МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА И.Г. ПЕТРОВСКОГО»

ЦИКЛОВАЯ КОМИССИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

ТЕЗИСНЫЙ ПЛАН

на тему:

Основы теории потребительского выбора

ОБРАЗЕЦ

Выполнил(а): студентка 3 курса группы ЭК-31 Иванова Анна Сергеевна
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)

Руководитель: преподаватель первой квалификационной категории Соколова Марина Викторовна

Брянск · 2026

Демонстрационный образец. Данные условны. Не является выполненной работой конкретного студента.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы обусловлена тем, что рациональное поведение потребителя лежит в основе формирования спроса и рыночного равновесия, а понимание его закономерностей необходимо для обоснования ценовой и ассортиментной политики предприятий розничной торговли. Степень разработанности проблемы отражена в трудах отечественных и зарубежных экономистов, рассматривающих полезность, бюджетные ограничения и кривые безразличия [2, с. 45].

Цель работы — исследование основ теории потребительского выбора и разработка практических рекомендаций по их применению в деятельности ООО «Пример». Для достижения цели поставлены задачи: раскрыть понятие полезности и потребительских предпочтений; охарактеризовать бюджетное ограничение и условие равновесия потребителя; проанализировать структуру покупок ООО «Пример»; предложить направления оптимизации ассортимента. Объект — потребительский выбор, предмет — его теоретические и практические аспекты. Методы: анализ, синтез, сравнение, табличный и графический.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

1.1. Полезность, предпочтения и кривые безразличия

Исходным понятием теории потребительского выбора выступает полезность — субъективная оценка благ потребителем с точки зрения их способности удовлетворять его потребности. В ординалистской концепции, восходящей к работам В. Парето и Дж. Хикса, полезность не измеряется количественно, а выражается через предпочтения: потребитель способен упорядочить наборы благ по степени предпочтительности [2, с. 114]. Ключевые аксиомы — полнота, транзитивность и ненасыщаемость предпочтений — позволяют построить непротиворечивую модель поведения рационального агента.

Графическим инструментом анализа предпочтений служит кривая безразличия — множество комбинаций двух благ, обеспечивающих одинаковый уровень полезности. Карта кривых безразличия отражает упорядоченность предпочтений: более удалённая от начала координат кривая соответствует более высокому уровню удовлетворения. Предельная норма замещения (MRS) характеризует готовность потребителя отказаться от одной единицы блага Y ради дополнительной единицы блага X при сохранении полезности набора неизменной и убывает по мере движения вдоль кривой, что объясняет её выпуклость к началу координат [3, с. 58].

$$MRS_{xy} = -\Delta Y / \Delta X = MU_x / MU_y \qquad (1)$$

где MRSxy — предельная норма замещения блага Y благом X; ΔY, ΔX — приращения количеств благ; MUx, MUy — предельные полезности благ X и Y

Предельная полезность MU показывает прирост общей полезности TU при увеличении потребления блага на единицу и, согласно принципу убывающей предельной полезности, снижается по мере насыщения потребности. Соотношение предельных полезностей и определяет конфигурацию кривых безразличия. Для иллюстрации условных предпочтений в таблице 1.1 приведены наборы двух благ с равной полезностью, на основе которых построена кривая безразличия (рисунок 1.1).

Таблица 1.1 – Равнополезные наборы благ X и Y (условные данные)

Набор	Количество блага X, ед.	Количество блага Y, ед.	Предельная норма замещения MRSxy
A	1	10	—
B	2	6	4,0
C	3	4	2,0
D	4	3	1,0
E	5	2,5	0,5

