



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 товары</p>	$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \dots = \lambda$
<p>Непокупаемые 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 (λ) 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 (совершенной) упорядоченности</p>	<p>Для любых X и Y $X > Y$ или $Y > X$ или $X \sim Y$</p>
<p>2. Транзитивности</p>	<p>Если $X > \sim Y > \sim Z$, то $X > \sim Z$</p>
<p>3. Ненасыщения</p>	<p>Если $X(Q_A, Q_B)$ и $Y(Q_A + 1, Q_B)$, то $Y > X$</p>
<p>4. Независимости потребителя</p>	$U_{\text{Иванова}}(Q_{\text{Иванова}}, Q_{\text{Петрова}}) = U_{\text{Иванова}}(Q_{\text{Иванова}})$

Вопрос 2. Выбор потребителя

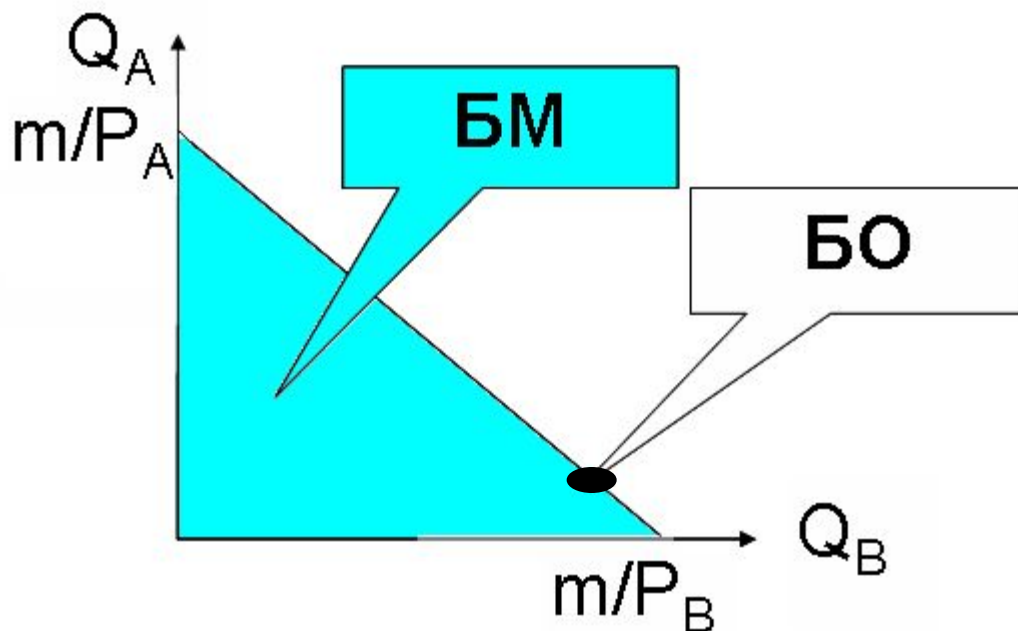
2.1. Бюджетное ограничение

Обозначения:

Q_A, Q_B, \dots, Q_Z	Количество товаров А, В, ..., Z
P_A, P_B, \dots, P_Z	Цены товаров А, В, ..., 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 =

