

## Тема 4. Потребительский выбор в условиях рынка

1. Общая и предельная полезность товаров на рынке.
2. Основные подходы к оценке предельной полезности товара
3. Определение бюджетной линии и равновесия потребителя.

# 1. Общая и предельная полезность товаров на рынке.

## Определение полезности:

*Полезность (неоклассическая теория) -*  
свойство экономических благ удовлетворять  
потребности конкретных потребителей в  
конкретных условиях.■

# Главная черта полезности:

**Оценка ее всегда субъективна  
– в отличие от  
*потребительной*  
*стоимости* (свойства товара  
удовлетворяют  
*общественную*  
потребность).**

Цель выбора потребителя -

**- максимизация полезности  
потребляемых благ и услуг  
при заданных рыночных  
ценах с учетом ограничений  
по доходу.**

# Определение общей полезности:

*Общая полезность - это оценка потребителем совокупной полезности приобретаемого количества товара или услуги.*

# Правила для общей полезности:

- 1) Общая полезность любого товара, как правило, увеличивается по мере возрастания потребляемых единиц товара.
- 2) Прирост общей полезности снижается по мере потребления дополнительных единиц товара.

## Определение предельной полезности:

***Предельная полезность* - это дополнительная, добавочная полезность, получаемая потребителем от каждой дополнительной единицы определенного вида продукции.**



## Определение закона убывающей предельной полезности:

***По мере потребления дополнительных единиц (порций) одного и того же товара предельная полезность этих единиц (порций) уменьшается.***

## **2. Основные подходы к оценке предельной полезности товара**

**1 подход основан на теории предельной полезности - количественным (кардиналистским).**

**2 подход основан на теории кривых безразличия, именуемый порядковым (ординалистским).**

А) введение понятия «ЮТИЛЬ» -  
гипотетической единицы  
полезности.

Б) точное соотношение  
полезностей разных благ для  
одного и того же человека

## Аксиомы ординалистского подхода:

**1) Аксиома полной упорядоченности (сравнимости):** для любой пары товаров (А и В) существует три вероятности:

либо товар А предпочтительнее В,

либо товар В предпочтительнее А,

либо А и В одинаково предпочтительны.

## 2. Аксиома рефлексивности:

---

**– любой товар не может быть предпочтительней относительно самого себя.**

### **3. Аксиома транзитивности –**

---

**если товар А  
предпочтительнее товара  
В, а товар В  
предпочтительнее С, то  
товар С не может быть  
предпочтительнее товара А**

## 4. Аксиома ненасыщения –

**при прочих равных условиях потребитель обычно предпочитает большее количество данного блага меньшему его количеству.**

# Определение кривой безразличия:

*Геометрическое место точек, координаты которых отражают те или иные равноценные для потребителя наборы из двух товаров (рис.4.1.)*



