

3.1 Потребительский выбор

В данной главе исследуется поведение потребителя на рынке, перед которым стоит задача приобретения нужной ему полезности. Его должна устраивать цена, ее величина, в свою очередь, напрямую зависит от величины дохода данного потребителя. Необходимо найти те принципы, которые лежат в основе цены покупателя и цены продавца. Взаимосвязь полезности, цены и дохода лежат в основе теории поведения потребителя.

Полезность блага U есть способность его удовлетворить одну или несколько потребностей человека. Экономическая наука нашла два пути определения величины полезности. Один путь предложила австрийская школа, он получил название – количественный или кардинальный. Второе направление, показывающее предпочтения потребителей, было названо порядковым или ординалистским.

Количественный подход устанавливает связь между спросом и ценой, запасом или количеством блага. Количество благ является определяющим фактором для его цены в условиях ограниченности ресурсов. Суть в том, что последовательно потребляемые количества любого блага имеют убывающую полезность для потребителя. **Полезность, которую приобретает потребитель из дополнительной единицы блага, называется предельной полезностью MU, а сумма полезностей всех частей блага называется общей полезностью TU.**

Определение субъективной полезности блага в рамках ординалистской системы связано с тем, что в этом случае используется шкала относительности предпочтений потребителя. Потребитель выбирает наиболее необходимый с его точки зрения набор товаров из всех возможных для него.

Согласно ординалистской концепции, цена блага для потребителя определяется не общей, а предельной полезностью. Функция полезности заключается в том, что по мере увеличения количества потребляемого блага его полезность убывает:

$$TU = F/Q_i/,$$

TU – общая полезность блага, Q_i – последовательные части блага.

Такую же тенденцию имеет и предельная полезность:

$$MU = Q_d / TU/d$$

Имеется классический пример, показывающий взаимоотношения общей и предельной полезности. Вода, имеющая максимально возможную полезность для человека, обладает минимальной ценой, алмазы, наоборот, имеют минимальную полезность и максимальную цену. Разграничения общей и предельной полезности все объясняет. Общая полезность воды, без сомнения велика, а предельная ее полезность – низка. У алмазов общая полезность низка, а предельная – высока. Цены же зависят не от общей, а от предельной полезности.

Условия потребительского выбора определяются на основе ординалистской концепции. Считается, что денежный доход потребителя ограничен, рынок совершенен и отдельный покупатель не влияет на цену. Следующее необходимое условие – покупатель полностью ориентируется в предельных полезностях продуктов, представленных на рынке. Он также заинтересован в приобретении максимально возможной полезности покупаемых им товаров.

При таких условиях потребительский выбор может быть осуществлен, если соблюдать следующие правила:

1. Рынок располагает множеством различных видов потребительских благ. Отсюда потребитель имеет возможность выбирать различные блага.

2. Потребитель независим. Он не зависит от рыночных предпочтений других потребителей, но зависит от своих.
3. Насыщенность потребителя. Предполагается, что предельная полезность потребительских благ всегда положительна. Потребитель имеет желание приобрести больше товаров и услуг сравнительно с тем их количеством, которым он располагает на данный момент.
4. Транзитивность. Имеется ввиду постоянство вкусов потребителей, потребитель в этом случае настолько безразличен к выбору набора товаров А и В, насколько и к выбору наборов В и С, А и С.
5. Субституция. Любой потребитель предпочтет отказаться от некоего количества блага А, если у него есть возможность приобрести большее количество товаров-заменителей по той же цене.

Поведение потребителя на рынке приводит к достижению так называемого равновесия потребителя. Это означает, что взвешенные предельные полезности всех приобретаемых им благ будут равны. Взвешенная предельная полезность определяется делением предельной полезности блага на его цену. Необходимо проиллюстрировать это условным примером. Имеются три блага, с помощью которых потребитель удовлетворяет свои потребности. Предельная полезность блага А равна 200 маркам, а его цена 20 маркам, благо В соответственно имеет 160 и 8 марок, а благо С – 90 и 6 марок. На основе этих данных в начале составим таблицу, показывавшую разные предельные полезности всех перечисленных благ.

Таблица 3.1

Определение взвешенной предельной полезности

Блага	Предельная полезность MU	Цена P	Взвешенная предельная полезность MU/P
А	200	20	10
В	160	8	20
С	90	6	15

Из таблицы видно, что наибольшую полезность потребителю приносит благо В, т.к. у него наибольшая взвешенная предельная полезность. Обратное положение с взвешенной предельной полезностью товара А. Такое неравновесие приведет к тому, что появится необходимость для потребителя перераспределить свой доход таким образом, чтобы приобрести дополнительно благо В за счет уменьшения спроса на благо А.

