

Теория потребительского выбора



1. История вопроса
2. Кардинализм
3. Ординализм

Цель потребителей в экономике
состоит в потреблении благ.

Блага обладают полезностью, т.е.
способностью удовлетворять
потребности людей.

Рациональный потребитель
стремится максимизировать
полезность.



Теория предельной полезности (маржинализм) возникла в последней трети XIX века

Её *разработали* представители
австрийской школы лозаннской школы Англия
(Швейцария)

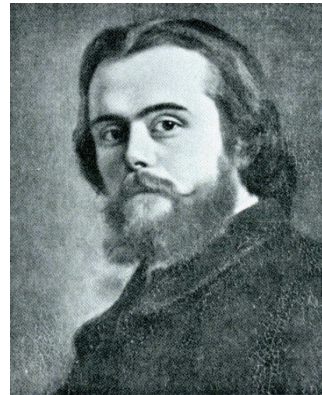
К. Менгер



Е.ф. Бём-Баверк



Л. Вальрас



У.С. Джевонс



Ф.ф. Визер



Й. Шумпетер



Критерием ценности товара, согласно теории предельной полезности, является **степень его полезности для потребителя**.
Данная теория представляет собой субъективную теорию ценности.

Выделяют **два подхода** к пониманию теории полезности:

Кардинализм или количественный подход

Представители:

- *У.С. Джевонс,*
- *К. Менгер,*
- *Л. Вальрас*

Ординализм или порядковый подход

Представители:

- *Ф. Эджуорт,*
- *В. Парето,*
- *И. Фишер*

Парадокс ценности

(парадокс воды и алмазов, или парадокс Смита)



Почему, несмотря на то, что вода для человека намного полезнее, чем алмазы, цена алмазов намного выше цены воды?



В центре внимания маржиналистов была проблема *менового ценности благ* — пропорции их обмена.

Эту проблему маржиналисты решали с помощью ***теории предельной полезности***, объяснявшей ***ценность благ полезностью их дополнительной (предельной) единицы*** и, таким образом, ***сочетавшей*** при объяснении ценности

- ***фактор полезности***
- ***фактор редкости.***

Кардинализм

Ценность блага для потребителя зависит от его

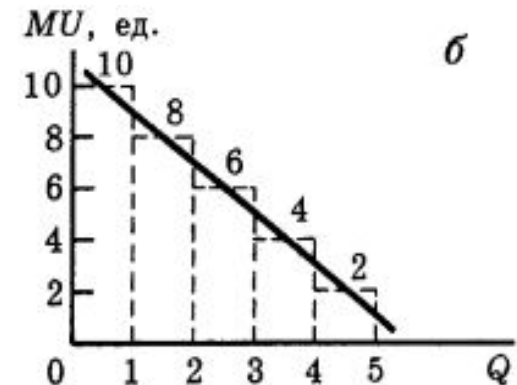
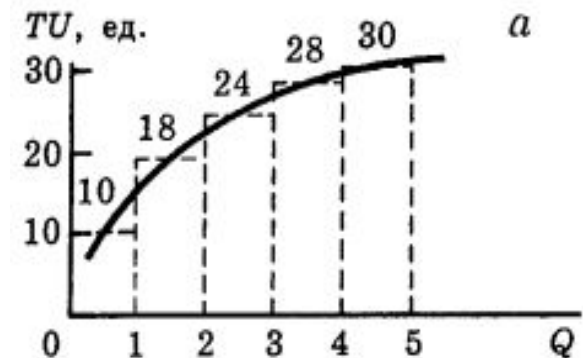
- *полезности* (utility)
- и
- *редкости*,

т.е. от его *предельной полезности* (marginal utility, MU), под которой понимается полезность каждой последующей единицы блага.

Общая полезность (total utility, TU) это удовлетворение, которое потребители получают от потребления конкретного набора благ.

