

•  
•  
•  
•  
•  
•  
•  
•  
•  
•

# 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

### 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

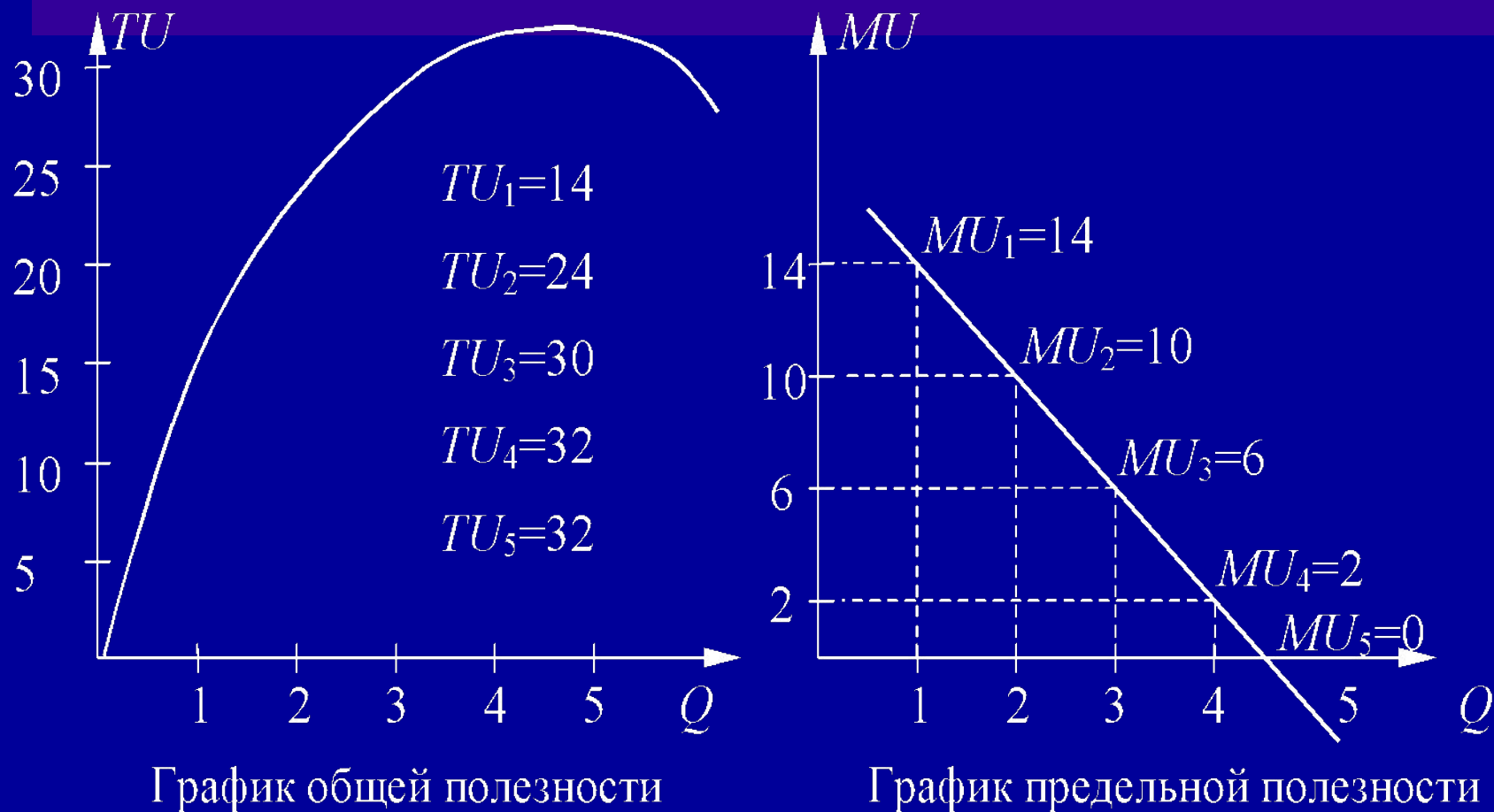


Рис. 6.1. Общая и предельная полезность

- 
- 
- 

## 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	<i>MU</i> булочки	<i>MU</i> сока	<i>MU : P</i> булочки	<i>MU : P</i> 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.