Данные таблицы показывают нам, что отказ от последней единицы товара А ценой в 20 марок позволит приобрести 2,5 единицы товара В. Потребительское удовлетворение в этом случае составит величину в 400 марок. Если учесть, что величина потребляемого блага А уменьшилось на одну единицу, то в целом предельная полезность приобретаемых благ увеличится на 200 марок /400-200/. В результате предельность блага А будет повышаться, а предельная полезность блага В будет понижаться, взвешенные же предельные полезности всех трех благ будут равны. Это обеспечит для потребителя положение равновесия, что можно увидеть на другой таблице.

Таблица 3.2

Уравнивание взвешенных предельных полезностей

Блага	Предельная полезность МП	Цена P	Взвешенная предельная полезность MU/P
А	300	20	15
В	120	8	15
С	90	6	15

В данном случае взвешенные предельные полезности каждого блага одинаковы, что является условием равновесия потребителя. Формула этого явления выглядит так:

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

Таким образом, определяется потребительский выбор, который означает, что максимизируется функция полезности нормального потребителя в условиях ограниченности денежного хода. Каждая последняя денежная единица, затраченная на покупку любого блага, приносит ее владельцу одинаковую предельную полезность.

Экономическая наука установила, что стремление потребителя к максимальной полезности приводит к такому положению, когда соотношение предельных полезностей любого количества различных благ равно соотношению их цен. Если взвешенную предельную полезность обозначить как:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_n}{P_n} = \lambda$$

где λ — предельная полезность денег, то правомерно считать, что $MU_n = P_n \lambda$. В этом случае предельная полезность блага равна предельному доходу потребителя, затраченному на приобретение блага. Следовательно, рациональный потребительский выбор предполагает равенство между дополнительными выгодами и дополнительными затратами, не исключая их сопоставления. Такова общая тенденция, но бывают и исключения, если целью потребительского выбора не является максимизация полезности, в этом случае потребитель руководствуется другими мотивами.

Он стремится выделиться, его заботит поддержание имиджа преуспевающего бизнесмена или он просто присоединяется к большинству потребителей.

3.2. Потребительские предпочтения

На основе ординалистской теории имеется возможность относительного измерения полезности тех или иных благ, так как абсолютное измерение невозможно. Для этого необходимо определить предпочтения потребителя одних комбинаций товаров другим комбинациям товаров. Инструментом такого измерения являются так называемые кривые безразличия, предложенные в 1881 году английским экономистом Ф. Эджоуртом. В целях упрощения предполагается, что потребитель должен сделать выбор между двумя наборами товаров – А и В, вместе с тем результаты исследования будут верны для всех товаров.

Имеется потребитель, обладающий фиксированным денежным доходом, который он тратит на потребление. Предпочтение, как было сказано, он отдает двум наборам товаров. К любым комбинациям наборов А и В потребитель в равной мере безразличен. Это означает, что все эти комбинации приносят одинаковую полезность. Комбинации можно показать графически:

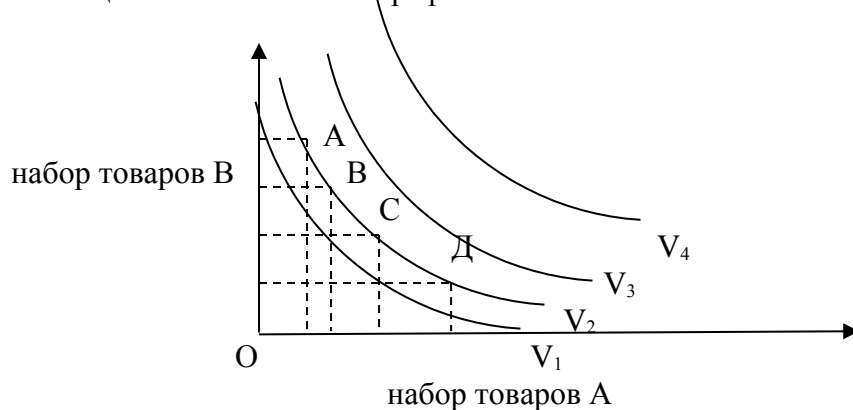


Рис. 3.1. Карта безразличия

Имеется кривая безразличия U_2 . Если потребитель выберет любые точки на ней, то они будут для него одинаково желательны или одинаково безразличны. Данная кривая – это одна из бесчисленного множества кривых. Кривая безразличия показывает возможность существования различных наборов товаров, имеющую одинаковую полезность для потребителя.

