

## Лекция №6. Потребительские предпочтения и предельная полезность

---

*Любая хозяйственная деятельность, в конечном счете, имеет смысл лишь тогда, когда она служит благу народа, поэтому самым благоприятным и успешным народным хозяйством всегда будет то, которое руководствуется нуждами и волей потребителя.*

(Эрхард Л. Полвека размышлений. Речи и статьи. М.: Наука, ТОО «Ордынка». 1996. С. 388.).

### Цель лекции

Потребляя те или иные блага, люди тем самым как бы оценивают их полезность для себя. Отсюда и возникает теория полезности, с помощью которой экономисты пытались и пытаются обосновать процесс формирования цен. Каждый покупатель решает для себя проблему, какое количество своего товара (денег) он готов отдать в обмен за нужное ему благо. Причем основной целью потребителя является максимальное удовлетворение потребностей, связанное с получением максимальной полезности от приобретенных им благ и услуг. В связи с этим особый интерес вызывает рассмотрение рационального поведения и оптимального выбора потребителя.

### План лекции

1. Стоимость как фундаментальная проблема экономической теории. Предельная полезность как революционная идея в теории стоимости.
2. Закон убывающей предельной полезности. Измерение величины стоимости.
3. Теория потребительского поведения. Потребительские предпочтения и личный доход.

### Рекомендованная литература

1. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. / Пер. с англ. 11-го изд. Т.1. М.: Республика, 1992. С.204-210.

2. Экономическая теория: Для студ. вузов / Науч. ред. и рук. авт. Коллектива В. Д. Камаев. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. С.108-134.
3. Экономическая теория (политэкономия) / Под общ. ред. акад. В. И. Видяпина, акад. Г. П. Журавлевой. М.: ИНФРА-М, 1999. С.226-241.
4. Экономика (Экономическая теория): Учеб. пособие для вузов / Под рук. и ред. проф. Б. Д. Бабаева. 4-е изд. Иваново – Москва – Тверь: Иван. гос. ун-т; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информации; Тверской филиал, 2002. С.350-355.
5. Янова В. В. Экономика: учебник / В. В. Янова. – М.: Издательство «Экзамен», 2007. С.126-129.

1. Стоимость как фундаментальная проблема экономической теории. Предельная полезность как революционная идея в теории стоимости.

Фундаментальной проблемой экономической теории является понимание стоимости, так как на ее основе понимаются цели и мотивы деятельности экономических субъектов, выбираются варианты распределения экономических ресурсов и доходов, функционирует процесс рыночного обмена.

В экономической теории существуют два подхода к развитию понимания стоимости: теория трудовой стоимости и теория предельной полезности.

Основы становления первого направления были заложены представителями «английской классической политической экономии» В. Петти, А. Смитом и Д. Риккардо. Дальнейшее развитие их взглядов было сделано К. Марксом и его последователями.

Целостная концепция трудовой теории стоимости сложилась к середине XIX века и сводилась к следующим основным положениям.

1. Стоимость благ и услуг может выступать в двух формах: естественной или искусственной (рыночной). Естественная стоимость является центром, вокруг которого колеблется и к которому стремится искусственная стоимость.

2. Величина искусственной стоимости определяется действием спроса и предложения. Причем спрос на блага и услуги зависит от величины искусственной стоимости.

3. Естественная стоимость по-разному определяется для невоспроизводимых и свободно воспроизводимых товаров. В первом случае стоимость зависит от ограниченности блага, а во втором – от величины издержек производства и доставки товара на рынок.

4. Издержки производства состоят из заработной платы и прибыли на капитал и определяются, в конечном счете, количеством затраченного труда. Однако за основу естественной стоимости принимаются лишь средние затраты труда.

5. Производительность труда приводит к снижению естественной стоимости.

Таким образом, в трудовой теории стоимости средний уровень цен (естественная стоимость) определяется в производстве и задается издержками. Предложение товара определяется спросом, складывающимся при данной цене.

Основы становления второго направления были заложены представителями «маржинализма». Основоположниками этого направления стали Ульям Стенли Джевонс, Альфред Маршалл, Карл Менгер, Фридрих фон Визер, Ойген фон Беэм-Баверк, Леонид Вальрас, Джон Бейтс Кларк, Курт Виксель. Дальнейшее развитие этих взглядов осуществляется их последователями.

Сущность изменений в понимание стоимости можно свести к следующим моментам.

