



# **ТЕМА 6. Потребительский выбор**

**Лектор:  
Рыжкова Марина  
Вячеславовна**

## План лекции:

1. Понятие полезности. Кардиналистский и ординалистский подходы к ее измерению
2. Выбор потребителя
  - 2.1. Бюджетное ограничение
  - 2.2. Предпочтения потребителей
  - 2.3. Равновесие потребителя

## Рекомендуемая литература:

1. Баликоев В.З. Общая экономическая теория : учебник. – М.: Омега-Л, 2007. – С. 214–224.;
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория : учебник для вузов. – М.: Проспект : Велби, 2004. – С. 95–110.;
3. Долан Э. Дж. Микроэкономика. – СПб. : Литера плюс, 1997. – Гл. 5.;
4. Курс экономической теории: учебник / под ред. М.Н. Чепурина, Е. А. Киселевой. – Киров: Аса, 2006. – С. 104–111.;
5. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. – М.: Норма, 2007. – С. 130–146.
6. Экономическая теория (политэкономия): учебник / под ред. В. И. Видяпина, Г.П. Журавлевой. – М.: Инфра-М, 2007. – С. 256–272.
7. Пиндайк Р.С., Рубинфельд Д.Л. Микроэкономика. – М.: «Дело», 2000. – С. 78–167.
8. Курс экономики: учебник для вузов / Под ред. Б.А. Райзберга. – М.: Инфра-М, 2006. – С. 274–295.
9. Экономика: учебник / под ред. А.С. Булатова. – М. : Экономистъ, 2006. – С. 200–210.

**Вопрос 1.** Понятие полезности.  
Кардиналистский и ординалистский подходы к ее измерению


**Полезность -**

Удовлетворение потребностей  $\leftrightarrow$  Удовольствие

Предпосылка анализа поведения потребителя –

**рациональность**

# Как измерить полезность?




Количественный  
подход =  
кардиналистский

Cardinal –  
количественный

Уильям Джевонс,  
Карл Менгер  
Леон Вальрас

«Utils»



Порядковый  
подход =  
ординалистский

Ordinal –  
порядковый

Фрэнсис Эджуорт,  
Вильфредо Парето,  
Ирвин Фишер

## Кардиналистский подход

Виды полезности:

1. **Общая полезность** (Total Utility – TU) – от всех потребляемых товаров

$$TU = f(Q_A, Q_B, \dots, Q_Z)$$

2. **Предельная полезность** (Marginal Utility – MU) – от дополнительно потребляемых единиц блага

$$MU_A = \frac{\Delta TU}{\Delta Q_A}$$

# Кардиналистский подход

Первый закон Госсена –

**Закон убывающей предельной полезности**

Второй закон Госсена –

**Условие оптимума потребителя**

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <p>Покупаемые<br/>товары</p>   | $\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \dots = \lambda$      |
| <p>Непокупаемые<br/>товары</p> | $\frac{MU_Z}{P_Z} \leq \lambda \dots \dots \dots \frac{MU_Y}{P_Y} \leq \lambda$ |

## Кардиналистский подход

Недостатки:

1. Нет объективных единиц для измерения полезности товаров
2. Предельная полезность денег ( $\lambda$ ) непостоянна.



## Ординалистский подход

Обозначения:

|                           |   |
|---------------------------|---|
| $X, Y, Z$                 | Наборы благ                                   |
| $X(Q_A, Q_B, \dots, Q_Z)$ | Количества благ $A, B, \dots, Z$ в наборе $X$ |
| $U_{\text{Иванова}}$      | Полезность, получаемая потребителем Ивановым  |
| $X > Y$                   | Набор $X$ предпочтительнее набора $Y$         |
| $X > \sim Y$              | Набор $Y$ не хуже набора $X$                  |
| $X \sim Y$                | Наборы $X$ и $Y$ равноценны                   |

