

ПОТРЕБИТЕЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Основные вопросы:

1. Что такое рациональное поведение?
2. От каких факторов зависит выбор потребителя?
3. В чем заключается закон убывающей предельной полезности?
4. Каковы источники доходов семьи?
5. В чем различие реальных и номинальных доходов семьи?
6. Зачем нужен потребительский кредит?

2.1. Теория потребительского поведения

Каждый потребитель сталкивается со следующими вопросами: как лучше всего выбрать товар, что купить, хватит ли средств для покупки выбранного товара? На эти вопросы помогает ответить теория потребительского поведения, основы которой будут рассмотрены в этом параграфе.

Рациональный потребитель



Человек, осуществляя то или иное действие, стремится к получению наибольшего удовлетворения. Идет ли он в театр или кино, покупает книги или диски, он хочет получить максимальную выгоду. Однако, как было показано в гл. 1, возможности людей не безграничны. Люди всегда сталкиваются с ограничениями. Покупка вещи, которая нужна, сопряжена с альтернативной стоимостью. Например, чтобы купить новый велосипед, надо отказаться от приобретения других товаров. Приходится постоянно – явно или неявно – выбирать, исходя из имеющихся средств, ассортимента предлагаемых товаров и цен этих товаров.

Экономисты исходят в своих рассуждениях из предположения о рациональном поведении людей. Это означает, что потребитель выбирает

наилучший путь к достижению своих целей, исходя из ограничений, с которыми он сталкивается.

- ! **Рациональный потребитель** – это потребитель, который
- стремится максимально удовлетворить свои потребности, исходя из имеющихся возможностей.

В этом определении важно обратить внимание на следующие моменты.

■ Потребитель, делая выбор, всегда преследует определенную цель. Он не просто хочет приобрести как можно больше товаров и услуг. Он старается получить максимальную выгоду лично для себя.

Потребности индивидуальны. Человек расценивает товар или услугу как приносящую удовлетворение или как вредную, полагаясь исключительно на свои собственные ощущения и представления. То, что выбирает один покупатель, может не понравиться другому.

Задание: Представьте себе следующую ситуацию. Конец августа. Ученик 10-го класса Петров Андрей со своими родителями и младшей сестрой, дошкольницей, идет в магазин покупать школьные принадлежности. Обсудите, какие цели преследует каждый, например, при выборе рюкзака? С какой точки зрения оценивает рюкзак школьник? Что наиболее важно для мамы или папы? На какое качество рюкзака обратит внимание сестренка?

■ Для того чтобы действовать рационально, человек должен обладать соответствующей информацией и уметь ее интерпретировать.

Часто потребитель совершает покупки под влиянием окружающих, сиюминутного настроения – в определенном эмоциональном состоянии или исходя из своего личного опыта. Например, Петров Андрей хочет выделиться и купить рюкзак, какого нет ни у кого в классе. Или первоклассница хочет иметь тетрадь с картинкой Барби, как у ее подруги. Поэтому рациональное поведение не есть синоним правильного поведения.



Полезность блага

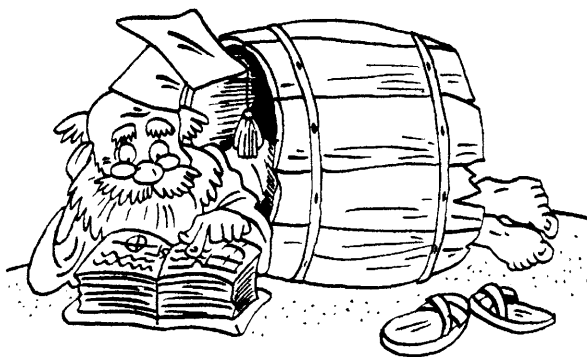
Для количественной характеристики уровня удовлетворения потребности экономисты используют понятие «**полезность**» (utility). Это субъективная, индивидуальная для каждого потребителя величина. Непосредственно она не может быть ни обнаружена, ни измерена. Можно только сравнивать удовлетворение, приносимое тем или иным товаром.

Эта субъективная оценка зависит от двух факторов:

- от имеющегося запаса блага и
- от степени насыщения потребности в нем (степени значимости приобретаемого блага).

Острота нужды в том или ином благе неодинакова. Существует своего рода иерархия потребностей.

Наличие значительного количества одинаковых благ существенно меняет степень их полезности. Полезность одного куска хлеба или одной пары обуви выше полезности корзины хлеба или нескольких десятков пар обуви.



Предельная полезность

Различают общую полезность потребляемого блага и его предельную полезность.

Накопленная от последовательного потребления отдельных единиц блага полезность называется общей **полезностью** и обозначается TU (total utility)*. По мере потребления какого-либо блага «уровень удовлетворения» растет.

Одновременно каждое последующее благо, удовлетворяющее данную потребность, обладает меньшей полезностью, чем

* В экономической теории понятия принято обозначать латиницей соответственно первой букве английского эквивалента.

предыдущие. Фридрих фон Визер (представитель австрийской школы, XIX век) ввел понятие «предельная полезность».

