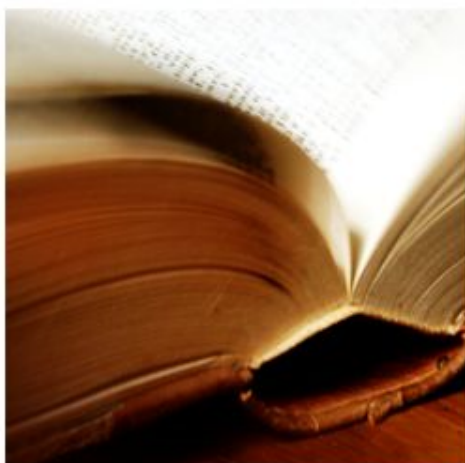


Teoria wyboru konsumenta (model zachowa konsumenta)

Gabriela Przesławska

Uniwersytet Wrocławski

Instytut Nauk Ekonomicznych Zakład Polityki Gospodarczej





- Analiza post powania konsumenta mo e by prowadzona dwoma sposobami:
- 1. od strony u yteczno ci całkowitej i u yteczno ci kra cowej oraz
- 2. w ramach podej cia opartego na linii bud etu i krzywej oboj tno ci

Użyteczność całkowita. Użyteczność krańcowa



- Użyteczność, to suma zadowolenia (satysfakcji), jak daje konsumentowi posiadanie danego dobra. Dobro jest tym użyteczniejsze, im intensywniej zaspokaja daną potrzebę.
- Teoria użyteczności zakłada, zgodnie z ogólną psychologiczną prawidłowością, i w miarę wzrostu spożycia (lub zapasu) jakiegoś dobra, jego użyteczność całkowita rośnie wolniej, niż zapas.
- Pozwala to sformułować pojęcie użyteczności krańcowej (dodatkowej) jako stosunku przyrostu użyteczności całkowitej do minimalnego przyrostu zapasu.
- Użyteczność krańcowa = zmiana użyteczności całkowitej / zmiana wielkości spożycia

Prawa Gossena

- Pierwsze prawo - malej cej u yteczno ci kra cowej - u yteczno maleje w miar wzrostu spo ycia (tj. wzrostu zaspokojenja danej potrzeby)
- Drugie prawo - konsument w d eniu do maksymalizacji swojej u yteczno ci, tak dzieli dost pne mu ilo ci dobra mi dzy ró ne potrzeby, aby kra cowe u yteczno ci zrównały si we wszystkich zastosowaniach, a u yteczno ci kra cowe były proporcjonalne do ceny



Równowaga konsumenta



- Oznacza to, że w dążeniu do maksymalizacji użyteczności w wyniku wymiany konsument zamienia dobro mniejszej użyteczności krajowej (posiadanego w nadmiarze) na dobro o większej użyteczności, którego odczuwa względny brak
- W ten sposób, poprzez wymian osiąga stan równowagi konsumenta

Paradoks wartości. Paradoks wody i diamentów (Problem A. Smitha)



- Dlaczego woda niezbędna do życia ma niższą cenę, niż diamenty, bez których można żyć?
- Paradoks wartości polega na tym, że użyteczność całkowita rośnie, a użyteczność krańcowa maleje.
- Im więcej jest jakiegoś towaru, to choć użyteczność całkowita rośnie, użyteczność krańcowa, a więc cena - maleje.
- Ceny bowiem wyznacza użyteczność krańcowa ostatniej jednostki dobra

Linia budżetu. Krzywa obojętności

- 2- gi sposób analizy postępowania konsumenta dostarcza podejście oparte na linii budżetu i krzywej obojętności
- Linia budżetu obrazuje wszystkie kombinacje zakupu dwóch dóbr przy danym dochodzie i cenach (czyli linia budżetu ukazuje problem wyboru dóbr przy danym dochodzie).
- Na linii budżetu nakłada się tzw. krzywą obojętności, która obrazuje możliwe kombinacje zakupu dwóch dóbr, dających taki sam poziom użyteczności



Linia budżetu. Krzywa obojętności. Równowaga konsumenta



- Punkt styczności krzywej obojętności z linią budżetu wyznacza punkt równowagi konsumenta, który wskazuje, że konsument przy danych dochodach maksymalizuje użyteczność całkowitą przy danej proporcji spożycia wybranych dóbr.
- Równowaga konsumenta, to optymalne połączenie pragnień (krzywa obojętności) i możliwości (linia budżetu)

Efekt substytucyjny. Efekt dochodowy

- **Zmiana ceny wywołuje efekt substytucyjny i dochodowy**
- Efekt substytucyjny związany ze zmianami relacji cen sprawia, że konsumenci odchodzą od dobra, którego cena wzrosła, zastępując je substytutami (wzrost ceny kawy powoduje wzrost popytu na herbatę, gdy jest tańsza)
- Efekt dochodowy wzrostu ceny prowadzi do zmniejszenia siły nabywczej dochodu i polega na dostosowaniu popytu do zmiany realnego dochodu (czyli do zmniejszenia wielkości popytu – ilości nabywanych produktów)



Paradoks Giffena



- Pomimo wzrostu ceny dobra popyt na nie wzrasta
- Paradoks ten odkrył sir Giffen w Irlandii w 1845 r. w okresie klęski głodu spowodowanej zaraz ziemniaczan
- W przypadku dóbr niższego rzędu efekt dochodowy przeważa nad efektem substytucyjnym
- Efekt dochodowy działa tu w przeciwnym kierunku: wzrost ceny powoduje wprawdzie spadek realnego dochodu, jednak rozmiar zapotrzebowania zwiększa się (tu tkwi paradoks)

ródła:

- D.Begg, S.Fisher, R. Dornbusch,
Ekonomia, t1, PWE Warszawa

