

УДК 330.132:330.142:330.163.3

О.О. Сухий, канд. екон. наук, доц.

Львівська комерційна академія, м. Львів, Україна, e-mail: osukhy@ukr.net

ВЗАЄМОЗАЛЕЖНОСТІ СПОЖИВАННЯ ТА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ ОРДИНАЛІСТСЬКОЇ ТЕОРІЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

О.О. Sukhyi, Cand. Sci. (Econ.), Assos. Prof.

Lviv Academy of Commerce, Lviv, Ukraine, e-mail: osukhy@ukr.net

INTERDEPENDENCE BETWEEN CONSUMPTION AND HUMAN CAPITAL IN THE CONTEXT OF ORDINAL THEORY OF CONSUMER BEHAVIOUR

Мета. Системно розкрити коло взаємозв'язків між людським капіталом і споживанням та з'ясувати вплив не лише грошових доходів, але й людського капіталу на обсяги й структуру споживання, окреслити механізми такого впливу та його значення для досягнення сталого розвитку.

Методика. Застосовано інструментарій ординалістської теорії поведінки споживача, зокрема, криву „дохід – споживання“, закони Енгеля, а також положення теорії людського капіталу.

Результати. Факторами впливу на обсяги й структуру споживання визначено не лише грошовий дохід індивіда, але й наявний його людський капітал. Для відображення активного внеску людського капіталу до сталого розвитку, у тому числі через відповідні споживчі й інвестиційні вибори, та високого ступеня його пасіонарності запропоновано й обґрунтовано використання терміну „крива ізокорисності“ замість традиційного підходу „крива байдужості“. Розширене розуміння доброякісних товарів від вузько-економічного (що враховує лише грошові доходи) до широкого еколого-соціо-економічного трактування, коли беруться до уваги також еколого-соціальні наслідки споживчих виборів, завдяки збільшенню людського капіталу споживачів. Модифіковані окремі неокласичні підходи ординалістської теорії, та за допомогою її графічного інструментарію відображені зміни споживчих переваг, що відбуваються внаслідок нагромадження людського капіталу, та відповідні трансформації у споживчій рівновазі.

Наукова новизна. Запропоновано теоретичну концепцію кривої „людський капітал – споживання“, що, на відміну від традиційної кривої „дохід – споживання“, виділяє вплив людського капіталу на споживання як через зміну доходів, так і через систему споживчих переваг. Визначені освітні інвестиції в людський капітал споживачів як важливий фактор раціоналізації структури споживання (поряд із доходними й ціновими чинниками) та досягнення сталого розвитку завдяки переорієнтації споживчих переваг на користь більш екологічних товарів.

Практична значимість. Визначені шляхи адаптації законів Енгеля до сучасного розширення сфери послуг. Запропоновані механізми й оцінка поступу людства на шляху сталого розвитку через роль людського капіталу споживачів і зміщення по кривій „людський капітал – споживання“ з проявом не лише грошово-дохідних, але й екологічних та соціальних наслідків інвестування людського капіталу.

Ключові слова: *людський капітал, крива „дохід – споживання“, екологічні товари, сталий розвиток, закони Енгеля*

Постановка проблеми. Теорія людського капіталу стала одним з найвизначніших досягнень економічної науки в останні десятиліття й мала значний вплив на перехід до антропоцентричного розуміння економічних процесів. Домінуюча увага вчених при цьому зосереджувалася на ролі людського капіталу у виробничому процесі та підвищенні продуктивності праці й, відповідно, доходах громадян. Іншим важливим парадигмальним зрушенням у науці став розгляд такого важливого макроекономічного процесу як споживання в контексті інвестицій в людину, зокрема, уже зараз зв'язок між споживанням та людським капіталом типово розглядається як інвестування й формування останнього. Проте, на нашу думку, володіння новими знаннями, новим досвідом, пошук інформації впливають також і на поведінку громадян як споживачів, що представляє значний науковий

та практичний інтерес (зокрема, в аспекті позацінового регулювання споживання шляхом інвестицій у людину), й відзначається актуальністю та новизною наукової постановки проблем, пов'язаних як зі споживанням, так і з людським капіталом та досягненням сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фомішина В. розглядає взаємозв'язки споживання та заощадження разом зі змінами структури національного багатства країни, провідну роль відводячи при цьому саме людському капіталу [1]. Новосельцева А. встановила тенденції змін споживання продовольчих продуктів залежно від цін та від доходів споживачів [2], зокрема, розрахувала показники еластичності попиту на продукти харчування, що може бути використано для прогнозування попиту на них, раціоналізації сільськогосподарського виробництва з урахуванням потреби відновлення природного капіталу. Мірошніченко О. також досліджує вплив доходів домогосподарств на показники споживання [3], насамперед його структуру та загальні обсяги, що

стало предметом верифікації стосовно умов України першого закону Енгеля. Фактори споживання послуг, зокрема, у світлі другого закону Енгеля, розкрито С. Кучин, Н. Сарматиською [4], при цьому відзначено вплив демографічних змін на структуру споживання, визначено фактори інноваційного розвитку сфери послуг.

