

Тема 4

Теория потребительского выбора



к.э.н., доцент Урсова А.А.

План

1. Рациональность потребителя и свобода выбора. Количественная (кардиналистская) теория полезности. Качественная (ординалистская) теория потребления.

2. Общая и предельная полезность товара. Оптимум потребителя в количественной (кардиналистской) теории полезности.

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

- **Гипотеза о рациональности потребителя:** потребитель выбирает самый лучший товар, который принесет ему максимальную полезность при данных затратах на него.
- **Полезность** - величина удовольствия от потребления единицы блага. Измеряется в ютилях (от англ. *utility* - полезность).

Нерациональность потребителя:

- ◎ **Эффект сноба** – характеризует величину, на которую спрос упадет из-за того, что другие тоже потребляют этот товар (стремление людей к исключительности, отличаться друг от друга, «выделяться из толпы»).
- ◎ **Эффект показного приобретения (эффект Веблена)** – характеризует престижное, демонстративное потребление, когда товары или услуги используются не по прямому назначению, а для того, чтобы произвести неизгладимое впечатление.
- ◎ **Эффект присоединения к большинству** – характеризует величину, на которую возрастет спрос на товар из-за того, что другие тоже покупают этот товар. Выражает стремление людей приобрести товар, чтобы не отстать от жизни, не быть «белой вороной»

-
-
-

И.Бентам (1748-1832)-английский философ и социолог, впервые ввел термин «полезность» в научный оборот, считал, что принцип максимизации полезности является основным принципом поведения человека

Г.Госсен (1810-1859)- немецкий экономист, в 1854 году, еще до появления школы маржинализма, в своем труде «Развитие законов общественного обмена и вытекающих отсюда правил человеческой деятельности» дал основы теории потребительского поведения

-
-
-
-
-
-
-
-



1. Количественная (кардиналистская) теория полезности - начало XIX в.

- Гипотеза о возможности количественного соизмерения полезности различных благ - К. Менгер, Л. Вальрас, А. Маршалл и др.





2. Качественная (ординалистская) теория потребления – конец XIX начало XX в.

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



•
•
•

1.Кардиналистский подход

- **Общая полезность** (*Total utility-TU*) - общая удовлетворенность от потребления данного количества блага за данное время.
- **Предельная полезность** (*Marginal utility-MU*) – дополнительная удовлетворенность от потребления дополнительной (последней) единицы данного блага за единицу времени.

-
-
-

1.Кардиналистский подход

- **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.

