Зміст

Вступ

1. Крива Енгеля. Закон Енгеля

1.1 Крива Енгеля, її сутність. Закон Енгеля

1.2 Характеристика ефекту дохода і ефекту заміщення

2. Криві «доход – споживання» і «ціна – споживання»

2.1 Криві «доход – споживання»

2.2 Криві «ціна – споживання»

2.3 Виведення кривих попиту

Висновок

Використані джерела

Додатки

Вступ

Залежність між обсягом споживання і доходом громадян викликає інтерес і може знайти дуже просте економічне тлумачення. Залежність, уперше вивчена і досліджена ще наприкінці XIX століття німецьким статистиком Е. Енгелем. Вивчаючи структуру бюджетів робочих родин, Е. Енгель вивів кілька видів кривих і сформулював емпіричні закони споживання. З тих пір в економічній літературі ці криві звуться "кривими Енгеля", причому вони стоять окремо у загальній системі економічної теорії, ніяк не пов'язані з ринковою рівновагою і викладаються економістами як деякий автономний феномен.

Відкидаючи різноманітні пояснення політекономами суті характеру кривих, відзначу, що вони являють собою функціональну залежність рівноважного обсягу споживання від доходу споживача. Обґрунтування і пояснення кривих Енгеля в роботах учених, як правило, здійснюється через аналіз кривої байдужності, причому А.Г. Гранберг, наприклад, воліє говорити про криві Торнквиста,засновані на законах Енгеля. При цьому приходиться відзначатиряд додаткових обмежень, таких як незмінність при зростанні доходу споживача його споживчих переваг, а також сталість цін на товари.

Очевидно, що ці припущення дуже грубі і не відповідають економічним реаліям. Значить і висновки, що засновані на таких припущеннях, досить умовні.

Оцінка товару змінюється залежно від доходів споживача. Так, при певному рівні доходу поїздка до іншого міста на власному автомобілі буде сприйматися як нормальний товар, і кількість таких поїздок збільшуватиметься їз збільшенням доходів споживача. Проте, коли доходи зростуть до певного рівня, споживач сприйматиме кількагодинну поїздку, як неякісну, віддаватиме перевагу перельотові літаком, а тому поїздка на власному автомобілі перетвориться у неякісний товар. Мета курсової роботи: дослідити сутність кривих Енгеля на основі графіків, визначити їх значення в мікроекономічному аналізі.

Завдання курсової роботи:

* побудувати криві Енгеля
* визначити характер ефекту доходу і ефекту заміщення
* проаналізувати криві «дохід-споживання» і «ціна-споживання»
* проаналізувати криві попиту

Актуальність теми дослідження. В умовах зробленої конкуренції на ринку людина здійснює виробництво для задоволення своїх потреб, підвищення рівня свого матеріального споживання. Економічні потреби людей постійно зростають, а в зв’язку з цим, кожна людина прагне купувати предмети розкоші.

Отже, необхідно досліджувати закони Енгеля, які показують співвідношення між доходом і обсягом споживання певного товару.

Об’єкт: об’єктом курсової є закони Енгеля, криві Енгеля.

1. Крива Енгеля. Закон Енгеля

1.1 Крива Енгеля, її сутність. Закон Енгеля

Розподіл споживачем свого бюджету можна досліджувати не тільки виходячи з теоретичних передумов, а й емпірично - простежити, які рішення приймають у тих чи інших випадках реальні споживачі. Як це зробити? У принципі можна просто попросити їх подумки оцінити свій вибір на тих чи інших умовах (при мінливих доході або цінах) і на основі їх відповідей побудувати криві типу "якщо-то", що характеризують переваги конкретних споживачів. Але тут є серйозна перешкода. Чи співпаде уявна оцінка з вибором в реальних умовах? Спробуйте відповісти на питання: як би ви розподілили свій дохід, якщо б він виріс в два, п'ять, десять разів?

Для отримання правильних даних та побудови кривих Енгеля або кривих попиту потрібно провести експеримент. Однак штучні експерименти такого роду теж вельми важко здійсненні. Уявіть собі, що у вашому місті потрібно методично і спокійно підвищувати кожного тижня ціну на хліб або кожен місяць зменшувати доходи і дивитися, як метаються і хвилюються споживачі заради нашої наукової цікавості. Або знижувати ціну на молоко і підвищувати доходи, а на самому цікавому місці оголосити, що експеримент закінчився!

Але якщо ми подивимося уважніше, ми можемо побачити, що все-таки один "експеримент" вже відбувся сам собою, природним чином, і дозволяє нам побудувати криві Енгеля.

Якщо вибрати кілька споживачів, які стикаються з однаковими продуктами та цінами, але мають різні доходи, і зафіксувати їх витрати, то у нас з'явиться можливість дослідити зміну споживання у зв'язку зі зміною доходу.

Їх можна розглядати як одного і того ж споживача, що розміщується в одній і тій же системі, але щоразу з іншим доходом. Тому, завдавши їх витрати на харчування, одяг і т. д. на графік, можна отримати криві Енгеля. А якщо ми під час дослідження постараємося захопити представників різних майнових шарів, у нас вийде як би вертикальний зріз цілого суспільства і там буде показано, хто, скільки і чого споживає в момент дослідження, і зображає реакцію людей на зміну доходу.

Але все-таки - це різні люди, які в одній і тій же ситуації не будуть вести себе однаково. Для них не може існувати однакових кривих Енгеля. Але в цих кривих є свій сенс. Самим різним людям притаманні загальні культурні та психологічні закономірності поведінки. І подібні дослідження дозволяють зробити загальні висновки про характер споживання "середньої" людини при даному асортименті продуктів і системі цін.

