

## Лекция ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

### 1 Понятие полезности и ее виды

### 2 Кривая безразличия

### 3 Сущность бюджетного ограничения

### 4 Равновесие потребителя

1 Большое значение для развития производства товаров и их предложения имеет *поведение потребителя*.

Известно, что цена равновесия на конкурентном рынке определяется точкой пересечения спроса и предложения. В теме сегодняшней лекции остановимся на экономических принципах, лежащих в основе кривой спроса, т.е. цены покупателя, когда потребитель принимает и реализует решение о потреблении.

**Потребительское поведение** – это процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги.

Действия людей в сфере приобретения потребительских благ субъективны и подчас непредсказуемы. Однако в поведении среднего потребителя можно отметить ряд типичных общих черт:

- 1) спрос потребителя зависит от уровня его доходов;
- 2) каждый потребитель стремится получить за свои деньги «все, что можно», т. е. максимизировать совокупную полезность;
- 3) средний потребитель имеет отчетливую систему предпочтений, свои вкус и отношение к моде;
- 4) на спрос потребителя влияет наличие или отсутствие на рынках взаимозаменяемых или взаимодополняемых товаров.

У потребителей существует, кроме того, нефункциональный спрос. Рассмотрим его виды.

1.«Эффект сноба»: снобы покупают именно те товары, которые поднимаются в цене, с целью подчеркнуть свое социальное положение.

2.«Эффект Веблена»: явление в теории потребления, при котором потребители могут иметь кривую спроса с положительным наклоном, так как им свойственно демонстративное потребление.

3.«Эффект предположительного качества»: товары одинакового качества в разных магазинах продаются по разным ценам. При этом более дорогие товары во многих случаях покупаются чаще, так как предполагается их более высокое качество.

4.«Эффект присоединения к большинству», или «эффект ваго-

на»: стремление людей не отстать от моды, быть «не хуже других». Этот эффект вызывает рост спроса на те товары, которые покупают окружающие потребителя люди.

5.«Нерациональный спрос»: покупки, которые не планируются потребителем, а происходят под влиянием минутных капризов и желаний.

6.«Спекулятивный спрос»: возникает в условиях дефицита того или иного товара.

При анализе потребительского поведения используются два подхода: исторически более ранний **количественный (кардиналистский) и порядковый (ординалистский)**. Представители первого (У. Джевонс, А. Маршалл) основываются на теории предельной полезности. Защитники второго (В. Парето, И. Фишер) используют теорий кривых безразличия и потребительского бюджета.

Рассмотрим сначала объяснение поведения потребителя с позиции предельной полезности.

Потребитель вынужден распределять ограниченные средства между неограниченными потребностями рациональным образом. Для этого ему необходима какая-то общая основа для сопоставления благ. В качестве такой основы принята полезность.

**Полезность (ютиль)** – это способность блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей. Например, хлеб удовлетворяет физическую потребность человека, а книги – духовную, т.е. субъективная ценность, приписываемая благам людьми. Различают общую и предельную полезность.

**Общая полезность (TU)** – полезность всего объема потребляемых благ.

Полезность каждой дополнительной единицы потребляемого блага называется **предельной полезностью (MU)**.

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

Предельная полезность определяется как приращение общей полезности, вызванное единичным увеличением объема потребляемого блага.

Большинство благ обладают свойством убывающей предельной полезности. Практика показывает, что полезность каждой последующей единицы продукта будет падать. И такая связь носит постоянный и устойчивый характер.

Используя данное понятие, сформулируем **закон убывающей предельной полезности** (первый закон Госсена, названный по имени немецкого экономиста Германа Генриха Госсена (1810-1858 гг.)), который гласит: «по мере того, как потребитель увеличивает потребление товара или услуги, предельная полезность каждой дополнительной единицы данного продукта сокращается».