Виділення невирішеної проблеми. У той час, як багато уваги приділено споживанню як фактору інвестування людського капіталу, впливу доходів на споживання, практично недослідженим залишається зворотній вплив людського капіталу на споживання, на його структуру й динаміку нарощування споживання різних товарів та послуг у міру зростання доходів, однією з причин якого може бути інвестування інтелектуально-ціннісних складових людського капіталу. Крім того, поряд з наявними емпіричними дослідженнями впливу доходів на споживання, залишається відкритим питання про механізм такого впливу у світлі теорій людського капіталу. Врешті, урахувавши сучасні глобальні проблеми людства, постає необхідність аналізу даних взаємозв'язків з погляду досягнення цілей сталого розвитку.

Мета роботи: системно розкрити коло взаємозв'язків між людським капіталом і споживанням та з'ясувати вплив не лише грошових доходів, але й людського капіталу на обсяги та структуру споживання, окреслити механізми такого впливу та його значення для досягнення сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Базову залежність споживання від зростання доходів описує відомий в економічній теорії другий закон Енгеля, який у сучасному типовому його поданні вказує, що „споживання освітніх, юридичних, медичних послуг і послуг, пов'язаних з відпочинком, має тенденцію зростати швидше, ніж зростають доходи“ [5]. Дана взаємозалежність трактується економістами вже тривалий час як загальноновизнана й, урахувавши специфіку нашого дослідження, безпосередньо пов'язана з послугами формування людського капіталу, оскільки йдеться про медицину, освіту тощо. Проте, урахувавши особливості й випереджуючі масштаби розвитку сфери послуг на сучасному етапі, розширення їх асортименту, доцільно, на нашу думку, уточнити в даній залежності формулювання щодо послуг, „пов'язаних з відпочинком“, зокрема пропонуємо ввести такі послуги як туристичні, санаторно-курортні, спортивно-фізкультурні, культурно-мистецькі тощо, які, з одного боку, пов'язані з відновленням та формуванням людського капіталу, а, з другого боку, – споживчий вибір яких визначається, серед іншого, наявним людським капіталом індивіда. Під певним кутом зору, з погляду понятійно-категоріального апарату економічної теорії й неоднакової швидкості історичного розвитку її різних розділів, спостерігаємо певний термінологічний парадокс: з одного боку, становлення теорій людського капіталу привело до визнання багатьох компонентів споживання як інвестицій у людину, проте, з іншого боку, вибір цих інвестиційних рішень та їх науковий опис усе ще лежить у полі теорії поведінки споживача, оскільки йдеться про вибір оптимального кошика споживчих благ.

Тому, розвиваючи викладені тези, на нашу думку, необхідно також доповнити, що для людей з різним

освітньо-культурним рівнем, різним поточним запасом людського капіталу та неоднаковою його структурою (наприклад, при переважанні інтелектуального чи духовно-культурного компонентів людського капіталу індивіда, чи компоненту його мобільності) розподіл додаткових споживчих витрат при зростанні доходів між усіма переліченими у другому законі Енгеля категоріями послуг буде неоднаковим: одні люди будуть більше нарощувати споживання культурно-мистецьких та освітніх послуг, в той час як інші віддаватимуть перевагу рекреаційним та туристичним послугам. Більше того, споживання навіть культурно-мистецьких та освітніх послуг буде нарощуватися в різних пропорціях, з їх різною якістю та різним впливом на подальше формування людського капіталу. Незаперечним залишається й той факт, що споживання медичних послуг (як лікувальних, так і профілактичних) також буде залежати від поточного стану біофізичного людського капіталу. Отже, пропонуємо доповнити формулювання другого закону Енгеля та розглядати його в такому вигляді: споживання освітніх, медичних, культурно-мистецьких, спортивно-фізкультурних, туристичних, рекреаційних, юридичних послуг має тенденцію зростати швидше, ніж зростають доходи, а обсяги та структура їх нарощування залежатиме від поточного рівня й структури людського капіталу індивіда.

Оскільки споживання вищеперелічених послуг безпосередньо впливає на формування людського капіталу, то можемо також зробити висновок, що споживання товарів та послуг, які формують людський капітал, залежить не лише від грошових доходів, але й від обсягів та структури вже наявного поточного людського капіталу індивідів (споживачів). Для неповнолітніх дітей такі параметри споживання залежатимуть від людського капіталу родин, в яких вони виховуються.

Одна з важливих переваг подібного аналізу впливу людського капіталу на споживання полягає, на наш погляд, також у відході від суто грошової шкали як виключно єдиного визначника динаміки споживання, підтвердження чого, зокрема, знаходимо в дослідженні Р. Анкера [6]: коли в розрізі 207 країн простежені основні закономірності змін споживчих витрат при зростанні доходів, однак, залежно від особливостей національного людського капіталу, однаковий рівень доходу ще зовсім не означає однакові частки споживання тих самих категорій товарів.

