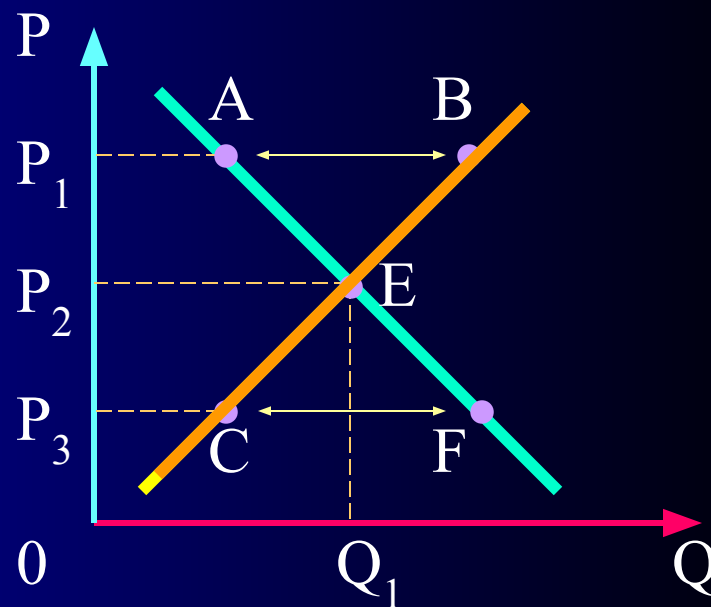


А.Ф. ТИТКОВ

к.э.н., доцент



# Экономическая теория Микроэкономика-4

# Тема 4. Основы теории потребительского поведения

# План

**4.1. Маржинализм и теория  
потребительского поведения**

**4.2. Кардинализм: предельная  
полезность благ и потребительское  
равновесие**

**4.3. Ординализм: категории  
потребительских предпочтений**

**4.4. Статическое и динамическое  
равновесие потребителя**

# 4.1. Маржинализм и теория потребительского поведения

**Три проблемы — полезность,  
цена и доход  
— составляют содержание  
теории поведения  
потребителя**

**Полезность блага  
(utility of good) - это его  
потребительский эффект,  
наличие таких свойств  
и качеств, которые  
удовлетворяют конкретным  
субъективным запросам  
людей**

**Классификация благ:**  
**- неэкономические;**  
**- экономические**

# Ценность



**Кто любит попа,  
кто попадью,  
а кто свиной хрящик**

# Кардинализм и ординализм

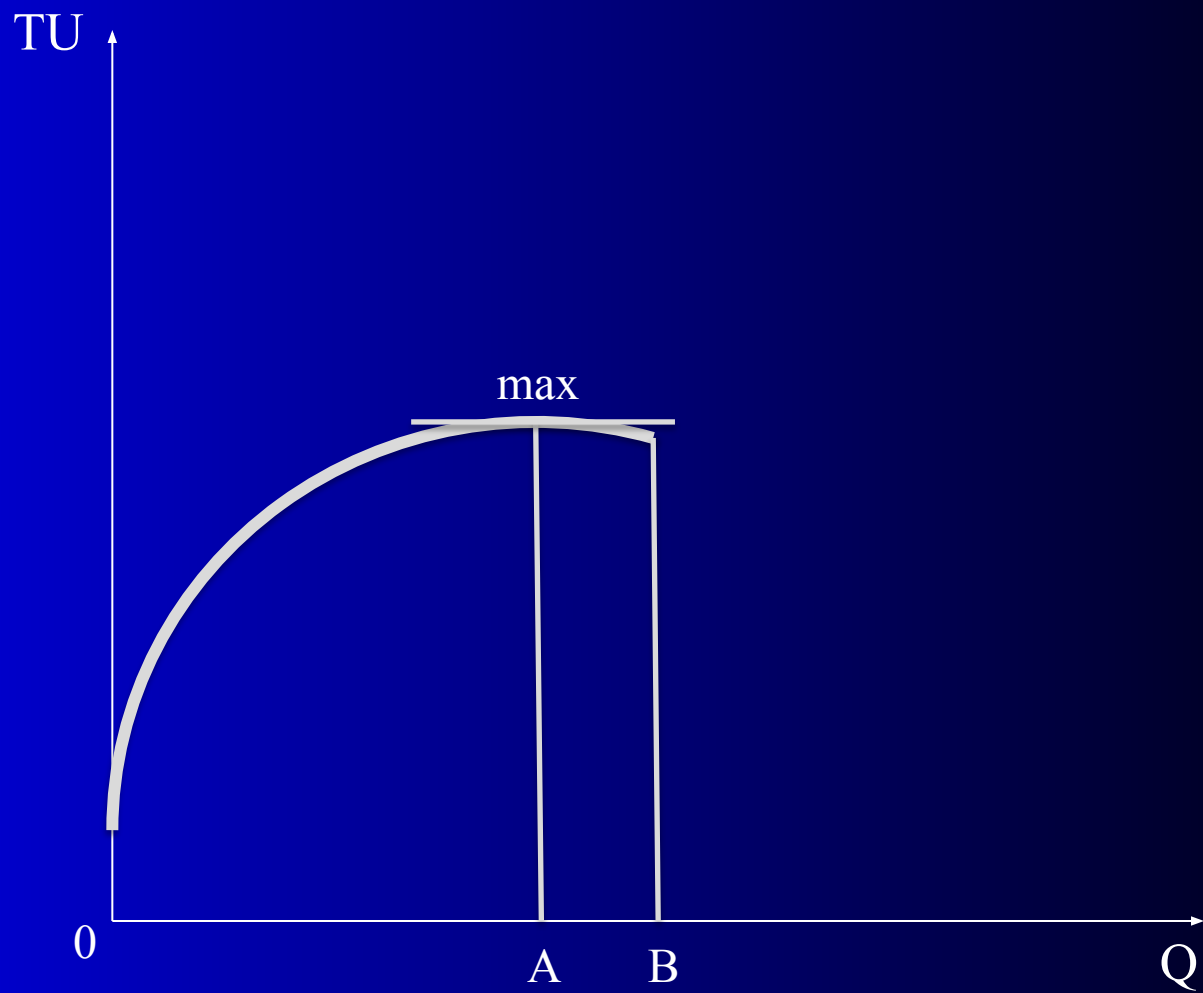
# Кардиналистская (количественная) теория предельной полезности

# Теория ординалистской (порядковой) полезности

# **4.2. Кардинализм: предельная полезность благ и потребительское равновесие**

**Полезность блага – это  
способность экономического  
блага удовлетворять одну  
или нескольких  
потребностей человека**