Согласно этому закону производители должны понижать цену для того, чтобы побуждать потребителей к увеличению покупок такого продукта. Это объясняет, почему кривая спроса на такие блага имеет отрицательный наклон

При удовлетворении потребностей человек начинает с самой неотложной потребности, а затем постепенно переходит к менее неотложным, действуя таким образом, что, в конце концов, предельные полезности употребляемых благ станут одинаковы.

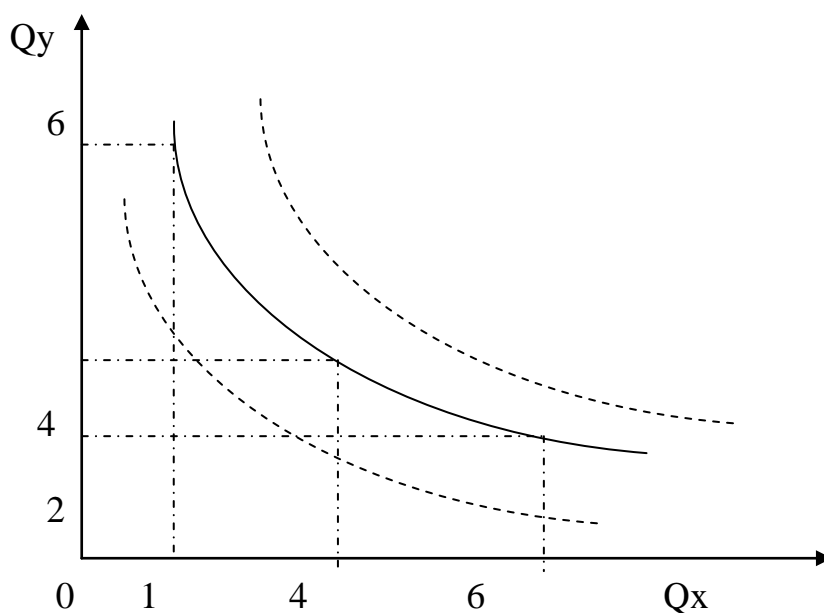
Таким образом, можно сформулировать **второй закон Госсена**: «при максимизации общей полезности предельная полезность всех потребляемых благ должна быть одной и той же величины.

Существуют разные методы измерения полезности. В. Парето высказал идею о том, что вместо абсолютных измерений предельной полезности лучше перейти к анализу относительному, т.е. определить предпочтение одних комбинаций товаров другими. Инструментом такого анализа являются **кривые безразличия**.

**2 Кривая безразличия** — это множество точек, каждая из которых представляет собой такой набор из двух товаров, что потребителю безразлично, какой из этих наборов выбрать, поскольку их полезность одинакова.

Равновесие потребителя может быть показано графически с помощью кривых.

Возьмем потребителя, располагающего фиксированным денежным доходом, который он целиком тратит на потребление. Предположим, что он покупает только два вида товаров: X и Y.



**Рисунок – Кривая безразличия**

Эта кривая проведена таким образом, что если бы потребитель мог выбрать любые точки на ней, они были бы для него одинаково желанны, т. е. ему все равно, какую комбинацию он получит. Кривая  $U1$  лишь одна из бесчисленного множества возможных кривых, но если взять более высокий или более низкий уровень удовлетворения потребностей, то кривая имеет иное положение.

Набор кривых безразличия для отдельного потребителя и двух различных товаров называется **картой безразличия**.

Кривые безразличия могут быть проведены через любую точку пространства совокупности товаров, однако при этом они всегда имеют отрицательный наклон и никогда не пересекаются.

Кривые безразличия могут иметь различные формы в зависимости от предпочтений потребителя. На нашем графике потребитель имеет дело с товарами, которые не отличаются совершенной взаимозаменяемостью.

Если взять товары субституты (замещения), то кривые безразличия выглядят по-другому.

На рис. кривая безразличия  $U1$  показывает, что потребитель имеет дело с товарами, которые не отличаются абсолютной взаимозаменяемостью (негазир. вода и газирован.).