## Ординалистский подход

Аксиомы:

|  |  |
|--|--|
| <p>1. Полной<br/>(совершенной)<br/>упорядоченности</p> | <p>Для любых <math>X</math> и <math>Y</math><br/><math>X &gt; Y</math> или <math>Y &gt; X</math> или <math>X \sim Y</math></p> |
| <p>2. Транзитивности</p>                               | <p>Если <math>X &gt; \sim Y &gt; \sim Z</math>,<br/>то <math>X &gt; \sim Z</math></p>  |
| <p>3. Ненасыщения</p>                                  | <p>Если <math>X(Q_A, Q_B)</math> и <math>Y(Q_A + 1, Q_B)</math>,<br/>то <math>Y &gt; X</math></p>                              |
| <p>4. Независимости<br/>потребителя</p>                | $U_{\text{Иванова}}(Q_{\text{Иванова}}, Q_{\text{Петрова}}) = U_{\text{Иванова}}(Q_{\text{Иванова}})$                          |

## Вопрос 2. Выбор потребителя

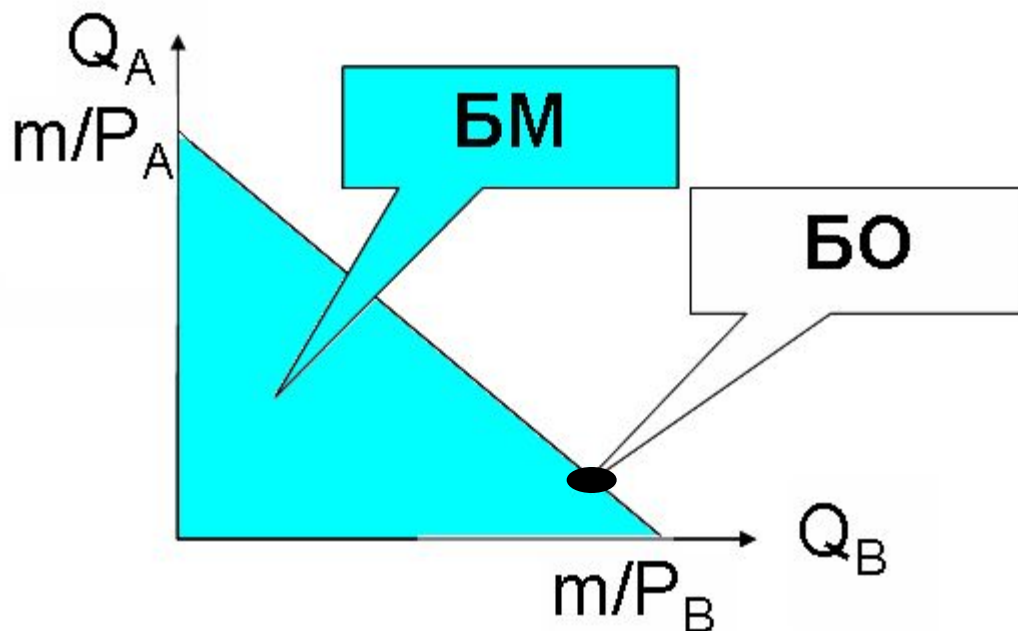
### 2.1. Бюджетное ограничение

Обозначения:

|                        |                                 |
|------------------------|---------------------------------|
| $Q_A, Q_B, \dots, Q_Z$ | Количество товаров A, B, ..., Z |
| $P_A, P_B, \dots, P_Z$ | Цены товаров A, B, ..., Z       |
| $m$                    | Доход потребителя               |

## 2.1. Бюджетное ограничение

| Бюджетное ограничение (линия) | Бюджетное множество            |
|-------------------------------|--------------------------------|
| $P_A * Q_A + P_B * Q_B = m$   | $P_A * Q_A + P_B * Q_B \leq m$ |



