

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 07.10.2017 12:59:22
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный университет»

Л. А. Карасёва

Логический комментарий к курсу микроэкономики

Рекомендовано Государственным образовательным учреждением высшего образования «Государственный университет управления» в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Национальная экономика».

Регистрационный номер № 36 от 16 марта 2009 г. Федерального государственного учреждения «Федеральный институт развития образования»

Издание пятое, исправленное и дополненное для использования в качестве пособия для студентов, магистров, аспирантов экономических вузов и факультетов

ТВЕРЬ – 2017

УДК 330.101.542 (075.8)
ББК У012.1я73
К21

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор департамента экономической теории Финансового университета при Правительстве РФ

М.А. Альпидовская

Доктор экономических наук, профессор

Н. Н. Думная

Доктор экономических наук, профессор,
декан экономического факультета Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова

Л. Б. Парфенова

Карасёва Л.А.

К 21 Логический комментарий к курсу микроэкономики: учеб. пособие. – 5-е изд., доп. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2017, – 305 с.

ISBN 978-5-7609-0487-4

Учебное пособие предназначено для студентов, магистров, аспирантов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Экономика» в целях углубленного изучения курса микроэкономики, а также для самостоятельной работы по анализу содержания учебников и материалов лекций.

УДК 330.101.542 (075.8)
ББК У012.1я73

ISBN 978-5-7609-0487-4

© Карасева Л. А., 2017
© Тверской государственный университет, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	6
ЛОГИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ	
Раздел I. Введение в микроэкономику	23
§ 1. Объект и предмет микроэкономики.....	24
§ 2. Метод микроэкономики.....	28
§ 3. Микроэкономическое устройство рыночной экономики.....	36
Раздел II. Микроэкономические основы теории рынка ...	48
§ 1. Рыночный спрос.....	49
§ 2. Рыночное предложение.....	58
§ 3. Взаимодействие спроса и предложения.....	64
§ 4. Типы рыночных структур.....	70
Раздел III. Теория поведения потребителя и рыночный спрос	73
§ 1. Теоретические предпосылки анализа.....	74
§ 2. Теория потребительского выбора.....	76
§ 3. Кардиналистская теория субъективной полезности.....	78
§ 3а. Кардиналистская теория и спрос потребителя	81
§ 4. Ординалистская теория субъективной полезности.....	84
§ 4а. Ординалистская теория и спрос потребителя.....	96
Раздел IV. Теория поведения производителя и рыночное предложение	104
§ 1. Микроэкономические основы теории производства и прибыли.....	105
§ 2. Теория производственного выбора (технологический аспект).....	113
§ 2а. Производство в краткосрочном периоде.....	114
§ 2б. Производство в долгосрочном периоде.....	117

§ 3.	Теория производственного выбора (экономический аспект).....	125
§ 4.	Рыночный выбор производителя.....	135
§ 5.	Поведение фирмы на рынке совершенной конкуренции.....	144
§ 6.	Предложение производителя и рыночное предло- жение.....	151
Раздел V.	Микроэкономическое уточнение модели функ- ционирования рынка.....	157
§ 1.	Уточнение модели функционирования рынка со- вершенной конкуренции.....	158
§ 2.	Процесс ценообразования на рынках несовершенной конкуренции.....	171
§ 2a.	Поведение фирмы на рынке чистой монополии.....	177
§ 2b.	Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции.....	188
§ 2c.	Поведение фирмы на олигополистическом рын- ке.....	193
§ 2d.	Количественные методы оценки структуры рынка	199
Раздел VI.	Микроэкономические основы теории ресурс- ных рынков.....	204
§ 1.	Основные закономерности ресурсных рынков: спрос фирмы и рыночный спрос на ресурс.....	205
§ 1a.	Спрос фирмы и рыночный спрос на ресурсы.....	206
§ 1b.	Предложение фирме и рыночное предложение ре- сурса.....	213
§ 1c.	Ценообразование на ресурсных рынках.....	216
§ 2.	Основные закономерности ресурсных рынков: предложение фирме и рыночное предложение ре- сурса.....	219
§ 2a.	Рынок труда и заработная плата.....	219
§ 2b.	Рынок капитала.....	232
§ 2c.	Рынок земельных ресурсов и земельная рента....	253

Раздел VII.	Проблема эффективности рынка свободной конкуренции...	264
§ 1.	Рыночная неопределённость: асимметрия информации и риск	265
§ 2.	Институциональные аспекты рыночного хозяйства.....	270
§ 2a.	Правовые аспекты исследования рыночного хозяйства.....	272
§ 2b.	Теория внешних эффектов.....	275
§ 2c.	Общественные блага	282
§ 2d.	Теория общественного выбора.....	288
P.S.	Постскрипtum к курсу микроэкономики.....	299
	Список рекомендуемой литературы.....	300
	Сведения об авторе.....	303

ПРЕДИСЛОВИЕ

Предлагаемое учебное пособие предназначено для оказания помощи студентам, магистрантам и аспирантам при изучении одного из основополагающих направлений современной экономической теории – микроэкономики, а также для преподавателей экономической теории.

Формат «логического комментария» является в чём-то новым и потому непривычным для современной учебной литературы по экономической теории. Главная его задача – помочь думающим и работающим с учебником студентам, магистрантам и аспирантам понять и усвоить логику развертывания понятий, ключевую идею и технологию моделирования, применяемого в микроэкономике. Это необходимо в условиях нацеленности преподавания микроэкономики, на основе которого читаются курсы продвинутой микроэкономики, актуальных проблем микроэкономического исследования, на реализацию ключевой, по нашему мнению, компетенции по владению культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения.

Развитие корректного микроэкономического мышления во многом опирается на понимание логики курса. Поэтому в первую очередь пособие обращено к студентам, которым необходимо выработать навыки выделения ключевой проблемы темы, ее главных логических элементов и установления их взаимосвязей, понимание технологии анализа и системы используемых доказательств.

Комментарий к курсу по микроэкономике представляет собой логически выстроенный и систематизированный перечень понятий и терминов микроэкономики с указанием общепринятых символов, кратким определением их содержания и пояснениями по ключевым проблемам анализа.

Материалы для комментария подобраны:

- во-первых, с точки зрения важности для раскрытия ключевых вопросов курса;
- во-вторых, с учетом наиболее часто встречающихся у студентов трудностей при освоении курса.

В некоторых статьях сделан акцент на методологических подходах, методических приемах и технологиях анализа. Это позволит студентам лучше ориентироваться в наиболее сложных темах и вопросах при работе с учебной литературой, а, следовательно, и более осознанно усваивать материал.

Что касается собственно содержания словарных статей, представленных в данном пособии, то ряд из них содержит авторскую трактовку, некоторые лишь теоретически уточнены, а устоявшиеся теоретические представления заимствованы из литературы, приведенной в конце пособия.

Поясним, что авторские понятия и определения даны как дополнения к сложившимся традиционным, изложенным в учебниках. Их введение обусловлено спецификой микроэкономического анализа и поставленной проблемой в рамках комментария темы.

Комментарии удерживают методологическое требование о необходимости выделения общеэкономического и микроэкономического аспектов анализа хозяйственных явлений, уточняя на микроуровне уже сформированные у студентов общеэкономические представления о них.

В логических комментариях отражен методический прием работы над содержанием курса, который можно условно назвать принципом уточнения, развертывания понятия на основе все более и более конкретной проблематизации его базового содержания. Принцип уточнения позволяет студентам не только осознанно усваивать содержание микроэкономики, но и получать системные знания, фиксируя место каждой темы в курсе. Методически этому способствуют используемые в пособии опорные вставки, нестандартные по форме:

- «Навигатор»;
- «NB (Нотабена) – обратить особое внимание»;
- «PS – проблемный постскрипtum».

Навигатор вводит читателя в логику изложения материала и отражает построение раздела. Нотабена содержит ключевую идею комментариев к наиболее важным вопросам микроэкономики. Проблемный постскрипtum выполняет двоякую роль: с одной стороны, подводит итог предыдущего анализа, с другой – формулирует проблему для дальнейшего развертывания содержания курса.

При выстраивании пособия воспроизведен, так называемый, процессуальный подход и к изучению поведения экономических субъектов, и к усвоению студентами основных понятий курса микроэкономики. Данный подход предполагает движение от исходного состояния к конечному результату, а, следовательно, возможность моделирования наиболее типичных шагов, как в первом, так и во втором случае.

Пособие может выступать своего рода критериальной подсказкой при работе студента не только над учебными, но и научными текстами. Кроме того, его можно использовать и как внешнее средство проблематизации изучения той или иной темы курса.

Следует пояснить избирательность иллюстративного материала (графических моделей и схем), а также отсутствие комментариев к некоторым темам.

Из всего множества существующих графических микроэкономических моделей в пособие включены те, которые вызывают наибольшие трудности у студентов. Выбор также обусловлен важностью технологии моделирования и экономического прочтения моделей в случаях, когда в учебной литературе этому не уделено должного внимания.

Для большего понимания содержания и логики пособия непосредственному тексту предпосланы некоторые пояснения и методические рекомендации (с. 9 – 21), которые в пятом издании дополнены материалом-рекомендацией по осуществлению критериальной рефлексии образовательной деятельности студентов.

В *пятом издании* также обновлен ряд логических комментариев, значительно расширен материал *раздела VII*: введен параграф, содержащий раскрытие институциональных аспектов микроэкономического анализа.

При этом принципиально важно, что в отличие от других разделов ряд тем, таких, как «Проблема измерения фактического (вертикального) распределения доходов», «Проблема общего равновесия», «Теория неполноты и асимметрии информации», «Теория общественного выбора», представлен чисто понятийно. Это связано с двумя методическими обстоятельствами. Во-первых, опираясь на пройденную базовую часть курса, студенты

в рамках данных тем должны продемонстрировать навыки самостоятельной работы с текстом учебника¹. Во-вторых, содержание данных тем более развернуто будет представлено в дисциплине «Институциональная экономика», по отношению к которой изучение этих тем является первым этапом формирования ею компетенции.

Наконец, заметим, что данное учебное пособие подготовлено по итогам апробирования отмеченных выше методологических и методических принципов, технологических подходов, новых образовательных приемов в преподавании курса экономической теории в Тверском государственном университете.

¹ В качестве базового учебника рекомендован учебник: Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. – 624 с. Понятия в этих темах выстроены в логике базового учебника.

О СПЕЦИФИКЕ ОБЪЕКТА И ПРЕДМЕТА КУРСА МИКРОЭКОНОМИКИ

Исходный пункт изучения курса микроэкономики – это четкое понимание специфики ее объекта и предмета, а также места в курсе экономической теории. Целый ряд принципиальных тем курса требует различения общеэкономического и микроэкономического аспектов анализа (рынка, спроса, предложения, издержек, прибыли и др.). Однако в учебной литературе нет устоявшегося теоретического представления по поднимаемым вопросам, а в качестве предмета микроэкономики чаще всего указывается исследование экономических отношений, связанных с эффективным использованием ограниченных ресурсов; принятия решений отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора и т.п. Но в такой трактовке очевидно, во-первых, неразличение хозяйственных и экономических отношений, во-вторых, хозяйствующих и экономических субъектов, в-третьих, хозяйственного и экономического поведения и взаимодействия субъектов.

В связи с этим необходимо ответить на вопрос, какова специфика микроэкономического подхода к анализу хозяйственных явлений?

Во введении в экономическую теорию было обозначено, что её предметом выступают социально-экономические отношения как форма развития производительных сил. Технология анализа любого отношения предполагает, по крайней мере, ответ на три вопроса: кто вступает во взаимодействие, реализуя отношение, по поводу чего и каково содержание этого отношения. Без ответа на эти вопросы не может быть сформировано самое общее представление о социально-экономическом отношении. Это означает, что социально-экономический анализ предполагает: определение объекта, субъектов и сущности исследуемых отношений.

Сущность социально-экономического отношения задает специфическую социально-экономическую форму его объекту и субъектам. Например, отношение купли-продажи рабочей силы порождает превращение рабочей силы в товар, а её носителя - в наемного рабочего. Так, в рыночной экономике социально-экономические отношения сначала превращаются в свойства вещей (овеществляются), затем через персонификацию вещей они

обретают субъектную форму. Объективный характер изучаемых отношений соответственно требует объектного подхода на данном уровне их анализа. Поэтому неслучайно такое внимание во введении в курс микроэкономики уделялось общественным формам блага, необходимого и прибавочного продукта, рабочей силы, средств производства и т.д., а функционирование социально-экономических отношений исследовалось, исходя из примата надсубъектных (овеществленных) форм этих отношений. Субъекты социально-экономических отношений, конечно же, присутствуют в исследовании на данном уровне анализа. Они определяются как отдельное лицо или группы лиц, занимающих определенное положение в общественном производстве (например, рабы и рабовладельцы, продавцы и покупатели и т.д.). Их экономические интересы носят объективный характер. Последние представляют собой мотивы деятельности субъектов, объективно обусловленные их положением в общественном производстве, в том числе – отношениями собственности.

Вместе с тем, на данном этапе анализа субъектное начало, понимание механизма реализации изучаемых отношений выпадало из поля зрения. При таком подходе сложно было ответить на вопрос: Как «живет» (функционирует, реализуется) экономическое отношение? Постановка такого вопроса объективно вызывает необходимость рассмотрения социально-экономических отношений с точки зрения взаимодействия экономических субъектов. Но тогда эти отношения есть отношения *субъектов, осознавших свои интересы и выгоды и принимающих экономические решения.*

Следовательно, необходим такой аспект анализа, в котором при изучении социально-экономических отношений был бы сделан акцент на поведении их субъектов. Субъектный подход означает, что обнаруженная сущность разворачивается и уточняется через механизм её осуществления, то есть через действия экономических субъектов, каждый из которых наделен особым интересом и особым мотивом социальной активности. Субъектное начало в таком понимании нетождественно субъективному. Здесь субъектное отношение объективно в том смысле, что оно осуществляется как наиболее типичное, характерное для действий хозяйствующих субъектов, которые выполняют особую функци-

ональную роль в экономике. Это и определяет актуальность и необходимость изучения деятельности ведущих экономических субъектов (например, собственника ресурсов, предпринимателя, менеджера и др.).

Одновременно всякий субъект экономических отношений встроен в сформировавшуюся структуру, канву экономической жизни. А, следовательно, социальная форма признания его деятельности объективно положена и необходима как измерение его собственного успеха. Например, собственника – через получение дохода, предпринимателя – экономической прибыли, наемного рабочего – заработной платы и т. п.

Ключевыми признаками субъектов социально-экономических отношений теперь являются: 1) осознание ими своих интересов и выгод, выраженное в экономическом целеполагании; 2) принятие и реализация ими экономических решений.

Тогда можно определить объект исследования в микроэкономике. Им является социально-экономическая активность хозяйствующих субъектов. Процессуальный подход к анализу форм проявления социально-экономической активности хозяйствующих субъектов позволяет выделить: целеполагание, выработку решения, принятие решения и его осуществление через деятельность. Так, прежде, чем принять решение, необходимо его выработать, то есть, ответить на вопросы: что и для кого производить, что и сколько покупать и т. п. При этом, если выработка решения и его принятие предполагают действия самих субъектов, то реализация решения возможна лишь при их взаимодействии с другими субъектами. Поэтому уточним объект исследования микроэкономики: ***это действие (поведение) хозяйствующих субъектов и их взаимодействие по реализации экономических целей.***

Выделение объекта исследования, очерчивая границы поиска, «точки напряжения» в микроэкономическом анализе экономических отношений, позволяет уточнить предмет микроэкономики. Он может быть определен как ***исследование закономерностей поведения хозяйствующих субъектов и их взаимодействия по реализации экономических целей.***

Обратим особое внимание на важность введения микроэкономической модели «идеального экономического

субъекта». В противном случае исследователь будет выходить за рамки предмета исследования обсуждаемого уровня микроэкономического анализа.

Идеальный экономический субъект (*homo economicus*) – абстракция хозяйствующего субъекта, введённая в анализ на основе следующих допущений.

1. Способность свободно, суверенно принимать решения.

Свобода принятия решения – возможность действовать по своему, вне подчинения чужой воле.

Суверенность принятия решения – самостоятельность принятия решения вне зависимости от решений других экономических субъектов.

2. Совершенная информированность – обладание полной информацией о прошлом и настоящем, в том числе о решениях, принимаемых другими экономическими субъектами.

3. Способность предопределить и оценить все последствия принимаемых решений.

4. Способность рационально принимать решения:

- целесообразно, т.е. в соответствии с субъективно осознанным экономическим интересом;
- продуманно, т.е. на основе оценки своих потенциальных выгод и затрат, с учетом ограничений достижения цели;
- взвешенно, т.е. через сопоставление потенциальных выгод и затрат;
- оптимально, т.е. через поиск наилучшей альтернативы по достижению цели.

Вместе с построением модели идеального экономического субъекта важно уточнить и тех хозяйствующих субъектов, закономерности поведения и взаимодействия которых будут исследоваться. Именно в рамках микроэкономического аспекта анализа появляются домашние хозяйства и фирмы как субъекты базовых процессов общественного производства, интегрирующие и особые роли в соответствии с проектируемыми и реализуемыми ими экономическими отношениями.

Так, домохозяйство – экономический субъект, которому приписываются роли:

- внутри собственного пространства деятельности:

собственник ресурсов, собственник и распорядитель факторного дохода, потребитель экономических благ (жизненных средств) и др.

- в рыночных пространствах:

покупатель продуктов производства на рынках продуктов и продавец (поставщик) ресурсов на ресурсных рынках и др.

Фирма – экономический субъект, которому приписываются роли:

- внутри собственного пространства деятельности: распорядитель расходов на покупку факторов производства, потребитель факторов производства, производитель экономических благ, собственник дохода от реализации продукции и др.

- в рыночных пространствах: продавец товаров на рынках продуктов и покупатель факторов производства на ресурсных рынках и др.

Особое место отводится государству как микроэкономическому субъекту. Как специфический субъект государство обеспечивает домохозяйствам и фирмам социально-экономические условия в виде упорядоченного пространства для принятия хозяйственных решений и получения доходов. Для осуществления данной деятельности формирует бюджет через изъятие части доходов фирм и домохозяйств. Тем самым государство как структурно организованный субъект (законодательная и исполнительная власть с их структурой), каждое звено которого реализует социально предписанный, но субъективно оформленный интерес, влияет на поведение других частных экономических субъектов.

Кроме того, государство как собственник, потребитель и производитель благ осуществляет соответствующую деятельность в интересах достижения своих целей.

Выделение основных проблем микроэкономики позволяет уточнить внутреннюю логику курса.

1. Проблема выбора (принятия решений) экономическими субъектами в условиях ограниченных ресурсов.

2. Проблема взаимодействия экономических субъектов, включающая анализ условий и механизмов функционирования рынков:

- закономерности образования и взаимодействия рыночного спроса и рыночного предложения;
- ценообразование в различных типах рыночных структур.

Однако и здесь имеются дискуссионные вопросы, среди которых обратим внимание на микроэкономический аспект анализа функционирования рынка. Конечно, это тема самостоятельного исследования. Здесь лишь укажем на принципиальный момент её изложения в курсе.

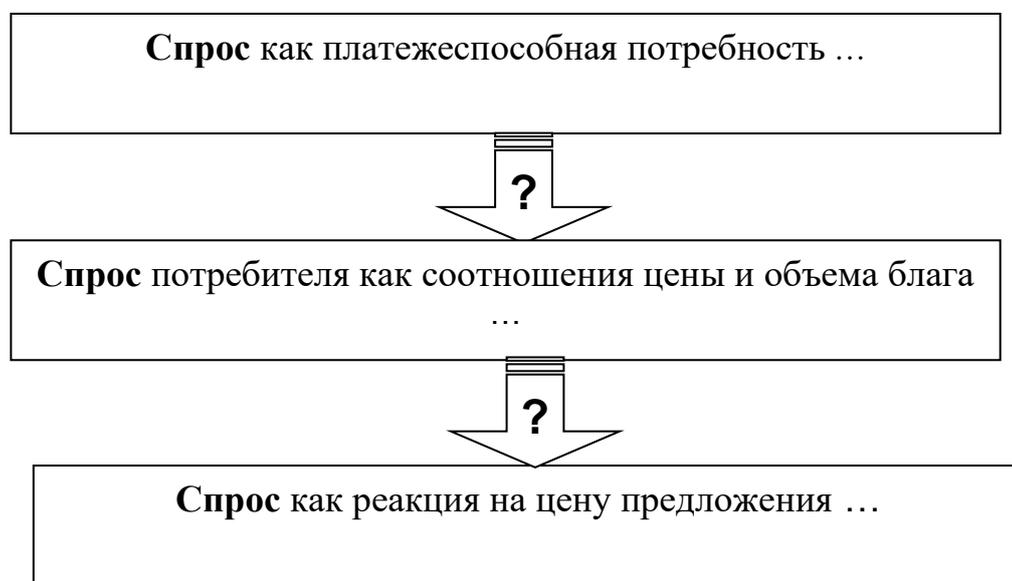
Методологическое требование о необходимости выделения общеэкономического и микроэкономического аспектов анализа хозяйственных явлений, предполагает уточнение на микроуровне уже сформированных у студентов общеэкономических представлений о рынке, спросе, предложении. Суть проблемы заключается в том, как это делать, в какой последовательности. Так, в большинстве учебных источников изложение начинается с модели рыночного равновесия (равновесие по Вальрасу и по Маршаллу). Но вряд ли это оправданно. Осознанное и продуктивное использование модели возможно при условии понимания механизмов формирования рыночного спроса потребителей и рыночного предложения производителей, т.е. при получении ответов на вопросы, как принимают решения потребители, производители на рынке совершенной конкуренции.

Другими словами, анализ функционирования рынка проводится вне ответов на вопросы: Как формируется рыночный спрос? Как формируется рыночное предложение? Только последовательное и отдельное рассмотрение механизма формирования рыночного спроса и рыночного предложения и уточнение с позиции поведения потребителя/покупателя и производителя /продавца соответственно законов спроса и предложения и их модельной интерпретации делает возможным и обоснованным микроэкономическое уточнение модели функционирования рынка.

Формируется теоретическое представление о законе спроса как законе, характеризующим «рынок продавца», то есть об изменении величины спроса под влиянием цены предложения. А о законе предложения как законе, характеризующим «рынок

покупателя», то есть об изменении величины предложения под влиянием цены спроса.

Однако рынок всегда есть пространство взаимодействия рынков продавца и покупателя. Сигнал к поведению потребителей/покупателей идет от цен предложения, по которым производители предлагают свое благо. Однако цены предложения лишь отправные цены блага. Затем они сталкиваются с ценами спроса, по которым потребители готовы приобрести данное благо. Компромисс достигается в виде установления рыночной цены блага. Поэтому уточнение механизма их взаимодействия и отражается в соответствующих моделях равновесия. Приведенный пример по логике изложения курса микроэкономики лишь еще раз подтверждает тот факт, что теория не должна излагаться как набор микроэкономических представлений о том или ином экономическом явлении. Главная задача курса помочь думающим и работающим с учебником студентам понять и усвоить логику развертывания понятий, ключевую идею и технологию моделирования, применяемого в микроэкономике. Студентам необходимо выработать навыки выделения ключевой проблемы темы, ее главных логических элементов и установления их взаимосвязей, понимание технологии анализа и системы используемых доказательств.



Изучение курса микроэкономики следует начать со знакомства с учебной программой. В ней в самом сжатом виде определены темы и вопросы, изучаемые в названном курсе, дана их последовательность. А главное – в программе указана

рекомендуемая учебная литература (обязательная и дополнительная).

После ознакомления с учебной программой необходимо сравнить базовый учебник (его можно взять в библиотеке) с учебной программой. Может оказаться, что в учебнике рассматриваются не все вопросы программы, или (что вероятнее) эти вопросы в учебнике изложены не в той последовательности как в Программе. Выход один – брать кроме учебника учебные пособия, а затем по Программе сделать отметки о том, где (в каком учебнике или пособии) изложены вопросы Программы.

Работа по теме, прежде всего, предполагает ее изучение по учебнику или пособию. Здесь принципиальное значение имеет умение правильно читать текст. При чтении текста возможны два подхода.

Первый подход заключается в поэтапном понимании и усвоении текста. Первое чтение носит ознакомительный характер, без подчеркивания, конспектирования и т.д. Читают так, как читают художественную книгу. Получится хотя и поверхностное, но целостное представление. Будет понятно «о чем идет речь». Второе чтение той же темы должно сопровождаться детальным пониманием каждого положения, каждого понятия, а главное – переходов от одного понятия к другому, т.е. логики вопросов темы. Поэтому в этом втором чтении весьма желательно сделать логическую схему изучаемой темы. Обычно такая логическая схема дается на лекции, но можно сделать ее самостоятельно. Помочь в этом, безусловно, может «Логический комментарий» по микроэкономике и «Структурно-логические схемы» к курсу. Они не только дают знание логики изучения, но и в комментарии можно найти краткие определения самих понятий и категорий микроэкономики, что является центральным моментом познания любой теории.

