

Тема 6



АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

- 6.1. Зміна доходу і реакція споживача.
- 6.2. Реакція споживача на зміну цін товарів.
- 6.3. Виокремлення ефекту заміщення й ефекту доходу.
- 6.4. Вибір в умовах невизначеності та ризику.

*Ключові положення
Терміни і поняття
Завдання для самоперевірки
Завдання для індивідуальної роботи
Література для поглибленого вивчення*

Вивчивши матеріал цієї теми, ви будете знати:

- особливості проявлення впливу зміни цін на благо і доходу споживача на його рівновагу;
- пояснювальні можливості мікроекономічного аналізу поведінки споживача в умовах невизначеності і ризику;
- загальну конфігурацію механізму зв'язку між поведінкою споживача і формуванням попиту на товар,

а також уміти:

- аналізувати реакцію споживача на зміну його доходу, цін на благо і споживацьких уподобань;
- виконувати графічну побудову ліній «дохід—споживання» і «ціна—споживання», лінії Енгеля;
- мати уявлення про вплив зміни ціни на благо як взаємодію ефекту доходу й ефекту заміщення;
- моделювати наслідки вибору споживача в умовах невизначеності і ризику.



6.1. Зміна доходу і реакція споживача

Метод порівняльної статистики

Базова модель споживацького вибору показує, як максимізація корисності за даного бюджетного обмеження приводить до оптимального вибору. Основними економічними параметрами тут виступають: бюджет споживача і ціни на блага.

Стан рівноваги споживача відображає його оптимум у статистиці, тобто за незмінних на даний момент аналізу економічних параметрів моделі. Якщо припустити цілком реалістичну ситуацію, коли змінюється один з цих параметрів, то можна відстежити певну реакцію споживача, яка виявиться у пошуку оптимального вибору за нових умов і знаходженні стану рівноваги.

Цікавим було б дослідити саме процес пристосування, але мікроекономічний аналіз дає змогу передовсім порівнювати статичні стани, у яких перебуває споживач у результаті реакції на вплив того чи іншого чинника. Цей спосіб дістав назву порівняльної статистики і дає змогу порівнювати результати вибору, а не динаміку переходів від

Зміна бюджетних можливостей споживача

одного рівноважного стану до другого. Skorистаємось ним для аналізу впливовості зміни бюджету споживача.

Коли бюджет споживача зростає за незмінних цін на блага, тоді бюджетна лінія, зміщуючись праворуч і вгору, доторкується до все більш віддалених від початку координат кривих байдужості. Аналогічний результат може бути досягнутий за одночасного зниження цін обох благ, що також означатиме збільшення *реального доходу*, тобто *суми грошей, «переведеної» у кількість благ*.

Зі зростанням бюджету бюджетне обмеження B_1 зрушується послідовно в положення $B_2, B_3, \dots B_n$, як це показано на рис. 6.1. Тоді точки дотику кривих байдужості і бюджетних ліній $A_1, A_2, A_3, \dots A_n$ відповідають послідовним положенням рівноваги споживача відповідно до зростання його бюджету.

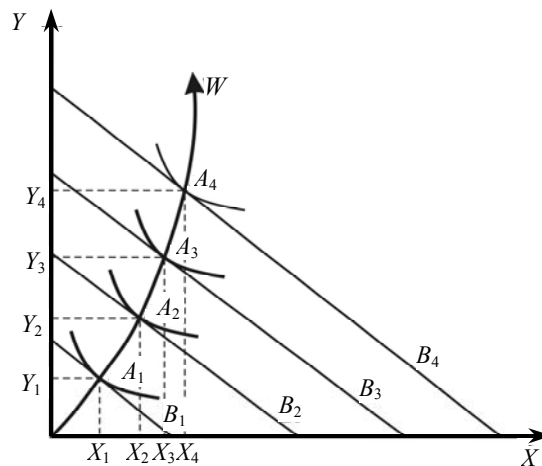


Рис. 6.1. Порівняльна статика вибору споживача у разі зростання його бюджетних можливостей

Слід зазначити, що графічний аналіз кривих байдужості і бюджетних ліній може бути розширений, як це вже вказувалось раніше. Споживач вибиратиме, розподіляючи свій бюджет між виокремленим благом X і всіма іншими благами, позначеними Y . Тоді і бюджетне обмеження споживача слід довести до рівня доходу, який перебуває у його розпорядженні. Розширене таким чином бюджетне обмеження означатиме подання сукупності всіх інших благ Y у грошовій формі.