Наклон  
бюджетной  
линии =

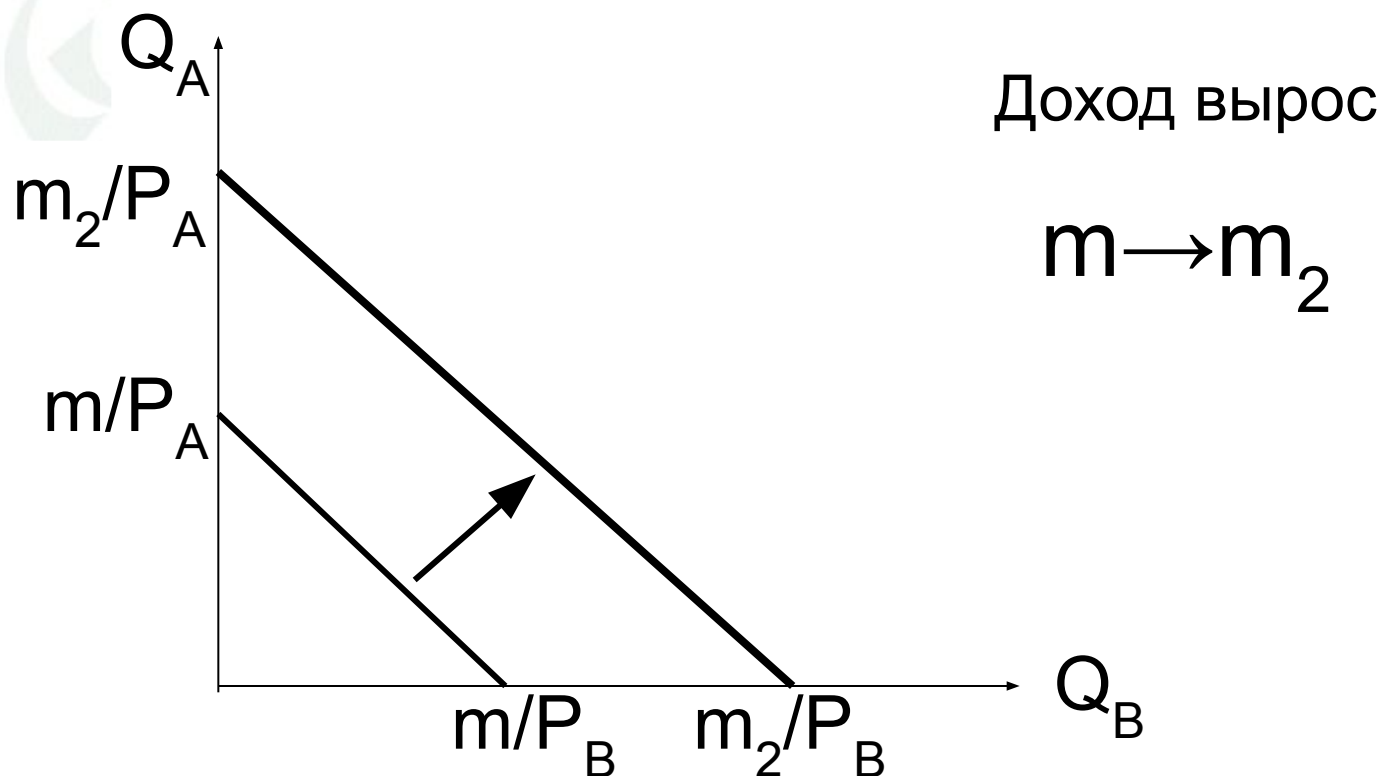
$$= P_B / P_A$$

**Наклон бюджетной линии =  $P_B/P_A$**

- пропорция, в которой рынок готов заместить товар А на товар В
- альтернативные издержки потребления товара А

