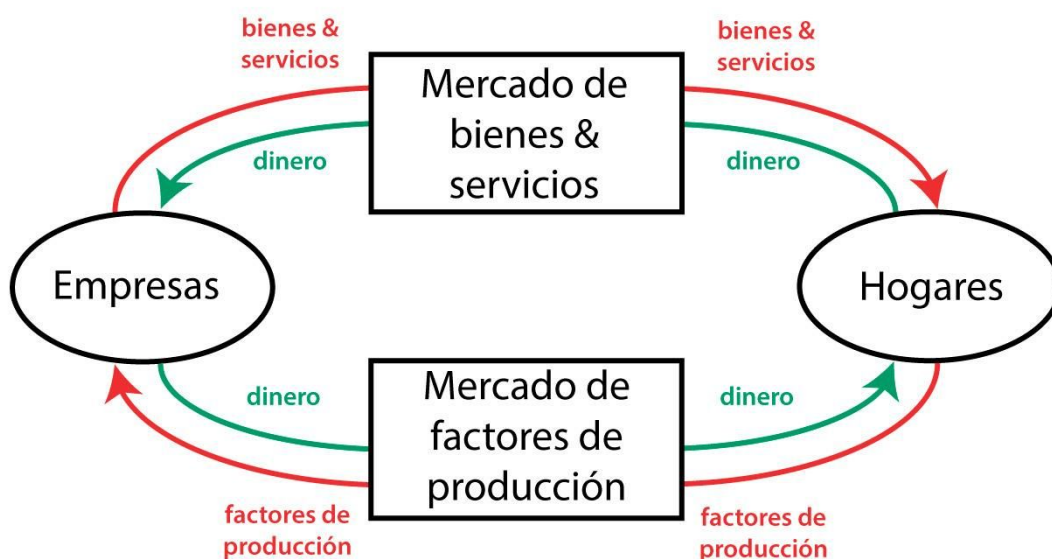


KONTSUMITZAILEAREN TEORIA

Bere erabilgarritasuna edo utilitatea maximizatzen duen kontsumitzailea mikroekonomia neoklasikoaren zutabeetako bat da, bere mozkina maximizatzen duen enpresarekin batera. Familia, ekonomiaren fluxu zirkularrean kontsumitzaile funtzioa jokatzeko duen agente ekonomikoa da. Horren arabera familiak ekoizpen faktoreen jabeak dira (lana L eta kapitala K) eta enpresei diru truke alokatzen dizkiete. Faktore horiek teknologia jakin batez konbinatuz, enpresa mozkin-maximizatzaileek ekoizpen maila jakin bat lortuko dute faktore bakoitzaren kopuruaren arabera (horregatik da ekoizpen funtzioa bi ekoizpen faktoreen menpe dagoen output kopuru bat: $f(L,K)$).



Kontsumitzailearen teorian (bereziki 2 mailan sakontzen dena ekonomiako gure graduan) familia horien kontsumo erabakia aztertzen da. Hau da, enpresek ekoizpen faktoreen truke ordaintzen dietenarekin (Soldata W , Lanaren kasuan edo interesa r , K kapitalaren kasuan) zein produktu eta zein kantitatetan kontsumituko duten aztertzen du. Ereduan, erabaki hori bi faktoreen menpe dagoela onartzen da: utilitatea eta errenta. Utilitate-funtzioa da maximizatu beharrekoa, aurrekontu murriztapenak ezarritako mugen barruan. Horrela, helburu funtzio eta murriztapen bakarreko optimizazio bat dugu; kasu honetan U -ren maximizazioarena:

$$\left. \begin{array}{l} \text{Max } U(X,Y) = aX^\alpha + bY^\beta \\ m = p_x X + p_y Y \end{array} \right\}$$

Kontsumoa handituz U handitzen dela suposatzen denez, maximizazio ariketa honek errenta mugatuaren erabilpenean aukera-kostua kontuan izanda erabaki optimoa zein den adierazten digu (m-ren mugen barruan U ahalik eta handiena).

“Preferentzia” kontzeptutik abiatzen da utilitatearen analisia.