Второй подход к чтению текста по теме предполагает предварительную работу по пониманию текста, вынесенного в заголовки главы, параграфа, пункта. Данный подход основан на том, что учебники и учебные пособия выстроены, как правило, таким образом, что каждый последующий раздел, параграф уточняет, разворачивает содержание предыдущего материала.

Поэтому предварительное понимание того, что будет уточняться, по каким критериям и аспектам позволит сразу начать чтение текста под определенным углом зрения, проблематизируя содержание материала. В этом подходе работа с «Логическим комментарием к курсу микроэкономики» является отправным и принципиальным моментом.

В процессе не ознакомительного, а детального чтения учебника и пособий, составления логической схемы, у студента должен присутствовать дух сомнения, критичности по отношению к изучаемому материалу. Дело в том, что в любой теории, а уж тем более в современной микроэкономике, есть либо неубедительные, либо чересчур абстрактные, либо сомнительные положения. Поэтому необходимо вырабатывать самостоятельные суждения, принимая или отвергая те идеи, которые изложены в учебнике и пособиях. Правда, отвергать нужно не пустым отрицанием, а аргументацией, что и следует демонстрировать на семинарах. Иногда попытка отвергнуть те или иные положения учебника ведет к их более глубокому пониманию и принятию как истинных, а не ложных.

Для выработки самостоятельного суждения, позиции по изучаемой проблеме весьма важным является умение работать с научной литературой. Поэтому работа по теме кроме ее изучения по учебнику, учебным пособиям предполагает также поиск по каждой теме научных статей в Научных журналах по экономике. Такими журналами являются: 1) Вопросы экономики; 2) Вестник Московского университета, серия «Экономика»; 3) Журнал экономической теории, 4) Экономические науки; 5) Экономический журнал; 6) Вестник Тверского государственного университета. Серия «Экономика и управление» и другие, имеющиеся в библиотеке университета. Выбор статьи, относящейся к теме, лучше делать по последним в году номерам (№ 12, № 6, № 4), где дан весь перечень статей, изданных за год.

Изучение литературы трудоемкая и ответственная часть самостоятельной подготовки. Ее можно сопровождать записями в той или иной форме. Выбор формы зависит не только от типа задания, но и от особенностей мышления студента.

Конспектом называется краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Лучше ее проводить в

два этапа. На первом – при чтении делаются пометки на полях по наиболее важным идеям, мыслям. На втором, – опираясь на пометки, делается самостоятельная запись содержания прочитанного. Важно понимать, что целью конспектирования является не переписывание материала, а выявление его логики, аргументов и системы доказательств, технологии анализа, выводов.

План – наиболее краткая форма записи прочитанного. Как правило, это перечень вопросов, анализируемых в учебнике, книге, статье. План не исключает цитирования отдельных мест, обобщений и т.п.

Выписки – это либо цитаты, либо краткое, близкое к дословному изложению мест из источника, представленное в понимании студента. Выписки лучше делать на отдельных листах или карточках, снабжая их ссылкой на источник с указанием соответствующей страницы.

Тезисы – это сжатое изложение основных мыслей и положений прочитанного материала. Их особенность – в утвердительном характере, подчеркивающим, что для автора данные положения носят недискуссионный характер.

Аннотация, т.е. краткое (на 6-10 строк) изложение, выделение только самого существенного в прочитанном материале.

Вопросы – фиксация по ходу текста тезисов, вызывающих непонимание, сомнение или несогласие и требующих ответа, объяснения. Выделяют в связи с этим два типа вопросов: вопросы «на понимание» и вопросы «на критику». Последние являются сложными по своему построению. Весь смысл их должен быть направлен на обнаружение логических пробелов, недостаточности аргументации и т. п. в авторском содержании, оставаясь при этом в рамках авторских оснований, логики изложения. Критика из своего видения проблемы не представляется корректной, так как она не позволит согласовать теоретические представления об общем вопросе, проблеме. Вопросы играют важную роль в развитии содержания темы, проблемы. Иногда умело и во время заданный вопрос на лекции или на семинаре способен продвинуть содержание гораздо быстрее, чем рассуждения по теме.

Все представленные формы записи имеют двоякую цель: 1) помогают изучить тему, 2) обеспечивают баллы в ходе рейтинг-контроля.

Указанные формы записи по ходу чтения литературы, конечно же, используются не только в микроэкономике, но важно подчеркнуть два обстоятельства. Первое. Специфика курса предполагает широкое использование и сопоставление различных подходов к анализу одного и того же явления, различных моделей. Кроме того, часть вопросов курса носит дискуссионный характер. Поэтому без внимательной, осознанной и организованной работы с текстом здесь не обойтись. Второе. Качественное и глубокое обсуждение вопросов и проблем на семинарах как индивидуальное, так и групповое не возможно, если доклад, сообщение, реплика и т.п. не оформлены текстом, схемой, то есть записями в различных формах.

О НЕОБХОДИМОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ КРИТЕРИАЛЬНОЙ РЕФЛЕКСИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Вырабатывание навыков самообразования, саморазвития; формирование экономического мышления студентов невозможно без включения критериальной рефлексии, позволяющей осуществление ими самоконтроля своих действий в процессе обучения. Этот механизм познания дает возможность студентам осознанно относиться к происходящему в образовательном процессе, а преподавателю гибко реагировать на возникающие затруднения и проблемы, осуществлять необходимую коррекцию действий студентов. Рефлексия необходима для того, чтобы препятствия в любой деятельности преодолевались не только интуитивно, случайно, с большими эмоциональными, физическими, временными и иными затратами, а осознанно и организованно.

При поиске причин возникших затруднений и проблем фокус внимания в рефлексии обязательно делается человеком на себя, что позволяет построить представление об ином варианте своих действий. В таком случае это затруднение побуждает к поиску дополнительного знания, к иному действию.

Критериальная рефлексия включает в себя:

- анализ собственных действий, в процессе которых возникли затруднения;
- выявление причины собственных затруднений на основании социокультурных критериев;
- перепроектирование своих действий на основании норм познавательной деятельности.

Такое познание обеспечивается тремя типами критериев: научными, философскими, методологическими.

Для формирования организованного мышления необходимо различение базовых функций мышления: ситуационно-регистрационной, нормативной, проблемной, концептуальной и ценностной.

Опыт показывает, что методически можно решить эту проблему на основе модели организованного мышления, введенной школой профессора О.С. Анисимова и адаптированной нами под задачи высшей школы. Данная модель, внешне простая, но она способна помочь отслеживать сложные рефлексивные процессы. Модель включает пять элементов, пространственно разделенных и соответствующих пяти рефлексивным функциям. Каждое пространство соответствует определенному слою сознания.

Ситуационное пространство соответствует действию (условию, процессу и т.д.), в котором возникли препятствия.

Пространство теоретических оснований содержит критерии, которые позволяют проводить анализ «ситуации».

Проблемное пространство служит для фиксации несоответствия ситуации теоретическим критериям (нормам) и выявления проблем. Принципиально важно при работе с данной моделью различать затруднения и проблемы, как в реальных, так и в теоретических ситуациях. Очевидно, что затруднения и проблемы представляют собой препятствия в осуществлении действий (процессов). Но затруднения можно преодолеть в рамках заданных норм, скорректировав их. Разрешение проблем требует перенормирования действий, процессов – создания новых норм.

В проектном пространстве выстраиваются новые нормы деятельности (процесса и т.д.) как разрешение выявленных проблем.

Особое место занимает ценностное пространство, отражающее систему актуальных ценностей, которые влияют на выбор пути перенормирования действий (процессов и т.д.).

Функции рефлексивного сознания				
Ситуационно-регистрационная	Нормативная	Проблемная	Концептуальная	Ценностная
Элементы модели организованного мышления				
Ситуационное пространство	Проектное пространство	Проблемное пространство	Пространство теоретических оснований (критериальное пространство)	Ценностное пространство
Держатели пространств – носители функций				
Аналитик	Проектировщик	Проблематизатор	Концептолог, консультант	Носитель системы актуальных ценностей

Модель организованного мышления.

Каждое из отмеченных пространств (площадок, «досок»), имеет свое содержательное наполнение и функциональное назначение в ходе организации рефлексивного мышления. Более того, каждая из них может быть структурирована аналогичным образом по принципу «пяtidосочности». Представленный выше более простой вариант модели, по нашему мнению, является более эффективным на первых этапах формирования организованного мышления студентов.

Критерием последовательного (слева направо) расположения пространств является мера абстрагирования от «ситуации», в которой произошло затруднение или возникла проблема. Например, если держатель ситуационного пространства является носителем многогранного содержания происходящего, то представитель теоретического пространства – консультант –

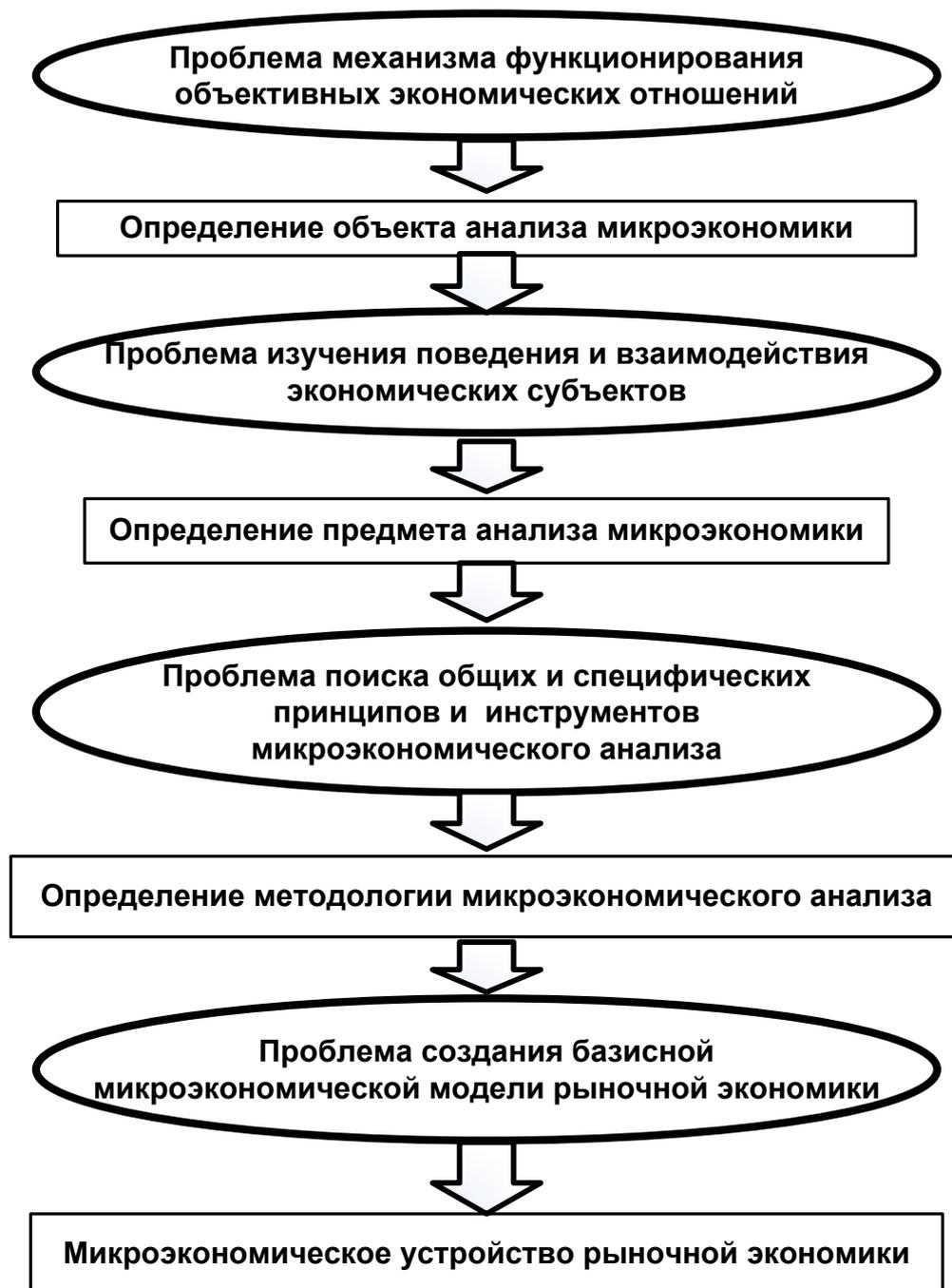
является держателем абстрактных норм функционирования реальных процессов.

Важно подчеркнуть, что использование критериальной рефлексии особенно важно при самостоятельной работе студентов. Поэтому организация рефлексивного мышления актуализируется и отрабатывается в контактной работе со студентами на лекциях и семинарах. Поэтому подготовка рефлексии после прослушивания и изучения лекции или проработки семинара, выполнения заданий к ним является важной составляющей изучения курса микроэкономики.

ЛОГИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ

Раздел I. ВВЕДЕНИЕ В МИКРОЭКОНОМИКУ

НАВИГАТОР



§ 1. ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ МИКРОЭКОНОМИКИ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СУБЪЕКТЫ (экономические агенты) – субъекты экономических отношений, осознающие свои интересы, принимающие и реализующие экономические решения.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ – процессы выработки и принятия решения экономическим субъектом.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБЪЕКТОВ – механизм согласования интересов субъектов в процессе реализации принятых ими экономических решений.

ОБЪЕКТ МИКРОЭКОНОМИКИ – поведение и взаимодействие хозяйствующих субъектов для достижения их целей.

ПРЕДМЕТ МИКРОЭКОНОМИКИ – закономерности поведения и взаимодействия хозяйствующих субъектов для достижения экономических целей.

МИКРОЭКОНОМИКА – составная часть экономической теории, исследующая закономерности поведения и взаимодействия хозяйствующих субъектов для достижения экономических целей.

ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ – проблема выбора из альтернативных вариантов принятия решения экономическим субъектом.

УСЛОВИЯ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ:

1. Ограниченность благ потребительского и производственного назначения.

Технико-экономическая ограниченность благ.

Абсолютная ограниченность – недостаточность благ для одновременного удовлетворения потребностей всех членов общества. *Относительная ограниченность* обусловлена достаточностью благ для удовлетворения определенных, избранных потребностей. При абсолютной ограниченности благ выбор невозможен. При отсутствии ограниченности смысл выбора отпадает.

Социальная ограниченность – распределение благ между людьми, волевое отношение принадлежности как монополия на

доступ к благам (собственность на потребительские блага и ресурсы).

2. Экономизация деятельности.

Необходимость соотнесения результата и затрат при принятии решений экономическими субъектами.

3. Необходимость и возможность выбора.

Необходимость выбора – поиск наилучшего, оптимального соотношения между результатами и затратами.

Возможность выбора – наличие альтернатив. Выбор проявляется в виде конкуренции целей и конкуренции средств.

КОНКУРЕНЦИЯ ЦЕЛЕЙ – столкновение взаимоисключающих целей использования ограниченных ресурсов.

Выбор в условиях конкуренции целей происходит, когда ограниченные ресурсы могут быть использованы для достижения разных взаимоисключающих целей.

Проблема выбора экономического субъекта при конкуренции целей состоит в определении альтернативной цели, которая обеспечит оптимальный результат при использовании данных ресурсов.

КОНКУРЕНЦИЯ СРЕДСТВ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ – столкновение взаимоисключающих средств достижения одной цели.

Выбор в условиях конкуренции средств достижения цели происходит, когда для реализации цели имеются различные варианты использования ограниченных ресурсов.

Проблема выбора экономического субъекта при конкуренции средств достижения цели состоит в определении оптимального варианта использования ресурсов для достижения поставленной цели.

МОДЕЛЬ ИДЕАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Идеальный экономический субъект (homo oeconomicus) – абстракция экономического субъекта, введённая в анализ на основе следующих допущений.

Допущения для построения модели идеального экономического субъекта:

1. Способность свободно, суверенно принимать решения.

Свобода принятия решения – возможность действовать вне подчинения чужой воле. *Суверенность принятия решения* – самостоятельность принятия наилучшего решения вне зависимости от решений других экономических субъектов.

2. Совершенная информированность – обладание полной информацией о прошлом и настоящем, в том числе о решениях, принимаемых другими экономическими субъектами.

3. Способность предопределить и оценить все последствия принимаемых решений.

4. Способность экономически рационально принимать решения:

- целесообразно, т.е. в соответствии с субъективно осознанным экономическим интересом¹.
- продуманно, т.е. на основе оценки своих потенциальных выгод и затрат, с учетом ограничений достижения цели².
- взвешенно, т.е. через сопоставление потенциальных выгод и затрат.
- оптимально, т.е. через поиск наилучшей альтернативы по достижению цели.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ – затраты одного блага, выраженные в другом благе, которым пришлось пожертвовать для получения первого блага.

*Свойства альтернативных затрат*³:

1. Ценность, пожертвованная ради большей ценности.
2. Существуют только в момент выбора и исчезают после его осуществления.
3. Обуславливают выбор, то есть являются затратами, отнесенными в будущее.

ЦЕНА РЕШЕНИЯ – субъективная оценка наиболее ценного из отвергнутых альтернативных вариантов.

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ РЕШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ СУБЪЕКТОМ (в рыночной экономике) – необходимость

¹ Под *целью* понимается предписывающее субъективное представление о результате деятельности.

² Под *ограничениями* понимаются факторы, влияющие на экономический выбор.

³ См. подробнее: Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономической специальности / Под общ. ред. А.Ф.Сидоровича. – М.: Дело и Сервис, 2006. – С. 9-10.

взаимодействия с другими экономическими субъектами на рынках для реализации принятого решения.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ – экономический субъект присваивает результаты принимаемых решений (положительные и отрицательные).

ПРОБЛЕМА МЕРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ при принятии решения экономическим субъектом – неполнота обладания информацией приводит к ограничению рациональности.



Рис.2. Оптимальный выбор и мера рациональности

P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к параграфу «Объект и предмет микроэкономики»

Основные проблемы микроэкономики:

1. Проблема выбора экономических субъектов в условиях ограниченных ресурсов.
2. Проблема взаимодействия экономических субъектов, включающая анализ условий и механизмов функционирования рынков:
 - закономерности образования и взаимодействия рыночного спроса и рыночного предложения;
 - ценообразование в различных типах рыночных структур.
3. Проблемы выбора в условиях неопределенности и риска.
4. Институциональные аспекты микроэкономического анализа

§2. МЕТОД МИКРОЭКОНОМИКИ

МЕТОДОЛОГИЯ МИКРОЭКОНОМИКИ – система принципов и способов анализа, применяемая при построении микроэкономической теории.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ – основания, которые служат исходной базой для логических построений: экономический атомизм, экономический рационализм, равенство условий, равновесный подход.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АТОМИЗМ – принцип, в соответствии с которым принятие решения отдельным экономическим субъектом осуществляется независимо от других, а решение

одного экономического субъекта не влияет на принятие решения другого.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РАЦИОНАЛИЗМ – принцип, в соответствии с которым оценка экономическими субъектами своих потенциальных выгод и затрат позволяет принять решения, обеспечивающие или извлечение максимальной выгоды, или минимизацию затрат.

РАВЕНСТВО УСЛОВИЙ – принцип, согласно которому анализ влияния отдельного фактора на выбор экономического субъекта осуществляется при неизменности других факторов.

РАВНОВЕСНЫЙ ПОДХОД – принцип, предполагающий:

- абстрагирование от внутренних тенденций к изменению;
- изучение состояний относительной стабильности в экономических процессах и явлениях;
- игнорирование динамики перехода от одного состояния к другому.

МЕТОДЫ АНАЛИЗА МИКРОЭКОНОМИКИ – совокупность приемов, при помощи которых осуществляется микроэкономический анализ.

ФОРМАЛЬНАЯ ЛОГИКА – это изучение мысли со стороны ее структуры и формы.

ФОРМАЛЬНО-ЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ – анализ, синтез; индукция, дедукция; сравнение, аналогия.

АНАЛИЗ – метод, состоящий в расчленении целого на составные части.

ТИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА:

Позитивный анализ – исследование закономерностей хозяйственной действительности и установление функциональных зависимостей между явлениями; предсказывающий их изменения на основе сложившихся тенденций.

Нормативный анализ – установление причинно-следственных связей в экономике; направлен на прогнозирование будущего на основе выработки целевых установок и утверждений оценочного характера (нормативных утверждений).

Взаимосвязь типов экономического анализа – позитивный анализ позволяет определить оптимальный выбор способа

реализации нормативных целей, а нормативное начало может неявно содержаться в исходных постулатах теории.

ПРЕДЕЛЬНЫЙ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

(маржинализм) – метод, при котором экономические явления рассматриваются в изменяющемся виде. Выявление не только общих или средних величин, но и их динамики (прироста, сокращения, изменения). Исследование количественных трансформаций, которые возникают при единичном изменении какой-либо экономической переменной, влияющей на данное явление. Использование предельных (дополнительных) величин в качестве критерия принятия решений экономическим субъектом.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ – определение взаимозависимости экономических явлений и предполагающий:

- обнаружение качества явления;
- установление факторов, влияющих на это качество;
- определение способа взаимосвязи факторов с ранее

установленным качеством (функции).

СИНТЕЗ – метод, состоящий в соединении отдельных частей в единое целое.

ИНДУКЦИЯ – метод, основанный на умозаклучениях от частного (особенного) к общему.

ДЕДУКЦИЯ – метод, основанный на умозаклучениях от общего к частному (особенному).

СРАВНЕНИЕ – метод, определяющий сходство или различие явлений и процессов.

АНАЛОГИЯ – метод, основанный на переносе одного или ряда свойств с известного явления на неизвестное.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ – исследование объекта познания опосредованно путем построения и последующего анализа искусственного объекта (объекта-посредника).

Требования к объекту-посреднику – существенное сходство с реальным объектом, наличие ряда свойств последнего.

Модель – абстрактная теоретическая конструкция, структура которой определяется как свойствами реального объекта, так и целями и принципами исследования.

Этапы моделирования:

1. Определение предмета моделирования (реального объекта).

2. Постановка цели моделирования.
3. Формулировка допущений, условий для построения модели (мера абстрагирования).
4. Определение инструментария (вида моделирования).
5. Построение модели, ее экономическое прочтение.
6. Использование модели.

ВИДЫ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ:

1. По предмету моделирования: оптимизационные и равновесные.

Модели оптимизационные: используются при изучении поведения отдельных экономических субъектов, делающих оптимальный выбор.

Модели равновесные: применяются при изучении взаимоотношений между экономическими субъектами.

2. По инструментарию моделирования: вербальные (словесные) и невербальные (аналитические, графические и др.).

Моделирование знаковое – использование формул (аналитическая модель) и графиков (графическая модель).

Графики эмпирических зависимостей – графическое отражение наблюдаемой зависимости между переменными величинами.

Графики теоретических зависимостей – графическое отображение зависимости между экономическими переменными для объяснения функционирования ирреальных экономических систем или их элементов.

МОДЕЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ПРОБЛЕМЕ ВЫБОРА (КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ) – графическая интерпретация проблемы выбора экономического субъекта (на примере предпринимательского выбора).

Предмет моделирования – выбор предпринимателя: что, как, для кого производить?

Цель моделирования – дать графическую интерпретацию оптимального предпринимательского выбора в условиях ограниченных ресурсов.

Допущения для построения модели:

1) Наличие только двух альтернативных целей (продукт А и продукт В).

2) Ресурсы ограничены, неизменны по количеству и качеству.

3) Ресурсы мобильны, свободно перемещаются между сферами производства продуктов А и В. Однако одни ресурсы более продуктивны при создании продукта А, другие – продукта В (нет полной взаимозаменяемости ресурсов).

4) Технологии производства продуктов А и В заданы и неизменны.

5) Полная и неизменная эффективность производства. Производство функционирует в условиях полной занятости всех ресурсов и достигает максимально возможного объема выпуска продуктов А и В.

Построение модели:

Введение системы координат: по оси абсцисс откладывается количество выпуска продукта А, соответствующее определенному варианту использования ограниченных ресурсов; по оси ординат откладывается количество продукта В, соответствующее определенному варианту использования ограниченных ресурсов.

В сформированном графическом пространстве, определенном заданными осями координат, каждая точка представляет собой комбинацию из продуктов А и В.

