

•
•
•
•
•
•
•
•
•
•

Тема 6

Теория потребительского выбора



6.1. Рациональность потребителя и свобода выбора

6.2. Концепция полезности товара

6.3. Кривые безразличия

-
-
- 6.1. Рациональность потребителя и свобода выбора
- Гипотеза о рациональности потребителя.
- Нерациональность в поведении потребителя
- Количественная (кардиналистская) теория полезности.
- Качественная (ординалистская) теория потребления.

-
-
- 6.1. Рациональность потребителя и свобода выбора

- **Гипотеза о рациональности потребителя:**

потребитель выбирает самый лучший товар, который принесет ему максимальную полезность при данных затратах на него.

-
-
- 6.1. Рациональность потребителя и свобода выбора

Нерациональность потребителя:

- **Эффект сноба** - отказ от покупки непрестижных товаров
- **Эффект показного приобретения**
- **Эффект присоединения к большинству**

-
-
- 6.1. Рациональность потребителя и свобода выбора

Количественная (кардиналистская) теория полезности - последняя треть XIX в.

- Гипотеза о соизмеримости полезностей различных благ - К. Менгер, Л. Вальрас, А. Маршалл и др.

-
-
- 6.1. Рациональность потребителя и свобода выбора

Качественная (ординалистская) теория потребления - первая треть XX в.

- Отказ от соизмеримости полезностей различных благ, теория выбора лучшего варианта потребления - В. Парето, И. Фишер, Дж. Хикс и др.

-
-
-

6.2. Концепция полезности товара

- Понятие полезности
- Общая и предельная полезность товара
- Оптимум потребителя в количественной (кардиналистской) теории полезности

-
-
-

6.2. Концепция полезности товара

Количественная (кардиналистская) теория полезности

- Полезность - величина удовольствия от потребления единицы блага. Измеряется в ютилах (от англ. *utility* - полезность).

-
-
-

6.2. Концепция полезности товара

- **Общая полезность (*Total utility*)** - общая удовлетворенность от потребления блага
- **Предельная полезность (*Marginal utility*)** - удовлетворенность от потребления дополнительной (последней) единицы блага

-
-
-

6.2. Концепция полезности товара

- **Формула предельной полезности**

$$MU = \frac{TU_i - TU_{i-1}}{Q_i - Q_{i-1}} = TU_i - TU_{i-1}$$

MU - предельная полезность блага;

TU - общая полезность блага;

Q - количество единиц блага.