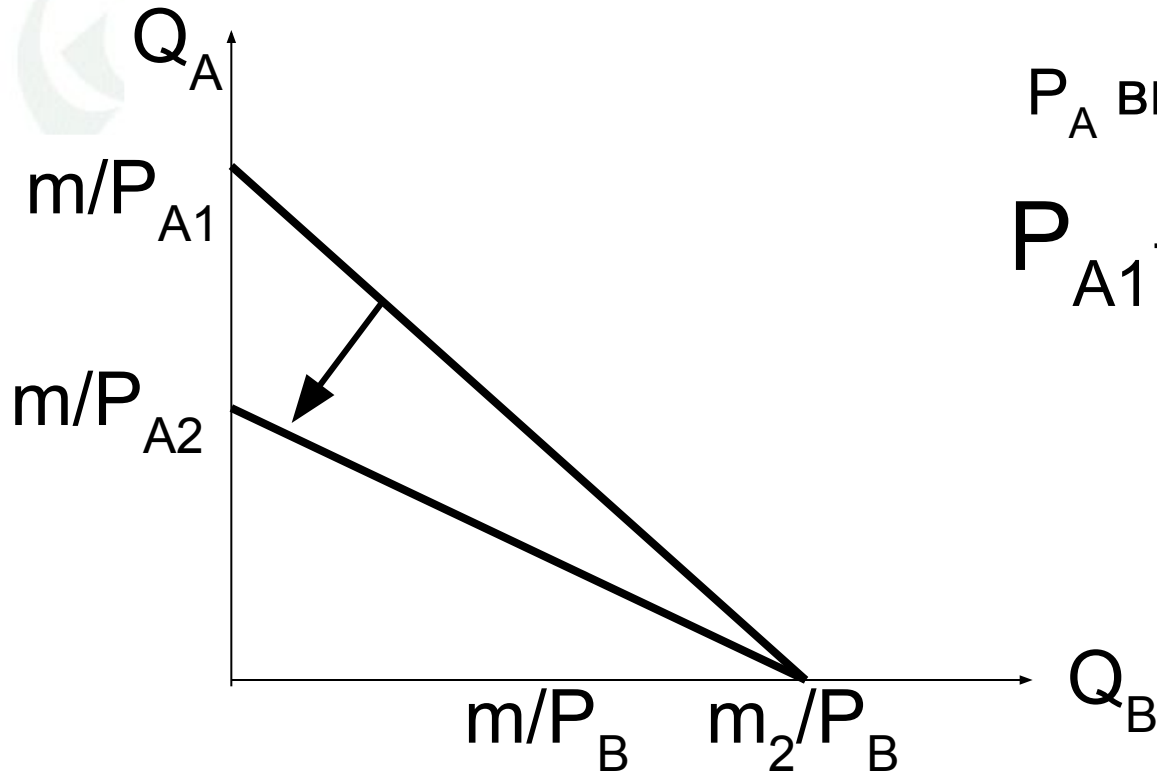
# Изменение бюджетной линии:

## 1. Изменение дохода



# Изменение бюджетной линии:

## 2. Изменение цены товара A

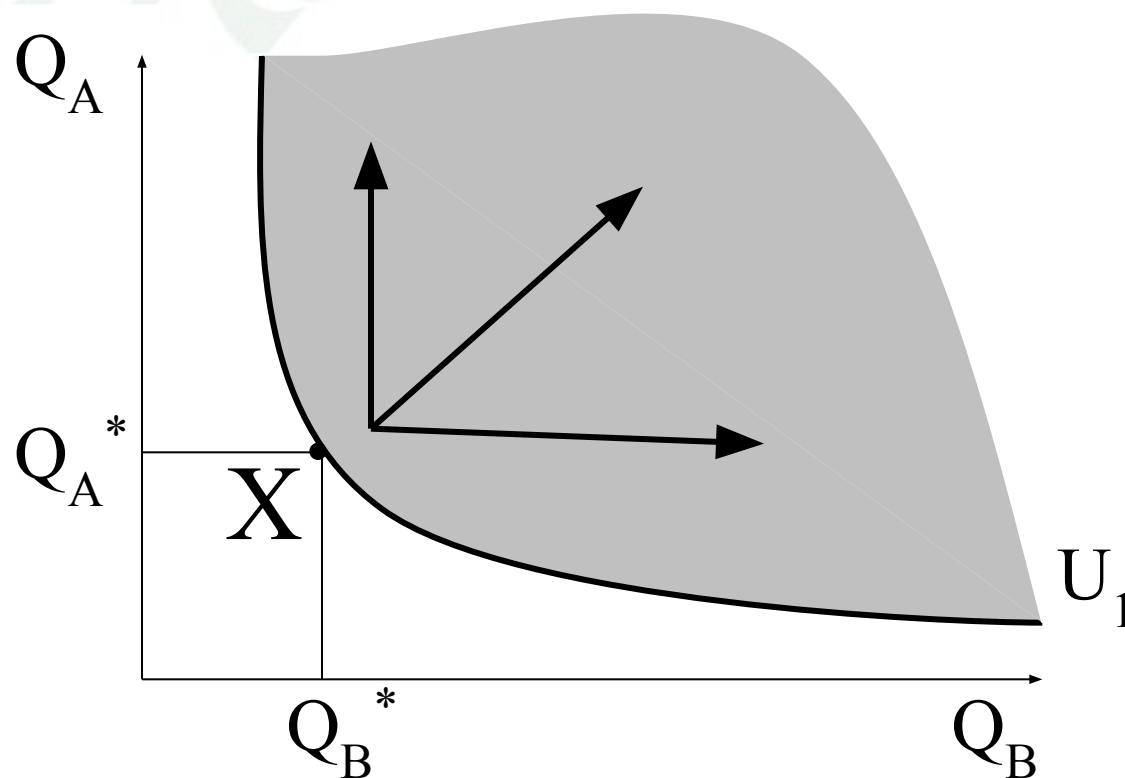


$P_A$  выросла

$P_{A1} \rightarrow P_{A2}$

3 и 4 случай

## 2.2. Кривая безразличия -



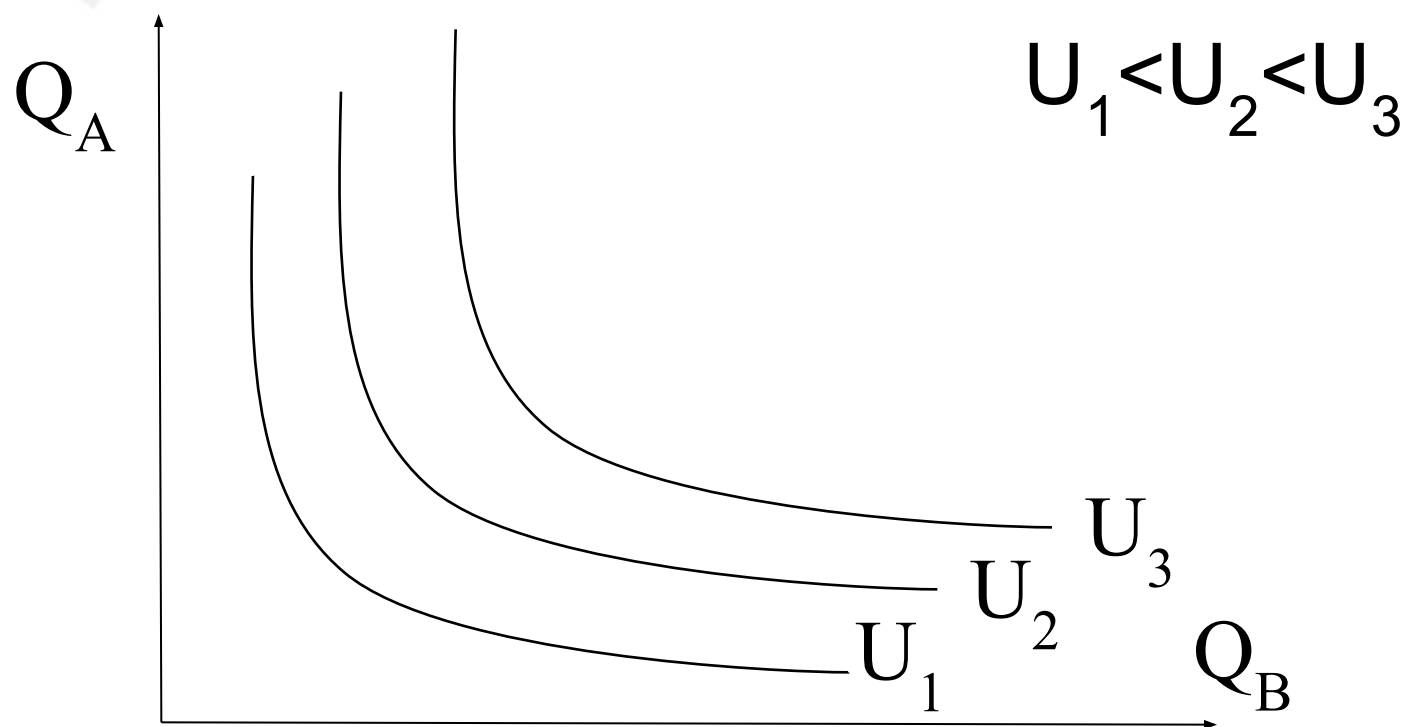
все наборы  
товаров А и В,  
доставляющие  
потребителю  
**одинаковый**  
**уровень**  
**полезности**



## Свойства стандартных кривых безразличия:

1. Кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, представляет собой более предпочтительные наборы товаров.
2. Кривые безразличия не могут пересекаться.
3. Кривые безразличия имеют отрицательный наклон.
4. Кривая безразличия – вогнутая линия к началу координат.