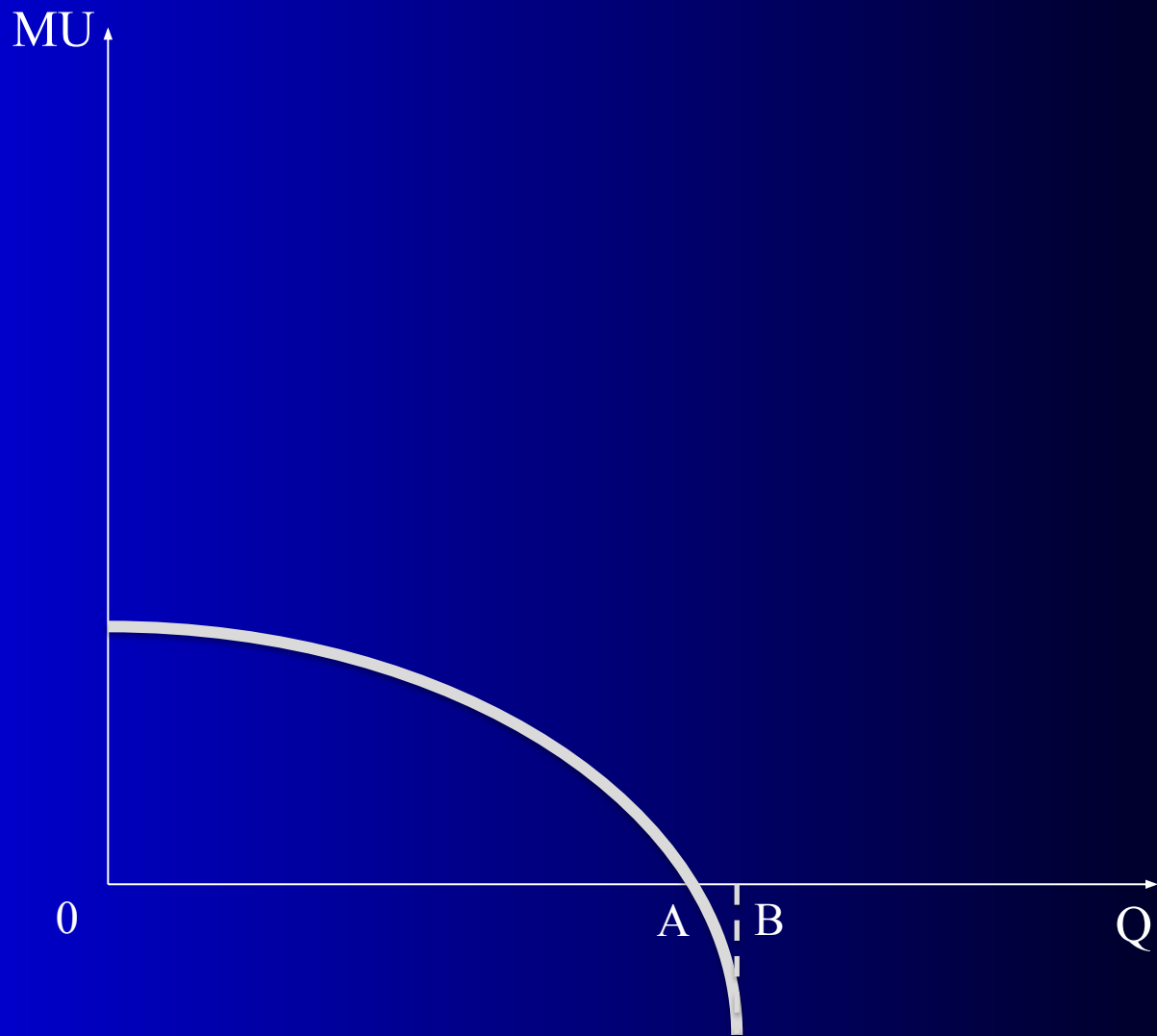
# Общая полезность



**Рис. 4.1а. Общая полезность**

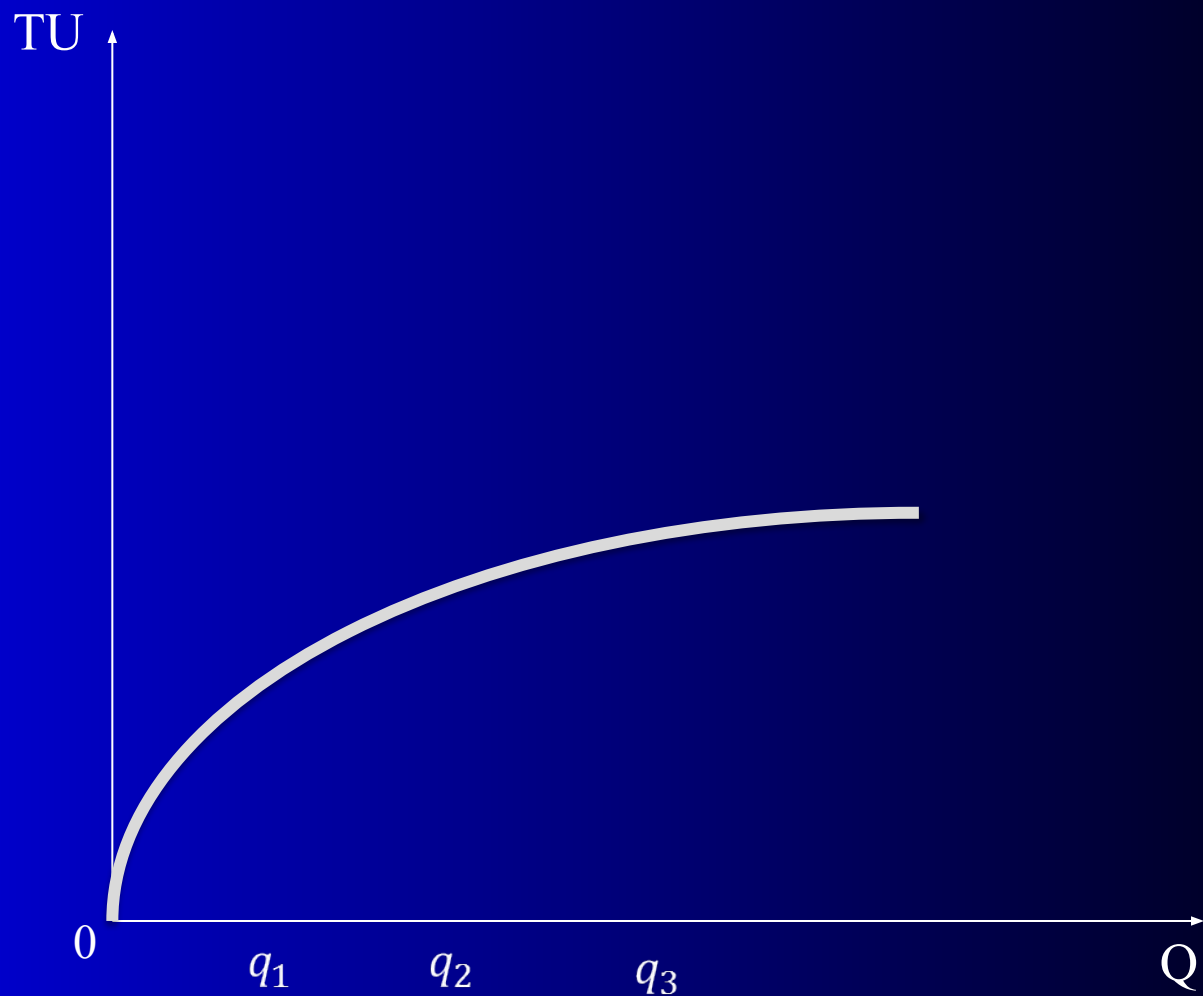


# Предельная полезность



**Рис. 4.16. Предельная полезность**

# Функция полезности



**Рис. 4.2. Зависимость общей полезности блага от его количества**

**Функция полезности —  
функция, показывающая  
убывание предельной  
полезности блага с ростом  
его количества:**

$$MU = \frac{d(TU)}{dQ} \quad (4.1)$$

# Парадокс воды и алмаза

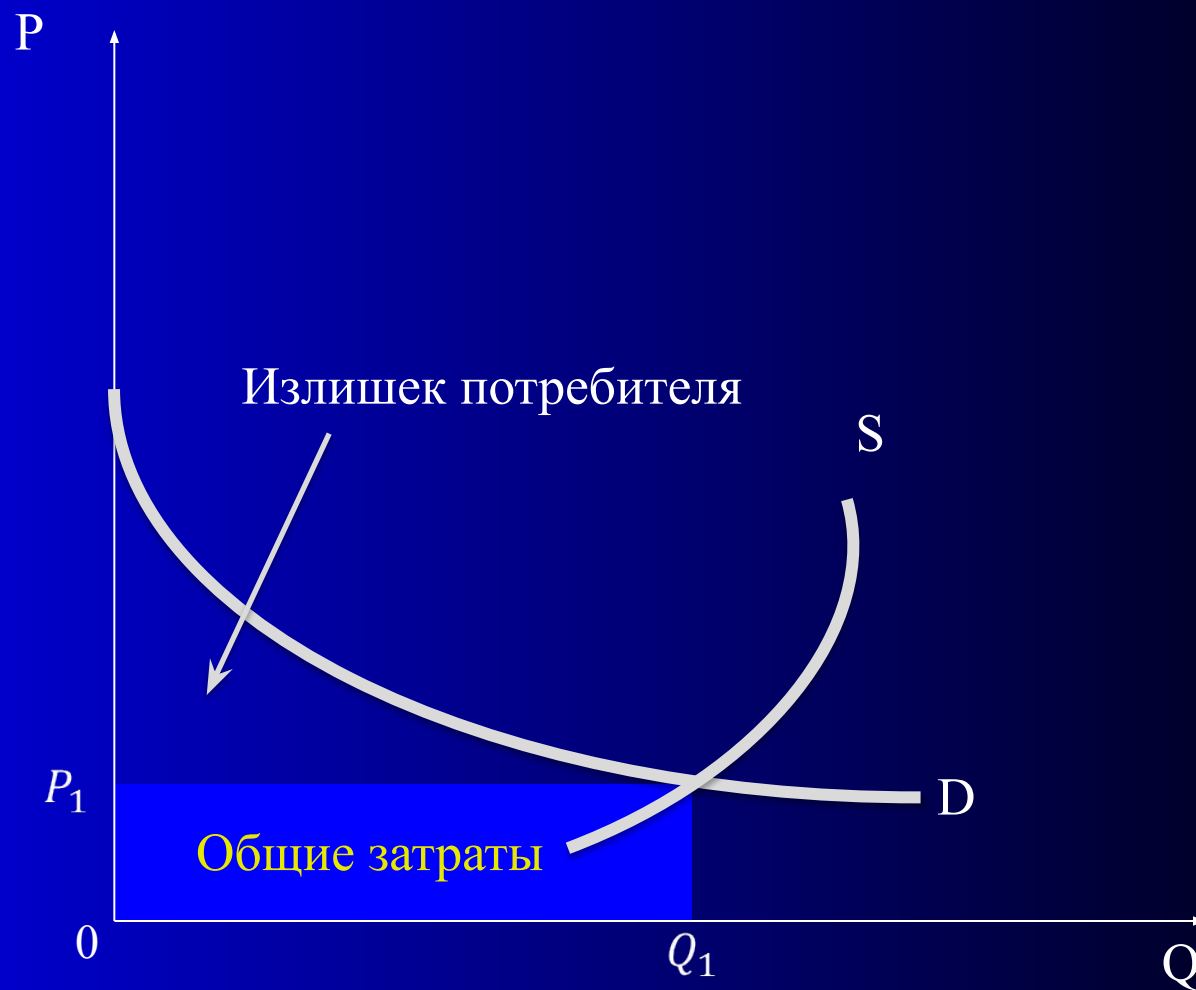
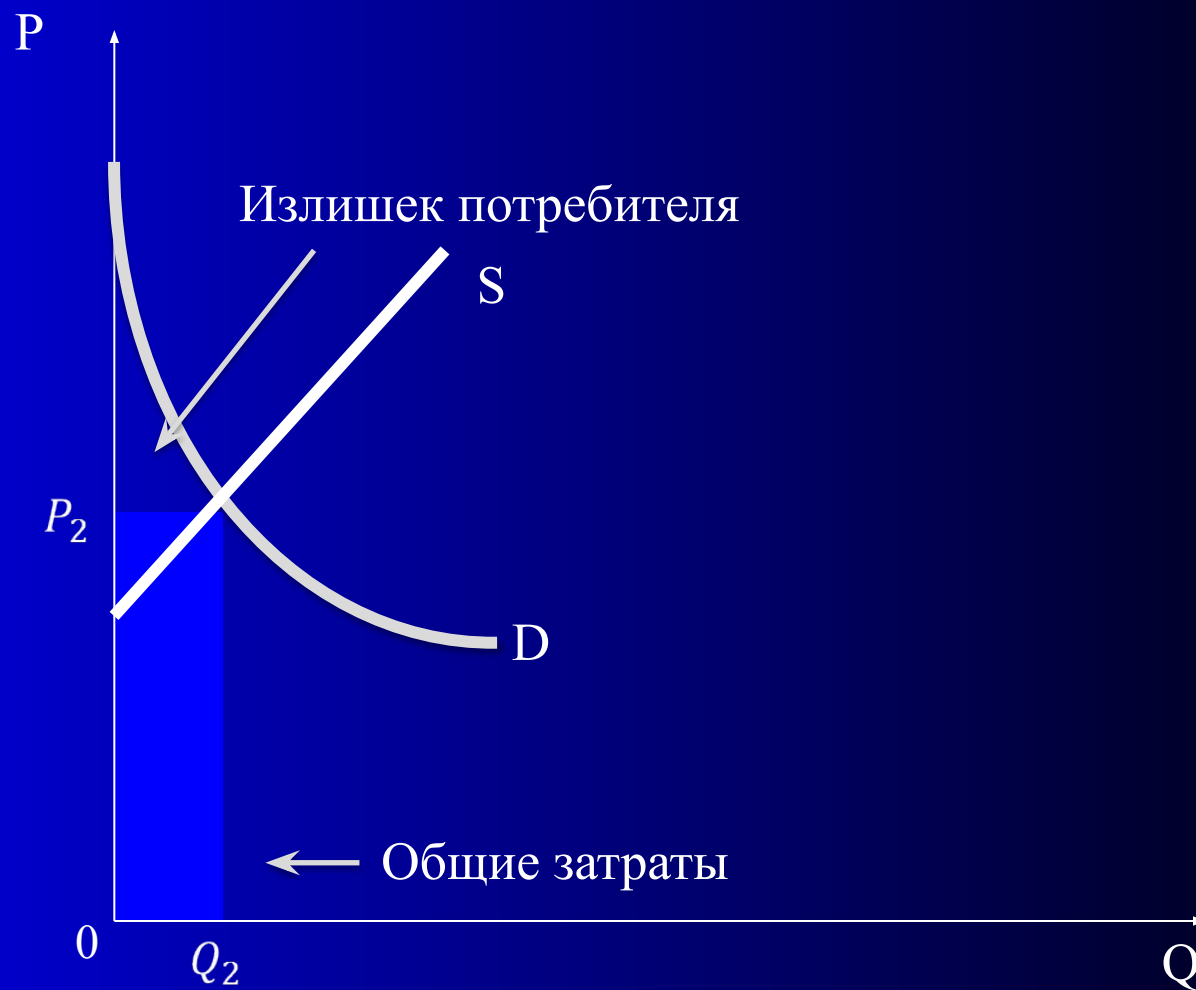


Рис. 4.3а. Парадокс воды



**Рис. 4.3б. Парадокс алмаза**



# Условия равновесия потребителя

Таблица 4.1  
**Предельная полезность  
и цена благ**

Блага	Предельная полезность (MU)	Цена, руб. (P)	Взвешенная MU (MU/P)
A	100	10	10
B	80	4	20
C	45	3	15

Таблица 4.2  
**Положение равновесия  
потребителя  
(в кардиналистской теории)**

Блага	Предельная полезность (MU)	Цена, руб. (P)	Взвешенная MU (MU/P)
А	150	10	15
В	60	4	15
С	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, евро, франк и т.д.),  
затраченный на приобретение  
любого блага, приносит  
одинаковую предельную  
полезность**

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}, \quad \text{ТО И}$$

$$\frac{MU_1}{MU_2} = \frac{P_1}{P_2}; \quad \dots; \quad \frac{MU_1}{MU_n} = \frac{P_1}{P_n} \quad \text{И Т.Д.}$$

$$\begin{matrix} \text{MU}_1 : \text{MU}_2 : \dots : \text{MU}_n = \\ \text{P}_1 : \text{P}_2 : \dots : \text{P}_n \end{matrix}$$

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} = \lambda,$$



$$\mu_i = P_i \lambda$$

**Разумный потребительский  
выбор не только  
предполагает сопоставление  
дополнительных выгод (МВ)  
и дополнительных затрат  
(МС), но и равенство между  
ними:  $МВ = МС$**

# Особенности потребительского спроса

# ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС



**Рис. 4—4.** Классификация потребительского спроса  
(по Х. Лейбенштайну)

**Функциональным спросом является такая часть спроса, которая обусловлена потребительскими свойствами, присущими самому экономическому благу (товару или услуге).**

**Нефункциональным спросом  
является такая часть спроса,  
которая обусловлена такими  
факторами, которые  
непосредственно не связаны  
с присущими  
экономическому благу  
качествами**

# 1. Эффект присоединения к большинству (bandwagon effect)

## 2. Эффект сноба (snob effect)



# 3. Эффект Веблена (Veblen effect)

**Спекулятивный спрос  
возникает в обществе с  
высокими инфляционными  
ожиданиями, когда опасность  
повышения цен в будущем  
стимулирует дополнительное  
потребление (покупку) товаров  
в настоящем**

**Нерациональный спрос  
— это незапланированный  
спрос, возникший под  
влиянием сиюминутного  
желания, внезапного  
изменения настроения,  
прихоти или каприза**