1. Построение линии оптимального выбора предпринимателя (с учетом допущений № 2, 3, 4, 5).

Контрольные точки на линии оптимального выбора – показывают вариант использования всех наличных ресурсов только на производство продукта А (продукта В). Лежат на осях абсцисс и ординат и имеют следующие координаты: т. А* (A^* ; 0); т. В* (0; B^*).

Проблема построения линии оптимального выбора – определение геометрического места остальных точек (помимо контрольных), соответствующих комбинации продуктов А и В при выполнении принятых допущений.

Прямая линия – если альтернативные затраты неизменны. Однако такая ситуация в рамках модели невозможна, ибо для производства альтернативных продуктов (допущение №1) ресурсы не могут быть абсолютно взаимозаменяемыми.

Вогнутая линия – если альтернативные затраты убывают. Данная ситуация свидетельствует о недоиспользовании или неэффективном использовании ресурсов в одной из сфер производства (но тогда нарушается допущение № 5).

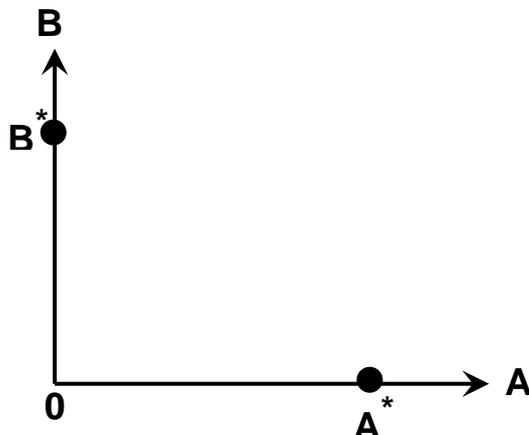
Возрастание альтернативных затрат обусловлено разной эффективностью использования ресурсов для производства продукта А и продукта В. Перебрасывание ресурсов, эффективных при производстве одного блага, в производство другого блага, где они менее эффективны, требует все большего использования данных ресурсов.

Закон возрастания альтернативных затрат производства – при принятых допущениях для производства каждой дополнительной единицы одного продукта необходимо пожертвовать все большим количеством другого. Следовательно, линия оптимального выбора не может быть иной формы.

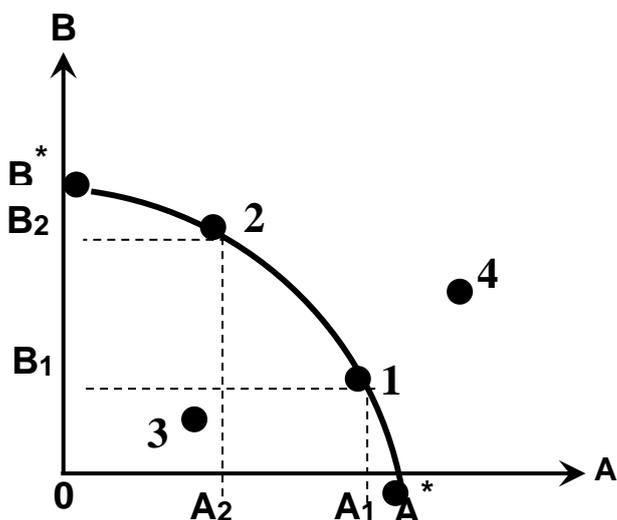
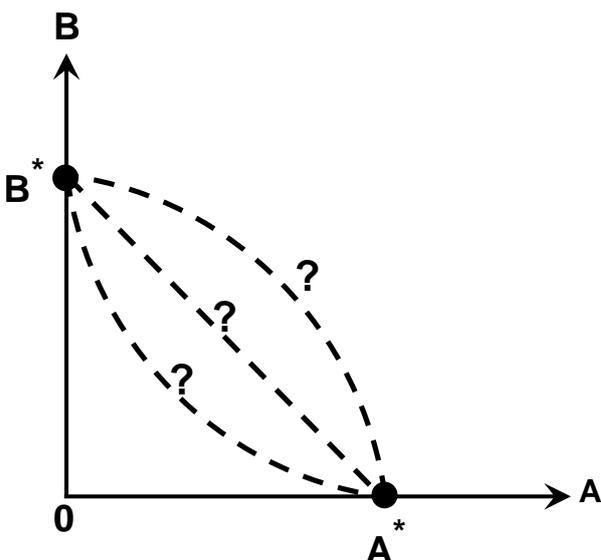
Рис. 1. Модельное представление о проблеме выбора



Шаг I. Введение системы координат



Шаг II а. Построение контрольных точек на линии оптимального выбора



Свойства линии:

- *имеет отрицательный наклон*, т.к. при действии допущений № 2, 3, 4, 5 увеличение производства одного продукта возможно только при сокращении производства другого;

- *имеет выпуклую (вправо вверх) форму*, т.к. зависит от возрастающей динамики альтернативных затрат (затрат упущенных возможностей).

- *имеет загиб к краям*, т.к. чем ближе к краям, тем выше альтернативная цена, которая при приближении к максимуму производства только одного альтернативного продукта становится непомерной.

Экономическое содержание линии оптимального выбора

Точки, лежащие на линии, показывают множество вариантов одновременного производства продуктов А и В в рамках принятых допущений. Линия является областью поиска оптимального варианта, выбор которого зависит от множества других обстоятельств.

Любая точка, лежащая внутри пространства, ограниченного линией и осями координат, характеризует комбинацию объемов производства продуктов А и В как результата неполного, неэффективного использования наличных производственных ресурсов.

Любая точка, лежащая вне пространства, ограниченного линией и осями координат, характеризует комбинацию объемов производства продуктов А и В, недостижимую в рамках принятых допущений.

Тогда линия оптимального выбора является границей производственных возможностей. Она показывает предел, т.е. максимум возможного объема производства, при полном использовании имеющихся ресурсов и при заданных технологиях их использования (рис. 1).

Использование модели:

Использование модели для иллюстрации развития предпринимательской деятельности возможно при снятии одного из допущений, начиная с допущения № 2.

Связано с выходом за границы производственных возможностей либо за счет технических, экономических, организационных

нововведений, либо за счет увеличения производственных ресурсов.

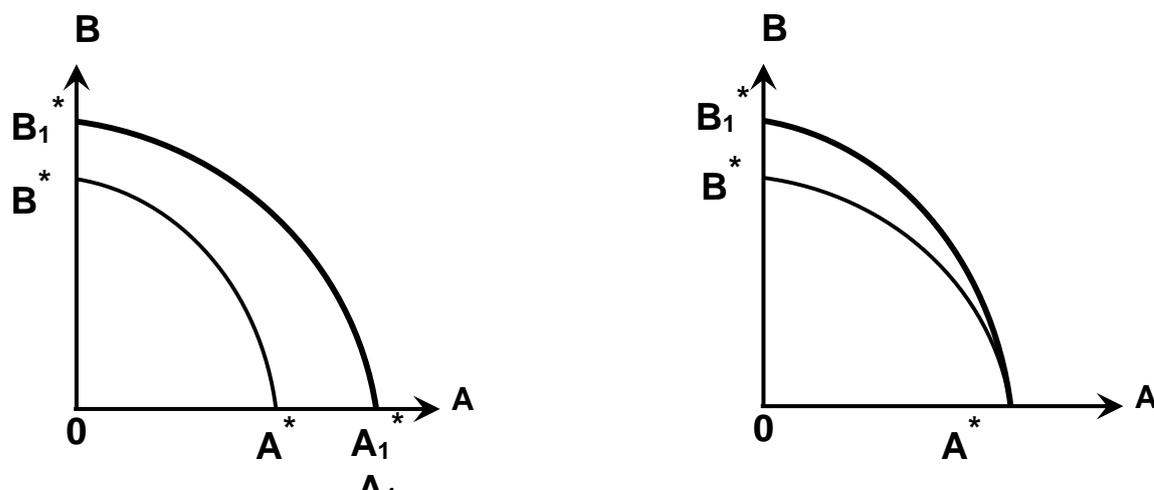


Рис. 2. Шаг III. Использование модели для интерпретации расширения производственных возможностей

ТЕХНОЛОГИЯ АНАЛИЗА ПОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ:

1. Определение и моделирование вариантов цели экономического субъекта (желания, намерения, предпочтения).
2. Выявление ограничений достижения цели и моделирование возможностей выбора экономического субъекта.
3. Определение оптимального варианта достижения цели на основе сопоставления желаний и возможностей.
4. Анализ формирования спроса (предложения) экономического субъекта как отражение его рыночных планов (намерений) – множества оптимальных вариантов его выбора.

§3. МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ (простейшая модель) – наиболее общее представление о строении и функционировании рыночной экономики с точки зрения поведения экономических субъектов. Исходным принципом уточнения базовой модели устройства рыночной экономики является разделенность, автономность поведения микроэкономических субъектов.

МОДЕЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СТРУКТУРЕ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ – система пространств деятельности субъектов рыночной экономики и связывающих их потоков.

Подсистема пространств экономической деятельности представлена:

- пространствами жизнедеятельности домохозяйств;
- пространствами производственной деятельности фирм;
- пространствами обмена экономическими благами потребительского и производственного назначения (соответственно – продуктовые и ресурсные рынки).

Подсистема потоков представлена:

- товарным потоком – кругооборотом экономических благ;
- денежным потоком – кругооборотом доходов и расходов экономических субъектов.

ДОМОХОЗЯЙСТВО – экономический субъект, которому в рамках модели приписываются роли:

• *внутри собственного пространства деятельности:* собственник ресурсов, собственник и распорядитель факторного дохода, потребитель экономических благ (жизненных средств).

• *в рыночных пространствах:* покупатель продуктов производства на рынках продуктов и продавец (поставщик) ресурсов на ресурсных рынках.

ФИРМА – экономический субъект, которому в рамках модели приписываются роли:

- *внутри собственного пространства деятельности:* распорядитель расходов на покупку факторов производства, потребитель факторов производства, производитель экономических благ, собственник дохода от реализации продукции.

- *в рыночных пространствах:* продавец товаров на рынках продуктов и покупатель факторов производства на ресурсных рынках.

МОДЕЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ – одновременное встречное движение товаров (кругооборот экономических благ) и денег (кругооборот доходов и расходов). Каждый из них состоит из многочисленных отдельных потоков, субъектами которых являются домохозяйства и фирмы.

КРУГООБОРОТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ БЛАГ – круговое движение экономических благ, отражающее взаимообусловленную социально-экономическую связь между производством и потреблением.

Последовательная смена форм экономических благ:
ресурсы → предложение ресурсов → факторы производства → произведенные продукты → предложение продуктов → продукты потребления.

КРУГООБОРОТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ – круговой денежный поток, отражающий взаимообусловленную связь между производством и потреблением.

Последовательная смена денежных форм результатов взаимодействия домохозяйств и фирм:
доходы от предоставления ресурсов (факторные доходы) → расходы потребителей → спрос на продукты → доходы от предоставления продуктов → расходы на ресурсы → спрос на ресурсы.

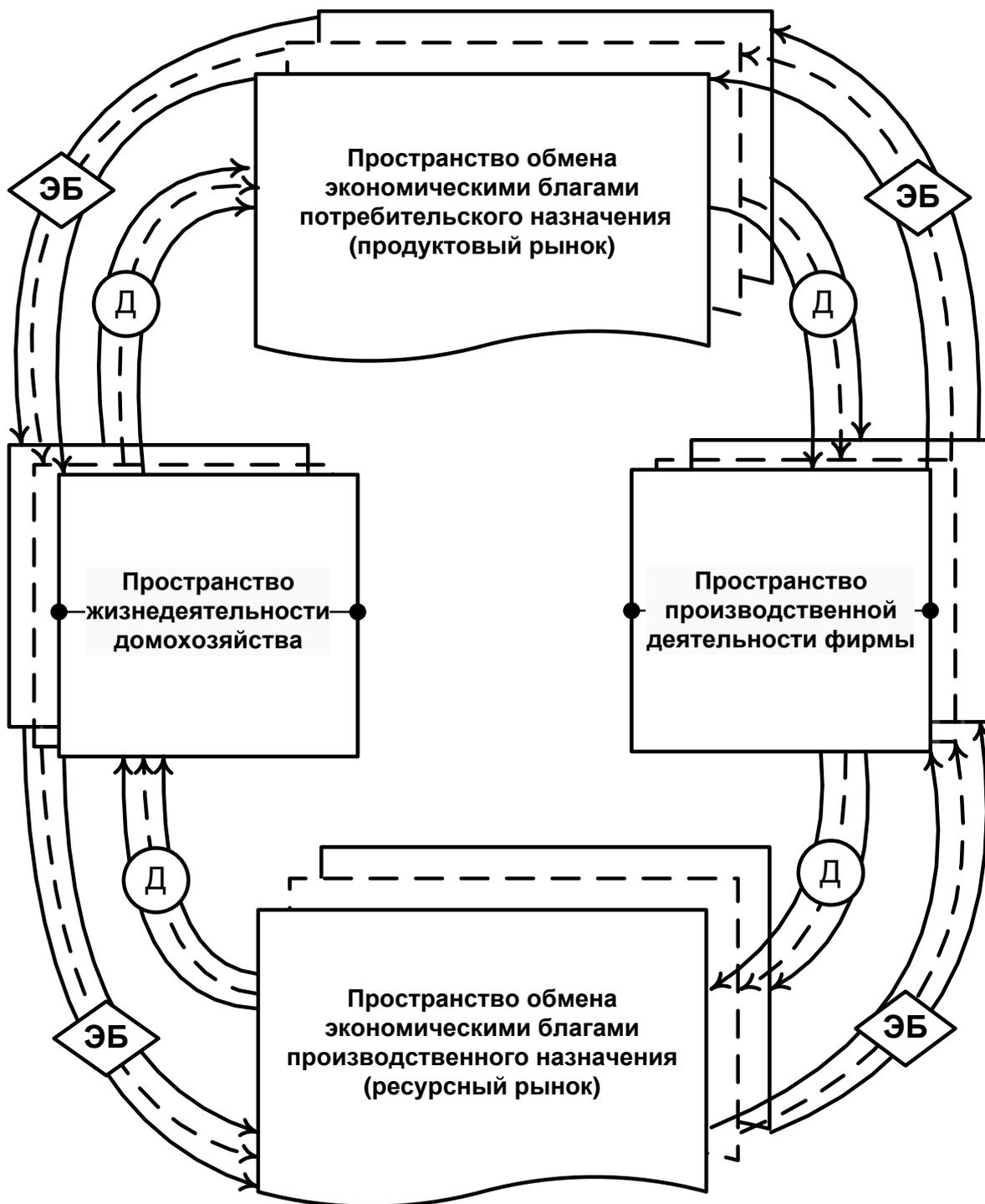


Рис. 3. Микроэкономическое устройство рыночной экономики: модельное представление о ее структуре

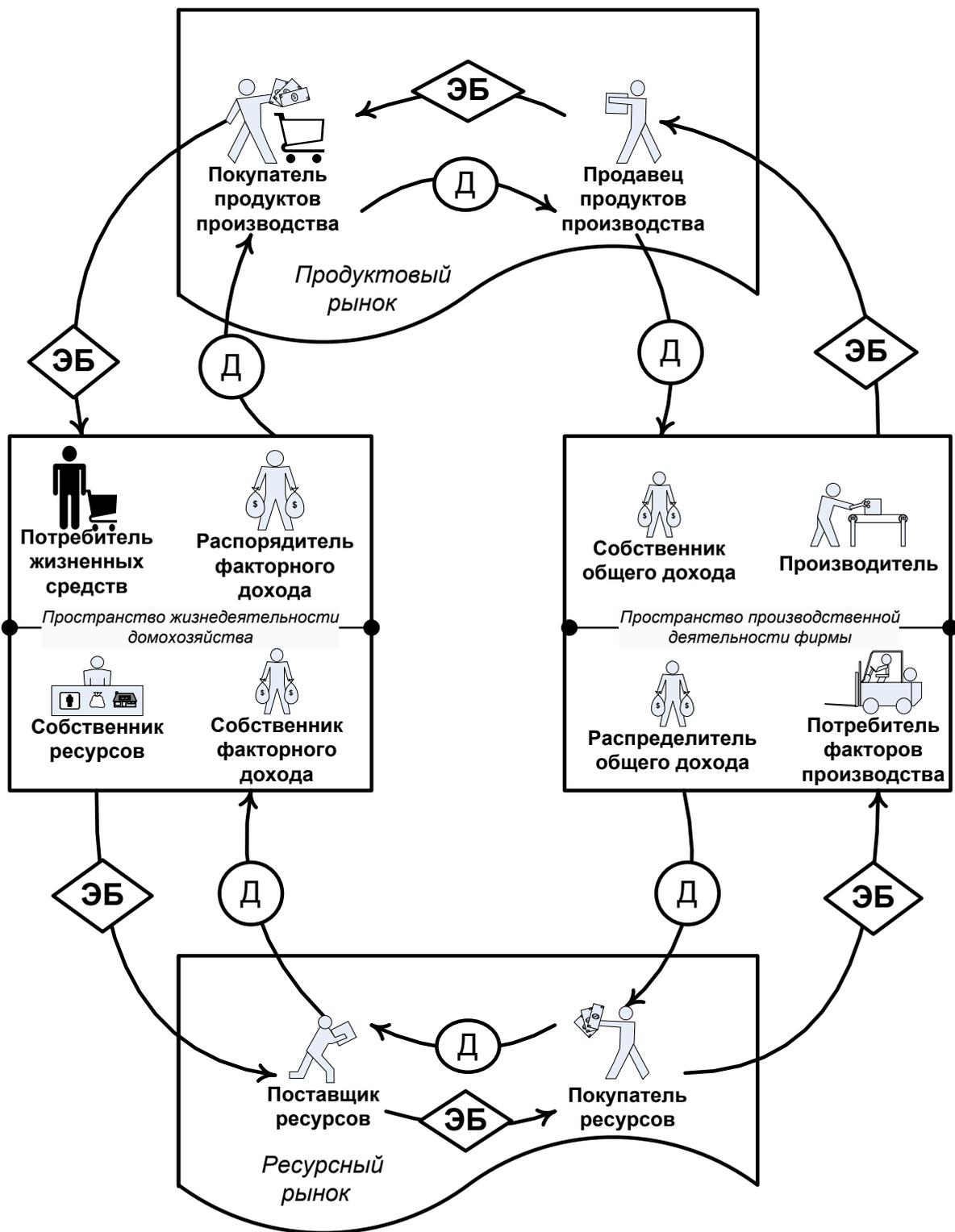


Рис. 4. Микроэкономическое устройство рыночной экономики: роли основных экономических субъектов

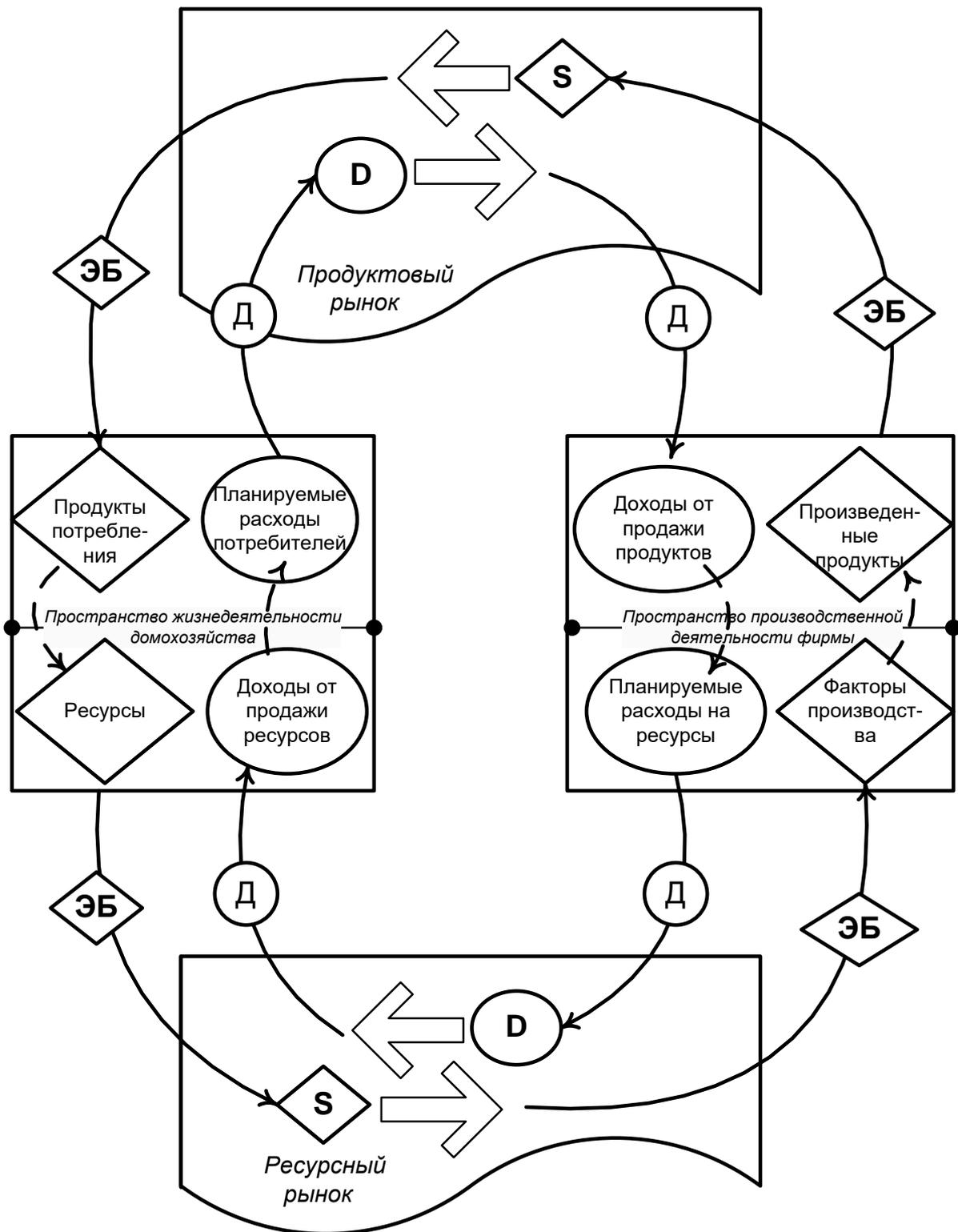


Рис. 5. Микроэкономическое устройство рыночной экономики: кругооборот экономических благ и кругооборот доходов и расходов

УСЛОЖНЕНИЕ ПРОСТЕЙШЕЙ МОДЕЛИ УСТРОЙСТВА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ – сопоставление товарных и денежных потоков с последующей проблематизацией.

ПРОБЛЕМА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О РАСПРЕДЕЛЕНИИ ДОХОДА ДОМОХОЗЯЙСТВАМИ-ПОТРЕБИТЕЛЯМИ – выбор между текущим и будущим потреблением. Проявляется в распределении текущего дохода на потребление и сбережение и последующем сокращении спроса на продуктовых рынках.

ПРОБЛЕМА НЕДОПОЛУЧЕНИЯ ДОХОДОВ ФИРМАМИ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ – невозможность планового воспроизводства деятельности по созданию благ. Проявляется в нехватке денежных средств на покупку факторов производства.

ИДЕЯ СНЯТИЯ ПРОБЛЕМЫ ФИРМ – решение фирм привлечь сбережения домохозяйств в качестве инвестиционных средств.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ С УЧЕТОМ СБЕРЕЖЕНИЙ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ – уточненная модель путем включения в нее:

- новой роли домохозяйства внутри собственного пространства деятельности – сберегатель;
- новой роли фирмы внутри собственного пространства деятельности – потребитель инвестиционных средств;
- нового типа рынка – финансового рынка;
- новых ролей домохозяйства и фирмы в пространстве финансового рынка соответственно: поставщик инвестиционных средств (формирует предложение инвестиционных средств) и заемщик (формирует спрос на инвестиционные средства).
- новых функционарных потоков:
 - ✓ сбережения → предложение инвестиционных средств → заемные инвестиционные средства;
 - ✓ *встречный поток*: расходы на инвестиционные средства → доходы от предложения инвестиционных средств.

