

ВЕХИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

ВЕХИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Вехи экономической мысли

Теория
потребительского
поведения
и спроса

1

Теория потребительского поведения и спроса

ТОМ
1

СОСТАВЛЕНИЕ
И ОБЩАЯ РЕДАКЦИЯ
В. М. ГАЛЬПЕРИНА



"ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА"

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

Санкт-Петербург 2000

ББК 65. 011. 3
УДК 330. 16
Т 33

БИБЛИОТЕКА «ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ»

Выпуск 27

Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т. 1. Под ред. В. М. Гальперина. — СПб.: Экономическая школа. 2000. 380 с.

ISBN 5-900428-48-в

Серия «Вехи экономической мысли» является многотомной хрестоматией по экономической теории и содержит впервые публикуемые на русском языке классические работы, посвященные теории потребительского поведения и спроса, теории фирмы, рынкам факторов производства и распределению доходов. Эти работы представляют историю развития этих областей экономической науки. В сборники включены статьи Нобелевских лауреатов Дж. Хикса, М. Фридмана, Р. Коуза, Г. Саймона, Дж. Стиглера, П. Самуэльсона, а также работы других знаменитых ученых.

*Редакционная коллегия серии
«Вехи экономической мысли»:*

**И. И. АЛЕНИНА, В. С. АВТОНОМОВ, А. В. АНИКИН, И. Н. БАРАНОВ,
А. В. БУХВАЛОВ, П. А. ВАТНИК, В. В. ГАЛЬПЕРИН, В. М. ГАЛЬПЕРИН,
П. И. ГРЕБЕННИКОВ, А. Л. ДМИТРИЕВ, И. И. ЕЛИСЕЕВА, В. Н. ЖУКОВ,
А. П. ЗАОСТРОВЦЕВ, М. А. ИВАНОВ, С. М. ИГНАТЬЕВ,
С. М. КАДОЧНИКОВ, Л. Л. ЛЮБИМОВ, В. И. МОРГУНОВ, А. В. ПОЛЕТАЕВ,
А. В. ПОПОВА, А. Л. САВАТЮГИН, А. Г. СЛУЦКИЙ, М. А. СТОРЧЕВОЙ,
Л. С. ТАРАСЕВИЧ, Д. Я. ТРАВИН, Ю. В. ФЕДОТОВ, С. О. ЦВЕТКОВ**

Поддержка данного проекта была осуществлена фондом «Евразия» за счет средств, предоставленных Агентством по Международному развитию Соединенных Штатов Америки (USAID).

Точка зрения, отраженная в данном документе и самим автором, может не совпадать с точкой зрения Агентства по Международному развитию или фонда «Евразия».

© Перевод на русский язык, составление, оформление, предисловие и примечания —
ISBN 5-900428-48-6 (т. 1) «Экономическая школа», 2000.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	7
Д. Бернулли. Опыт новой теории измерения жребия. <i>Перевод А. Нардовой.</i>	11
Ж. Дюпюи. О мере полезности гражданских сооружений. <i>Перевод Л. Горшковой.</i>	28
У. С. Джевонс. Об общей математической теории политической экономии. <i>Перевод А. Глыбиной</i>	67
У. С. Джевонс. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии. <i>Перевод А. Глыбиной.</i>	70
Дж. Винер. Концепция полезности в теории ценности и ее критики. <i>Перевод М. Константиновой.</i>	78
Дж. Р. Хикс, Р. Г. Д. Аллен. Пересмотр теории ценности. <i>Перевод С. Некрасова.</i>	117
Г. Хотеллинг. Общее благосостояние в связи с проблемами налогообложения и установления железнодорожных тарифов и тарифов на коммунальные услуги. <i>Перевод О. Берковой.</i>	142
Дж. Р. Хикс. Реабилитация потребительского излишка. <i>Перевод К. Емельяновой.</i>	176
Дж. Р. Хикс. Четыре излишка потребителя. <i>Перевод А. Глыбиной.</i>	190
М. Фридмен, Л. Дж. Сэвидж. Анализ полезности при выборе среди альтернатив, предполагающих риск. <i>Перевод В. Алиева.</i>	208

М. Фридмен. Маршаллианская кривая спроса. <i>Перевод М. Константиновой</i>	250
Х. Лейбенстайн. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса. <i>Перевод И. Попович</i>	304
К. Ланкастер. Перемены и новаторство в технологии потребления. <i>Перевод Е. Рябова</i>	326
Ар. А. Алчиан. Значение измерения полезности. <i>Перевод В. Фомина</i>	337
Т. Скитовски. Суверенитет и рациональность потребителя. <i>Перевод Е. Рябова</i>	370
Биографические справки	377

ПРЕДИСЛОВИЕ

Серия «Вехи экономической мысли» задумана как продолжающееся издание, аналогичное по характеру издаваемым на Западе «Чтениям» (Readings) по различным разделам экономической науки. Включаемые в них статьи обычно рекомендуются в качестве дополнительного материала для изучающих экономику по программам промежуточного (Intermediate) и продвинутого (Advanced) уровня. Необходимость подобного издания на русском языке прямо связана с задачей преодолеть последствия семидесятилетней изоляции широкого круга отечественных читателей от мировой экономической мысли, способствовать реорганизации экономического образования в России, приближению его к мировым стандартам.