Кардиналисты пытались измерять полезность благ с помощью единиц полезности *ютилов*.

| | TU | MU |
|---|----|----|
| 1 | 10 | 10 |
| 2 | 18 | 8 |
| 3 | 24 | 8 |
| 4 | 28 | 4 |
| 5 | 30 | 2 |



Принцип **убывающей предельной полезности** называется *первым законом Госсена*:



Герман Генрих
Госсен

С ростом потребления какого-либо одного блага при фиксированном объеме потребления всех остальных благ общая полезность возрастает убывающими темпами, а предельная полезность при этом убывает.

В своей книге, опубликованной в 1854 г., Госсен математически обосновал основные принципы теории предельной полезности.

Он сформулировал два закона, которые во многом предвосхитили теоретические и математические построения Л. Вальраса, У. Дже-вонса и др.

Второй закон Госсена



Рациональный потребитель в рамках ограниченного бюджета так осуществляет свои покупки, чтобы каждый приобретенный товар принес ему одинаковую предельную полезность пропорционально цене этого товара.

Оптimum потребителя достигается, когда средства распределены таким образом, что для всех купленных товаров имеет место равенство:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots = \frac{MU_z}{P_z} = \lambda,$$

где MU_x , MU_y , MU_z – предельные полезности благ x , y , z ;

P_x , P_y , P_z – цены благ x , y , z ;

λ - предельная полезность денег

Ординализм или порядковый подход

Ф. Эджуорт



В. Парето



И. Фишер



Порядковый подход предполагает, что потребитель может лишь **ранжировать полезность и выбирать наборы благ** по их индивидуальной предпочтительности.

Аксиомы порядкового подхода

Обозначим предпочтения потребителя ($>$) и безразличие (\sim).

1. Аксиома полной (совершенной) упорядоченности.

$A > B$, либо $B > A$, либо $A \sim B$.

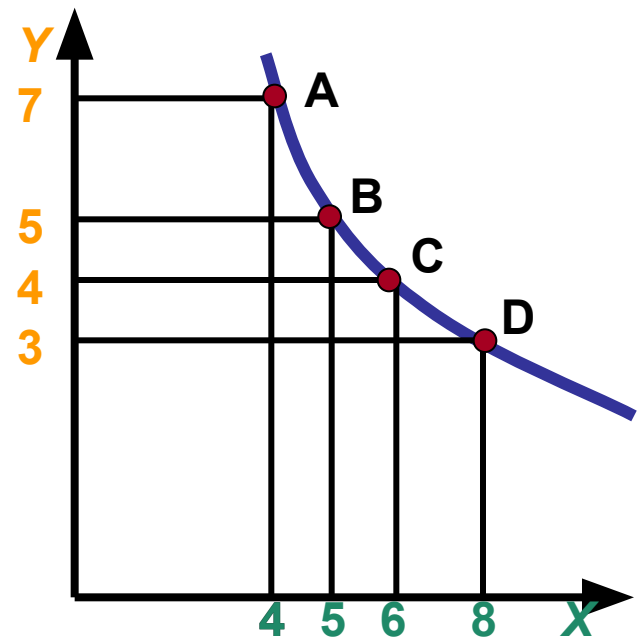
2. Аксиома транзитивности.

Если $A > B > C$, или $A \sim B > C$,
или $A > B \sim C$, то $A > C$.

3. Аксиома ненасыщения.