Сама бюджетна статистика, як збір фактичного матеріалу, зародилася в Англії в самому кінці XVIII ст., Хоча вчені того часу не підозрювали, який розвиток може отримати ця тема надалі. Перші дослідження були пов'язані з голодом і лихами робітників після неврожаю 1794-1795 рр..: Потрібно було дізнатися, як живуть люди. Під впливом цієї ж причини стали з'являтися бюджетні дослідження і в інших країнах Західної Європи. Але ще півстоліття це був тільки збір статистичного матеріалу, нехай все більш і більш добре організований. Питання теоретичного вивчення споживання людей ще дуже довго не ставилися, і першими, хто це зробив, були німецькі статистики. Ернст Енгель, працюючи над статистичними даними різних років і різних країн, зауважив поступове зменшення відносної частки витрат на харчування в бюджеті в міру його зростання. Наведемо його слова: "Дослідження різних бюджетів показало не тільки те, що чим менший дохід, тим більша частина його витрачається на харчування, але також, що харчування, окрім того, погіршується; воно показало далі, що чим менший дохід, тим більша частина його відводиться на фізичний зміст і менша залишається для духовного розвитку "(Engel Є. Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirt-schaftleben der Nation. Berlin, 1881. S. 39).

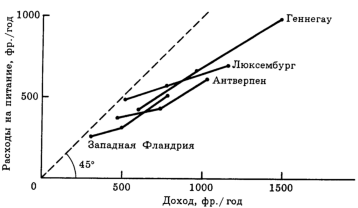
Ймовірно, це був самий перший теоретичний висновок про характер споживання залежно від доходу. Звідси також випливало, що за часткою бюджету, що йде на харчування, можна судити про рівень добробуту людини. Цей показник використовується і зараз у міжнародній статистиці (сім'я вважається бідною, якщо вона витрачає більше 50% свого доходу на харчування).

Пізніше інший німецький статистик, Адольф Швабе, поширив цю залежність і на житлові витрати. З тих пір ці два закони відомі як закони Енгеля і Швабе. Криві, що зв'язують доходи і витрати, стали називати кривими Енгеля. І хоча сам Енгель графіками не користувався, ця назва цілком виправдана, тому що він вивчав ті ж самі залежності.

На рис. 18 (Бельгія) та рис. 19 (Саксонія) на мову кривих переведені дані, якими користувався Енгель. Це результати одного з найперших досліджень. На рис. 20 дані першого американського дослідження, яке провів К. Райт в 1875 р.

Ну а на рис. 21 дані для колишнього СРСР 1988 р., взяті з радянської бюджетної статистики.

Рис. 18. Криві Енгеля для Бельгії, 1853



Дослідженням було охоплено дев'ять областей країни. Ми ж для більшої чіткості завдали дані тільки для чотирьох з них. Незважаючи на відхилення, ці криві мають чітко виражений напрямок.[ ]

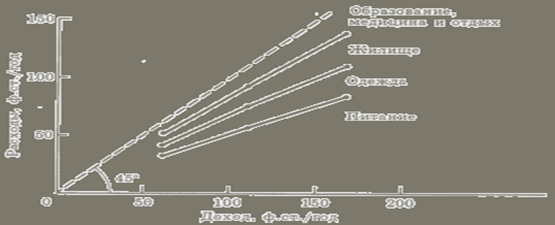


Рис. 19. Криві Енгеля для Саксонії, 1857

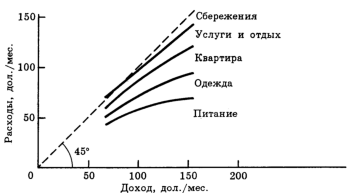


Рис. 20. Криві Енгеля для Америки, 1875 р

Тут, як і на попередньому графіку, витрати на харчування займають ще досить велику частину загальних витрат, але вже видно невеликі заощадження при зростанні доходу, а також "дефіцитне" споживання при дуже маленькому його рівні.

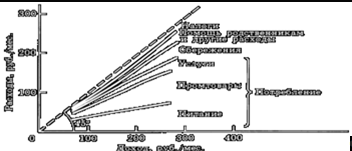


Рис. 21. Кривые Энгеля для CCCР, 1988 г.

Ернст Енгель (1821 — 1896) — англійський економіст, який вивчав, як у XIX ст. характер споживання товарів і послуг змінювався залежно від доходу сім'ї. Крива Енгеля показує співвідношення між доходом і обсягом споживання певного товару при незмінності інших факторів, що впливають на попит (рис. 1).

Для більшості нормальних товарів крива Енгеля має зростаючий характер із затуханням, тобто певний приріст доходу спричинює менший приріст споживання товару *X.* Це насамперед пояснюється дією закону спадної граничної корисності. Однак для певної групи товарів крива Енгеля може зростати з прискоренням. До цієї групи належать предмети розкоші, споживання яких зростає швидше, ніж зростає доход споживача.

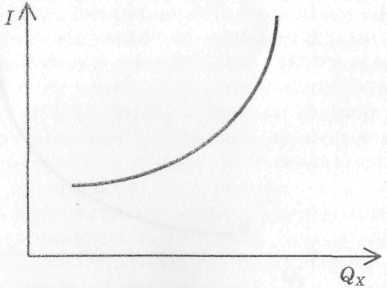


Рис. 1. Крива Енгеля

Ці залежності були помічені й сформульовані Енгелем і ввійшли в економічну теорію як закони Енгеля:

Закон Енгеля — із зростанням величини доходів частка витрат на придбання товарів першої необхідності скорочується.