1. В теорию стоимости был внесен новый принцип оценки благ, понимаемый как субъективная оценка полезности блага каждым конкретным потребителем.

2. Был использован принцип предельности, что нашло выражение в переходе от анализа совокупных и средних величин к анализу предельных, то есть дополнительных единиц.

3. Переход к анализу последовательных изменений предельных величин открыл дорогу применению в экономической теории математических методов и способствовал прогрессу экономического анализа.

Изменения в понимании стоимости позволили разработать теорию предельной полезности, которую можно свести к следующим положениям.

1. Неприемлемо определение стоимости затратами труда (или труда, земли и капитала).

2. Стоимость блага определяется величиной полезного эффекта, получаемого индивидом от его потребления, то есть предельной полезностью блага.

3. Стоимость рассматривается как субъективная категория, отражающая индивидуальные оценки полезности благ конкретным потребителем.

4. Введено понятие предельной величины и, на его основе, разграничены понятия совокупная и предельная полезность благ.

5. Стоимости труда и капитала, а, следовательно, и издержки производства, определяются как производные от стоимости (предельной полезности) потребительских товаров.

Такое понимание стоимости потребовало начинать анализ экономических процессов, с изучения потребностей людей, с поиска критерия полезности благ. Причем под полезным эффектом благ понимается удовлетворение, которое получают люди от их приобретения, то есть полезность блага определяется их способностью удовлетворять какие – либо потребности человека.

В теории предельной полезности выделяются следующие основные категории.

Общая или совокупная полезность это сумма полезности всех приобретенных единиц блага (total utility – U).

Предельная полезность это полезность, равная приращению общей полезности при увеличении потребления блага на одну дополнительную единицу (marginal utility – MU).

Ценность единицы какого-либо блага определяется степенью важности той потребности, которая удовлетворяется с помощью этой единицы.

Понимание предельной полезности позволило разделить все блага на два вида: экономические и неэкономические.

Если благо имеется в изобилии, то, сколь бы ни была велика его совокупная полезность, полезность последней единицы будет равна нулю. Данное благо получило название неэкономическое.

потребность в новых единицах блага с увеличением их числа постепенно насыщается. В связи с этим по мере увеличения потребления каждой единицы блага степень насыщения увеличивается, а полезность каждой следующей единицы блага уменьшается.

На эту закономерность обратил внимание Г. Госсен (1854 году) и сформулировал следующие законы.

Первый закон Госсена гласит: величина удовлетворения от потребления каждой дополнительной единицы благ данного вида уменьшается, пока не достигнет нуля в точке полного насыщения.

Второй закон Госсена гласит: для максимального удовлетворения потребностей в условиях, когда запасы благ недостаточны для полного насыщения, необходимо остановить потребление всех благ в точках, где интенсивность удовлетворения от потребления становится одинаковой.

Концентрированное выражение эти законы получили в законе убывающей предельной полезности.

Закон убывающей предельной полезности – это закон, определяющий, что по мере увеличения потребления блага потребителем, снижается предельная полезность каждой дополнительной единицы блага.

Для большинства благ этот закон действует со второй или третьей единицы блага, то есть по мере приобретения очередных единиц данного блага их предельная полезность начинает снижаться. В отдельных случаях с увеличением количества блага полезность их возрастает.

При определении величины предельной полезности все экономисты разделились на два подхода: кардиналистский и ординалистский.

Представители кардиналистского подхода пытались ввести различные количественные единицы измерения полезности - денежные, специальные. Так, например, одним из них является ютиль (от англ. «utility» - полезность).

При этом подходе для количественного измерения полезности предполагается, что каждый потребитель имеет в своей голове некий измеритель полезности – «пользомер», который позволяет измерить, насколько потребитель удовлетворен.

Рассмотрим пример определения предельной полезности в процессе удовлетворения потребности в воде.

Таблица №1. Количественное измерение предельной полезности стаканов воды с помощью утилей.

Единица продукта	Предельная полезность – MU (ютили)	Совокупная полезность – U ютилей
1	10	10
2	6	16
3	2	18
4	0	18
5	-5	13

Совокупная предельная полезность определяется сложением совокупной полезности первой единицы блага (далее второй и т.д.) и предельной полезности следующей единицы.

В данном примере прослеживается закон убывающей предельной полезности, так как с каждой последующей единицей полезность уменьшается.