У силу використання агрегованого підходу, у типовому формулюванні закону Енгеля й у запропонованому нами доповненні не проводиться подальша ідентифікація внутрішньої структури (у межах тої самої послуги), якості й корисності додатково придбаних послуг, їх ефективності в контексті досягнення людського та сталого розвитку. Водночас, з погляду предмету нашого дослідження, а саме – формування людського капіталу, це має важливе значення, оскільки споживання кожної з аналізованих послуг можна нарощувати різними шляхами: придбання дорогих послуг певного класу, що не завжди будуть високоефективними з погляду інвестицій у людину (наприклад, дорогий квиток на культурно-розважальні заходи, проте невисокої культурно-духовної

цінності), та шляхом придбання послуг середніх або навіть бюджетних за вартістю, проте високої якості (з погляду цілей людського розвитку). Отже, у різних цінових сегментах і в розрізі пропозицій різних постачальників таких послуг, співвідношення „ціна – якість“ суттєво відрізнятиметься з відповідними відмінностями у впливі на формування людського капіталу. Тому, хоча типово закон Енгеля й внесені розширення розглядають агрегований варіант змін у споживанні різних послуг залежно від доходу, проте, за внутрішньою структурою, кожна з них диференціюється різним співвідношенням „ціна – якість“ й різним впливом на формування людського капіталу. Це у глибині своєї економічної природи пов'язано з тим, що на практиці більшість з аналізованих послуг не є стандартизованими, а мають свої індивідуальні характеристики, часто надаються в умовах монополістичної конкуренції з відповідною диференціацією послуг й вагомою нецінною складовою конкуренції. Тому більш деталізований їх вибір, насамперед вибір їх якісного наповнення, з вищою віддачею від інвестицій в людину, також залежатиме від знань та вмінь споживача, його здібностей робити кращий вибір навіть у межах тієї самої послуги, ступеня його поінформованості тощо, тобто, у кінцевому підсумку, – від рівня, структури та якості його споживчого людського капіталу.

Проводячи аналогії з іншими складовими людського капіталу індивіда в аспекті його споживчого вибору (тобто, коли індивід здійснює, по-суті, інвестиційну діяльність з погляду теорії людського капіталу, проте виявляє себе в ній як споживач з погляду суб'єктів економіки й схеми кругопотоку), доцільно, на наш погляд, звернути увагу й на такі компоненти інвестицій у людський капітал, як пошук інформації та охорона здоров'я. Володіння інформацією типово визнається складовою людського капіталу, що потрібна для високопродуктивної праці. У контексті нашого дослідження вважаємо за доцільне доповнити, що інформація для людини-носія людського капіталу є також необхідна для неї й у ролі споживача, а саме – для здійснення більш обґрунтованих споживчих виборів, а тому виступає важливим компонентом людського капіталу споживачів. Аналогічним чином, фактор здоров'я, як інший важливий компонент людського капіталу, також визначає можливість споживання тих чи інших благ і впливає на певні переваги споживача.

У зв'язку з цим зазначимо, що традиційна крива „дохід – споживання“ показує залежність споживчого вибору від доходів (рис. 1), а її форма та нахил залежить від типу товарів: доброякісних чи низькоякісних [5]. При цьому для нашого аналізу важливі вихідні припущення даної графічної моделі: зростають лише доходи, зміни в людському капіталі або відсутні, або ж не впливають на систему споживчих переваг (у традиційному підході зміна людського капіталу взагалі не розглядається).

Підкреслимо, що ми не схильні використовувати в подальших дослідженнях термін „криві байдужості“, (що застосовується вже і в контексті екологічного боргу й досягнення сталого розвитку при описі зміни рівноваги споживача (наприклад [7]), оскільки поняття байдужості несе в собі негативний компонент низької (нульової)

вої) пасіонарності, у той час як типове семантичне поле людського капіталу навпаки передбачає активні цілеспрямовані продуктивні дії людини, важливими соціально-економічними цілями якої мають бути не лише економічне зростання, але й сталий розвиток та людський розвиток. Певним виходом з даної ситуації може бути використання західного терміну „криві індивідуальності“ (англ. „indifference curve“), що зустрічаємо, зокрема, в аналітичній економіці. Проте таке вирішення буде лише частковим, оскільки в перекладі з англійської даний зворот має таке ж саме смислове навантаження. Тому ми більше схилиємося в майбутньому до використання нового терміну, а саме пропонуємо застосувати термін „криві ізокорисності“, тобто криві однакової корисності, що більш точно й безпосередньо відображає їх економічний зміст. Більше того, даний підхід відповідає термінології, що використовується в економіці в теорії виробництва (ізокванта, ізокоста), термінології інших наук, зокрема фізики (ізотерма, ізобара тощо), й може бути запропонований до використання з вищевказаних міркувань і у світовій науці (у перекладі англійською – крива ізоютеля – „isoutile curve“), що здатне забезпечити також і вищу уніфікованість методологічних і понятійно-категоріальних підходів у різних розділах економічної теорії.

