

Экономическая теория

Андропова И.А., кандидат экономических наук, доцент Государственного университета – Высшей школы экономики

ЗНАЧЕНИЕ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК В ТЕОРИИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Статья рассматривает одну из ключевых тем микроэкономики «Теории поведения потребителя», но не в рамках стандартных предпочтений неоклассики, а с точки зрения неoinституционализма. Широкий инструментарий институциональной экономики позволяет учесть больше факторов, влияющих на выбор индивида. И главным образом, рассмотреть влияние транзакционных издержек на поведение потребителя в рамках данного подхода.

Согласно неоклассической теории потребления (основателями, которой являются Л. Вальрас, У. Джевонс, К. Менгер, И. Фишер, В. Парето, Ф. Эджуорт), поведение индивида задается предположениями (аксиомами) о предпочтениях и наличии ограничений при осуществлении выбора. Данная теория рассматривает четыре базовых предположения о предпочтениях потребителя:

1. Предположение о сравнимости: любой индивид может сравнивать товарные наборы, с точки зрения полезности, которую он получит от их потребления. Он может сделать вывод, какой из них для него более или менее предпочтительный, или их потребление ему безразлично.

2. Предположение транзитивности: если потребитель предпочитает товарный набор А товарному набору В, а набор В набору С, то набор А предпочитается набору С. Если потребителю, с точки зрения удовлетворения потребностей, безразличны товарные наборы А и В, а также В и С, то А и С тоже безразличны.

3. Предположение рефлексивности: каждый товарный набор не хуже самого себя.

4. Предположение о ненасыщаемости: индивид всегда предпочитает большее количества товара меньшему.

Выбор потребителя в рамках данной модели осуществляется следующим образом: потребитель стремится получить максимальную полезность, при заданном уровне дохода (бюджетном ограничении). Тем самым перед любым потребителем стоит решение задачи на условный экстремум при заданном ограничении. Теперь стоит задать вопрос, а так ли хорошо теория сочетается с практикой?

Первое предположение кажется совсем нереалистичным, так как потребитель должен иметь информацию о всех возможных товарных наборах и моментально сравнивать их между собой. Значит, потребитель может дать субъективную оценку каждому набору с точки зрения полезности, но тогда он уже должен неоднократно употребить эти наборы, что поможет ему сформировать мнение о них. А, как известно из практики, на это нужно время, так вот неоклассическая теория не учитывает этот временной лаг. Встает вопрос о рациональности поведения потребителя: ведь чтобы найти тот набор, который будет приносить индивиду максимальную полезность нужно очень много времени, а на это может уйти вся жизнь. Если потребитель так и не достиг оптимума, означает ли это, что он нерационален?

Второе предположение не обязательно будет описывать любое предпочтение индивида, это скорее логика поведения человека, чем правило, которому все будут следовать.

Третье предположение тоже будет выполняться не всегда. Ведь если товарный набор не хуже самого себя, то потребитель будет осуществлять выбор всегда одинаково, но на практике поведение индивида различно в одинаковых ситуациях. Более того, на выбор потребителя играет огромную роль социальные и экономические факторы, привычки, что не учитывает теория неоклассиков.

И, последнее предположение. Не всегда индивид будет слепо предпочитать большее количество товара меньшему, ведь на практике трудно найти индивида, которому нужно, например 1000 пар обуви в месяц.