Представители ординалистского подхода (от нем. Die Ordnung – порядок) полагали, что поскольку категория предельной полезности носит сугубо субъективный характер, то ее невозможно измерить. Это положение объяснялось тем, что если для каждого отдельного потребителя полезность любого блага теоретически всегда индивидуальна.

С их точки зрения, целесообразно ввести «ординалистскую, или порядковую» величину полезности, с помощью которой можно выявить, уменьшить или увеличить степень удовлетворения потребности. Полезность обладает свойством порядковой изменчивости, когда альтернативные блага могут быть ранжированы. Выбирая, потребитель присваивает первый ранг товару с большей для него полезностью, затем идет второй, третий и другие ранги.

В XX веке наибольшее распространение получил ординалистский подход, сделавший своим содержанием проблему выбора потребителя.

В. Парето (1848-1923) рассматривал предельную полезность не как единственное основание цен, а как лишь один из факторов, который через свое влияние на спрос воздействует на изменение цен. В связи с этим он выдвинул тезис о невозможности абсолютных измерений предельной полезности и предложил перейти к оценке предпочтений одних благ по сравнению с другими, выводимых из эмпирических фактов товарного обмена. В качестве орудия такого анализа им были предложены кривые безразличия.

Таким образом, представители маржинализма предложили два подхода к измерению полезности товара.

### 3. Теория потребительского поведения. Потребительские предпочтения и личный доход.

#### Теория потребительского поведения

Потребительское поведение – это процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета, определяемого денежными и натуральными доходами.

Потребительское поведение имеет сугубо индивидуальный характер, так как каждый человек при покупке руководствуется своими доходами, вкусами, отношением к моде и дизайну товаров.

Кроме этого на потребительское поведение влияет эффект покупательских взаимовлияний, который можно свести к следующим формам.

«Эффект подражания», когда покупки делаются только потому, что их приобрели другие.

«Эффект сноба», когда покупки делаются вопреки, тому, что предпочитают другие.

«Эффект демонстрации исключительности», когда покупаются дорогие товары, которые служат не столько для потребления, сколько для того, чтобы «произвести впечатление» исключительностью своих возможностей.

Из всех перечисленных факторов важнейшим является уровень личного дохода потребителей.

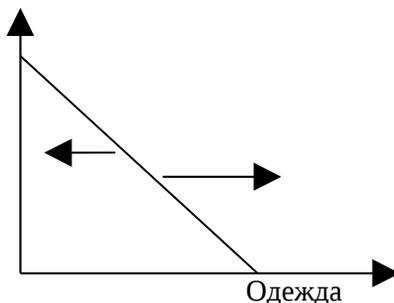
### Бюджетные ограничения и покупательная способность

Личные доходы потребителей представляют собой определенную фиксированную денежную сумму, определяющую его платежеспособность.

Личные доходы могут включать в себя доходы от трудовой деятельности, от собственности и трансфертные платежи от государства и формироваться в различные промежутки времени (неделя, месяц, год).

Ограниченность денежных доходов, в пределах которых могут осуществляться расходы на потребление, называется бюджетными ограничениями.

График №1. Бюджетные ограничения  
Продукты



Функция бюджетного ограничения имеет вид кривой, которая подобна линии производственных возможностей. Разница лишь в том, что на графике бюджетных ограничений линия ресурсных возможностей очерчивает предел покупательных способностей.

Любая точка на линии бюджетных ограничений (В, А) это выбор одного из вариантов товарных наборов, между которыми потребитель распределяет свой доход. Всякое изменение величины денежных доходов или цен на товары вызывает соответствующее

изменение их бюджетных ограничений, а соответственно их платежеспособности.

Если выбор потребительского поведения до линии бюджетных ограничений это недоиспользование личного дохода (С), а если выше, то это точка заимствования денег (Д).

На величину бюджетных ограничений влияют различия в реальных и номинальных доходах.

Номинальный доход это сумма денег, имеющаяся у потребителя относительно к изменению уровня текущих цен на товары.

При росте цен, обгоняющем рост номинальных доходов, уровень благосостояния будет снижаться, поскольку будут возрастать бюджетные ограничения.