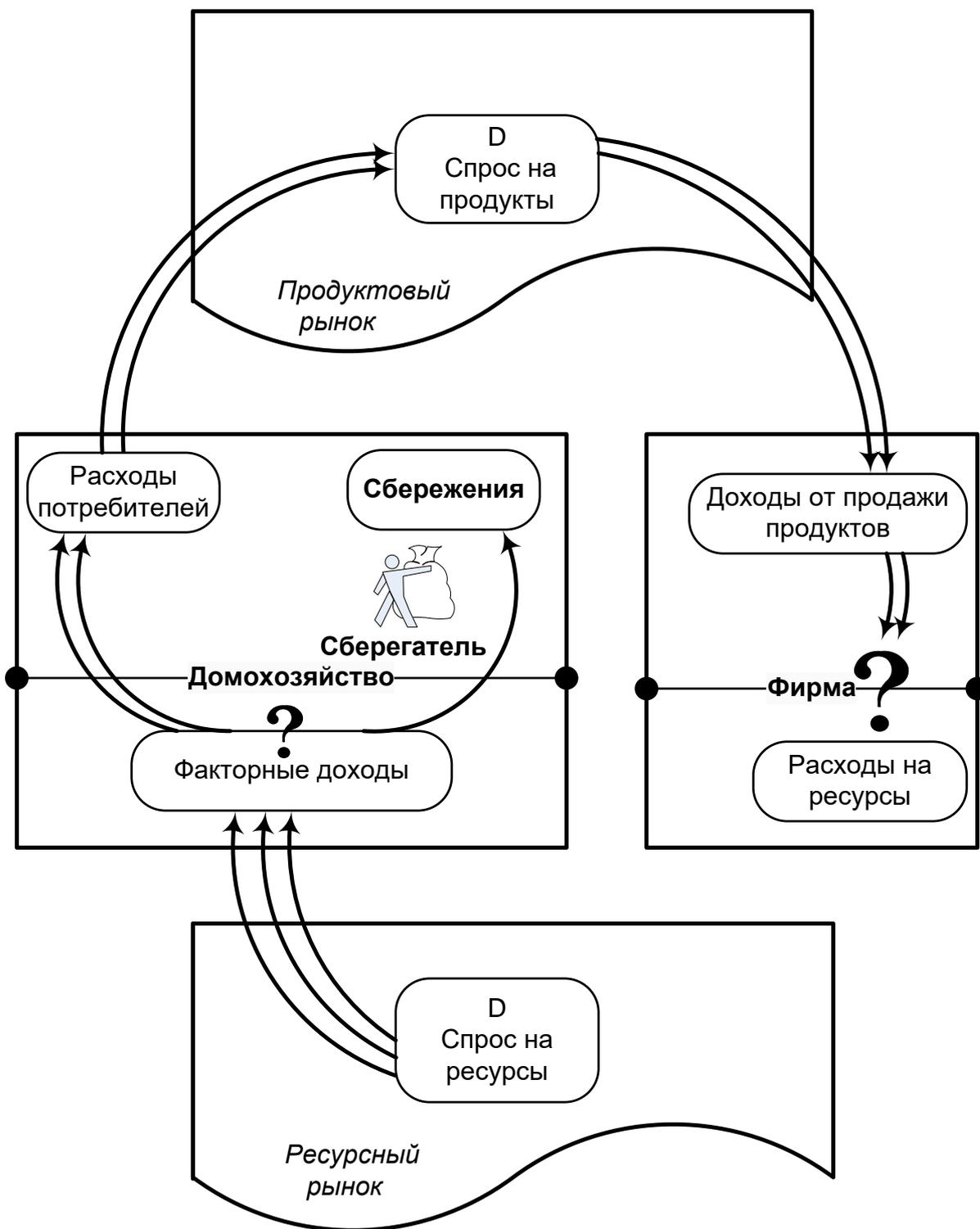


Рис. 6. Проблема принятия решения домохозяйствами-потребителями о распределении дохода и проблема недополучения доходов фирмами-производителями

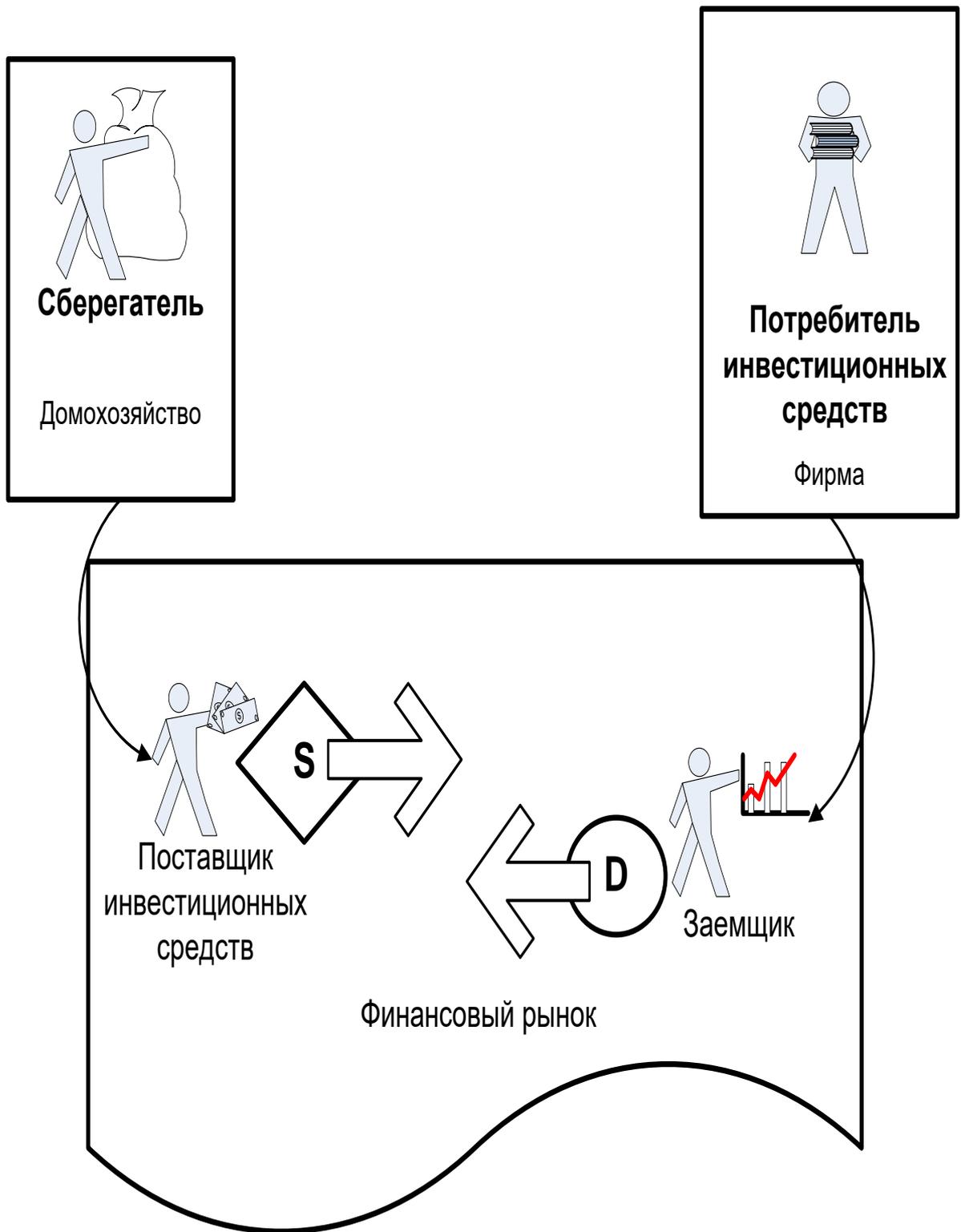


Рис. 7. Экономические роли домашнего хозяйства и фирмы с учетом функционирования финансового рынка

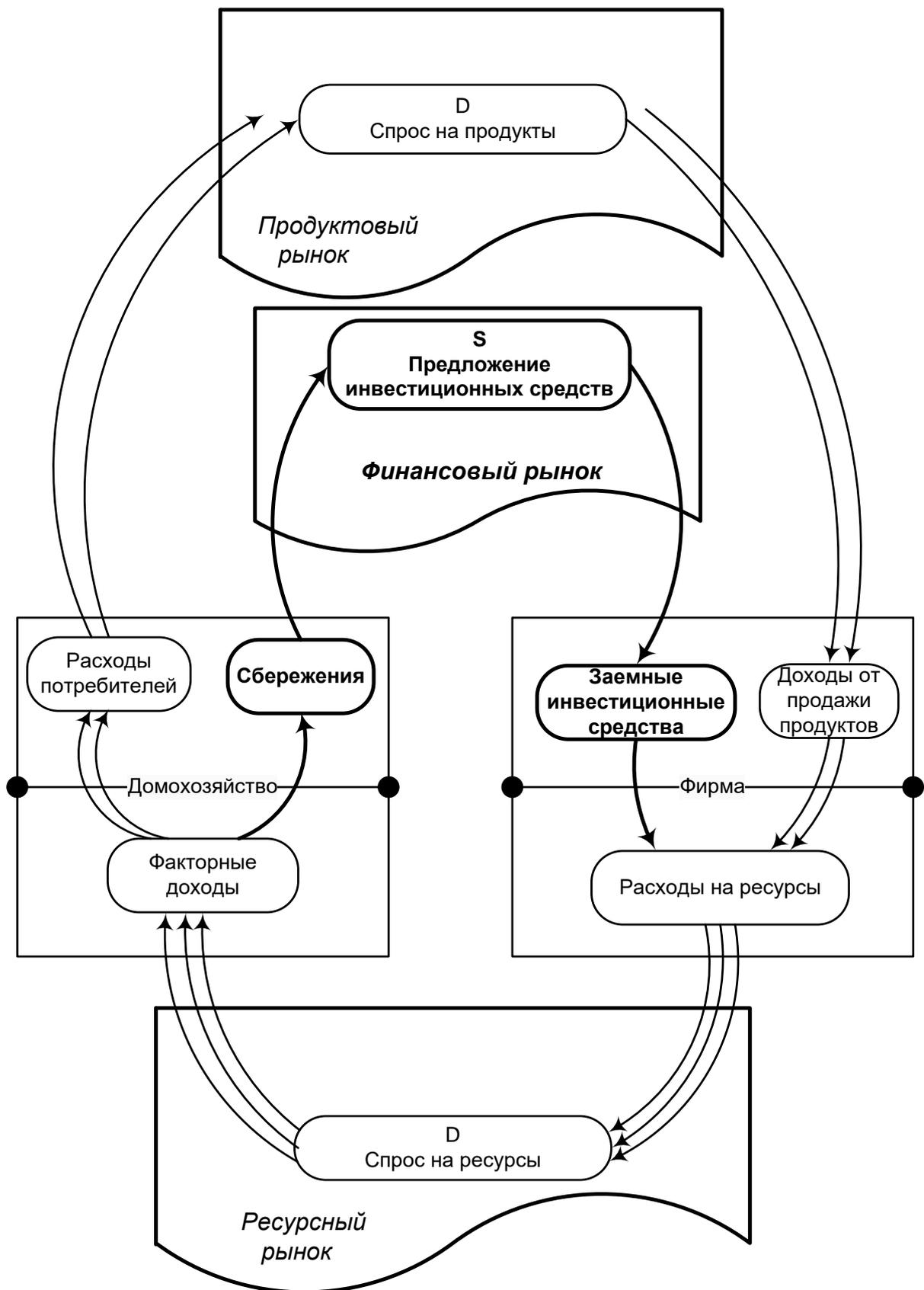


Рис. 8. Новые потоки, связанные с предложением инвестиционных средств

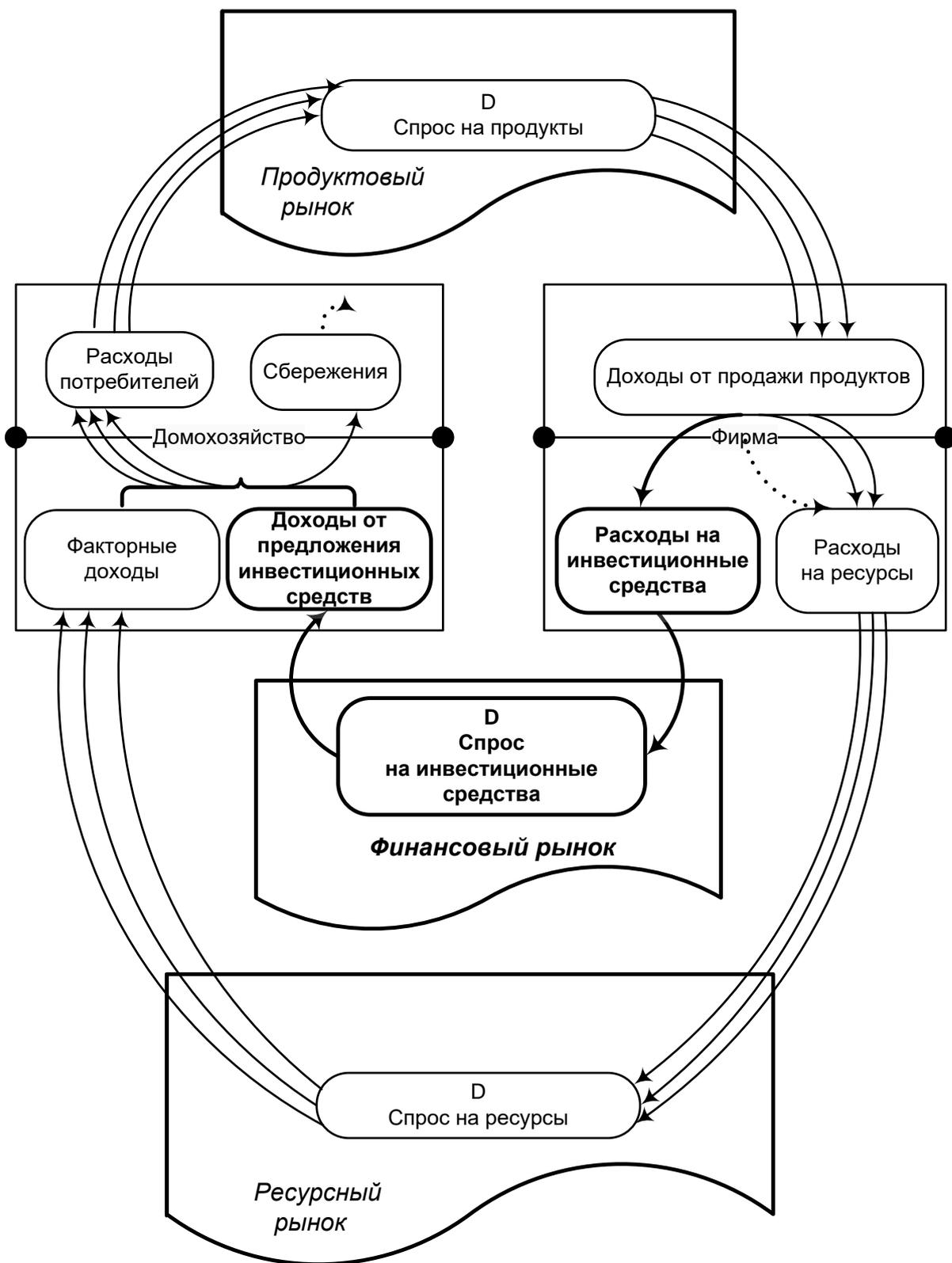


Рис. 9. Новые потоки, связанные со спросом на инвестиционные средства

ГОСУДАРСТВО КАК МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ СУБЪЕКТ

Как собственник, потребитель и производитель благ осуществляет соответствующую деятельность в интересах достижения своих целей.

Как структурно организованный субъект (законодательная и исполнительная власть с их структурой), каждое звено которого реализует социально предписанный, но субъективно оформленный интерес, государство влияет на поведение других частных экономических субъектов.

Как специфический субъект обеспечивает домохозяйствам и фирмам социально-экономические условия в виде упорядоченного пространства для принятия хозяйственных решений и получения доходов. Для осуществления данной деятельности формирует бюджет через изъятие части доходов фирм и домохозяйств. Тем самым государство оказывает влияние на решения экономических субъектов.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ С УЧЕТОМ ГОСУДАРСТВА КАК ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА – уточненная модель путем включения в нее:

- государства (правительства) как специфического микроэкономического субъекта;
- основных функционарных потоков, отражающих взаимодействие государства с домохозяйствами и фирмами:
- от фирм и домохозяйств к государству – налоговые потоки;
 - ✓ от государства домохозяйствам – трансфертные потоки;
 - ✓ от государства к фирмам – субсидийные потоки;
 - ✓ от государства на товарные рынки – поток государственных закупок.

В микроэкономике налог, трансферт, субсидия рассматриваются как факторы, влияющие на поведение экономических субъектов, а, следовательно, на формирование спроса и предложения.

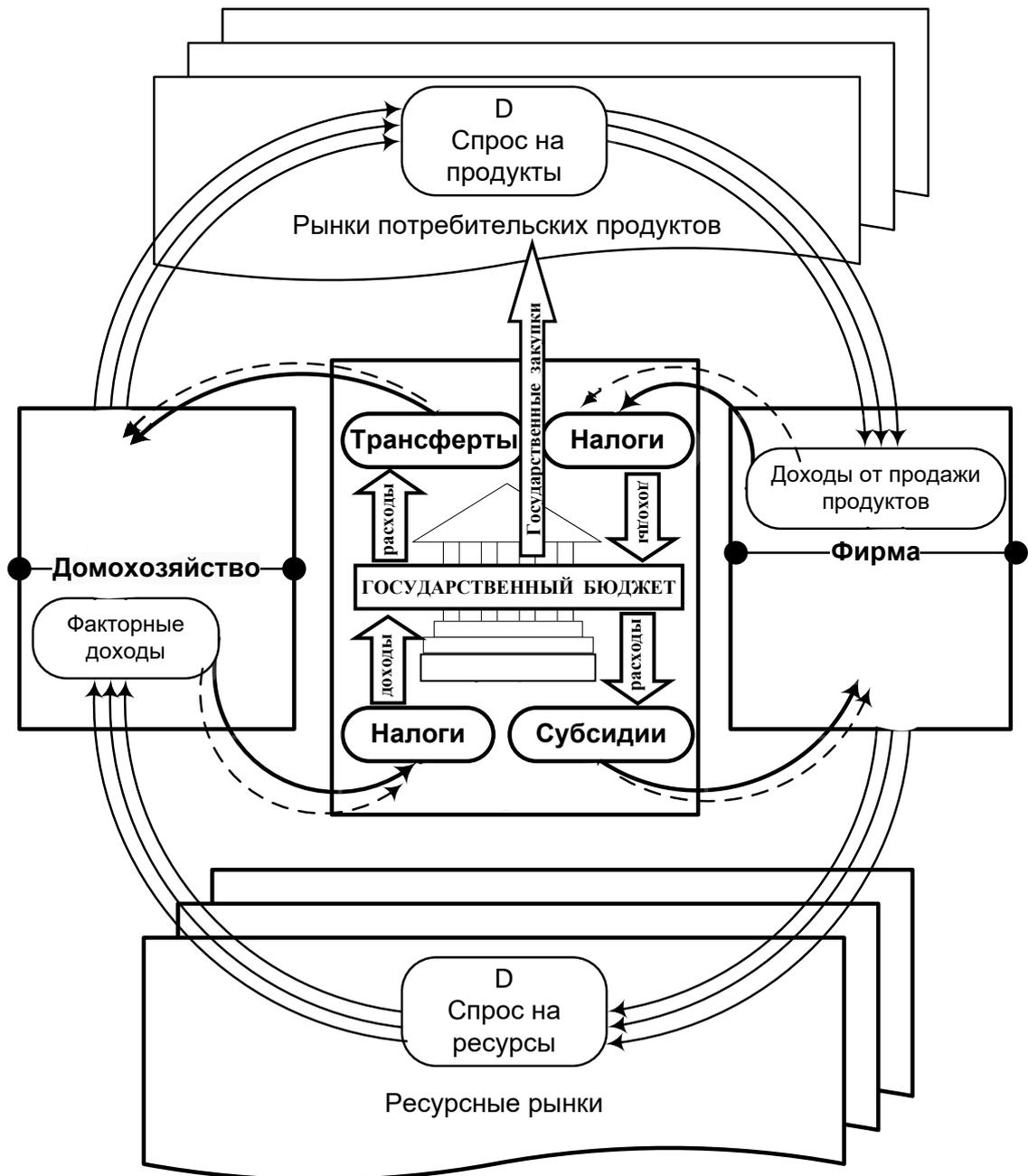
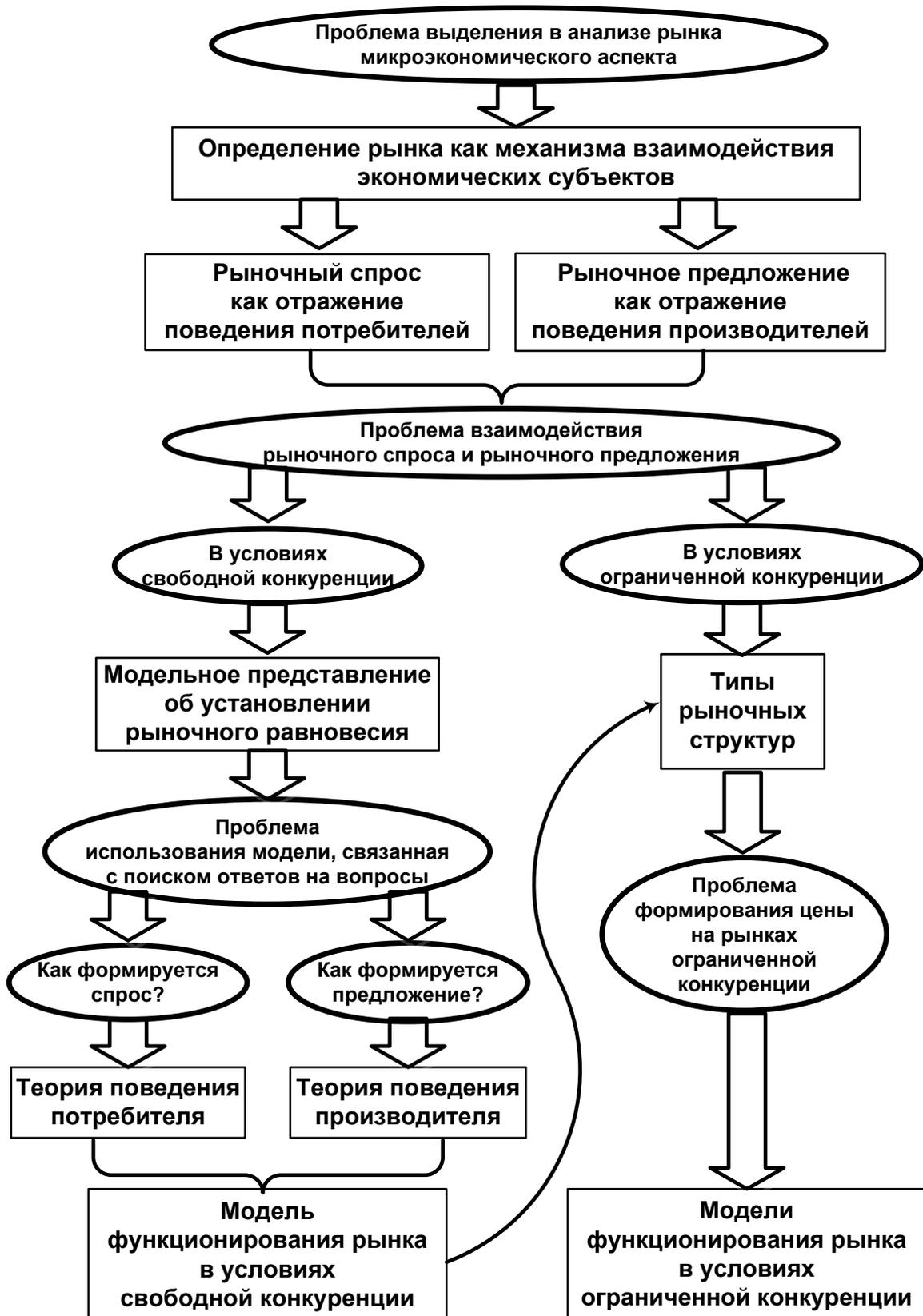


Рис. 10. Микроэкономическое устройство рыночной экономики с учетом государства как экономического субъекта

Раздел II. МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕОРИИ РЫНКА

НАВИГАТОР



NB

Микроэкономический анализ рынка предполагает его исследование как механизма реализации экономическими субъектами своих решений, т.е. как механизма взаимодействия продавцов и покупателей блага, позволяющего посредством цен согласовывать их действия.

Такой подход к исследованию функционирования рынка возможно реализовать при соблюдении определенной последовательности анализа.

Отправной точкой служит изучение микроэкономических основ функционирования рынка (раздел II).

Полученные знания в свою очередь становятся предпосылками анализа поведения потребителей (раздел III) и производителей (раздел IV).

Результаты исследования поведения экономических субъектов позволяют содержательно уточнить модель функционирования рынка (раздел V).