## 4.3. Ординализм: категории потребительских предпочтений

**В современной теории потребительского выбора предполагается, что:**

- 1) денежный доход потребителя ограничен;**
- 2) цены не зависят от количеств благ, покупаемых отдельными домохозяйствами;**
- 3) все покупатели прекрасно представляют предельную полезность всех продуктов;**
- 4) потребители стремятся максимизировать совокупную полезность**

# Основные постулаты в теории поведения потребителя

# 1. Множественность видов потребления.

## 2. Ненасыщаемость.



# 3. Транзитивность.

# 4. Субституция.

# 5. Убывающая предельная полезность.

# Ранг вместо абсолютной величины потребности

# Кривая безразличия

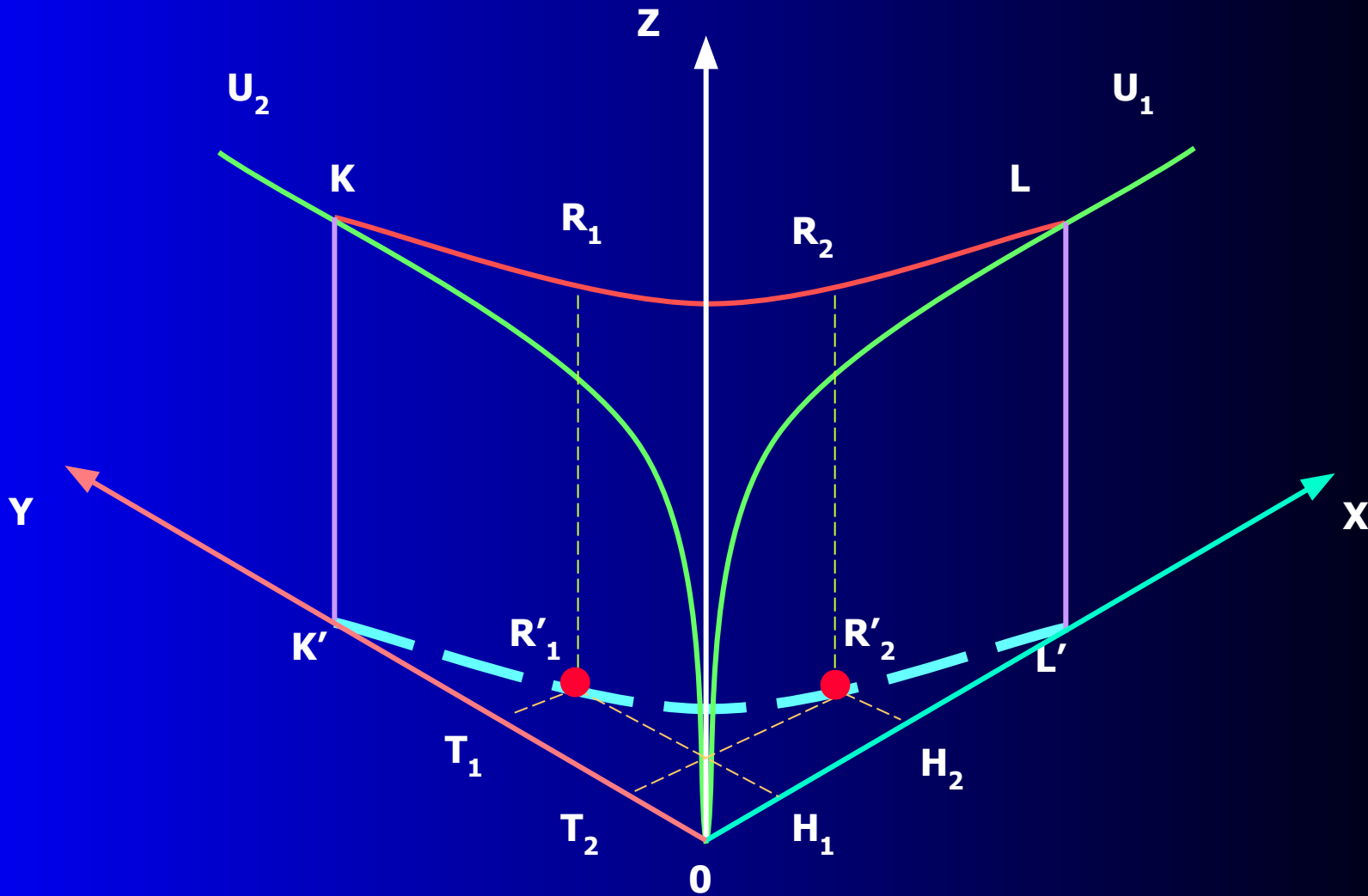
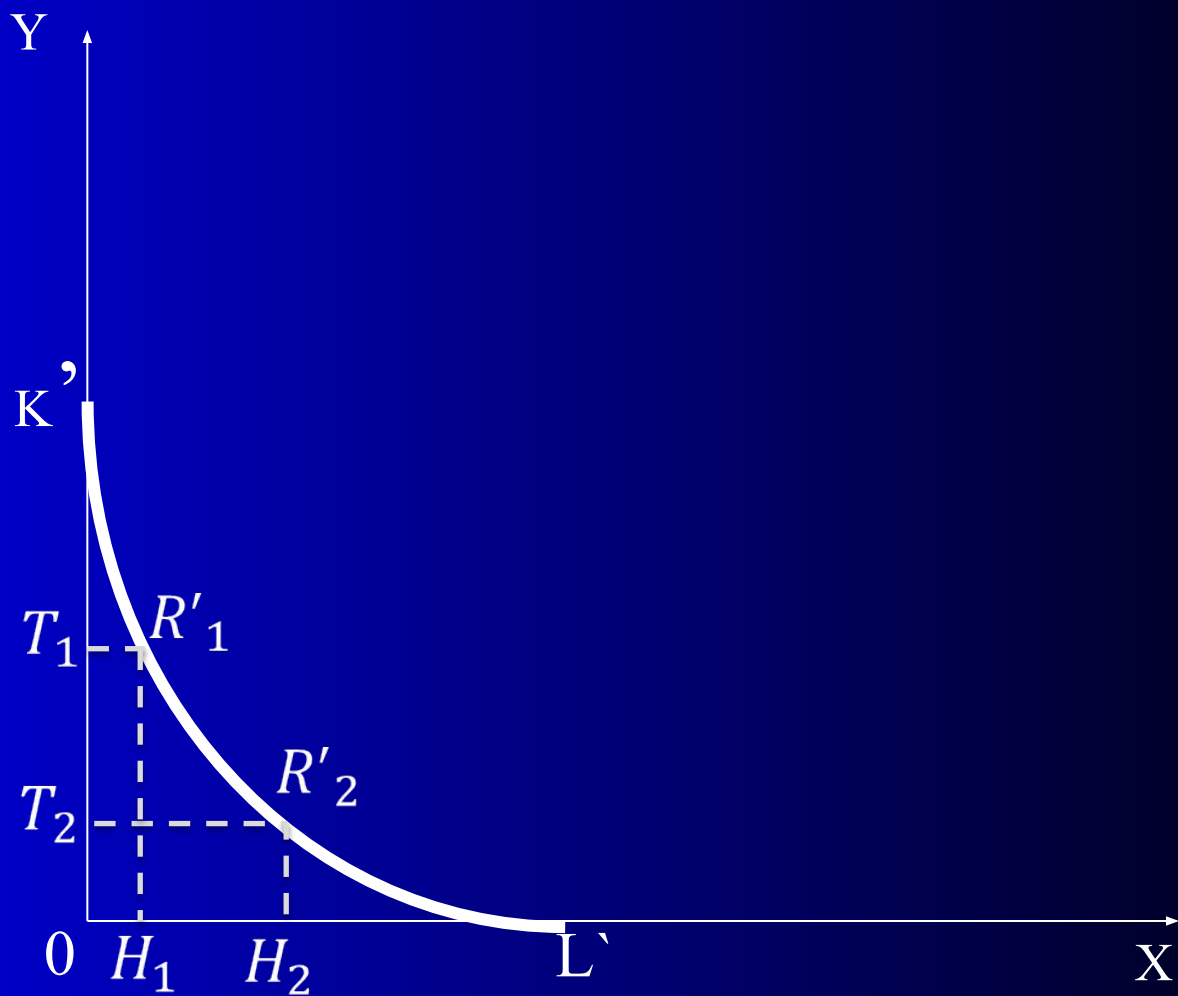


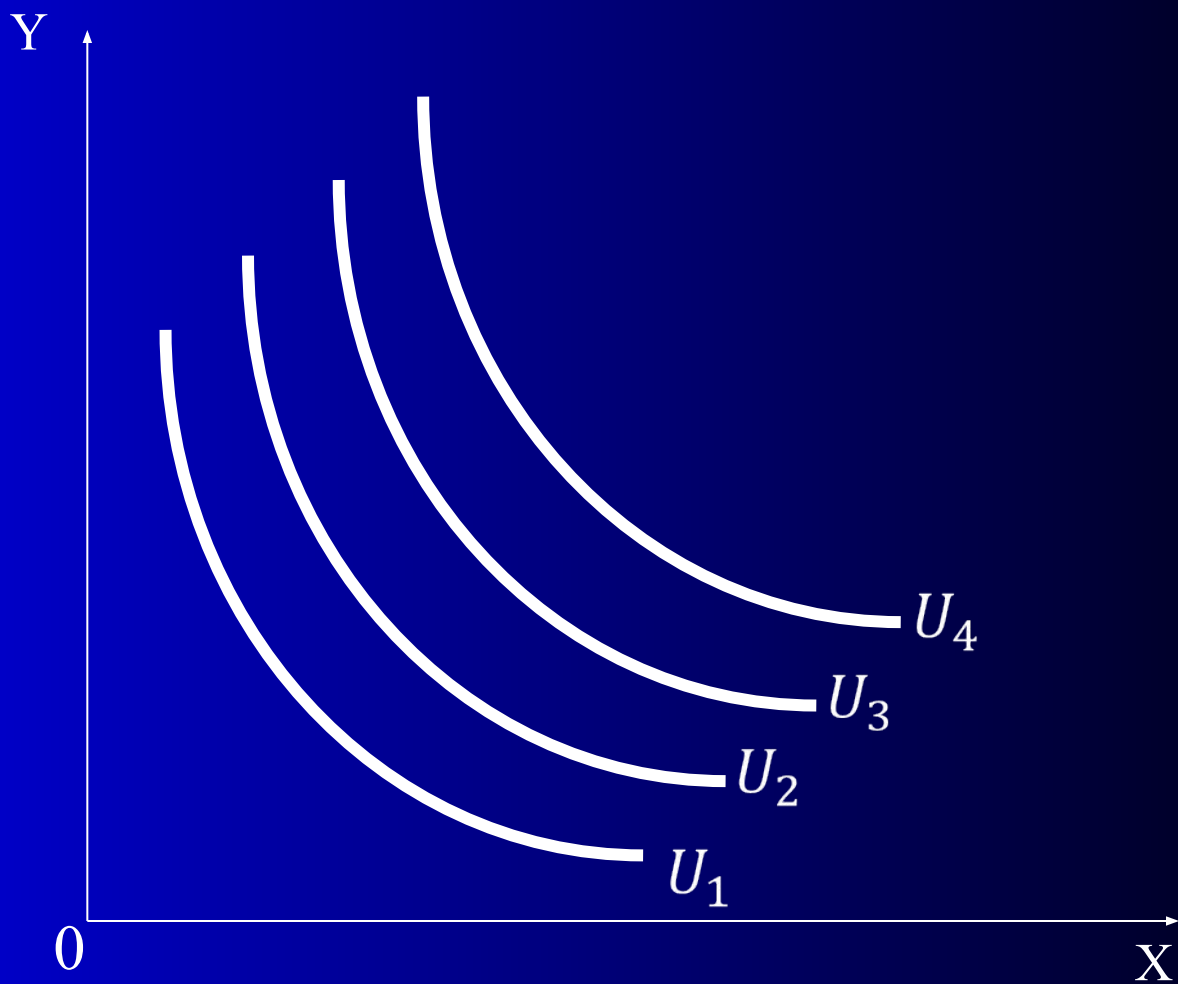
Рис. 4.5. Кривая безразличия в трехмерном пространстве