6.2. Концепция полезности товара

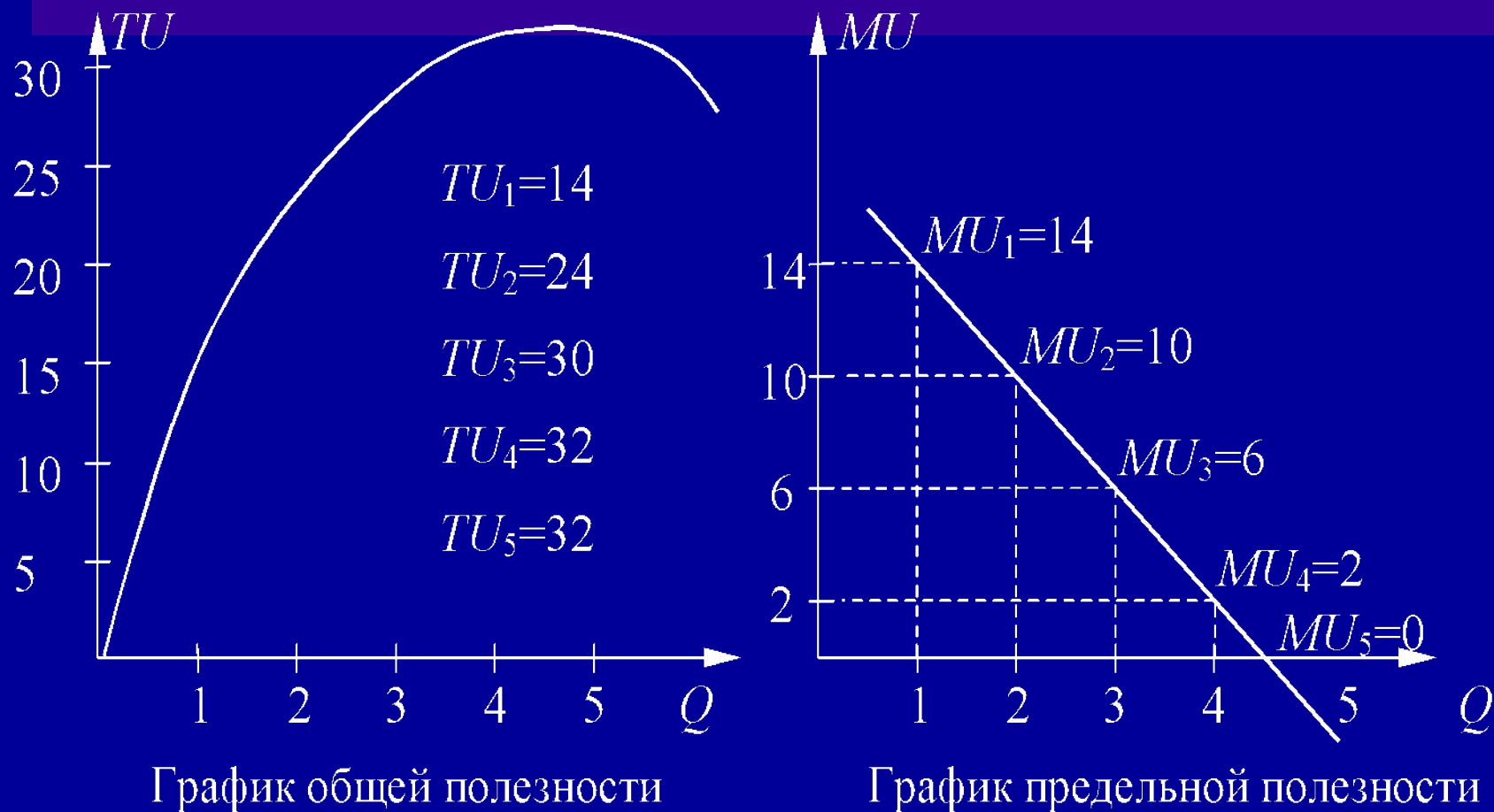


Рис. 6.1. Общая и предельная полезность

-
-
-

6.2. Концепция полезности товара

- Убывание полезности дополнительных единиц блага означает постепенное насыщение благом.
- Принцип убывающей предельной полезности называют **первым законом Госсена**.

-
-
-

6.2. Концепция полезности товара

- **Принцип убывающей предельной полезности не универсален.**

Во многих случаях предельная полезность сначала растет, а лишь затем начинает снижаться. Это возникает для небольших порций делимых благ.

-
-
-

6.2. Концепция полезности товара

- Оптимум потребителя в количественной (кардиналистской) теории полезности

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_3}{P_3} = \dots = MU_{\text{денег}}$$

MU - предельная полезность блага;

P - цена блага.

6.2. Концепция полезности товара

Таблица 6.1

Единицы благ	MU булочки	MU сока	$MU : P$ булочки	$MU : P$ сока
1	20	18	5	9
2	8	10	2	5
3	4	2	1	1

- Цена булочки 4 р., цена сока 2 р.
- Максимум общей полезности достигается при наборе 1-й булочки и 2-х стаканов сока:

$$TU = 20 + 18 + 10 = 48.$$

•

6.3. Кривые безразличия

- Аксиомы качественной (ординалистской) теории потребления
- Кривая безразличия
- Бюджетная линия
- Оптимум потребителя в качественной (ординалистской) теории потребления

6.3. Кривые безразличия

- **Аксиомы качественной теории потребления:**
- аксиома полной упорядоченности предпочтений;
- аксиома транзитивности предпочтений;
- аксиома ненасыщения потребностей;
- аксиома независимости потребителя.