Кол-во блага А

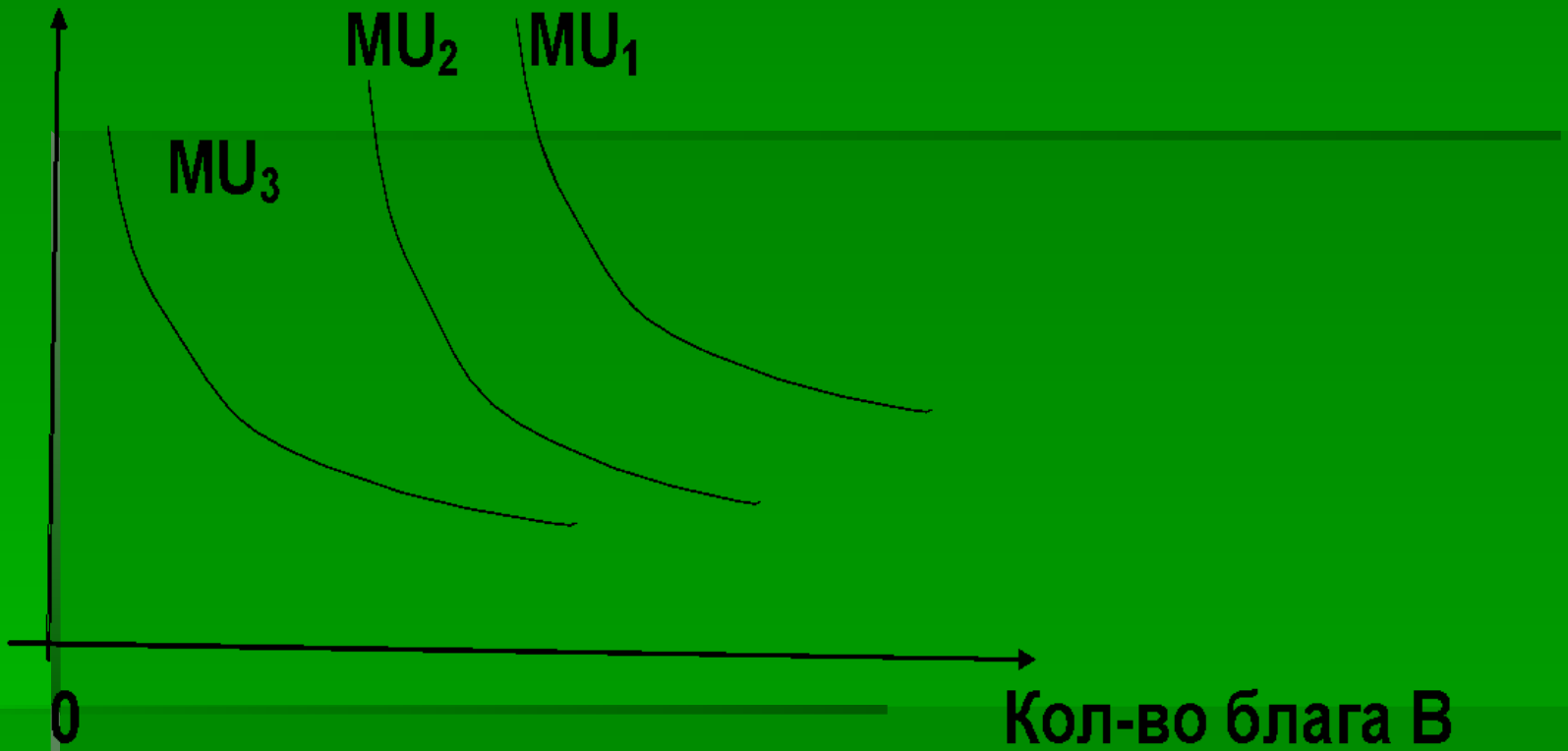


Рис 4.1. Кривые безразличия

# Определение предельной нормы замещения

***Предельная норма замещения – это количество одного блага, которым необходимо «пожертвовать», чтобы увеличить объем потребления другого блага на единицу и при этом не изменить уровень удовлетворения потребителя.***

### **3. Определение бюджетной линии и равновесия потребителя.**

**Для анализа  
потребительского выбора  
необходимо учитывать  
бюджетное ограничение.**

# Определение бюджетного ограничения:

***Денежный доход, используемый потребителем с целью покупки рассматриваемых товаров при заданных рынком ценах на эти товары.***

# *Определение бюджетной линии*

**Бюджетная линия - прямая, проходящая через две точки на осях координат, значение которых определяется делением бюджета потребителя на цену соответствующего товара.**

