



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

**ТЕОРИЯ ЗА ПОТРЕБИТЕЛСКИЯ ИЗБОР – КАРДИНАЛЕН И
ОРДИНАРЕН ПОДХОД – ОСНОВНИ ДОПУСКАНИЯ И
ИНСТРУМЕНТАРИУМ.**

Изготвил:

Проверил:

Ботевград, 2016

УВОД

Като се имат предвид вкусовете на потребителите (отразено в неговото или нейното безразличие), рационалните потребители се стремят да максимизират ползата или удовлетворението при изразходване на своя доход. Рационалните потребители максимизира полезността, като се опита да постигне възможно най-високата крива на безразличие въз основа на своя бюджет. Това се случва, когато кривата на безразличие се допира до бюджетния ред, така че наклонът на кривата на безразличие (на MRS_{XY}) е равен на наклона на бюджетната линия (P_X / P_Y). По този начин, състояние на ограничена максимизация на очакваната полза, оптимизация на потребителите или равновесие на потребителите се реализира, когато потребителят изхарчва целия си доход и $MRS_{XY} = P_X / P_Y$.

В настоящата курсова ще се разгледа потребителския избор на туристическа дестинация в контекста на теорията на потребителския избор.

В повечето изследвания се прави опит да се аргументира посоката на наблюдаваните потоци схоластично въз основа на традиционната теория на търсенето. По-специално и според парадигмата на „отделяемостта”¹ се предполага, че първоначално, представителният потребител разпределя финансови ресурси между туристически и не-туристически продукти по начин, по който се оптимизира неговата полезност предвид съществуващите ограничения; впоследствие потреблението на съответните туристически блага се формира на рационална база.

Този начин на мислене е най-забележим в емпиричните изследвания на туристическото търсене. По-голямата част от иконометричните модели следват временен ред, подхода на единично уравнение, където в по-напреднала среда редица системи на търсенето системи също биват

¹ Deaton, A., and J. Muellbauer 1980 An Almost Ideal Demand System. American Economic Review 70:312±326.