**Кривая безразличия  
(indifference curve) показывает  
различные комбинации  
двух экономических благ,  
имеющих одинаковую  
полезность для потребителя**



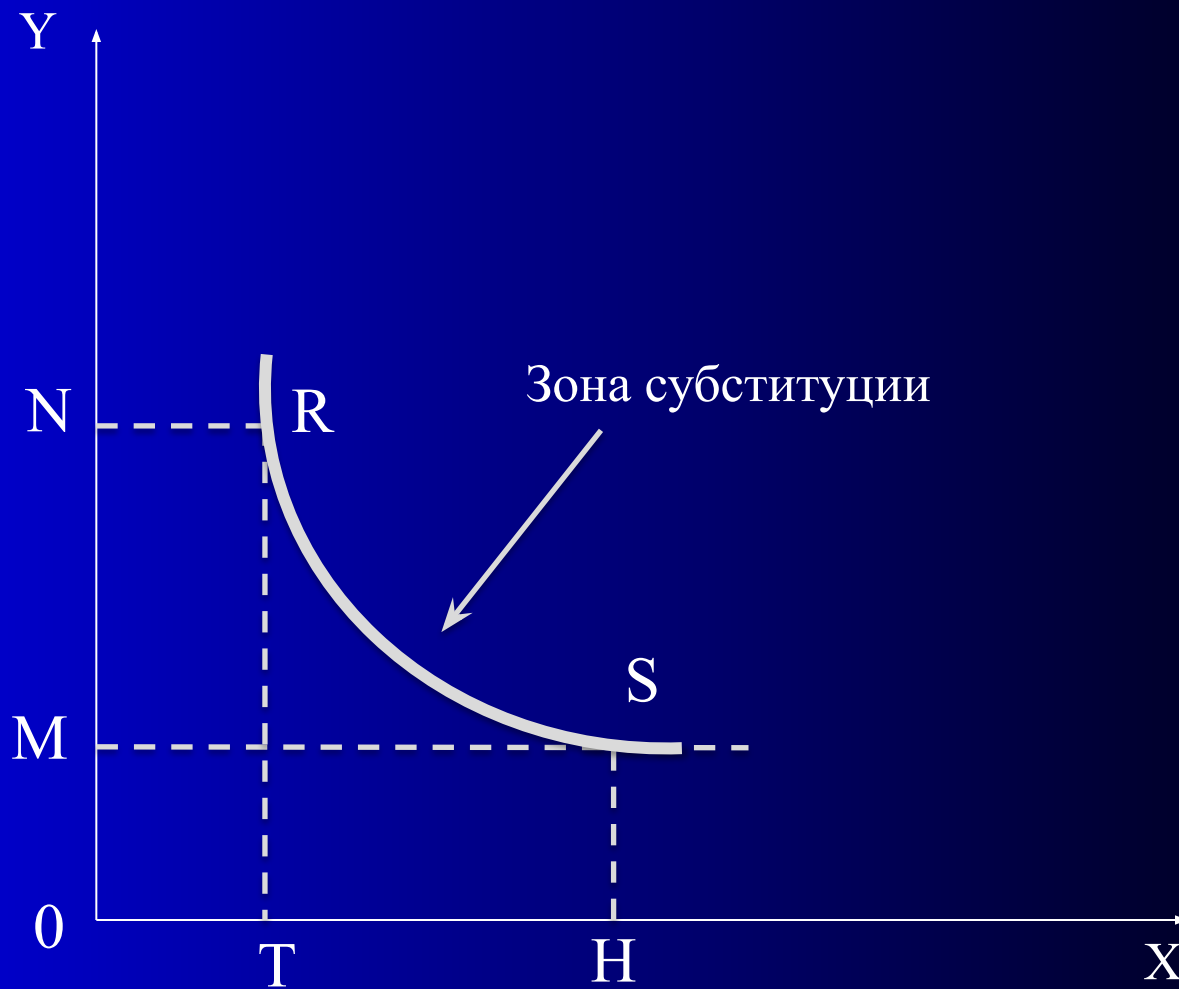
**Рис. 4.6. Кривая безразличия в двухмерном пространстве**





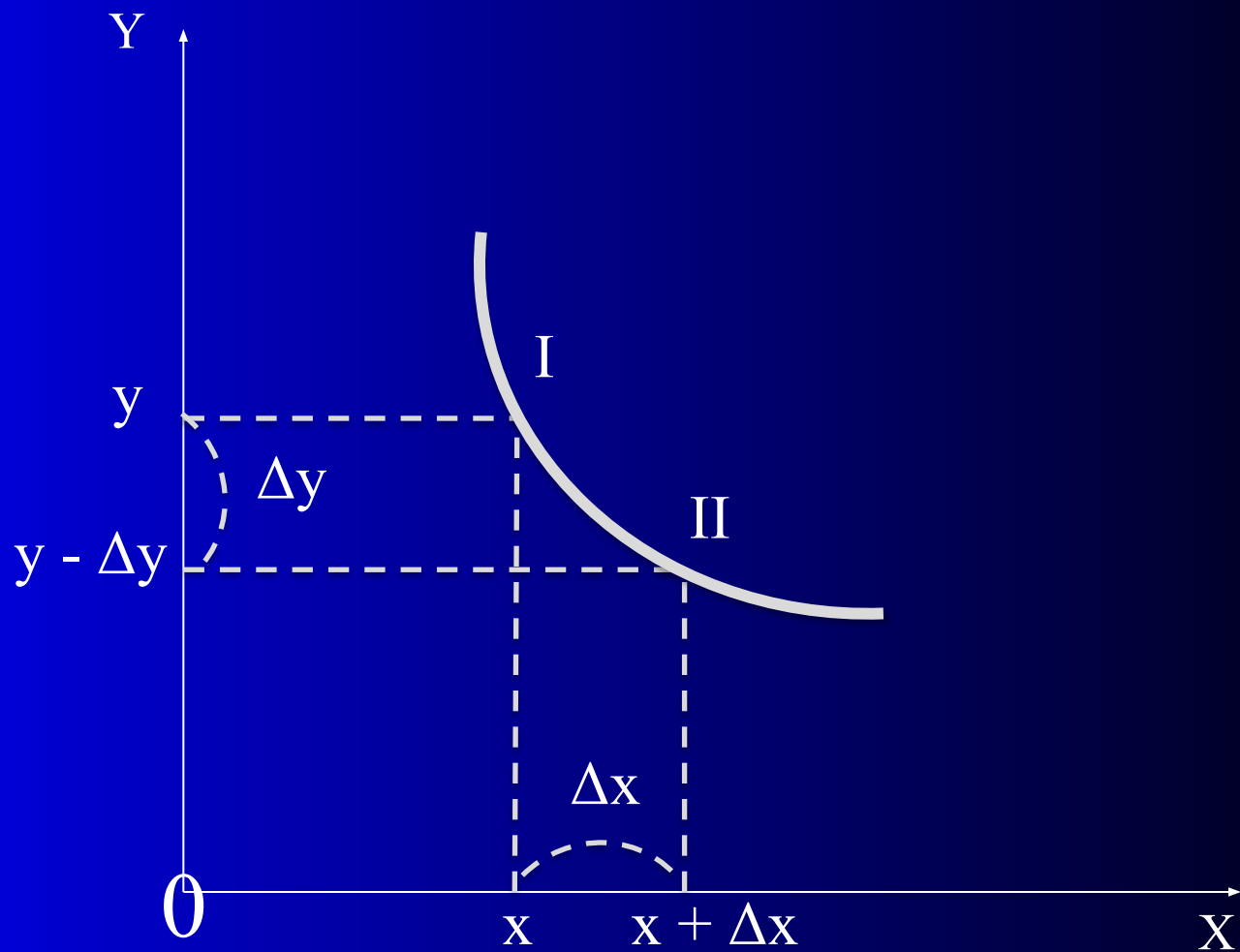
**Рис. 4.7. Карта кривых безразличия**

**Зона замещения  
(субституции) - участок  
кривой безразличия,  
в котором возможна  
эффективная замена  
одного блага другим**



**Рис. 4.8. Зона замещение (субституции)**

**Предельная норма замещения (marginal rate of substitution – MRS) — количество, на которое потребление одного из двух благ должно быть увеличено (или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу**



**Рис. 4.9. Предельная норма субституции**

$$\mathbf{MRS}_{xy} = \frac{-\Delta y}{\Delta x}, \quad (4.5)$$

$$\mathbf{MRS}_{xy} = - \frac{dy}{dx} \quad (4.6)$$

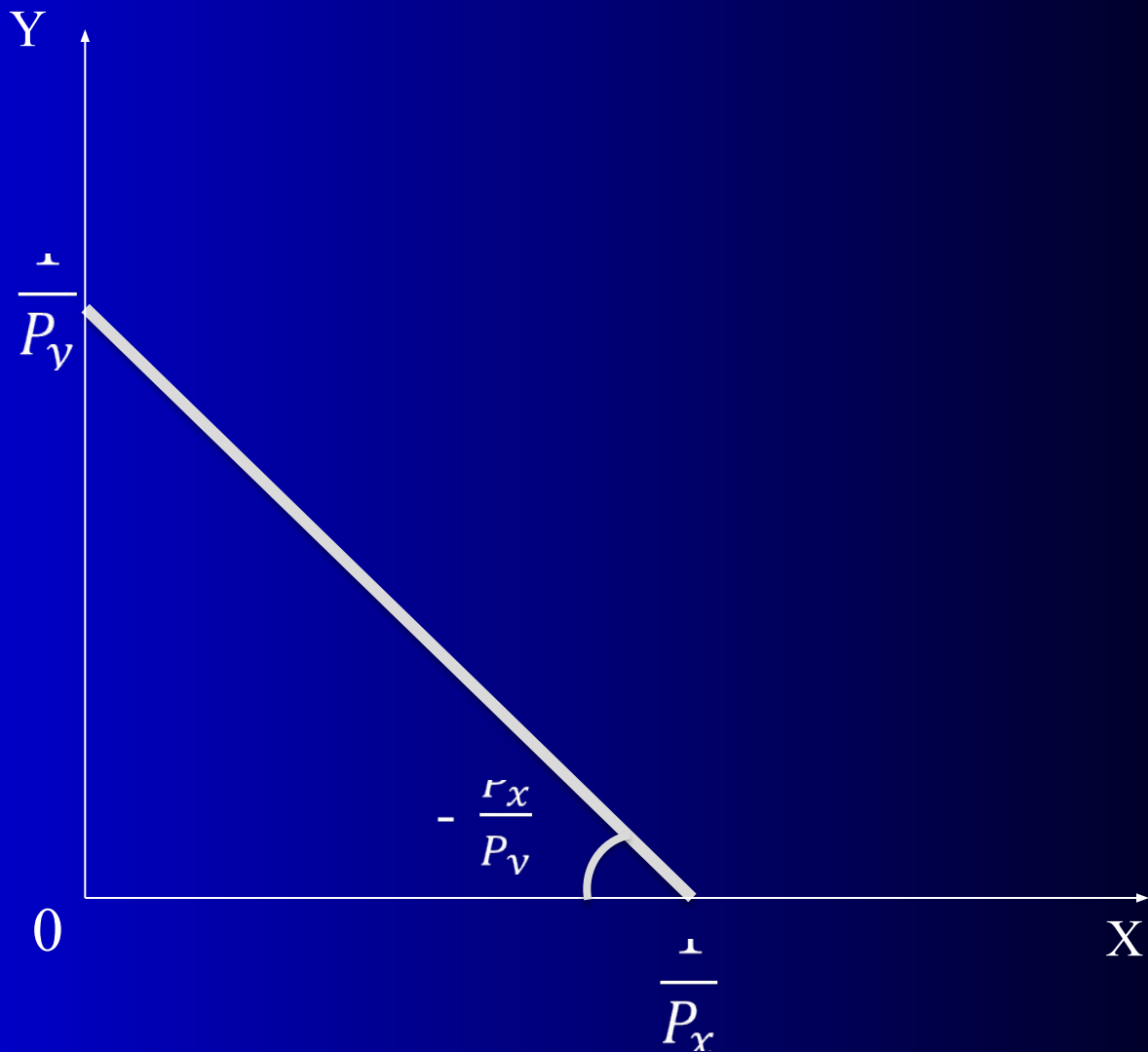
# Бюджетные возможности и бюджетная линия

