

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет
Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота
з економічної теорії на тему:
«Бюджетне обмеження: сутність, фактори, оцінка особливостей впливу
на вибір споживача»

Студентки 2 курсу групи МУН-21

Блавіцької В.М.

Науковий керівник:

Новак Ю.Р.

Національна шкала: _____

Кількість балів: _____

Оцінка ECTS: _____

Тернопіль – 2017 р.

ПЛАН

Вступ.

1. Сутність та фактори бюджетного обмеження.
2. Бюджетна лінія: рівняння і графічна побудова.
3. Оцінка особливостей впливу на вибір споживача.

Висновки.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1. Сутність та фактори бюджетного обмеження.....	5
2. Бюджетна лінія: рівняння і графічна побудова.....	7
3. Оцінка особливостей впливу на вибір споживача.....	15
Висновки.....	19
Список використаної літератури.....	20

ВСТУП

Кожен з нас постійно стикається з проблемою вибору: що купити собі на обід, яким транспортом їхати в університет, купити кросівки чи туфлі? Інколи ми робимо цей вибір не задумуючись. Проте в окремих випадках ми оцінюємо свої можливості купівлі даного товару. Тому для ефективного використання доходів та отримання максимальної корисності від придбаних товарів, споживач повинен правильно скласти свій бюджет та продумати найбільш вигідну купівлю. Виходячи з цього, на сьогодні важливим завданням економіки виділяють задоволення потреб споживача при обмеженій кількості ресурсів.

Обрана тема є назвичайно актуальна кожному споживачеві. Адже саме завдяки бюджетному обмеженню кожен із нас може навчитись правильно розподіляти свій бюджет та обирати такі товари, які будуть максимально корисними. Та й загалом ці знання будуть корисними та важливими для нас постійно, адже це одне з головних правил життя в умовах економіки.

Метою даної роботи є вивчення бюджетного обмеження та його вплив на вибір споживача. Згідно з цією метою поставлені такі завдання:

1. Ознайомитись зі змістом та факторами бюджетного обмеження.
2. Детальніше розібрати бюджетну лінію.
3. Виявити вплив бюджетного обмеження на вибір споживача.

1. СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ БЮДЖЕТНОГО ОБМЕЖЕННЯ.

Бюджет – це певна сума грошей, яка доступна споживачеві на певний період часу. Кожен споживач використовує дані гроші для задоволення власних потреб (у вигляді витрат).

В теорії споживання сказано, що споживачі вибирають найкращий товар, який можуть собі дозволити. Вони враховують такі переваги товарів, як ціну та оцінку корисності. Тому основним завданням економіки є задоволення максимальної кількості потреб при обмеженій кількості ресурсів (грошей). Отже, основним фактором впливу на поведінку споживача є бюджетне обмеження.

Бюджетне обмеження – це фінансове обмеження, яке формується з урахуванням доходу споживача та цін товарів і послуг.

Щоб проаналізувати вплив бюджетного обмеження на поведінку споживача, беруть до уваги такі обмеження:

1. Весь бюджет споживач використовує для купівлі тільки двох товарів (X та Y).
2. Споживач не може використовувати попередні заощадження та робити нові.
3. Споживач не може брати кредит.

Тобто весь дохід споживача має бути рівним його витратам.

Тоді бюджетне обмеження має такий вигляд:

$$P_X \cdot X + P_Y \cdot Y = I.$$

[9, с.1]

P_X і P_Y – ціни відповідних товарів;

I – дохід.

На зміну бюджетного обмеження впливають такі фактори:

1. Зміна доходу.
2. Зміна ціни певного товару.
3. Зміна ціни обох товарів.

Також дуже впливають на споживача такі фактори попиту, як число покупців, смак, ціна на товари-замінники.

Зміна ціни проявляється в такому випадку: якщо ціна потрібного товару падає, то здатність споживача його купити зростає. Проте серед перерахованих факторів найбільший вплив має зміна доходу. Даний фактор досліджували ще з 19 століття. Так, наприклад, відомий німецький економіст Ернст Енгель досліджував як впливає зміна доходу сім'ї на їхні витрати. Він помітив, що чим менший дохід родини, тим більше грошей витрачається на харчування та навпаки. Вчений зробив висновок, що коли збільшується дохід, то структура витрат змінюється. Тобто витрати на харчування зменшуються, витрати на одяг та житло залишаються незмінними, а витрати на задоволення культурних потреб збільшуються. Саме ця закономірність продемонстрована на рис. , який зображує витрати домогосподарств України у першому кварталі 2016 року.