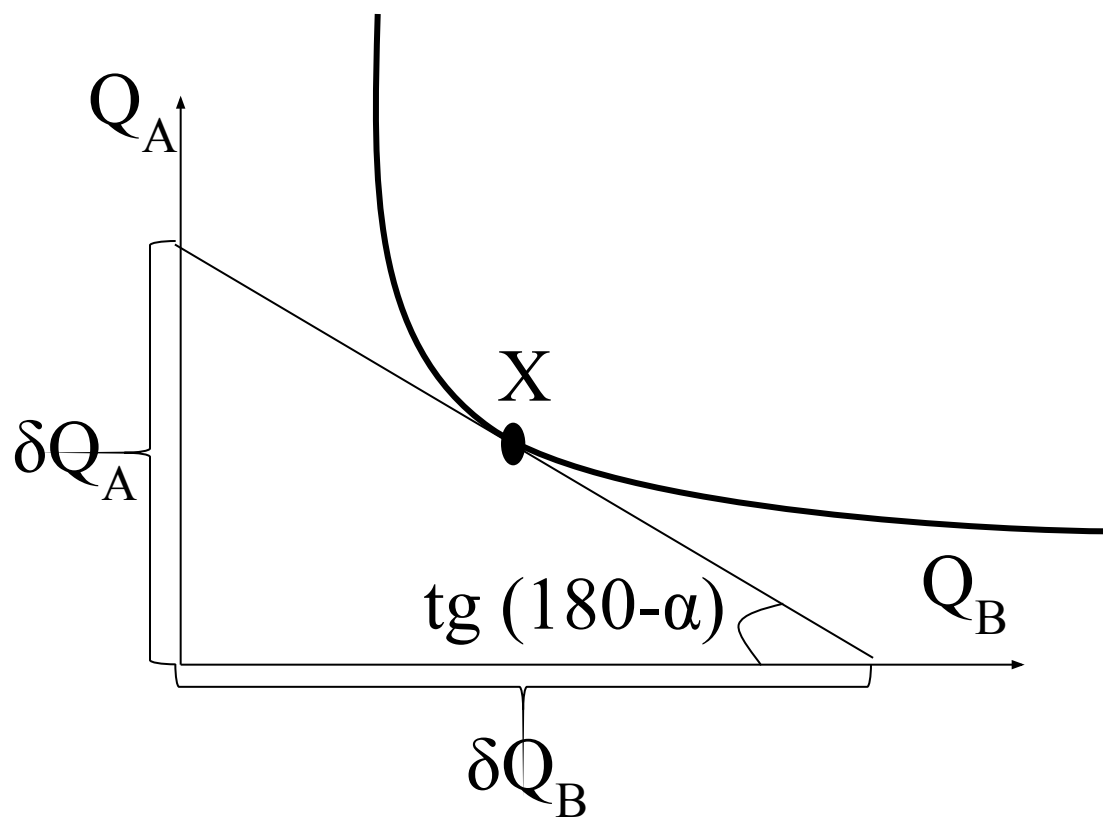
## Карта кривых безразличия:



# Предельная норма замещения – $MRS_{AB}$ (Margenal Rent of Substitution) –

пропорция, в которой потребитель готов заместить один товар другим при сохранении общего уровня полезности (т.е. оставаясь на той же кривой безразличия).