Если фиксированный денежный доход потребителя составит 120 тыс. руб., у него есть выбор относительно приобретения товарных наборов А и В. Набор А стоит 30 тыс. руб., а набор В – 20 тыс. руб. Можно купить 4 единицы набора А, потратив все деньги, можно – 6 единиц набора В. Потребитель может иметь комбинацию покупок в пределах фиксированного дохода.

В теории потребительских предпочтений был рассмотрен вопрос о соотношении товаров - заменителей при построении кривых безразличия. Имеется определенная зона замещения, определяемая на кривой безразличия, в пределах которой возможна эффективная замена одного товара другим (с достижением максимальной полезности). На графике этот участок кривой можно обозначить так:

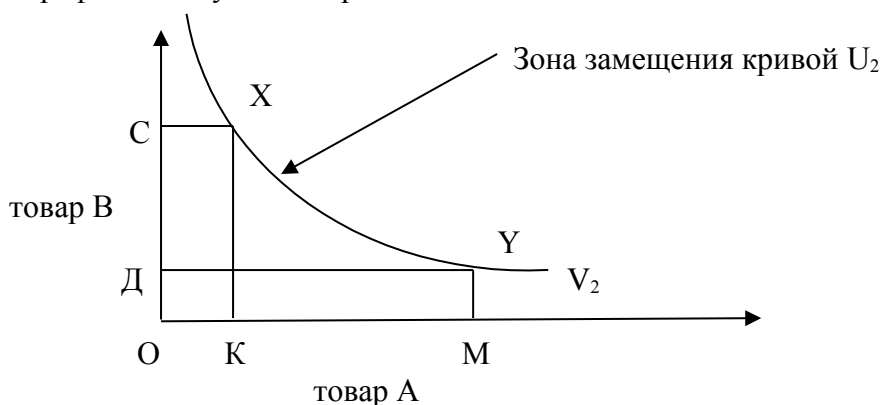


Рис. 3.2. Взаимозаменяемость товаров

Перед нами кривая безразличия U_2 . Она показывает то количество товара А, равное ОК, которое составляет минимально необходимую величину потребления этого товара. Одновременно отрезок OD показывает минимально необходимую величину потребления товара В. В указанных пределах потребитель не может отказаться от использования обоих товаров. Взаимозаменяемость этих товаров может иметь место лишь в пределах кривой, обозначенных отрезком XY.

Существует и предельная норма замещения MRS одного товара другим. Она показывает то количество товара В, которое должно быть уменьшено (увеличено) в потреблении, чтобы увеличить(уменьшить) на одну дополнительную(предельную) единицу потребления товара А, чтобы при этом общий уровень потребления остался без изменений.

Потребительские предпочтения определяются с помощью кривых безразличия. Но последние не учитывают ни цены товара ни доход потребителей(экономические факторы). Учитывают это так называемое **бюджетные ограничения**. Это значит, что любой покупатель не может расходовать на покупку товаров больше средств, чем имеет доходов. Покажем это графически:

На графике имеется прямая линия KL, показывающая возможности потребления для данного потребителя.

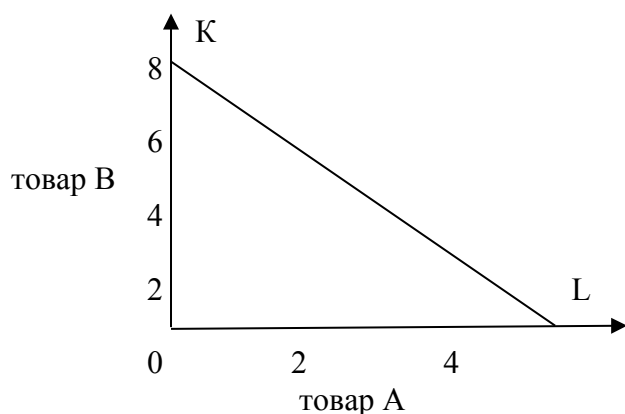


Рис. 3.3. Бюджетное ограничение

Она называется **бюджетной линией**. Если наложить бюджетную линию KL, на график кривых безразличия, то потребитель при данном уровне дохода может перемещаться по линии KL к точке, где получит наибольшую полезность. Это будет наивысшая возможная кривая безразличия. В точке M бюджетная линия касается кривой безразличия U2. В положении равновесия |M| цена товара – пропорциональна его предельной полезности:

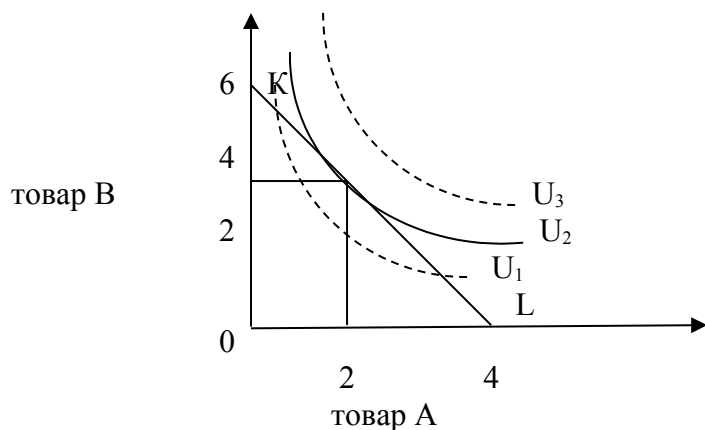


Рис. 3.4 Наивысшая возможная кривая безразличия

Кривая U1, пересекая бюджетную линию в двух точках, не является оптимальным решением для потребителя. Другая кривая безразличия U3 сдвинута вправо, что говорит о больших возможностях потребления, но она выходит за пределы бюджета и не может приниматься во внимание. Бюджетные ограничения могут быть выражены через формулы:

$$J = P_a \cdot Q_a + P_b \cdot Q_b$$

Соответственно уравнение бюджетной линии для товара В может быть выражено:

$$Q_b = (P_a / P_b) \cdot Q_a + J / P_b$$

Где J – фиксированный доход, Q_a и Q_b – количество товаров А и В, P_a и P_b – цены товаров. Увеличение денежного дохода вызывает смещение бюджетной линии вправо вверх. Реальный доход увеличится в том случае, если снизятся цены на товары А и “В. Это второй путь увеличения реального дохода Уменьшение денежного дохода или рост цен на товары сдвинет бюджетную линию влево вниз.

Представим, что бюджетная прямая в результате роста дохода смещается последовательно в положение KL1, KL2, KL3... KLn. Очки касания кривых безразличия с бюджетными линиями соответственно будут M1, M2, M3... Mn. Они определяют



последовательные положения равновесия потребления в соответствии с ростом его дохода. Эта кривая английского экономиста Дж. Хикса получила название кривой «доход-потребление» или уровня жизни(см. рис. 3.5)

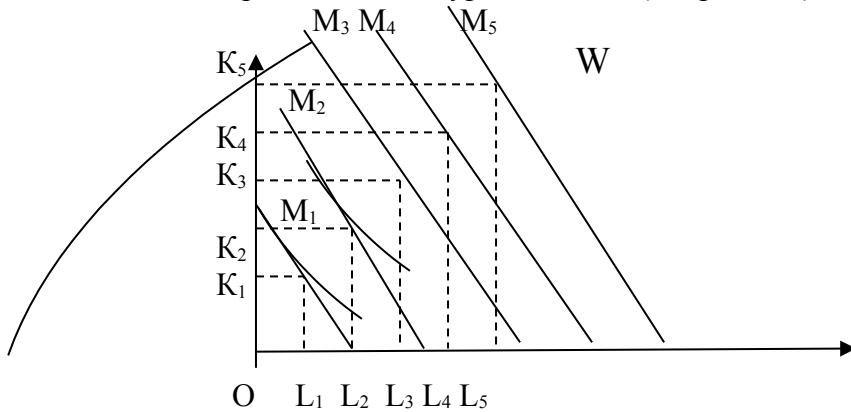


Рис. 3.5. Кривая «доход-потребление»

Немецкий экономист Э.Энгель еще в 19 веке заметил, что возрастание реального дохода по разному сказывается на потреблении товаров различного назначения, - потребление продовольственных товаров растет медленно, быстрее растет насыщение промышленности товарами широкого потребления, только после этого последующий рост доходов обеспечивает еще более быстрый рост потребления высококачественных товаров и услуг.