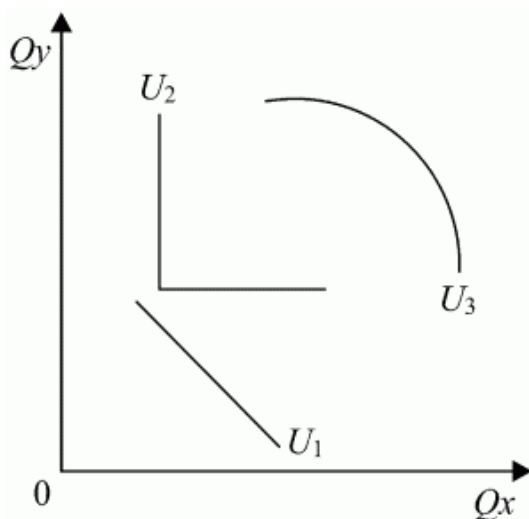


Рис. Типы кривых безразличия

Для двух совершенно взаимозаменяемых товаров кривая безразличия будет иметь вид прямой линии ( $MRS = \text{const}$ ).

Кривая  $U_2$  - товары вообще не могут заменять друг друга (правый и левый ботинки). Такие товары жестко дополняют друг друга (кривая безразличия – взаимно перпендикулярные отрезки).

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

#### Свойства кривых безразличия (они основаны на ординалистской концепции)

1. Кривая безразличия лежащая выше и правее другой кривой представляет собой более предпочтительный набор товаров для данного потребителя.
2. Кривая безразличия имеет отрицательный наклон.
3. Они никогда не пересекаются.
4. Несколько кривых безразличия являются картой безразличия.
5. Предельная норма замещения при движении вниз по кривой безразличия. **Предельная норма замещения ( $MRS$ )** товара  $X$  на товар  $Y$  – это количество товара  $Y$ , который потребитель согласен уступить в обмен на рост количества товара  $X$  на 1 единицу с тем, чтобы общий уровень удовлетворения остался неизменным.

Предельная норма замещения может быть представлена как отношение:

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

**3 Бюджетное ограничение** показывает все комбинации благ, которые могут быть куплены потребителем при данном доходе и данных ценах. Бюджетное ограничение указывает, что общий расход должен быть равен доходу. Увеличение или уменьшение дохода вызывает сдвиг бюджетной линии.

Выбор набора товаров зависит от цен на товары и бюджета потребителя. Пусть свой бюджет ( $I$ ) потребитель тратит на покупку двух товаров: товара  $X$  по цене  $P_x$ , товара  $Y$  по цене  $P_y$ , тогда уравнение бюджетной линии будет иметь вид:

$$P_x X + P_y Y = I \text{ или } Y = \frac{I}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} X$$

При потреблении нескольких товаров:

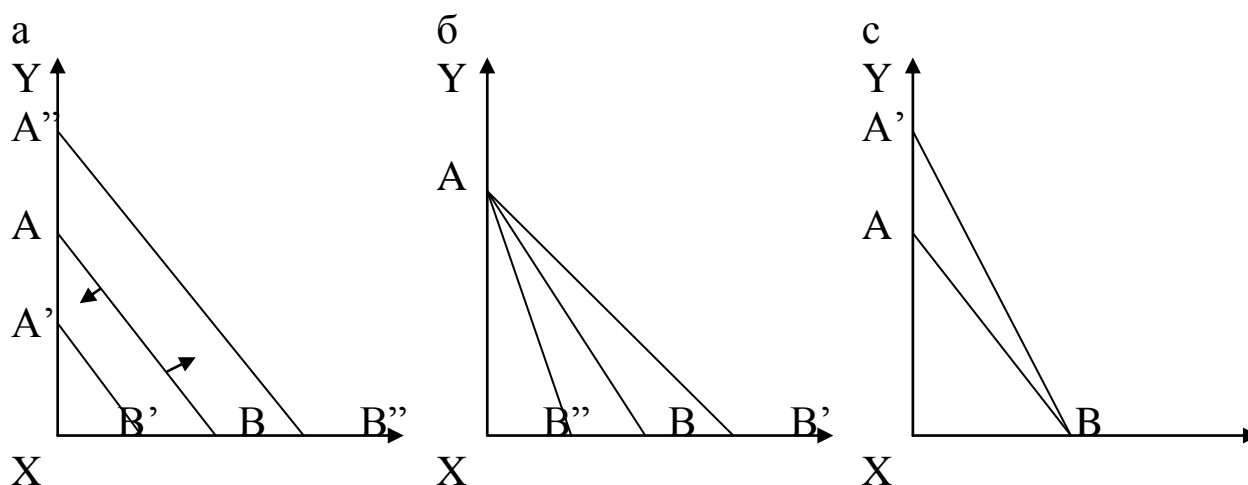
$$P_1 X_1 + P_2 X_2 + \dots + P_n X_n \leq I,$$

где  $P_1 \dots P_n$  – цены товаров от 1 до  $n$ ;

$X_1 \dots X_n$  – количество товаров от 1 до  $n$ ;

$I$  – бюджет.

**Бюджетная линия** показывает одинаковую величину бюджета потребителя при разных сочетаниях товаров  $Y$  и  $X$  (рисунок).



**Рисунок – Линии бюджетного ограничения**

Свойства бюджетной линии ниже следующие.

1. Точки  $A$  и  $B$  показывают максимально возможный объем потребления товара  $Y$  и  $X$  соответственно, т. е. весь бюджет тратится только на товар  $Y$  или товар  $X$ .

2. Наклон бюджетной линии равен  $-\frac{P_x}{P_y}$ .

3. При изменении дохода потребителя бюджетная линия движется параллельно вправо – при росте дохода или влево – при уменьшении дохода.

4. При изменении цен на товары изменяется угол наклона бюджетной линии, и потребитель может больше (меньше) купить товара  $X$  ( $Y$ ).

1. **4** Если совместить на одном графике карту кривых безразличия и бюджетное ограничение, можно будет определить, какой товарный набор выберет потребитель, чтобы получить максимум удовлетворения (рис. ).

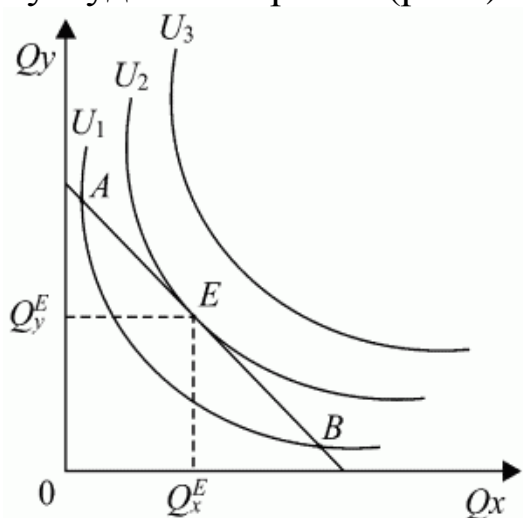


Рис. Оптимум потребления

Потребитель не выберет точку  $A$ , в которой бюджетная линия пересекает некоторую кривую безразличия  $U_1$  и точку  $B$ , поскольку они расположены на более низкой кривой безразличия. Он выберет точку  $E$ , в которой бюджетная линия касается кривой безразличия  $U_2$  расположенной выше кривой  $U_1$ .