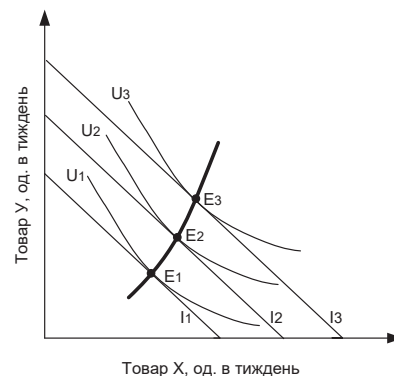


Рис. 1. Традиційна крива „дохід – споживання“ (зміна людського капіталу не розглядається)

На відміну від традиційної кривої „дохід – споживання“ ми пропонуємо врахувати людський капітал не лише як фактор зміни доходів (що доповнює та розвиває традиційний підхід), а також вплив людського капіталу на зміни в системі споживчих переваг (що вже модифікує традиційний неокласичний підхід і виводить його на новий рівень). Це дало нам підстави розробити принципіву концепцію кривої „людський капітал – споживання“ для відображення впливу приросту людського капіталу на зміни у споживанні. Оскільки важливий результат формування людського капіталу ми вбачаємо у зменшенні навантаження на навколишнє середовище, досягненні екологічно збалансованого, сталого розвитку, дану графічну модель (розвиваючи й модифікуючи до потреб сьогодення двопродуктовий підхід економічної теорії, проводячи його певне агрегування порівняно з наявними дослідженнями для окремих екологічних товарів [8]) доцільно розглянути для двох товарів (рис. 2): екологічних та ресурсоемних (що вимагають для свого ви-

робництва великого обсягу невідновлюваних природних ресурсів). У даному випадку вибір товарів здійснено з погляду на перспективу досягнення сталого розвитку та використано як базу для графічних моделей ординалістської теорії поведінки споживача. Таким чином, ми виходимо з типових для економічної теорії двопродуктових моделей (криві байдужості, крива виробничих можливостей, ізокванти тощо), що вже знайшли широке й продуктивне застосування в економічній науці.

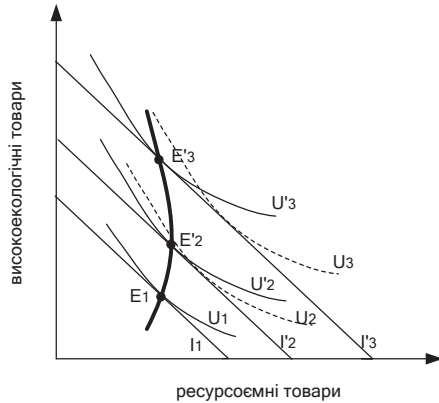


Рис. 2. Крива „людський капітал – споживання“ з урахуванням приросту людського капіталу та зумовлених ним змін у споживчих перевагах (згідно з ординалістською теорією, такі зміни відображені новими кривими байдужості U_2 та U_3)

Вважаємо за доцільне підкреслити, що за відправну точку проведеного аналізу взято ординалістську теорію поведінки споживача, яка використовує графічні моделі, порівняльний підхід, а не конкретні кількісні виміри корисності. Тому в даній роботі ми виходимо з того, що конфігурація та положення кривих байдужості за зміни споживчих переваг теж будуть відповідним чином змінюватися, а, отже, буде змінена точка дотику кривої байдужості та бюджетної лінії, що визначає зміну рівноваги споживача.

Якщо звернутися до рис. 2, то, порівняно з вихідною точкою рівноваги споживача E_1 , ми бачимо нові бюджетні лінії (I_2, I_3), що зміщені вправо вгору порівняно з початковою бюджетною лінією I_1 внаслідок збільшення доходів індивіда (завдяки зростанню людського капіталу).

Аналогічним чином, згідно з ординалістською теорією поведінки споживача, положення та форма кривих байдужості визначаються лише уподобаннями й смаками споживачів – тобто їх споживчими перевагами. Тому, щоб у межах ординалістського підходу відобразити зміни споживчих переваг, що відбуваються внаслідок зростання людського капіталу споживача, необхідно врахувати перемену кривих байдужості з початкових положень U_1 і U_2 у нові криві байдужості U_2 та U_3 .

Відповідно до вищевказаних змін у бюджетних лініях та кривих байдужості, рівноважний вибір споживача між аналізованими благами переходить з початкової точки E_1 до точки E_2 , а потім – до E_3 . Множина всіх подібних рівноважних точок і становитиме запропоновану нами

криву „людський капітал – споживання“ для відображення впливу людського капіталу на споживчий вибір за допомогою інструментарію ординалістської теорії поведінки споживача.