Кол-во блага А

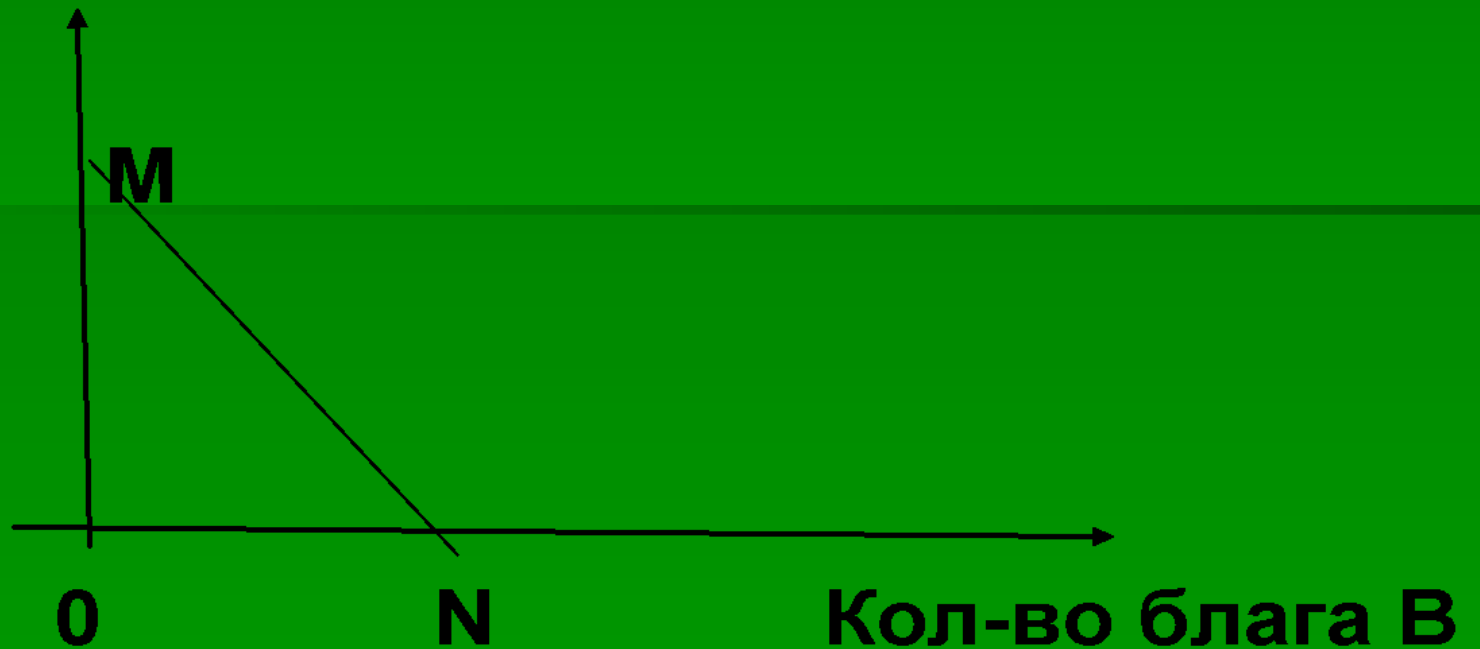


Рис. 4.2. Бюджетная линия  
потребителя

# Варианты использования бюджета (см. Рис.4.2).

1) *Точки внутри треугольника  $OMN$*  - наборы благ, которые потребитель может приобрести по данным ценам, но его доход не будет полностью израсходован.

**2)** Точки на линии **MN** – наборы благ при полном использовании дохода потребителя.

**3)** Точки за пределами линии **MN** – наборы благ, покупка которых невозможна при данном доходе.



Равновесие потребителя графически выражается в точке касания бюджетной линии и одной из кривых безразличия  
(рис. 4.3)