- ! **Предельная полезность** (MU – marginal utility) – это добавочная полезность, прибавляемая каждой последующей единицей товара.

Изменение общей и предельной полезности можно представить несколькими способами.

1. В виде таблицы (см. табл. 2.1.)

Таблица 2.1

Общая и предельная полезность яблок

Количество яблок, Q (кг)	Общая полезность, TU (ютилей)	Предельная полезность, MU (ютилей)
1	40	40
2	44	4 = 44-40
3	46	2 = 46-44
4	46	0 = 46-46

Общая полезность (TU) с увеличением количества (Q – quantity) блага постепенно возрастает. Предельная полезность (MU) товара уменьшается при увеличении его количества.

Предельная полезность первого приобретенного килограмма яблок будет выше, чем предельная полезность второго или третьего килограмма. Соответственно большую цену готов заплатить покупатель за первый килограмм яблок. Десять килограммов яблок потребитель захочет купить, только если цена будет очень низкой.

2. В виде формулы:

TU = f(Q) – функция общей полезности;

MU = f(Q) – функция предельной полезности,

где TU – общая полезность, MU – предельная полезность блага, Q – количество блага.

3. В виде графика (см. рис. 2.1)

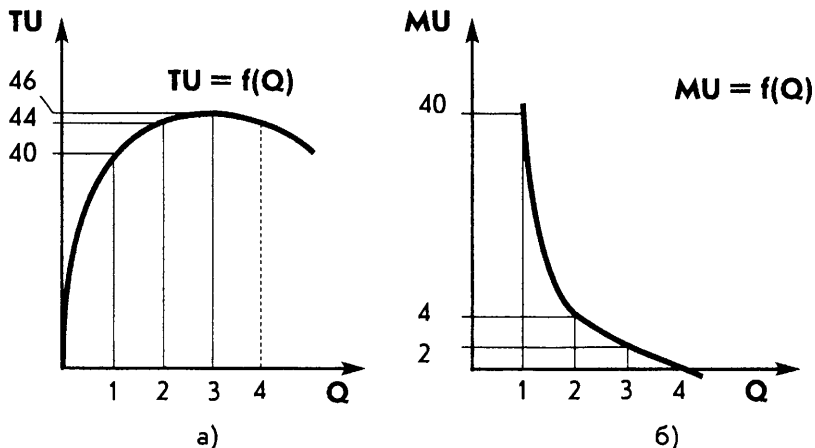


Рис. 2.1. Изменение общей (а) и предельной (б) полезности

На рис. 2.1а представлена функция общей полезности $[TU=f(Q)]$, которая показывает изменение общей полезности блага с ростом его количества. По оси абсцисс откладываем количество яблок (Q , кг), которые готов купить индивид. По оси ординат отмечаем общую полезность (TU , ютилей), доставляемую этим количеством яблок.



Максимум удовлетворения общей полезности (U) достигается при покупке четырех килограммов яблок, когда предельная полезность (MU) равна нулю (рис. 2.16). Это означает, что благо полностью удовлетворяет потребность. По мере дальнейшего количественного роста потребляемых единиц уменьшается субъективная ценность каждой новой единицы блага. Данная тенденция называется законом убывающей предельной полезности.

Чем большим количеством блага обладает потребитель, тем меньшую ценность для него имеет каждая дополнительная единица этого блага. Поэтому цена блага определяется не общей или средней, а наименьшей – предельной полезностью, прибавляемой каждой последующей его единицей.



Задание: Ознакомьтесь с проблемной ситуацией «Парадокс воды и алмаза». Обсудите поставленные вопросы.

Рациональный потребитель стремится к максимизации общей полезности. Он делает выбор таким образом, чтобы полезность набора товаров и услуг, купленных в рамках фиксированного бюджета, была максимальной.

Потребительский
выбор

- ! **Потребительский выбор** – это выбор, максимизирующий общую полезность рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (денежного дохода).



Индивид покупает те вещи, которые приносят ему наибольшее удовлетворение. Предполагается, что каждый человек способен количественно измерить уровень полезности любого товара и знает, какую сумму денег он может потратить. Деньги можно потратить на любой товар или отложить для покупки в будущем более дорогой вещи.

Рациональный потребитель сравнивает (взвешивает) предельную полезность товара, который хочет приобрести, и его цену. *Взвешенная предельная полезность блага* – это отношение предельной полезности к его цене.

Индивид стремится сделать выбор таким образом, чтобы предельная полезность каждого потраченного рубля была максимальной. Он перераспределяет свой денежный доход таким образом, чтобы достичь ситуации, при которой взвешенные предельные полезности разных благ будут равны. Другими словами, рубль, затраченный на один товар (например, мороженое), должен принести ту же предельную полезность, что и рубль, затраченный на другой товар (конфеты).

Это есть условие равновесия потребителя. Его можно записать следующим образом:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_3}{P_3} = \dots = \frac{MU_n}{P_n},$$

где $MU_{1, 2...n}$ – предельная полезность отдельных товаров,
 $P_{1, 2...n}$ – их цена.