Графически: тангенс угла наклона кривой безразличия в точке X ( $\alpha$ ).



$$MRS_{AB} = U'_A = \text{tg}(180 - \alpha) = -\text{tg}\alpha = -\frac{\delta Q_A}{\delta Q_B}$$

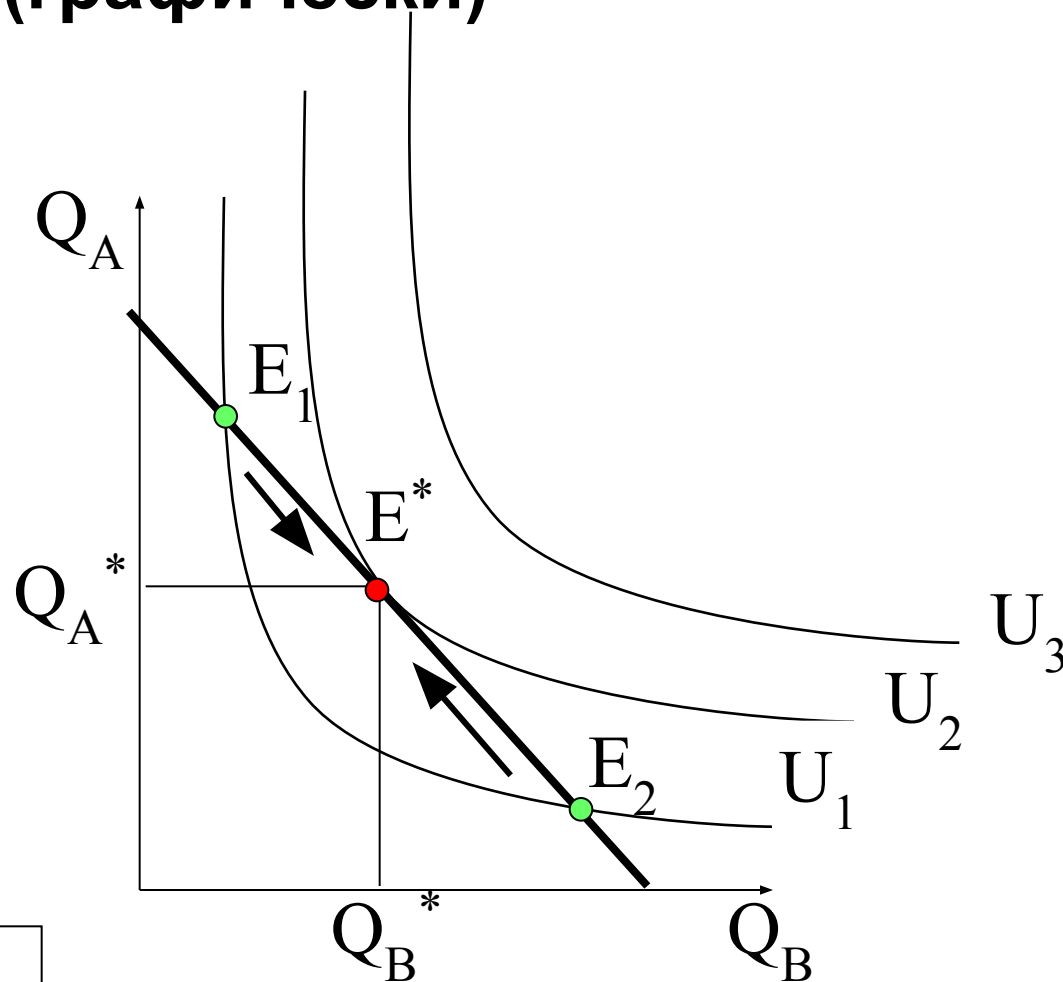
## 2.3. Равновесие потребителя

Суть выбора (варианты формулировок):

- 1 вариант.** Потребители выбирают наиболее предпочитаемый набор из своих бюджетных множеств.
- 2 вариант.** Потребители выбирают набор, который дает максимальную полезность (лежит на более высокой кривой безразличия) при данных бюджетных ограничениях.
- 3 вариант.** Потребители выбирают набор на кривой безразличия, которая лишь касается бюджетного множества в одной точке.

## 2.3. Равновесие (графически)

Условие оптимума  
потребителя: В точке  
 оптимального выбора  
 наклон кривой  
 безразличия в точке  
 (MRS) совпадает с  
 соотношением цен,  
 отражаемым  
 наклоном бюджетной  
 линии.



$$MRS_{AB} = -P_B / P_A$$

## Вопросы:

1. Осуществляете ли вы выбор путем подсчета ютелей или путем ранжирования наборов товаров?
2. В чем суть процедуры поиска оптимума потребителя?
3. Самостоятельно найдите информацию об ограниченной и органической рациональности.