Закони Енгеля зводяться до наступних положень:

1) бідні родини витрачають більше на необхідне для життя — їжу і житло;

2) частка витрат на харчування знижується в міру зростання доходів, а частка витрат на житлі стабілізується;

3) витрати на дорогі предмети підвищуються в більшому ступені, чим доход. При росту доходу споживача споживання їм вторинних благ зростає в більшому ступені, чим споживання благ першої необхідності;

4) при зниженні ціни одного з благ і сталості ціни на інше благо збільшується попит на благо, ціна якого знижується, причому здійснюється відносна заміна ним іншого блага.

5) споживання освітніх, юридичних, медичних послуг і послуг, пов'язаних з відпочинком, має тенденцію зростати швидше, ніж зростають доходи.

І хоча ці закономірності виявлені понад 100 років тому, в їхній справедливості легко переконатися, спостерігаючи наше сьогодення.

[7, c.41]

1.2 Характеристика ефекта дохода і ефекта заміщення

Зміна ціни якого-небудь товару впливає на об'єм попиту через ефект заміщення і ефект доходу. Ефект доходу виникає, оскільки зміну ціни даного товару збільшує (при зниженні ціни) або зменшує (при підвищенні ціни) реальний дохід, або купівельну спроможність, споживача. Ефект заміщення виникає в результаті відносної зміни цін. Ефект заміщення сприяє зростанню споживання щодо товару, що подешевшав, тоді як ефект доходу може стимулювати і збільшення, і скорочення споживання товару або бути нейтральним. Для того, щоб визначити ефект заміщення, потрібний елімінувати вплив ефекту доходу. Або, навпаки, щоб визначити ефект доходу, потрібно елімінувати ефект заміни.

З'ясування сутності товарно-грошових відносин, у тому числі ринку, його структури та інфраструктури, дає змогу розкрити механізм ринкової рівноваги, зокрема взаємодію попиту і пропозиції. В історії світової економічної думки вже понад два століття різні напрями, течії та школи економічної теорії прагнуть визначити головні умови й механізм досягнення ринкової рівноваги. Оскільки практика постійно вносить щось нове у розвиток економічної системи, ускладнює механізм її функціонування, з'являються нові моделі, теорії досягнення ринкової рівноваги.

Економічний зміст закону попиту. Проста модель попиту і пропозиції, на думку шведського економіста К. Еклунда, існує майже 200 років, а ії більш розвинута форма впродовж останніх 100 років є ядром політичної економії. Проста модель відображає поведінку покупця і продавця, співвідношення попиту і пропозиції та динаміку цін під час купівлі-продажу одиниці будь-якого товару.

Вивченню попиту, пропозиції та механізму їх взаємодії в марксистській політичній економії приділялося недостатньо уваги. Це не могло не позначитися на процесі пізнання цих категорій, вони визначалися на такому абстрактному рівні, який не дав змоги використати їх при розв'язанні конкретних проблем. За визначенням Маркса, попит — це представлена на ринку потреба в товарах, а пропозиція — продукт, який є на ринку або може бути доставлений на нього. Американські економісти К. Макконнел та С.Брю визначають попит як кількість продукту, який споживачі готові та спроможні купити за певну ціну з можливих упродовж відповідного часу цін. Пропозиція, на їхню думку, — це шкала, що показує різні кількості продукту, які виробник бажає і спроможний виробити й запропонувати для продажу на ринку за кожну конкретну ціну з можливих цін упродовж певного часу. Найбільш узагальненими є такі визначення попиту і пропозиції.

Попит — платоспроможна погреба або сума грошей, яку покупці можуть і мають намір заплатити за необхідні для них товари і послуги.

Пропозиція — сукупність на ринку товарів і послуга певними цінами, які готові продати виробники.

Попит на товар залежить від багатьох факторів. Так, К. Еклунд, розглядаючи попит покупців на сорочки, називає такі основні фактори:

1. величина доходу покупців;
2. кількість сорочок, які вони вважають за необхідне мати;
3. наявність у них відповідного одягу (джемпери, жилети та ін.), який можна використати замість сорочок;
4. ціни на ці товари (дешевші чи дорожчі вони за сорочки);
5. смак і мода;
6. ціни подібних сорочок.

До цих факторів можна додати цінові та дефіцитні очікування, зміни в структурі населення, економічну політику уряду (зокрема допомога, яку уряд надає бідним верствам, та ін.).

Розглядаючи еластичність попиту залежно від рівня цін, західні економісти сформулювали закон попиту.

Закон попиту — закон, згідно з яким за незмінюваності всіх інших параметрів зниження ціни зумовлює відповідне зростання величини попиту і навпаки.

Отже, між ціною і величиною попиту існує обернена залежність. Про дію цього закону свідчить, по-перше, те, що низькі ціни спонукають споживачів купувати товари, практика розпродажу товарів за зниженими цінами. По-друге, оскільки споживання підпорядковане принципу знижувальної граничної корисності (покупець товару отримує менше задоволення або корисності від кожної наступної одиниці продукції), то споживачі купують додаткові одиниці продукту лише за умови, що його ціна знижується. По-третє, підтвердженням цього є ефект доходу і ефект заміщення.

Ефект доходу вказує на те, що за нижчої ціни товару споживач може купити його, не відмовляючи собі у придбанні інших альтернативних товарів.

Ефект заміщення виражається в тому, що за нижчої ціни споживач хоче придбати дешевий товар замість аналогічних, які стали відносно дорожчими.