Зазначимо, що запропонована форма кривої „людський капітал – споживання“ узгоджується з множиною варіантів можливого переміщення кривих байдужості в міру соціально-економічного розвитку, (за Д. Горобченком [7]), з деякими відмінностями, а саме: запропонована нами вихідна графічна модель карти кривих байдужості (ізокорисності) й бюджетних ліній для кращого відображення впливу людського капіталу виходить із незмінності відносних цін (тому всі бюджетні лінії представлені з незмінним кутом нахилу), що, врешті, також і є вихідною умовою традиційної кривої „дохід – споживання“. З іншого боку, ми модифікуємо традиційний неокласичний підхід і, на відміну від постулату про сталість споживчих переваг, розглядаємо їх зміну (виражену, згідно з методологією ординалістського підходу, у трансформації кривих байдужості) внаслідок нагромадження людського капіталу споживачів за тривалий період часу. Як бачимо з наведеного на рис. 2 випадку, у міру зростання людського капіталу споживача його рівноважний вибір передбачає збільшення частки екологічних товарів і зменшення частки ресурсоємних товарів з високим екологічним навантаженням. Зауважимо, як видно з форми кривої „людський капітал – споживання“, що за досягнення певного рівня людського капіталу високоекологічні товари розглядаються як товари вищої споживчої цінності, доброякісні (оскільки обсяги їх споживання збільшуються при зростанні доходів та нагромадженні людського капіталу), а ресурсоємні товари – як товари низькоякісні, нижчої споживчої цінності, що можемо пояснити врахуванням споживачем (завдяки його людському капіталу) екологічних наслідків такого споживання. При цьому розширюється й розуміння доброякісних товарів від вузько-економічного (що враховує лише доходи) до широкого еколого-соціо-економічного трактування, коли беруться до уваги й еколого-соціальні наслідки споживчих виборів завдяки збільшенню людського капіталу споживачів.

Таким чином, у загальному випадку можна виділити два етапи впливу людського капіталу на зміни у споживанні з урахуванням економічного зростання й сталого розвитку. На першому етапі (назвемо його екстенсивним) приріст людського капіталу, насамперед, збільшує обсяги традиційного матеріалоемного споживання через зростання доходів індивідів і продуктивності праці (екстенсивний розвиток індустріального суспільства). На другому ж етапі загострення екологічних проблем людства, вичерпання природного капіталу, розвиток екологічної свідомості призводять до поступового віддання переваги високоекологічним товарам, усе більшому поширенню „зеленої“ лінійки товарів, що вже стало предметом аналізу в наукових публікаціях [8]. Зазначимо також, що цей другий описаний нами етап може бути співвіднесений зі спадною ділянкою екологічної кривої Кузнеца, коли подальший соціально-економічний розвиток пов'язується вже з меншим екологічним навантаженням.

Важливо зауважити, що в розвинених економіках, де чітко простежується зростання доходів від нагромадженого людського капіталу індивіда, цілком закономірно виникає компліментарність вищеописаних двох підходів: традиційної залежності споживчого вибору (рівноваги споживача) від доходів (крива „дохід – споживання“) і пропонованого нами аналізу залежності споживчого вибору від людського капіталу, оскільки в міру нагромадження людського капіталу та його реалізації зростають доходи його носіїв. Таким чином, у цьому аспекті саме нагромадження людського капіталу (якщо в конкурентному середовищі воно стає основним фактором зростання доходів) лежить в основі як змін у споживанні, так і змін у доходах. Такий загальний взаємозв'язок має ряд своїх особливих часткових проявів залежно від структури індивідуального людського капіталу, зокрема, найбільше зростання доходів буде спостерігатися в осіб зі значною підприємницькою складовою їх індивідуального людського капіталу. Тим не менше, вищевказаний взаємозв'язок однозначно виявляє, що досягнути певних якісних та необхідних для сталого розвитку змін у споживанні лише через збільшення доходів неможливо без відповідних освітньо-виховних та культурно-духовних інвестицій у людський капітал. Адже саме через людський капітал індивід, при зростанні своїх доходів, розуміє й по-новому переглядає критерії свого споживчого вибору, зокрема, те, які товари для нього стають товарами вищої споживчої цінності, а які – товарами нижчої споживчої цінності, що веде до зміни рівноваги споживача та змін у структурі споживання. Тому, навіть у випадку, коли збільшення доходів працівника є зовнішнім фактором і безпосередньо не пов'язане з нагромадженням його індивідуального людського капіталу (наприклад, відбулося зростання попиту на продукцію галузі чи конкретної фірми, де він працює, або збільшився попит на дану професію тощо), проте все ж таки якісні зміни у споживанні тісно пов'язані з людським капіталом індивіда, і, відтак, невід'ємним фактором прогресивних змін у споживанні стає людський капітал споживача.