# Бюджетное ограничение (линия цен, прямая расходов — budget constraint)



$$I = P_x X + P_y Y$$

$$Y = \frac{I}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} X \quad (4.7)$$

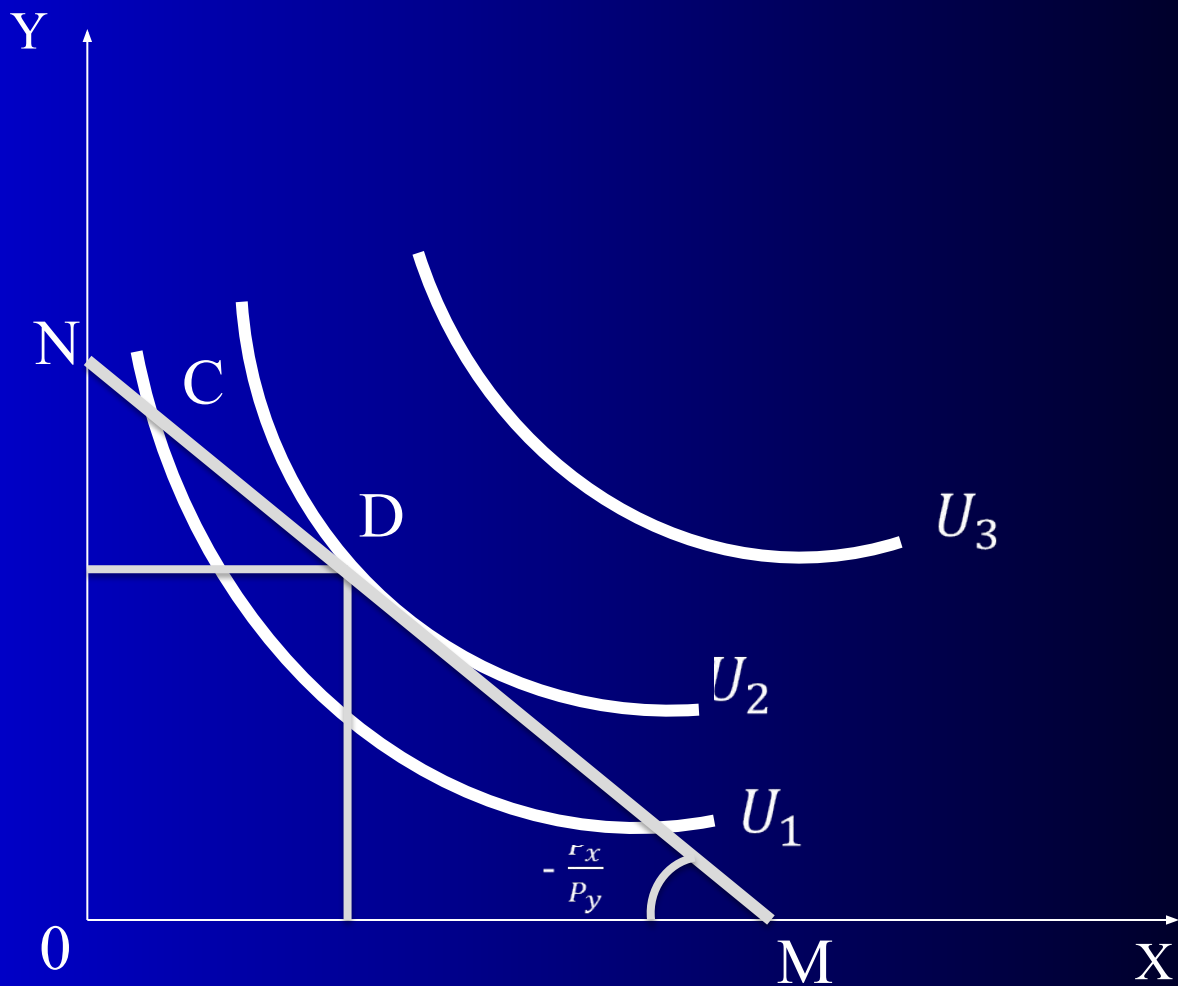


**Рис. 4.10. Бюджетное ограничение**

# Смещение бюджетной линии

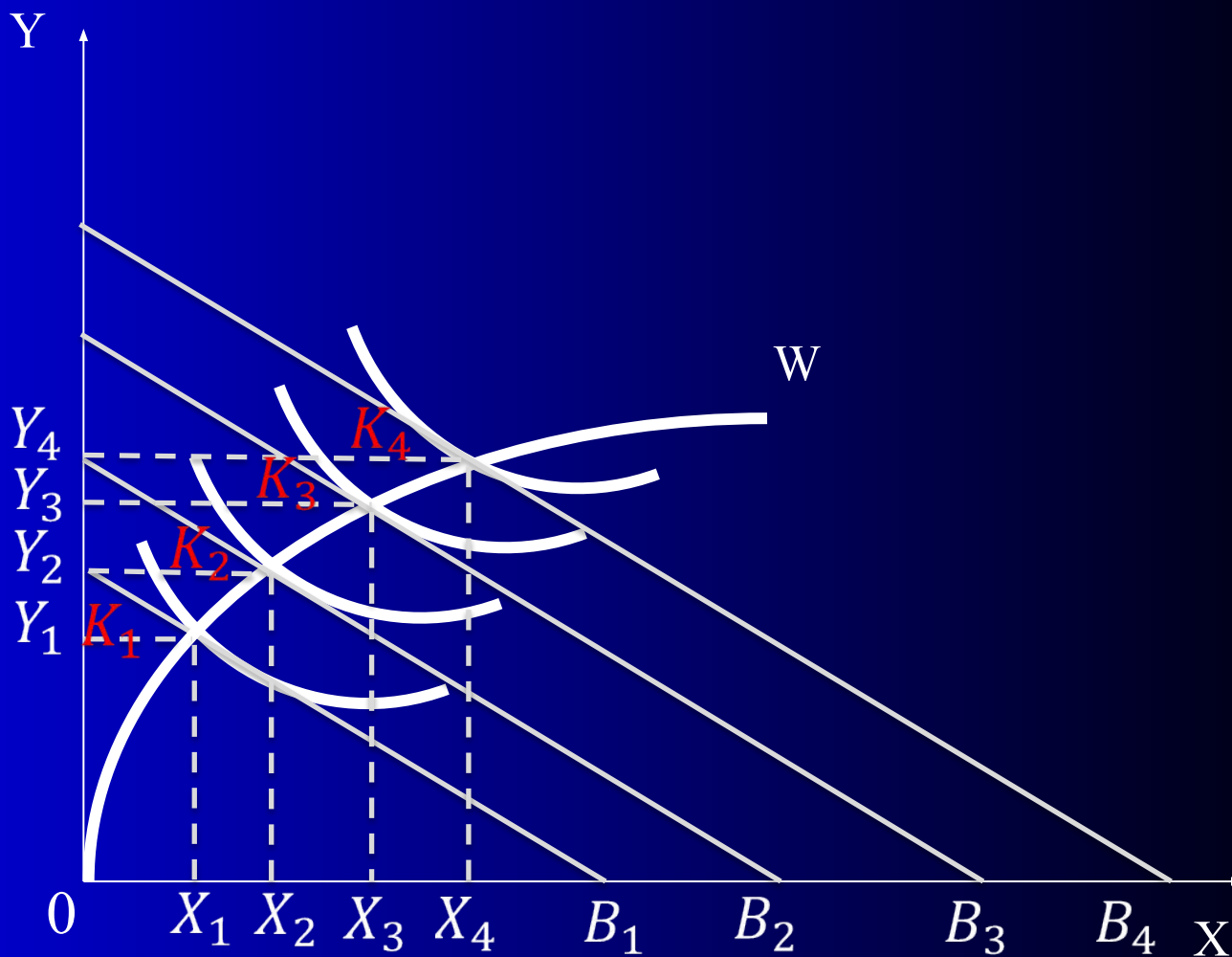
# 4.4. Статическое и динамическое равновесие потребителя

# Равновесие потребителя



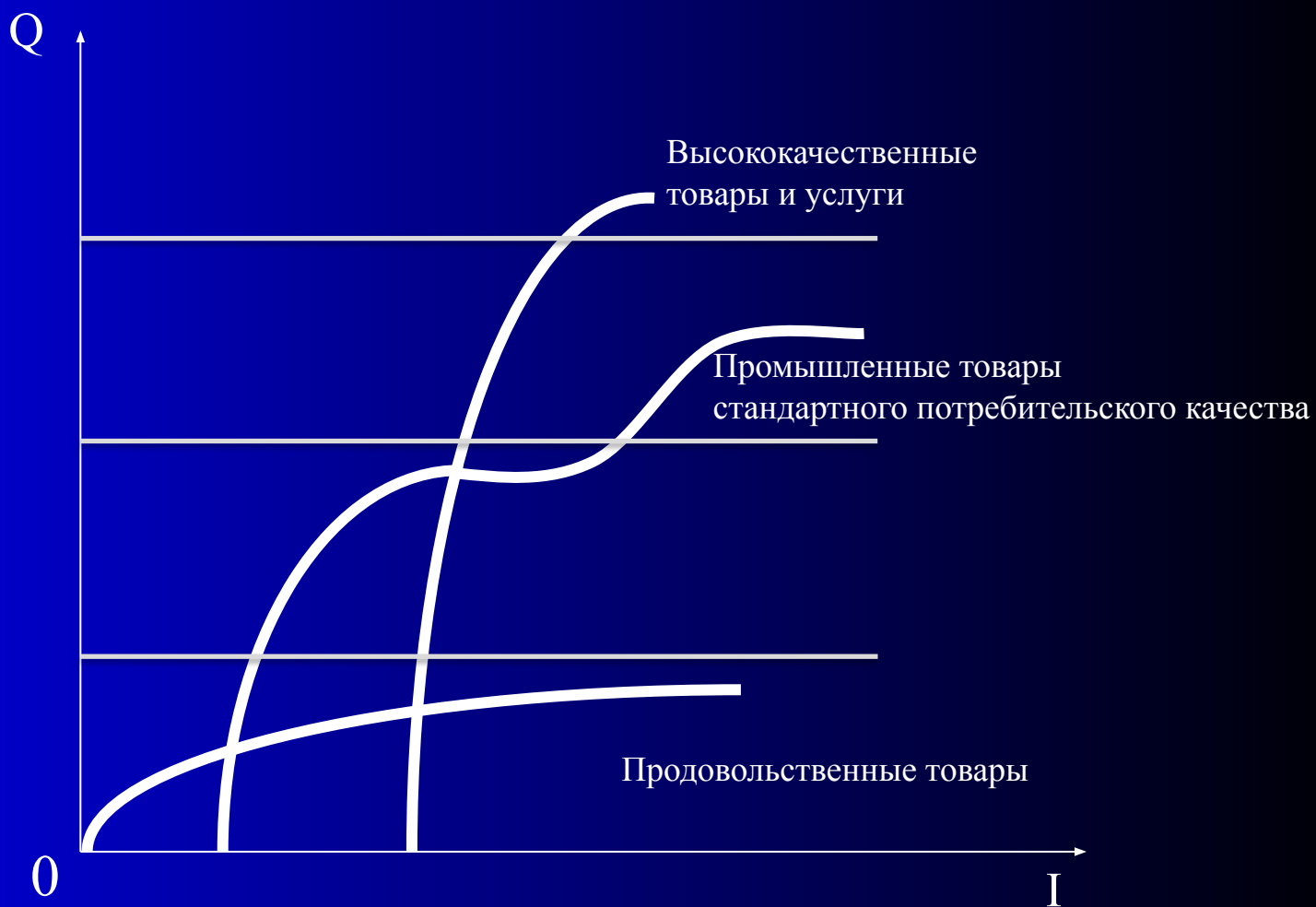
**Рис. 4.11. Положение равновесия потребителя  
(в ординалистской теории полезности)**