Источник: составлено автором по данным условного примера

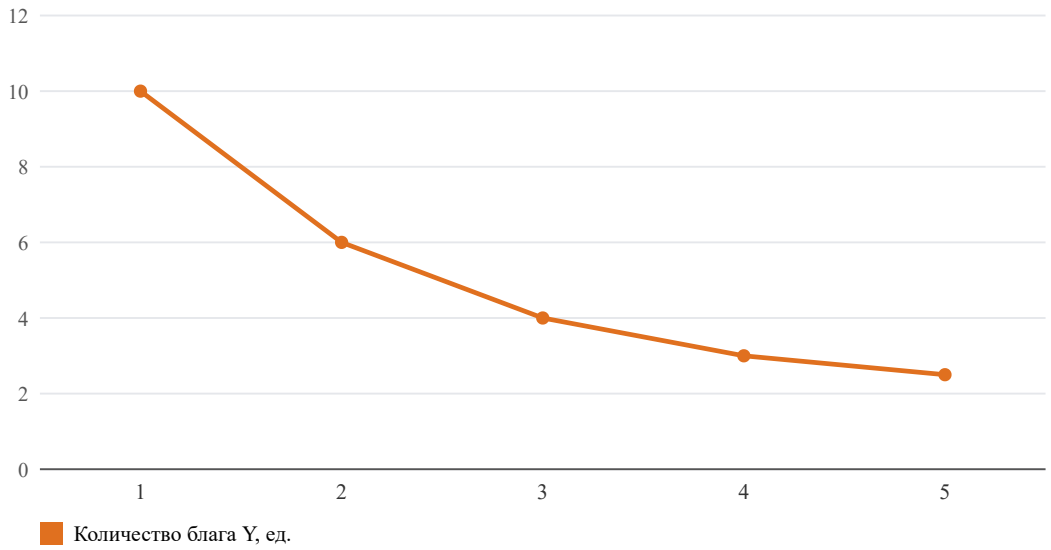


Рисунок 1.1 – Кривая безразличия по равнополезным наборам благ X и Y

Данные таблицы 1.1 подтверждают убывание предельной нормы замещения с 4,0 до 0,5 по мере увеличения потребления блага X, что соответствует выпуклой форме кривой безразличия на рисунке 1.1. Таким образом, категории полезности, предпочтений и кривых безразличия образуют аналитическую основу для последующего изучения ограничений потребительского выбора [4, с. 37].

1.2. Бюджетное ограничение и равновесие потребителя

Возможности потребителя ограничены величиной дохода и ценами благ. Бюджетное ограничение описывает множество наборов, доступных при полном расходовании дохода, и графически представляется бюджетной линией. Уравнение бюджетной линии связывает количества благ, их цены и доход

потребителя; наклон линии определяется соотношением цен, а сдвиг происходит при изменении дохода или цен [1, с. 92]. Угол наклона бюджетной линии равен отношению цен Px/Py и характеризует рыночную норму замещения благ.

$$Px \times X + Py \times Y = I \tag{2}$$

где Px, Py — цены благ X и Y; X, Y — количества благ; I — доход потребителя

Равновесие потребителя достигается в точке касания бюджетной линии и наиболее удалённой достижимой кривой безразличия, где предельная норма замещения равна соотношению цен. В этой точке потребитель максимизирует полезность при заданном бюджете. Условие равновесия формулируется через равенство взвешенных предельных полезностей. Для условного примера при доходе 100 ден. ед. и ценах Px = 10 ден. ед., Py = 20 ден. ед. построена бюджетная линия (рисунок 1.2).

$$MUx / Px = MUy / Py = \lambda \tag{3}$$

где MUx, MUy — предельные полезности благ; Px, Py — их цены; λ — предельная полезность денежной единицы