Первый выпуск серии включает переводы 15 статей, дающих представление о становлении и современном состоянии едва ли не наиболее «старого» раздела экономической теории, который, однако, полностью игнорировался советской экономической наукой, — потребительского поведения и спроса. Камнем преткновения, чужеродным элементом для господствовавшей в нашей стране марксистско-ленинской политэкономии оказался здесь сугубо личностный, субъективный характер потребительского поведения, конкретнее — субъективное понятие предельной полезности, лежащее в основе его теоретического анализа. При этом появление этого понятия обычно связывалось с австрийской школой в политэкономии и рассматривалось как реакция на появление работ К. Маркса.

Однако субъективное понимание полезности, как и ее предельного характера, значительно старше. Как заметил историк экономической мысли Э. Коудер, «анализ субъективных элементов в экономической ценности был начат Аристотелем», а «французские, итальянские, швейцарские авторы эпохи Просвещения сделали его настолько совершенным, что вполне возможно было уже во времена А. Смита создать систему политической экономии исключительно на основе предельной полезности».¹

¹ I. E. Kauder. Genesis of the Marginal Utility Theory // Economic Journal. Vol. LXIII. Sept. 1953. P. 638.

Среди этих авторов французы Э. Кондильяк (1714—1780) и А. Тюрго (1727—1781), итальянцы Ф. Галлиани (1728—1787) и П. Верри (1728—1797), известный швейцарский математик и естествоиспытатель Д. Бернулли (1700—1782).

Так, Э. Кондильяк прямо предостерегал экономистов от объективизации «ценности». «Но вздумали, — писал он, — почитать ценность качеством неотносительным, нераздельным с вещами и независимым от суждений, а сие сбивчивое понятие послужило лишь источником худых умствований».²

«Трагизм этих писателей, — продолжает Э. Коудер, — в том, что их труды оказались невостребованными и скоро были забыты... Действительно, отец нашей экономической науки написал, что вода имеет большую полезность, но малую ценность. Этими несколькими словами Адам Смит обратил в прах все достигнутое за 2000 лет. Шанс начать в 1776, а не в 1870 г.,³ с более верными представлениями об основах ценности, был упущен».

Возможно, такой приговор в отношении А. Смита слишком суров. Бесспорно лишь то, что, восприняв у Смита «объективное» понятие «ценности в потреблении» (value in use), или «потребительной стоимости», и *вменив* ее самому «товарному телу», марксистская экономическая теория не только закрыла для себя возможности исследования потребительского поведения и спроса, но и обрекла себя на статус реликта допарадигмальной эпохи, если воспользоваться терминологией Т. Куна.⁴ Тем настоятельнее и сложнее задача возрождения экономической науки и образования в России.

Статьи, включенные в сборник, размещены в хронологической последовательности, что позволило представить процесс развития теории в реальном времени, избежать столь соблазнительной схематизации. Определенной «платой» за это явилась проблемная неструктурированность сборника. Так, статьи *Дж. Хикса* «Реабилитация...» и «Четыре излишка...», а также статья *Г. Хотеллинга*, посвященные вопросам измерения излишка потребителя и его роли в экономическом анализе, не следуют непосредственно за статьей *Ж. Дююи*, впервые применившего это понятие для оценки полезности. Статья *Д. Бернулли*, известная как «Санкт-Петербургский парадокс», открывает сборник, тогда как во многом перекликающаяся с ней статья *М. Фридмена* и *Л. Сэвиджа* помещена значительно далее. Последняя вместе со статьей *К Ланкастера* представляет так называемые «новые» или альтернативные варианты теории полезности. Но их разделяет статья *М. Фридмена* о кривой спроса, следующая в основном традиционной теории.

Для недостаточно подготовленного читателя можно рекомендовать иной порядок прочтения сборника, более соответствующий последовательности изложения материала в стандартных курсах экономической теории.

² Э. Кондильяк. О выгодах свободной торговли. СПб., 1817. С. 16.