Кол-во блага А

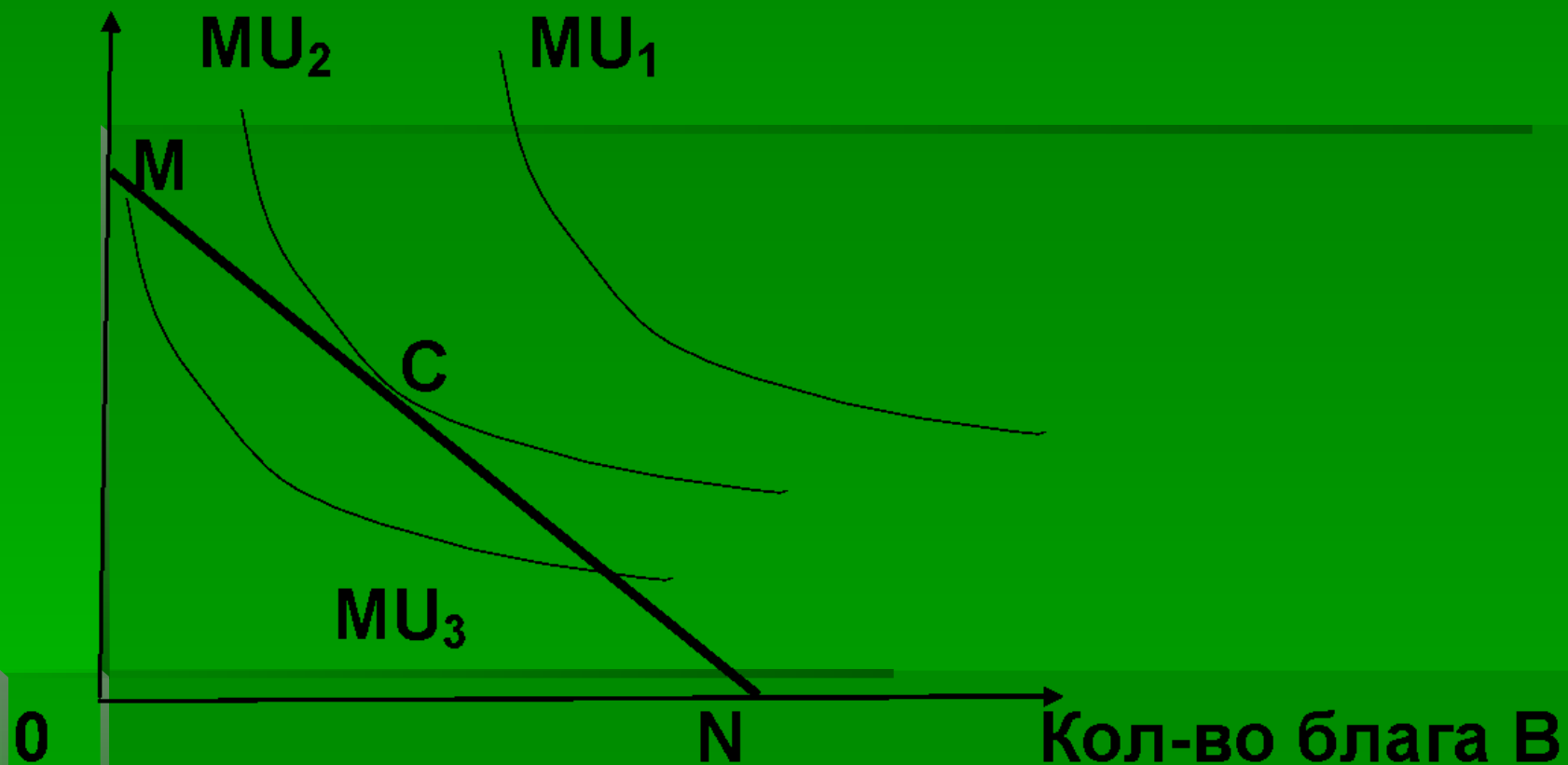


Рис. 4.3. Равновесие потребителя

Потребительское равновесие алгебраически выражается в формуле:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_3}{P_3} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

*где*

$M U_i$  – предельная  
полезность последних  
единиц товаров 1,2,3,  
...,  $n$ ;

$P_i$  – цена товаров 1,2,3, ...,  $n$ .

Исходя из формулы **4.2.** состояние потребительского равновесия отражается равенством предельной нормы замещения двух товаров обратному соотношению цен на них.

# Факторы рационального потребительского выбора:

- 1) **Предельная полезность товаров,**
- 2) **Денежный доход потребителя,**
- 3) **Цены на товары и услуги.**