

поведение

потребителя в
рыночной экономике

Направления анализа

○ Кардинализм

- **К. Менгер, Е. Бём-Баверк, Ф. Визер**

- cardinal – **основной**

Полезность блага можно измерить - ютиль

- Потребитель способен оценить разность в уровнях полезности

- Количественное выражение полезности

○ Ординализм

- **Дж. Хикс, В. Парето**

- **order** - порядок

- Шкала предпочтений благ

- Потребитель не способен оценить разность в уровнях полезности

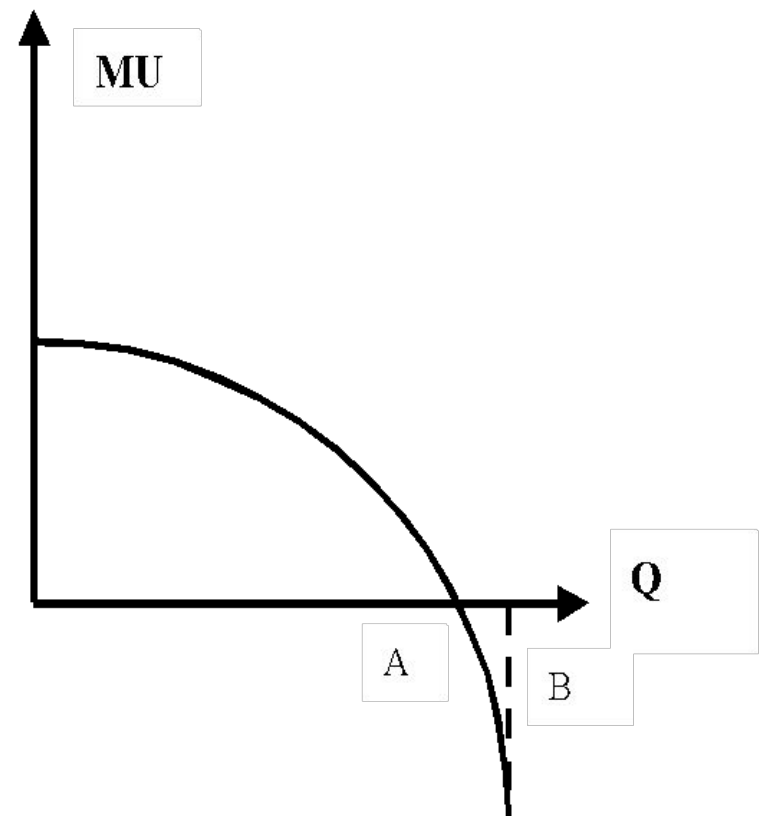
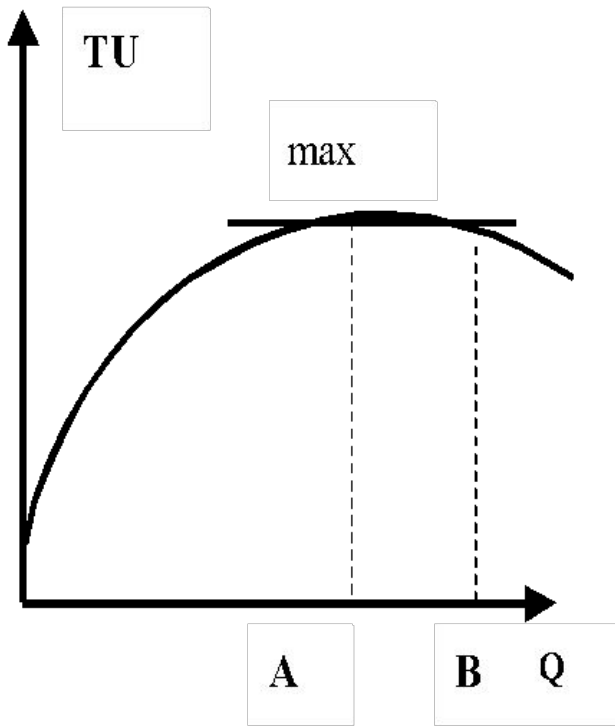
- Порядковое выражение полезности

Кардинализм

ПОЛЕЗНОСТЬ

ОБЩАЯ (TU)

ПРЕДЕЛЬНАЯ (MU)



Полезность

- Общая

Накопленная сумма полезностей от всей совокупности последовательно приобретенных единиц блага

- Предельная

Полезность, которую приносит потребителю использование дополнительной единицы данного блага

Условия равновесия потребителя:

Благо	Предельная полезность	Цена, руб.	Взвешенная предельная полезность
	(MU)	(P)	(MU/P)
A	100	10	10
B	80	4	20
C	45	3	5

Положение равновесия потребителя

Благо	MU	P	MU/P
A	150	10	15
B	60	4	15
C	45	3	15

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

Функция полезности максимизируется, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждый последний рубль (доллар, евро), затраченный на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность.

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

$$MU_1 / MU_2 = P_1 / P_2; \quad MU_1 / MU_n = P_1 / P_n$$

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

обозначим взвешенную предельную полезность через:

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

Где λ - предельная полезность денег

$$MU_i = P_i * \lambda$$

Предельная полезность блага равняется предельным затратам потребителя.

Равновесие потребителя

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

Бюджет потребителя

$$P_x * Q_x + P_y * Q_y = I$$

Ординализм

Потребительский выбор —

выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (денежного дохода)