1. Кардиналистский подход

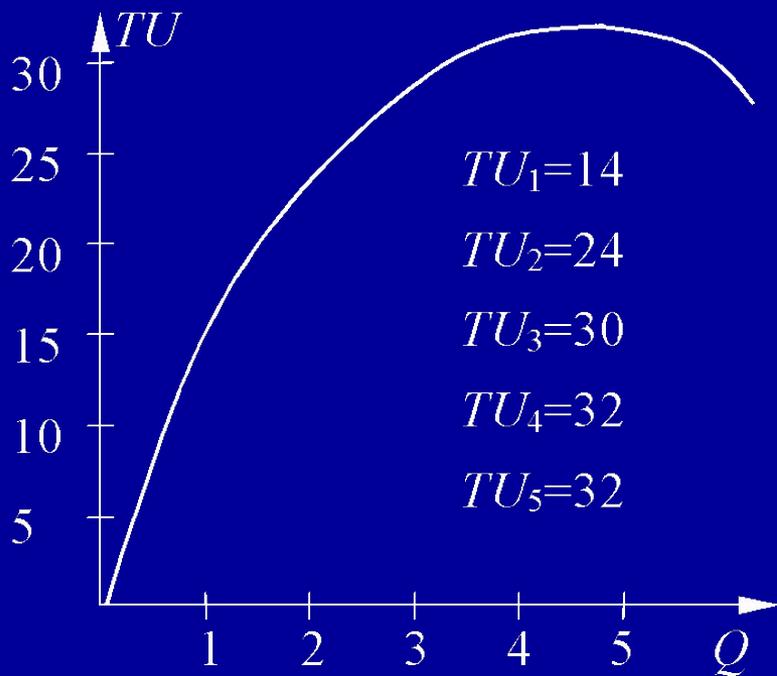


График общей полезности

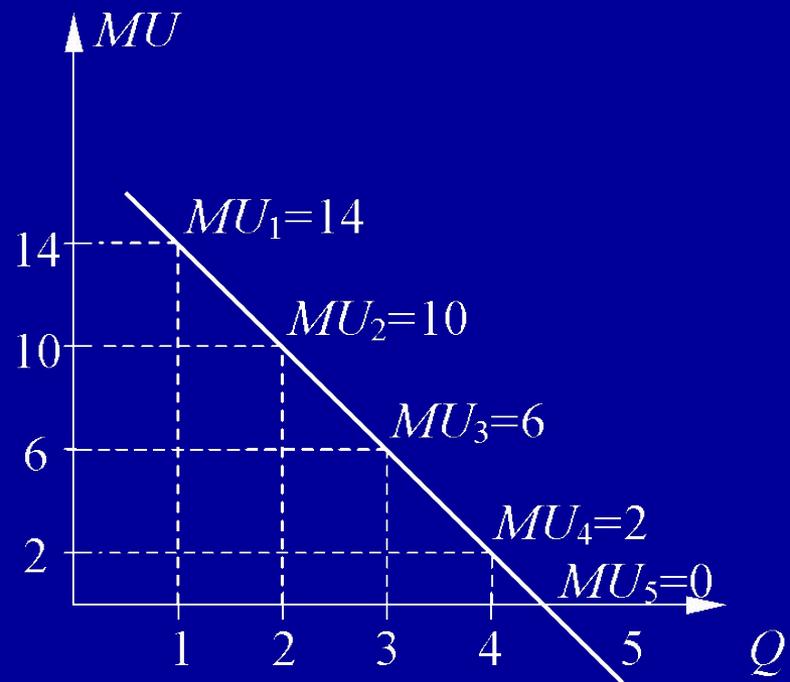


График предельной полезности

-
-
-

1.Кардиналистский подход

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

-
-
-

1.Кардиналистский подход

Первый закон Госсена:

Начиная с некоторого момента времени,
дополнительная полезность от потребления
одного дополнительного блага
уменьшается по мере того, как возрастает
объем потребления данного блага

•
•
•

1.Кардиналистский подход

- **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.

-
-
-

1.Кардиналистский подход

- Потребительский набор и его полезность
- Потребительский набор (потребительская корзина)- включает то или иное количество двух товаров (q_1, q_2), обладающую для потребителя некоторым качеством, которое можно измерить.

1.Кардиналистский подход

q1	TU1	MU1	MU1/P1	q2	TU2	MU2	MU2/P2
0	0	-	-	0	0	-	-
1	54	54	18	1	75	75	15
2	99	45	15	2	135	60	12
3	129	30	10	3	175	40	8
4	138	9	3	4	200	25	5
5	141	3	1	5	215	15	3
6	138	-3	-1	6	220	5	1

- Доход потребителя – 40 у.е.
- $P1=3$ у.е. - цена товара q1.
- $P2=5$ у.е. - цена товара q2.
- Максимум общей полезности достигается при наборе 4 единицы товара q1 и 5 единиц товара q2.
- $TU = 138 + 215 = 353$.

1.Кардиналистский подход

- ◎ **В результате максимизации полезности потребитель:**
- ◎ - полностью расходует свой доход на приобретение товаров и на накопление(максимизация полезности не означает, что потребитель должен обязательно израсходовать все свои деньги, сбережения также обладают полезностью и служат стимулом для будущего потребления);
- ◎ - так организовал свои покупки, что получил одинаковое удовлетворение от рублей, направляемых на приобретение каждого товара (включая сбережения); т. е. при комбинации, дающей максимальное удовлетворение, предельные полезности на рубль, затраченные на последнюю единицу каждого товара, равны между собой.