Из условия равновесия потребителя следует, что соотношение между предельными полезностями любых благ равно соотношению их цен. Однако на практике точно определить численное значение предельной полезности различных благ и сделать безупречный выбор представляется затруднительным.

Покупатель выбирает не только товары или услуги, но и магазин. Российское рейтинговое агентство «Эксперт РА» провело обследование российских интернет-магазинов и выявило следующее. Успешный интернет-магазин ежемесячно посещает более 50 тыс. человек. Он имеет лаконичную и удобную электронную витрину с минимальным количеством рекламных баннеров, стабильный и скоростной канал связи.

Ассортимент предлагаемых товаров включает около 10 тысяч позиций. Каждый товар сопровождается развернутым описанием и изображением. Имеется система поиска товаров в каталоге. Для оформления заказа покупателю достаточно пролистать не более трех-четырех страниц. Ему задаются четкие вопросы, для ответа на которые не нужно судорожно думать ни о сути вопроса, ни о том, куда ткнуть «мышкой».

Перечислены и подробно описаны способы оплаты покупки со сроками и необходимыми затратами. Имеется удобная система доставки. Оказываются дополнительные услуги. Предоставляются скидки постоянным клиентам или при покупке свыше определенной суммы. Проводятся различные лотереи или розыгрыши призов.

На сайте магазина имеется полная информация о компании-владельце с адресами электронной почты, телефонами, адресами офисов, схемой проезда. Также размещена информация о возможных конфликтных ситуациях и проблемах с указанием способов их решения.

Задание: Определите, в соответствии с какими критериями покупатель отдадут предпочтение тому или иному интернет-магазину. Покупали ли вы сами или ваши друзья товары в виртуальном магазине? Лично для вас какие параметры такого магазина наиболее важны?

Суверенитет
потребителя

Для того чтобы индивид мог осуществить свой выбор, необходимо наличие **суверенитета потребителя**, или **свободы потребительского выбора**. Это означает, что потребитель волен распоряжаться своим доходом исключительно по собственному усмотрению, в соответствии с личным пониманием максимальной полезности и выгоды покупаемых благ. Никакие соображения о вредности или полезности блага не могут принудить потребителя к определенному выбору.

Суверенитет потребителя необходимо поддерживать. Так, государство определяет и защищает его права, например, от

поддельных, фальсифицированных продуктов, от введения в заблуждение и пр. Это достигается применением законов о защите прав потребителя, недопущении недобросовестной рекламы. Вместе с тем никем не должны вводиться какие-либо нормы потребления – карточки, талоны и т.п. Такие ситуации возможны только в военное время или в других экстраординарных условиях.

Задание: Ознакомьтесь с проблемной ситуацией «Антипиратская кампания: за и против». Обсудите поставленные вопросы.

2.2. Бюджет семьи

Основу финансовой базы любой семьи составляет бюджет, представляющий роспись (баланс) денежных доходов, расходов и сбережений на определенный срок.

Доходы семьи представляют собой совокупность поступлений денежных и натуральных средств за определенный промежуток времени. Они используются в целях потребления и сбережения.

Структура доходов семьи представлена на рис. 2.2.

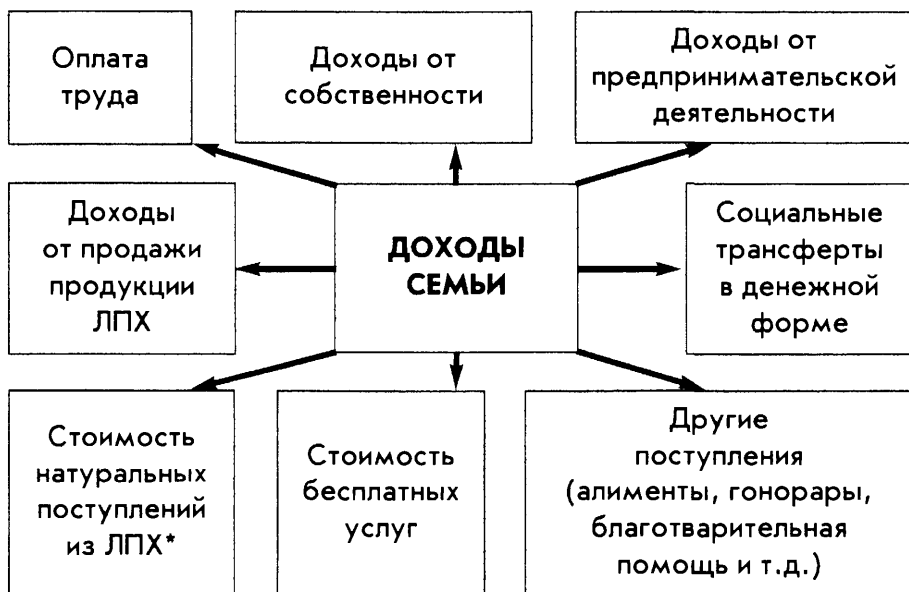


Рис. 2.2. Структура доходов семьи в России

* ЛПХ – личное подсобное хозяйство.