Kontsumitzaileak, zer kontsumitu erabakitzerakoan, produktu batzuk besteak baino “nahiago” dituela onartzen da; kontsumo konbinazioen arteko hierarkia bat ezartzeko gai dela. Kontsumo-konbinazio edo kontsumo saskien arteko hierarkia hori adierazteko funtzio ordinal bat besterik ez da erabilgarritasun funtzioa. $U(X,Y)$ funtzio honek U balio bat ematen die X eta Y produktu kantitate konbinazio bakoitzari; kontsumo saski bakoitzari. Funtzio honetan ikusten dira ereduaren muga argienak.

Kontsumitzaile erabat arrazionalaren suposizioa da lehenengo arazoa.

Kontsumitzaile guztiak aukeran dituzten saski guztiak ordenatzeko gai direla suposatzea arrazionaltasunaren mugak gainditzea da. Irizpide bat baino gehiago erabiltzen ditugu gure kontsumo erabakiak hartzeko, eta irizpide batzuk ondasun batzuei dagozkie soilik. Kontsumo erabaki eta lehentasunen irizpide horiek matematizatzen, orokortzen eta aurreratu saiatzen da kontsumitzailearen teoria. Erabakia sinpleago egiteko, bi ondasun suposatzen dira teoria neoklasikoan. Bi ondasunen arteko erabakia (X edo Y) errazagoa da adierazten, baina erabaki sinpleak bakarrik azaltzeko gai da. Nola konpondu hau? X ondasuna eta Y “gainerako ondasun guztiak” aukeren arteko erabakia bihurtzen. Bai, X ondasun puntual ez diren ondasun guztiak biltzen ditu Y aukerak. Askotan, honek gehiegikeria itxura hartzen duenez, Y “gainerako ondasun guztiak” bezala azaldu ordez “X-n gastatzen ez dugun errentaren zatia” bezala hartzen dute. Beraz, erabakia “X-n gastatu” edo “X-n ez gastatu” litzake. Horrela, bakoitzak ematen duen utilitatearen (U) arabera erabakiko dugu, gure errentak ezarritako mugen barruan.

Modu batera edo bestera, ezin da Y ez aukeratzearen aukera kostua neurtu.

Neoklasikoen arabera, kontsumitzaile erabat arrazional honen erabakian ondasun bat edo beste aukeratzeak aukera kostu zehatz eta kuantifikagarri bat dauka (aukera bat hartzeagatik aukeratu ezingo duena da aukera kostua).

Beraz, ondasun bat aukeratzean irabazi eta galtzen ditugun utilitateak konparatu besterik ez dugu eta, kontsumitzaile erabat arrazionalak garenez erabakia logika hutsa izango da. Ez du hanka ez bururik aukera kostuak utilitatean balio bat izateak; aukera bat egiteagatik “erabilgarritasun kopuru” bat galtzeak. Aukera bat egitean beste gauza batzuk ez aukeratzea erabakitzen

dugula adierazteko kontzeptu bat da, besterik ez. Baina hortik abiatuta kontsumitzailearen erabakiak irabazi eta galtzen dugun utilitatearen oreka batean (U maximazioa) oinarritzen dela pentsatzeak abstrakzio onargarri guztiak gainditzen ditu.

Gizakion erabakiak konplexuegiak dira funtzio batean adierazteko, edozein forma funtzional izanda ere (logaritmikoa, Cobb Douglas funtzioa...). Faktore gehiegik eragiten dute gure kontsumo ohituretan, eta bakoitzak bere funtzio propioa izango lukeela alde batera utzita ere kuantitatiboki neurtu ezin diren aldagai asko daude. Nire inguruarekin (familia, lagunak...) dudan harremantzeko erak, nire kultura mailak, hezkuntzak, jaso dudan informazioak eta beste milioika gauzek kontsumo erabakian eragingo dute, eta ezinezkoa da hauek kontuan hartzea. Beraz, nahitaezkoa da kontsumitzailearen teoriak kontsumitzaileak homogeneousak direla suposatzea (denek hezkuntza, informazio, sentimendu, pentsaera, inguru sozial... berdina dutela) eta horrek gehiegi urruntzen gaitu errealitateetik. Gainera, denok berdinak garela suposatuta ere pertsona bakar batengan eragiten duten faktore guztiak ezin dira erabilgarritasun funtzio batean islatu.