•
•
•

1.Кардиналистский подход

- ◎ **Оптimum потребителя в количественной (кардиналистской) теории полезности (второй закон Госсена) :**
 - ◎ Оптимально такое распределение дохода потребителя, при котором каждая последняя денежная единица, затраченная на потребление каждого вида блага, приносит одинаковую предельную полезность; т.е., потребитель будет находиться в равновесии, если каждая денежная единица принесет ему одинаковую пользу.
- • • • • • • • • •

1.Кардиналистский подход

- Условия равновесия потребителя:
- 1. Отношения предельной полезности к цене каждого из рассматриваемых благ равны между собой и предельной полезностью дополнительно сбереженного рубля.

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

MU - предельная полезность блага;

P - цена блага.

-
-
-

1.Кардиналистский подход

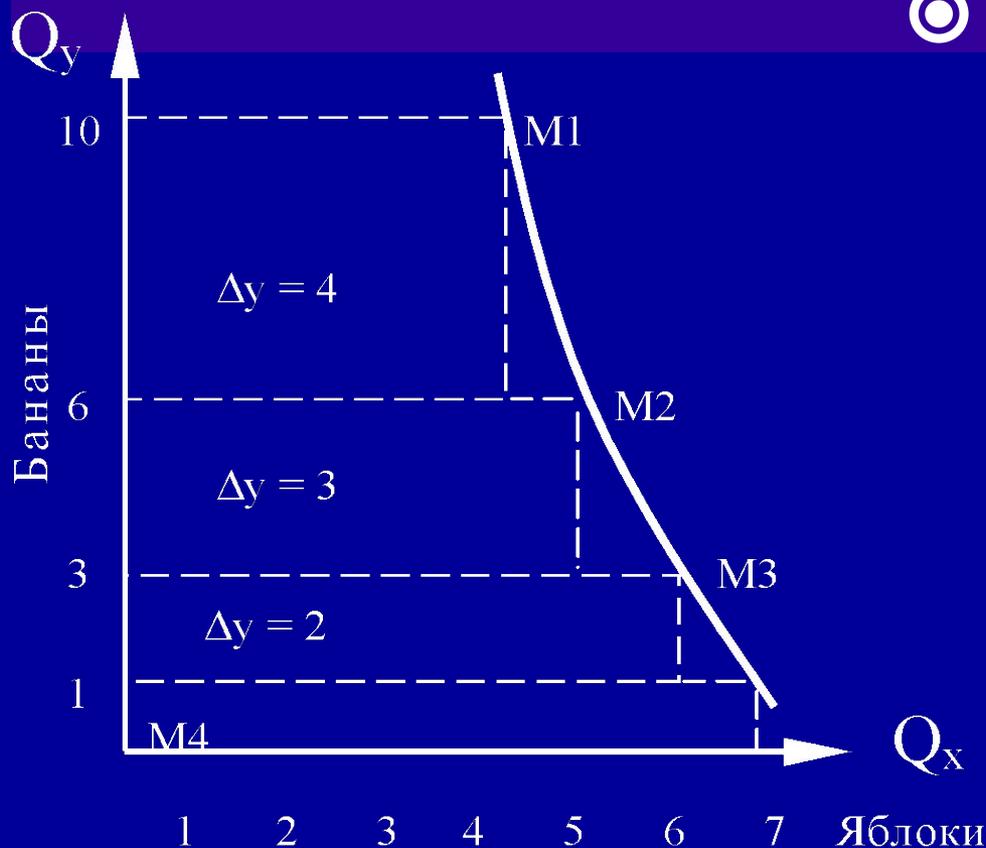
- **Условия равновесия потребителя:**
- **2.Сумма всех затрат потребителя на товары и услуги плюс сбережения (S), должны быть равны его денежному доходу (I):**

$$P_1Q_1 + P_2Q_2 + \dots P_nQ_n + S = I$$

2. Ординалистский подход

- ◎ **Аксиомы качественной теории потребления:**
- ◎ 1. Аксиома рациональности потребителя как экономического субъекта;
- ◎ 2. Аксиома транзитивности предпочтений- для любых трех потребительских корзин A, B, C , если $A > B > C$, то $A > C$; или, если $A = B = C$, то $A = C$;
- ◎ 3. Аксиома ненасыщения потребностей- для любого набора A всегда существует набор B , более предпочтительный для потребителя;
- ◎ 4. Аксиома возможности выбора- предполагает способность человека однозначно ответить на вопрос, какой из предложенных потребительских наборов, A или B , является для него более предпочтительным: либо $A > B$, либо $A < B$, либо $A = B$.

