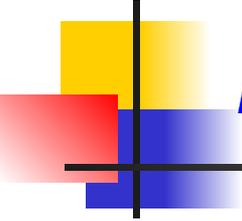




# **Тема 4    Поведение потребителей**

---

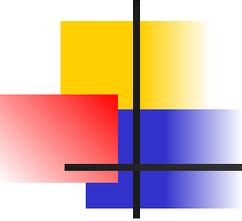
Хайхадаева О.Д.

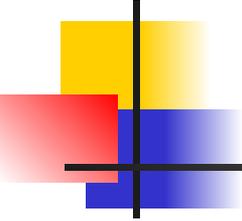


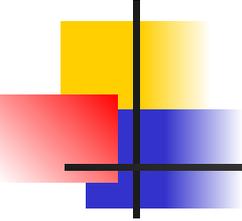
## ***Выбор и теория полезности***

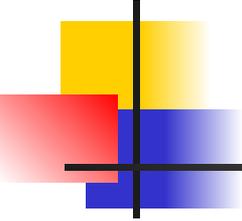
---

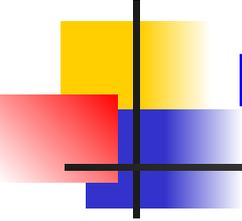
- Полезность можно определить как удовлетворение от потребления товара. Полезность отражает ранжирование потребителем различных товаров и услуг. Если товар А имеет большую полезность в глазах индивида, чем товар Б, то мы можем сделать вывод о том, что данный индивид предпочитает товар А товару Б.

- 
- 
- Полезность можно определить как субъективное представление человека об удовлетворении или пользе, получаемых от потребления товара.

- 
- 
- Теория полезности утверждает, что люди стремятся максимизировать получаемую полезность. Это означает, что они выбирают такой набор потребительских товаров и услуг, который считают более предпочтительным.

- 
- 
- Предельная полезность означает дополнительную полезность, получаемую от потребления еще одной единицы товара.
  - Закон убывающей предельной полезности утверждает, что по мере увеличения количества потребленного блага предельная полезность этого блага уменьшается. Каждая последующая единица потребляемого блага приносит все меньшую величину дополнительной, или предельной полезности.

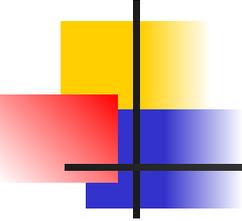
- 
- 
- Убывание предельной полезности происходит из-за того, что получаемое удовольствие от потребления какого-либо блага уменьшается с каждой дополнительной единицей.
  - Предельная полезность обозначается MU – marginal utility.

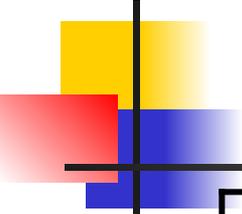


# Потребительские предпочтения

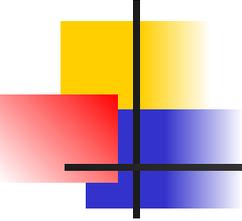
---

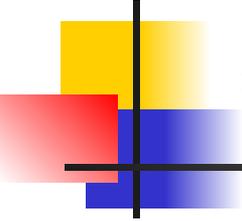
- Как мы можем адекватно описать потребительские предпочтения?
- Лучше всего начать с анализа предпочтений путем сравнения ассортиментных наборов потребительских товаров, или потребительских корзин.

- 
- 
- Потребительская корзина включает один или несколько предметов потребления. Например, он может содержать различные продукты питания, одежду, которые потребитель покупает каждый месяц.



| Потребит.<br>корзины | Кол-во ед.<br>продуктов<br>питания | Кол-во ед.<br>одежды |
|----------------------|------------------------------------|----------------------|
| A                    | 20                                 | 30                   |
| B                    | 10                                 | 50                   |
| D                    | 40                                 | 20                   |
| E                    | 30                                 | 40                   |
| F                    | 10                                 | 20                   |
| H                    | 10                                 | 40                   |

- 
- 
- Потребительская корзина А состоит из 20 единиц продуктов питания и 30 единиц одежды, потребительская корзина В – из 10 единиц продуктов питания и 50 единиц одежды и т.д. Попросив потребителей сравнить эти наборы, мы можем описать их предпочтения в приобретении продовольствия и одежды.



# Основные предположения

---

- Теория поведения потребителей исходит из трех основных предположений :

## ***1. Предпочтения полные.***

Это означает, что потребители могут сравнить и ранжировать все наборы потребительских товаров и услуг. Из двух корзин – А и В потребитель предпочтет А вместо В, или В вместо А, или ему будет безразлично, какой из этих двух наборов выбрать.



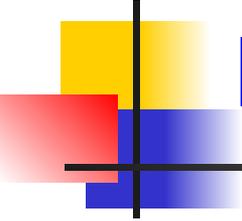
---

## **2. Предпочтения транзитивны**

Транзитивность означает, что если потребитель предпочитает корзину А корзине В, а корзину В корзине С, то он предпочтет также корзину А корзине С.

## **3. Все наборы «хороши» (т.е. желаемы).**

Абстрагируясь от стоимости, потребители всегда предпочитают большее количество любого товара меньшему. (Это предположение сделано в учебных целях – оно упрощает анализ).