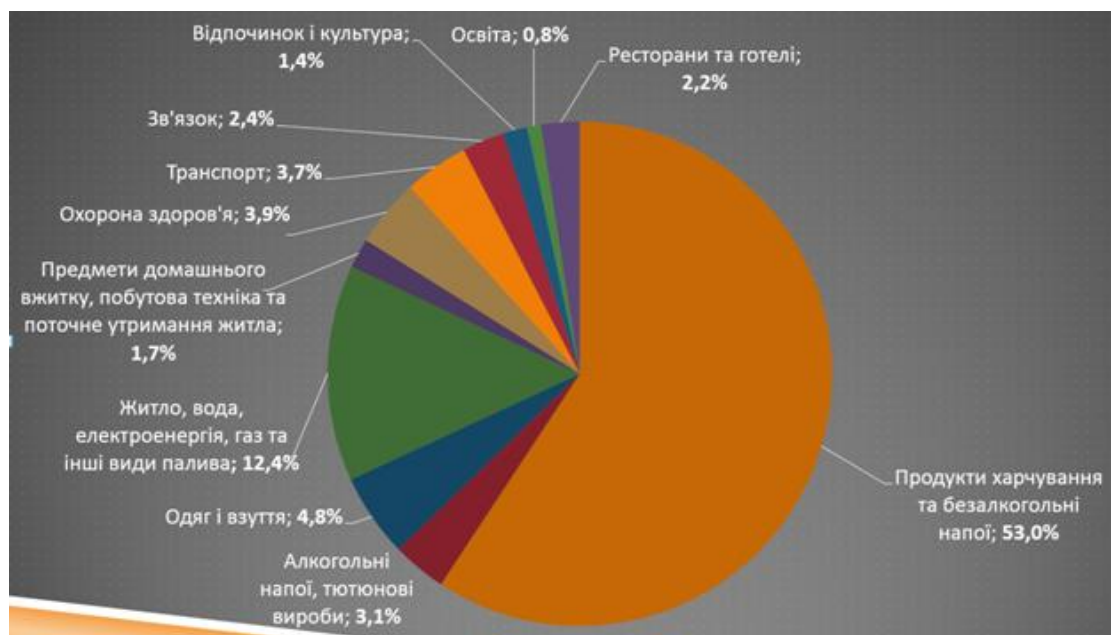


Рис. 1. Структура витрат домогосподарств України (2016 р.)

Виділяють декілька способів для максимізування корисності. Першим з них можна вважати, те що гранична норма заміщення повинна дорівнювати співвідношенню цін ($MRS = P_1/P_2$). Це являє собою точку, в якій крива байдужості є дотичною до бюджетного обмеження. Саме така комбінація двох товарів задовольняє потреби споживача максимально.

Другим способом вважають тотожність граничного коефіцієнта корисності до співвідношення цін ($(MU_1 / MU_2) = (P_1/P_2)$). Загалом ця рівність еквівалентна

першій. Проте в даному випадку, споживач може сам обрати, який із товарів є більш корисним для нього. Тобто маючи 2 товари, споживач визначає більшу корисність одного із них. Тим самим він, наприклад, може купити його на одну одиницю більше, ніж другого товару. Графічно це означає, що нахил кривої байдужості дорівнює нахилу бюджетної лінії.

Отже, бюджетне обмеження визначає кількість товарів, доступних споживачу. Тобто враховує його фінансовий стан та визначає оптимальний варіант вибору двох товарів.

2. БЮДЖЕТНА ЛІНІЯ: РІВНЯННЯ І ГРАФІЧНА ПОБУДОВА.

Враховуючи те, що на поведінку споживача впливають не лише переваги товарів, а й обмеження бюджету, то для її графічного зображення виділяють бюджетну лінію.

Бюджетна лінія – це лінія, що зображає набори товарів, доступних споживачу при конкретних заданих цінах.



Рис. 2. Бюджетна лінія

[10,с.1]

Рівняння лінії бюджетних обмежень має такий вигляд:

$$P_X \cdot X + P_Y \cdot Y = I.$$

P_X і P_Y – ціни відповідних товарів;

I – дохід.

Виділяють такі властивості лінії бюджетних обмежень:

1. Лінія бюджетних обмежень має від'ємний нахил – показує те, що збільшення покупок одного товару можливе тільки при скороченні покупок іншого товару.