³ Ibid. P. 640.

⁴ См.: Т. Кун. Структура научных революций. М., 1977.

9 Предисловие

Им лучше начать с небольших и не требующих математической подготовки статей *У. Джевонса*, выход которых ознаменовал начало «маржиналистской революции». Взгляды, изложенные в этих статьях, сложились у Джевонса к началу 1860 г. Обе публикации оставались незамеченными широкой публикой до начала 70-х годов. Но и после публикации в 1871 г. «Теории политической экономии»⁵ статьи юного Джевонса остались той вехой, от которой ведет свою историю современная экономическая теория. Из статьи *Т. Скитовски* читатель поймет, что между «удовольствием» и «страданием» существуют более сложные связи, чем это предполагалось во времена Джевонса, что может поставить под сомнение рациональность потребительского поведения.

Статья *Х. Лейбенштайна* полезна для понимания перехода от индивидуального к рыночному спросу. В ней показано, что неаддитивность не является непреодолимым препятствием при переходе от индивидуальных к рыночным кривым спроса, если включить в теорию спроса внешние потребительские эффекты.

Статья *Ж. Дююи* интересна как первое стройное изложение теории предельной полезности. В ней впервые введено понятие излишка потребителя (по терминологии Дююи — относительная полезность), развитое впоследствии *А. Маршаллом*,⁶ рассмотрены проблемы косвенных (потоварных) налогов, ценовой дискриминации. Фактически она представляет первый шаг по пути к современному анализу «затраты — выгоды» (cost—benefit analysis).

Наконец, статья *Дж. Винера* дает весьма подробный обзор состояния количественной теории полезности на конец 20-х годов нашего века.

Статья *Дж. Хикса* и *Р. Аллена*, перевод первой части которой включен в сборник, знаменовала отказ от количественной и переход к порядковой теории полезности. Основные положения этой статьи через несколько лет были включены *Дж. Хиксом* в его книгу «Стоимость и капитал». Читатель должен иметь в виду, что содержащееся в статье положение о возрастающей норме замены было впоследствии снято автором и заменено положением об убывающей норме замены.⁷

Две другие статьи *Дж. Хикса* посвящены вопросам изменения излишка потребителя в контексте порядковой теории полезности, а статья *Г. Хотеллинга* — проблемам практического использования понятия излишка для решения некоторых задач экономической политики.

Статья *М. Фридмена* представляет исключительно тонкий анализ традиционной кривой спроса в связи с различиями между номинальным и реальным доходом.

Логическим завершением изучения теории потребления и спроса может стать знакомство с «новыми» теориями полезности *К. Ланкастера* и *М. Фридмена—Л. Сэвиджа*, логически созвучными статье *Д. Бернулли*.

⁵ В рус. пер.: *В.-С. Джевонс*. Политическая экономия. СПб., 1905.

⁶ *А. Маршалл*. Принципы политической экономии. М., 1983. Т. 1, кн. III, гл. VI.

⁷ *Дж. Хикс*. Стоимость и капитал. М., 1988. С. 114, сноска 1.

Теория К. Ланкастера основана на представлении потребления как производства, где отдельные товары рассматриваются как ресурсы (inputs), представляющие наборы определенных свойств или характеристик. Эти объективные свойства благ и являются объектом спроса в теории К. Ланкастера. Статья М. Фридмана и Л. Сэвиджа была воспринята многими как возврат к количественной, измеримой полезности. Общий анализ проблемы измерения полезности и его значения для экономической теории представлен в статье *А. Алчиана*.

Несколько слов о терминах, использованных в сборнике. Английское слово «value», как и французское «valeur», повсюду переводилось как «ценность», а не как «стоимость», что соответствует и смыслу данного термина, и принятой в России в XIX—начале XX в. традиции.

Используемый А. Маршаллом термин «consumer's surplus» переводится у нас то как «избыток потребителя», то как «излишек потребителя». В сборнике принят второй вариант перевода с тем, чтобы избежать ненужных ассоциаций с терминами «избыток спроса», «избыток предложения». Следует обратить внимание, что, как справедливо заметил К. Боулдинг, фактически мы измеряем «излишки» не потребителя и производителя, а покупателя и продавца.

Словосочетание «bandwagon effect» в названии статьи *Х. Лейбенштайна* связано с американской политической жизнью, где «to be in the bandwagon» означает «примкнуть к движению, имеющему шанс на успех». В немецкой литературе для обозначения того же эффекта используется термин «Mitläufereffekt» — эффект бегущих в общей массе. В нашем сборнике этот американизм переведен как «эффект присоединения к большинству».

В. М. ГАЛЫПЕРИН