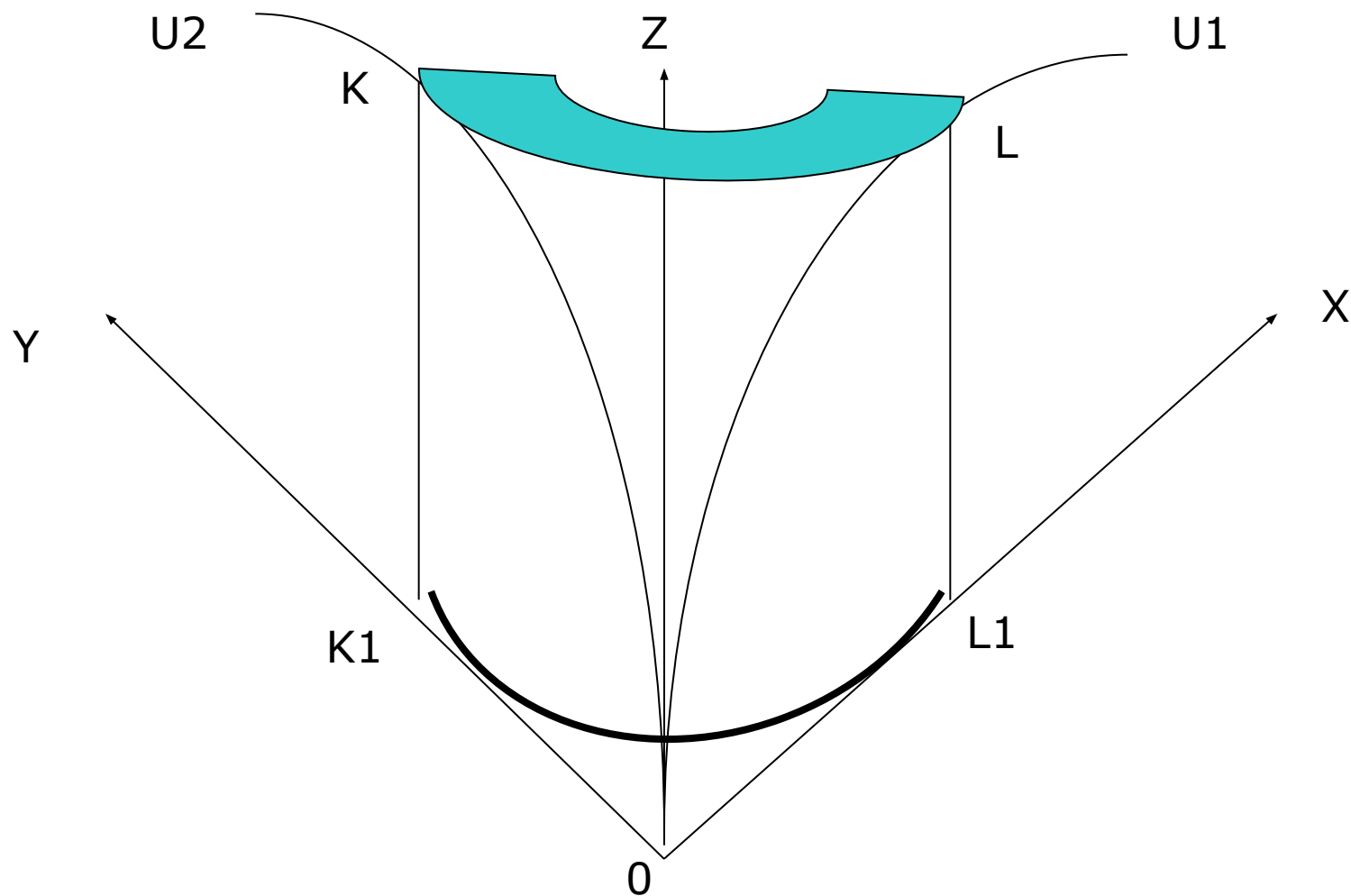
Ограничения потребительского выбора:

- денежный доход потребителя ограничен;
- цены не зависят от количества благ, покупаемых отдельными домохозяйствами;
- все покупатели прекрасно представляют предельную полезность всех продуктов;
- потребители стремятся максимизировать совокупную полезность.

постулаты теории поведения потребителя:

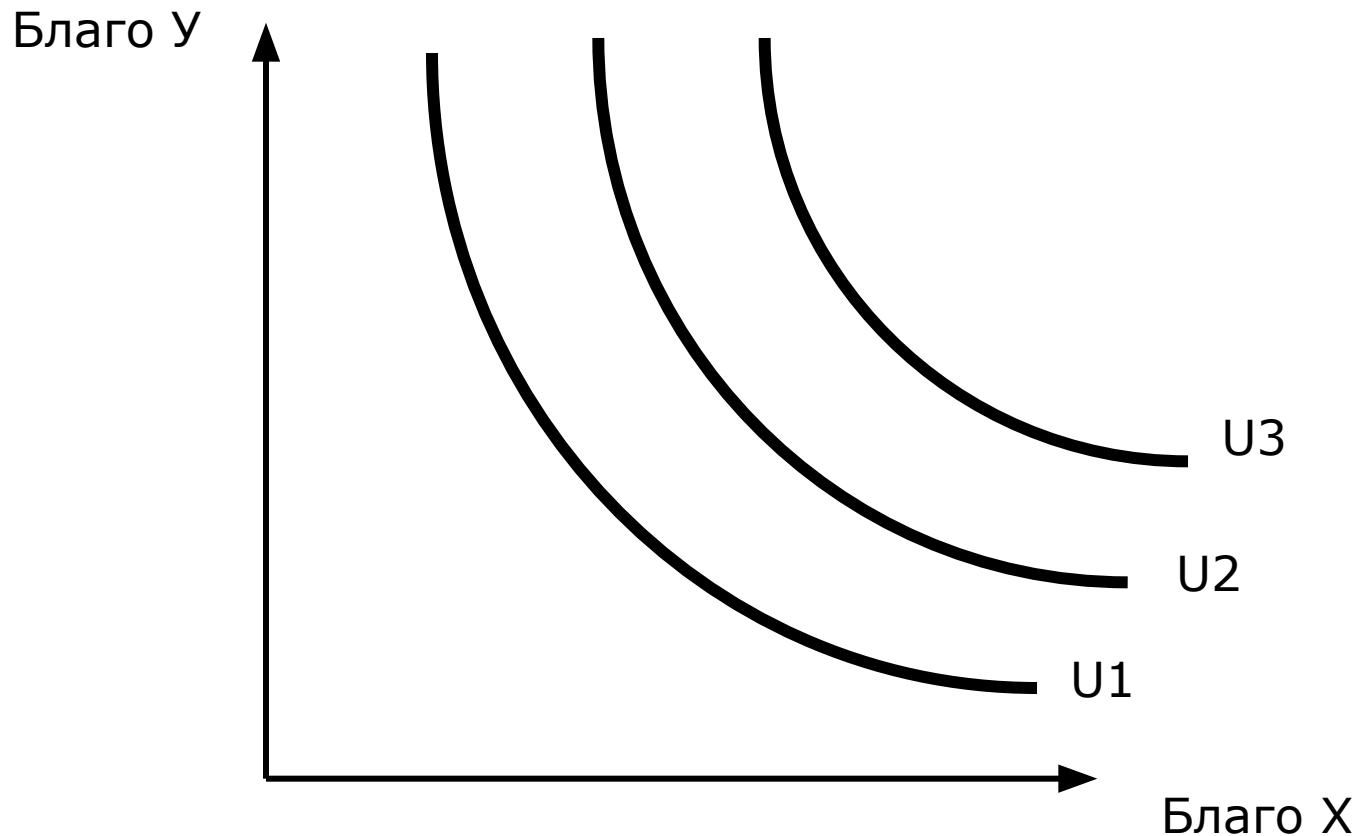
- ***Ненасыщение.*** Для покупателя более количество данного блага предпочтительнее меньшему количеству
- ***Рефлексивность.*** Если два набора благ одинаковы, то, оценивая их полезность, покупатель признает, что любой из них не хуже другого.
- ***Транзитивность.*** Набор №1 предпочитает набору №2, а набор №2 предпочитает набору №3, то он предпочитает набор №1 набору №3
- ***полной упорядоченности.*** При наличии двух разных наборов потребитель способен либо их ранжировать, либо признать их в равной степени предпочтительными.