2. Розташування лінії бюджетних обмежень залежить від величини доходу – збільшення доходу при стабільних цінах переміщує бюджетну лінію вправо і навпаки, при зменшенні доходу – вліво.

3. Зміна цін товарів змінює кут нахилу бюджетної лінії.

Так, наприклад, ми маємо два товари: товар X – печиво, а товар Y – солодощі. Ціна товару X становить 20 гривень, ціна товару Y – 10 гривень, а дохід – 100 гривень. За дані кошти споживач може купити тільки 10 товарів Y або тільки 5 товарів X.

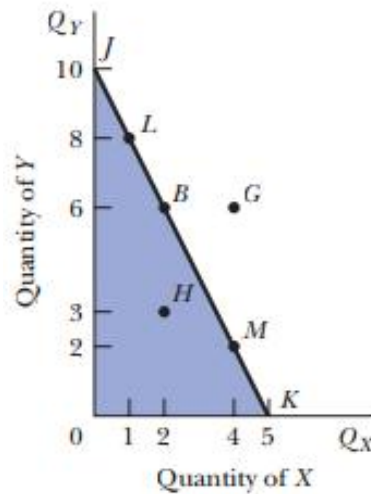


Рис. 3. Бюджетна лінія товарів X та Y.

Позначивши та з'єднавши дані точки, отримаємо лінію бюджетних обмежень. Отримана лінія показує різні можливі комбінації товарів X та Y, які споживач може придбати, враховуючи ціни даних товарів та свій дохід.

Загалом споживач може купити будь-яку комбінацію товарів X, тобто печива, та Y, а саме солодощів, які лежать на бюджетній лінії. Так, наприклад, точка M показує, що покупець може придбати 4 товари X ціною 20 грн. та 2 товари Y ціною 10 грн. В точці B зображена можливість покупки 2 товарів X та 6 товарів Y. Проте точка H відображає те, що споживач може купити 2 товари X, що в сумі коштують 40 гривень, та 3 товари Y за ціною 30 гривень разом. Тобто споживач на дані товари витрачає 70 гривень та має змогу заощадити 30 гривень. Також враховуючи дохід та ціни на вибрані товари, покупець не може купити комбінацію товарів, які вище бюджетної лінії. Наприклад, точка G показує те, що покупець не може купити 4 товари X та 6 товарів Y, адже сума даних товарів перевищує його дохід.

Великий вплив на зміну лінії бюджетних обмежень спричиняють зміни доходу та цін. Адже при інших цінах на дані товари та отриманому доході змінюються можливості споживача. Так, наприклад, у випадку постійних цін, але зміні доходу виділяють 2 випадки: дохід зростає та дохід зменшується. Це зображено на рисунку 3.

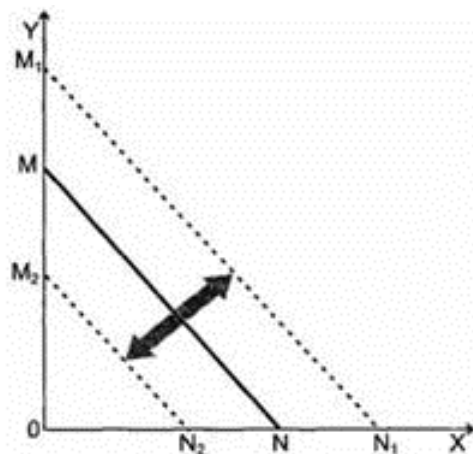


Рис. 4. Вплив зміни доходу на бюджетне обмеження.

[11,с.1]

Тож можна зробити висновок, що коли збільшується дохід споживача то лінія бюджетних обмежень зміщується вгору і навпаки, коли дохід зменшується, бюджетна лінія зсувається вниз. Проте всі три бюджетні лінії паралельні і їх нахили рівні.

Зміни цін на лінію бюджетних обмежень впливають по-різному. Вбільшості це залежить від того, на які товари та наскільки вони змінюються. Наприклад, якщо дохід споживача стабільний, а ціни на обидва товари зростають однаково, то його купівельна спроможність зменшується. При зміні ціни одного з товарів змінюється нахил лінії бюджетних обмежень, а саме він збільшується при зростанні ціни на товар X та зниженні ціни на товар Y і навпаки.