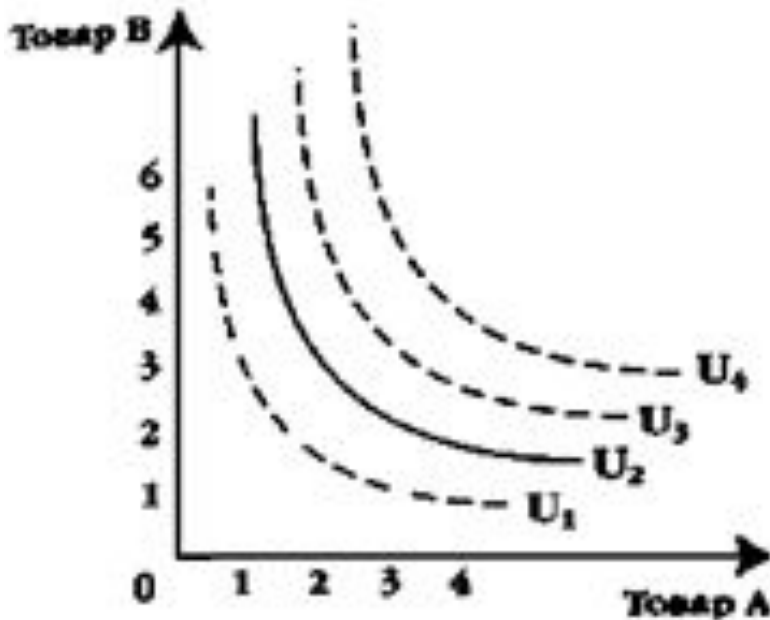
4. Аксиома независимости потребителя.

Кривая безразличия – это линия, каждая точка которой представляет собой наборы благ (X, Y), равноценных между собой с точки зрения потребителя, т.е. линию **равной полезности**.



$$U_A = U_B = U_C = U_D$$

Карта безразличия



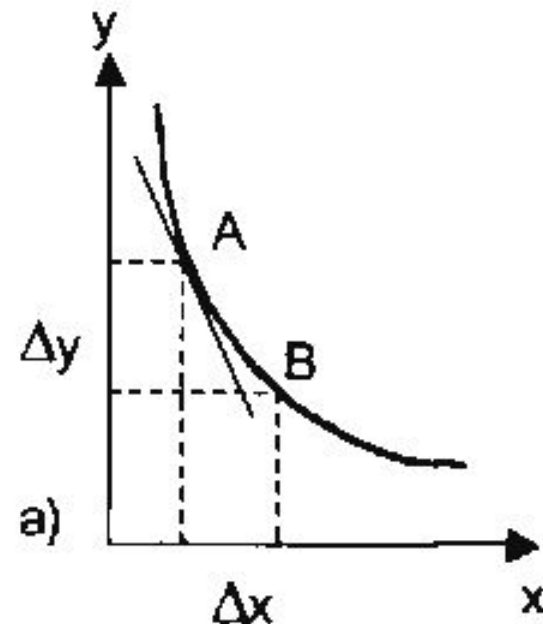
$$U_4 > U_3 > U_2 > U_1$$

| | X | Y |
|---|---|---|
| A | 4 | 7 |
| B | 5 | 5 |
| C | 6 | 4 |
| D | 8 | 3 |

Предельная норма замещения благом X блага Y (***MRS*** – ***marginal rate of substitution***) представляет собой объем блага Y , от которого должен отказаться потребитель, чтобы увеличить потребление блага X на единицу при неизменном уровне полезности.

$$MRS = - \Delta Y / \Delta X \quad \text{при } U = \text{const}$$

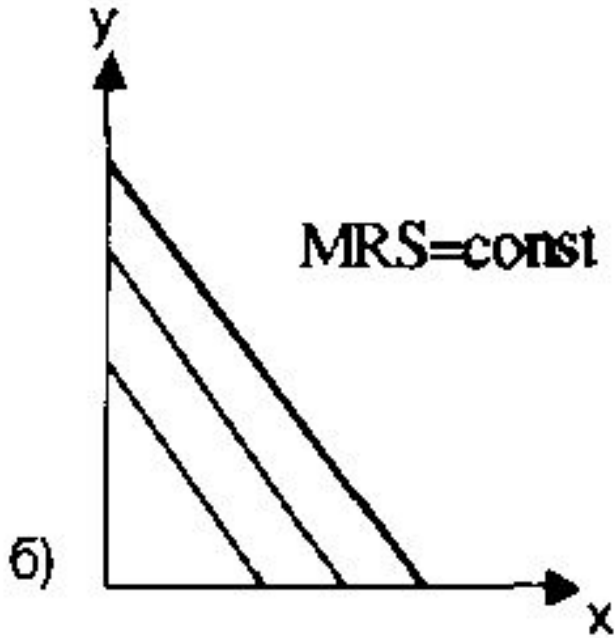
По мере увеличения потребления блага X (т.е. «насыщения» потребности), величина ***MRS*** убывает, а касательная становится все более полой.