2. Ординалистский подход

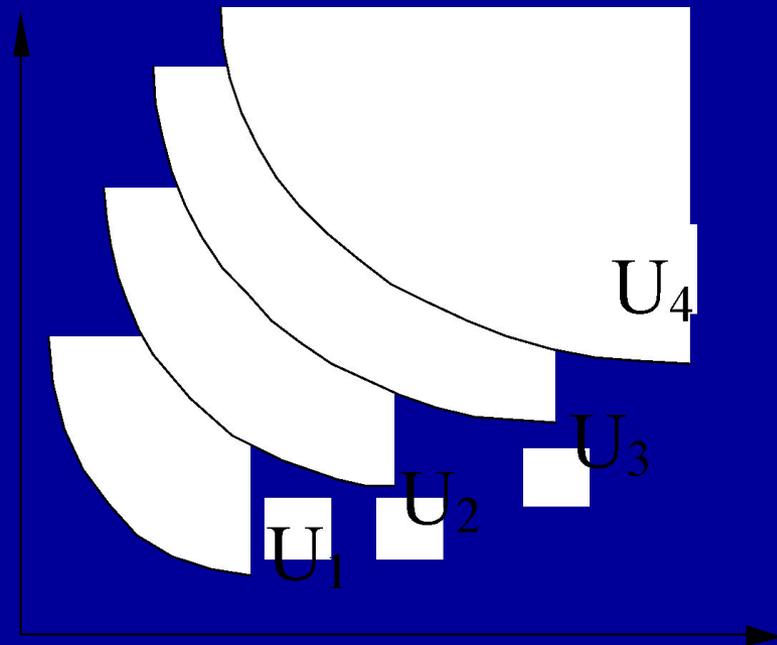


Кривая безразличия

◎ **Кривая безразличия** соединяет точки, показывающие такие наборы благ, которые для потребителя равноценны, то есть обеспечивают одинаковый уровень удовлетворения его потребностей.

2. Ординалистский подход

Совокупность кривых
безразличия,
описывающих
поведение одного
потребителя,
составляет его карту
безразличия



Карта безразличия

2. Ординалистский подход

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

$$MRS = \frac{\Delta q_2}{\Delta q_1} = -\frac{MU_1}{MU_2}$$

-
-
-

2. Ординалистский подход

Предельная норма замещения товара q_2 товаром q_1 равна отношению их предельных полезностей, то есть MU_1 к MU_2 . Орицательный знак в выражении означает, что чем больше одного товара (q_1), тем меньше другого товара (q_2), должно быть в потребительском наборе, с тем, чтобы совокупная полезность осталась неизменной.

-
-
-

2. Ординалистский подход

- Основные свойства кривых безразличия:

- ◎ 1) Кривая безразличия имеет отрицательный наклон, который отражает возможность замещения потребителем одного товара другим для поддержания уровня своего удовлетворения постоянным.

-
-
-

2. Ординалистский подход

- Основные свойства кривых безразличия:
 - 2) Кривая безразличия может быть проведена через любую точку пространства товаров.
 - 3) Кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, означает более предпочтительные наборы товаров.