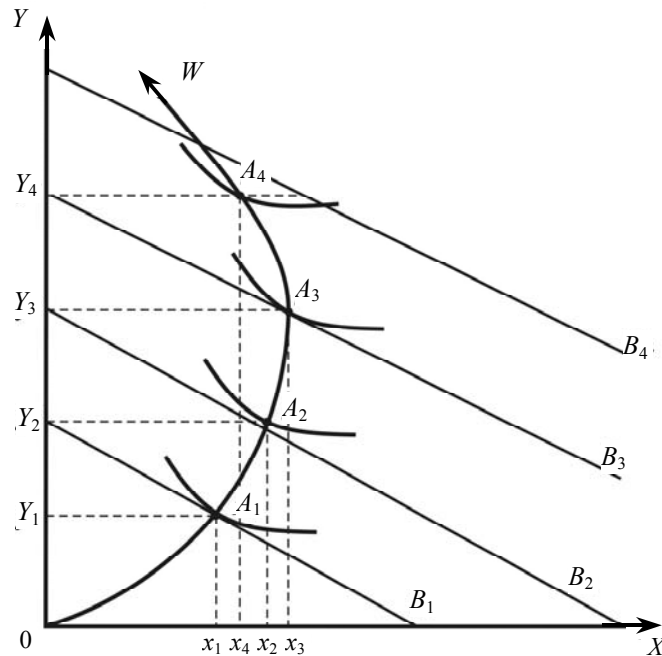


Рис. 6.2. Лінія «дохід—споживання» для блага X з низькою споживчою цінністю

Лінія «дохід—споживання»

По осі абсцис незмінно відмічається кількість одиниць блага X . Це дає змогу аналізувати реакцію споживача на зміну його доходу як зміну обсягу споживання вибраного для аналізу блага X і всіх інших благ Y . Далі лінія W , що поєднує точки рівноваги $A_1, A_2, A_3, \dots, A_n$ на рис. 6.1, показує, як змінюється споживчий набір за незмінних цін на блага і мірою зростання доходу споживача. Ця лінія дістала назву «дохід—споживання». Вона була так названа відомим британським економістом Дж. Хіксом. В американській літературі її ще називають кривою рівня життя. Якщо лінія «дохід—споживання» проходить під кутом 45° , то стає очевидним, що зростання доходу супроводжується збільшенням благ X і Y в однаковій пропорції. Якщо ж пропорція порушується, то змінюється кут нахилу лінії, вона стає кривою, спрямованою до однієї з осей координат.

Для більшості благ лінія «дохід—споживання» має додатній нахил, як це показано на рис. 6.1. У принципі зі зростанням доходів обсяг споживання благ також має позитивну динаміку. Однак стосовно деяких благ споживач має карту байдужості зі зрушеними до однієї з осей кривими байдужості. У цьому випадку крива «дохід—споживання» може набувати від'ємного нахилу, як це подано

на рис. 6.2. Блага, у споживанні яких за певного рівня доходу стали спостерігатись такі аномальні явища, стали називати благами з низькою споживчою цінністю на відміну від благ з нормальною споживчою цінністю, споживання яких зростає зі зростанням доходу споживача. Нахил кривої «дохід—споживання» (рис. 6.2) свідчить, що благо X споживач розглядає як благо з низькою споживчою цінністю. При цьому слід зазначити, що саме досягнутий певний рівень доходу — B_3 (рис. 6.2) зумовив перегляд споживачем свого ставлення до цінності блага X .

Особливим випадком реакції споживача на зміну його доходу є нейтральна позиція, тобто незмінність споживання деяких благ у кількості, що практично не залежить від зміни доходу. Такі блага відносять до категорії *нейтральних* або *незалежних*. Вони, як правило, займають незначну частку у бюджеті споживача (зубна паста, сіль та ін.), і є благами першої необхідності. Лінія «дохід—споживання» для нейтрального блага має вертикальний нахил, як це ілюструє рис. 6.3.

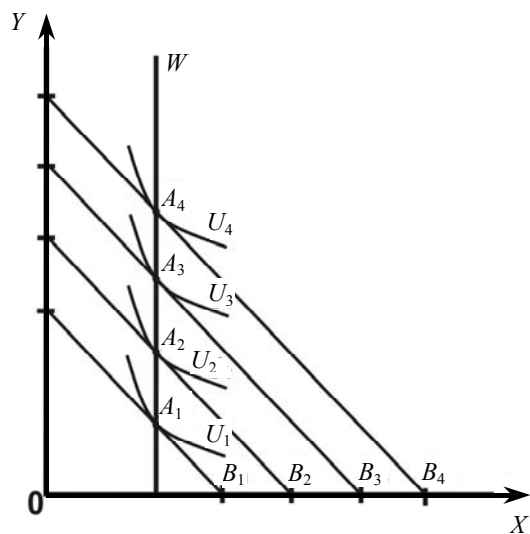


Рис. 6.3. Лінія «дохід—споживання» для нейтрального блага X

Крива Енгеля

Моделювання реакції споживача на зміну його доходу, що виявляється у зміні обсягу споживання благ, можна доповнити аналізом впливу зміни доходу на зміну обсягу споживання певного блага. Для цього в мікроекономіці використовується спеціальний інструмент — **лінія (крива) Енгеля**, названа на честь німецького статистика Ернста Енгеля, який запровадив аналітичне вивчення змін у характері споживання товарів та послуг залежно від доходів сімей.

Крива Енгеля стала самостійним інструментом статистичних досліджень. Однак з метою мікроекономічного аналізу її будують на базі лінії «дохід—споживання». Для цього точки останньої перевизначають і переносять у нову систему координат, де по осі абсцис відкладають рівноважні обсяги споживання

певного блага, а по осі ординат — величину доходу споживача за один і той же часовий проміжок (день, тиждень тощо).