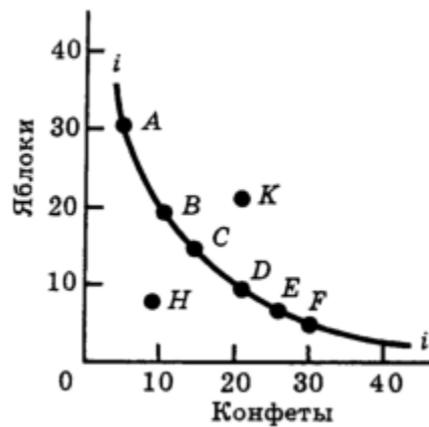


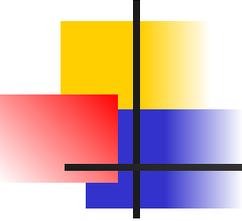
# Кривые безразличия

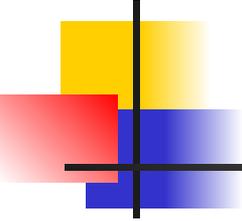
---

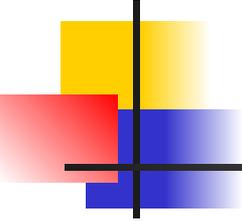
- Кривая безразличия представляет собой совокупность потребительских корзин, которые обеспечивают одинаковый уровень удовлетворения потребностей. Следовательно, потребитель безразличен к выбору наборов, представленных точками на этой кривой.

# График кривой безразличия



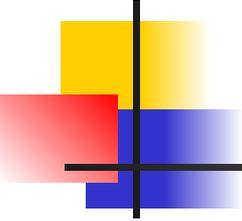
- 
- 
- Данная кривая безразличия проходит через точки  $A, B, C, D, E, F$ , что указывает, что потребитель одинаково оценивает эти шесть потребительских корзин. Все эти точки лучше точки  $H$ , которая лежит ниже кривой безразличия (и хуже точки  $K$ , которая расположена выше кривой безразличия).

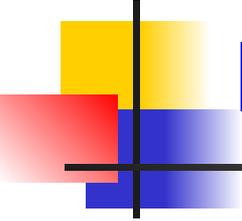
- 
- 
- Семейство кривых безразличия называется картой кривых безразличия. Каждая кривая безразличия представляет наборы товаров и услуг, которые человек оценивает одинаково. Чем выше расположена кривая безразличия, тем более высокому уровню удовлетворения потребностей она соответствует.

- 
- 
- Кривые безразличия не могут пересекаться.
  - Существует бесконечное число непересекающихся кривых безразличия – одна для каждого возможного уровня удовлетворения потребностей.

# Порядковое и числовое ранжирование

- **Порядковое (или ординальное)** ранжирование - корзины расставляются в порядке убывания их полезности: от наиболее предпочтительных до наименее предпочтительных, но не указывается, насколько одна корзина предпочтительнее
- **Числовое (или кардинальное)** ранжирование - предполагает количественное определение индивидуальных предпочтений или измерение предпочтений в некоторых базисных единицах. Однако попытки измерить количественно предпочтения не принесли успеха.

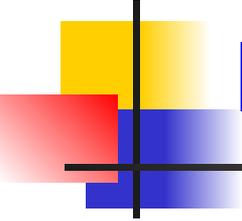
- 
- 
- В настоящее время признается, что конкретная единица измерения полезности не имеет значения. При объяснении того как принимается большинство решений, вполне достаточно знать порядковое ранжирование наборов благ.



# Бюджетные ограничения

---

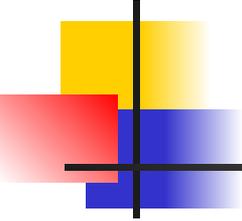
- Карта безразличия описывает шкалу личных предпочтений в отношении различных сочетаний товаров и услуг. Но предпочтения не объясняют полностью поведение потребителя. На индивидуальный выбор влияют также бюджетные ограничения, которые при известных ценах на различные товары и услуги ограничивают потребление людей.

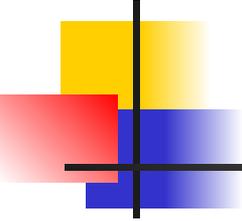


# Бюджетная линия

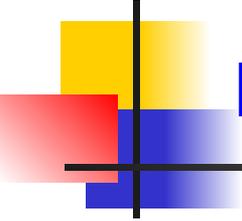
---

- Индивид располагает фиксированным доходом  $I$ , который может быть потрачен на два вида товаров – продукты питания и одежду. Пусть  $F$  - количество единиц продуктов питания, закупленных данным индивидом, а  $C$  – количество предметов одежды.

- 
- 
- $PF$  – цена продуктов питания
  - $PC$  – цена одежды
  - $PF \times F$  - сумма денег, затраченных на питание
  - $PC \times C$  – сумма денег, затраченных на одежду.

- 
- 
- Бюджетная линия показывает все сочетания F и C, при которых общая сумма затрат равна доходу.
  - Комбинации продуктов питания и одежды, которые индивид может приобрести, будут лежать на прямой

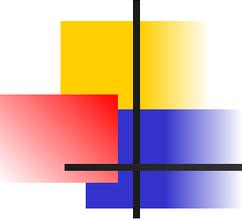
$$PF \times F + PC \times C = I$$



## Выбор потребителя

---

- Оптимальный набор потребительских товаров должен отвечать двум требованиям.
  - 1.** Он должен находиться на бюджетной линии. Любой набор потребительских товаров слева и ниже бюджетной линии оставляет неизрасходованной часть дохода потребителя. Любой набор товаров и услуг справа и выше бюджетной линии не может быть куплен на имеющийся доход.



---

**2.** Оптимальный набор товаров и услуг (оптимальная корзина) должен составить для потребителя их наиболее предпочтительное сочетание

# Равновесие потребителя