Формалізуємо вищевикладене. Оскільки кінцевою метою нашого аналізу є зміна споживчого вибору (рівноваги споживача), що настає в точці дотику бюджетної лінії та кривої байдужості (для чого необхідне виконання умови рівності кутів їх нахилу), то формалізуємо запис граничної норми заміщення MRS , оскільки саме MRS графічно відображає кут нахилу кривої байдужості. У традиційному підході гранична норма заміщення MRS та гранична корисність MU визначаються лише кількістю обраних товарів. Для ілюстрації оберемо два товари X – ресурсоемний та Y – високоекологічний. Тоді, згідно з традиційним підходом,

$$MRS = f_1(X, Y) = MU_x(X) / MU_y(Y). \quad (1)$$

Записи $MU_x(X)$ та $MU_y(Y)$ у вищевказаній формулі означають, що гранична корисність від споживання обох товарів у традиційному підході є функціями від кількості спожитих одиниць товарів X та Y . В умовах тривалого періоду часу й нагромадження людського капіталу, з огляду на нові отримані знання, новий досвід тощо, система споживчих переваг може змінюватися, співвідноше-

ння в якому індивід готовий обміняти товар X на товар Y (тобто коефіцієнт MRS буде також залежати від його індивідуального людського капіталу HC). Це також означає, що споживач по-іншому буде оцінювати граничну корисність кожної додаткової одиниці товарів у міру нагромадження людського капіталу: отримуємо функціональні залежності $MU_x(X, HC)$ та $MU_y(Y, HC)$, що дає підстави для такого розширеного запису

$$MRS = f_2(X, Y, HC) = MU_x(X, HC) / MU_y(Y, HC). \quad (2)$$

Таким чином, виходить принципово інша функціональна залежність для граничної норми заміщення, а, отже, відбувається зміна форми й розміщення кривих байдужості. Водночас, рівновага споживача настає за умови рівності кутів нахилу: кривої байдужості (що визначається коефіцієнтом MRS) та бюджетної лінії

$$MRS = P_x/P_y; \quad (3)$$

$$f_1(X, Y) = MU_x(X) / MU_y(Y) = P_x/P_y; \quad (4)$$

$$f_2(X, Y, HC) = MU_x(X, HC) / MU_y(Y, HC) = P_x/P_y, \quad (5)$$

де P_x/P_y характеризує кількісне співвідношення цін аналізованих товарів, а формули (4, 5) описують умову рівноваги споживача за традиційного підходу (4) та з урахуванням у тривалому періоду часу впливу нагромадженого людського капіталу на систему споживчих переваг (5).

Оскільки з урахуванням людського капіталу $MRS = f_2(X, Y, HC)$, то те саме значення MRS завдяки людському капіталу досягається за інших співвідношень кількостей товарів X та Y , що означає перехід до нової точки рівноваги завдяки зростанню людського капіталу з часом (що й було відображено нами в нових точках рівноваги на рис. 2). Також доцільно врахувати, що нагромадження людського капіталу не відбувається миттєво, а вимагає тривалого періоду, тобто, людський капітал є функцією від часу $HC(t)$. Тому сталість споживчих переваг повинна стосуватися, на нашу думку, насамперед короткострокового періоду часу. Саме для короткострокового періоду постулат сталості споживчих переваг є критично важливим, бо пов'язаний з дією закону спадної граничної корисності й самим алгоритмом раціонального споживчого вибору в кожен конкретний короткий період (наприклад, за тиждень). Водночас, через тривалий період часу, за кілька років, особливо завдяки нагромадженню людського капіталу (врешті, це може бути навіть досвід експлуатації попереднього аналогічного виробу – тобто, людський капітал, який набувається у процесі діяльності), завдяки новим отриманим знанням, зокрема щодо екологічних наслідків виробництва й масового споживання певних товарів, критичному переосмисленню рекламного матеріалу тощо, тепер уже за аналогічний короткий період часу споживчий вибір людини може бути дещо іншим через зміну її споживчих пріоритетів, унаслідок чого індивід по-новому переглядає коефіцієнт заміщення MRS між аналізованими товарами. Концептуальне розуміння залежності споживчих переваг, норми заміщення від людського капіталу та, у кінцевому підсумку – від часу, дає змогу в значній мірі узгодити да-

ний підхід із сталістю споживчих переваг у коротко-строковому періоді: справді, за малих часових інтервалів (низьке значення Δt) нарощення людського капіталу практично не відбувається і, відповідно, демонструється сталість споживчих переваг.