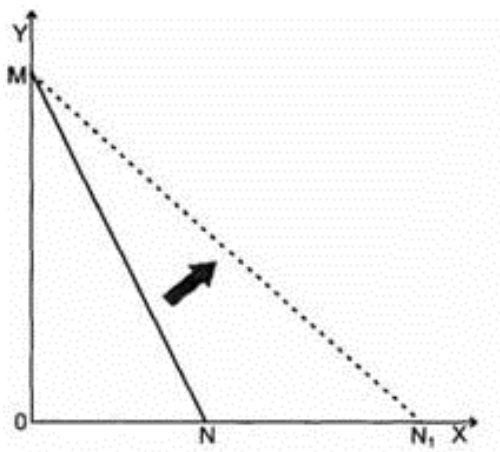


Рис. 5. Вплив зміни ціни товару X на бюджетне обмеження.

[11,с.1]

Проте у випадку, коли дохід і ціна змінюються одночасно та пропорційно, лінія бюджетних обмежень не зміниться.

Наведемо приклад про наші печиво та солодоці.

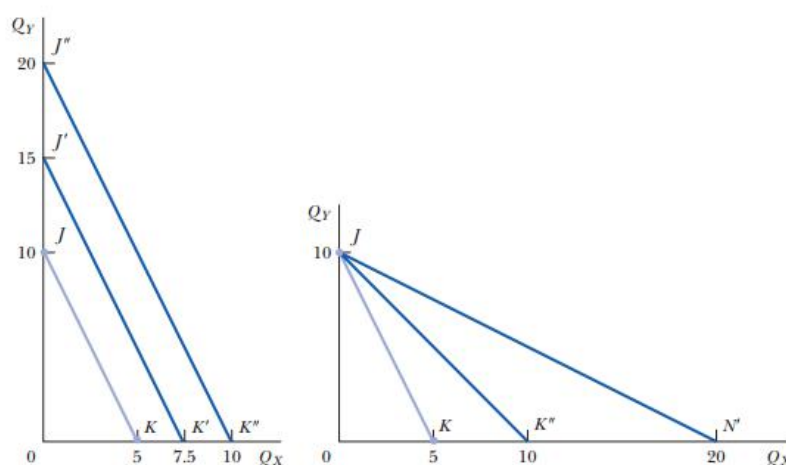


Рис. 6. Вплив зміни доходу споживача і ціни товарів X та Y на бюджетне обмеження.

На лівому рисунку зображено вплив зміни доходу споживача. Лінія JK – це наша лінія бюджетних обмежень з доходом 100 гривень. Лінія J'K' показує обмеження з доходом 150 гривень, а J''K'' – з доходом 200 гривень. Дивлячись на рисунок, можна зробити висновок, що всі три лінії бюджетних обмежень паралельні і їх нахили однакові.

На правому рисунку зображено вплив зміни ціни товару X на бюджетне обмеження. Нагадаємо, що лінія JK показує бюджетне обмеження споживача при

ціні товару X – 20 гривень. Коли ми змінимо ціну даного на 10 гривень, то бюджетне обмеження буде мати вигляд лінії JK'. Проте зміна ціни на 5 гривень матиме вигляд лінії JN. Загалом, дивлячись на отриманий результат, можна побачити те, що точка J присутня у всіх трьох лініях, адже ціна на товар Y залишається незмінною, проте змінюється кут нахилу отриманих бюджетних ліній.

Загалом бюджет та бюджетні обмеження досліджуються кожного року. Проводяться певні опитування населення про їхнє матеріальне становище. Так, у 2016 році було проведено дослідження про економічні потреби молоді. Респондентів опитували про їхнє матеріальне становище та рівень купівельної спроможності.

Оцінюючи своє матеріальне становище, 49% молоді зазначили, що в цілому на життя їм вистачає, але придбати речі товарного вжитку такі як, меблі, холодильник, вони не можуть. Лише 11,8% молоді вважають себе повністю забезпеченими. Проте у 2015 році кількість респондентів, які вважали себе матеріально забезпеченими становила 8,1% і тільки 0,4% опитуваних взагалі не мали проблем з придбанням будь-яких речей.

Таблиця 1.

Розподіл відповідей на запитання «Яке в цілому матеріальне становище вашої сім'ї?», %

В цілому на життя вистачає, але придбання речей тривалого вжитку, таких як меблі, холодильник, телевізор, уже викликає труднощі	49,0
Вистачає на харчування та на придбання необхідних недорогих речей	29,3
Живемо забезпечено, але зробити деякі покупки ми поки що не в змозі (купити квартиру, автомобіль тощо)	11,8
Ледве зводимо кінці з кінцями, грошей не вистачає навіть на необхідні продукти	6,2
Важко відповісти	2,7
Ми можемо собі дозволити придбати практично все, що хочемо	1,0

Джерело: [17, ст. 45]

За даними опитування лише 27,8% молоді задоволені своїм матеріальним становищем.