-
-
-

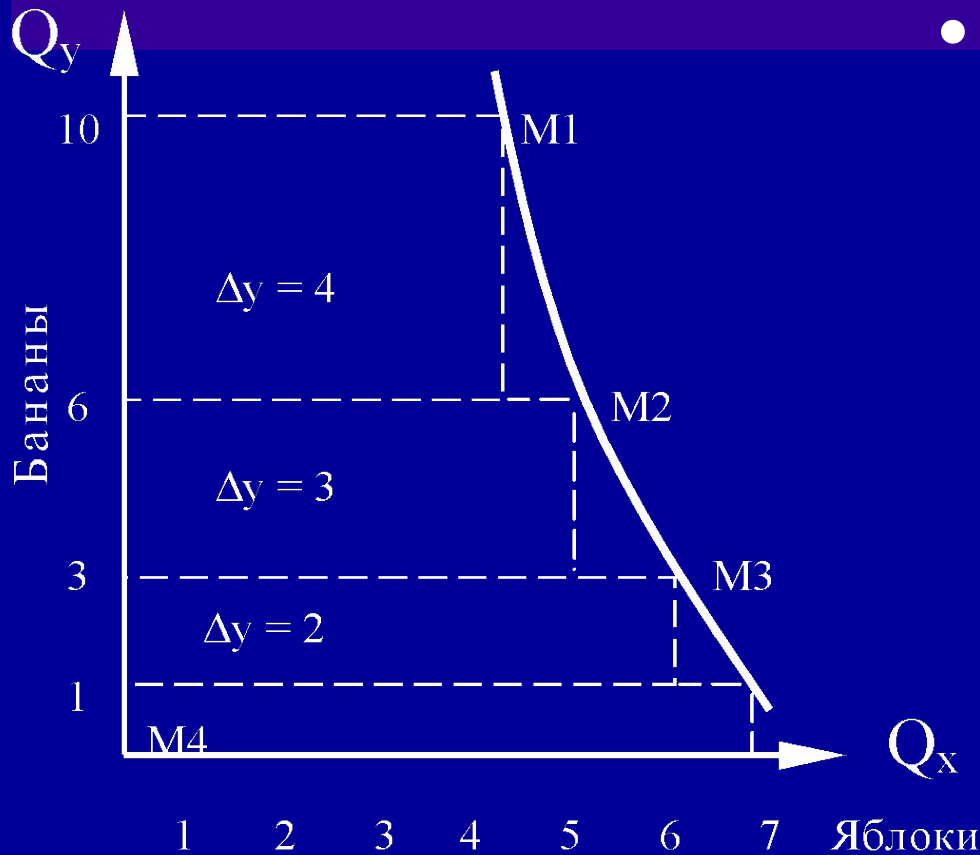
6.3. Кривые безразличия

Потребитель определяет наборы благ, приносящие одинаковую удовлетворенность

Таблица 6.2

Наборы	Яблоки, шт. товар X	Бананы, шт. товар Y
M_1	4	10
M_2	5	6
M_3	6	3
M_4	7	1

6.3. Кривые безразличия



- **Кривая безразличия** соединяет точки, показывающие такие наборы благ, которые для потребителя равноценны.

Рис. 6.2. Кривая безразличия

6.3. Кривые безразличия

- Чтобы определить объем товара, которым потребитель готов жертвовать ради увеличения потребления другого товара используется показатель *MRS* (marginal rate of substitution) – **предельной нормы замещения.**

$$MRS_{xy} = \frac{\Delta Q_y}{\Delta Q_x}$$

-
-
-

6.3. Кривые безразличия

- Пять основных свойств кривых безразличия:
 - 1) Кривая безразличия имеет отрицательный наклон.

•
•
•

6.3. Кривые безразличия

- Пять основных свойств кривых безразличия:
безразличия:
- 2) Кривая безразличия может быть проведена через любую точку пространства товаров.

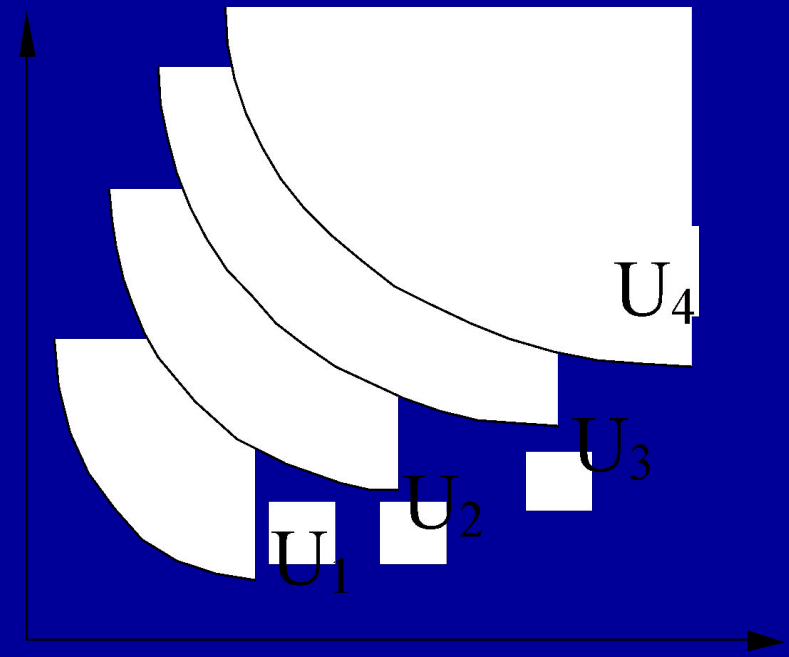


Рис. 6.3. Карта безразличия

•
•
•

6.3. Кривые безразличия

- Пять основных свойств кривых безразличия:
- 3) Кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, означает более предпочтительные наборы товаров.

-
-
-

6.3. Кривые безразличия

- Пять основных свойств кривых безразличия:
 - 4) Кривые безразличия не пересекаются.