§1. РЫНОЧНЫЙ СПРОС

РЫНОК – система отношений обмена (купли – продажи).

РЫНОЧНЫЙ СПРОС – отражение решений потребителей о намерениях приобретения блага в зависимости от цены на данном рынке. В микроэкономическом анализе рассматривается как суммарный результат независимых решений отдельных потребителей.

Спрос потребителя (D) – отражение его решения о намерениях приобретения блага в зависимости от цены на данном рынке. Выражает зависимость между ценой блага на рынке (P) и количеством блага, которое потребитель желает и может – готов приобрести (Q_D).

ОБЪЕМ (ВЕЛИЧИНА) РЫНОЧНОГО СПРОСА (Q_D) – количество блага, которое потребители готовы приобрести по определенной цене за единицу блага, сложившейся на рынке в данный период времени, при прочих равных условиях.

ЦЕНА РЫНОЧНОГО СПРОСА (P_D) – цена, которую потребители готовы заплатить за данное количество блага на рынке в данный период времени при прочих равных условиях.

ЗАКОН СПРОСА – между уровнем цены блага и величиной спроса на него существует обратная (отрицательная) зависимость при прочих равных условиях.

ФУНКЦИЯ СПРОСА – функция, определяющая величину спроса на благо в зависимости от влияющих на него различных факторов.

ФАКТОРЫ СПРОСА – факторы, влияющие на изменение спроса.

Принято разделять на две группы – ценовой фактор и неценовые факторы.

- *Ценовой фактор* – на изменение величины спроса влияет изменение цены данного блага на рынке.

$$(Q_D) = f(P), \text{ где}$$

Q_D – величина спроса (общий объем спроса);

P – цена за единицу данного блага на рынке.

- *Неценовые факторы* – на изменение спроса влияют цены других благ [субститутов (заменяющих) и комплиментарных (дополняющих) благ]; доходы потребителей; вкусы, предпочтения, мода; потребительские ожидания (ценовые, дефицитные); количество покупателей; экономическая политика государства.

$$(Q_D) = f(I; Z; W; P_{sub}; P_{com}; N; B), \text{ где}$$

Q_D – величина спроса (общий объем спроса);

I – доходы потребителей;

Z – изменение вкусов и предпочтений;

W – ожидания (ценовые, дефицитные);

P_{sub} – цены: субститутов;

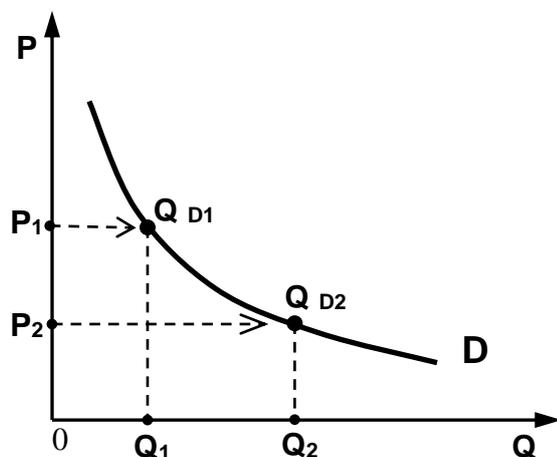
P_{com} – цены комплиментов;

N – количество покупателей;

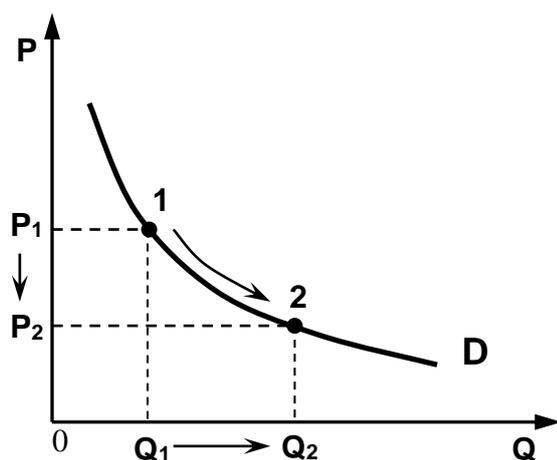
B – прочие факторы.

КРИВАЯ РЫНОЧНОГО СПРОСА – графическое отображение решений потребителей о намерениях приобретения блага в зависимости от цены на данном рынке.

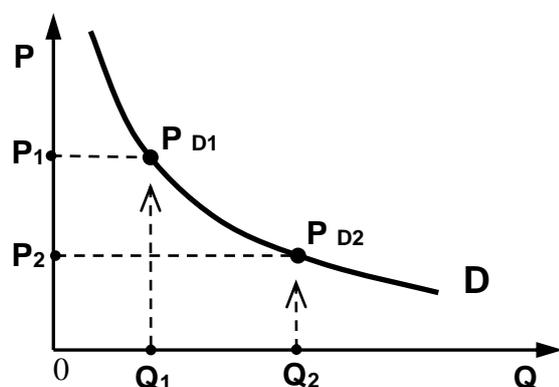
1. Геометрическое место точек, соответствующих объемам спроса потребителей:



2. Отражение закона спроса:



3. Геометрическое место точек, соответствующих ценам спроса потребителей:

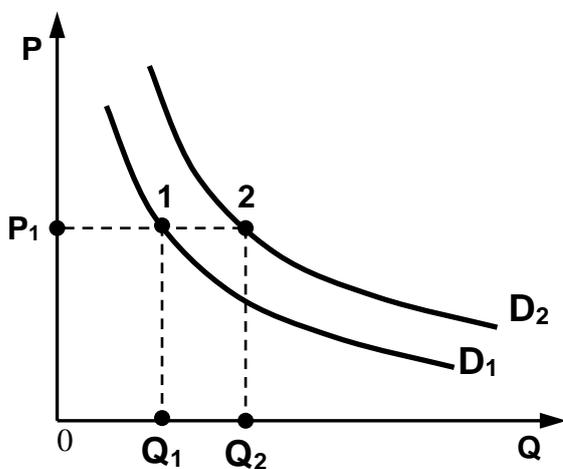
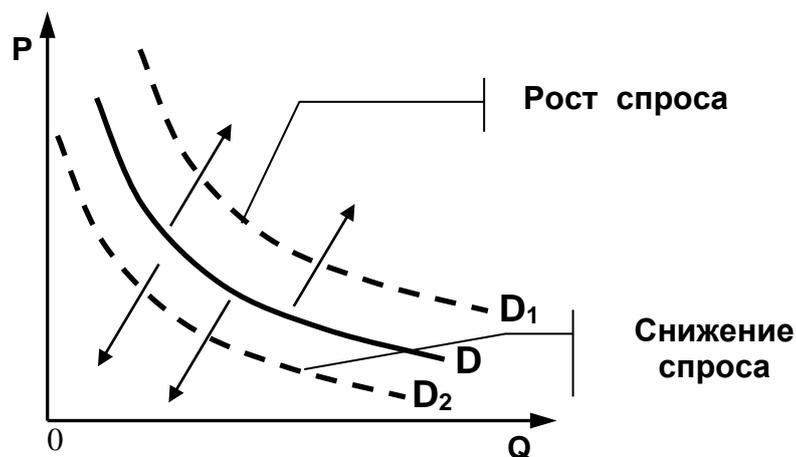


ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРИВОЙ СПРОСА ДЛЯ ГРАФИЧЕСКОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ СПРОСА

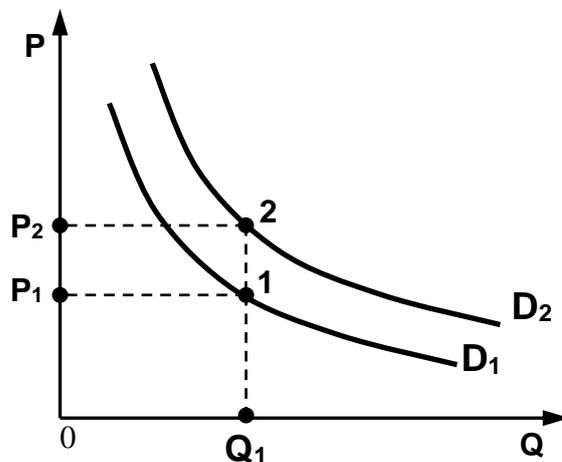
1. Влияние ценового фактора – движение по кривой спроса:



2. Влияние неценовых факторов – сдвиг кривой спроса:



Изменение объема спроса при сдвиге кривой спроса



Изменение цены спроса при сдвиге кривой спроса

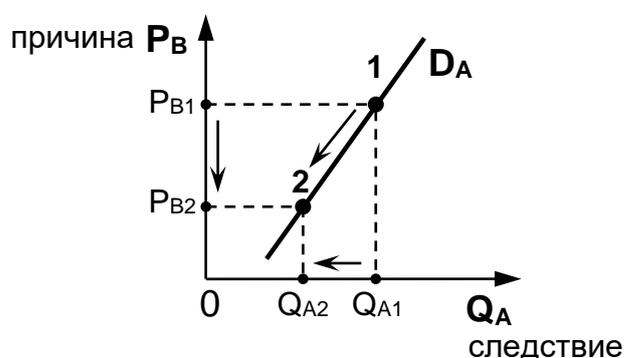
2.1. Влияние изменения цены сопряженных и нейтрального благ

Обозначения:

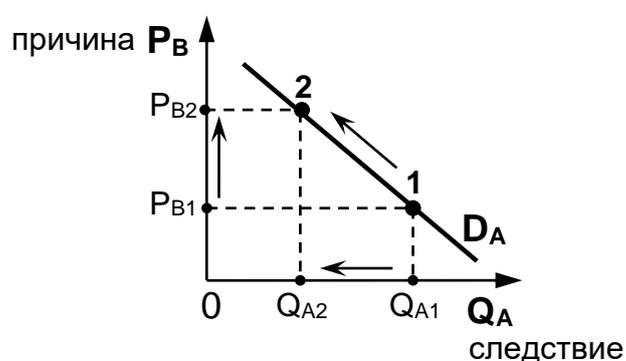
- Блага: **A** и **B**; соответственно цены благ: **P_A** и **P_B**.
- Количество блага A: **Q_A**.

Допущение 1:

- Блага A и B являются сопряженными;
- **P_A** – постоянная величина; **P_B** – переменная величина.



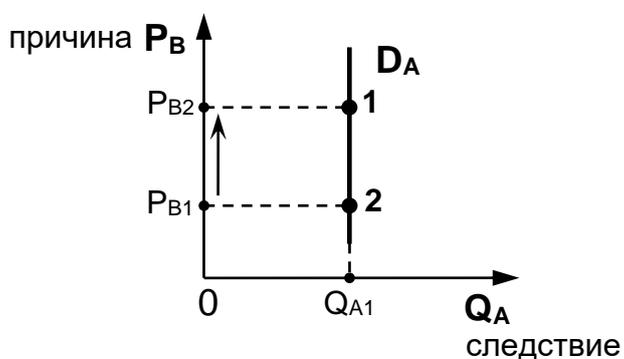
Влияние изменения
цены блага-субститута



Влияние изменения
цены блага-комплемента

Допущение 2:

- Блага A и B являются нейтральными.
- **P_A** – постоянная величина; **P_B** – переменная величина.



Влияние изменения
цены нейтрального блага

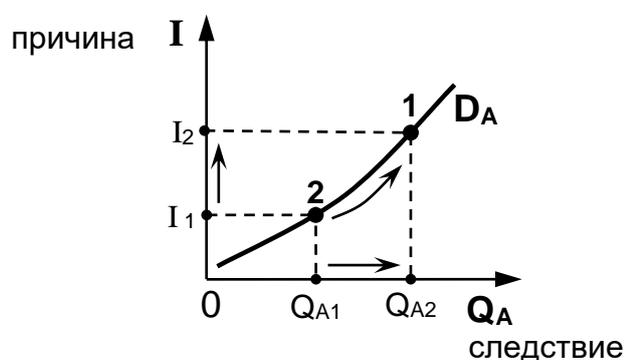
2.2. Влияние изменения потребительских доходов

Обозначения:

- Благо А, соответственно количество блага – Q_A ;
- I – потребительские доходы.

Допущения:

- I – переменная величина.
- Остальные факторы спроса неизменны.
- Рассматривается наиболее типичная зависимость рыночного спроса на благо от дохода. Зависимости спроса отдельных потребителей от дохода не рассматриваются, т.к. предполагают анализ оценки ими полезности конкретного блага.



Прямая зависимость спроса на благо А
от роста доходов потребителей

ВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО ЗАКОНА СПРОСА – ответная реакция величины спроса на изменение цены является временным процессом.

Между изменением цены и масштабом реакции на него величины спроса существует прямая зависимость во временном пространстве: чем продолжительнее временной период, тем сильнее изменяется величина спроса под влиянием новой цены.

ПРОБЛЕМА ИЗМЕРЕНИЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ СПРОСА – связана с разной степенью реагирования спроса на воздействие ценового и неценовых факторов.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ – степень реагирования одной переменной величины в ответ на изменение другой.

КОЭФФИЦИЕНТ ЭЛАСТИЧНОСТИ – числовой показатель, выражающий процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ – характеристика степени изменения объема спроса в ответ на изменение рыночной цены блага.

Выражается коэффициентом:

$$E_P^D = \frac{\text{процентное изменение объема спроса}}{\text{процентное изменение цены}} .$$

Таблица 1

Виды эластичности спроса по цене		
Вид эластичности спроса по цене	Коэффициент эластичности E_P^D	Содержательная трактовка коэффициента эластичности
Совершенная неэластичность.	$E_P^D = 0$	Объем спроса абсолютно не меняется (постоянен) при изменении цены.
Неэластичность.	$E_P^D < 1$	Объем спроса изменяется в меньшей степени, чем цена.
Единичная эластичность.	$E_P^D = 1$	Объем спроса изменяется в той же степени, что и цена.
Эластичность.	$E_P^D > 1$	Объем спроса изменяется в большей степени, чем цена.
Совершенная эластичность.	$E_P^D = \infty$	Объем спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены.

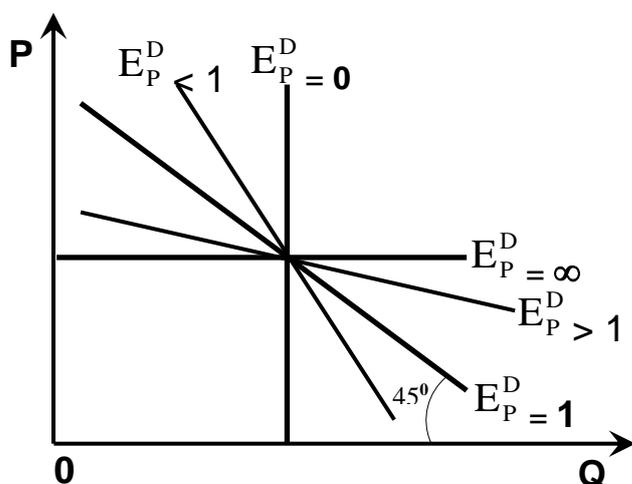


Рис. 11. Графическая интерпретация видов эластичности спроса по цене

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ – характеристика степени изменения объема спроса в ответ на изменение дохода.

Выражается коэффициентом:

$$E_I^D = \frac{\text{процентное изменение объема спроса}}{\text{процентное изменение дохода}}.$$

Таблица 2

Виды эластичности спроса по доходу			
Вид эластичности спроса по доходу	Коэффициент эластичности E_I^D	Содержательная трактовка коэффициента	Тип блага
Положительная эластичность.	$E_I^D > 0$	Увеличение дохода (при прочих равных условиях) сопровождается ростом объема спроса.	Качественные нормальные блага (полноценные блага).
	$0 < E_I^D < 1$		Блага первой необходимости (хлеб, молоко).
	$E_I^D \approx 1$		Необходимые блага длительного пользования (одежда, обувь).
	$E_I^D > 1$		Блага длительного пользования или предмет роскоши.
Нулевая эластичность.	$E_I^D = 0$	Объем спроса нечувствителен к изменению дохода.	Блага первой необходимости.
Отрицательная эластичность.	$E_I^D < 0$	Сокращение объема спроса с увеличением дохода.	Блага низшей категории (неполноценные блага).

ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ – характеристика степени изменения объема спроса на одно благо в зависимости от изменения цены на другое благо;

Выражается формулой:

$$E_{Q_x/P_y}^D = \frac{\text{процентное изменение объема спроса спрашиваемого блага}}{\text{процентное изменение цены другого блага}}.$$

Таблица 3

Виды перекрестной (взаимной) эластичности спроса по цене			
Вид перекрестной эластичности	Коэффициент эластичности E_{Q_x/P_y}^D	Содержательная трактовка коэффициента	Тип блага
Положительная перекрестная эластичность.	$E_{Q_x/P_y}^D > 0$	Рост цены на одно благо влечет рост спроса на другое благо.	Взаимозаменяемые блага (субституты).
Отрицательная перекрестная эластичность.	$E_{Q_x/P_y}^D < 0$	Рост цены на одно благо влечет сокращение спроса на другое благо.	Взаимодополняемые блага (комплименты).
Нулевая перекрестная эластичность.	$E_{Q_x/P_y}^D = 0$	Изменение цены одного блага не сказывается на спросе на другое благо.	Независимые блага (нейтральные).

МЕТОДЫ ВЫЧИСЛЕНИЯ ЭЛАСТИЧНОСТИ – выделим два метода вычисления эластичности: в точке и по дуге.

Точечная эластичность спроса – изменение величины спроса при бесконечно малом изменении цены; может быть определена путем проведения касательной к кривой спроса; значение обратно пропорционально тангенсу угла наклона этой касательной.

Дуговая эластичность – определяется как средняя эластичность, или эластичность в середине хорды, соединяющей две точки кривой спроса.

Математически выражается:

$$\varepsilon = \frac{Q_1 - Q_0}{P_1 - P_0} \cdot \frac{P_1 + P_0}{Q_1 + Q_0}, \text{ где}$$

P_0 – начальная цена, Q_0 – начальный объем спроса;

P_1 – новая цена, Q_1 – новый объем спроса.

ФАКТОРЫ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА – факторы, которые влияют на чувствительность спроса:

- количество заменителей данного товара: чем больше хороших заменителей, тем выше эластичность.
- значимость блага для потребителей – товар первой необходимости, предмет роскоши и др.;
- удельный вес данного товара в доходах и расходах потребителей: чем выше доля товара в доходе, тем выше эластичность;
- время, имеющееся в распоряжении потребителей: чем больше у покупателей времени, тем выше эластичность спроса.

§2. РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ – отражение решений производителей о намерениях произвести и поставить блага на данный рынок в зависимости от цены. В микроэкономическом анализе рассматривается как суммарный результат независимых решений отдельных производителей.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (S) – отражение его решения о намерениях произвести и поставить блага на данный рынок в зависимости от цены. Выражает зависимость между ценой блага на рынке (P) и количеством блага, которое производитель хочет и в состоянии – готов произвести и поставить на рынок (Q_S).

ОБЪЕМ (ВЕЛИЧИНА) РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (Q_S) – количество блага, которое производители готовы произвести и поставить на рынок по определенной цене в данный период времени при прочих равных условиях.

ЦЕНА РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (P_S) – цена, по которой производители готовы поставить на рынок данное количество блага в данный период времени при прочих равных условиях.

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ – величина предложения блага находится в прямой (положительной) зависимости от динамики его цены при прочих равных условиях.

ФУНКЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ – зависимость величины предложения блага от влияющих на него факторов

ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ – факторы, влияющие на изменение предложения. Принято разделять на две группы – ценовой фактор и неценовые факторы.

- *Ценовой фактор* – на изменение величины предложения влияет изменение цены данного блага на рынке.

$$(Q_s) = f(P), \text{ где}$$

Q_s – общий объем предложения;

P – цена за единицу данного блага на рынке.

- *Неценовые факторы* – на изменение предложения влияют цена ресурсов; технология; ценовые и дефицитные ожидания агентов рыночной экономики; размер налогов и субсидий; количество продавцов и др.

$$Q_s = f(P_r; k; T; N; B \dots), \text{ где } Q_s \text{ – общий объем предложения;}$$

P_r – цена ресурсов;

k – характер применяемой технологии;

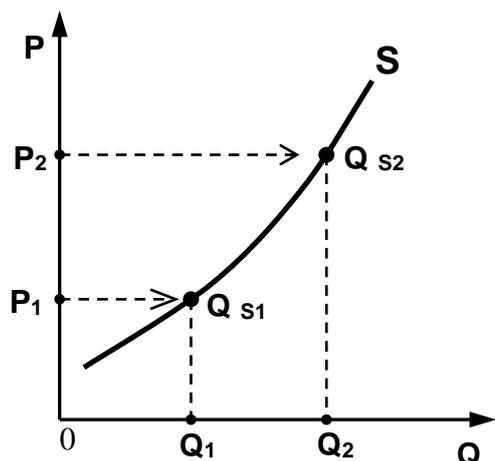
T – налоги и субсидии;

N – количество продавцов;

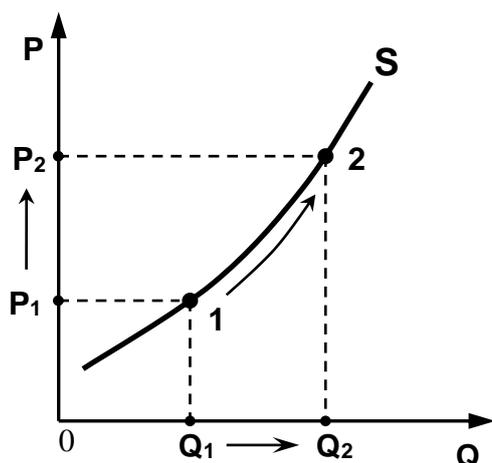
$B \dots$ – прочие факторы.

КРИВАЯ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ – графическое отображение решений производителей о намерениях произвести и поставить блага на данный рынок в зависимости от цены.