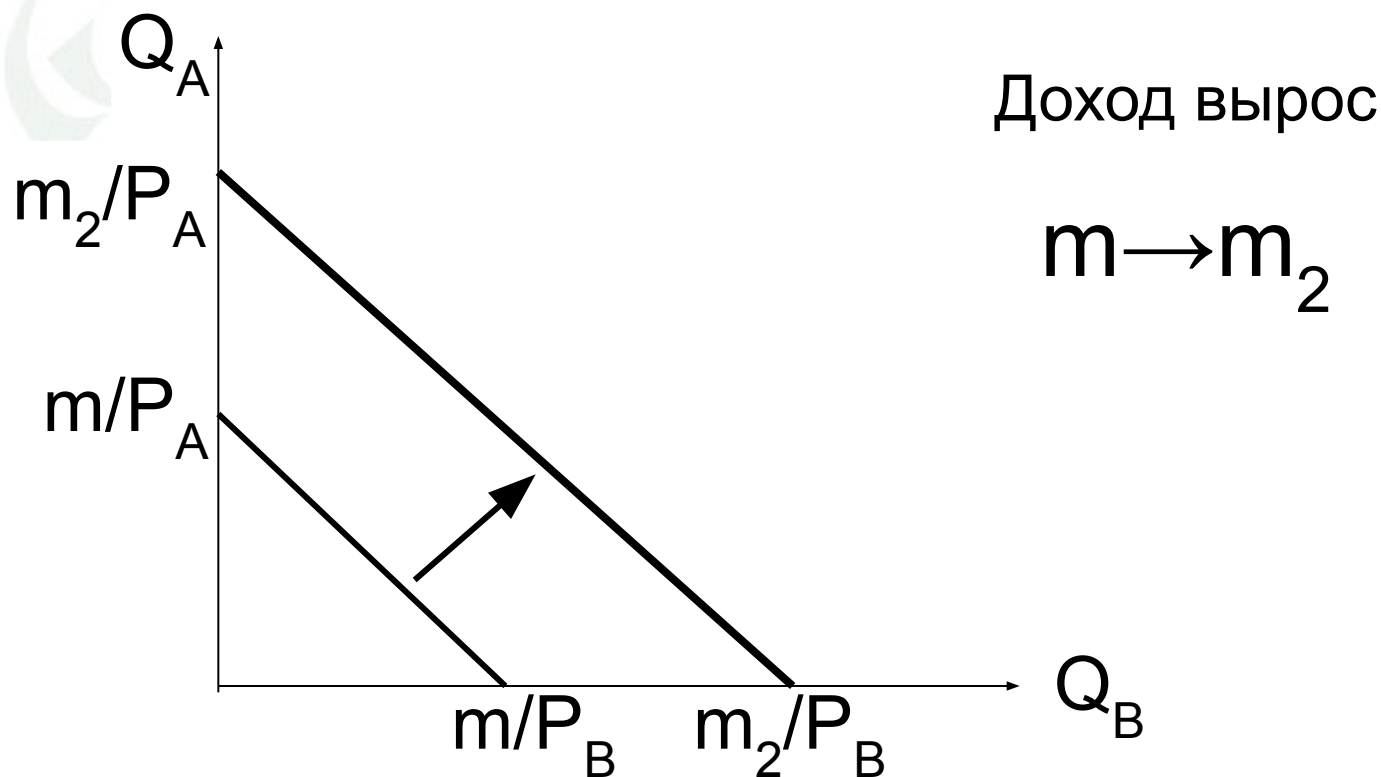
$$= P_B / P_A$$

Наклон бюджетной линии = P_B / P_A

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

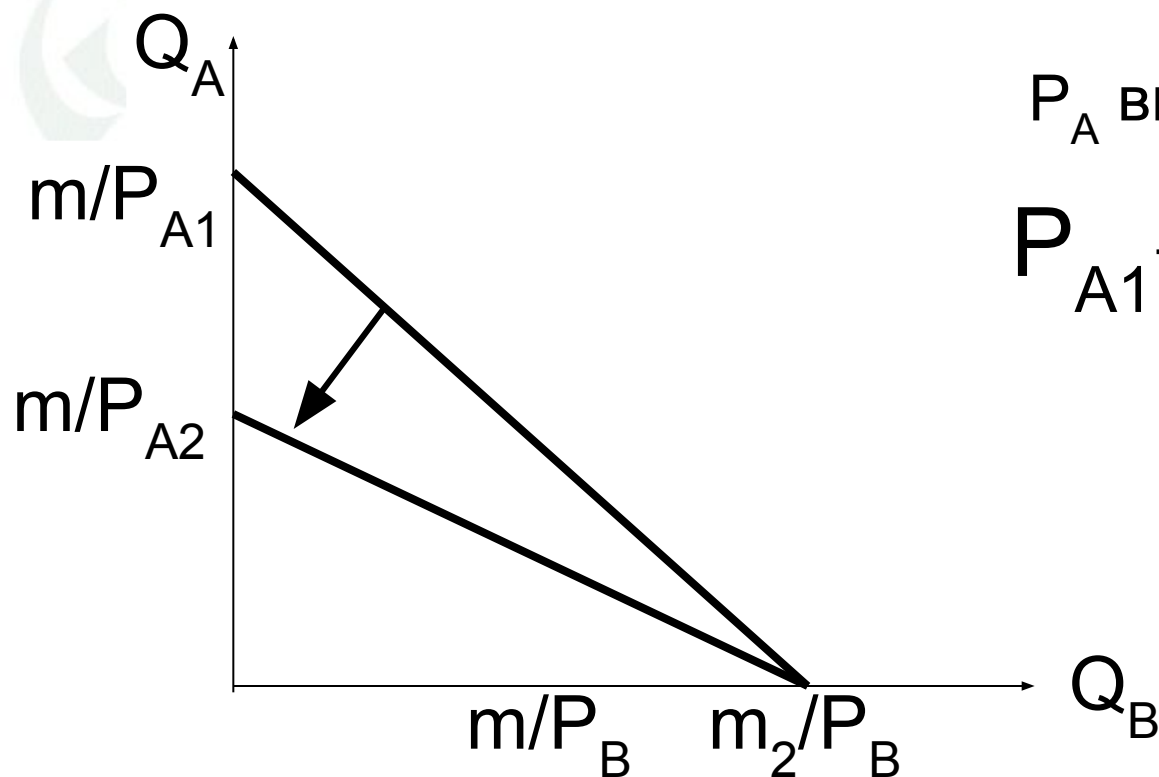
Изменение бюджетной линии:

1. Изменение дохода



Изменение бюджетной линии:

2. Изменение цены товара А

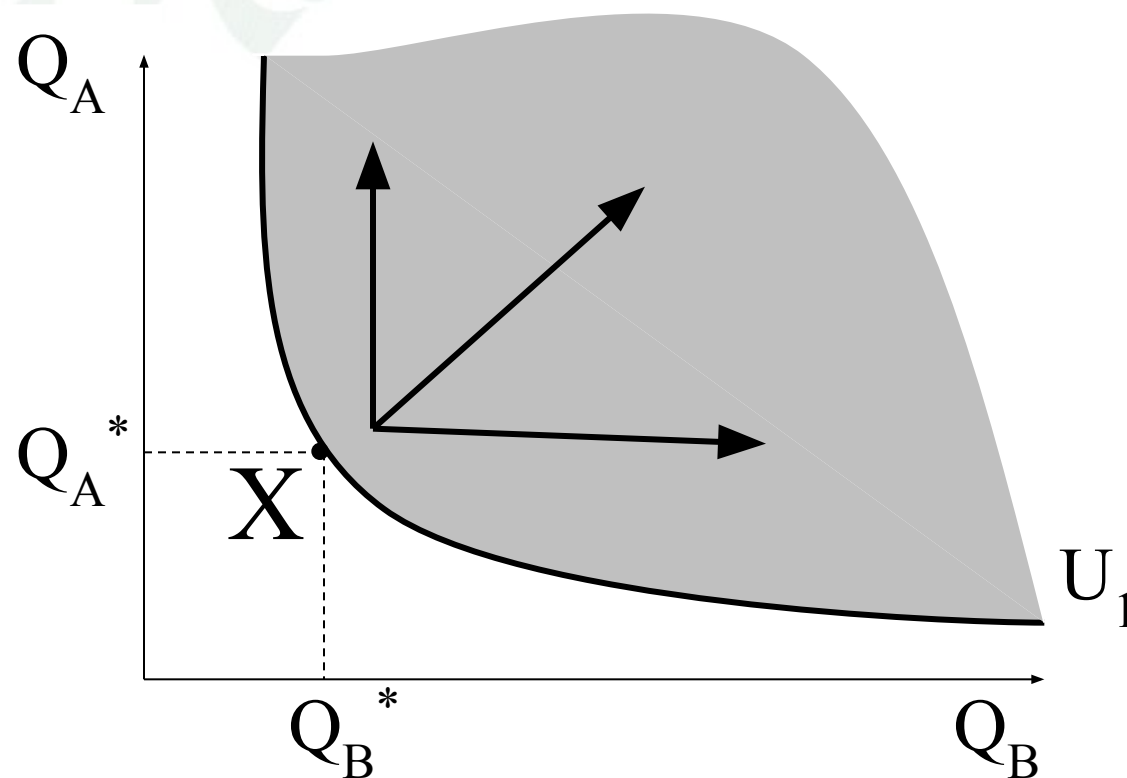


P_A выросла

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

3 и 4 случай

2.2. Кривая безразличия -

