**Теория потребительского поведения. Предельная полезность. Кривые безразличия**

**Закон убывающей предельной полезности**

Начнем с объяснения закона спроса. Первое объяснение. Закон спроса можно объяснить при помощи эффектов дохода и замещения.

Эффект дохода — это когда снижение цены увеличивает реальный доход потребителя, тем самым позволяя ему покупать большее количество товара.

Эффект замещения — это когда снижение цены делает продукт более привлекательным и заставляет потребителя стремиться к приобретению его в большем количестве.

Эффекты дохода и замещения дополняют друг друга, обусловливая способность и желание потребителя купить большее количество определенного товара по низкой цене, чем по высокой.

Второе объяснение. Продукт обладает полезностью. Полезность — это способность продукта удовлетворять потребителя. Полезность определенного продукта будет существенно различной для разных людей. Пара очков имеет огромную полезность для того, кто страдает близорукостью или дальнозоркостью, но совершенно бесполезна для человека со стопроцентным зрением.

Но еще продукт обладает предельной полезностью.

Предельная полезность — это добавочная полезность, извлекаемая потребителем из дополнительной единицы конкретной продукции.

Но самое главное — предельная полезность каждой последующей единицы продукции будет падать. Почему? Потому, что потребность в этом конкретном продукте будет постепенно удовлетворяться, или «насыщаться». Исходя из этого, экономисты вывели закон убывающей предельной полезности — начиная с определенного момента дополнительные единицы каждого продукта будут приносить потребителю постоянно уменьшающееся добавочное удовлетворение, т.е. происходит убывание предельной полезности по мере приобретения потребителем дополнительных единиц определенного продукта. Если взглянуть на дело со стороны продавца, то убывающая предельная полезность заставляет производителя понижать цену для того, чтобы побудить покупателя к приобретению большего количества продукции.

**Теория потребительского поведения**

Поведение типичного потребителя в рыночной экономике представляет существенный интерес. Суть теории такова: каким образом потребители будут расходовать свои денежные доходы между различными товарами и услугами, которые они могут купить. Чтобы это понять, необходимо проанализировать факторы, влияющие на поведение потребителя.

Max товаров и услуг при min расходов

Такое поведение потребителя рассматривается как разумное поведение. Типичный потребитель стремится получить за свои деньги «все, что можно», или, используя специальную терминологию, максимизировать совокупную полезность.

Предпочтения

Средний потребитель имеет достаточно отчетливую систему предпочтений в отношении товаров и услуг, предлагаемых на рынке. Покупатели прекрасно представляют себе, какую предельную полезность они извлекут из каждой последующей единицы различных продуктов, которые они надумают купить.

Доход потребителя

Иначе этот «шаг» рассматривается как «бюджетное сдерживание». Денежный доход имеет ограниченную величину, поэтому можно купить ограниченное количество товаров. За несколькими исключениями — Рокфеллеры, Майкл Джексон и король Саудовской Аравии — все потребители испытывают на себе сдерживающее влияние бюджета.

Цены

На все товары и услуги, предлагаемые потребителю, есть цены. Почему? Потому, что их производство требует издержек редких и, следовательно, ценных ресурсов. Потребитель должен идти на компромиссы; он должен выбирать между альтернативными продуктами, чтобы при ограниченности денежных ресурсов получить в свое распоряжение наиболее удовлетворительный, с его точки зрения, набор товаров и услуг.

Вопрос сводится к следующему: какой именно набор товаров и услуг из тех, что потребитель может приобрести, не выходя за пределы своего бюджета, принесет ему наибольшую полезность или удовлетворение? Правило максимизации полезности потребителя заключается в таком распределении денежного дохода, когда последний доллар, затраченный на приобретение каждого вида продуктов, приносит одинаковую добавочную (предельную) полезность. Если потребитель «уравновесит свои предельные полезности» в соответствии с этим правилом, то ничто не будет побуждать его к изменению структуры расходов. Потребитель будет находиться в состоянии равновесия. Совокупная полезность понизится при любом изменении набора приобретаемых товаров.