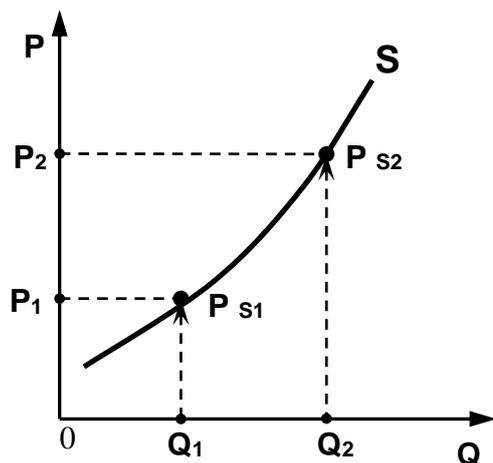
1. Геометрическое место точек, соответствующих объему предложения:



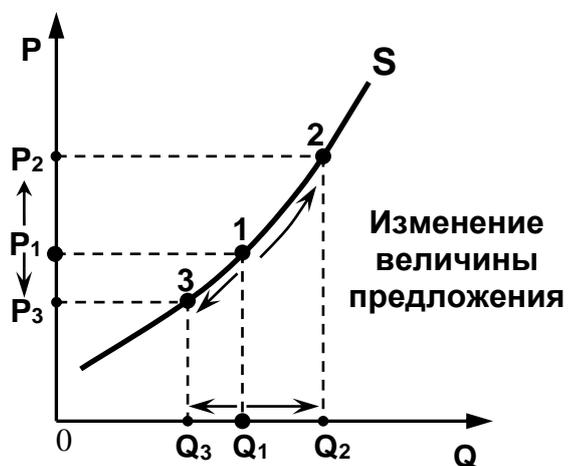
2. Отражение закона предложения:



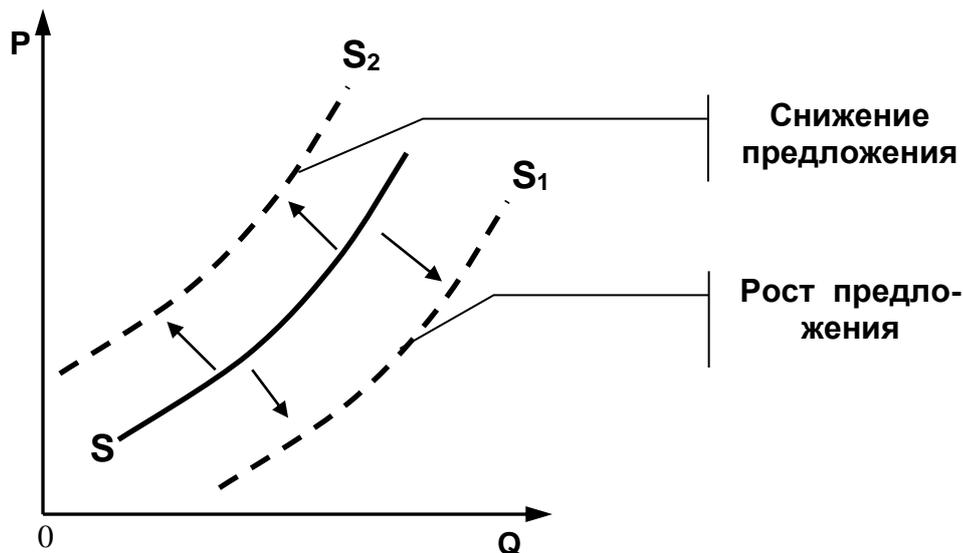
3. Геометрическое место точек, соответствующих цене предложения:



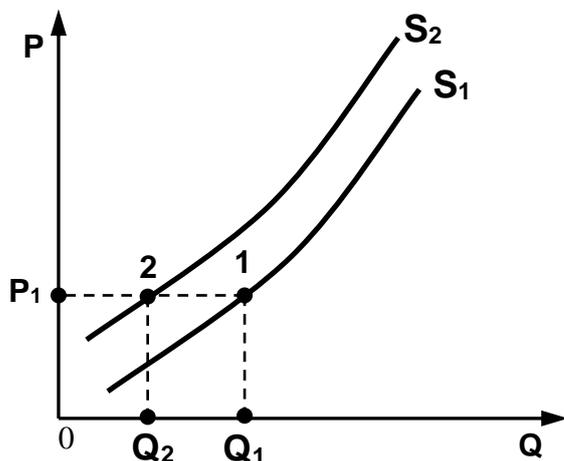
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРИВОЙ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ГРАФИЧЕСКОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ПРЕДЛОЖЕНИЯ



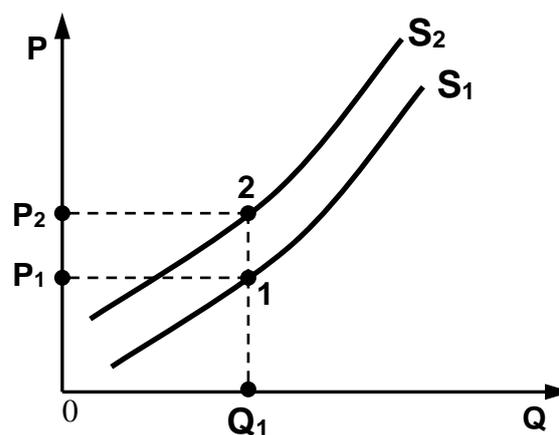
Влияние ценового фактора – движение по кривой предложения



Влияние неценовых факторов – сдвиг кривой предложения



Изменение объема предложения при сдвиге линии предложения



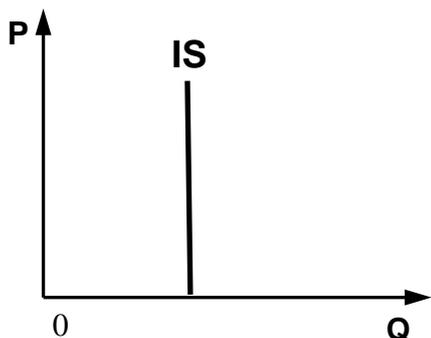
Изменение цены предложения при сдвиге кривой предложения

ВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО ЗАКОНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ

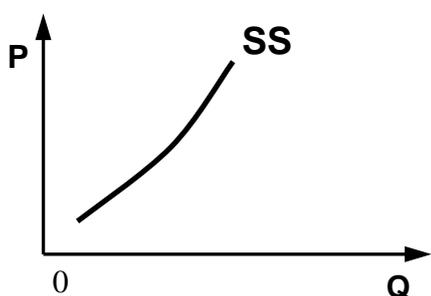
– ответная реакция величины предложения на изменение цены является временным процессом.

Выделяют текущий, короткий и долгий периоды предложения. Критерием для различения служит длительность периода, в течение которого производители имеют возможность приспособливать объем предложения к изменению цены.

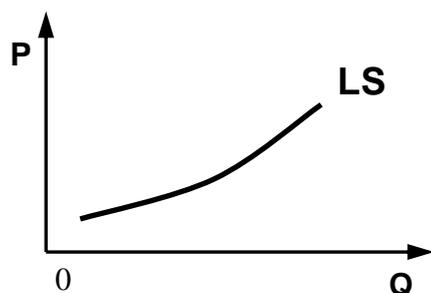
Текущий период предложения – период времени, в течение которого производители не могут приспособиться к изменению уровня цен:



Короткий период предложения – период времени, в течение которого производители не успевают в полной мере приспособиться к изменению уровня цен:



Долгосрочный период предложения – период времени, достаточный для того, чтобы производители могли полностью приспособиться к изменению цен:



ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ –

характеристика степени изменения объема предложения в ответ на изменение рыночной цены блага.

Выражается коэффициентом

$$E_P^S = \frac{\text{процентное изменение объема предложения}}{\text{процентное изменение цен}}.$$

Виды эластичности предложения по цене			
Вид эластичности	Коэффициент эластичности E_p^S	Содержательная трактовка коэффициента	Временной период
Абсолютная неэластичность.	$E_p^S = 0$	Объем предложения абсолютно не меняется (постоянен) при изменении цены.	Текущий период.
Неэластичность.	$E_p^S < 1$	Объем предложения изменяется на меньший процент, чем цена.	Короткий период.
Эластичность.	$E_p^S > 1$	Объем предложения изменяется на больший процент, чем цена.	Долгосрочный период.
Совершенная эластичность.	$E_p^S = \infty$	Объем предложения изменяется бесконечно при малом изменении цены.	Долгий период.

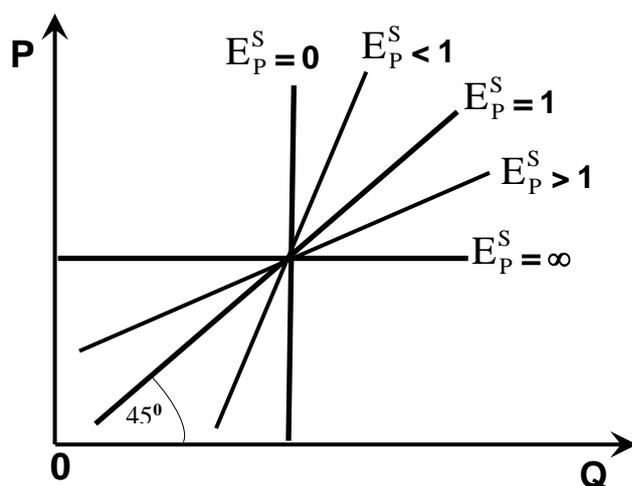


Рис.12. Графическая интерпретация видов эластичности предложения по цене

§3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЕ – механизм согласования интересов продавцов и покупателей на рынке. Результатом является образование рыночной цены на данное благо.

ТРАНСАКЦИЯ – соглашение об обмене в условиях рынка, потребовавшее определенных дополнительных условий (сделка).

ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ – затраты материальных ресурсов и времени, возникающие в связи с использованием экономическими субъектами механизма обмена для осуществления принятых решений.

Включают в себя: издержки сбора и обработки информации, издержки проведения переговоров и принятия решения, издержки контроля и юридической защиты.

Введены в экономическую теорию Р. Коузом¹. В базовых микроэкономических моделях по допущению равны нулю.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА КЛАССИЧЕСКОМ РЫНКЕ – процесс принятия совместного решения в условиях свободной конкуренции между продавцами и покупателями.

Классический рынок – рынок свободной конкуренции характеризуется следующими признаками:

1. Большое число продавцов и покупателей с незначительной долей продаж / покупок в общем объеме продукции, представленной на рынке.
2. Однородность продукции: продукты, предлагаемые фирмами, идентичные (унифицированные, стандартные) и взаимозаменяемые.
3. Абсолютная мобильность движения ресурсов, свободный вход и выход с рынка (отсутствие барьеров).
4. Информация о состоянии рынка распространяется среди субъектов рынка мгновенно и ничего не стоит.

¹ Рональд Коуз (1913 – 2013) – американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике 1991 г.

5. Отдельные продавцы и покупатели не могут воздействовать на рыночную цену.

РАВНОВЕСИЕ – некоторое состояние стабильности под воздействием равных противоположных сил; состояние, при котором нет факторов, вызывающих изменение ситуации.

РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ – состояние рынка, при котором достигается компромисс интересов покупателей/потребителей и продавцов/производителей. Установление равновесной цены и равновесного объема.

Равновесная цена (P_E) – цена на рынке, при которой уравниваются объем спроса и объем предложения в результате действия конкурентных сил.

Равновесный объем (Q_E) – количество блага на рынке, уравнивающее цену спроса и цену предложения в результате действия конкурентных сил.

ПРОБЛЕМА ДОСТИЖЕНИЯ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – возможность (достижимость) или невозможность (недостижимость) полного согласования на рынке интересов продавцов и покупателей.

ВАРИАНТЫ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – варианты установления на рынке сочетания «цена блага – количество блага» для каждого данного периода времени.

В случае достижимости рыночного равновесия:

- *Единственность рыночного равновесия* – способность рынка обеспечить единственного равновесного сочетания «цена блага – количество блага» для каждого данного периода.

- *Неединственность рыночного равновесия* – способность рынка обеспечить два и более (множество) равновесных сочетаний «цена блага – количество блага» для каждого данного периода.

Например, установление равновесного объема в диапазоне рыночных цен, или установление равновесной цены в диапазоне рыночных объемов блага.

В случае недостижимости рыночного равновесия рынок не способен обеспечить хотя бы единственное равновесное сочетание «цена блага – количество блага» для каждого данного периода.

МОДЕЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ УСТАНОВЛЕНИИ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – теоретическое объяснение

механизма установления рыночного равновесия в условиях классического рынка (свободной конкуренции), включая графическую интерпретацию.

СТАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – теоретическая конструкция установления рыночного равновесия без учета фактора времени.

ДОПУЩЕНИЯ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ:

1. Достижимость рыночного равновесия.
2. Единственность рыночного равновесия.

ЭТАПЫ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ:

1. Совмещение моделей рыночного спроса и рыночного предложения в едином пространстве анализа. При графической интерпретации – наложение кривых рыночного спроса и рыночного предложения в единой системе координат: «цена единицы блага на рынке» – «объем блага на рынке».

2. Обозначение ситуации единственного рыночного равновесия. При графической интерпретации – обозначение точки пересечения кривых рыночного спроса и рыночного предложения, выявление ее экономического смысла.

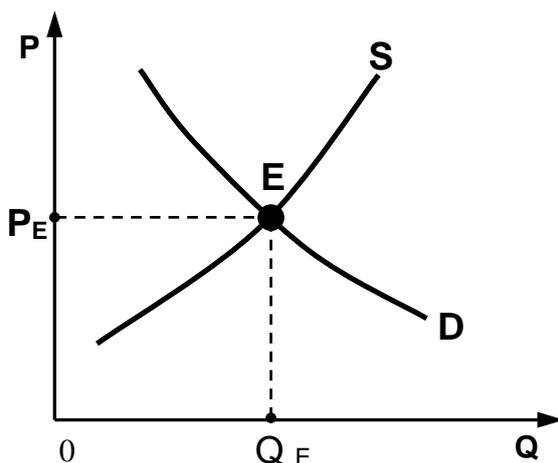


Рис. 13. Графическая интерпретация ситуации равновесия на рынке

3. Использование модели для иллюстрации неравновесных рыночных ситуаций.

«ИЗБЫТОК ПРЕДЛОЖЕНИЯ» – превышение объема предложения блага в сравнении с объемом спроса на него при существующей рыночной цене.

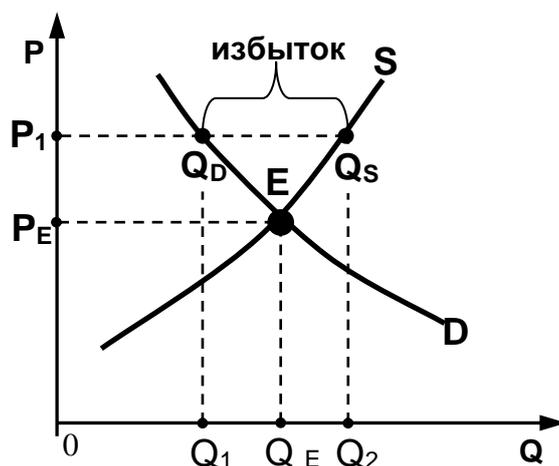


Рис. 14. Графическая интерпретация ситуации избытка предложения на рынке

ДЕФИЦИТ («ИЗБЫТОК СПРОСА») – превышение объема спроса блага в сравнении с объемом его предложения при существующей рыночной цене.

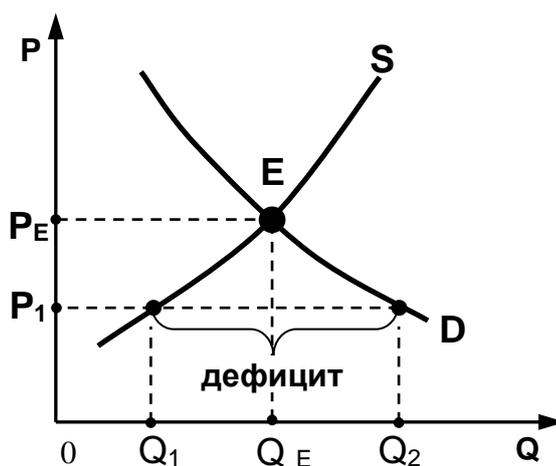


Рис.15. Графическая интерпретация ситуации дефицита на рынке

4. Использование модели для иллюстрации вариантов равновесия на рынке

1) *Графическая иллюстрация недостижимости рыночного равновесия*

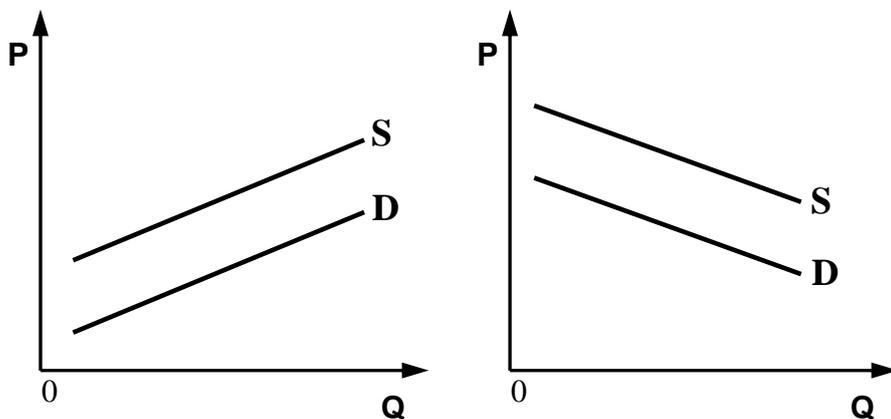


Рис. 16. Несформированный рынок

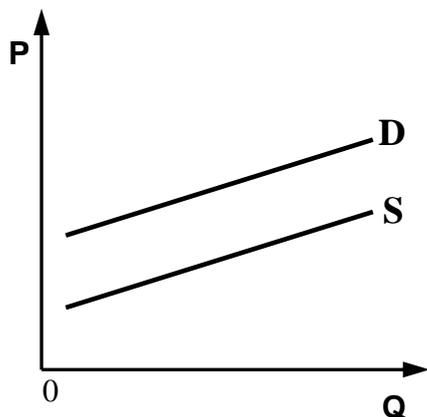
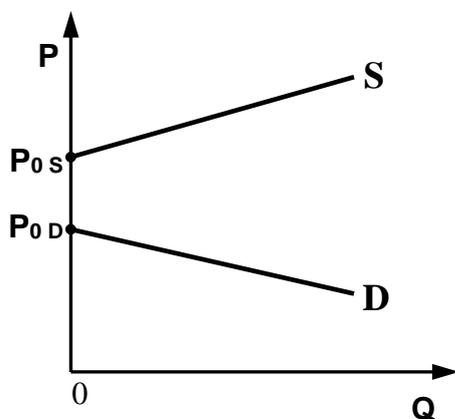
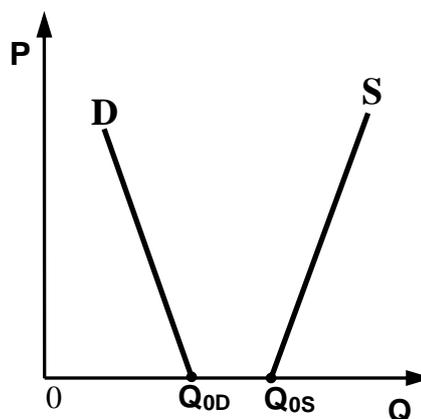


Рис. 17. Случайные цены

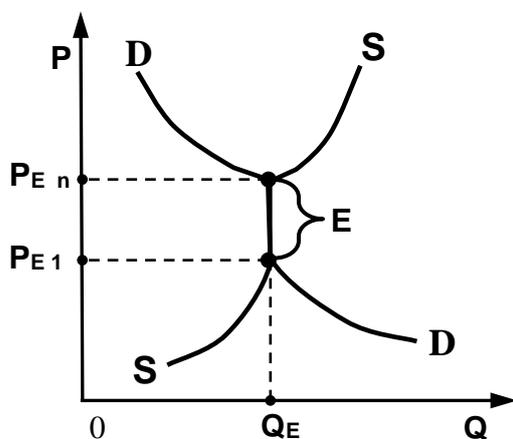


Цена предложения превышает цену спроса при любом неотрицательном объеме

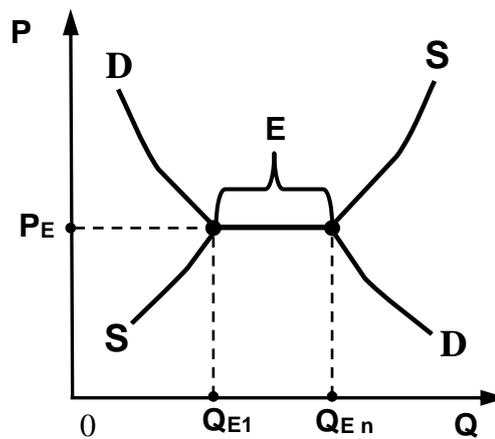


Объем предложения превышает объем спроса при любой неотрицательной цене

2) *Графическая иллюстрация неединственности рыночного равновесия.*

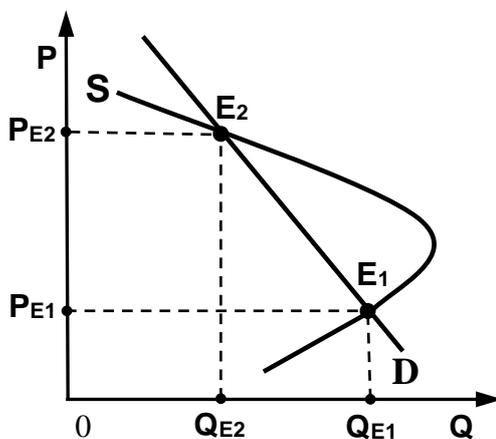


Равновесие достигается при любой цене на отрезке $P_{E_1} - P_{E_n}$ и равновесном объеме Q_E



Равновесие достигается при любом объеме на отрезке $Q_{E_1} - Q_{E_n}$ и равновесной цене P_E

Рис. 18. Кривые спроса и предложения имеют общий отрезок



Два сочетания «цена-объем», при которых достигается рыночное равновесие

Рис. 19. Кривые спроса и предложения имеют две общие точки E_1 и E_2 (точки равновесия)

P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

Проблема использования модели для объяснения механизма установления рыночного равновесия.

Осознанное и продуктивное использование модели возможно при условии понимания механизмов формирования рыночного спроса потребителей и рыночного предложения производителей. Необходимо получение ответов на вопросы: 1) Как принимают рыночные решения потребители?

2) Как принимают рыночные решения производители?

§ 4. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

NB

ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ – ограничение свободной конкуренции монополией в той или иной мере модифицирует механизм функционирования рынка. Это в свою очередь требует определения моделей рынка по критерию ограничения свободной конкуренции.

Рыночная власть – возможность экономических субъектов влиять на установление рыночной цены.

Конкуренция рассматривается как рассредоточение рыночной власти экономических субъектов, *монополия* – как ее сосредоточение в той или иной мере.

РЫНОЧНАЯ СТРУКТУРА – модель рынка, построенная по следующим критериальным признакам:

1. Количество покупателей и продавцов на рынке и их доля в объеме покупаемого и продаваемого товара.
2. Тип продукта.
3. Условия входа на рынок и выхода с рынка.
4. Доступность рыночной информации.

5. Степень влияния экономических субъектов на рыночную цену.

Типы рыночных структур – основные модели рынков, различающиеся по критериальным признакам и выражающие различную степень ограниченности конкуренции.

Выделяют: совершенную конкуренцию и ограниченную (несовершенную) конкуренцию.

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ – тип рыночной структуры, соответствующий рынку свободной конкуренции в развитом виде¹. Является базовой моделью для определения рыночных структур ограниченной конкуренции.

ОГРАНИЧЕННАЯ (НЕСОВЕРШЕННАЯ) КОНКУРЕНЦИЯ – обобщающая характеристика рыночных структур, в которых не соблюдается хотя бы один из признаков совершенной конкуренции.

Тип ограниченной конкуренции неоднозначно определяется в экономической литературе. В данном случае приведем следующую классификацию:

- с позиции концентрации продавцов – чистая монополия, олигополия, монополистическая конкуренция;
- с позиции концентрации покупателей – чистая монополия, олигополия.

РЫНОК ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ – тип рыночной структуры, характеризующийся следующими признаками:

1. Один продавец и много покупателей.
2. Уникальность продукции, отсутствие близких заменителей.
3. Практически непреодолимые барьеры для вступления в отрасль:
 - преимущества крупного производства (вплоть до естественной монополии);
 - легальные барьеры (монопольное владение источниками сырья, земель, правами на научно-технические достижения, авторские права; санкционированные государством исключительные права);
 - нечестная конкуренция.
4. Совершенная информированность субъектов рынка.

¹ См. критериальную характеристику классического рынка на С.63 данного пособия.

5. Контроль фирмой цены на реализуемое благо, ограниченный лишь спросом на продукцию фирмы.

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ – тип рыночной структуры, характеризующейся следующими признаками:

1. Множество продавцов и покупателей.
2. Дифференцированная продукция. Дифференцированный продукт – имеющий *особое существенное свойство* по сравнению с другими того же рода продуктами, благодаря чему имеет особую нишу на рынке и свой особый спрос.

Различают следующие факторы дифференциации:

- качественные различия;
 - различия в сервисе;
 - различия в рекламе.
3. Низкие барьеры для входа на рынок и выход с него (дифференциация продукта).
 4. Высокая степень информационной неопределенности.
 5. Возможность ограниченного влияния на уровень цен.

ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК – тип рыночной структуры, характеризующийся следующими признаками:

1. Малое число продавцов и большое число покупателей.
2. Дифференцированная или стандартизированная продукция.
3. Наличие существенных препятствий для входа на рынок.
4. Несовершенная информация (субъективный фактор).
5. Ограниченный взаимозависимостью фирм контроль цен.

P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к разделу «Микроэкономические основы теории рынка»

Анализ рынка был проведен вне ответов на вопросы:

- как формируется рыночный спрос?
- как формируется рыночное предложение?

Соответственно возникает необходимость рассмотрения теории поведения потребителя, теории поведения производителя и уточнения модели механизма функционирования рынка на основе проведенного анализа.

Одновременно появится возможность выявления специфики формирования цены на рынках ограниченной конкуренции.

Раздел III. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ И РЫНОЧНЫЙ СПРОС

НАВИГАТОР



NB

Без раскрытия механизма принятия решения потребителем невозможно выявить закономерности формирования рыночного спроса.

Микроэкономическая теория спроса должна в конечном итоге ответить на следующие ключевые вопросы:

- сколько каждого блага намерен закупать потребитель при тех или иных условиях (принятых ограничениях)?
- как будут изменяться его намерения при изменении этих условий (ограничений)?

Поскольку потребитель изучается во всех трех составных частях экономической теории, необходимо сначала сформировать общее микроэкономическое представление о потребителе.

Теоретический анализ его поведения предполагает построение модели идеального потребителя и соответствующего уточнения его цели, ограничений, специфики критериев оптимального выбора.

Наконец, знакомство с двумя концепциями теории субъективной полезности позволяет развить теоретическое представление о законе спроса и ответить на поставленные выше вопросы.