Ефект доходу і ефект заміщення діють в одному напрямі (тобто зумовлюють зростання обсягу попиту при зниженні цін) під час купівлі товарів середньої та високої якості і в протилежному напрямі — під час купівлі товарів низької якості. При цьому у випадку незначної кількості товарів низької якості (наприклад, маргарину порівняно з маслом) ефект заміщення переважатиме ефект доходу і споживачі купуватимуть більше маргарину. На практиці спостерігається ситуація, коли із зниженням ціни на товар попит на нього скорочується, а з підвищенням — зростає (наприклад, при подорожчанні картоплі незаможні сім'ї починають споживати її більше, цілком відмовляючись при цьому від споживання м'яса), що означає переважання ефектом доходу ефекту заміщення.

Слід зауважити, що, простежуючи обернену залежність між кількістю реалізованої продукції та ціною, П. Самуельсон сформулював закон поступового зниження попиту. Він пояснює його, по-перше, тим, що зниження ціни на певний товар розширює коло покупців; по-друге, зниження ціни може спонукати кожного споживача цього товару зробити додаткові покупки і, по-третє, зниження попиту із зростанням ціни пояснюється тим, що у цьому випадку споживач намагається замінити певний товар іншим (наприклад, каву чаєм), а також тим, що людина стає біднішою і починає споживати деякі товари у менших кількостях.

Порівняння двох варіантів обгрунтування однієї й тієї ж причинно-наслідкової залежності дає підставу стверджувати, що логічніше цей закон сформульовано як закон попиту. Це зумовлено тим, що закон зниження попиту, за П. Самуельсоном, відображає лише одну із сторін взаємозв'язку між попитом і підвищенням цін, а закон попиту виражає також залежність між попитом і зниженням цін. Загалом сформульовані економічні закони відображають не глибинні, внутрішньо необхідні, суттєві зв'язки між окремими явищами і процесами, а поверхневі, на рівні здорового глузду.

З цього приводу американські економісти при його обгрунтуванні зауважили, що здоровий глузд і елементарне спостереження узгоджуються з кривою попиту, а К. Еклунд зазначив, що ця модель у простій формі описує деякі з діючих у господарстві сил.

Водночас закон попиту не діє в умовах ажіотажного попиту (тобто значного додаткового попиту понад нормального, зумовленого очікуванням значного підвищення ціни товару або у випадку його зникнення з обігу), для окремих рідкісних, дорогих і невідтворюваних товарів (картини, антикваріат тощо).

В останньому випадку частково має місце ефект престижного попиту (описаний американським ученим Т. Вебленом), згідно з яким купівля товарів здійснюється за престижними цінами — цінами на вироби високої якості (причому із зростанням цін на дорогі товари, які виготовляють престижні фірми, попит на них до певної межі може зростати).

Водночас економічну теорію доцільно викладати методом переходу від простішого до складного. Для цього скористаємося вдалим описом моделей та їх графічним зображенням у праці К. Еклунда (додаток А).

На вертикальній осі зображено ціну сорочок (чим вище, тим дорожче), а на горизонтальній осі — величину попиту (чим далі вправо, тим більший попит). Кожна точка на кривій попиту відповідає кількості сорочок, яку споживачі хочуть купити за відповідну ціну. З рухом по лінії донизу ціна знижується, а попит споживачів зростає.

Ситуацію на ринку з боку пропозиції відображено як і у випадку з попитом на сорочки, їх пропозиція також зумовлена дією низки факторів, основними з яких є:

1. витрати виробництва;
2. мета фірми, від якої значною мірою залежатиме рівень цін (якщо фірма прагне завоювати нові ринки збуту, ціни можуть бути нижчими);

3) наявність або відсутність конкурентів на ринку, зростання якихзумовлює збільшення пропозиції незалежно від цін товарів, політики та ін.

4) рівень технології (досконаліша технологія здешевлює виробництво);

5) рівень податків (їх підвищення зменшує можливість підприємств збільшувати виробництво);

6) ціни на інші товари (при зниженні цін, наприклад на свинину, можливе збільшення виробництва яловичини).

Для спрощення передбачається, що на певному короткому проміжку часу технологія виробництва, продуктивність праці не змінюються й існує досконала конкуренція (наявність багатьох продавців, кожен з яких окремо не може впливати на процес ціноутворення). Лінія пропозиції показує, що для збільшення кількості сорочок ціна повинна зростати. Кожна точка на лінії з рухом униз показує ту кількість сорочок, яку товаровиробники згодні виготовити за відповідну ціну. Таку прямо пропорційну залежність виражає закон пропозиції в міру зростання цін. Перехід до складнішої моделі взаємозв'язку передбачає зіставлення інтересів виробників і споживачів відповідно до пропозиції й попиту і пошук місця їх оптимального поєднання. Графічно така ситуація зображена (додаток Б).

Обидві лінії (попиту і пропозиції) перетинаються в точці, яка відповідає значенню кількості сорочок (К1) та ціни (Р1). За такої кількості цих товарів і ціни на них виробники і споживачі можуть одночасно досягти поставленої мети. За такої ціни споживач оцінює для себе корисність нової сорочки рівновеликою витратам на неї. З боку виробника максимальний дохід (тобто сума, яку фірма може отримати від продажу додаткових сорочок) дорівнюватиме максимальним (граничним) витратам на їх виробництво. Така оптимальна ціна називається ціною рівноваги. У марксистській політичній економії синонімічним поняттям є ціна виробництва (за умов рівності попиту і пропозиції), про що докладно йтиметься далі.

Водночас описана ситуація з одним товаром означає досягнення лише часткової рівноваги. Зміна витрат виробництва або співвідношення попиту і пропозиції на даний товар зумовлює певні зміни в цінах інших товарів. Якщо ж у стані рівноваги перебуває вся система цін, то спостерігається загальна рівновага на ринку. Засобом її дослідження є рівноважний метод (пошук економічної системи у стані рівноваги, статики). Хоча ціна рівноваги влаштовує покупця і продавця, така рівновага здебільшого негативно впливає на рух економічної системи, оскільки у цьому випадку товаровиробники значною мірою втрачають стимули до ведення конкурентної боротьби, а отже, стимули до виробництва.