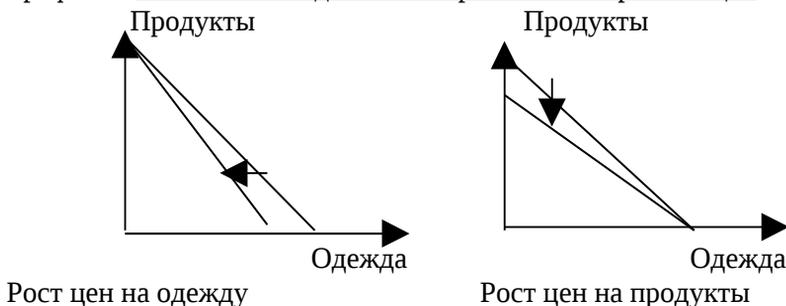
Реальный доход – это сумма денег, имеющаяся у потребителя, но скорректированная на уровень цен на товары.

Возрастание реального дохода возможно в двух случаях:

- при растущих номинальных доходах и неизменных ценах на товары;
- при неизменном номинальном доходе и снижающихся ценах.

Изменения в доходах и ценах могут быть проиллюстрированы изменением линии бюджетных ограничений. Так, например, рост цен на продукты и одежду приведет к соответствующим изменениям линии бюджетных ограничений.

График 2. Изменение бюджетных ограничений с ростом цен



Ограниченность личного бюджета потребителя и стремление его более рационально распределять при постоянно изменяющихся ценах вынуждают покупателя делать выбор из альтернативных наборов товаров, в соответствии с его представлениями о полезности товара.

Полезность товара это его потребительский эффект, соотносимый и сопоставляемый покупателем с уплаченными за него деньгами.

Если покупатель убежден, что полезность товара соразмерна с его ценой, то покупка его первой единицы приносит наибольшее удовольствие. Покупая другие единицы этого товара, покупатель столкнется с его убывающей предельной полезностью.

Предельная полезность – это потребительский эффект, получаемый покупателем от денежных затрат на приобретение каждой последующей, дополнительной единицы товара. При этом суммарная полезность возрастает, а темп этого возрастания постепенно замедляется.

Таблица № 1. Убывающей предельной полезности товара.

Количество товара, шт.	Суммарная полезность (TU)	Предельная полезность (MU)
0	-	-
1	4	4
2	7	3
3	9	2
4	10	1
5	10	0

Предельная полезность определяется как разность значений последующих и предыдущих числовых величин в колонке «суммарная полезность».

Такое изменение предельной полезности товара предполагает рациональное поведение потребителя, при котором обеспечивается равновесие между затратами и потреблением.

Таблица № 2. Выбор максимально полезного товара

Альтернативы выбора товаров	Предельная полезность (MU)	Цена денежных единиц (P)	Средняя предельная полезность (MU / P)
X	1000	100	10

Y	800	40	20
Z	450	30	15

Потребительский выбор покупателя, ориентирующегося на максимизацию полезности, выявит нерациональность расходования денег на товары (X и Z), так как наибольшей полезностью располагает альтернативный товар Y (его полезность всех выше).

Руководствуясь правилом потребительского выбора, покупатель может достичь равновесия путем замещения менее полезных товаров более полезными. Замещение одного товара другим требует соизмерения максимального количества товара, от которого потребитель отказывается ради получения дополнительной единицы другого товара.

В конечном итоге такие замещения обеспечивают одинаковый уровень полезности на равновеликую единицу денежных затрат.

Таблица № 3. Потребительское равновесие

Альтернативы выбора товаров	Предельная полезность (MU)	Цена денежных единиц (P)	Средняя предельная полезность (MU / P)
X	1500	100	15
Y	600	40	15
Z	450	30	15

Замещение позволит потребителю не только сопоставлять предельные выгоды и предельные затраты, но и достичь их сбалансированного равенства, распределив покупки в соответствии с размерами личного бюджета.

Предельная норма замещения

Соизмерить максимальное количество товаров, которое потребитель замещает одной дополнительной единицей другого, более полезного для себя товара можно с помощью предельной нормы замещения.

Предельная норма замещения – это мера, показывающая максимальное количество товара, от которого потребитель

отказывается ради получения одной дополнительной единицы другого товара.

Предельная норма замещения<sup>1</sup> одного товара другим должна быть равна соотношению цен взаимно заменяемых товаров.

Постепенно перераспределяя денежные затраты из своего фиксированного личного бюджета, потребитель обеспечивает равновесие и доступное ему максимальное благосостояние тогда, когда предельная полезность каждой дополнительной денежной единицы затрат становится одинаковой по всем приобретенным товарам.