# Кривая «доход – потребление»



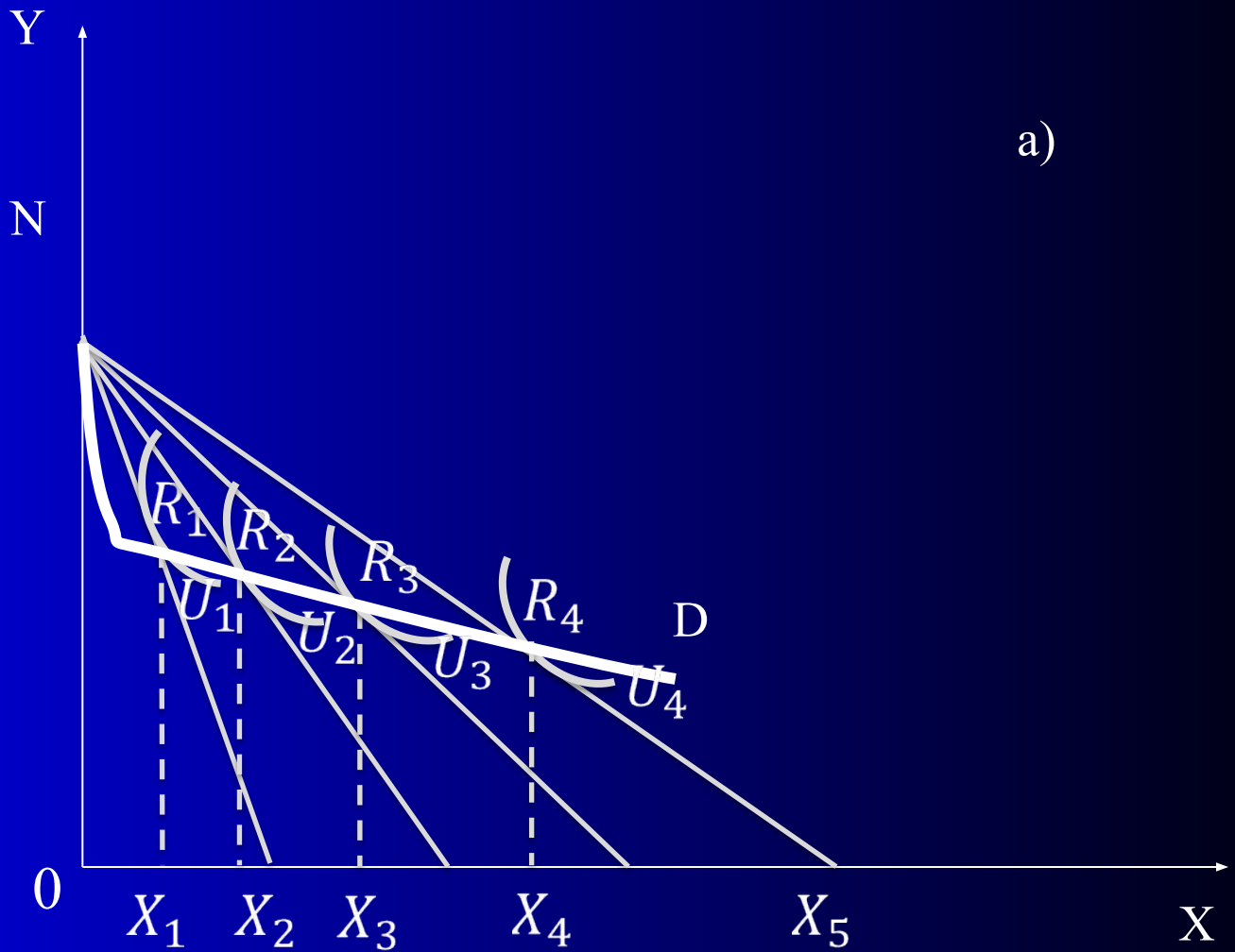
**Рис. 4.12. Кривая «доход – потребление»  
(уровня жизни)**





**Рис. 4.13. Кривые Энгеля в интерпретации Торнквиста**

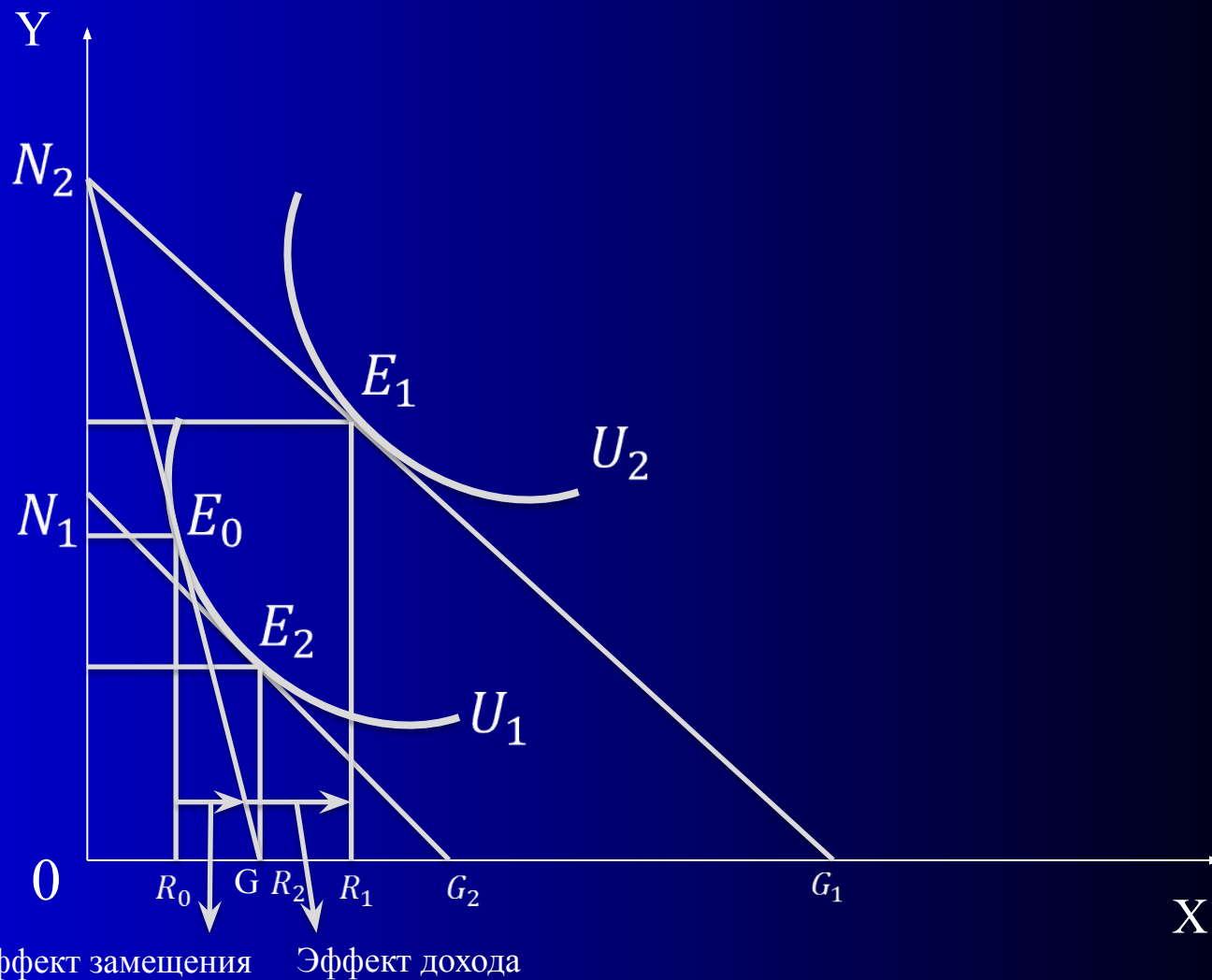
# Кривая «цена – потребление»



a)

Рис. 4.14. Кривая «цена – потребление»

# Эффект дохода и эффект замещения



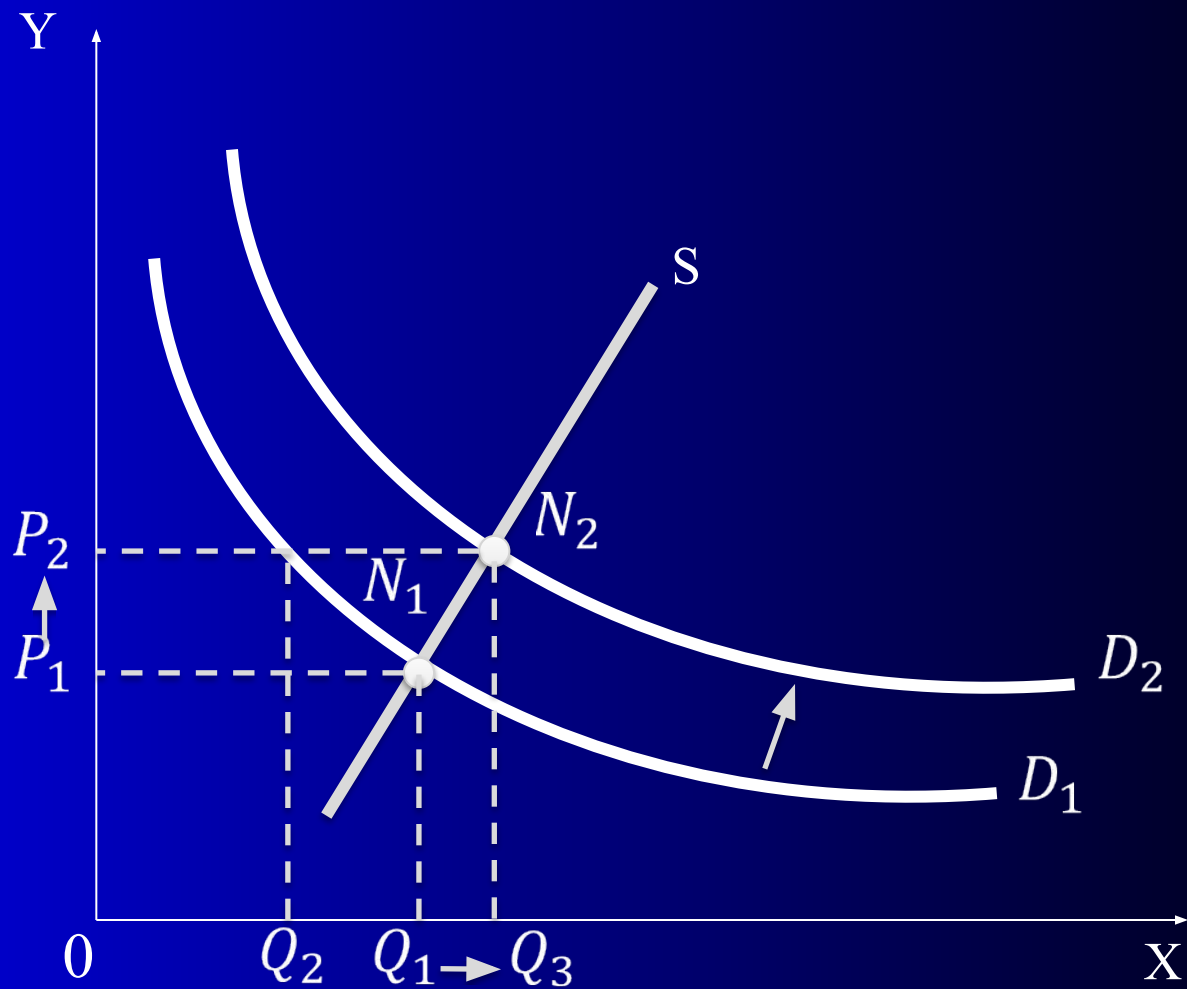
**Рис. 4.15. Эффект дохода для нормальных благ (при понижении цены  $P_x$ )**

**Эффект дохода**  
(income effect) — это  
**воздействие, оказываемое на**  
**спрос потребителя за счёт**  
**изменения реального**  
**дохода, вызванного**  
**изменением цены блага без**  
**учёта эффекта замещения**

**Эффект замещения**  
(substitution effect) — изменение структуры потребительского спроса (соотношения средств, выделяемых на покупку разных товаров) в результате изменения цены одного из товаров, входящих в потребительский набор без учёта эффекта дохода