Особливості реакції споживача на зміну його доходу, що виявились у формі лінії «дохід—споживання», також впливатимуть і на форму та нахил лінії Енгеля. Найчастіше це форма кривої, що відображає непропорційність кількісного прирощення змінних, що аналізуються. Якщо прирощення у споживанні блага стає уповільненим стосовно прирощення доходу, то крива Енгеля вирівнюється так, як це показано на рис. 6.4 а. Це характерно для благ першої необхідності.

Якщо ж додаткові обсяги споживання блага зростають у більшій пропорції відносно доходу, то крива Енгеля набуває форми, як показано на рис. 6.4 б. У цьому випадку маємо справу з предметами розкоші.

Якщо зміни в доході не впливають на рівень споживання блага, то крива Енгеля стає вертикальною прямою (рис. 6.4 в). Таке явище властиве для окремих благ — товарів першої необхідності, витрати на які практично незмінні у бюджеті споживача (нейтральні блага).

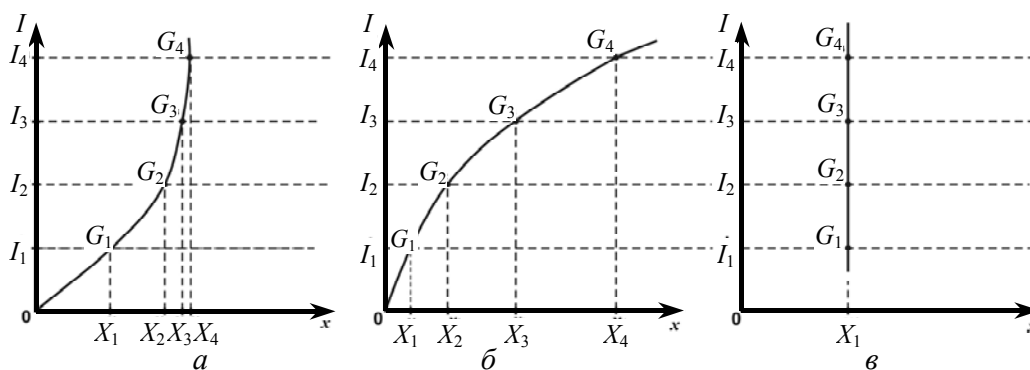


Рис. 6.4. Криві Енгеля різної форми

**Товарна
структуризація
витрат споживача**

Дослідження реальних економічних явищ, проведені Ернстом Енгелем у XIX ст., дали змогу виявити певні закономірності у розподілі доходів між такими групами товарів:

- I — продовольчі товари;
- II — промислові товари стандартної якості;
- III — промислові товари і послуги підвищеної якості.

Було виявлено, що за низького рівня доходів майже всі кошти споживачів витрачаються на їжу. Однак доволі швидко насичення цими благами призводить до припинення зростання їх споживання, незважаючи на підвищення доходів. Зростання споживання товарів другої групи починається лише з досягнення певного рівня доходу і відбувається хвилеподібно. Третя група товарів споживається за умов високого рівня доходів і є дуже чутливою до зростання доходів. Це ілюструє рис. 6.5, на якому зображені криві Енгеля в інтерпретації Л. Торнквіста.

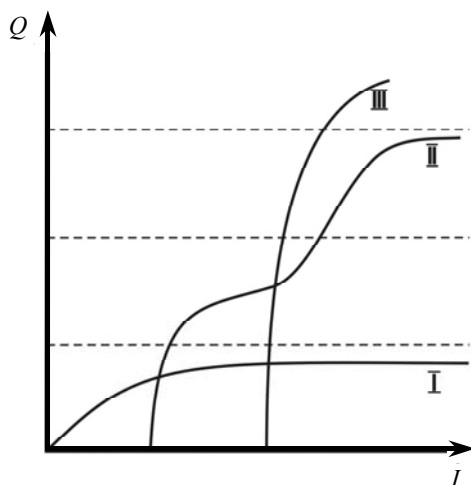


Рис. 6.5. Динаміка насичення споживача різними групами благ залежно від рівня його доходу



6.2. Реакція споживача на зміну цін товарів

У моделі споживацької поведінки розглядається кілька динамічних процесів, але кожен з них слід аналізувати зокрема, вивчаючи вплив одного чинника та залишаючи незмінними всі інші умови. Якщо в попередньому параграфі аналізувалась реакція споживача на зміну його доходу, то припускались незмінними ціни на блага. Тепер виходитимемо з припущення про незмінність доходу і цін на всі інші блага, крім ціни одного з них, а саме, блага X .