Кривая безразличия в трехмерном пространстве

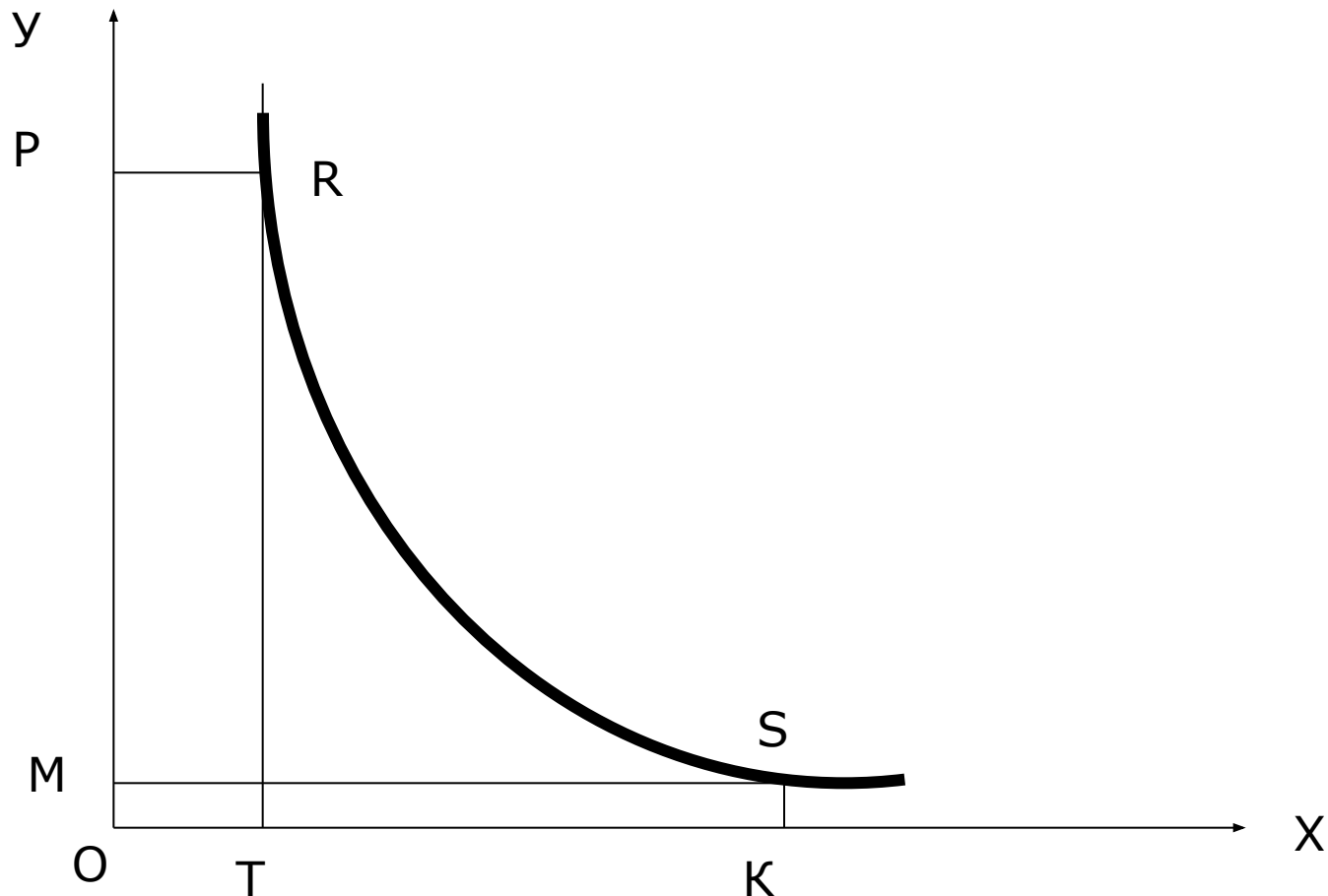


Кривая безразличия

различные комбинации двух экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя

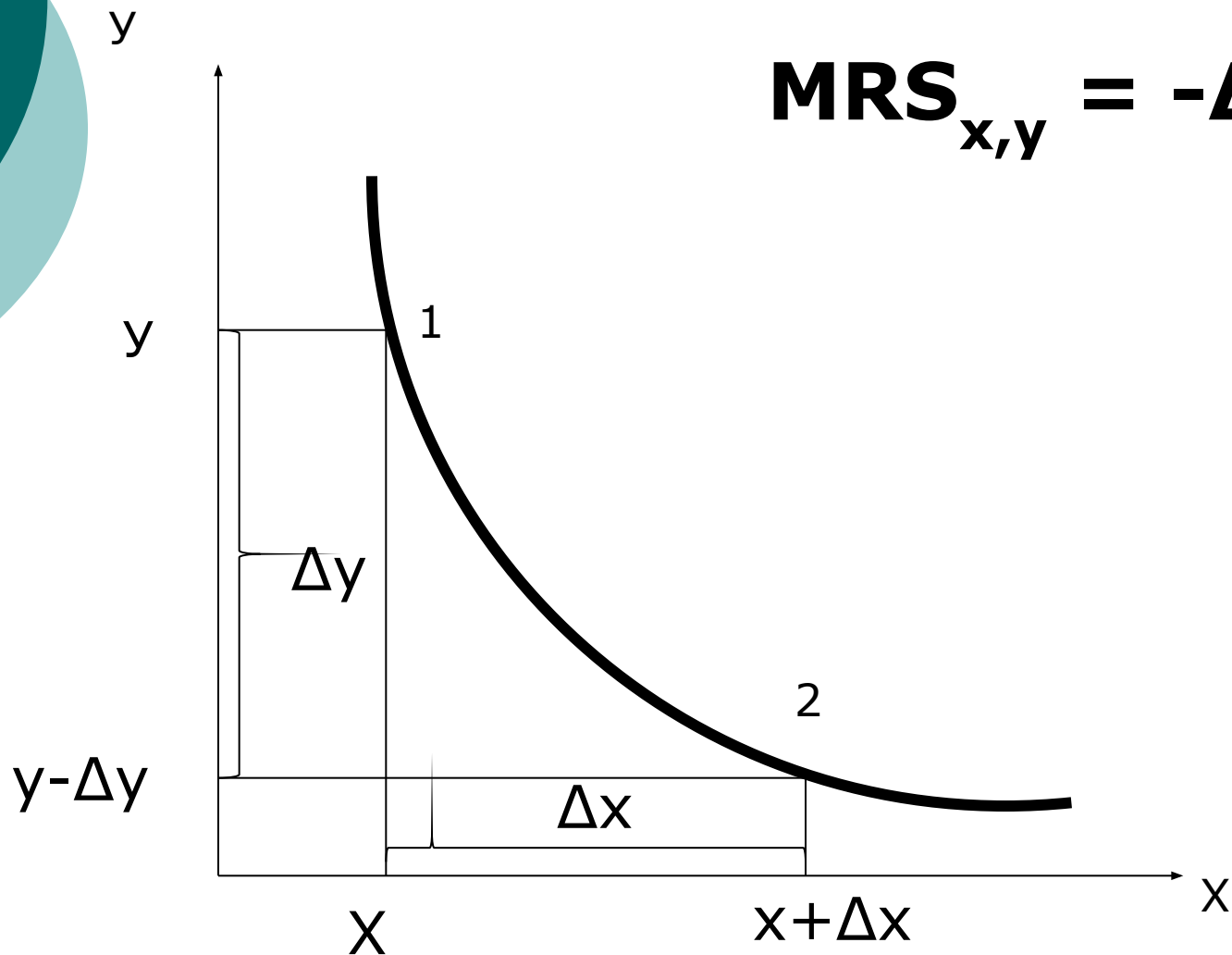


Зона замещения – участок кривой безразличия, в котором возможна эффективная замена одного блага на другое

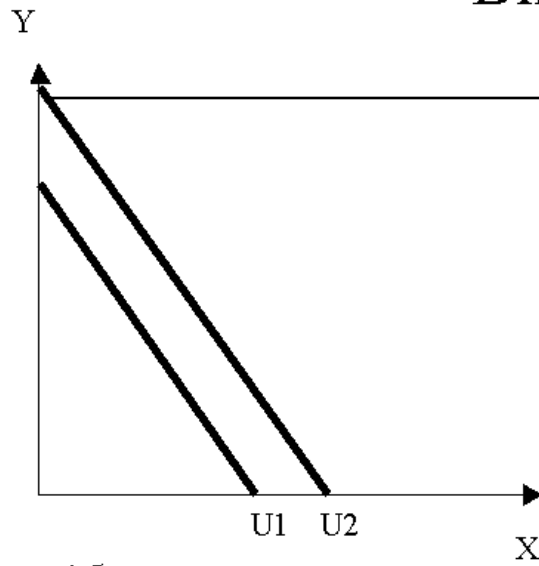


Предельная норма замещения

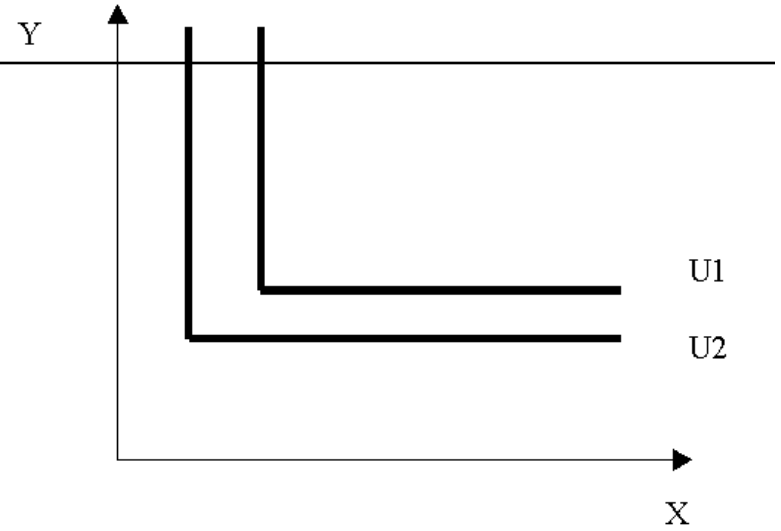
$$\text{MRS}_{x,y} = -\Delta Y / \Delta X$$