Важливою особливістю ціноутворення під впливом нецінових факторів є зростання ціни за умов підвищення попиту за незмінної пропозиції або скорочення пропозиції за незмінного попиту і навпаки. Надлишок пропозиції при встановленні ціни рівноваги призводить до зниження ціни, а її дефіцит - до підвищення ціни. В умовах дефіциту виникає "чорний ринок".

Коли окремий індивід або виробник намагається збільшити свій дохід, то він у своєму раціональному розрахунку зіставляє корисність і витрати. Він постійно має справу зі зростаючими витратами, граничними доходами, що зменшуються, граничною корисністю, граничним продуктом. Гранична корисність — це вигода, яку отримує індивід, від споживання ще одного товару або послуги. Граничні доходи — це доходи, отримані підприємством від продажу додаткової одиниці товару. Граничний продукт — це додаткова продукція, виготовлена ще одним додатковим працівником. Усі ці граничні показники зіставляються з граничними (або маргінальними) витратами, зумовлені додатковими витратами або відмовою від певних благ. Відповідно до цього фірма розширює випуск товарів доти, поки граничні витрати зрівняються з ціною продукції, або якщо додаткова одиниця продукції обходиться їй дешевше, ніж ціна продажу. Взаємозв'язок між додатковими витратами ресурсів (капіталу, землі, трудових ресурсів) і збільшенням обсягів виробництва виявляється у дії закону спадної віддачі.

Існують, проте, два підходи до визначення реального доходу, пов'язані з іменами англійського економіста Дж. Хікса і російського математика і економіста Е.Е. Слуцького. Згідно Хіксу, різні рівні грошового доходу, що забезпечують один і той же рівень задоволення, тобто що дозволяють досягти однієї і тієї ж кривої байдужості, представляють однаковий рівень реального доходу. Згідно Слуцькому, лише той рівень грошового доходу, який достатній для придбання одного і того ж набору або комбінації товарів, забезпечує і незмінний рівень реального доходу. Підхід Хікса більшою мірою відповідає основним положенням порядкової теорії корисності, тоді як підхід Слуцького має та перевага, що дозволяє дати кількісне рішення задачі на основі статистичних матеріалів. [7, с.44, 2, с. 60-61]

2. Криві «доход – споживання» і «ціна – споживання»

2.1 Крива "доход - споживання"

При деякому заданому доході і заданих цінах споживач однозначно визначає свої витрати - вибирає на бюджетній лінії точку, яка відповідає самій "корисній" кривій байдужості. А що станеться, якщо зміниться дохід і зміняться купівельні можливості споживача? При незмінних цінах це виразиться в паралельному зсуві бюджетної лінії. У разі збільшення доходу вона відсунеться від початку координат і споживачеві стануть доступні більш далекі криві байдужості, а в разі зменшення наблизиться до початку координат і споживачеві доведеться перейти на менший рівень корисності.

На кожному рівні доходу споживач буде вибирати самий корисний набір благ, і можна сказати, що кожній бюджетній лінії відповідає своя оптимальна крапка. Якщо ми розглянемо всі можливі рівні доходу і з'єднаємо всі крапки вибору, що відповідають кожному рівню, то ми одержимо лінію дохід-споживання. За нею рухається споживач при зміні свого доходу (рис. 1).

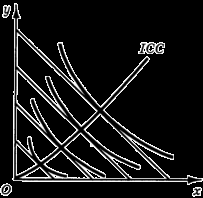


Рис. 1. Крива дохід-споживання.

х - харчування, а y - одяг

На підставі лінії дохід-споживання можна побудувати графік дохід-витрати для окремого блага. На горизонтальній осі будемо відкладати величину доходу, а на вертикальній – грошову суму витрат на дане благо (рис. 2). З зростанням доходу крива витрат на харчування втрачає нахил - попит насичується, а крива витрат на одяг стає все крутішою – майже всі прирощення доходу йдуть на одяг. Ця залежність була видна на лінії дохід-споживання (рис.1).

Відзначимо, проте, що зі збільшенням доходу споживач купує більше і їжі, і одягу. У таких випадках економісти кажуть, що продукти харчування і одяг є нормальними товарами з точки зору споживача.

Якщо ж обсяг закупівель деякого товару падає при збільшенні споживчого доходу, то такий товар носить назву нижчого блага. Наприклад, більшість господинь із збільшенням доходу починають використовувати при приготуванні їжі все менше дешевого маргарину, замінюючи його більш дорогим (але, на загальну думку, і більш привабливим) вершковим маслом.

Слід підкреслити, що один і той же товар може бути нижчим благом для одного споживача і нормальним товаром для іншого. Так, якщо споживач розглядає чай лише як дешевий замінник кави, то зі зростанням доходу він буде, природно, скорочувати закупівлі чаю, замінюючи його кавою, і чай виявиться нижчим благом. У той же час для іншого споживача, який п'є чай тому, що йому це подобається, чай не буде нижчим благом.

Але навіть і для одного споживача один і той же товар може бути нормальним при одному рівні доходу і нижчим благом при іншому рівні. Розглянемо споживача, який любить і каву, і чай, але все-таки в деякій мірі краще каву: при невеликому рівні доходу чай буде для цього споживача нормальним товаром, однак зі зростанням доходу, коли гаманець зможе витримати перехід споживача на каву, чай ризикує виявитися нижчим благом.