Kontsumitzaile ezberdinen aniztasunaren arazoaren aurrean kontsumitzaile guztiak homogeneousak (berdinak) suposatzen baziren, faktore gutiak kontuan hartzeko ezintasunaren aurrean ondo ezagutzen dugun beste trikimailu bat erabiliko dute: "Ceteris Paribus". Latindar espresio honek aztertzen ari garen ezaugarriak ez diren beste guztiak finko mantentzen direla adierazten du. Horrela, lehen adierazi dugun kontsumitzailearen arazoa hartuta:

$$\left. \begin{array}{l} \text{Max } U(X,Y) = aX^\alpha + bY^\beta \\ m = p_x X + p_y Y \end{array} \right\}$$

Maximizatu nahi dugun $U(X,Y)$ funtzioak kontsumitzailearen "preferentziak" adierazten ditu (bere lehentasunetan eragiten duten faktore guztiak, berez) eta $m = p_x X + p_y Y$ aurrekontu murriztapenak prezio eta errentaren mugak. Kasu horretan, adibidez, kontuan hartzen ez diren faktore guztiak aldatzen ez direla suposatzen da. "Estatika konparatiboa" deritzon metodoa erabiltzen da ekonomian; aldagai bakarra aldatuko balitz ze efektu eragingo lituzkeen aztertzen da, inguruko beste ezer aldatu gabe. Adibidez, m errenta igotzen badugu Ceteris Paribus, kontsumitzailearen preferentziak $U(X,Y)$ eta prezioak (P_x eta p_y) aldatuko ez direla finkatzen da. Modu horretan, errentaren igoeraren efektua BAKARRIK aztertu dezakegu, era isolatuan. Berriro ere, teoria

neoklasikoaren abstrakzio altuak arazoak dakarzkigu. Errentaren igoera bezalako aldaketa bat gertatzen bada, ez du era isolatu eta sinplean eragingo; ez du kontsumitzaileen poltsikoan diru gehiago egotea soilik eragingo. Horrelako aldaketa batek, errealitatean, bestelako aldaketak sortzen ditu, faktore guztiak elkarri loturik daudelako. Aldaketa asko, une berean eta une oro ematen dira. Ereduetan aldaketa isolatu hauek egitean ikusten ditugun ondorioak eta errealitatean gertatzen direnak oso ezberdinak dira. Errenta igoera batek beste faktore guztietan eragiten du, eta beraz errentaren aldaketa isolatu hori aztertzeak, Ceteris Paribus atzean, errealitateraren zantzu guztia galtzen du.

Funtsean, kontsumitzailearen teoriarekin aipatu ditugun arazo guzti hauek abstrakzioa ez mugatzen datoz. Kontsumitzailearen "portaera" aztertzeke eredu bat eraikitzen da; kontsumitzaile guztiak homogeenak, preferentziak matematikoki adierazgarriak, aztertzen ez ditugun faktoreak konstanteak, aldaketak isolatuak... suposatuz. Eredu bat eraikitzearen zentzua ingurua sinplifikatzea eta fenomeno jakin batzuk aztertzea dela esango lukete gure irakasle askok, teoria neoklasikoari aurpegia ateraz. Hori egia da, baina gero eta gehiago erabili abstrakzioa, orduan eta urrunago dago zure eredu errealitateatik. Hori da eredu bat eraikitzean abstrakzioa erabiltzearen aukera kostua. Hortaz, abstrakzio maila batetik aurrera, garrantzitsua da errealitateatik horrenbeste urruntzean gure ereduaren fidagarritasuna zein den galdetzea. Eta ez gara merkatu perfektuko eskaintza eta eskariaren ereduaz bakarrik ari. Kontsumitzaile eta ekoizle arrazionalen probleman oinarritzen dira ekonomia neoklasikoaren gainerako eredu guztiak. Merkatu inperfektuak aztertzen dituztenak (Cournot, Bertrand, Stackelberg...) garapena aztertzen dutenak (Solow), diru sarrera eta gastu publikoaren eraginkortasuna aztertzen dutenak, epe laburra aztertzen dutenak (Mundell-Fleming)...

Kontsumitzailearen teoriaz haratago doa abstrakzioaren mugak gainditzearen arazoa teoria neoklasikoan, horra hor guk mahai gainean jartzen dugun kezka.

