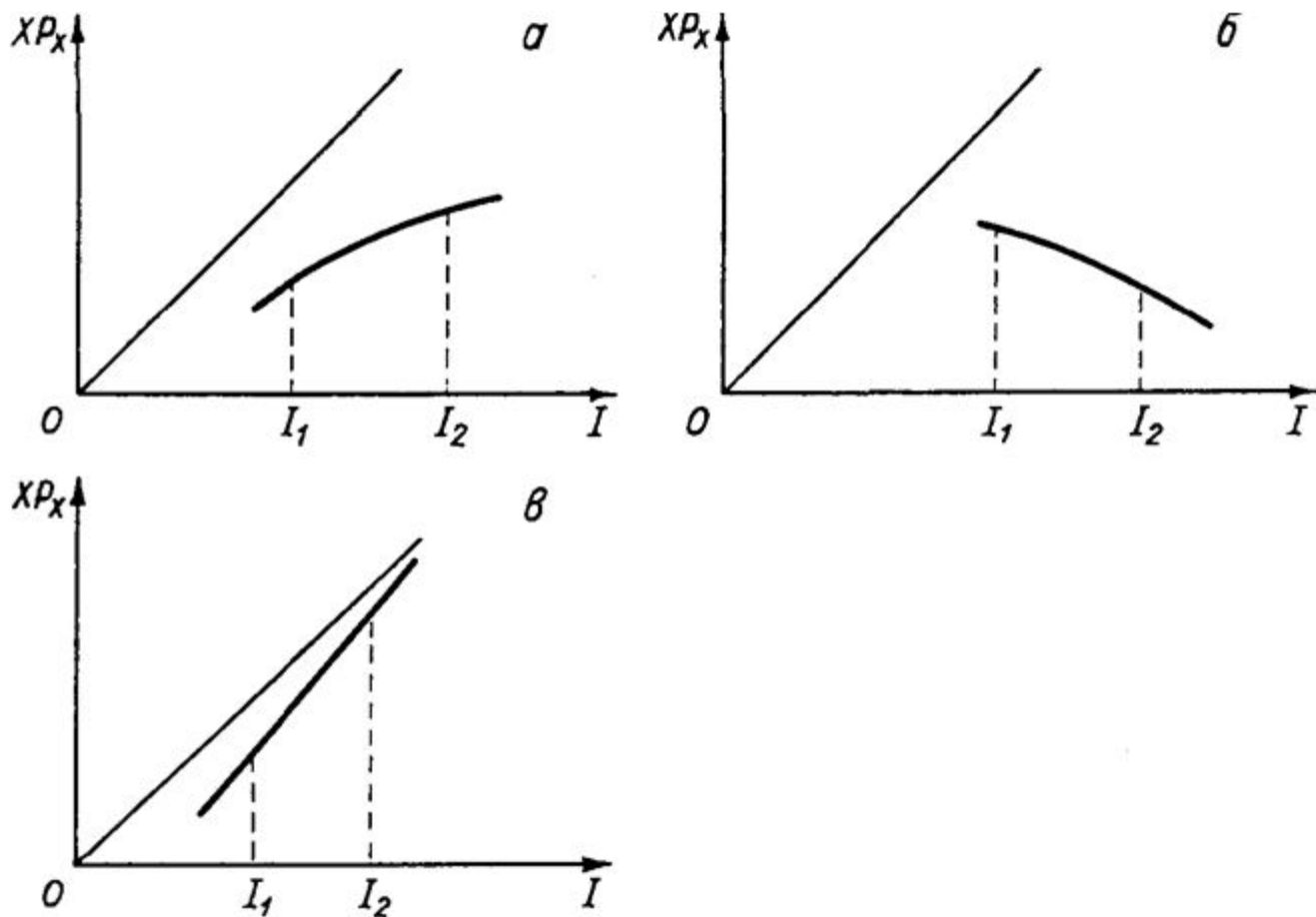


КРИВЫЕ “ЦЕНА-ПОТРЕБЛЕНИЕ”, “ДОХОД-ПОТРЕБЛЕНИЕ”

- Кривая “цена-потребление” – линия, соединяющая точки оптимума потребителя при изменении цен на один из товаров. На её основе строится кривая спроса.
- Кривая “доход-потребление” - линия, соединяющая точки оптимума потребителя при изменении дохода.



КРИВЫЕ ЭНГЕЛЯ



Кривые расходов Энгеля. *а* — нормальный товар; *б* — некачественный товар; *в* — высококачественный товар.



ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СПРОС И ЕГО ДЕТЕРМИНАНТЫ

Аксиома независимости потребителя: “удовлетворение отдельного потребителя определяется исключительно объёмом и структурой потребляемых им благ и не зависит от характеристик потребления других индивидов”

Индивидуальная функция спроса:

$$Q_d = f(P, I, T, P_s, P_c, N), \text{ где}$$

Q_d - объем спроса (*Quantity*)

d - спрос (*demand*)

P - цена товара (*Price*)

I - доход (*Income*)

T - вкусы и предпочтения потребителей (*Tastes*)

P_s - цена товаров-заменителей (*substitute* - субституты)

P_c - цена товаров-дополнителей (*complement*-комплементы)

N - количество покупателей данного товара.



ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СПРОС И ЕГО ДЕТЕРМИНАНТЫ

Некоторые примеры функций спроса

- Линейная спецификация

$$Q_d = a_0 - a_1 * P + a_2 * I$$

- Функции Торнквиста (связь между спросом и уровнем дохода), например:

Для товаров первой необходимости –

$$Q_d = \frac{a_0 * I}{I + a_1}$$

Для предметов роскоши -

$$Q_d = \frac{a_0 * I * (I - a_2)}{I + a_1}$$



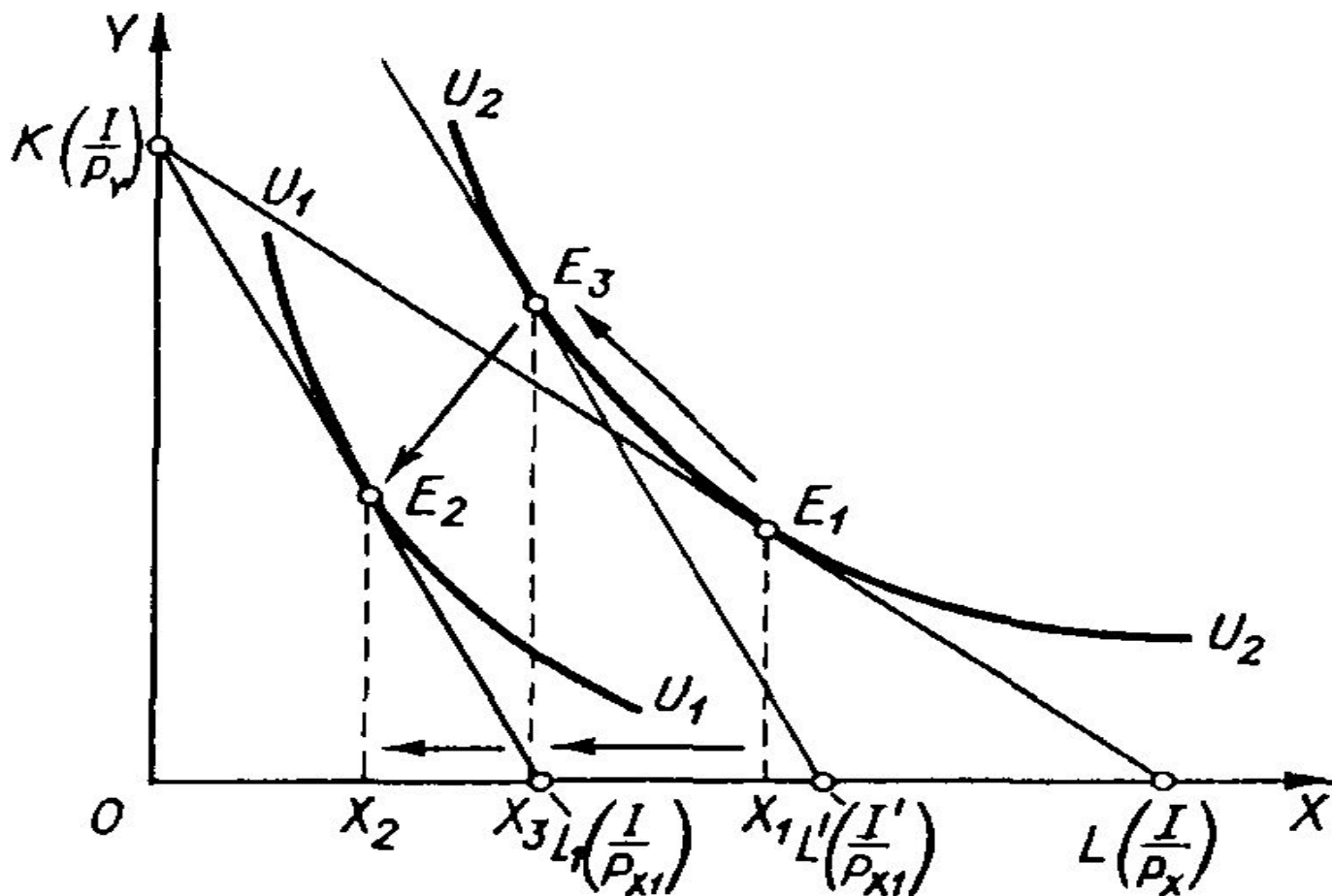
ЭФФЕКТЫ ДОХОДА И ЗАМЕЩЕНИЯ (ХИКС И СЛУЦКИЙ)

- Согласно Хиксу, “разные уровни денежного дохода, обеспечивающие один и тот же уровень удовлетворения, т.е. позволяющие достигнуть одной и той же кривой безразличия, представляют одинаковый уровень реального дохода.”
- Согласно Слуцкому, “лишь тот уровень денежного дохода, который достаточен для приобретения одного и того же товарного набора, обеспечивает неизменный уровень реального дохода.”
- Эффект замещения всегда отрицателен, эффект дохода может быть отрицательным (для нормальных товаров) и положительным (в случае некачественного товара).



ЭФФЕКТЫ ДОХОДА И ЗАМЕЩЕНИЯ ПО ХИКСУ: ГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Цена на товар X увеличивается



ЭФФЕКТЫ ДОХОДА И ЗАМЕЩЕНИЯ ПО СЛУЦКОМУ: ГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Цена на товар X повышается