§1. ПОТРЕБИТЕЛЬ В МИКРОЭКОНОМИКЕ

ПОТРЕБИТЕЛЬ В МИКРОЭКОНОМИКЕ – экономический субъект, принимающий решение о структуре потребления благ.

Структура потребления благ – набор благ, определенный по их составу и количеству.

Роль потребителя могут играть следующие микроэкономические агенты:

- *Домохозяйства*, представленные как отдельными индивидами, так и семьями.
- *Ассоциированные потребители*, идентифицирующие себя как группа индивидов, принимающих совместное решение относительно покупок.
- *Государство* как аппарат, потребляющий блага.

ЦЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ (общеекономическое содержание) – удовлетворение потребностей; воспроизводство и развитие жизнедеятельности на основе потребления определенных наборов благ.

ОГРАНИЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ (общеекономическое содержание) – факторы, влияющие на реализацию цели.

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЯ – средства достижения цели ограничены, поэтому потребитель вынужден сопоставлять разные блага по их полезности.

Полезность (U) – способность вещи удовлетворять потребность.

Объективная полезность – свойства и функции вещей, позволяющие удовлетворять жизненные потребности.

Субъективная полезность блага:

1. Субъективное отношение потребителя к благу как полезной вещи.
2. Субъективная оценка блага потребителем.
3. Мера удовлетворения, которое получает потребитель от блага.

Потребительские предпочтения – в оценке потребителя четко определенные, устойчивые преимущества одних благ по сравнению с другими. Формируются на основе субъективной оценки потребителем благ и его предшествующего опыта.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ – процесс формирования спроса потребителя на разнообразные блага, включающий в себя:

1. Выявление системы предпочтений.
2. Выбор множества доступных благ (выявление возможностей).
3. Принятие и реализация решения о приобретении наилучшего из возможных наборов благ.

РАВНОВЕСИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ – решение потребителя о структуре потребления, которое максимизирует полезность и лишает внутренних стимулов для изменения принятого решения.

Максимально возможное удовлетворение потребителя при полном использовании его возможностей (дохода).

§ 2. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

NB

ПРОБЛЕМА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ – необходимость выработки, принятия и реализации на рынке оптимального решения о составе и объеме благ в наборе. Решение должно обеспечить потребителю извлечение максимальной полезности в рамках имеющихся ограничений.

Основные задачи теории поведения потребителя:

1. Описать систему предпочтений потребителя.
2. Очертить множество доступных потребителю наборов благ.
3. Исследовать механизм потребительского выбора и качества «лучшего» из доступных наборов.
4. Проанализировать изменение выбора потребителя при изменении множества доступных наборов.

ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА – составная часть научного направления маржинализма. Основывается на постулате о том, что анализ процессов потребления благ следует начинать с выявления субъективных предпочтений потребителей и выявления полезности благ. Исследует механизм принятия решения идеальным потребителем.

ИДЕАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ – абстракция потребителя, введённая в анализ на основе следующих допущений:

1. Стремится получить максимальное субъективное удовлетворение (полезность).

2. Владеет полной информацией о полезных и вредных свойствах благ, рыночных ценах благ. При этом учитывает прошлый опыт, настоящую ситуацию и будущие состояния («рациональные ожидания»).

3. Обладает способностью сравнивать (оценивать) полезность любых благ (их комбинаций) во времени и пространстве.

4. Имеет свободу и суверенитет при принятии решений.

Суверенитет потребителя – способность потребителя самостоятельно распределять свой доход и таким образом воздействовать на структуру общественного производства.

5. Умеет предопределить и оценить все последствия принимаемых решений.

ЦЕЛЬ ИДЕАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ – извлечение максимальной совокупной полезности от потребляемых благ (максимизация полезности).

ОГРАНИЧЕНИЯ ИДЕАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ – потребительские предпочтения; доход (бюджетное ограничение); рыночные цены благ.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР – решение, принятое идеальным потребителем на основе собственных предпочтений о наборе благ (составе и количестве) в рамках имеющихся ограничений; результат максимизации полезности.

ТЕХНОЛОГИЯ АНАЛИЗА ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ:

1. Определение и моделирование вариантов цели потребителя.
2. Выявление ограничений достижения цели и моделирование возможностей выбора потребителя.
3. Определение оптимального варианта достижения цели потребителя в рамках имеющихся возможностей.

КЛЮЧЕВАЯ ПРОБЛЕМА ТЕОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА – необходимость выявления механизма оценки (сопоставления) полезности благ (проблема оценки полезности).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ПОЛЕЗНОСТИ – количественный (кардиналистский) и порядковый (ординалистский).

Кардинализм – концепция в теории субъективной полезности, основанная на допущении о возможности точно измерить полезность благ.

Основные представители: Г.Г. Госсен (1810 – 1858); Л. Вальрас (1834 – 1910), У.С. Джевонс (1835 – 1882); К. Менгер (1840 – 1921); А. Маршалл (1842 - 1924).

Ординализм – концепция в теории субъективной полезности, концентрирующая внимание на приоритетах потребления. В отличие от кардинализма в основу положен принцип сравнительных предпочтений, согласно которому в сознании потребителя блага выстраиваются по критерию преимущества.

Основные представители: В. Парето (1848 – 1923); Ф. Эджуорт (1845 – 1926); Е. Слуцкий (1880 – 1948); Дж. Р. Хикс (1904 – 1989).

§ 3. КАРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ

КАРДИНАЛИСТСКАЯ ОЦЕНКА ПОЛЕЗНОСТИ:

1. Абсолютная количественная оценка полезности блага.
2. Потребитель оценивает полезность каждого блага в отдельности.

УТИЛЬ (U) – условная (гипотетическая) единица измерения полезности.

СОВОКУПНАЯ (ОБЩАЯ) ПОЛЕЗНОСТЬ (TU) – полезность всего объема потребляемых благ.

ФУНКЦИЯ ОБЩЕЙ ПОЛЕЗНОСТИ – зависимость величины полученной потребителем общей полезности от количества потребленных им в данный период благ.

$TU = f(Q)$, где

TU – общая полезность блага;

Q – количество блага.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ (MU):

1. Полезность последней единицы в массе (*объеме*) благ.
2. Прирост общей полезности при потреблении дополнительной единицы блага.
3. Частная производная функции общей полезности потребительского набора по объему потребления данного блага.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ КАРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ СУБЪЕКТИВНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ:

1. За исходный пункт принимаются потребности индивида и законы их насыщения, т.е. полезность зависит не только от потребительских свойств блага, но и от процесса его потребления.
2. Полезность блага определяется степенью важности потребности в оценке самого потребителя.
3. Субъективная оценка полезности блага зависит:
 - от степени его редкости (запаса);

- от интенсивности потребности (степени насыщения потребности в нем).

4. Общественная полезность блага определяется на рынке по принципу равнодействующей субъективной оценки полезности блага разными потребителями, которые стремятся к максимальному удовлетворению своих потребностей.

ПЕРВЫЙ ЗАКОН ГОССЕНА¹ – закон убывающей предельной полезности.

Включает в себя два положения:

- в одном непрерывном акте потребления полезность каждой последующей единицы блага убывает (процесс насыщения потребности);

- при повторном акте потребления полезность каждой единицы блага ниже, чем в первоначальном акте потребления. Увеличение временного периода между актами потребления ведет к увеличению предельной полезности.

ГРАФИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПЕРВОГО ЗАКОНА ГОССЕНА, СООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ОБЩЕЙ И ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТЬЮ

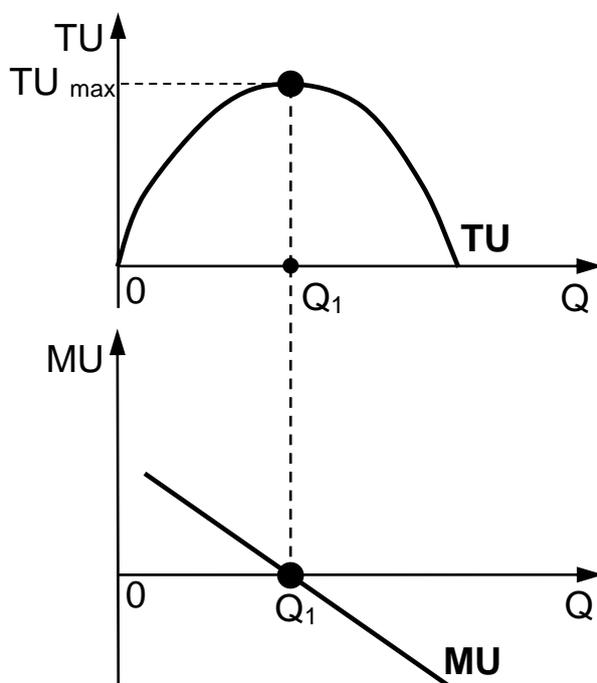


Рис. 20. Соотношение между общей и предельной полезностью блага

¹Герман Госсен (1810 – 1858) – прусский экономист, предшественник математической и австрийской школ в экономике, первым математически обосновал основные принципы теории предельной полезности, автор законов Госсена.

ВТОРОЙ ЗАКОН ГОССЕНА – закон равновесия потребителя.

Потребитель достигнет равновесия (получит максимум полезности от потребления заданного набора благ) в случае, если каждое благо из набора будет потреблено в таких количествах, при которых предельная полезность всех потребляемых благ в наборе будет равна одной и той же величине.

ПРОБЛЕМА ДОСТИЖЕНИЯ РАВНОВЕСИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

– стремление максимизировать общую полезность от набора благ в условиях действия законов Госсена.

Отражение законов Госсена в теории поведения потребителя предполагает включение в анализ следующих положений: 1) каждое благо имеет рыночную цену; 2) величина дохода потребителя, направляемого на закупку благ, ограничена.

Удельная полезность – полезность, полученная в результате потребления блага единичной стоимости (например, один рубль).

ПРАВИЛО МАКСИМИЗАЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ – общая полезность максимизируется, если денежный доход потребителя распределяется так, что имеет место равенство отношений между предельными полезностями и ценами покупаемых благ.

Выражается формулой

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} - \text{взвешенная предельная полезность}$$

Где **MU** – предельная полезность товаров 1, 2, ... n соответственно; **P** – цены товаров 1, 2, n соответственно.

Потребитель находится в равновесии, если распределяет свой доход таким образом, что последний рубль, израсходованный на приобретение любого товара, приносит равную предельную полезность. Максимизируя полезность, покупатель действует в соответствии с законом равных предельных полезностей на единицу своих денежных доходов.

Согласно кардиналистской теории условием равновесия потребителя является равенство соотношений предельных полезностей любых благ соотношению их цен:

$$MU_1 : MU_2 : \dots : MU_n = P_1 : P_2 : \dots : P_n$$

§3а. КАРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ И СПРОС ПОТРЕБИТЕЛЯ

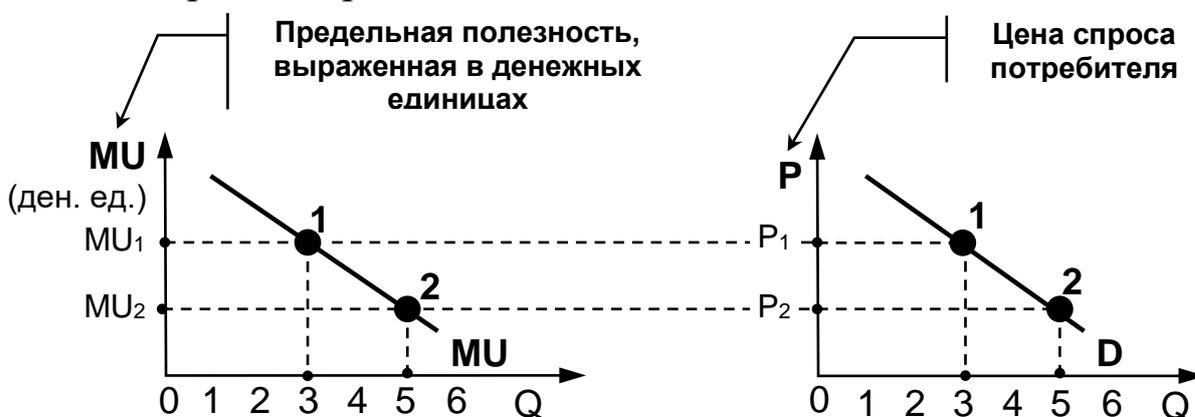
ЗАКОН СПРОСА – может быть объяснен исходя из первого закона Госсена.

Если полезность выражается в денежных единицах и полезность денежной единицы остается постоянной, то при прочих равных условиях за каждую дополнительную единицу блага потребитель готов заплатить более низкую цену. Закон убывающей предельной полезности превращается в закон спроса.

ЦЕНА СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ – максимальная цена, которую потребитель готов заплатить за данное количество блага на рынке в данный период времени при прочих равных условиях.

ОБЪЕМ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ – максимальное количество блага, которое потребитель готов приобрести по определенной цене в данный период времени при прочих равных условиях.

КРИВАЯ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ – при введенных допущениях линия предельной полезности является также линией спроса потребителя:



Особенности кривой спроса потребителя:

1. Отражение оптимальной оценки потребителем блага.
2. Отражение убывающей полезности блага для потребителя.

Свойства кривой спроса потребителя:

1. Геометрическое место точек, соответствующих цене спроса потребителя.
2. Геометрическое место точек, соответствующих объему спроса потребителя.

ФАКТОРЫ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ – изменения в спросе (уровне потребления блага) могут произойти:

- при изменении предельной полезности любого блага из набора;
- при изменении цены любого блага из набора;
- при изменении дохода потребителя.

ВЛИЯНИЕ ВКУСОВ И ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА ВЫБОР РАЦИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ – формирование особенностей потребительского спроса.

СПРОС ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ И НЕФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ – деление спроса, введенное американским экономистом *Харви Лейбенстайном*¹.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СПРОС – часть спроса, которая обусловлена потребительскими свойствами блага, на которое он предъявляется.

НЕФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СПРОС – часть спроса, которая обусловлена факторами, непосредственно не связанными со свойствами блага, на которое он предъявляется. В качестве факторов можно выделить: *социальный, спекулятивный, нерациональный*.

СОЦИАЛЬНЫЙ СПРОС – спрос, связанный с внешними воздействиями на оценку полезности со стороны отдельных индивидов или групп. Харви Лейбенстайном выделяется три социальных эффекта: *эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена*².

Эффект присоединения к большинству – эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что потребитель покупает тот же самый товар, что и другие потребители, то есть ориентируясь на общепринятые нормы.

Эффект сноба – эффект изменения спроса в силу того, что другие потребители предъявляют спрос на данный товар. Направлен чаще всего в противоположную сторону.

Эффект Веблена – эффект увеличения спроса связанный с тем, что товар имеет более высокую цену, а не низкую.

СПЕКУЛЯТИВНЫЙ СПРОС – спрос, связанный с инфляционными ожиданиями: повышение цен в будущем стимулирует увеличение потребления благ в настоящем.

¹ Харви Лейбенстайн (1924 – 1992) – американский экономист

² Т. Веблен – основоположник институционализма, автор труда «Теория праздного класса» (1984 г.).

НЕРАЦИОНАЛЬНЫЙ СПРОС – незапланированный спрос, который нарушает предпосылки о рациональном потреблении. Связан с возникновением внезапного желания или изменения настроения.

P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к параграфу «Кардиналистская теория субъективной полезности»

Кардиналистская концепция теории субъективной полезности оказала огромное влияние на развитие микроэкономики и до сих пор используется в качестве простейшей модели поведения потребителя.

Однако исходная посылка кардинализма об измерении абсолютной величины полезности покоится на предпосылке о независимости отдельных благ, что не подтверждается практикой, так как многие блага взаимосвязаны в процессе потребления. Ряд положений кардинализма не поддается эмпирической проверке, оставаясь гипотезами, в частности возможность количественного измерения полезности. Поэтому исторически и логически возникла необходимость поиска иного теоретического подхода к анализу поведения потребителя.

§ 4. ОРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ

ОРДИНАЛИСТСКАЯ ОЦЕНКА ПОЛЕЗНОСТИ:

1. Относительная (порядковая) оценка полезности благ по рангу: «более предпочтительно», «менее предпочтительно», «безразлично».

2. Потребитель измеряет полезность наборов благ, которые являются основными операционными единицами в рамках данного подхода.

Потребительское предпочтение (уточнение понятия в рамках ординалистского подхода) – упорядоченная система относительных оценок полезности различных наборов благ.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОРДИНАЛИСТСКОЙ ОЦЕНКИ ПОЛЕЗНОСТИ:

1. Предельную полезность количественно измерить невозможно.

2. Потребитель в состоянии определить только порядок предпочтения набора благ.

3. Все наборы благ можно сгруппировать, распределив их по множествам на основе их порядковой оценки.

АКСИОМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА – правила, не требующие доказательств и описывающие общие принципы формирования потребительских предпочтений. Служат допущениями, на которые опирается ординалистская теория субъективной полезности.

АКСИОМА ПОЛНОЙ УПОРЯДОЧЕННОСТИ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ (СРАВНИМОСТИ) – потребитель, совершающий покупку, всегда может назвать какой из двух наборов благ более или менее предпочтителен или признать их равноценными.

Тогда для любой пары наборов А и В:

- либо $A > B$;
- либо $A < B$;
- либо $A \sim B$.

При наличии двух различающихся наборов благ потребитель способен либо ранжировать свои предпочтения в пользу одного из них, либо признать их в равной степени предпочтительными.

АКСИОМА ТРАНЗИТИВНОСТИ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – потребитель для принятия определенного решения и его осуществления должен последовательно определить предпочтения одних благ и их наборов другим.

Тогда:

- если $A > B$, а $B > C$, то всегда $A > C$;
- если $A \sim B$ и $B \sim C$, то всегда $A \sim C$.

АКСИОМА РЕФЛЕКСИВНОСТИ – если два набора благ одинаковы, то, оценивая их полезность, потребитель признает, что любой из этих наборов не хуже другого.

АКСИОМА О НЕНАСЫЩАЕМОСТИ ПОТРЕБНОСТЕЙ (НЕНАСЫЩЕНИЯ) – потребители всегда предпочитают большее количество любого блага меньшему.

Тогда:

• набор **A** всегда более предпочтителен набору **B** ($A > B$), если в наборе **A** содержится по крайней мере одного из благ больше, чем в **B**, при одинаковом количестве других благ.

АКСИОМА НЕПРЕРЫВНОСТИ – если $A > B$, то наборы благ, достаточно близкие к **A**, должны предпочитаться **B**.

МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ (ординалистский подход) – модель, в рамках которой:

1. Ранжирование и уровень получаемой полезности представлено моделью потребительских предпочтений.

Модель потребительских предпочтений – графическая интерпретация системы предпочтений потребителя, его желаний выбрать тот или иной набор благ на основе ранжирования полезности.

2. Доступные потребителю наборы благ в рамках их множества описываются в виде модели потребительских возможностей.

Модель потребительских возможностей – построение области доступного потребления: множества точек, соответствующих наборам благ, доступных в рамках имеющихся ограничений.

3. Равновесие потребителя представлено моделью потребительского выбора. Она описывает механизм потребительского выбора и свойства оптимального набора (максимизирующего общую полезность), наилучшего из доступных наборов.

ДОПУЩЕНИЯ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ ПРОСТЕЙШЕЙ ИСХОДНОЙ МОДЕЛИ:

1. Потребитель сталкивается только с двумя благами, которые являются взаимозаменяемыми (в разной степени).
2. Соотношение двух благ между собой определяет состав набора.
3. Потребитель полностью расходует весь свой доход. Расходы потребителя не могут превышать величину располагаемого им дохода.

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

1. *Выбор осей координат:*

- по оси абсцисс откладывается количество блага X,
- по оси ординат откладывается количество блага Y.

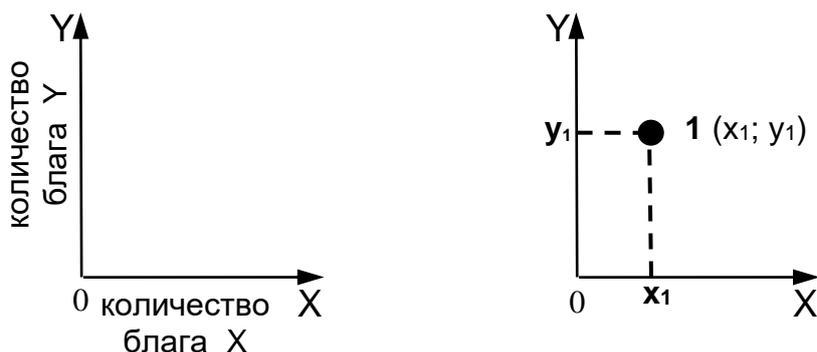


Рис. 21. Графическая интерпретация набора благ

Экономическое прочтение элементов модели потребительских предпочтений

НАБОР БЛАГ – комбинация из двух взаимозаменяемых благ X и Y. Соответствует точке в графическом пространстве, которое определено двухмерной системой координат.

2. *Построение кривой безразличия:*

НАБОРЫ БЕЗРАЗЛИЧИЯ – варианты потребительского выбора, каждый из которых равноценен. Наборы благ, каждый из которых обладает одинаковой полезностью, не имеет предпочтения перед другими.

КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ – линия, каждая точка которой показывает наборы благ, которые обеспечивают потребителю один и тот же уровень полезности.

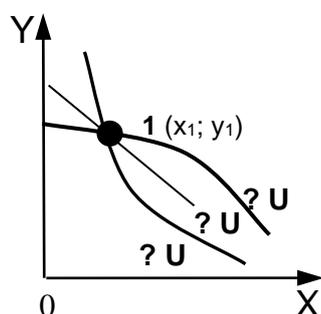


Рис.22. Проблема построения кривой безразличия

Предельная норма замещения блага Y благом X (MRS_{XY}) – количественная мера взаимозаменяемости разных благ.

Объем блага Y, от которого должен отказаться потребитель, чтобы увеличить потребление блага X на единицу при сохранении общего уровня полезности, выражается формулой:

$$MRS_{XY} = -\frac{\Delta Y}{\Delta X} .$$

Объем блага X, от которого должен отказаться потребитель, чтобы увеличить потребление блага Y на единицу при сохранении общего уровня полезности, выражается формулой:

$$MRS_{YX} = -\frac{\Delta X}{\Delta Y}$$

Убывающая норма замещения – для множества наборов, которое потребитель не предпочитает друг другу, выполняется следующее условие: чем больше потребляется в наборе одного блага, тем от меньшего количества другого он должен отказаться.

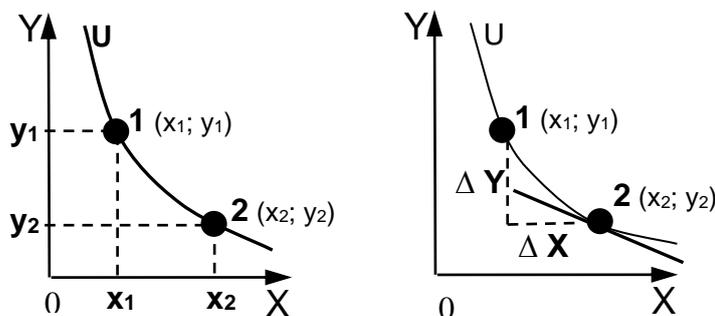


Рис.23. Построение и экономическое прочтение кривой безразличия

Наклон кривой безразличия – показывает относительные предпочтения потребителя к благам, входящим в набор; характер изменения выражается показателем предельной нормы замещения.

Тангенс угла наклона кривой безразличия в любой точке является отрицательной величиной.

Предельная норма замещения является положительной величиной, так как равна абсолютному значению угла наклона.

ЗОНА ЗАМЕЩЕНИЯ (СУБСТИТУЦИИ) – участок кривой безразличия, в котором возможна эффективная замена одного блага другим.

3. *Построение карты кривых безразличия*

КАРТА КРИВЫХ БЕЗРАЗЛИЧИЯ – набор кривых безразличия, соответствующий всем уровням потребления данного потребителя.