-
-
-

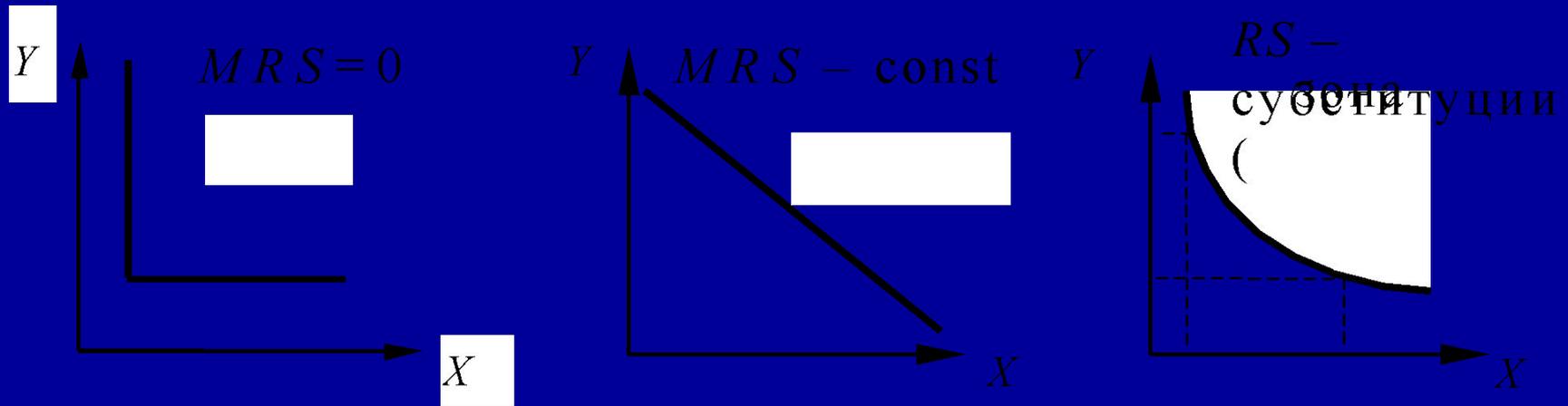
2. Ординалистский подход

- Основные свойства кривых безразличия:

4) Кривые безразличия не пересекаются.

5) Кривые безразличия выпуклы к началу координат.

2. Ординалистский подход



- Варианты кривых безразличия

2.Ординалистский подход

◎ 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 .

•
•
•

2. Ординалистский подход

- **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 ,

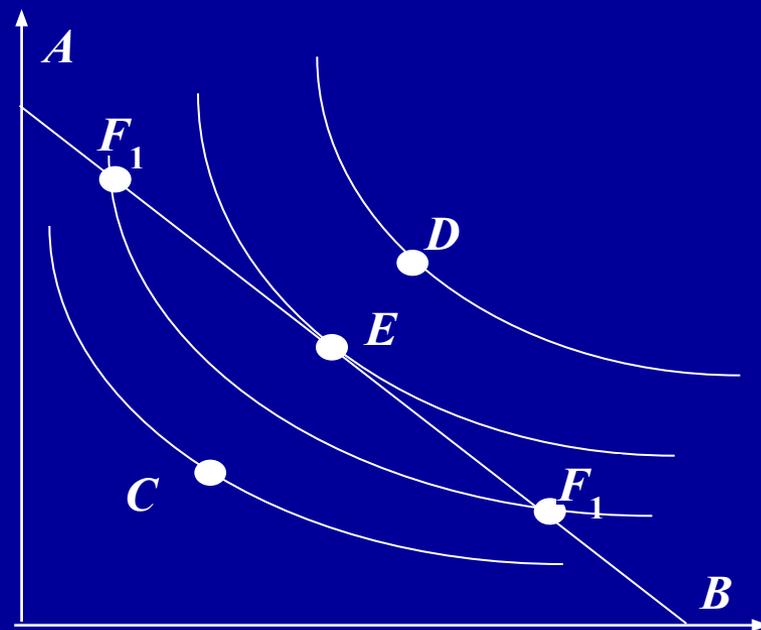
P_X - цена товара X ,

P_Y - цена товара Y .

2. Ординалистский подход

- Оптимум потребителя в качественной (ординалистской) теории потребления.

Оптимальным для потребителя является набор, соответствующий точке касания бюджетной линии некоторой кривой безразличия: отношение предельных полезностей потребляемых товаров равно отношению их цен



Равновесие
потребителя