Таблиця 2.

Розподіл відповідей на запитання «Чи задоволені Ви своїм матеріальним становищем?», %

Так	27,8
Ні	72,2

Джерело: [17, ст. 46]

Опитування про рівень купівельної спроможності населення дало такі результати:

Таблиця 3.

Розподіл відповідей на запитання «Чи можете Ви легко дозволити собі наступне?», %

	Так	Ні
Оплатити оренду або рахунки за комунальні послуги	63,7	36,3
Кожного дня вживати м'ясо, курку або рибу	54,7	45,3
Дозволити собі непередбачені витрати	42,2	57,8
Поїхати на один тиждень на відпочинок далеко від дому	33,3	66,8
Купити телефон / смартфон	37,6	62,4
Купити комп'ютер / ноутбук	16,6	83,4
Купити телевізор	11,5	88,5
Купити холодильник	8,6	91,4
Купити автомобіль	1,4	98,6

Джерело: [17, ст. 50]

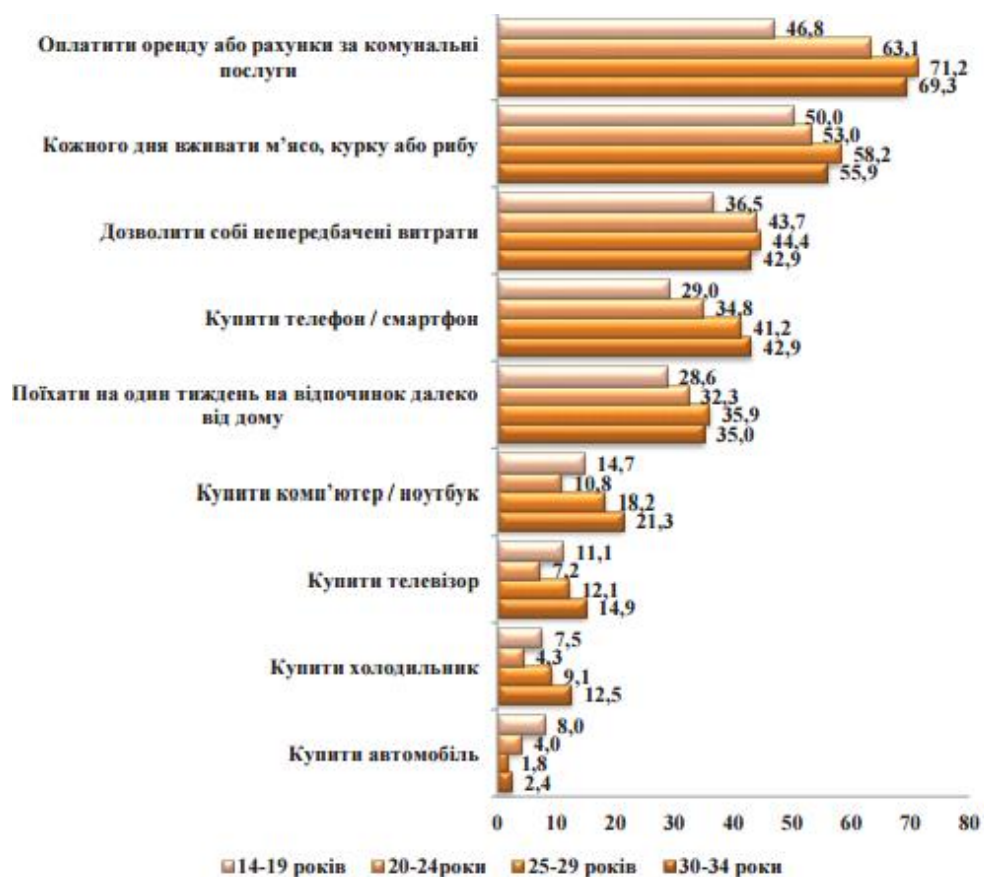


Рис. 7. Розподіл відповідей на питання « Чи можете Ви легко дозволити собі наступне?», за віковими групами, %.