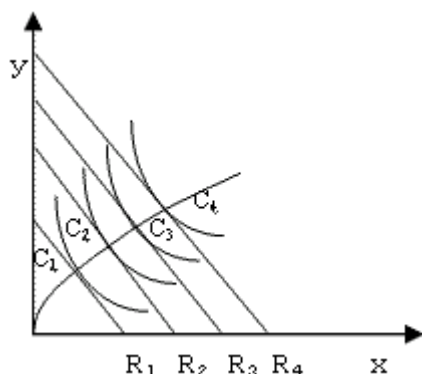
Оптимальный для потребителя товарный набор  $E$  содержит  $Q_{EX}$  единиц товара  $X$  и  $Q_{EY}$  - единиц товара  $Y$ .

В точке Е (точка оптимума, или равновесия потребителя) наклоны кривой безразличия и бюджетной линии совпадают, поэтому:

$$MRS_{xy} = \frac{P_x}{P_y} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

Равновесие покупателя изменяется под влиянием:

- **изменения дохода покупателя;**



При увеличении реального дохода потребителя происходит равномерное смещение бюджетной линии вправо и вверх. C1, C2, C3, C4 - параметры рыночного равновесия при различных уровнях дохода. Соединив их, получим линию «доход-потребление».

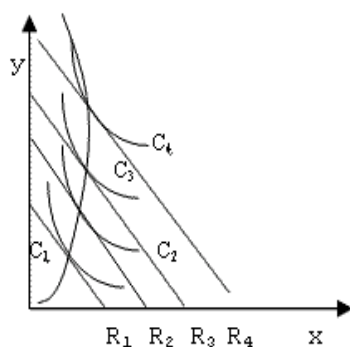
Линия «доход-потребление» (или, в американской литературе, кривая уровня жизни) связывает точки равновесия и показывает, как потребление товаров X и Y изменяется с ростом дохода.

- **цен на товары и услуги;**

Для различных товаров (нормальных, неполноценных, нейтральных [т.е. товаров неэластичного спроса]) линия имеет различный наклон.

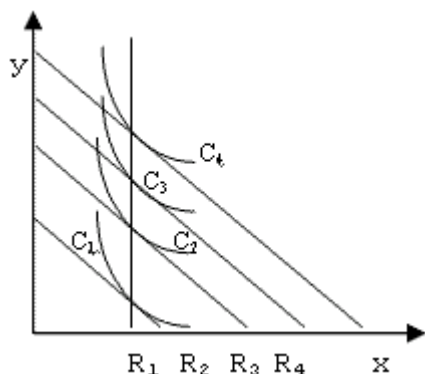
Потребление нормальных благ с ростом дохода увеличивается, и кривая имеет положительный наклон (как на предыдущем рисунке).

Для некачественных товаров кривая принимает отрицательный наклон:



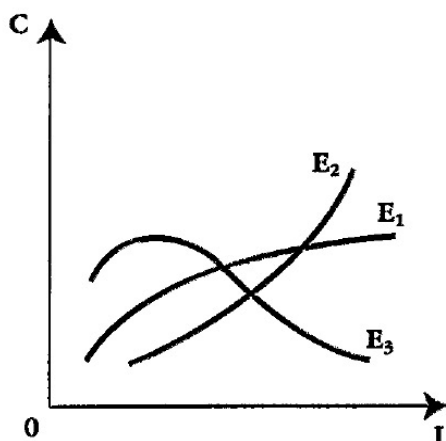


Для нейтральных товаров эта линия вертикальна.



**- роста реального дохода, вследствие чего изменяется структура потребностей.**

Линия «доход–потребление» может быть использована для построения кривой Энгеля. Она иллюстрирует зависимость между объемом потребления благ (С) и доходом потребителя (I) при неизменных ценах и предпочтениях. Названа в честь немецкого статистика Эрнста Энгеля, занимавшегося анализом влияния изменения дохода на структуру потребительских расходов.



На оси абсцисс откладывается уровень дохода потребителя, а на оси ординат — расходы на потребление данного блага.

$E_1$  — кривая для нормальных товаров;

$E_2$  — кривая для предметов роскоши;

$E_3$  — кривая для низкосортных товаров.