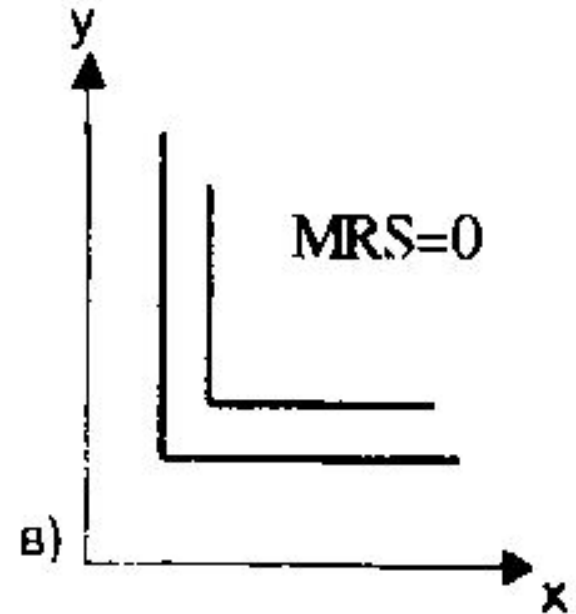
Связь ***MRS*** с предельной полезностью определяется соотношением:

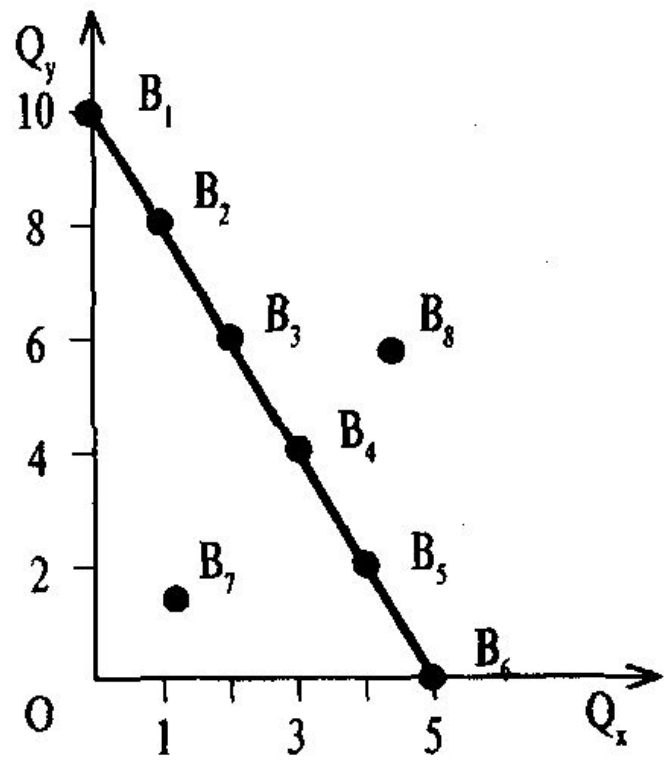
$$MU_X / MU_Y = - \Delta Y / \Delta X = MRS$$

Карты безразличия,
характерные для абсолютно
взаимозаменяемых товаров,
когда $MRS = const$