Побудова лінії «ціна—споживання»

Моделювання виконується у системі координат, де по осі абсцис відкладається обсяг споживання блага X у певний проміжок часу, а по осі ординат — обсяги споживання всіх інших благ, що виражені як витрати споживача на них за той же проміжок часу. Нехай споживач, розраховуючи на свій бюджет B_1 , придбав таку кількість блага X та інших благ Y , які максимально задовольнили його потреби. Будемо вважати, що за незмінних інших параметрів моделі ціна на благо X починає знижуватись. Кожне зниження ціни на благо X повертає бюджетну лінію назвні до нового перетину з віссю абсцис. При цьому бюджетна лінія зменшує свій нахил, а споживач купує все більшу кількість блага X , скорочуючи граничну корисність кожної наступної порції, щоб зрівняти її з новою, нижчою ціною. Лінія, що поєднує всі точки рівноваги споживача при зміні ціни одного з благ, називається **кривою «ціна—споживання»** (6.6 а). Дохід споживача зафіксовано на певному рівні, як це показано єдиною точкою «віяла» бюджетних ліній на осі ординат, тобто точкою A . Зі зниженням ціни блага X рівновага споживача відмічається послідовно у точках F_1, F_2, F_3, F_4 . Поєднуючи їх, дістаємо лінію «ціна—споживання».

**Зв'язок лінії
«ціна—споживання»
і лінії попиту**

Для кожної з бюджетних ліній можна розрахувати відповідне значення ціни блага X . Користуючись рівнянням бюджетного обмеження (5.5), виводимо, що у кожному з чотирьох змодельованих випадків її можна знайти, розділивши суму бюджету на відповідну кількість блага X , що позиціонується на графіку точкою перетину кожної з бюджетних ліній осі абсцис.

Поєднавши пари значень цін та обсягів споживання блага X , матимемо лінію попиту D на рис. 6.6 б. Ця крива ілюструє попит на благо X з боку окремого споживача за різного рівня ціни. Крива попиту та крива «ціна—споживання» різними способами моделюють зміну обсягу споживання певного блага за умови зміни ціни на нього за інших незмінних умов.

Крива «ціна—споживання» буде значущою принаймні з двох поглядів.

По-перше, ця крива править за пояснення форми кривої індивідуального попиту. Саме з кривої «ціна—споживання» випливає закон попиту — обернена залежність між рухом цін і кількістю закупок за тією чи іншою ціною, про що йшлося у темі 2. Поєднаність цих концептуально важливих елементів мікроекономічного аналізу, як уже зазначалось, можна спостерігати за рис. 6.6.

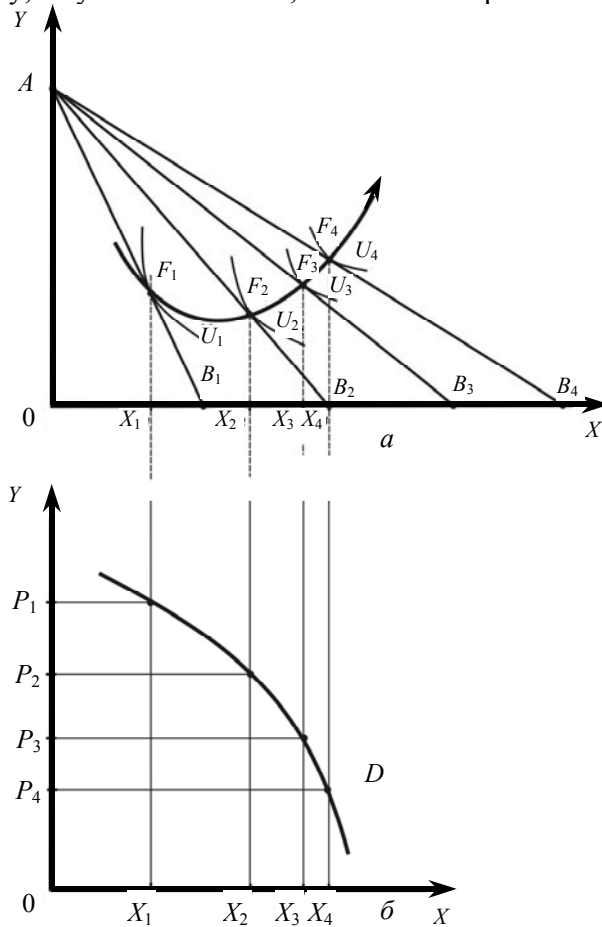


Рис. 6.6. Крива «ціна—споживання» і виведення лінії попиту

По-друге, лінія «ціна—споживання» показує вплив зміни цін на заміщення одного блага іншим. Зниження ціни одного блага за незмінних цін на інші блага викликає підвищення його привабливості. Це стимулює споживача замінити благом, яке подешевшало, інші блага, що виявились відносно дорожчими. У той же час зменшення ціни блага збільшує не лише порівняну доступність благ для споживача з фіксованим номінальним бюджетом, але й його купівельну спроможність, тобто реальний добробут, адже зниження ціни робить його багатшим.

Ефект заміщення і ефект доходу

Перехід від одного рівноважного стану до іншого з новою комбінацією благ є наслідком дії двох чинників: зміни співвідношення цін і зміни реальної величини бюджету споживача. Відтак загальна зміна обсягу, яка сталася у результаті зміни його ціни, поділяється на дві частини: ефект заміщення і ефект доходу. **Ефект заміщення** — це тільки та зміна у споживанні блага, яка сталася в результаті зміни ціни цього блага відносно цін на інші блага.

Ефект доходу — це тільки та зміна у споживанні блага, яка обумовлена зміною реального доходу, викликаною рухом цін.