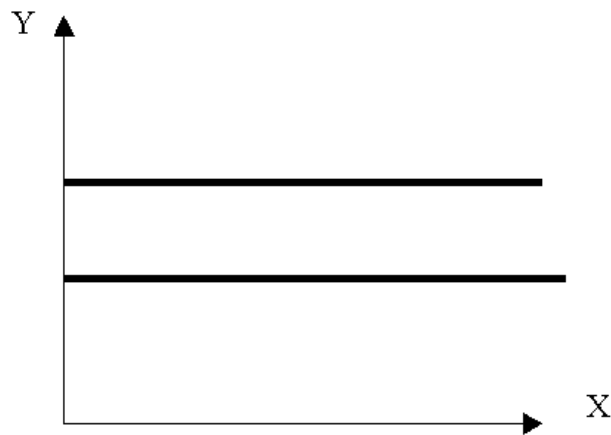
Виды кривых безразличия



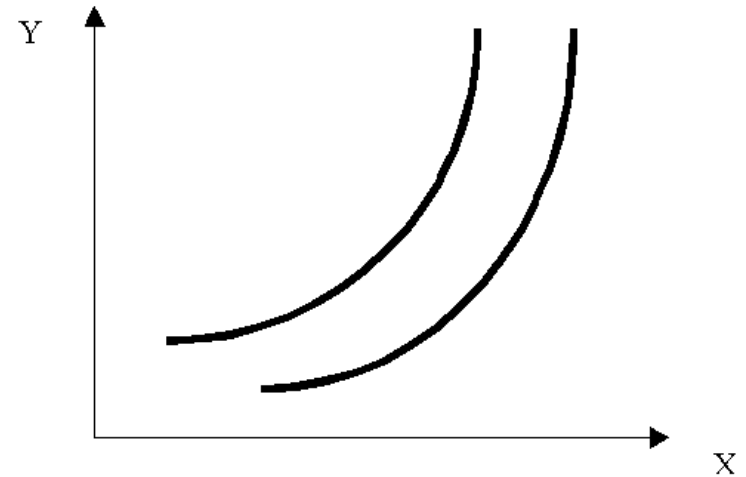
Абсолютные заменители



Совершенно дополняющие блага

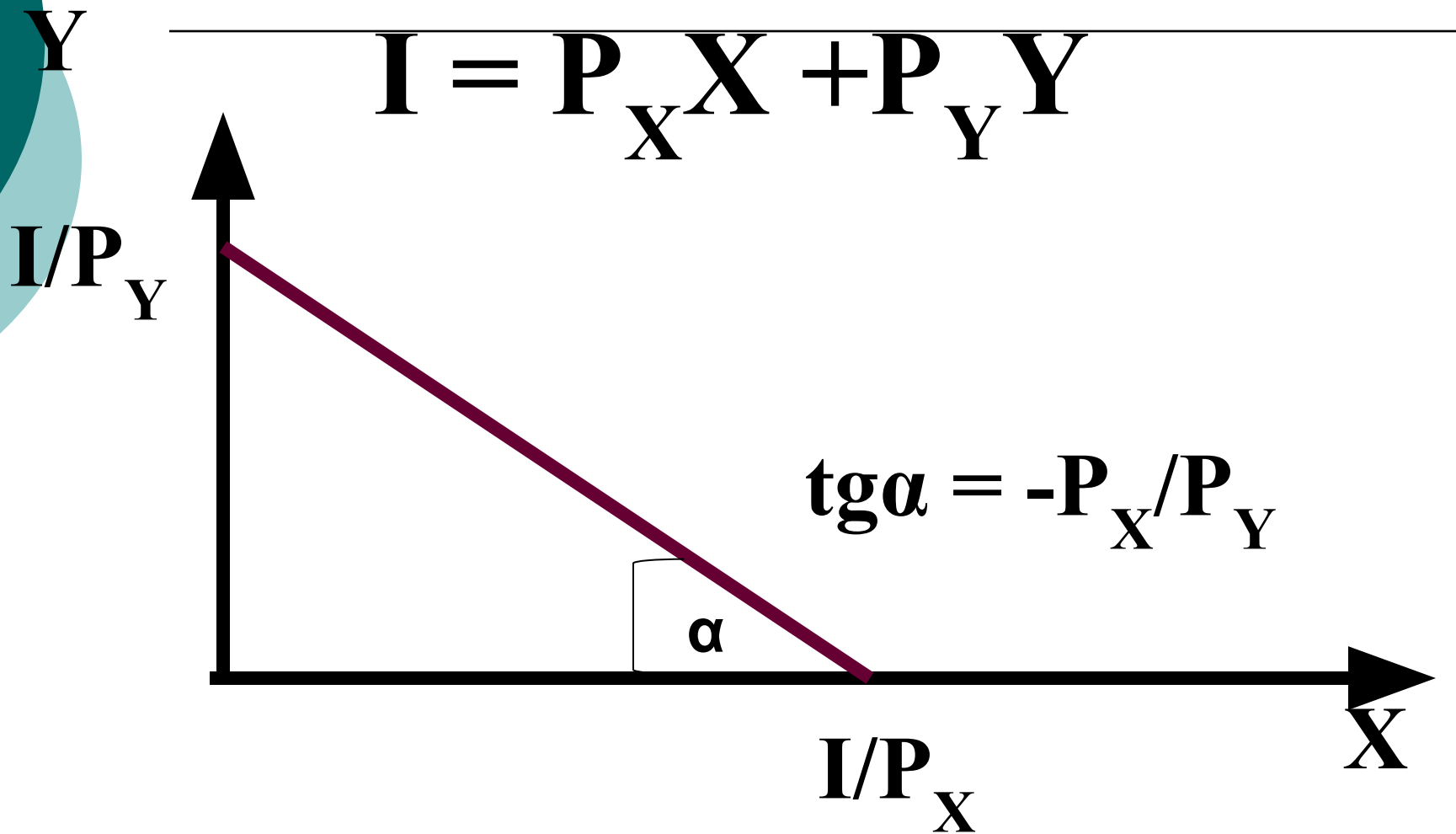


Безразличное благо

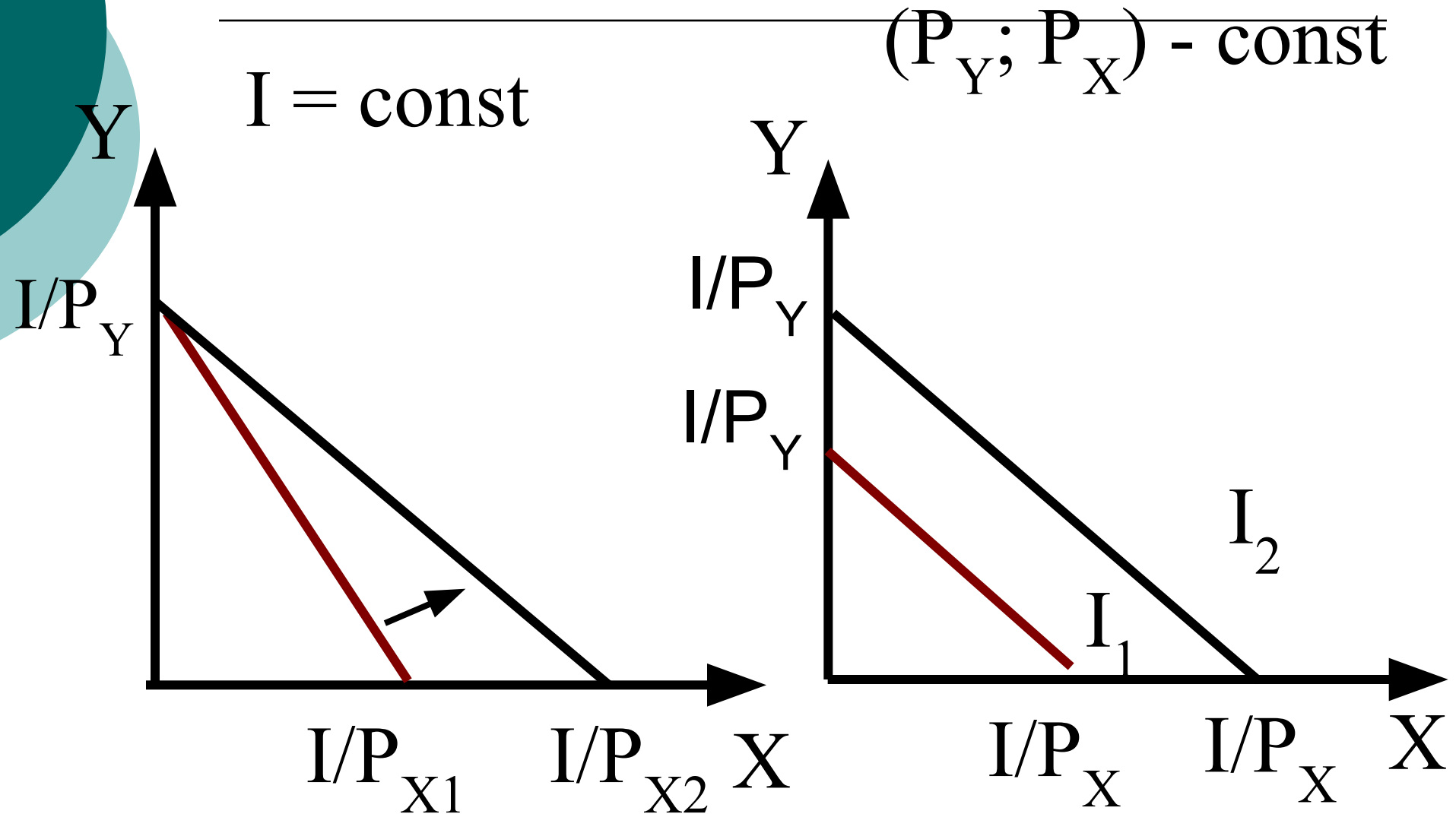


Антиблаго