- 
- 
- 

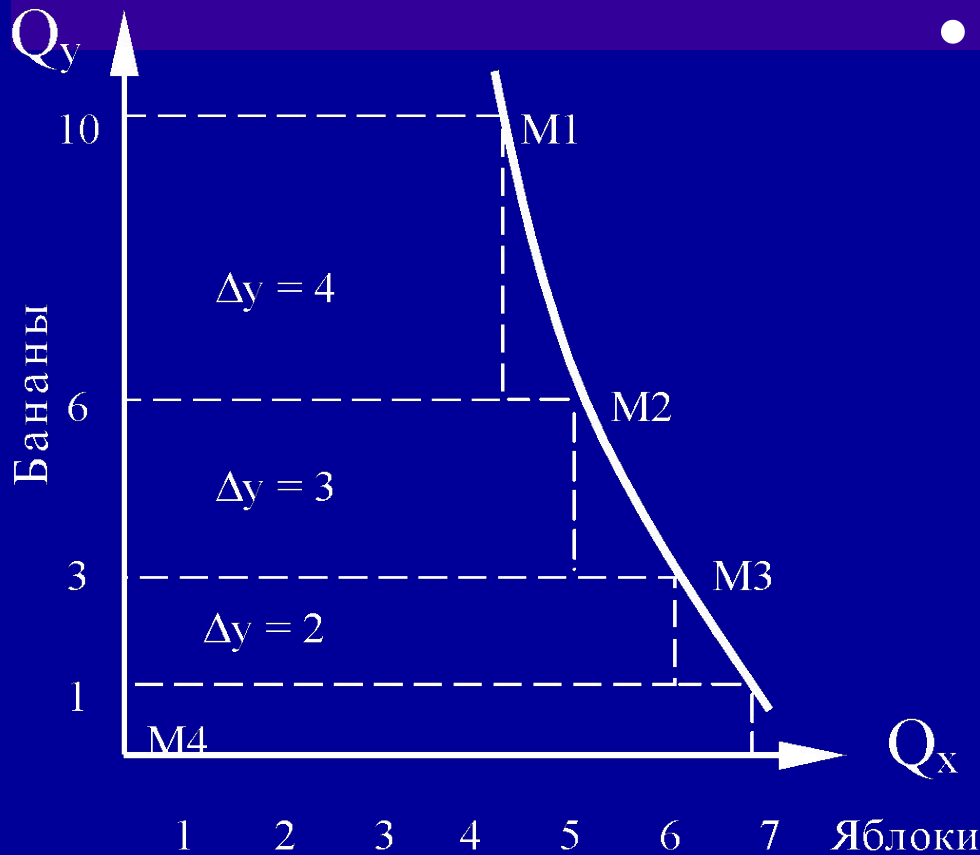
### 6.3. Кривые безразличия

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:
- 2) Кривая безразличия может быть проведена через любую точку пространства товаров.