Ефекти заміщення і доходу практично не спостерігаються незалежно один від одного. Коли ціни змінюються, реакція споживача відображає загальний вплив цих ефектів. Однак дуже важливим є розуміння того, що на добробут споживача впливають насправді обидва ефекти. Оцінки споживацької чутливості до змін у доходах і до змін у відносних цінах на різні товари і послуги можуть бути використані для передбачення змін у споживчому виборі, для аналізу економічної політики тощо.



6.3. Виокремлення ефекту заміщення й ефекту доходу

Особливості моделей розкладання

Якою б очевидно не здавалась реакція споживача на зміну ціни блага, механізм переходу від одного рівноважного стану до іншого, як уже виведено раніше, є доволі складним. Розв'язанням проблеми кількісного виокремлення ефекту заміщення та ефекту доходу опікувалось чимало вчених-економістів. Перші математичні моделі були розроблені Є. Слуцьким і Дж. Хіксом. Їх методичні підходи відрізняються базовим припущенням стосовно визначення реального доходу споживача.

За Хіксом, різні рівні грошового доходу, що забезпечують один і той же рівень задоволення, вважаються однаковою рівнем реального доходу. За Слуцьким, тільки той рівень грошового доходу, який є достатнім для придбання одного й того ж набору або комбінації товарів, забезпечує також і незмінний рівень реального доходу.

Підхід Хікса більше відповідає основним положенням ординалістської теорії, а підхід Слуцького дозволяє кількісно розв'язати проблему виокремлення ефекту заміщення й ефекту доходу на базі статистичних даних. Тому інтерпретація Хікса стала популярнішою саме в мікроекономічному аналізі.

**Інтерпретація
Дж. Хікса**

Модель виявлення ефекту заміщення й ефекту доходу зображена на рис. 6.7. Припустимо, що точка E_1 відповідає початковій рівновазі споживача. Положення бюджетної лінії B_1 відображає рівень доходу I і рівень цін на благо X і Y . Оптимальний набір благ (X_1, Y_1) задовольняє потребу споживача і відповідає рівню корисності, що заданий кривою байдужості U_1 . У результаті зниження ціни на благо X бюджетна лінія повернулася назовні, зайняла положення B_2 і доторкнулася до вищої кривої байдужості U_2 у точці E_2 , що відповідає споживанню блага X у обсязі X_2 . Отже, внаслідок зниження ціни на благо X його споживання збільшилося від X_1 до X_2 . Набір E_2 включає більшу кількість обох благ, а саме, X_2 і Y_2 , а тому стає очевидним, що перехід до нового стану рівноваги був спричинений не лише заміщенням блага Y благом X . Для того щоб виокремити вплив ефекту заміщення, необхідно нівелювати вплив ефекту доходу.

Ефект доходу виявляється у підвищенні рівня добробуту споживача. Імовірно, що уникнути впливу ефекту доходу можна, лише повернувшись на вихідну криву байдужості U_1 , де споживач забезпечуватиме собі вихідний добробут, споживаючи більше того блага, що подешевшало, і менше блага, що стало відносно дорожчим. Для цього будеться додаткова бюджетна лінія B' , що є паралельною лінії B_2 і водночас дотичною до кривої байдужості U_1 . Точка їх дотику E_3 (додатковий оптимум) лежить нижче і лівіше від точки E_2 .

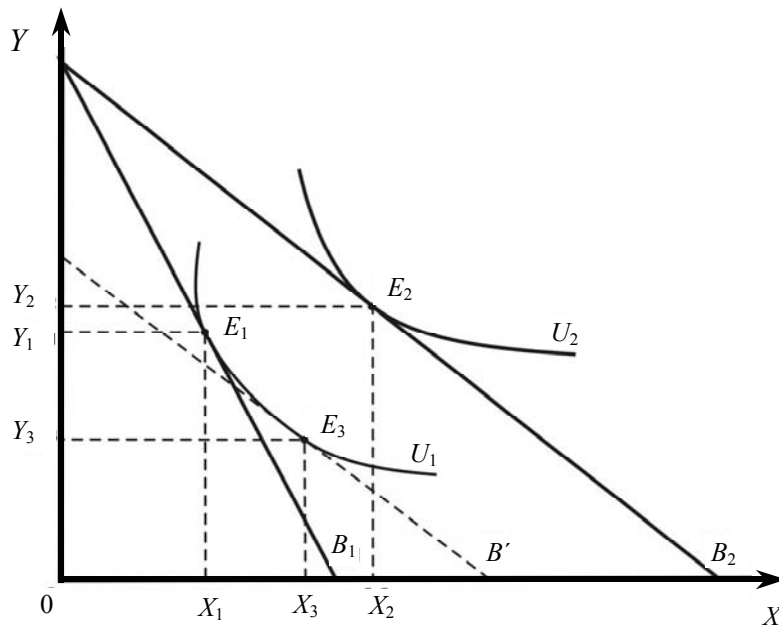


Рис. 6.7. Ефект заміщення і ефект доходу для блага з нормальною споживчою цінністю (за умов зниження ціни блага X)

При переході від набору E_1 до E_3 реальний дохід споживача залишається незмінним, тому зрушення від E_1 до E_3 відображає ефект заміщення блага Y відносно дешевшим благом X . Він дорівнює $\Delta X_3 = X_3 - X_1$. Дія ефекту доходу призводить до збільшення обсягів споживання обох благ у наборі, тобто дорівнює $\Delta X_d = X_3 - X_1$.