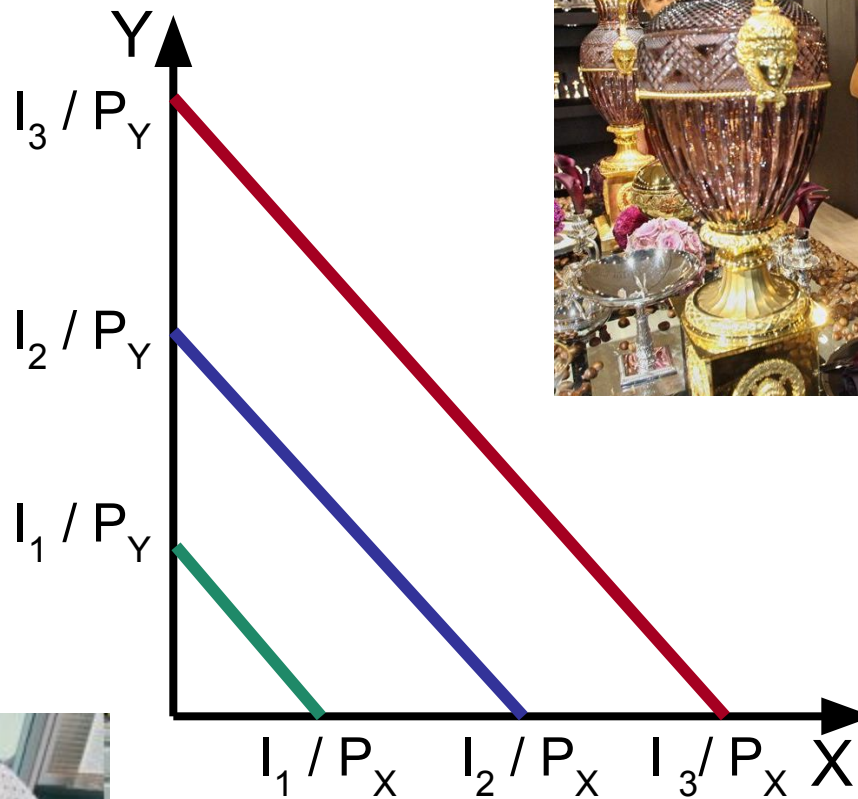


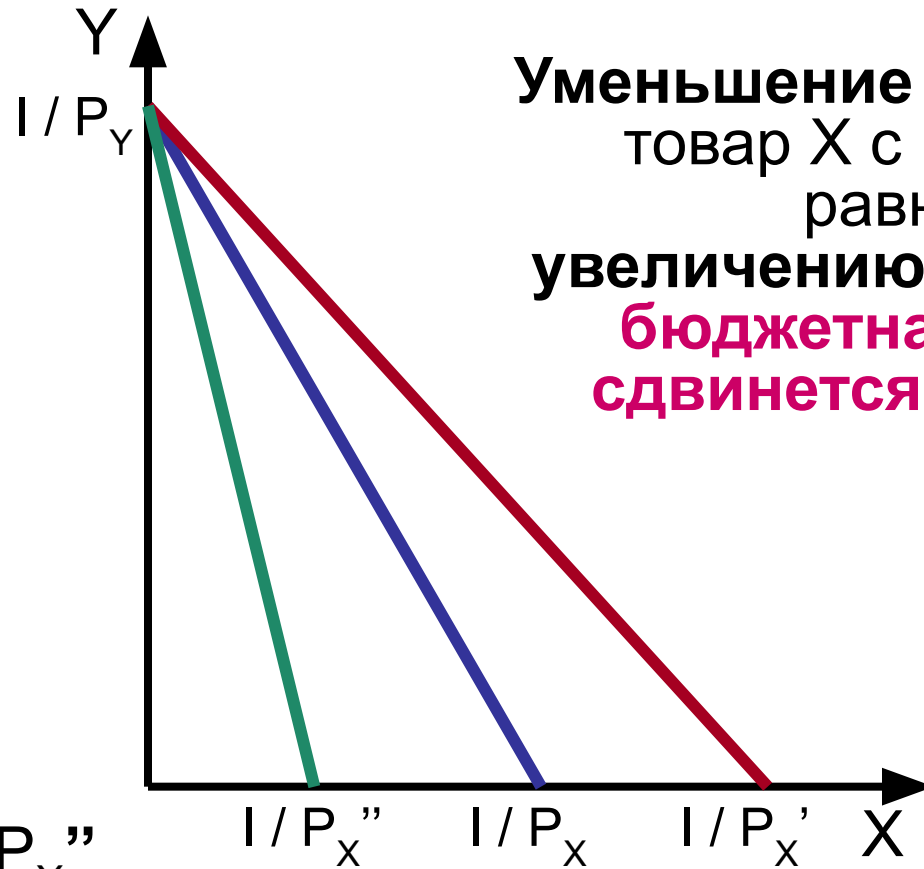
Карты безразличия
для абсолютно
взаимодополняемых товаров,
когда $MRS = 0$