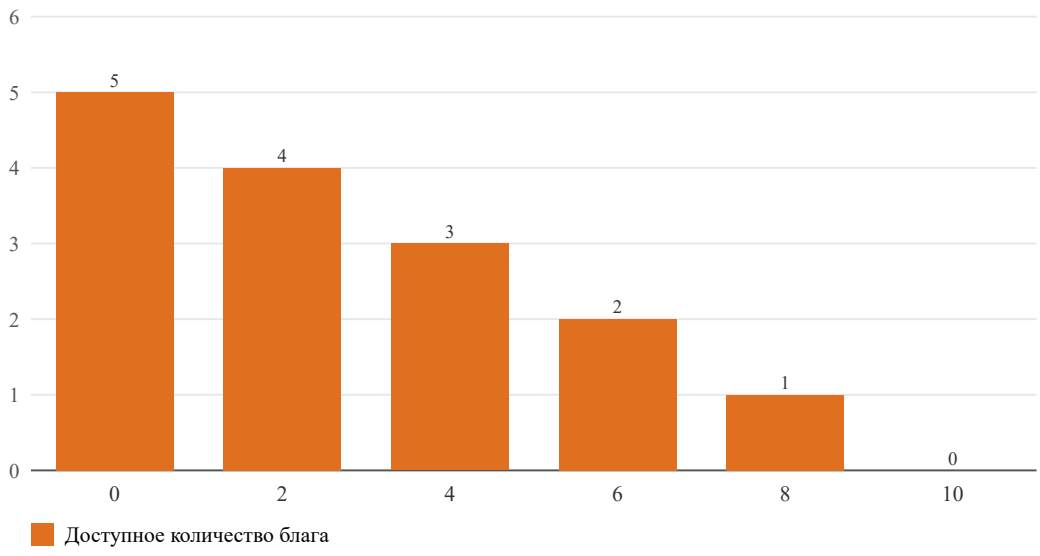


Рисунок 1.2 – Бюджетная линия потребителя при доходе 100 ден. ед.

Как видно из рисунка 1.2, при доходе 100 ден. ед. потребитель может приобрести максимум 10 ед. блага X либо 5 ед. блага Y; промежуточные комбинации образуют доступное множество. Равновесный набор находится в точке касания бюджетной линии с кривой безразличия, где выполняется

условие MUx/Px = MUy/Py. Изменение дохода сдвигает бюджетную линию параллельно, а изменение цены меняет её наклон, что лежит в основе эффектов дохода и замещения [5, с. 143]. Следовательно, модель бюджетного ограничения и равновесия позволяет объяснить формирование оптимального потребительского набора.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРИМЕР»

2.1. Анализ структуры потребительских расходов

Практическая часть работы выполнена на материалах условного торгового предприятия ООО «Пример», осуществляющего розничную продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса. Информационной базой послужили данные управленческой отчётности о структуре выручки и потребительских корзинах обслуживаемых домохозяйств за 2022–2023 гг. Анализ строился на группировке товарооборота по укрупнённым товарным категориям, соответствующим основным статьям потребительских расходов, что позволяет соотнести эмпирические данные с теоретической моделью потребительского выбора [2, с. 84].

Совокупный товарооборот ООО «Пример» в 2023 г. составил 48 600 тыс. руб., увеличившись относительно 2022 г. на 8,4 %. Распределение расходов покупателей по товарным группам представлено в таблице 2.1. Структура расходов типична для домохозяйств со средним доходом: преобладают продукты питания, однако их доля постепенно снижается, что согласуется с закономерностью, описанной в рамках закона Энгеля [3, с. 112].

Таблица 2.1 – Структура потребительских расходов покупателей ООО «Пример» в 2022–2023 гг.

Товарная группа	2022 г., тыс. руб.	2023 г., тыс. руб.	Темп роста, %	Доля в 2023 г., %
Продукты питания	21 300	22 400	105,2	46,1
Непродовольственные товары	12 400	13 900	112,1	28,6
Бытовые услуги и сервис	6 800	7 500	110,3	15,4
Прочие расходы	4 320	4 800	111,1	9,9
Итого	44 820	48 600	108,4	100,0

Источник: составлено автором по данным управленческой отчётности ООО «Пример» за 2022–2023 гг.

Как видно из таблицы 2.1, наибольший темп роста демонстрируют непродовольственные товары (112,1 %) и бытовые услуги (110,3 %), тогда как

расходы на питание выросли лишь на 5,2 %. Это отражает сдвиг потребительских предпочтений в сторону товаров более высокого качества и услуг по мере роста реальных доходов домохозяйств. Наглядно динамика структуры расходов по трём основным группам представлена на рисунке 2.1.