Отримані нами висновки щодо впливу людського капіталу на споживання з метою досягнення сталого розвитку добре узгоджуються із загальносистемним підходом В. Туманян щодо формування цінностей у постіндустріальній економіці, а саме із пропонованими вченим шляхами превентивної соціалізації [9], один з наслідків яких вбачаємо саме у впливі на споживчі вибори. Таким чином, ані технологічний, ані фінансово-економічний аспект поодиночі не виявляються достатніми для сталого розвитку, досягнення якого на мікрорівні реалізується через оптимальні вибори індивіда як споживача та, одночасно, як інвестора власного людського капіталу. І щоб ці вибори не були суб-оптимумами лише в економічно-споживацькій (гедоністичній) площині, а справді оптимальними з погляду сталого розвитку, необхідними стають відповідні інвестиції в людину не лише як суб'єкта виробництва (традиційне розуміння індивідуального людського капіталу), але й як суб'єкта споживання, розширення її кругозору й метрологічного врахування всієї повноти наслідків споживчого вибору, зокрема, соціальних та екологічних.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Сучасна економічна наука пропонує опис цілої низки залежностей у поведінці споживачів, які, однак, ще не були ідентифіковані в контексті теорій людського капіталу. Аналіз таких взаємозв'язків через призму людського капіталу в умовах розширення сфери послуг й становлення постіндустріального суспільства дав підстави для уточнення другого закону Енгеля, зокрема шляхом введення туристичних, рекреаційних, спортивно-фізкультурних та культурно-мистецьких послуг, й встановлення взаємозв'язку не лише щодо загальних (агрегованих) обсягів споживання від доходів, але і його структури залежно від людського капіталу споживачів, його якості, обсягів та співвідношення його компонентів.

Застосування графічного інструментарію ординалістської теорії поведінки споживачів і кривої „дохід – споживання“ дало змогу запропонувати новітню графічну модель впливу людського капіталу на споживання, на підставі якої встановлено, що один з механізмів прояву традиційного взаємозв'язку „дохід – споживання“ може реалізуватися саме через збільшення людського капіталу. Водночас, стосовно каналу впливу через систему споживчих переваг, людський капітал виступає вже важливим самостійним фактором споживання, раціоналізації його структури й наближення до потреб сталого розвитку внаслідок відповідних інвестицій у людський капітал споживачів, що має важливе значення як з погляду економічної науки, так і практичного здійснення відповідної держаної політики.

Досягнення сталого розвитку також вимагає, як показав проведений аналіз запропонованої кривої „людський капітал – споживання“, нового розуміння й трактування доброякісних та низькоякісних товарів: не лише крізь призму зростання грошових доходів, а,

насамперед, з погляду нагромадження людського та природного капіталу – у площині критеріїв сталого й людського розвитку. У цих умовах визначальним стає споживання товарів та послуг, що є доброякісними не лише з позицій збільшення грошового доходу, але й збалансованого зростання людського та природного капіталу. Поле для подальших досліджень може виступити встановлення тісноти взаємозв'язків між людським капіталом та аналітичними параметрами споживання й попиту.

Список літератури / References

1. Фомішина В.М. Споживання та заощадження в економічному розвитку України / Фомішина В.М. – Херсон : Олдіплюс, 2012. – 442 с.
Fomishyna, V. M. (2012), *Spozhyvannia i zaoshchadzhennia v ekonomichnomu rozvytku Ukrainy* [Consumption and Savings in the Economic Development of Ukraine], Oldiplius, Kherson, Ukraine.
2. Новосельцева А.М. Тенденції змін у харчуванні залежно від доходів споживачів та цін на продукти харчування [Електронний ресурс] / Новосельцева А.М. // Ефективна економіка. – 2011. – №9. – Режим доступу: [www.economy.nayka.com.ua / ?op=1&z=709](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=709)
Novoseltseva, A.M. (2011), “Trends in diet changes depending on consumers' income and food prices”, *Efektivna Ekonomika*, no. 9, available at: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=709 (accessed September 27, 2014)
3. Мірошніченко О.Ю. Вплив доходів на рівень та структуру споживання домогосподарств / О.Ю. Мірошніченко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – Вип. 24. – С. 315–321.
Miroshnychenko, O.Yu. (2011), “The impact of income on the level and structure of household consumption”, *Teoretychni ta Prykladni Pytannia Ekonomiky*, iss. 24, pp. 315–321.
4. Кучин С.П. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні / С.П. Кучин, Н.В. Сарматичка // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 3(15). – С.43–46.
Kuchyn, S.P. and Sarmatytska, N.V. (2011), “Features and prospects of development of the service sector in Ukraine”, *Visnyk Berdianskoho Universytetu Menedzhmentu i Biznesu*, no. 3(15), pp. 43–46.
5. Уфимцева О.Ю. Мікроекономіка / Уфимцева О.Ю. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – 172с.
Ufimtseva, O.Yu. (2012), *Mikroekonomika* [Microeconomics], PSACEA, Dnipropetrovsk, Ukraine
6. Anker, R. (2011), *Engel's Law Around the World 150 Years Later*. Political Economy Research Institute, Amherst, USA.
7. Горобченко Д.В. Вплив соціально-економічного розвитку на динаміку формування екологічного боргу / Д.В. Горобченко // Проблеми науки. – 2011. – № 1. – С. 31–35.
Horobchenko, D.V. (2011), “The impact of socio-economic development on the dynamics of ecological debt formation”, *Problemy Nauky*, no.1, pp. 31–35.
8. Jansson, J., Marell, A. and Nordlund, A. (2010), “Green consumer behavior: determinants of curtailment and eco-

innovation adoption”, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 27., Iss. 4, pp. 358–370.