# Малоценные блага. Парадокс Гиффена



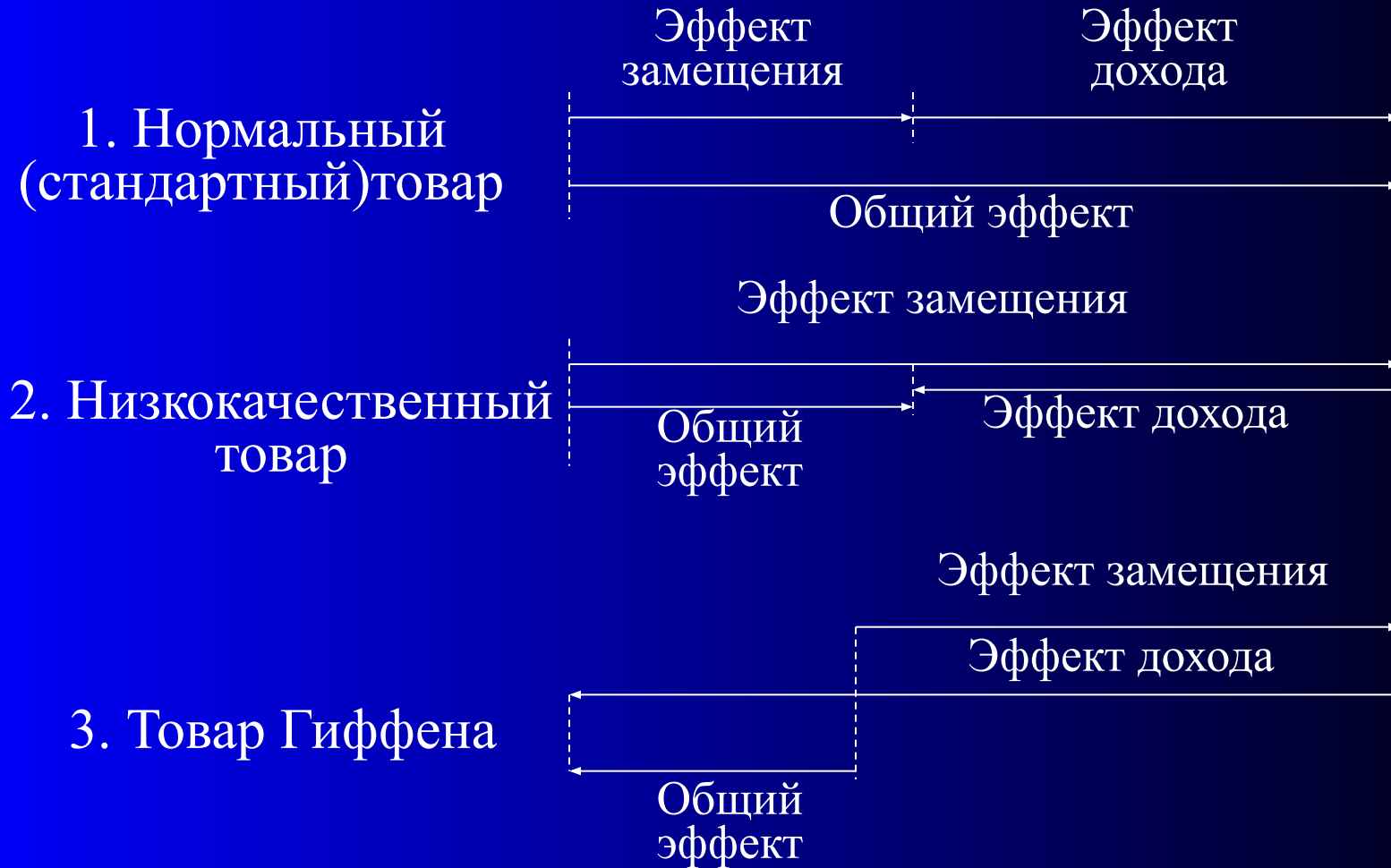


**Рис. 4-16. Парадокс Гиффена**

**Малоценный или  
низкокачественный товар  
(inferior good) –  
благо, спрос на которое  
растет при росте цен  
и падает при их снижении**

## Таблица 4.3.

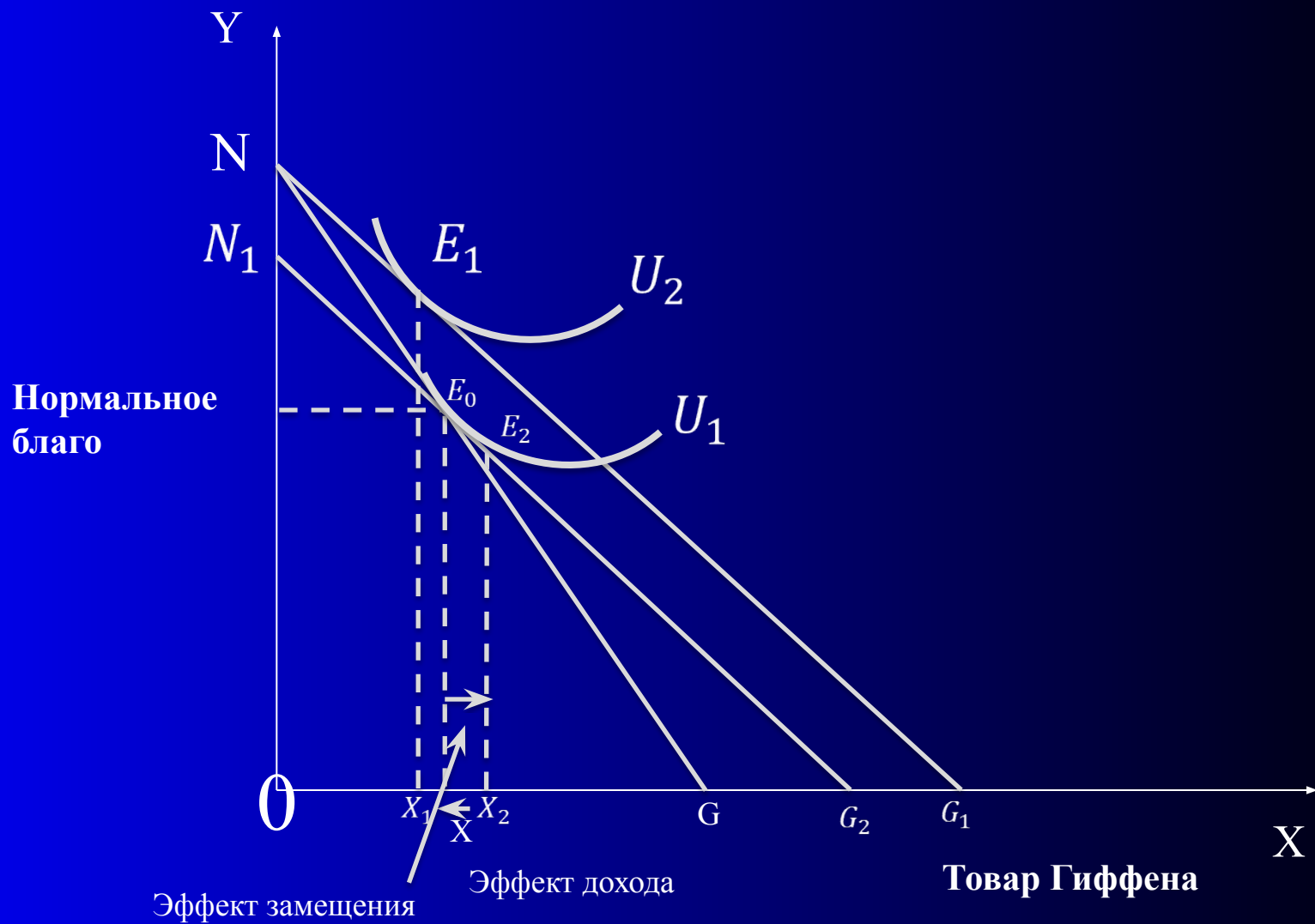
Эффект дохода и эффект замещения  
(субституции) при снижении цены товара X ( $P_x \downarrow$ )



# Товар Гиффена

(Giffen good) –

это товар, занимающий большое место в бюджете малоимущих потребителей, спрос на который при прочих равных условиях изменяется в том же направлении, что и цена, поскольку эффект дохода превышает эффект замещения



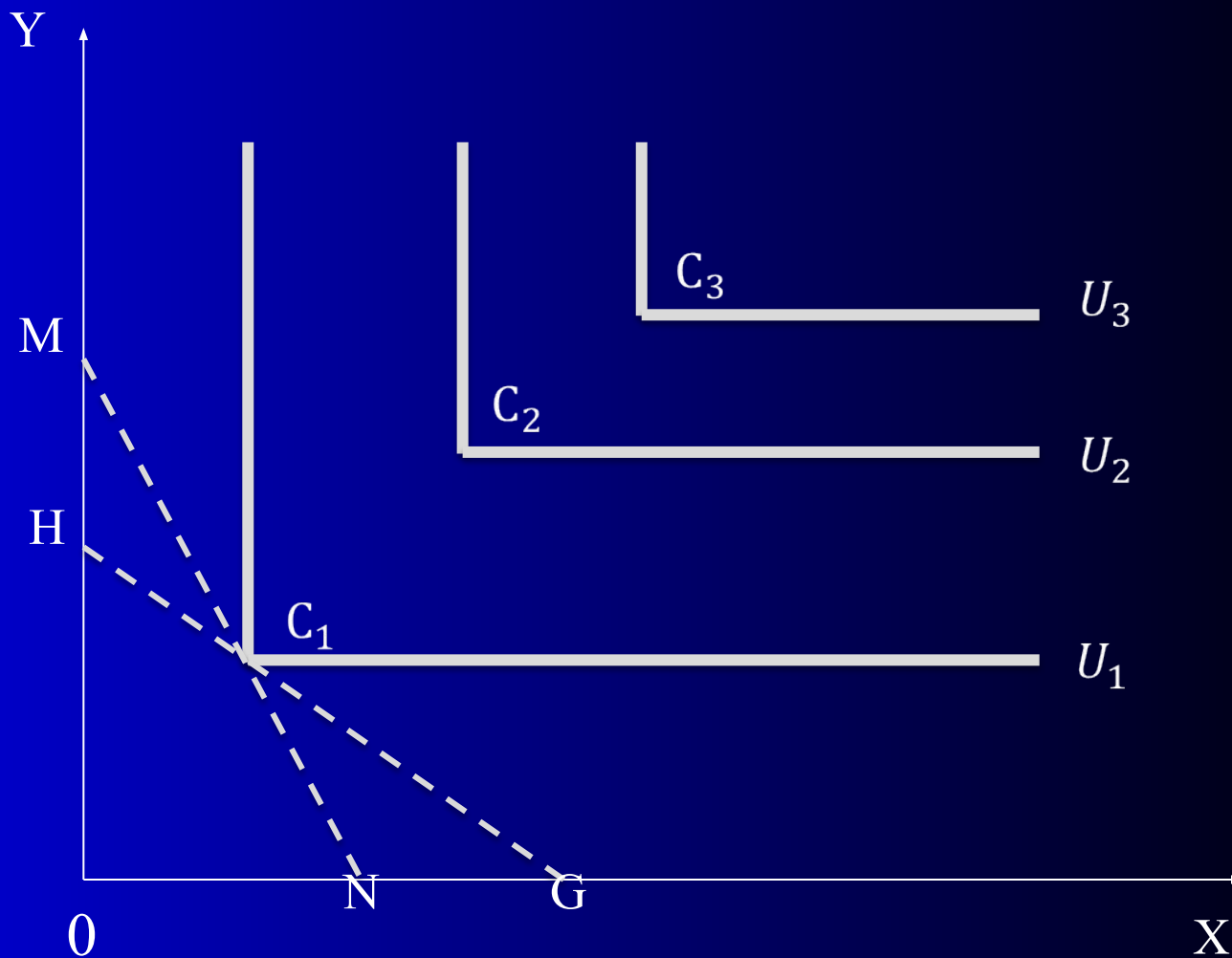
**Рис. 4-17. Эффект дохода для товаров Гиффена**