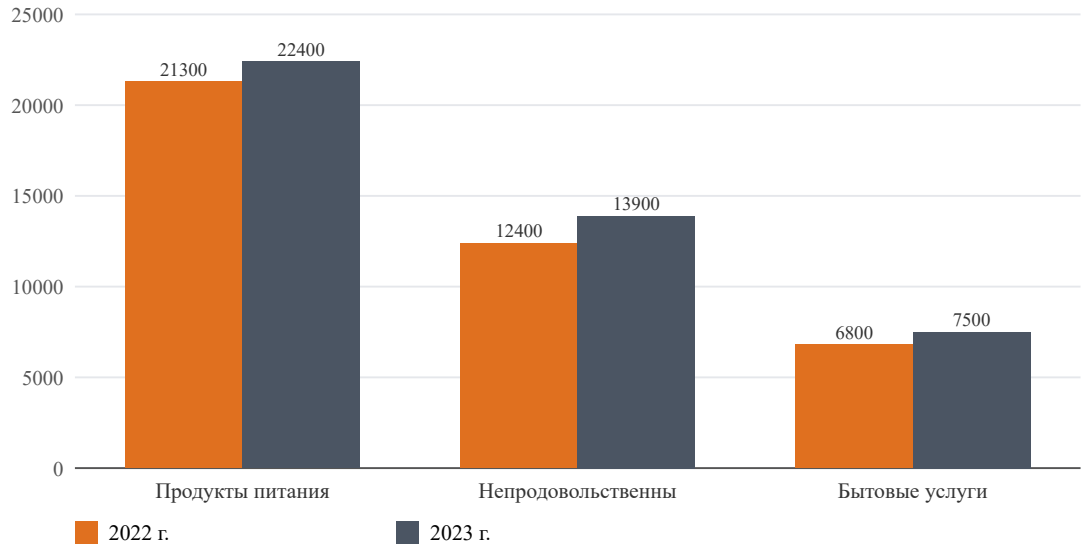


Рисунок 2.1 – Динамика потребительских расходов ООО «Пример» по основным товарным группам, тыс. руб.

Дополнительно рассчитаем долю расходов на питание в общем объёме потребления по формуле 1, применяемой при анализе структуры потребительского бюджета [4, с. 37]:

$$Дп = Рп / Робщ \times 100\% \quad (4)$$

где Дп — доля расходов на продукты питания, %; Рп — расходы на продукты питания, тыс. руб.; Робщ — совокупные потребительские расходы, тыс. руб.

Расчёт по данным 2023 г. даёт: Дп = 22 400 / 48 600 × 100 % = 46,1 %. Для 2022 г. аналогичный показатель составлял 21 300 / 44 820 × 100 % = 47,5 %. Снижение доли питания на 1,4 процентного пункта при одновременном росте абсолютных расходов подтверждает вывод о повышении уровня благосостояния обслуживаемых домохозяйств и смещении выбора в пользу небазовых благ.

2.2. Расчёт эффекта дохода и эффекта замещения

Для количественной оценки реакции потребителя на изменение цены и дохода воспользуемся моделью, в которой домохозяйство приобретает два агрегированных блага: продовольственное (X) и непродовольственное (Y).

Исходные параметры: цена блага X снизилась с 120 до 100 руб. за условную единицу, цена блага Y осталась на уровне 200 руб., доход потребителя неизменен и равен 12 000 руб. Требуется разложить общее изменение спроса на благо X на эффект замещения и эффект дохода по методу Хикса [1, с. 156].