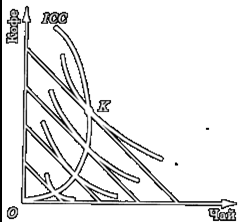
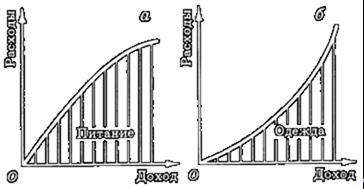


Рис. 2. Криві дохід-витрати на харчування (а) Рис. 3. Лінія доход-споживання (чай - та одяг (б). нижче благо)

На рис. 3 представлена лінія доход-споживання деякого споживача для випадку чай-кава. Легко помітити, що ця лінія на ділянці вище точки К повертає в напрямку зменшення споживання чаю (на відміну від ліній дохід-споживання для їжі та одягу, зображеної на рис. 2). Такий поворот лінії дохід-споживання на рис. 3 означає, що при рівні доходу споживача, що перевищує рівень, для якого оптимальною комбінацією кави та чаю є набір K, чай стає нижчим благом. На основі рис. 3 можна побудувати криву Енгеля для витрат на чай (рис. 4).

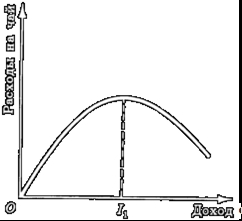


Рис. 4. Чай - нормальний товар при доході меншому,

ніж /1, нижче благо при доході вище /1.

Перейдемо тепер до вельми важливої властивості кривих Енгеля: виявляється, криві витрат на всі споживані товари можуть бути представлені на одному графіку. Як це зробити? Проведемо на площині дохід-витрати лінію, на якій витрати дорівнюють доходу. Як відомо з курсу математики, ця лінія - бісектриса центрального кута (рис. 5). На рис. 6 ця лінія показана переривчастою лінією. Так як ми вважаємо, що споживач весь свій дохід витрачає на придбання товарів, дана лінія представляє собою лінію сумарних витрат споживача на всі об'єкти, куплені товари.

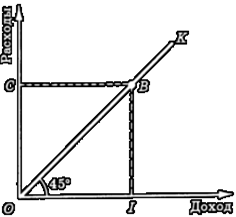


Рис. 5. Бісектриса координатного кута.

Нехай споживач купує два продукти - їжу та одяг. Зобразимо на рис. 6 криву витрат на харчування. Ордината будь-якої точки на цій кривій показує, як відомо, величину витрат на харчування при даному рівні доходу споживача. Так, /1F1 - витрати на харчування при доході /1. У той же час /1G1, - величина сумарних витрат споживача при доході /1, (виходячи з розглянутих властивостей лінії ОK). Тоді що ж показує відрізок F1G1? Очевидно, F1G1 = /1G1 - /1F1-величина витрат споживача на одяг. Аналогічні міркування можна провести для будь-якого рівня споживчого доходу. Таким чином, на рис. 6 ми можемо одночасно бачити, як змінюються при зміні доходу і витрати на харчування, і витрати на одяг.

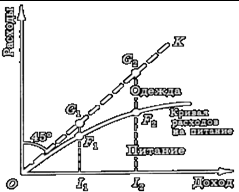


Рис. 6. Витрати на харчування, одяг і сумарні витрати споживача.

А що якщо вийти за рамки нашого двомірного випадку в реальний світ, де споживач купує не два, а набагато більше число товарів? І в цьому випадку витрати на всі товари можуть бути представлені на одному графіку (рис. 7), побудованому за тим же принципом, що і рис. 6.

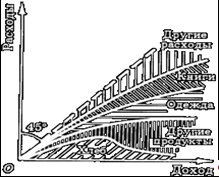


Рис. 7. Розподіл споживчих витрат за статтями.

Зауважимо, що в теорії споживання ми весь час припускаємо, що споживач весь свій дохід витрачає на придбання різних товарів. У дійсності ж споживач при деякому рівні доходу може робити заощадження. У цьому випадку доходи споживача будуть перевищувати витрати на величину заощаджень (рис. 8). З іншого боку, при низькому рівні доходу споживач змушений брати гроші в борг, щоб звести кінці з кінцями. Ця ситуація представлена на рис. 9.

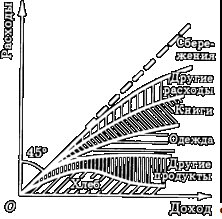


Рис. 8. Поява заощаджень після

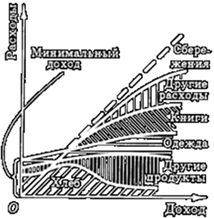


Рис. 9. При низькому доході споживач деякого рівня доходу. змушений позичати, при високому - може заощаджувати.

2.2. Якщо зміна доходу при постійних цінах виражалася в паралельних зрушеннях бюджетної лінії (рис. 1), то зміна ціни на один з товарів при сталості доходу і ціни іншого товару буде виглядати як поворот бюджетної лінії (мал. 10). Таким чином, кожному значенню ціни товару Х буде відповідати своя бюджетна лінія, а кожній бюджетній лінії - своя точка дотику з якою-небудь кривою байдужості. Поєднавши всі ці точки вибору, як у попередньому розділі, ми отримаємо лінію ціна-споживання товару X.

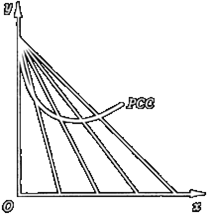


Рис. 10. Побудова лінії ціна-споживання товару Х.