Согласно правилу максимизации полезности потребитель может максимизировать полезность, если он распределит свой денежный доход таким образом, чтобы последний доллар, израсходованный на продукт A, а также последний доллар, израсходованный на продукт B, и так далее принесут одинаковое количество добавочной, или предельной, полезности. Предельная полезность в расчете на доллар, затраченный на продукт A, обозначим как MU продукта A, деленное на цену продукта A, а предельная полезность в расчете на доллар затрат на продукт B — как MU продукта B, деленное на цену продукта B. Правило максимизации полезности требует, чтобы эти соотношения были равны. А именно:

**Предельная полезность и кривая спроса**

Зная о правиле максимизации полезности, легко объяснить нисходящий характер кривой спроса отдельного индивида. Основными факторами, определяющими кривую спроса индивида на определенный продукт, являются: 1) вкусы; 2) денежный доход; 3) цены других продуктов.

Предположим, что денежный доход задан на уровне 10 долл. И, сосредоточив внимание на конструировании простой кривой спроса на продукт BA, предположим, что цена продукта, представляющего собой «другие товары», задана на уровне 1 долл. Теперь построим простой график спроса на товар B, рассматривая альтернативные цены, по которым товар B мог бы продаваться, и определим соответствующие им количества, которые наш потребитель согласится купить: при данных потребительских вкусах, доходе и ценах на другие товары разумный потребитель купит 4 единицы продукта B по цене 2 долл.

Предположим, что цена этого продукта упала до 1 долл. Значит, предельная полезность в расчете на 1 долл. удвоится, поскольку цена продукта B станет наполовину ниже. Приобретение 2 единиц товара A и 4 единиц товара B не будет теперь уже равновесной комбинацией. Состояние максимизации полезности для потребителя теперь предполагает покупку 4 единиц товара A и 6 единиц товара B, т.е. можно изобразить кривую спроса так, как это сделано в табл. 10.1. Эти данные подтверждают нисходящий характер кривой спроса.

Таблица 10.1

|  |  |
| --- | --- |
| Цена единицы продукта B, долл  | Спрашиваемое количество, ед.  |
| 2  | 4  |
| 1  | 6  |

Из таблицы видно, что снижение цены товара B привело к росту реального дохода покупателя, так что появилась возможность приобрести большее количество товаров A и B на те же 10 долл. реального дохода. Увеличение покупок и представляет собой эффект дохода.

**Время — деньги, а может быть, большие деньги**

Теория потребительского поведения должна учитывать экономическую ценность времени. И потребление, и производство имеют одну общую черту — они требуют времени. Время — представляет собой ценный экономический ресурс. Поэтому логично утверждать, что рыночные цены должны включать в себя и ценность времени, необходимого для потребления данного товара или услуги. Иными словами, знаменатели в рассмотренных выше формулах не совсем точны, поскольку они не отражают «полной цены» — рыночная цена плюс ценность времени, затрачиваемого на потребление товара. С точки зрения пенсионера, живущего на скромное пособие и в изобилии располагающего временем, целесообразно тратить несколько часов в день на поиск наиболее дешевых товаров. С точки зрения высокооплачиваемого юриста благоразумно регулярно посещать рестораны и дорогие магазины.

Высокая производительность труда, характерная для развитых обществ, придает времени высокую рыночную ценность, в то время как для менее развитых стран как раз обратное. Однако экономическое развитие не способно обеспечивать изобилие во всех отношениях. Совокупное изобилие — как товаров, так и времени — представляет собой логическое противоречие. Экономика передовых государств богата товарами, но бедна временем, тогда как слаборазвитые страны богаты временем, но бедны товарами!

**Теория кривых безразличия**

Рассмотрим теорию потребительского поведения и потребительского равновесия на основе анализа: 1) бюджетной линии потребителя и 2) кривых безразличия.

Бюджетная линия потребителя показывает различные комбинации двух продуктов, которые могут быть приобретены при фиксированной величине денежного дохода (рис. 10.1).

Еще два свойства бюджетной линии заслуживают внимания.

Изменение дохода: расположение бюджетной линии зависит от величины денежного дохода, т.е. увеличение денежного дохода приводит к перемещению бюджетной линии вправо, уменьшение денежного дохода перемещает ее влево.

Изменение цены: изменение цен продуктов также приводит к перемещению бюджетной линии. Снижение цен обоих продуктов перемещает график вправо. И наоборот, увеличение цен перемещает график влево.

Кривые безразличия воплощают в себе «субъективную» информацию о предпочтениях, отдаваемых потребителем продукта A или продукта B. По определению, кривые безразличия демонстрируют все возможные комбинации продуктов A и B, дающие потребителю равный объем удовлетворения потребности, или полезности. На рисунке 10.2 представлена гипотетическая кривая безразличия, включающая продукты A и B. Субъективные предпочтения потребителя таковы, что он реализует одинаковую совокупную полезность A и B при любой их комбинации, показанной на графике; следовательно, потребителю будет безразлично, какую именно комбинацию продуктов он действительно приобретет.