Если доход
потребителя
растет,
 $I_3 > I_2 > I_1$
бюджетная
линия
смещается
вправо вверх.





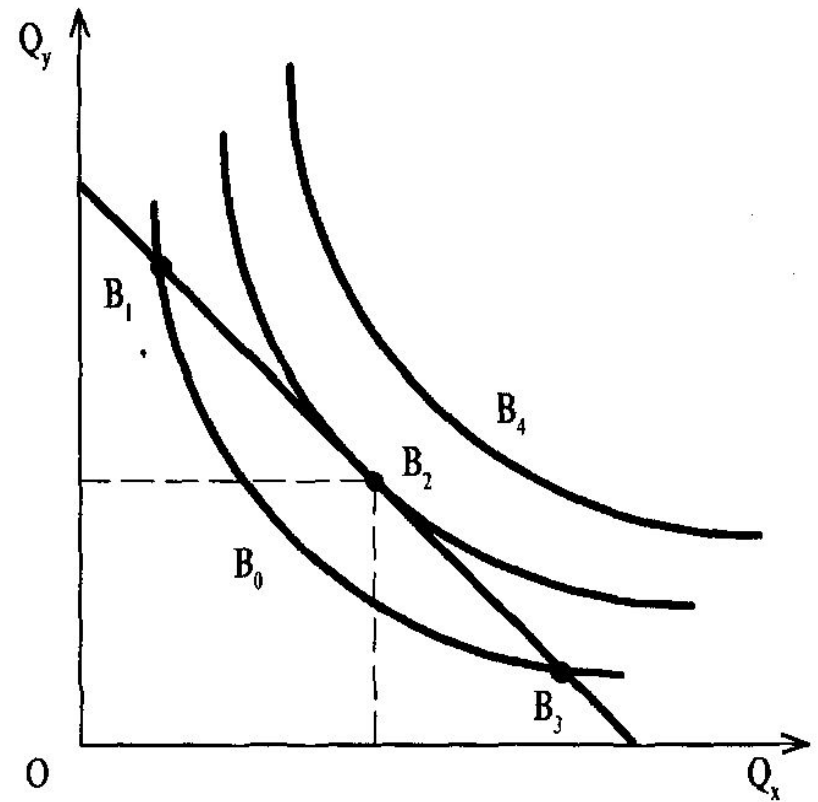
Уменьшение цены на товар X с P_X до P_X' равносильно увеличению дохода, бюджетная линия сдвинется вправо.

Увеличение цены на товар X с P_X до P_X'' равносильно сокращению дохода, бюджетная линия сдвинется влево.

Потребительский оптимум может быть найден графически.

Равновесие потребителя

соответствует такой комбинации покупаемых товаров, которая максимизирует полезность при наличном бюджетном ограничении (точка B_2), где бюджетная линия касается соответствующей кривой безразличия.