# **4.5. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость товаров и услуг**

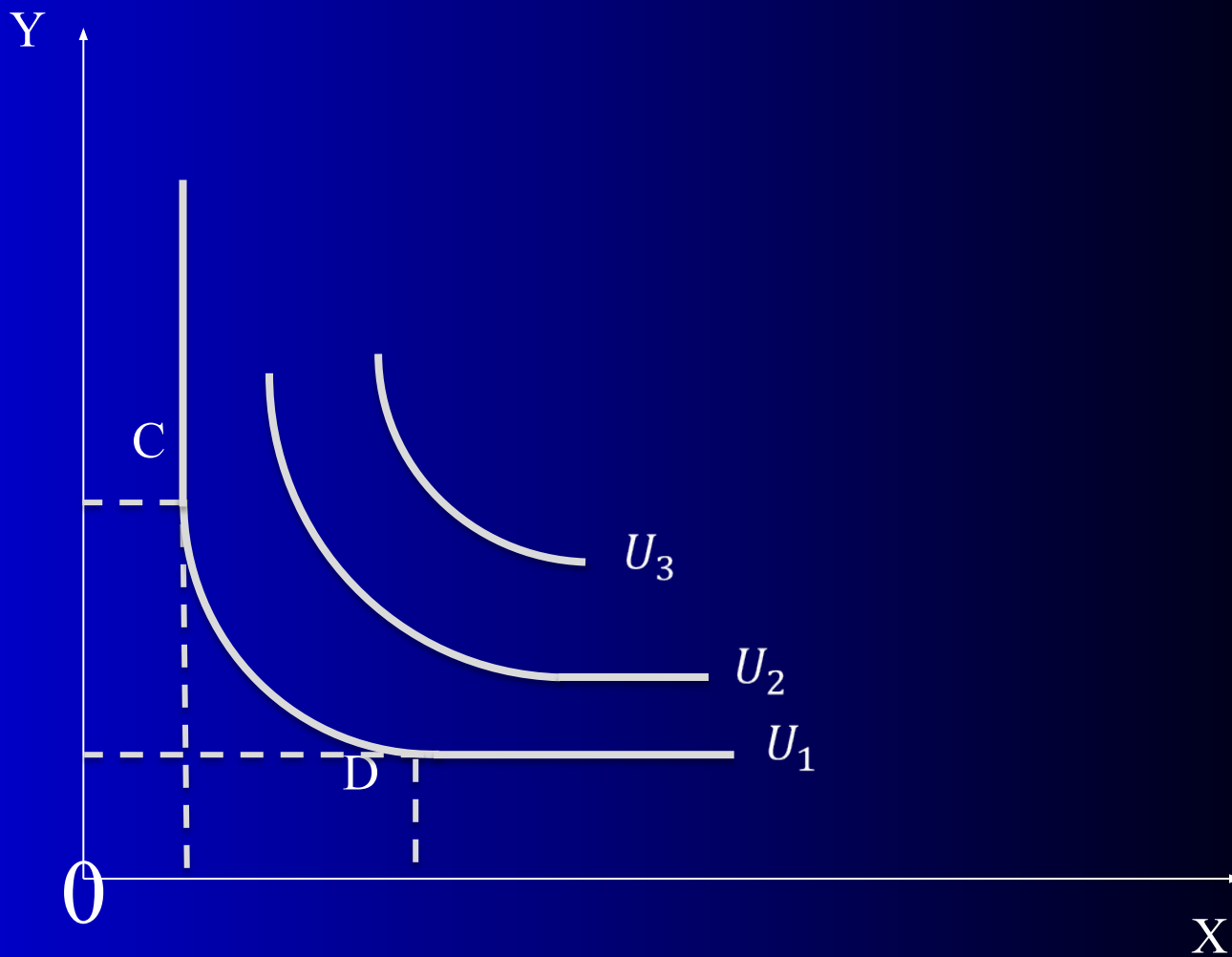
**Свойство товаров или услуг  
удовлетворять потребности  
(личные или  
производственные) лишь  
в комплексе друг с другом  
называется  
взаимодополняемостью  
благ**

**Взаимодополняемые блага  
называются  
комплементарными  
товарами  
(complementary good)**





**Рис. 4-18. Абсолютная (жесткая) взаимодополняемость**



**Рис. 4-19. Относительная взаимодополняемость**

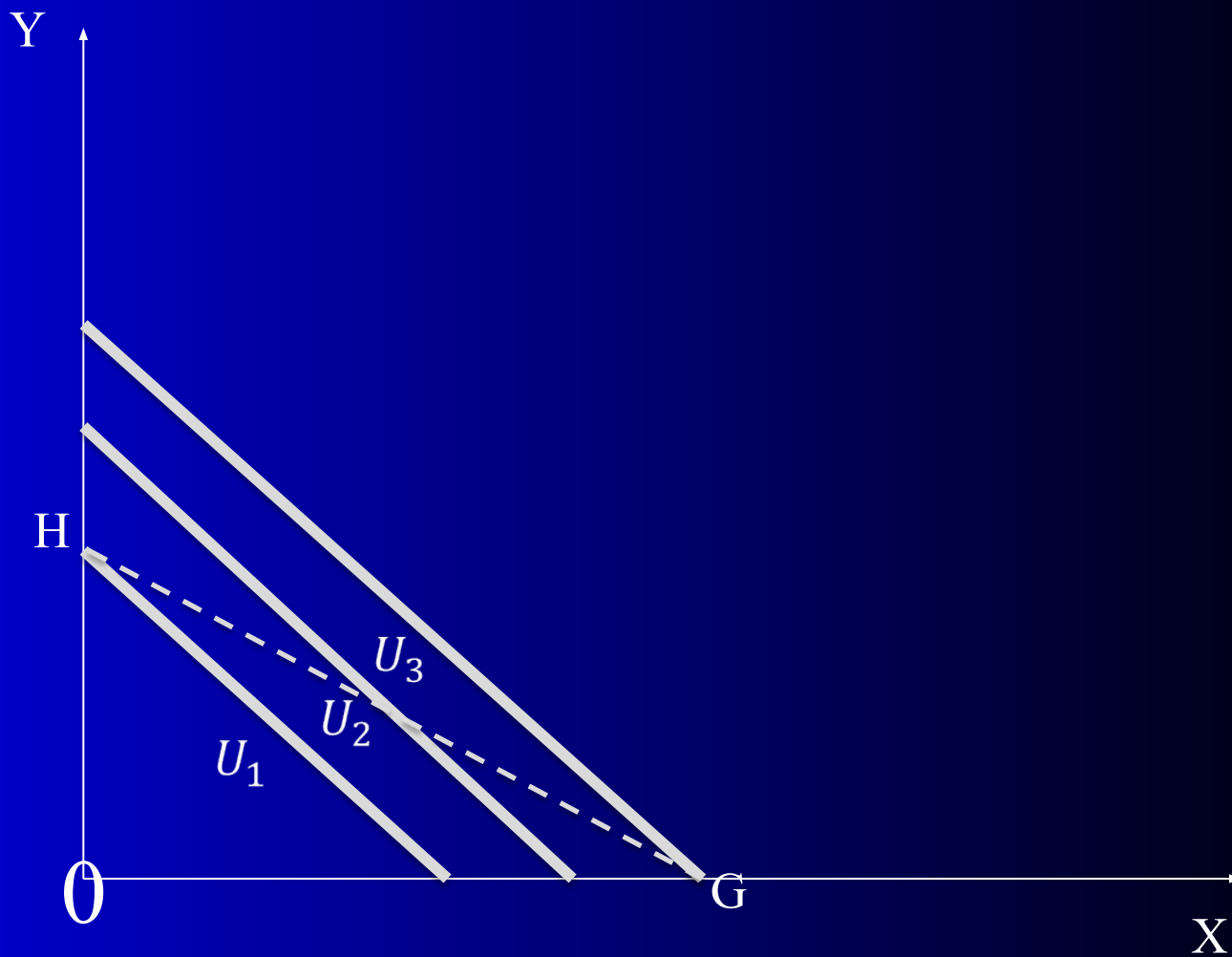
**Если два продукта  
взаимодополняемы, между  
ценой на один из них  
и спросом на другой  
существует обратная связь**

Коэффициент  
перекрестной эластичности  
 $E_{xy}^D$ , показывает эластичность  
спроса на одно благо  
относительно цен на другое  
благо:

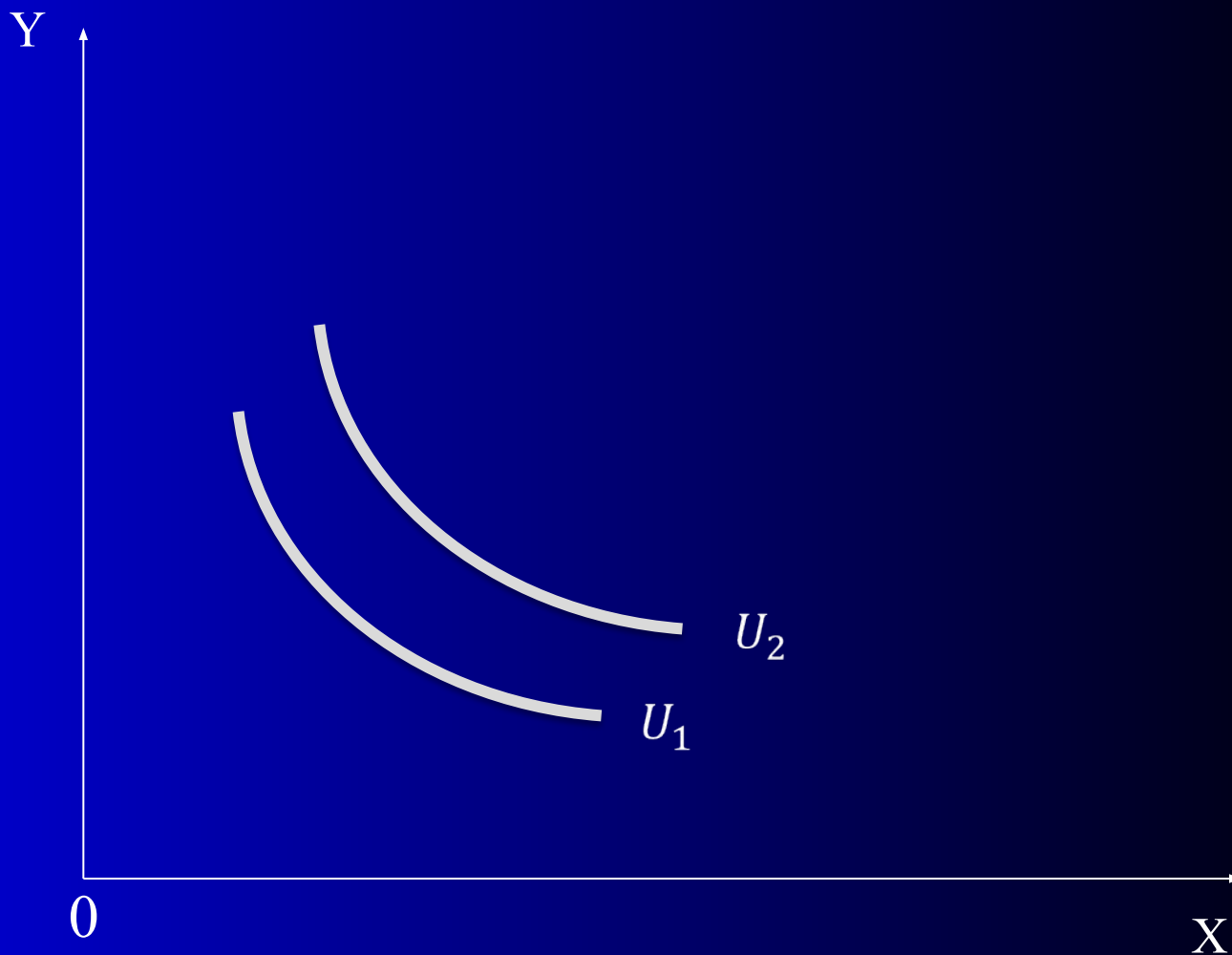
$$E_{xy}^D = (dQ_x/Q_x)/(dP_y/P_y)$$

**Свойство благ (товаров или  
услуг) удовлетворять  
потребности (личные или  
производственные) за счёт  
друг друга называется  
взаимозаменяемостью  
благ**

**Взаимозаменяемые блага  
называются товарами-  
субститутами  
(substitutional goods)**



**Рис. 4-20. Совершенная взаимодополняемость**



**Рис. 4-21. Относительная взаимодополняемость**



**Если два продукта  
взаимозаменяемы, между  
ценой на один из них  
и спросом на другой  
существует прямая связь**

**Я свободен словно птица  
в небесах,  
Я забыл, что значит страх.  
Я бы мог про всё забыть,  
Я бы мог тебя любить  
(микроэкономика)  
НО!  
В моей душе нет места  
больше для тебя...**