[17, ст. 51]

Отже, можна зробити висновок, що рівень купівельної спроможності молоді є різним як в регіональному розрізі, так і відповідно до статево-вікової структури. Наприклад, якщо загалом дозволити собі купити автомобіль може лише 1,4% респондентів, то у містах частка таких осіб складає 1,7%. Проте основна маса молодих людей може дозволити собі тільки оплату оренди або рахунків за комунальні послуги (63,7%). Серед всіх вікових категорій більше 50% опитаних можуть дозволити собі повноцінне харчування та майже третина може поїхати на відпочинок.

Також соціологічне дослідження за 2016 рік показало, що українці почали економити на продуктах. 41% опитаних зазначили, що відмовились від купівлі деяких товарів, 39% респондентів почали купувати звичні продукти, але в меншій кількості, а 15% вирішили здійснювати покупки рідше.

3. ОЦІНКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ НА ВИБІР СПОЖИВАЧА.

Вибір споживача є дуже важливою складовою при формуванні ринкового попиту. Загалом перед кожним покупцем виникає 3 важливих питання:

- Що купити?
- Скільки купити даного товару?
- Чи вистачить грошей, щоб здійснити покупку?

Виділяють три основних елементи моделі поведінки споживача:

1. Мету споживача;
2. Його обмеження;
3. Вибір.

Метою споживача є отримання максимального задоволення від споживання куплених ним товарів. Обмеженням виступають всі обставини, які не дозволяють споживачу придбати всі бажані товари. Загалом найважливішими обмеженнями є дохід покупця та ціни на обрані товари. Вибір споживача полягає у прийнятті рішень придбати саме ті товари.

Дані три елементи моделі поведінки чітко видно, коли споживач знаходиться в магазині. Можна поспостерігати і побачити те, що кожен індивідум серед тисячі запропонованих товарів вибирає лише ті, які задовільняють його смаки та потреби. Він аналізує ціни та співставляє їх зі своїм доходом. Тобто оцінює можливість купівлі потрібних товарів.

В мікроекономіці виділяють два основних підходи до оцінки поведінки споживача:

- кардиналістська модель корисності;
- ординалістська модель корисності.

Кардиналістська модель корисності полягає у порівнянні співвідношень граничної корисності і ціни товару. Дана модель доводить те, що покупець прагне досягти найбільшої корисності при бюджетному обмеженні. Тут велику роль відіграє правило максимізації корисності або другий закон Госсена:

$$MU_X / P_X = MU_Y / P_Y = \dots = MU_n / P_n, [4, с. 22]$$

де MU_X, MU_Y, \dots, MU_n - граничні корисності останніх спожитих одиниць відповідних благ,

P_X, P_Y, \dots, P_n - ринкові ціни відповідних благ.

Також в кардиналістській моделі має місце правило оптимізації вибору споживача. Воно стверджує, що вибір споживача є найвигіднішим тоді, коли відношення граничних корисностей пропорційне відношенню їхніх цін:

$$MU_X / MU_Y = P_X / P_Y.$$

[4,с.26]

В даному випадку споживач знаходитиметься у стані рівноваги. Проте, якщо умова не виконується, наприклад, $MU_X / P_X > MU_Y / P_Y$, тоді споживач повинен змінити структуру споживання даних товарів. Він повинен перерозподілити бюджет чи змінити відношення кількості споживання обраних продуктів.

Ординалістську модель корисності досліджували такі відомі вчені, як Дж. Хікс, Р. Аллен, В. Парето. Даний підхід характеризується тим, що порівнюють не окремі товари, а групи товарів. Кожен набір складається з двох товарів, які мають різну кількість. До цього підходу відносять:

- криву байдужості;
- бюджетні обмеження.

Набір байдужості – це набір споживчих кошиків з однаковим рівнем корисності.

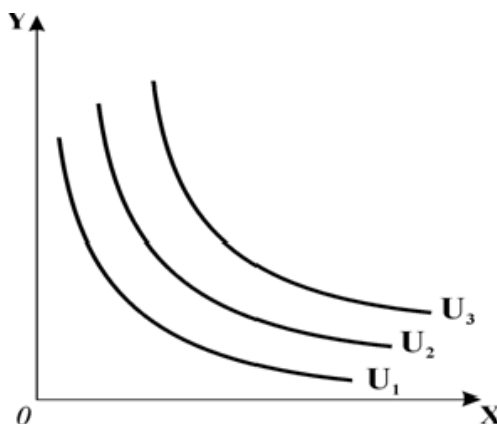


Рис. 8. Карта байдужості.