Характерные черты кривых безразличия

Нисходящий вид кривой.

Кривые безразличия имеют вид нисходящих по той простой причине, что как продукт A, так и продукт B обладают полезностью для потребителя. Следовательно, двигаясь от комбинации j к комбинации k, потребитель приобретает больше продукта B, тем самым увеличивая для себя его совокупную полезность; соответственно для уменьшения совокупной полезности на точно такую же величину потребитель должен отказаться от некоторого количества продукта A. Иначе говоря, чем больше B, тем меньше A, так что между количествами A и B существует обратная связь, а любая кривая, выражающая обратную связь переменных, имеет нисходящий вид.

Выпуклость по отношению к началу координат.

Чем можно объяснить выпуклость кривой безразличия? Ответ заключается в том, что субъективная готовность потребителя к замещению продукта A продуктом B (или наоборот) зависит от начальных количеств продуктов A и B. В общем, чем больше количество продукта B, тем меньше предельная полезность его дополнительных единиц. Аналогичным образом, чем меньше количество продукта A, тем больше его предельная полезность. Это значит (см. рис. 10.2), что при перемещении вниз по кривой потребитель будет готов отказаться от все меньшего и меньшего количества продукта A в порядке компенсации на приобретение каждой дополнительной единицы B. В результате получаем кривую с убывающим наклоном, т.е. выпуклую по отношению к началу координат. Иначе можно сказать, что MRS снижается по мере продвижения вправо вдоль кривой безразличия.

Карта безразличия.

Кривая безразличия на рисунке 10.2 соответствует некой постоянной величине совокупной полезности, или удовлетворения. В то же время существует возможность — и весьма полезная для нашего анализа — изобразить целую серию кривых безразличия, или, другими словами, карту безразличия, как показано на рисунке 10.3.

Определить равновесное положение потребителя можно путем совмещения линии потребительского бюджета и карты безразличия, как это показано на рисунке 10.4. Согласно определению бюджетная линия показывает все комбинации продуктов A и B, доступные для потребителя при данной величине его денежного дохода и данном уровне цен продуктов A и B. Вопрос заключается в следующем: какая из этих доступных потребителю комбинаций окажется для него наиболее предпочтительной? Ответ: такая комбинация, которая принесет ему наибольшее удовлетворение или наибольшую полезность.

Итак, комбинация, максимизирующая полезность, будет соответствовать точке, лежащей на наивысшей из доступных потребителю кривых безразличия (рис. 10.4).

Существует одно важное различие между объяснением потребительского спроса с помощью теории предельной полезности и с помощью теории кривых безразличия. Теория предельной полезности предполагает, что полезность количественно измерима. Это означает, что потребитель предполагает, сколько именно добавочной полезности извлекается из добавочной единицы продукта А или В. Для равновесного положения, необходимо, чтобы:

< CENTERТеория кривых безразличия, рассуждая о свойствах бюджетной линии, утверждает, что при данной цене продукта A повышение цены продукта B приведет к перемещению кривой бюджетной линии влево, ближе к началу координат (рис. 10.5). Благодаря манипулированию ценой продукта B при помощи кривых безразличия и бюджетных линий можно построить нисходящую кривую спроса на продукт B. Заметим, что изменению подвергалась только цена продукта B. Цена продукта A, так же как и величина дохода потребителя и его вкусы, оставались неизменными на протяжении всего процесса построения кривой потребительского спроса на продукт B. Итак:

объяснение потребительского поведения с позиций теории кривых безразличия основывается на использовании бюджетной линии и кривых безразличия;

бюджетная линия показывает все комбинации двух продуктов, которые может купить потребитель при данной величине его денежного дохода и данном уровне цен на продукты. Изменение цен на продукты или величины денежного дохода приведет к перемещению бюджетной линии;

кривая безразличия показывает все комбинации двух продуктов, которые принесут потребителю одинаковый объем совокупной полезности. Кривые безразличия являются нисходящими и выпуклыми по отношению к началу координат;

потребитель выберет такую точку на бюджетной линии, которая поставит его на наиболее высокую изо всех доступных ему кривую безразличия;

изменение цены одного из продуктов приводит к смещению бюджетной линии и выявлению нового положения равновесия. Нисходящая кривая спроса может быть построена путем нанесения на график комбинаций цены и количества спрашиваемой продукции, соответствующих старому и новому положениям равновесия.