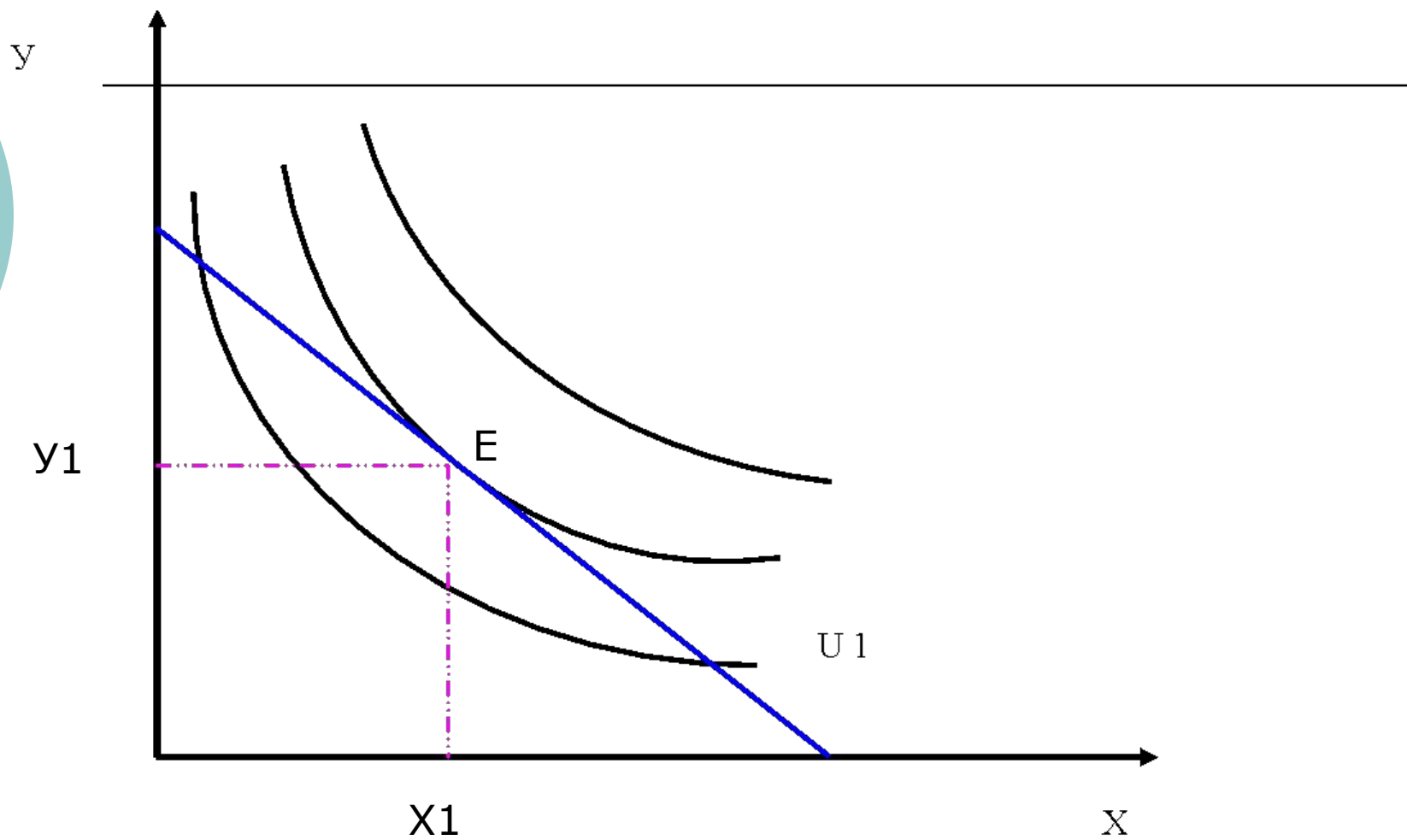
Линия бюджетного ограничения



Изменение бюджетной линии



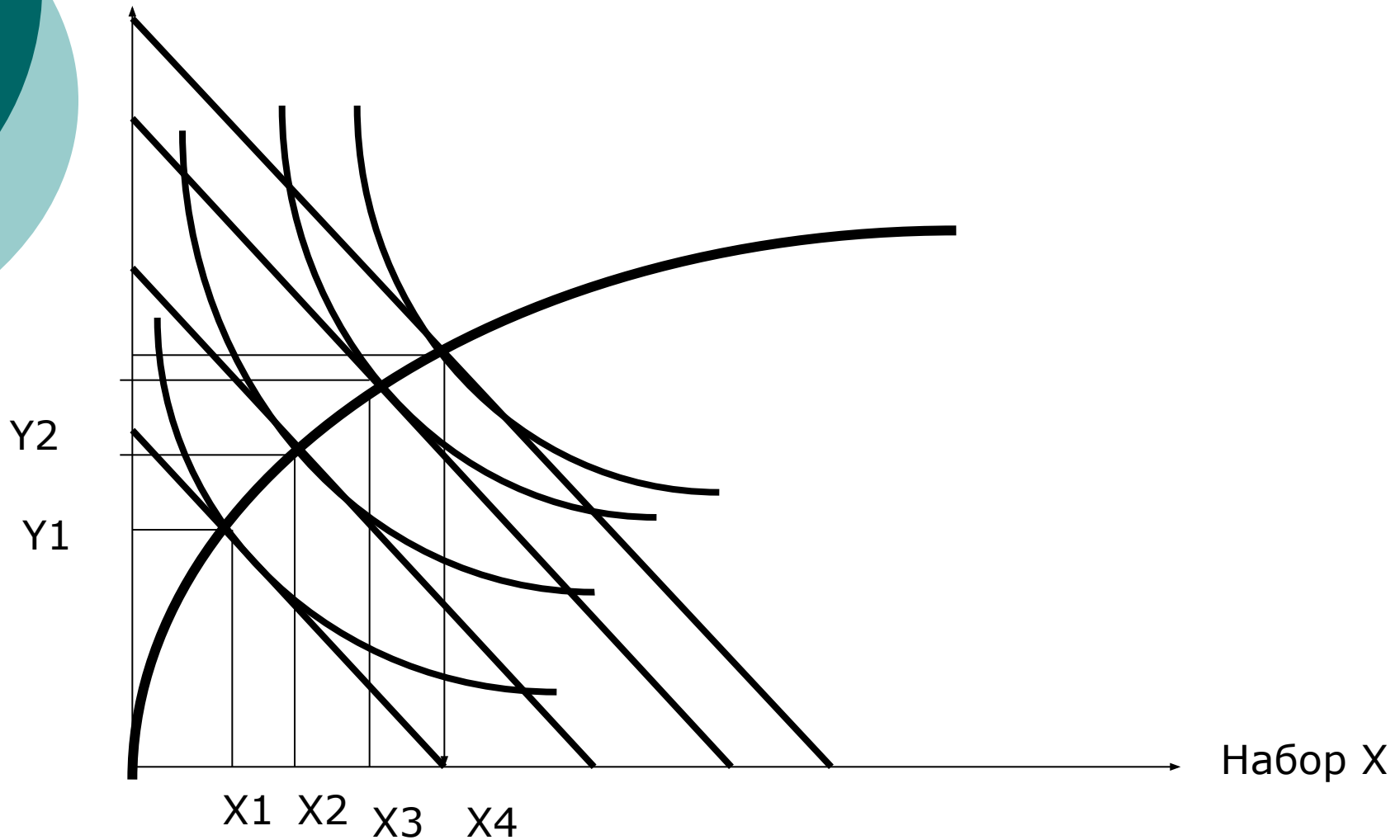
Статическое равновесие потребителя



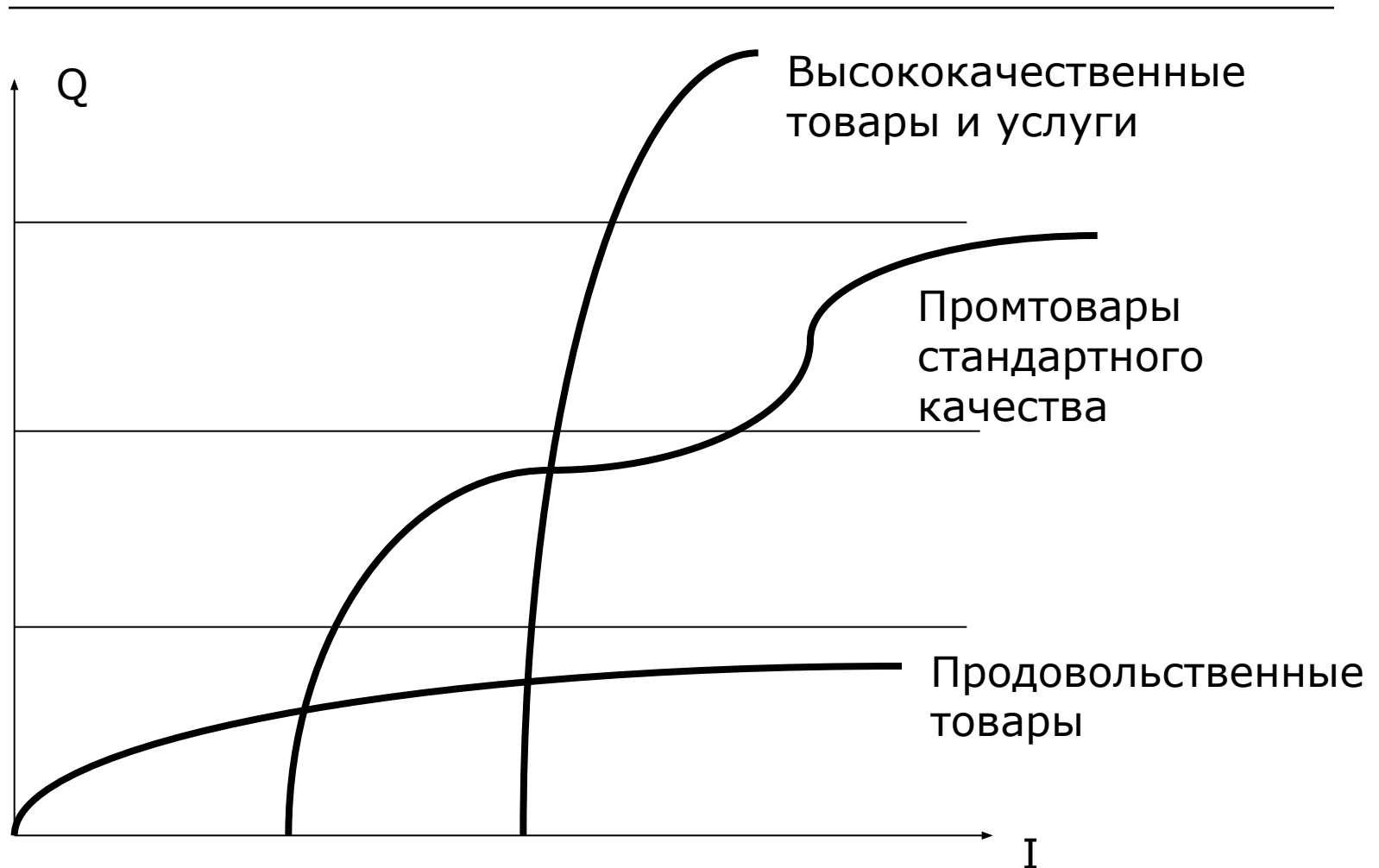
Динамическое равновесие потребителя

Кривая доход - потребление

Набор Y