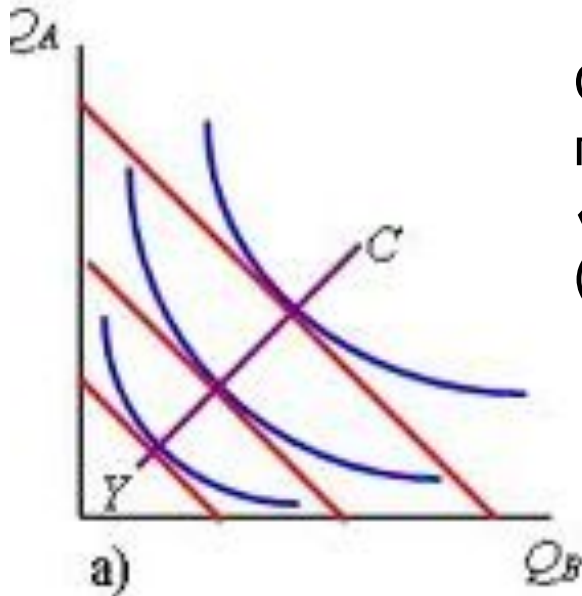
Разложение общего эффекта изменения цены на эффект дохода и эффект замещения.



Эффект замещения и эффект дохода по Хиксу в случае снижения цены на товар X

Влияние дохода на потребление

Когда бюджет потребителя растет при неизменных ценах, бюджетная линия, перемещаясь вправо, касается все более отдаленных кривых безразличия.



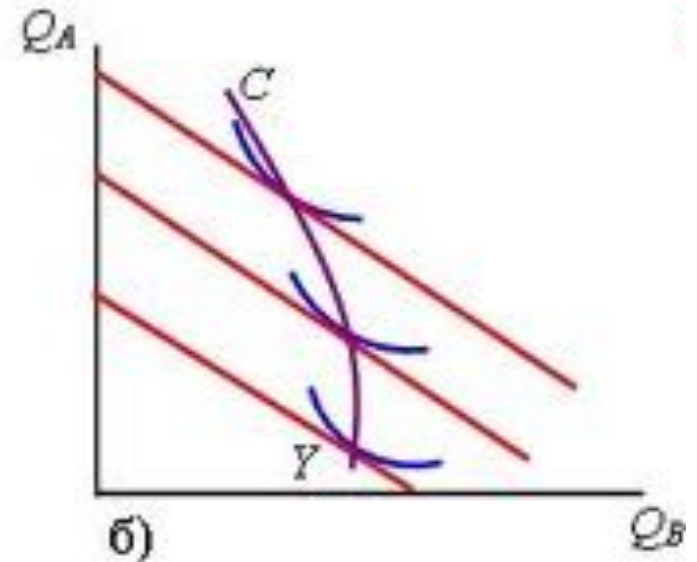
Соединив все точки равновесия потребителя, получим **линию «доход (бюджет) - потребление»** (YC).

Для большинства благ линия «доход - потребление» имеет положительный наклон (рис. а), что означает **рост потребления обоих благ при росте дохода**

Если по мере роста дохода сокращается потребление одного из благ,

то

такое благо условно называют «некачественным» (inferior good).