Те ж саме можна зробити і для ціни іншого товару, з'явиться лінія ціна-споживання товару Y (рис. 11). Обидві лінії характеризують зміну споживчого вибору при зміні цін товарів Х і Y, по них споживач рухається при підвищенні або зниженні ціни одного з товарів. Але яким чином відбувається цей рух? Необхідно пам'ятати, що споживач завжди знаходиться на перетині цих ліній у точці А (рис. 12). Але обидві ці лінії не просто перетинаються, вони "виходять" з це точки. Це гіпотетичні доріжки, по яких буде рухатися споживач у разі зміни однієї з цін. Причому, коли він буде переміщатися по одній лінії, інша в цей час буде рухатися за ним як приклеєна (рис. 13). Обидві лінії завжди повинні виходити з тієї точки, де знаходиться споживач.

Необхідно також відзначити, що лінія доход-споживання теж виходить з цієї точки (рис. 12). Це третя доріжка можливого руху споживача при інших рівних. По ній він почне переміщатися в разі зміни доходу. Але в реальній дійсності ці траєкторії можуть ніколи не реалізуватися, завжди існуючи гіпотетично.

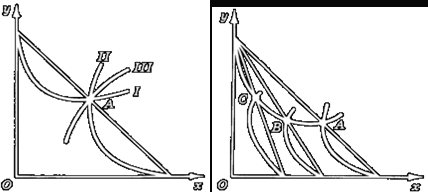


Рис. 12. Криві ціна-споживання для Рис. 13. Рух по одній з кривих ціна-споживання.

товару Х (I), товару Y (II) і крива

доход-споживання (III).

На основі лінії ціна-споживання (де змінюється ціна товару X) можна побудувати графік залежності обсягу споживання товару Х від його ціни (рис. 14, а). Це є не що інше, як крива попиту. Аналогічним способом можна побудувати криву попиту на товар Y (рис. 14, б). При підвищенні або зниженні ціни одного товару буде змінюватися споживання не тільки цього, а й інших товарів. Цей зв'язок між кривими попиту розберемо на прикладі падіння однієї з цін, а саме зниження ціни товару Х при сталості ціни товару Y.

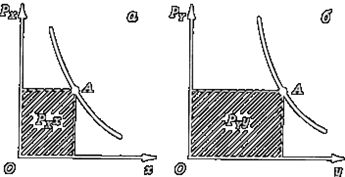


Рис. 14. Крива попиту для товару Х (а) і для товару Y (б).

Площа заштрихованого прямокутника позначає суму витрат на товар.

Отже, споживач знаходиться в точці А (рис. 15, а), купуючи в одиницю часу x0 товару Х за ціною і y0 товару Y за ціною (рис. 15, б). Коли ціна Х раптово падає з до, у споживача з'являється зайва сума грошей, якою він може розпорядитися. Цей виграш споживача не залежить від форми кривої попиту, він повністю визначається початковим об'ємом споживання x0 і величиною падіння ціни (-). Але крива попиту показує, як він розподілить вивільнену суму. Подивіться на рис. 15, а. Споживач збільшує витрати на товар X, переходячи по кривій попиту з точки А в точку В. Заштриховані площі на рис. 15, а показують зменшення витрат через зниження ціни та їх збільшення, що з покупкою додаткової кількості товару X.

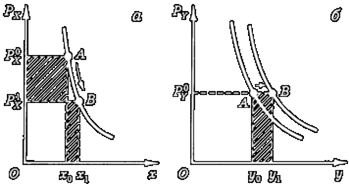


Рис. 15. Наслідки зниження ціни товару X: рух уздовж кривої попиту на товар X (а) і зсув кривої попиту на товар Y (б).

Випадок низькоеластичного попиту на товар X.

А як ця зміна відіб'ється на другому графіку (рис. 15, б)?

Це виразиться не в русі вздовж кривої попиту на товар Y - його ціна залишається незмінною. Зміна ціни на товар Х зображується зрушенням кривої попиту на товар Y. Але в який бік?

Якщо еластичність попиту на товар Х за абсолютною величиною менше одиниці, то витрати споживача на придбання додаткової кількості товару Х менше його виграшу за рахунок зниження ціни, і в цілому його витрати на придбання товару Х зменшаться. Інша частина його виграшу піде на збільшення купівлі товару Y, і крива попиту зміститься вправо. Площа заштрихованого прямокутника на рис. 15, б показує додаткові видатки на товар Y.

Але якщо попит на товар Х високоеластичний (еластичність по абсолютній величині більше одиниці), то відбудеться інакше. Витрати на купівлю товару Х зростуть, і споживачеві доведеться скоротити витрати на покупку товару Y, а отже, зменшити обсяг його споживання. Крива попиту зміститься вліво (мал. 16, б).

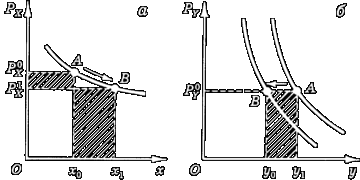


Рис. 16. Той же процес, що і на рис. 15.

Випадок високоеластичного попиту на товар Х.

Але еластичність не залишається постійною на всьому протязі кривої попиту. На рис. 17 показана лінійна функція попиту на товар X. Ділянка I характеризується високою еластичністю, і при зниженні ціни товару Х на цій ділянці крива попиту на товар Y зсувається вліво. Але в точці В еластичність стає одиничної і при подальшому русі продовжує знижуватися, а крива попиту на товар Y починає зміщатися вправо (ділянка II).

Аналогічно можна розглянути падіння ціни іншого товару і підвищення кожної з цін.

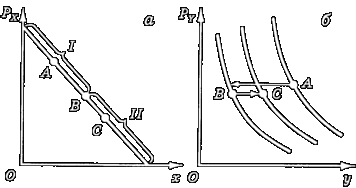


Рис. 17. Крива попиту на товар Х має високу еластичність на ділянці I і низьку еластичність на ділянці II.