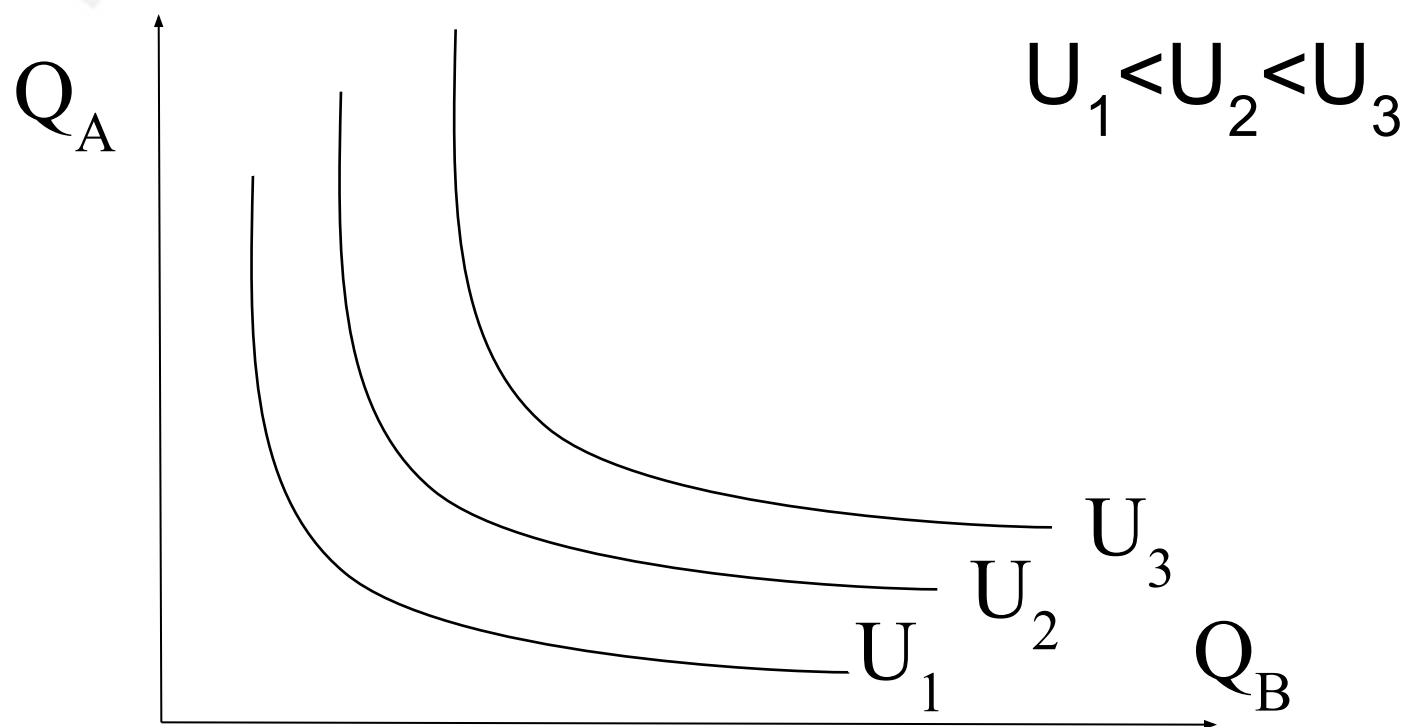


все наборы
товаров А и В,
доставляющие
потребителю
одинаковый
уровень
полезности

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.

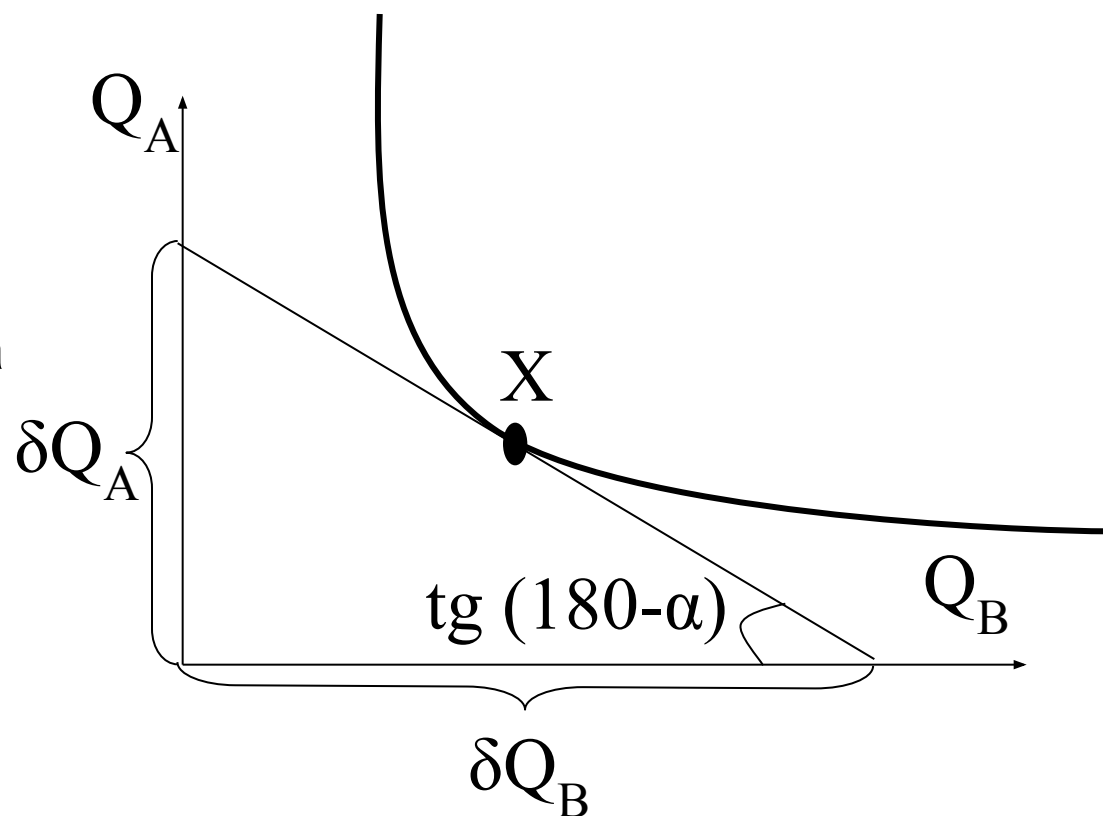
Карта кривых безразличия:



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 (α).



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

2.3. Равновесие потребителя

Суть выбора (варианты формулировок):

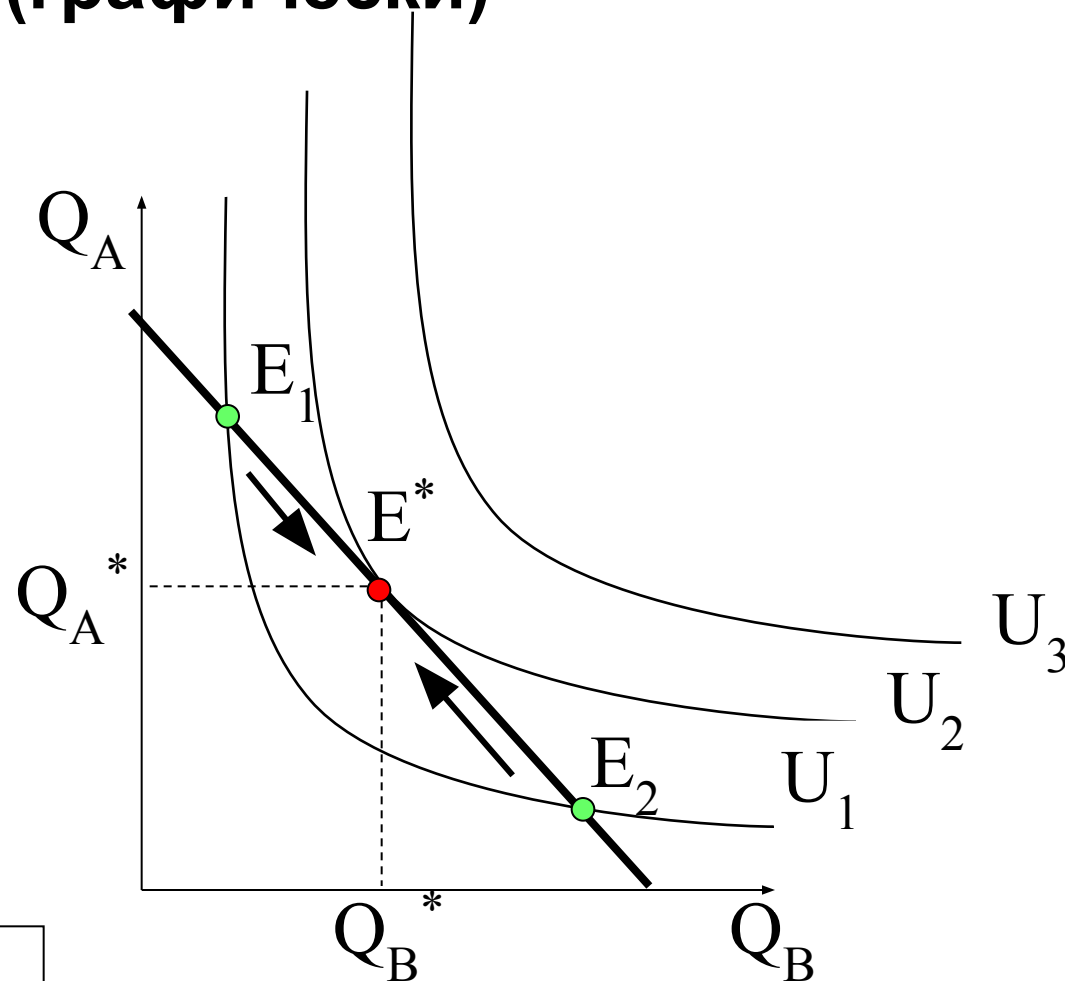
1 вариант. Потребители выбирают наиболее предпочитаемый набор из своих бюджетных множеств.

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.