Якщо ціна блага X зростає, то виокремлення ефекту заміщення й ефекту доходу показано за рис. 6.8.

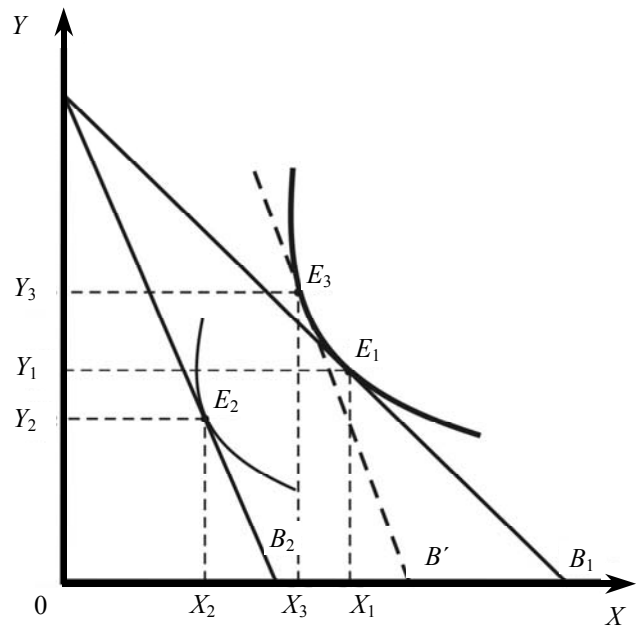


Рис. 6.8. Ефект заміщення і ефект доходу для блага з нормальною споживчою цінністю (за умов підвищення ціни блага X)

Підвищення рівня ціни обумовлює переміщення оптимального положення споживача на нижчу криву байдужості U_2 . Загальним результатом зростання ціни блага X стає скорочення обсягів його споживання: $\Delta X = X_1 - X_2$. У цьому випадку ефект заміщення складає: $\Delta X_3 = X_1 - X_3$; а ефект доходу: $\Delta X_d = X_3 - X_2$. Слід зазначити, що в обох варіантах моделювання ефект заміщення виявляється через рух вздовж однієї і тієї ж кривої байдужості, а ефект доходу — через перехід з однієї кривої байдужості на другу.

Спрямованість ефекту доходу й ефекту заміщення

Ефект заміщення виявляється завжди обернено: зниження ціни одного блага стимулює споживача збільшувати обсяги його споживання, зменшуючи тим самим споживання другого блага; підвищення ціни стимулює споживача замінювати його іншим, відносно дешевшим.

Ефект доходу може мати обернений характер для благ з нормальною споживчою цінністю, прямий — з низькою споживчою цінністю і нейтральний — для нейтральних благ. Звідси можна зробити висновок, що для благ з нормальною споживчою цінністю ефект заміщення й ефект доходу діють односпрямовано, а тому ефект доходу посилює ефект заміщення. Для благ з низькою споживчою цінністю ефект доходу діє у напрямі, протилежному щодо ефекту заміщення, послаблюючи його вплив.

«Гіффенівське» благо

Якщо припустити, що ефект доходу виявиться настільки значним, що перевищить ефект заміщення, то кумулятивний ефект спростує закон попиту: при зростанні ціни блага зростатиме і попит на нього. Така ситуація видається нереалістичною, однак теоретично вона уможливлена і навіть емпірично доведена.

Благо з низькою споживчою цінністю, для якого характерне перевищення ефекту доходу над ефектом заміщення, дістало особливу назву — «гіффенівське» благо на честь **Р. Гіффена**, відомого англійського статистика й економіста. Стверджують, що Р. Гіффен спостерігав реакцію бідних ірландців на так званий картопляний голод у 1840-ві роки. Їх основним продуктом харчування був хліб, на який витрачалась переважна більшість доходів. Коли ціна на нього підвищилась, ефект доходу міг бути настільки сильним, що примусив їх скоротити споживання інших більш дорогих продуктів харчування. Оскільки хліб був усе ще найдешевшим і доступним для них, то зі зростанням ціни на нього, вони купували його більше. Отже, «гіффенівське» благо мало бути одночасно благом з низькою споживчою цінністю і благом, на яке споживач витрачає переважну частину свого доходу. Сучасні дослідження заперечують факти існування таких благ, тому парадокс Гіффена — явище малоімовірне в реальному житті.



6.4. Вибір в умовах невизначеності та ризику

Рациональність у невизначеності

Перед реальним споживачем, що здійснює вибір, часто постає проблема поведінки в умовах невизначеності. Багато рішень також пов'язані з ризиком. Для моделювання вибору споживача у таких ситуаціях використовують математичний апарат теорії ігор, створеної **Дж. фон Нейманом** та **О. Моргенштерном**. Ця теорія розглядала поведінку споживача як гравця в умовах, коли наслідки ходів не визначаються повністю його вибором, а за деяких обставин здійснюються випадкові ходи. Теорія ігор спричинила оновлення теоретичних підходів кардиналістського аналізу поведінки споживача, оскільки на той час було виявлено факти, описанню яких ставало недостатньо ординалістського уявлення.