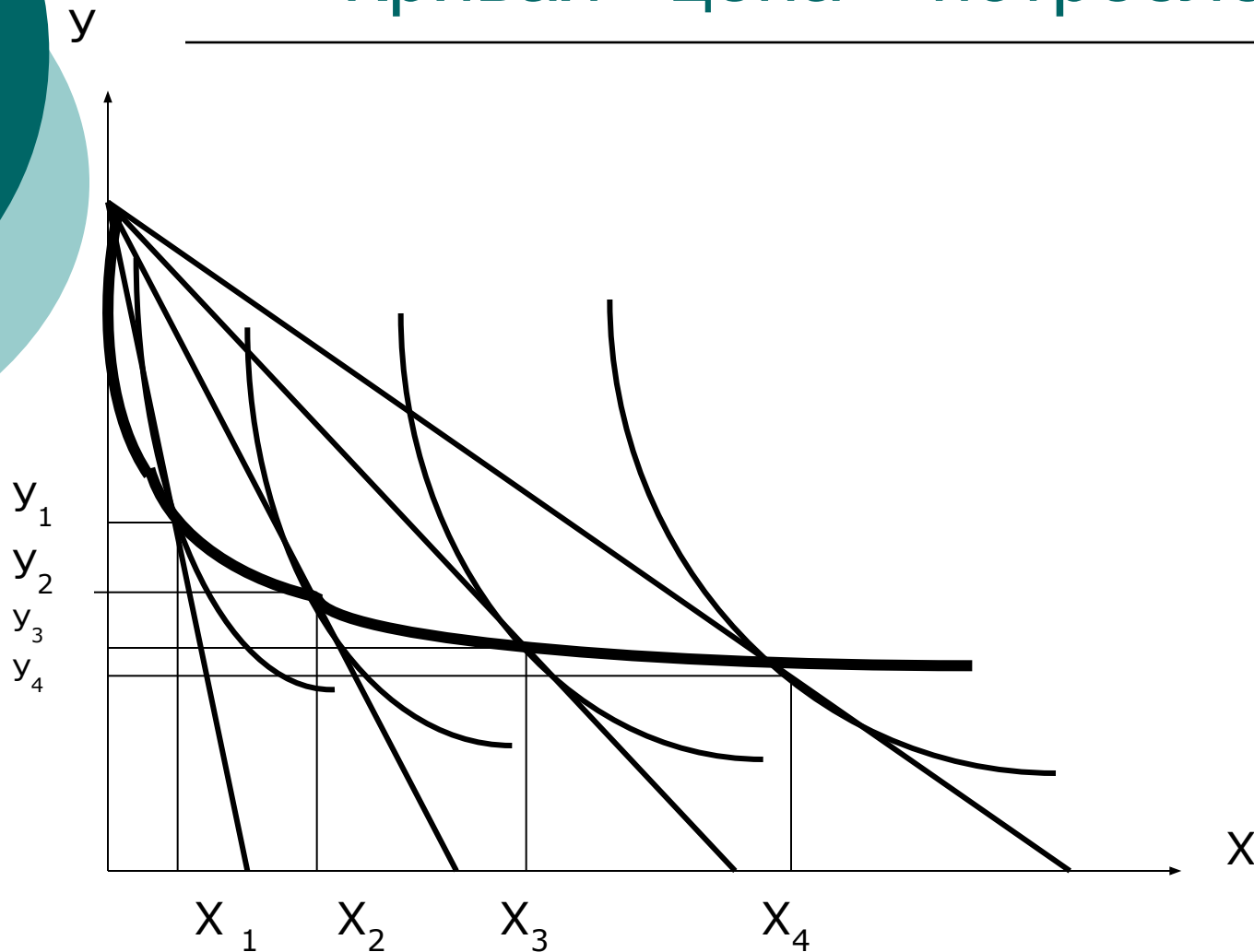


Кривые Энгеля

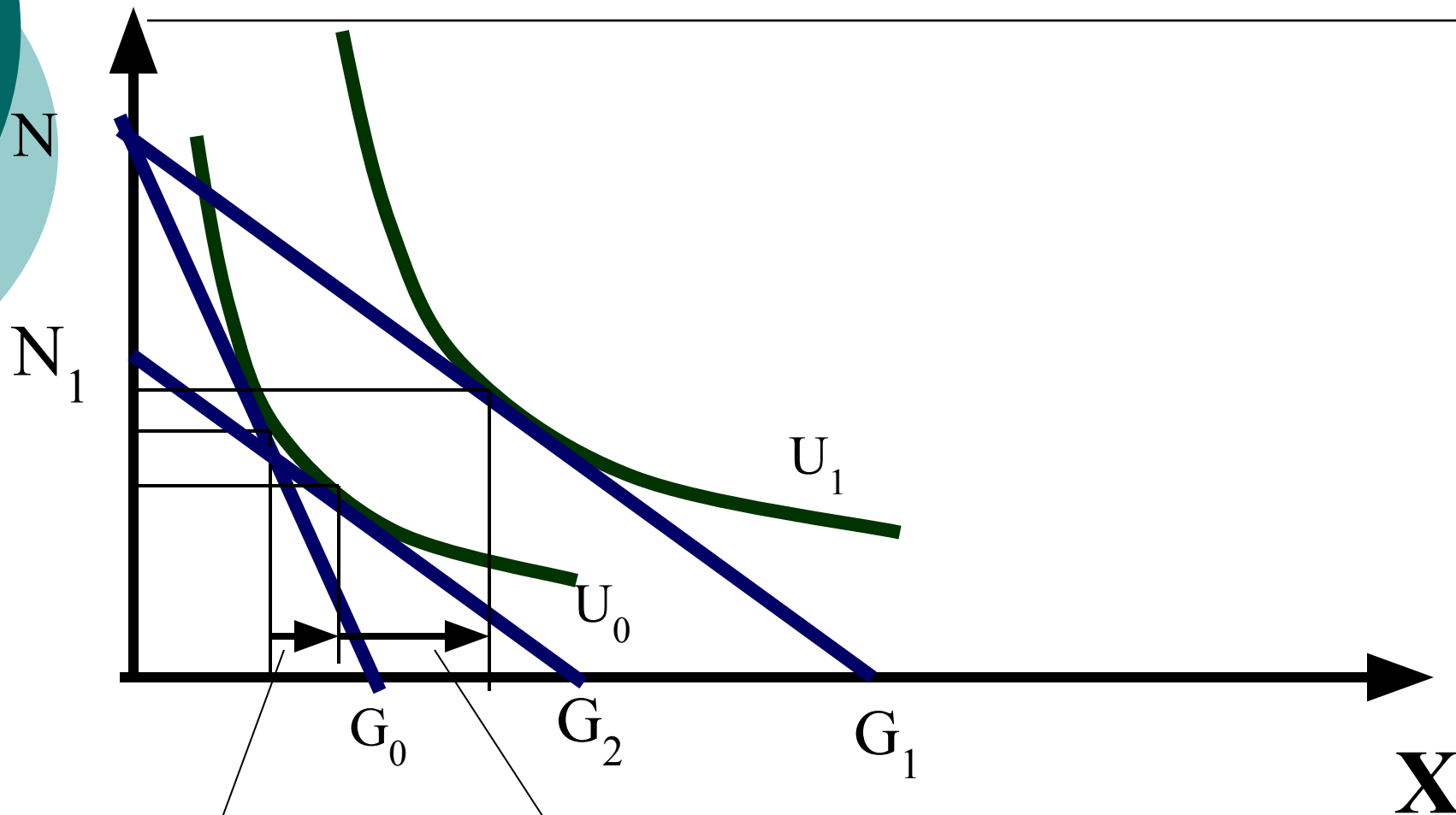


Динамическое равновесие потребителя

Кривая «цена – потребление»



Эффект дохода и эффект замещения



эффект замещения

эффект дохода

Эффект замещения – изменение структуры потребительского спроса в результате изменения цены на одно из товаров, входящих в потребительский набор без учета эффекта дохода.

Эффект дохода – это воздействие, оказываемое на спрос потребителя за счет изменения реального дохода, вызванного изменением цены блага без учета эффекта замещения.