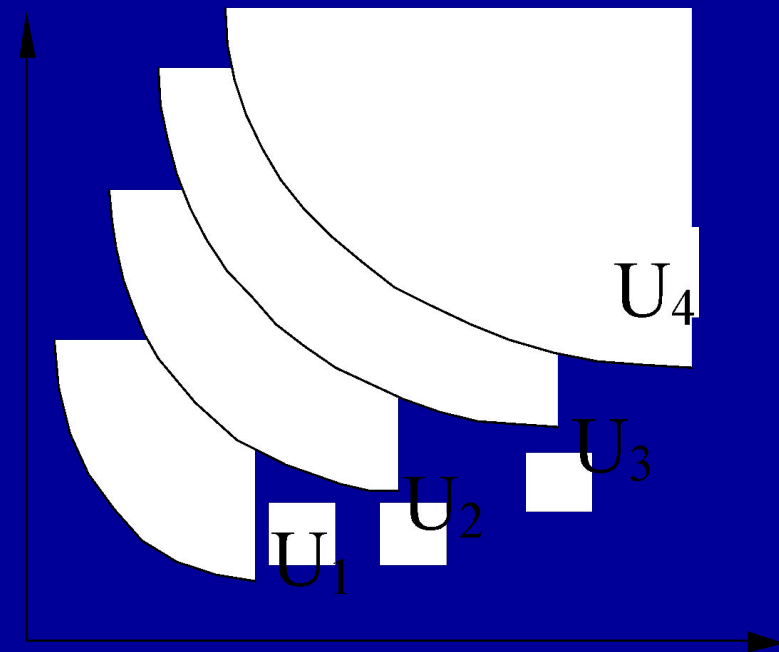


Рис. 6.3. Карта безразличия

•  
•  
•

### 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.



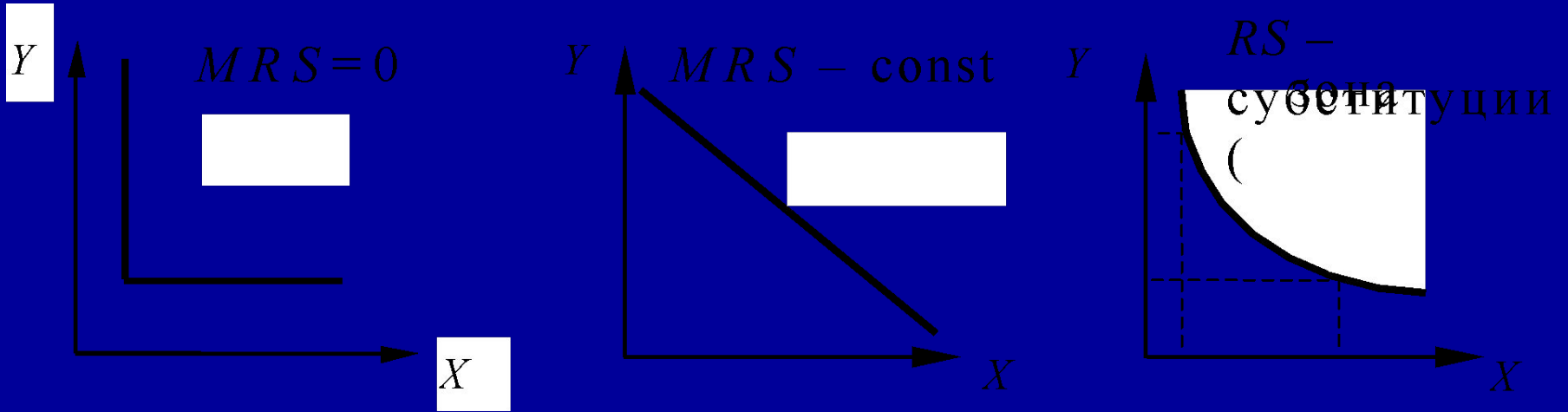
- 
- 
- 

## 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  $Y$ .

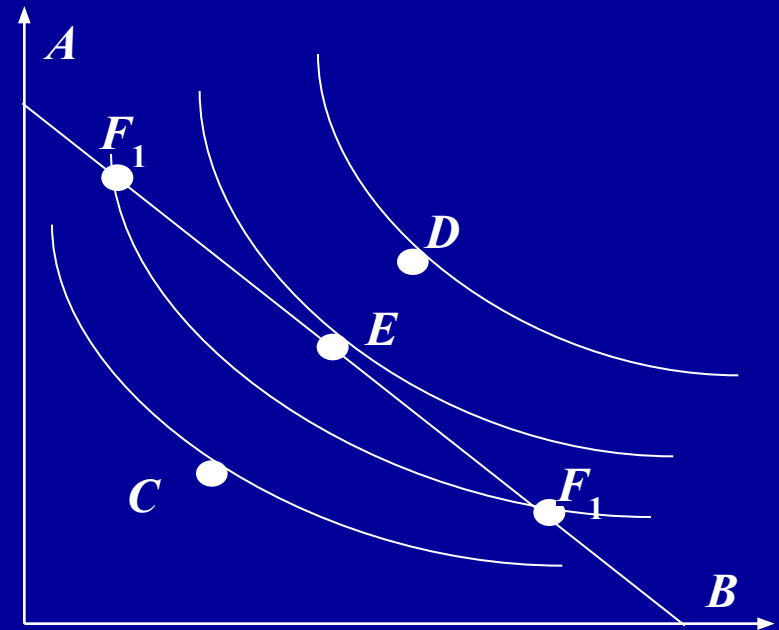


Рис. 6.6. Равновесие потребителя