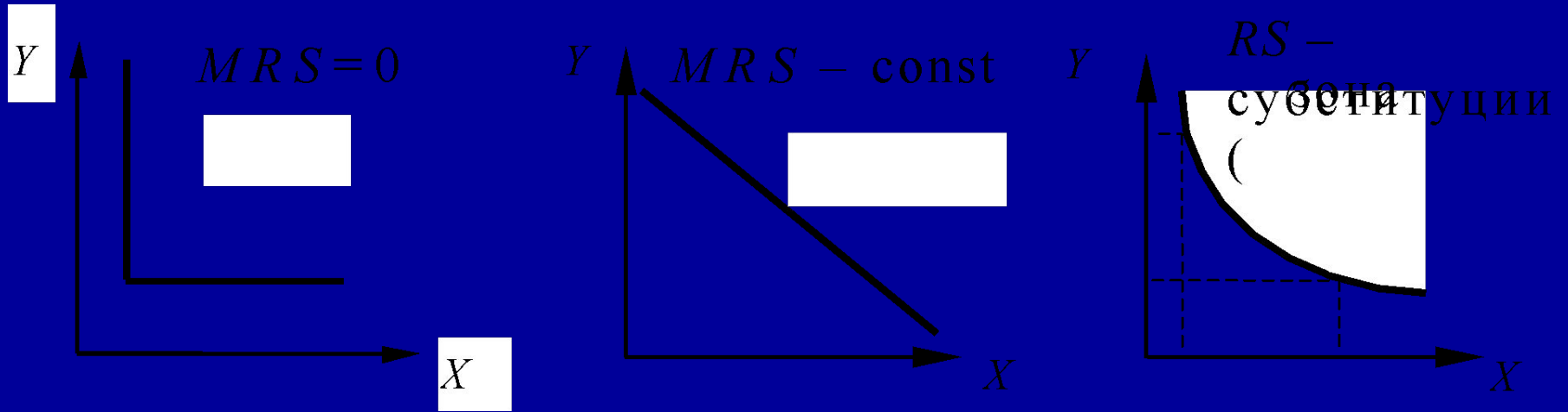
•
•
•

6.3. Кривые безразличия

- Пять основных свойств кривых безразличия:
- 5) Кривые безразличия выпуклы к началу координат.

•
•
•

6.3. Кривые безразличия



• Рис. 6.4. Варианты кривых безразличия

6.3. Кривые безразличия

- **Бюджетная линия** используется для изображения множества доступных потребителю товарных наборов:

$$I = P_X X + P_Y Y$$

где I - доход потребителя,

X и Y - количество товаров X и Y ,

P_X - цена товара X ,

P_Y - цена товара Y .

•
•
•

6.3. Кривые безразличия

- **Уравнение бюджетной линии:**

$$Y = \frac{I}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} X$$

где I - доход потребителя,

X и Y - количество товаров X и Y ,

P_X - цена товара X ,

P_Y - цена товара Y .

6.3. Кривые безразличия

- Оптимум потребителя в качественной (ординалистской) теории потребления.

где I - доход потребителя,

X и Y - количество товаров X и Y ,

P_X - цена товара X ,

P_Y - цена товара Y .

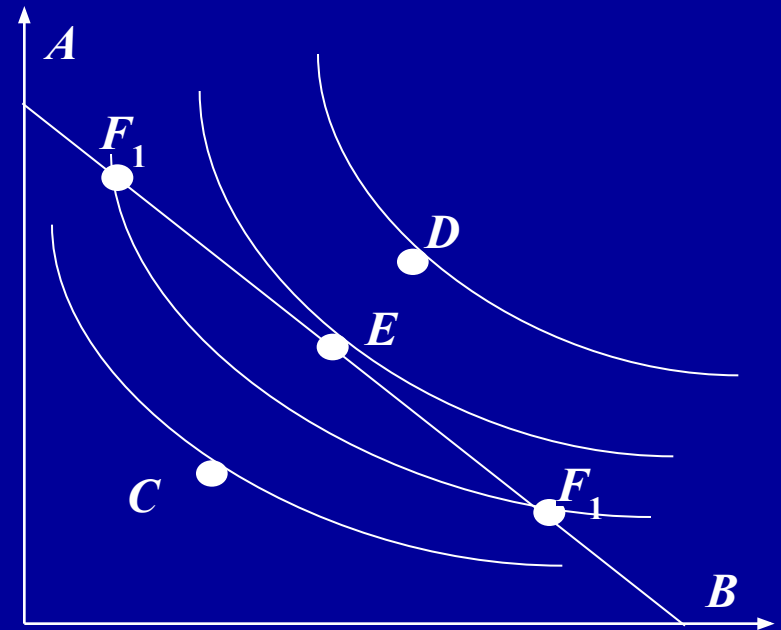


Рис. 6.6. Равновесие потребителя