9. Туманян В.Е. Соціалізація та економічне відчуження в постіндустріальному суспільстві / В.Е. Туманян // Бізнес інформ. – 2013. – №11. – С.14–19.

Tumanyan, V.Ye. (2013), “Socialisation and economic alienation in the post-industrial society”, *Business Inform*, no.11, pp. 14–19.

Цель. Системно раскрыть взаимосвязи между человеческим капиталом и потреблением, влияние не только денежных доходов, но и человеческого капитала на объемы и структуру потребления, установить механизмы такого влияния и его значение для достижения устойчивого развития.

Методика. Применен инструментарий ординалистской теории поведения потребителя, в частности кривая „доход – потребление“, законы Энгеля, а также положения теории человеческого капитала.

Результаты. Факторами влияния на объемы и структуру потребления определены не только денежный доход индивида, но и имеющийся запас его человеческого капитала. Для отображения активного вклада человеческого капитала в устойчивое развитие, в том числе через соответствующие потребительские и инвестиционные выборы, и высокой степени его пассионарности предложено и обосновано использование термина „кривая изопольности“ вместо традиционного подхода „кривая безразличия“. Расширено понимание доброкачественных товаров от узко-экономического (учитывающего только денежные доходы) к широкой эколого-социально-экономической трактовке, когда принимаются во внимание также экологические и социальные последствия потребительских выборов благодаря увеличению человеческого капитала потребителей. Модифицированы отдельные неоклассические подходы ординалистской теории и с помощью ее графического инструментария отражены изменения потребительских предпочтений, происходящие вследствие накопления человеческого капитала, и соответствующие трансформации в равновесии потребителя.

Научная новизна. Предложена принципиальная концепция кривой „человеческий капитал – потребление“, которая, в отличие от традиционной кривой „доход – потребление“ выделяет влияние человеческого капитала на потребление как через изменение доходов, так и через систему потребительских предпочтений. Определены образовательные инвестиции в человеческий капитал потребителей как важный фактор рационализации структуры потребления (наряду с доходными и ценовыми факторами) и достижения устойчивого развития благодаря переориентации потребительских предпочтений в пользу более экологичных товаров.

Практическая значимость. Раскрыты пути адаптации законов Энгеля к современному расширению сферы услуг. Предложены механизмы и оценка продвижения человечества на пути устойчивого развития через роль человеческого капитала потребителей и смещение по кривой „человеческий капитал – потребление“ с проявлением не только денежно-доходных, но и экологиче-

ских и социальных последствий инвестирования человеческого капитала.

Ключевые слова: *человеческий капитал, кривая „доход – потребление“, экологические товары, устойчивое развитие, законы Энгеля*

Purpose. To reveal comprehensively the linkages between human capital and consumption and determine the influence of not only income but also human capital on the quantity and structure of consumption; to explain the mechanism of those linkages and their role in achieving sustainable development.

Methodology. The following methods and approaches were applied: ordinal theory of consumer behavior, in particular “income-consumption” curve, Engel’s law, human capital theory.

Findings. The main factors influencing the scope and the structure of consumption are the cash income of an individual and his/her human capital. To display the active contribution of the human capital in the sustainable development, through eco-socio-ecology balanced consumption and investment, and a high degree of passionarity of human capital we have proposed the term “isoutility curve” and gave the rationale for its use instead of the traditional approach of “indifference curve”. The meaning of superior goods is extended from a narrow economic approach (which is based only on consumer’s income) to a broader ecological and socio-economic interpretation, which takes into account the environmental and social impacts of consumers’ choices that are influenced by their increased human capital. Some neoclassical approaches of the ordinal human behavior theory were modified and the graphical models of the theory were used to show the changes in consumers’ preferences resulted by the human capital accumulation and corresponding transformation in consumer equilibrium.

Originality. A fundamental concept of the curve “human capital-consumption” was suggested. In contrast to the traditional curve “income-consumption”, it highlights the impact of the human capital on consumption as due to changes in the income and through consumer preferences. Education as an investment in the human capital appeared to be an important factor for the consumers to rationalize consumption patterns (along with revenue and price effects) and to achieve sustainable development through reorientation of consumer preferences in favor of environment-friendly products.

Practical value. The ways of adapting Engel’s law to the modern expansion of service industry were covered. The mechanisms and evaluation of mankind progress on the path of sustainable development was proposed to be measured through the role of human capital and consumer preferences according to the position on the curve “human capital - consumption” and taking into account not only increased income of consumers, but also environmental and social impacts of the human capital investing.

Keywords: *human capital, income-consumption curve, green products, sustainable development, Engel’s law*

Рекомендовано до публікації докт. екон. наук Г.І. Башияниним. Дата надходження рукопису 22.11.14.