Потребительское поведение в критериях кривых безразличия.

Взяв за основу теоретические положения ординализма, проанализируем потребительское поведение.

Графическая интерпретация выбора потребителем того или иного набора товаров может быть представлена с помощью кривых безразличия.

Каждая кривая безразличия – это наборы товаров, обладающих одинаковой полезностью, так как потребителю как бы «безразлично» какой из них выбрать. Меньшее количество одного товара вполне компенсируется большим количеством другого, в результате потребительский эффект каждого варианта практически одинаков.

Таблица № 4. Ранжирование товарных наборов.

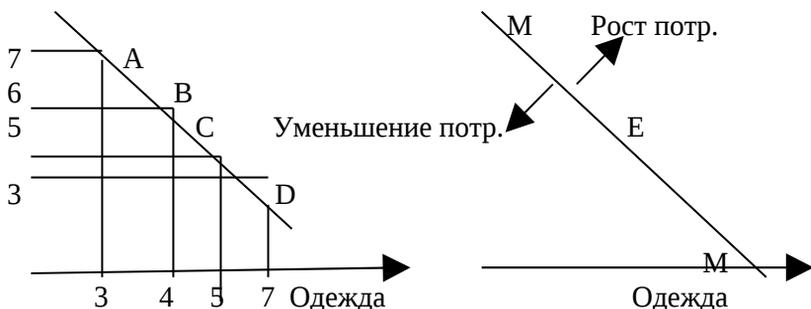
Варианты	Продукты, шт.	Одежда, шт.
A	7	3
B	6	4
C	5	5
D	3	7

Следовательно, все четыре варианта – это наборы безразличия, приносящие покупателю одинаковый уровень удовлетворения, что может быть изображено на графике.

↑  
Продукты

↑  
Продукты

<sup>1</sup> (англ. Marginal rate of substitution – MRS)



Кривая безразличия напоминает кривую спроса, так как из индивидуальных кривых безразличия формируется общая кривая спроса потребителей.

Свойства кривых безразличия выражают важнейшие тенденции рыночного спроса. Основными свойствами являются.

1. Кривые безразличия покупателей имеют отрицательный наклон, поскольку характеризуют соотношение равноценных и взаимно замещающих товаров. Различные точки на кривой безразличия – это товарные наборы одинаковой полезности.

2. Наклон кривой безразличия показывает соотношение предельной полезности потребительского набора, в котором разные товары показаны на разных осях.

3. Наклон кривой безразличия в различных точках неодинаков, так как наклон определяется предельной нормой замещения одного товара другим.

4. Каждая кривая безразличия соответствует только одному уровню потребления, ранжированного в различных вариантах товарных наборов. При возросшем уровне потребления кривая сдвинется вправо и вверх и наоборот при уменьшении потребления влево и вниз.

5. Каждая кривая безразличия отражает какой-либо один уровень потребления. В связи с этим они не пересекаются.

Все точки, показывающие последовательный рост потребления под влиянием возрастающего реального дохода, будучи соединены в единую линию, называются кривой «доход-потребление».

Зависимость между реальными доходами и потреблением впервые была обоснована и показана на графике в XIX веке английским экономистом Дж. Хиксом и названа кривой уровня

жизни. Затем немецкий статистик Э. Энгель, изучая структуру бюджетов рабочих семей, дополнил и уточнил закономерности распределения доходов между группами товаров, как пища и одежда, жилище и коммунальные услуги, а также товары и услуги более высшего порядка.

Эти исследования нашли проявление в понимании эффекта замещения и эффекта дохода.

Реакция покупателей на снижение цен проявляется двояко.

Во-первых, возрастает количество закупок подешевевшего товара, которым покупатель замещает остальные ставшие теперь сравнительно более дорогие товары. В связи с этим происходят изменения в структуре потребления.

Эффект замещения – это и есть изменение структуры спроса, вызванное увеличением закупок подешевевшего товара, замещающего остальные товары с неизменными ценами, поскольку они стали теперь относительно более дорогими.

Во-вторых, снижение цен адекватно повышению реального дохода покупателей. Это выражается увеличением их покупательной способности.



Эффект дохода – это изменение структуры покупательного спроса, вызванного ростом реального дохода.

Таким образом, эффект замещения и эффект дохода проявляются в кривых безразличия и потребительском поведении по разному.