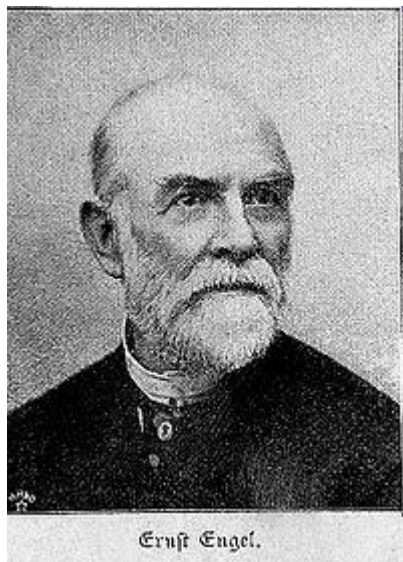
ЗАКОН ЭНГЕЛЯ

По мере роста доходов семьи

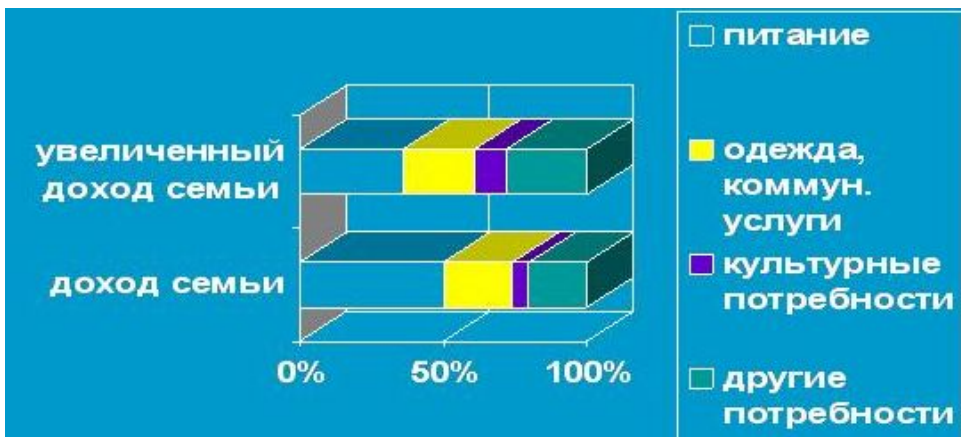
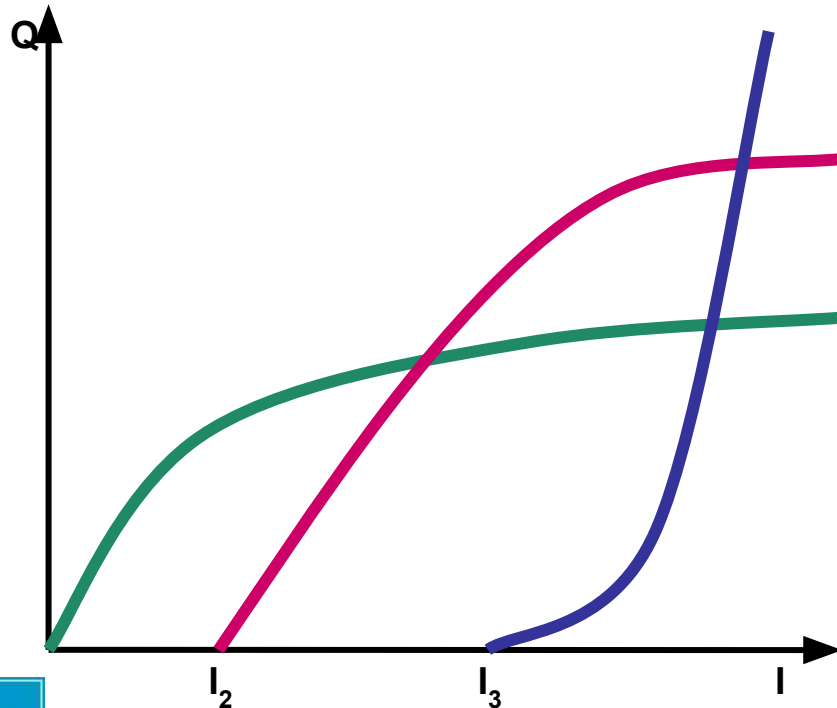
падает доля расходов на продовольствие,

почти не меняется удельный вес затрат на жилище, отопление, освещение, одежду;

зато растет доля расходов на прочие нужды.



- Продовольственные товары
- Промышленные товары стандартного потребительского качества
- Высококачественные товары и услуги



Кривые Энгеля в интерпретации Торнквиста