[4,с.22]

Кривою байдужості називають будь-яку групу товарів X та Y , яка позначена в прямокутній системі координат. Дана крива показує переваги покупця у виборі певного набору товарів.

На основі ординалістської моделі корисності оптимальний вибір споживача полягає у співставленні кривої байдужості та лінії бюджетних обмежень.

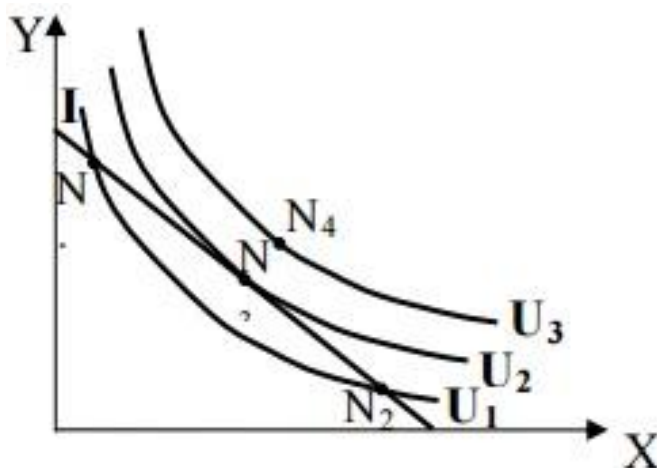


Рис. 9. Оптимізація вибору споживача.

На рисунку 7 точка N показує найкраще співвідношення купівлі товарів X та Y . Також споживач може придбати товари, які зображені точками N_1 та N_2 . Дані точки лежать на тій самій бюджетній лінії, але на нижчій кривій байдужості.

Ціль кожного споживача – знайти рівновагу. Рівновага споживача – це така комбінація товарів, яка враховуючи бюджетне обмеження максимально задовільняє корисність.

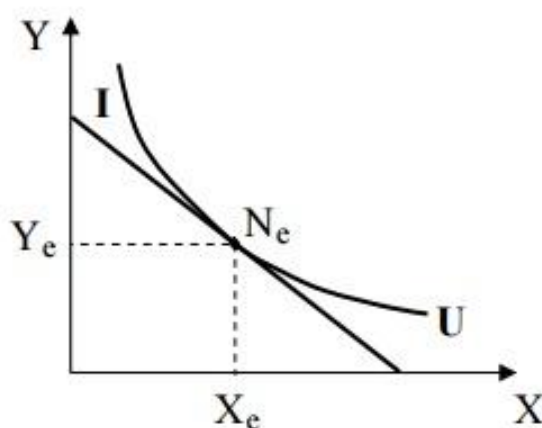


Рис. 10. Рівновага споживача.

[6, с.42]

Точка N відображає стан рівноваги споживача. Саме в цій точці, де крива байдужості дотична до лінії бюджетних обмежень, покупець зможе отримати максимальну корисність від обраних товарів. Рівняння рівноваги споживача:

$$MU_X / P_X = MU_Y / P_Y \quad \text{або} \quad MU_X / MU_Y = P_X / P_Y .[4,с.26]$$

Дані формули відображають рівновагу не лише споживчого вибору, а й оптимізацію в ринковій економіці.

ВИСНОВКИ

Сьогодні в мікроекономіці вважається, що споживач сам приймає рішення стосовно обсягу та структури своїх покупок. Критеріями вибору споживача є корисність товару та можливість його придбання. Дані можливості відображає бюджетна лінія чи бюджетне обмеження споживача, що показує різні комбінації двох товарів, які можна придбати при фіксованій величині грошового доходу.

Отже, бюджетне обмеження – це фінансове обмеження, яке формується з урахуванням доходу споживача та цін товарів і послуг.

В даній роботі ми дослідили, що великий вплив на зміну лінії бюджетних обмежень спричиняють зміни доходу та цін. Адже при інших цінах на дані товари та отриманому доході змінюються можливості споживача. Зміни цін на лінію бюджетних обмежень впливають по-різному. Вбільшості це залежить від того, на які товари та наскільки вони змінюються. Наприклад, якщо дохід споживача стабільний, а ціни на обидва товари зростають однаково, то його купівельна спроможність зменшується. Ми навели приклади використання бюджетного обмеження при покупці двох товарів та зобразили те, що точка дотику бюджетної лінії з кривою байдужості описує стан рівноваги споживача, його оптимальний вибір.