Основне припущення, прийняте Дж. фон Нейманом і О. Моргенштерном, цілком узгоджувалось з існуванням кількісного мірила корисності. Сутність його зводилась до того, що раціональність властива поведінці споживача навіть у ситуаціях, коли зв'язок між вибором і його наслідками мав випадковий характер. Це означало, що споживач, вибираючи, зіставляє варіанти не лише з однозначними виходами, а й такі, наслідки яких мають випадкову, несподівану корисність. В останньому випадку споживач має знати як усі можливі вихідні наслідки, так і їх імовірності.

Випадковість і економічна поведінка

Класичною ілюстрацією підходу Неймана—Моргенштерна став приклад, наведений у їх спільній праці, що вийшла 1943 року під назвою «Теорія ігор і економічна поведінка». Сутність цього методу полягає в такому. Нехай дехто надає перевагу склянці чаю перед філіжанкою кави, а їй — перед склянкою молока. Припустимо, що ця особа поставлена перед вибором: філіжанка кави чи склянка з чимось невідомим, яке однаковою мірою може виявитись як чаєм, так і молоком. Якщо суб'єкт вибрав каву, то це означатиме, що з двох варіантів: «чай перед кавою» і «кава перед молоком» другий буде значнішим.

Отже, кава є ближчою за своєю корисністю до чаю, ніж до молока. Якби він вибрав би склянку з невідомим вмістом, то це дозволило б зробити протилежний висновок. Якщо йому було байдуже, яку з двох можливостей вибирати, то це значило би, що обидва варіанти для нього рівноцінні, і корисність філіжанки кави перебуває рівно посередині між корисностями склянки чаю і склянки молока. Разом з тим слід зауважити, що коли є можливість порівнювати пари благ чи їх наборів — це вже основа для побудови кількісної шкали корисності.

Очікувана цінність вибору

Математичний апарат теорії ігор досить складний, однак заради спрощення викладу матеріалу часто ситуації щодо вибору зводять до гри на гроші, приймаючи їх за кінцеве благо. Тоді невизначеність вихідних результатів гри структурується за допомогою імовірностей різних подій.

Припустимо, що деякий вибір передбачає два можливі виходи (результати) з виграшами у сумі U_1 і U_2 . Імовірності виходів можуть бути неоднаковими. Нехай вибір було зроблено N кількість разів, з них перший результат траплявся N_1 разів, а другий — $N_2 = N - N_1$. Звідси загальна сума виграшу U дорівнює

$$U = N_1 \cdot U_1 + N_2 \cdot U_2, \quad (6.1)$$

а для одного акту вибору виграш у середньому становитиме:

$$U = (N_1 \cdot U_1 + N_2 \cdot U_2) / N = \alpha \cdot U_1 + (1 - \alpha) \cdot U_2, \quad (6.2)$$

де $\alpha = \frac{N_1}{N}$ — частка виходів першого різновиду;

а $1 - \alpha = \frac{N_2}{N}$ — частка виходів другого різновиду.

За великої кількості повторів α і $1 - \alpha$ мало чим відрізняється від імовірностей кожного виходу. Взявши величину α за ймовірність виходу першого різновиду, можна розглядати U як мірло випадкового виграшу або, іншими словами, **очікувану цінність** результату. Таким чином, очікувана цінність всякої гри, що має більше одного можливого результату, дорівнює сумі цінностей кожного результату, помноженій на відповідне значення імовірності настання кожного з виходів. За теорією ймовірностей, це є математичне очікування. У загальному випадку для m можливих виходів математичне очікування визначається за формулою:

$$U = \alpha_1 U_1 + \alpha_2 U_2 + \dots + \alpha_m U_m. \quad (6.3)$$

Ставлення до ризику

Хрестоматійним прикладом вибору за умови невизначеності та ризику став розгляд покупки споживачем лотерейного білета. Припустимо, що споживач має можливість купувати щотижня один лотерейний білет, який може принести виграш 100 грн. Перед покупкою білета споживачеві повідомляють, що кількість білетів для продажу лише 100 і що переможець буде вибраний навмання. Таким чином, споживач має тільки один шанс зі 100, тобто, купуючи щотижня лотерейний білет, він може очікувати виграшу якимось один раз із 100 спроб і програшу — 99 разів із 100. Очікувана цінність гри дорівнюватиме:

$$100 \text{ грн} \cdot 0,01 = 1 \text{ грн}$$

Прагнення споживача брати участь у грі на гроші (купити лотерейний білет — у нашому випадку) залежить від його ставлення до ризику, що виявляється у формі схильності чи несхильності до ризику. Вважається, що споживач є несхильним до ризику, якщо гранична корисність від виграшу для нього менша за очікувану цінність. У наведеній вище ситуації такий споживач не захотів би купити лотерейний білет за ціною, що дорівнює одній гривні або вище. *Споживач, несхильний до ризику*, завжди надає перевагу гарантованому результату перед невизначеним, якщо обидва варіанти мають однакову очікувану цінність. Схильний до ризику споживач за таких самих умов віддасть перевагу невизначеному результату перед гарантованим. Споживач, який ставиться до ризику нейтрально, не турбується про ризик, для нього основну роль відіграє очікувана величина виграшу.