Если доход остается без изменений, то изменяется цена одного из товаров(товара А) то можно допустить, что цена этого товара снижается последовательно от P_1 до P_2, P_3, P_4 и т.д. На графике это выглядит как сдвиг бюджетной линии веером из одной точки К на линии товара В до точек L_1, L_2, L_3, L_4 на линии товара:

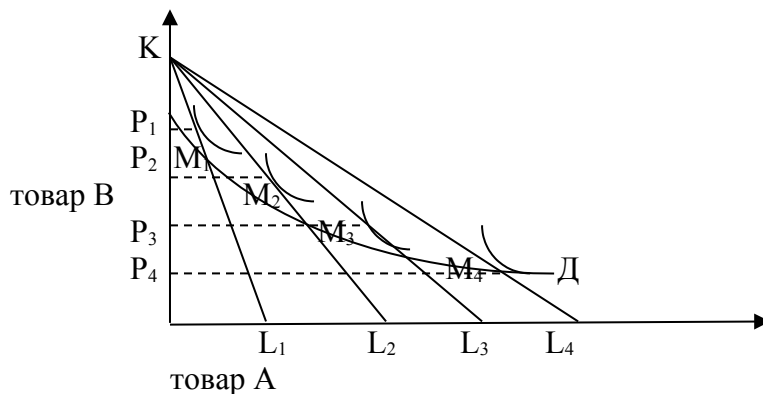


Рис. 3.6. Кривая «цена-потребление»

Соединив все точки касания кривых «безразличия» с бюджетными линиями M_1, M_2, M_3, M_4 , получим кривую «цена-потребление», которая может быть преобразована в кривую спроса.

Существует возможность определить в какой мере изменение спроса на товар А связано с изменением цены, а в какой мере – с изменением реального дохода. Предположим что цена товара А снижается, а цена товара В остается неизменной. Это приводит к росту реального дохода потребителя и имеет место относительное замен? товара В товаром А. В результате снижения цены на товар А равновесие потребителя нарушается и для его восстановления растет потребление товара А. Для выявления эффекта дохода, и эффекта замещения определяется бюджетная линия данная к первоначальной кривой безразличия. А за тем проецируется отрезок кривой безразличия

на ось товара А. Величина проекции целиком зависит от изменения относительных цен товара А, показывает эффект замещения.

Другая часть проекции показывающая увеличение спроса на товар А, представляет эффект дохода, она связана с переходом от данной кривой безразличия к другой, более высокой. Графически это выглядит так:

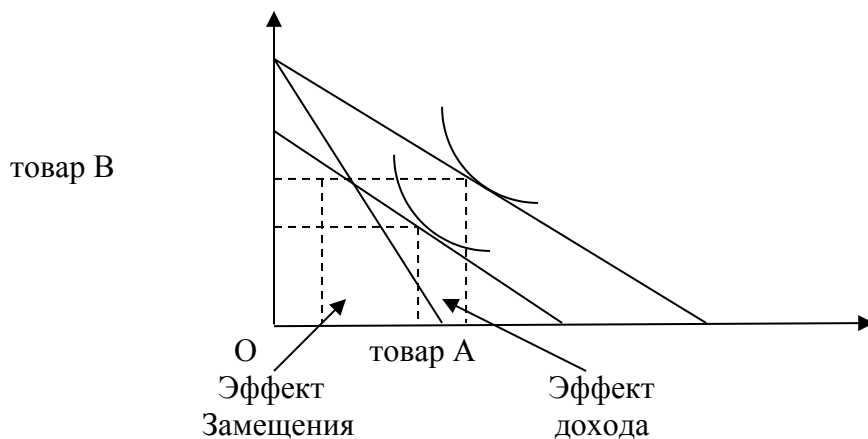


Рис. 3.7. Определение эффекта дохода и эффекта замещения

Подобное положение можно проследить на примере спроса на товары высшего порядка. Если иметь ввиду рынок нормальных товаров, то там два названных эффекта складываются и отделить один от другого невозможно.

В том случае, когда спрос касается товара низкого качества, потребительские предпочтения проявляются по – другому. Если товары такого рода занимают в бюджете потребителя незначительное место, то имеющий место положительный эффект замещения перекрывает эффект дохода с отрицательным значением. В противном случае отрицательный эффект дохода должен перекрывать эффект замещения с положительным значением. Даже снижение цены этого товара не остановит снижение спроса на него.