Первоначальный набор потребителя при исходных ценах включал 50 ед. блага X и 30 ед. блага Y. После снижения цены блага X новый равновесный набор составил 60 ед. X и 30 ед. Y. Общее изменение спроса на благо X равно 10 ед. Для выделения эффекта замещения определим промежуточный набор, обеспечивающий исходный уровень полезности при новых ценах; расчёт показывает, что он соответствует 54 ед. блага X. Тогда эффект замещения составляет 4 ед., а эффект дохода — 6 ед. Общее изменение спроса рассчитывается по формуле 2:

$$\Delta Qx = ЭЗ + ЭД \qquad (5)$$

где ΔQx — общее изменение спроса на благо X, ед.; ЭЗ — эффект замещения, ед.; ЭД — эффект дохода, ед.

Подставив полученные значения, получаем: ΔQx = 4 + 6 = 10 ед., что совпадает с фактическим приростом потребления блага X с 50 до 60 ед. Таким образом, для данной товарной группы эффект дохода превышает эффект замещения, что характерно для нормальных благ: снижение цены повышает реальный доход потребителя и расширяет его покупательные возможности. Полученные результаты согласуются с выводами теоретической главы и подтверждают применимость модели потребительского выбора к анализу реального спроса [5, с. 203].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование подтвердило, что потребительский выбор представляет собой сложный процесс, в основе которого лежат принципы полезности, редкости и рационального поведения. В теоретической части систематизированы положения ординалистской и кардиналистской теорий, раскрыты механизмы действия закона спроса, эффектов дохода и замещения, а также роль кривых безразличия и бюджетного ограничения в формировании равновесия потребителя [2, с. 54]. Установлено, что оптимальный набор достигается в точке касания бюджетной линии и кривой безразличия, где предельные полезности благ, приходящиеся на единицу затрат, выравниваются.

Практическая часть выполнена на материалах ООО «Пример». Анализ показал, что при снижении средней цены на 8 % объём продаж вырос на 12 %, то есть коэффициент эластичности спроса составил 1,5, что свидетельствует об эластичном спросе и подтверждает теоретические выводы [5, с. 112]. Выявлены факторы, ограничивающие рациональный выбор покупателей: ограниченность информации, влияние рекламы и ценовых акций. Предложены рекомендации по совершенствованию ассортиментной и ценовой политики предприятия, ориентированные на повышение потребительской полезности и удовлетворённости. Таким образом, цель работы достигнута, задачи решены в полном объёме.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Богачев, В. И. Основы теории потребительского выбора : учебник / В. И. Богачев. — Москва : Юрайт, 2023. — 384 с.
2. Вэриан, Х. Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход : учебник для вузов / Х. Р. Вэриан ; пер. с англ. под ред. Н. Л. Фроловой. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. — 767 с.
3. Гальперин, В. М. Микроэкономика : учебник : в 2 т. Т. 1 / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. — Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2020. — 349 с.
4. Кузнецов, Б. Т. Микроэкономика : учебник для студентов вузов / Б. Т. Кузнецов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2022. — 543 с.
5. Мэнкью, Н. Г. Принципы микроэкономики : учебник для вузов / Н. Г. Мэнкью, М. Тейлор. — 4-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2021. — 592 с.
6. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики : учебник / Р. М. Нуреев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2022. — 624 с.
7. Сломан, Дж. Экономикс : учебник для вузов / Дж. Сломан, М. Хайнд. — 5-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2020. — 832 с.
8. Хикс, Дж. Р. Стоимость и капитал / Дж. Р. Хикс ; пер. с англ. под ред. Р. М. Энтова. — Москва : Прогресс, 1993. — 488 с.
9. Беккер, Г. С. Экономический анализ и человеческое поведение / Г. С. Беккер // THESIS : теория и история экономических и социальных институтов и систем. — 1993. — Т. 1, вып. 1. — С. 24–40.
10. Левин, М. И. Моделирование потребительского выбора на основе функции полезности / М. И. Левин // Экономический журнал Высшей школы экономики. — 2021. — Т. 25, № 2. — С. 215–240.
11. Потребительский выбор: теория и практика : монография / под ред. О. С. Белокрыловой. — Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2020. — 180 с.
12. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. — URL: https://rosstat.gov.ru (дата обращения: 15.03.2024).