Також ми проаналізували матеріальне становище населення нашої країни і отримали такі висновки, що рівень купівельної спроможності молоді є різним як в регіональному розрізі, так і відповідно до статево-вікової структури. Наприклад, якщо загалом дозволити собі купити автомобіль може лише 1,4% респондентів, то у містах частка таких осіб складає 1,7%. Проте основна маса молодих людей може дозволити собі тільки оплату оренди або рахунків за комунальні послуги (63,7%). Серед всіх вікових категорій більше 50% опитаних можуть дозволити собі повноцінне харчування та майже третина може поїхати на відпочинок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базилевич В. Мікроекономіка: опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1998.
2. Мельникова В.І., Яременко В.Г., Мельникова О.П. Мікроекономіка. Навч. посібник, К.К «Професіонал», 2005 р.
3. Мікроекономіка: Підручник / за ред. В.Д. Базилевича, К.: Знання, 2007 р.
4. Мікроекономіка: Навчальний посібник / За ред. А.О.Задої. – Д.: Національний гірничий університет, 2008. – 220 с.
5. Ястремський О.І., Грищенко О.Г. Основи мікроекономіки, Підручник. – 2-ге вид. К.: Знання, Прес, 2007 р.
6. Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. С англ. 11-го изд. Т. 2. – 400 с.
7. Бюджетне обмеження. [Електронний ресурс] / studopedia.su. Режим доступу: http://studopedia.su/13_121670_byudzhethne-obmezhennya.html
8. Бюджетне обмеження споживача. [Електронний ресурс] / kykiduki.at.ua. Режим доступу: http://kykiduki.at.ua/publ/mikroekonomika/mikroekonomika_pidruchnik/bjudzhethne_obmezhennja_spozhyvacha/21-1-0-1250
9. Бюджетне обмеження та можливості споживача. [Електронний ресурс] / referatcentral.org.ua. Режим доступу: http://www.referatcentral.org.ua/microeconomics_load.php?id=10
10. Бюджетні обмеження. [Електронний ресурс] / buklib.net. Режим доступу: <http://buklib.net/books/22930/>
11. Бюджетні обмеження і бюджетна лінія. [Електронний ресурс] / pidruchniki.com. Режим доступу: http://pidruchniki.com/19040924/ekonomika/byudzhethni_obmezhennya_byudzhethna_linija
12. Бюджетні обмеження і можливості споживача. [Електронний ресурс] / pidruchniki.com. Режим доступу:

http://pidruchniki.com/17651008/ekonomika/byudzhetni_obmezheniya_mozhливosti_sp_ozhivacha

13. Бюджетні обмеження і можливості споживача. [Електронний ресурс] / westudents.com.ua. Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/21776-33-byudjetn-obmejeniya-mojlivost-spojivacha.html>

14. Властивості бюджетної лінії. Олігополія. Диференціація заробітної плати. [Електронний ресурс] / ukrefs.com.ua. Режим доступу: <http://ukrefs.com.ua/202892-Svoiystva-byudzhetnoiy-linii-Oligopoliya-Differenciaciya-zarabotnoiy-platy.html>

15. Переваги та уподобання споживачів. Бюджетне обмеження. [Електронний ресурс] / referaty.pp.ua. Режим доступу: http://referaty.pp.ua/abstracts/ua/microeconomic/microeconomic_17953_2.php

16. Теорія споживання. [Електронний ресурс] / uk.wikipedia.org. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F_%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F

17. Цінності української молоді. Результати репрезентативного соціологічного дослідження становища молоді. [Електронний ресурс] / dsmsu.gov.ua. Режим доступу: http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/23/Zvit__doslidjennya_2016.pdf

18. Бюджетное ограничение. [Електронний ресурс] / freakonomics.ru. Режим доступу: <http://freakonomics.ru/text/Glava2>

19. Бюджетное ограничение и бюджетная линия. [Електронний ресурс] / economicportal.ru. Режим доступу: http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/budget_constraint.html

20. Budget constraint. [Електронний ресурс] / en.wikipedia.org. Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Budget_constraint

21. Budget constraint. [Электронный ресурс] / colorado.edu. Режим доступа: http://www.colorado.edu/economics/morey/2010/Lectures/2010_Lecture-BudgetConstraints.pdf

22. Consumer Preferences and Choice. [Электронный ресурс] / global.oup.com. Режим доступа: http://global.oup.com/us/companion.websites/9780195336108/pdf/Salvatore_Chapter_3.pdf