Висновок

По закінченню я підведу деякі підсумки виконаної мною роботи.

Попит — платоспроможна потреба або сума грошей, яку покупці можуть і мають намір заплатити за необхідні для них товари і послуги.

Пропозиція — сукупність на ринку товарів і послуга певними цінами, які готові продати виробники.

Попит на товар залежить від багатьох факторів. Так, К. Еклунд, розглядаючи попит покупців на сорочки, називає такі основні фактори:

1. величина доходу покупців;
2. кількість сорочок, які вони вважають за необхідне мати;
3. наявність у них відповідного одягу (джемпери, жилети та ін.), який можна використати замість сорочок;
4. ціни на ці товари (дешевші чи дорожчі вони за сорочки);
5. смак і мода;
6. ціни подібних сорочок.

До цих факторів можна додати цінові та дефіцитні очікування, зміни в структурі населення, економічну політику уряду (зокрема допомога, яку уряд надає бідним верствам, та ін.).

Розглядаючи еластичність попиту залежно від рівня цін. Західні економісти сформулювали закон попиту.

Закон попиту — закон, згідно з яким за незмінюваності всіх інших параметрів зниження ціни зумовлює відповідне зростання величини попиту і навпаки.

Отже, між ціною і величиною попиту існує обернена залежність. Про дію цього закону свідчить, по-перше, те, що низькі ціни спонукають споживачів купувати товари, практика розпродажу товарів за зниженими цінами. По-друге, оскільки споживання підпорядковане принципу знижувальної граничної корисності (покупець товару отримує менше задоволення або корисності від кожної наступної одиниці продукції), то споживачі купують додаткові одиниці продукту лише за умови, що його ціна знижується. По-третє, підтвердженням цього є ефект доходу і ефект заміщення.

Ефект доходу вказує на те, що за нижчої ціни товару споживач може купити його, не відмовляючи собі у придбанні інших альтернативних товарів.

Ефект заміщення виражається в тому, що за нижчої ціни споживач хоче придбати дешевий товар замість аналогічних, які стали відносно дорожчими.

Ефект доходу і ефект заміщення діють в одному напрямі (тобто зумовлюють зростання обсягу попиту при зниженні цін) під час купівлі товарів середньої та високої якості і в протилежному напрямі — під час купівлі товарів низької якості. При цьому у випадку незначної кількості товарів низької якості (наприклад, маргарину порівняно з маслом) ефект заміщення переважатиме ефект доходу і споживачі купуватимуть більше маргарину. крива закон енгель споживання попит

При зміні ціни на товар, на об'єм попиту впливатиме ефект доходу і ефект заміщення. Ефект доходу виникає, оскільки зміну ціни даного товару збільшує (при зниженні ціни) або зменшує (при підвищенні ціни) реальний дохід, або купівельну спроможність, споживача. Ефект заміщення виникає в результаті відносної зміни цін. Завдяки ефекту заміни зростає об'єм споживання щодо товару, що подешевшав, ефект доходу може і збільшувати, і скорочувати споживання товару або бути нейтральним.

На основі теорії Хікса можуть бути побудовані криві попиту, шо компенсуються, які відобразять вплив ефекту заміни на об'єм попиту на товар. Причому криві попиту на товар матимуть різний вигляд залежно від того з яким товаром ми маємо справу (якісний, неякісний, товар Гіффена).

І нарешті теорія ефекту заміни і ефекту доходу досить широко застосовується на практиці, приймаючи різні форми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Алешина И.В. Поведение потребителей: учебное пособие для ВУЗов.- М: Фаир-Пресс,2000.

2. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій - Київ: "Четверта хвиля", 1997.

3. Вэриан Х.Р. Микрозкономика. Промежуточньїй уровень. Современный подход: учебник для ВУЗов/ Пер с англ, под ред. Н.А. Фроловой. М.: Юнити, 1997.

4. Гальперин В.М., С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов. Микроэкономика: Учебник СПб.: "Экономическая школа". Том 1. 1997.

5. Емцов Р.Г., Лукин М.Ю. Микроэкономика: Учебник. 2-е издание-М.:МГУ им. М.В. Ломоносова. Издательство "Дело и сервис",1999.

6. Экономика: учебник, 3-е издание / Под ред. д.э.н. проф. А.С. Булатова.-М: Юристь,2002.

7. 3адоя А. О. Мікроекономіка: Курс лекцій: Навч. посіб.: Т-во "Знання", КОО, 2000.

8. Курс экономической теории: Учебное пособие / Под ред. д.э.н. проф. А.В. Сидоровича, 2-е издание- М.:МГУ им. М.В. Ломоносова. Издательство "Дело и сервис",2001.

9. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципи, проблеми и политика. В 2 т.: Пер. с англ. Т. 1.-М, 1996.

10. Микроэкономика / Под ред. Яковлевой Е.Б.- М.-СПб: "Поиск",1998.

11. Основи экономической теории и практики рыночных реформ вРоссии: Учеб. пособие. Под ред. М.М. Загорулько.-М.: 1997.

1. Пиндайк Роберт С, Рубенфельд Дэниэл Л. Микроэкономика: Пер с англ.-М.: Дело,2000.
2. http://economics.ru , электронные каталоги, галерея экономистов. Rechnungsbuch
3. Маршалл А. Принципи політичної економії. М., 1983. Т. 1. З. 182
4. Щербина Ф. Селянський бюджет. Воронеж, 1900. С. 403-405.
5. http://ek-lit.agava.ru/books.htm "Библиотека экономической и Engel Є. Das деловой литературы, читальня"
6. Белова Н.Ф., Дмитричев И.И. Семейный бюджет. М., 1990. С. 68.