Ставлення до ризику відіграє також важливу роль у такій сфері економічного вибору, як страхування. Якщо споживач купує лотерейний білет, то його метою буде придбання права на одержання певного виграшу, імовірність якого відома або оцінена. Коли ж споживач купує страховий поліс, то він «жертвує» частиною свого доходу в обмін на уникнення втрати, ймовірність якої оцінена або відома. Споживач, несхильний до ризику, бажає сплатити таку суму коштів, яка є більшою за очікувану величину втрати для того, щоб уникнути ризику зазнати збитків. Гранична корисність від такої гри з уникнення втрати перевищує очікувану величину цієї втрати.

Обумовлений план споживання

Наведений вище аналітичний спосіб пояснення рішень в умовах невизначеності та ризику дозволяє дати грошову оцінку кожному з результатів випадкового процесу, визначаючи їх як блага, доступні за різних обставин. Загалом таких обставин може бути не лише дві, як у разі страхування, а саме: трапиться втрата чи ні. Тоді споживчий набір називають **обумовленим планом споживання** на позначення того, що буде споживатись за кожного результату випадкового процесу.

Обумовлений план споживання означає план, який залежить від настання певної події. Оскільки споживач робить вибір, який відповідає його уподобанням щодо споживання у різних обставинах, то, обумовлений план споживання може розглядатись як система його переваг, описана у попередній темі. Тому для моделювання поведінки споживача в умовах невизначеності й ризику може застосовуватись увесь інструментарій теорії споживацького вибору, який був адекватним за умов визначеності.



Ключові положення

1. Положення рівноваги відображає оптимум споживача у статиці, коли ні номінальний дохід, ні ціни на блага не змінюються. Насправді такі зміни відбуваються, викликаючи насамперед зміщення бюджетної лінії.
2. Зростання доходу споживача моделюється через зміщення бюджетної лінії праворуч і вгору. Це зумовлює встановлення нової рівноваги споживача, що відображає підвищений рівень споживання. Усі точки рівноваги, які показують послідовне зростання обсягів споживання під впливом зростаючого реального доходу і які поєднані в одну лінію, називаються лінією «дохід—споживання».
3. Нахил лінії «дохід—споживання» показує, як змінюється обсяг споживання блага за умови зміни доходу споживача. Благо з нормальною споживчою цінністю спожи-

вається в більшому обсязі за умов зростання доходу, у цьому випадку лінія «дохід—споживання» має додатний нахил, коли на горизонтальну вісь наносять обсяги споживання такого блага. Благ з низькою споживчою цінністю споживається менше зі зростанням доходу, для них крива «дохід—споживання» розвернута до вертикальної осі й набуває від'ємного значення.

4. Лінія Енгеля показує співвідношення між доходом споживача і обсягом придбаного блага. Лінії Енгеля для благ з нормальною споживчою цінністю мають додатний нахил.

5. Лінія «ціна—споживання» — це графічна інтерпретація наслідків впливу на рівновагу споживача часткової зміни цін за незмінного доходу. На її основі можна вивести лінію попиту.

6. Реакція споживача, пов'язана зі зміною цін на блага, складається з ефекту заміщення та ефекту доходу. Ефект заміщення — це зміна величини попиту на благо, викликана перерозподілом попиту на його користь у результаті зміни ціни блага. Ефект доходу — це зміна величини попиту на благо, викликана зміною реального доходу в результаті зміни ціни блага.

7. Ефекти доходу і заміщення для благ з нормальною споживчою цінністю діють односпрямовано. Для благ з низькою споживчою цінністю ефект доходу послаблює ефект заміщення, але не перевищує його. Для «гіффенівських» благ ефект доходу повністю нейтралізує ефект заміщення.

8. Багато рішень споживача щодо вибору відбувається за умов невизначеності і ризику. У випадкових ситуаціях споживач поводить себе також раціонально. Вибираючи, він зіставляє очікувані цінності результатів (виграші) з урахуванням їх імовірностей.

9. Теорія поведінки споживача є абсолютно адекватною як за умов невизначеності, так і за умов визначеності. Там, де спостерігається однозначний зв'язок між вибором і його наслідками, цілком достатньо ординалістського підходу. У тих задачах вибору, де треба врахувати випадковий характер такого зв'язку, потрібне кількісне вимірювання корисності.



Терміни і поняття

Ефект доходу
Ефект заміщення
Лінія (крива) «дохід—споживання»
Лінія (крива) «ціна—споживання»
Лінія Енгеля
Несхильність до ризику
Нейтральне благо
Обумовлене споживання
Очікувана (сподівана) цінність
Реальний дохід споживача
Схильний до ризику
Товар Гіффена («гіффенівське» благо)



Завдання для самоперевірки

1. У чому полягають відмінності у нахилі лінії «дохід—споживання» для благ з нормальною, з низькою споживчою цінністю і нейтральних благ?

2. Якщо споживач споживає лише два блага і завжди витрачає на них всі свої кошти, чи можуть обидва з них бути благами з низькою споживчою цінністю?