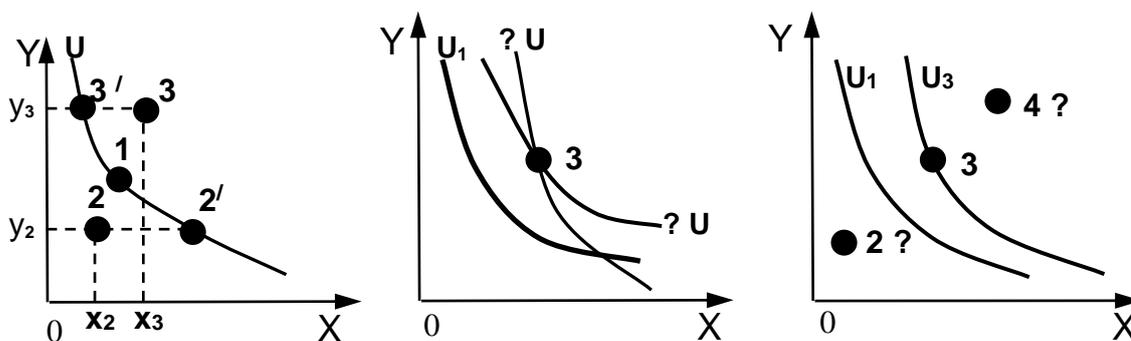


Рис. 24. Проблема построения карты кривых безразличия

Свойства кривых безразличия:

1. Имеют отрицательный наклон.
2. Не пересекаются.
3. Могут быть проведены через любую точку пространства.
4. Более высоко лежащая кривая отражает больший уровень полезности.

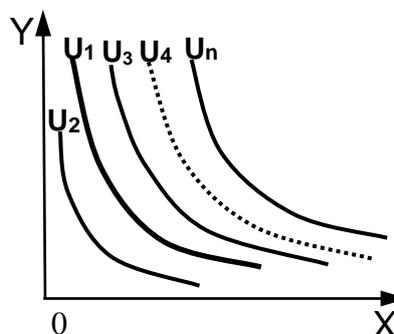
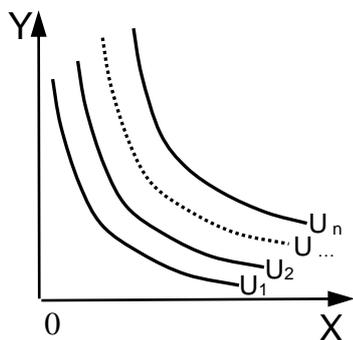


Рис. 25. Модель потребительских предпочтений

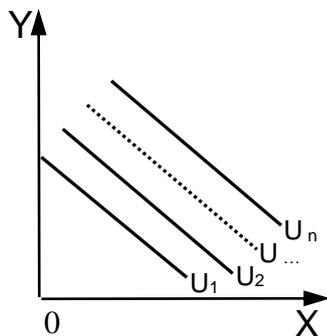
МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ
модельно представляет множество потребительских предпочтений, дает полную информацию о системе ранжированных предпочтений потребителя. Представлена картой кривых безразличия

Виды кривых безразличия

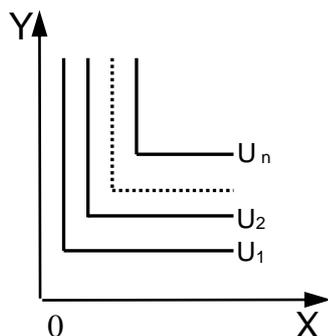
1. *Вогнутые к началу координат* – иллюстрируют предпочтения при взаимозаменяемых благах, входящих в наборы:



2. *Прямые линии* – иллюстрируют предпочтения при благах – совершенных заменителях, входящих в наборы:

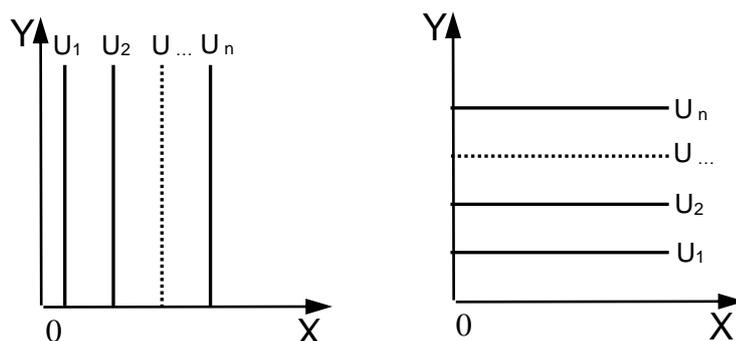


3. *В виде прямого угла* – указывают на то, что входящие в наборы блага являются дополняющими друг друга, а потому замещение невозможно:



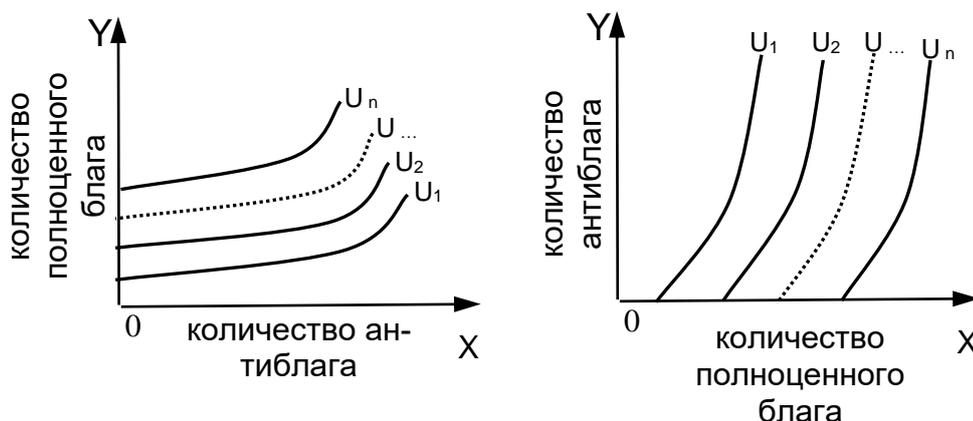
4. *Вертикальные или горизонтальные прямые линии* – иллюстрируют безразличие потребителя к одному из благ, входящих в набор. Это благо является для потребителя нейтральным, а потому не оказывающим влияния на уровень полезности.

Нейтральное благо – это благо, увеличение количества которого в наборе не приводит к увеличению уровня общей полезности потребителя:



5. *Линии с положительным наклоном* – отражают отрицательное отношение потребителя к одному из благ в наборах. Это благо является для него антиблагом, поэтому потребитель стремится сократить его потребление.

Антиблаго – это благо, потребление которого воспринимается потребителем как нанесение ущерба его общей полезности. Поэтому увеличение общей полезности потребитель связывает с сокращением потребления антиблага:



ГОМОТЕТИЧНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ – зависят лишь от отношения количеств двух благ в наборе. При неизменности данного отношения порядок ранжирования наборов сохраняется;

предельная норма замещения при заданном количестве двух благ неизменна.

МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

БЮДЖЕТНОЕ МНОЖЕСТВО – выражает все комбинации благ, которые могут быть приобретены потребителем при данном доходе и данных ценах на блага.

БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ – показывает, какие потребительские наборы могут быть приобретены на доход потребителя, при его полном расходовании. *Уравнение бюджетного ограничения: $I = P_x \times X + P_y \times Y$*

Построение модели потребительских возможностей

БЮДЖЕТНАЯ ЛИНИЯ – линия с отрицательным наклоном, точки которой показывают наборы благ, при покупке которых по данным ценам доход тратится полностью.

Выражается уравнением: $Y = -\frac{P_x}{P_y} \times X + \frac{I}{P_y}$.

Наклон бюджетной линии – состоит в измерении альтернативной стоимости единицы блага X в единицах блага Y ; зависит от соотношения цен благ, входящих в набор.

Контрольные точки на бюджетной линии – показывают варианты распределения дохода потребителя, когда весь бюджет расходуется только на одно из благ набора. Лежат на осях абсцисс и ординат и имеют следующие координаты:

т.А. $(X^*; 0)$, где $X^* = \frac{I}{P_x}$, т.В. $(0; Y^*)$, где $Y^* = \frac{I}{P_y}$.

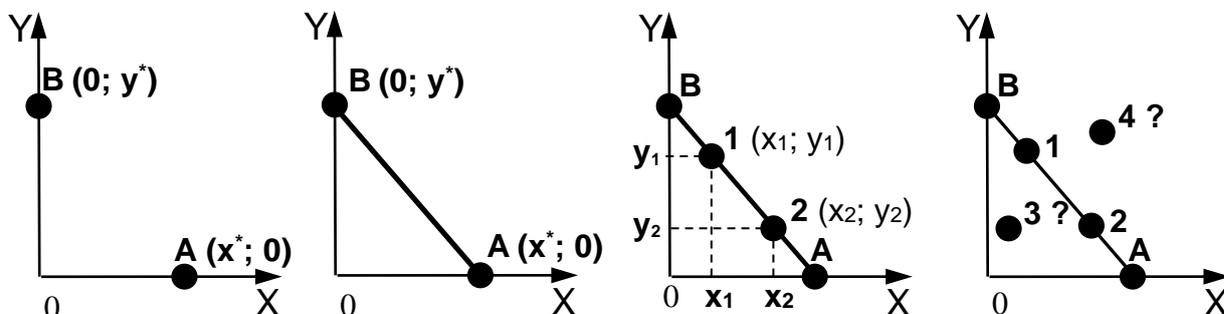


Рис.26. Построение и экономическое прочтение бюджетной линии

Каждая точка бюджетной линии отражает наборы благ, предельно достижимые для потребителя. Поэтому бюджетная линия является границей двух зон: подмножества доступных и недоступных потребительских наборов, т.е. является линией бюджетного ограничения.

МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ – модельно представляет бюджетное множество, т.е. комбинации благ в наборах, доступные потребителю. Представлена пространством, ограниченным бюджетной линией:

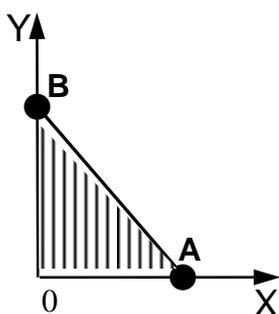


Рис. 27. Модель потребительских возможностей

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ДОХОДА НА ПОЛОЖЕНИЕ ЛИНИИ БЮДЖЕТНОГО ОГРАНИЧЕНИЯ:

- при *росте* дохода и неизменных ценах на блага бюджетная линия *смещается параллельно вверх*;
- при *снижении* дохода и неизменных ценах на блага бюджетная линия *смещается параллельно вниз*.

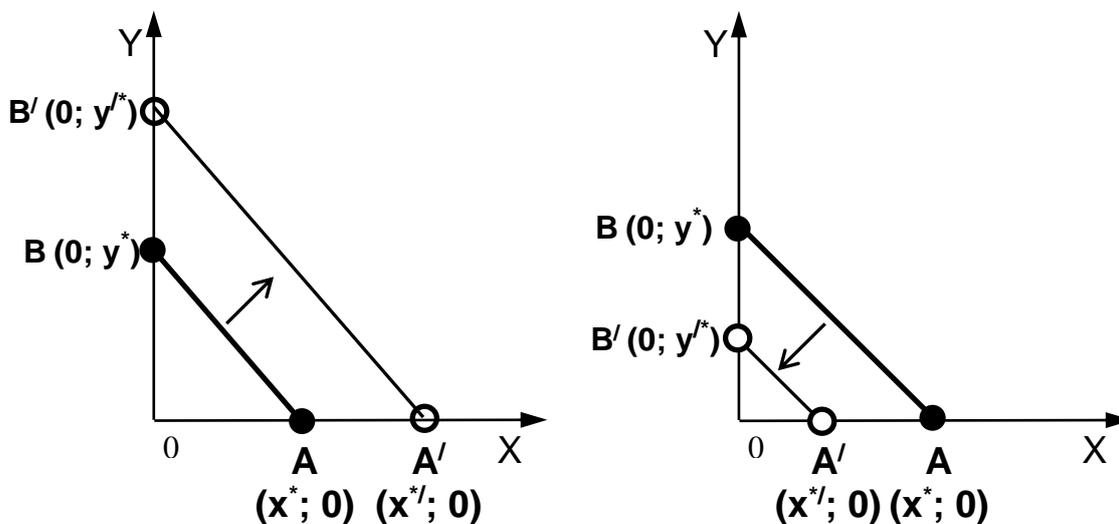


Рис. 28. Влияние изменения дохода на положение бюджетной линии

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ ОДНОГО ИЗ БЛАГ НА ПОЛОЖЕНИЕ ЛИНИИ БЮДЖЕТНОГО ОГРАНИЧЕНИЯ:

- при *снижении* цены блага X и неизменных доходе и цене блага Y бюджетная линия поворачивается *против часовой стрелки* вокруг контрольной точки на оси Y ;
- при *росте* цены блага X и неизменных доходе и цене блага Y бюджетная линия поворачивается *по часовой стрелке* вокруг контрольной точки на оси Y .

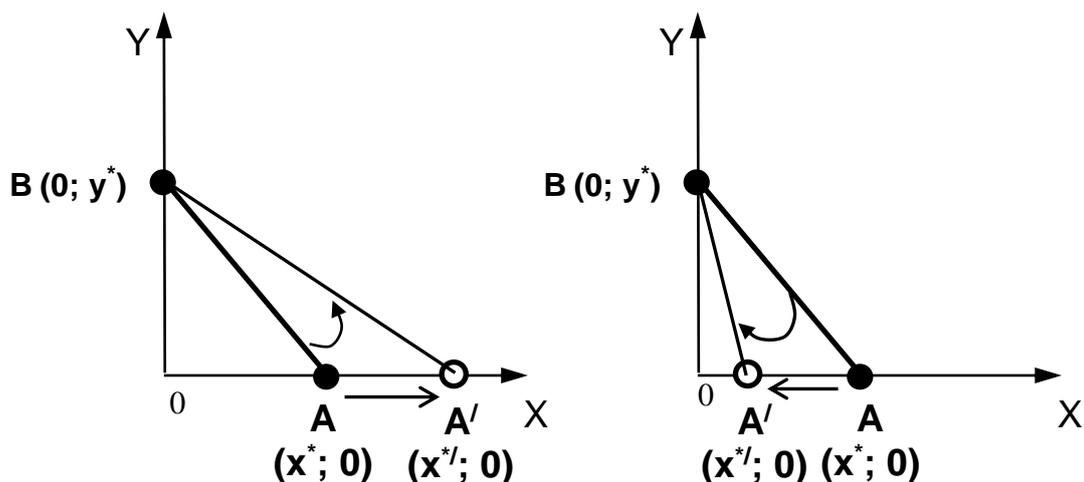


Рис. 29. Влияние изменения цены блага X на положение бюджетной линии

- при *снижении* цены блага Y и неизменных доходе и цене блага X бюджетная линия поворачивается *по часовой стрелке* вокруг контрольной точки на оси X ;
- при *росте* цены блага Y и неизменных доходе и цене блага Y бюджетная линия поворачивается *против часовой стрелки* вокруг контрольной точки на оси X .

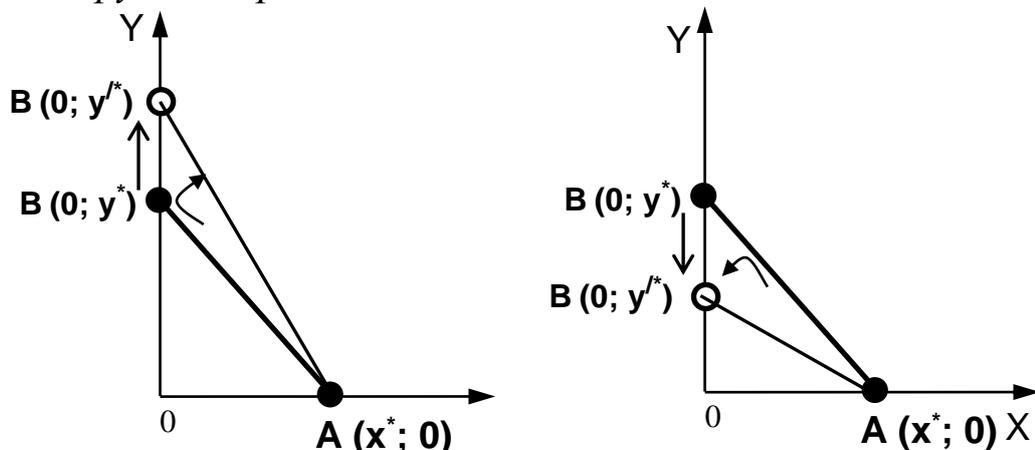


Рис. 30. Влияние изменения цены блага Y на положение бюджетной линии

МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

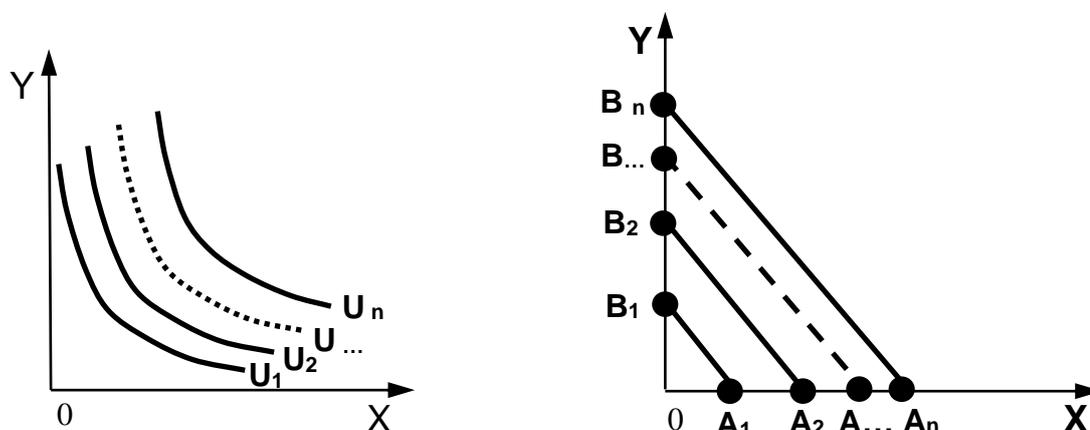
ПРОБЛЕМА ДОСТИЖЕНИЯ РАВНОВЕСИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

– поиск решения потребителя о структуре потребления, которая максимизирует полезность в рамках имеющихся ограничений.

ОПТИМАЛЬНЫЙ ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ – решение о распределении дохода, позволяющее ему обеспечить такую структуру потребления, которая максимизирует полезность.

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

1. Совмещение в единой системе координат двух моделей: потребительских предпочтений и потребительских возможностей



ПРОСТРАНСТВО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

– модельно представляет комбинацию благ в наборах, желаемых и доступных потребителю. Возникает при совмещении модели потребительских предпочтений и модели потребительских возможностей.

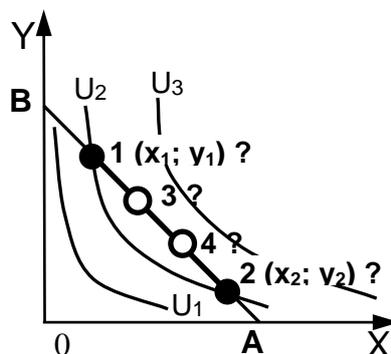
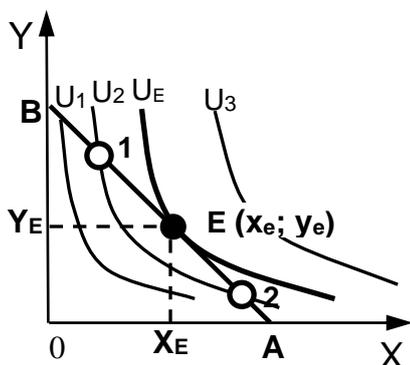


Рис. 31. Проблема графического определения оптимума потребителя

ОПТИМУМ ПОТРЕБИТЕЛЯ (внутренний оптимум при стандартных предпочтениях) – точка касания кривой безразличия с бюджетной линией: точка **E** ($x_e; y_e$):



Если кривая безразличия имеет одну и только одну точку с бюджетной линией, эта точка соответствует наиболее предпочтительному для потребителя набору благ из всего множества доступных потребителю наборов. Данная точка является точкой потребительского оптимума, поскольку соответствует наиболее высокому уровню удовлетворения при заданных доходе потребителя и ценах благ в наборе.

Показывает максимизацию общей полезности набора благ в рамках имеющихся ограничений. Максимизация полезности достигается, когда соотношение предельных полезностей благ в наборе равно соотношению их цен.

В точке потребительского оптимума наклоны кривой безразличия ($= -MRS_{X,Y}$) и бюджетной линии ($= -P_X / P_Y$) равны между собой. Поэтому в точке оптимума выполняется равенство:

$P_X : P_Y = MRS_{X,Y}$ – условие оптимума потребителя при данных ценах и доходе.

Любое отклонение от оптимума ведет к снижению уровня удовлетворения потребителя, поэтому данная точка является точкой равновесия потребителя.

Краевой оптимум – выбор, при котором потребление одного из двух благ равно нулю.

§4а. ОРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ И СПРОС ПОТРЕБИТЕЛЯ

КЛЮЧЕВАЯ ПРОБЛЕМА – проанализировать влияние изменения дохода и цен благ на поведение потребителя, без чего не могут быть выявлены закономерности формирования его спроса.

ЗАДАЧА АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ ИЗМЕНЕНИЯ ДОХОДА И ЦЕН БЛАГ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ – на основе сравнительно-статического сопоставления выявить параметры оптимумов потребителя до и после изменения одной из переменных, их определяющих (либо цены блага, либо дохода).

КРИВАЯ «ДОХОД – ПОТРЕБЛЕНИЕ» (кривая уровня жизни) – линия, которая:

- соединяет все оптимумы потребителя, получаемые при изменении его дохода, неизменных предпочтениях потребителя и ценах благ.
- выражает зависимость между уровнем дохода потребителя и величиной его спроса на данное благо.

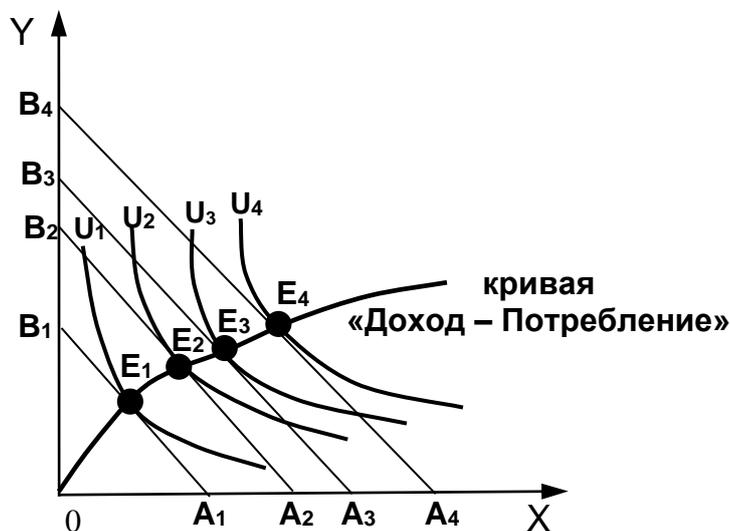


Рис. 32. Кривая «Доход – Потребление»

- несет дополнительную информацию о спросе потребителя на сопряженное благо;
- наклон кривой «Доход – Потребление»:

- ✓ для качественных (нормальных) благ – положительный (спрос на нормальное благо растет с ростом дохода потребителя);
- ✓ для некачественных (неполноценных) благ – отрицательный (спрос на неполноценное благо сокращается с ростом дохода потребителя);
- ✓ для нейтральных благ – вертикальный (спрос на предметы первой необходимости не зависит от уровня дохода);
- является вспомогательным инструментом для построения графика функции спроса потребителя в форме кривой Энгеля¹.

КРИВАЯ ЭНГЕЛЯ ОТДЕЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ – линия, выражающая зависимость между изменениями в доходе потребителя и величиной потребления блага, а также отражающая характер этих изменений.

Наклон кривой Энгеля:

- для качественных (нормальных) благ – положительный;
- для некачественных (неполноценных) благ – отрицательный;
- для нейтральных благ – вертикальный;
- для предметов роскоши – выпуклый.

Кривая расходов Энгеля – линия, выражающая зависимость расходов на данное благо от доходов потребителя.

ЗАКОН ЭНГЕЛЯ – для каждого блага с эластичностью спроса по доходу меньше единицы существует благо с эластичностью по доходу больше единицы для данного потребителя.

КРИВЫЕ ТОРНКВИСТА² – кривые спроса, отражающие характер изменения спроса на разные типы благ (первой необходимости, второй необходимости, предметы роскоши) у разных доходных групп потребителей по мере роста дохода (см. рисунок).

¹ Эрнст Энгель (1821 – 1896) – немецкий статистик

² Л. Торнквист – шведский экономист.



КРИВАЯ «ЦЕНА – ПОТРЕБЛЕНИЕ» – линия изменений оптимума потребителя при изменении цены блага:

1. Строится при допущениях о неизменности: предпочтений потребителя, цены другого блага в наборе, дохода.
2. Выражает зависимость между уровнем цены блага и величиной его потребления.
3. Является вспомогательным инструментом для построения графика функции спроса потребителя в форме кривой спроса потребителя.

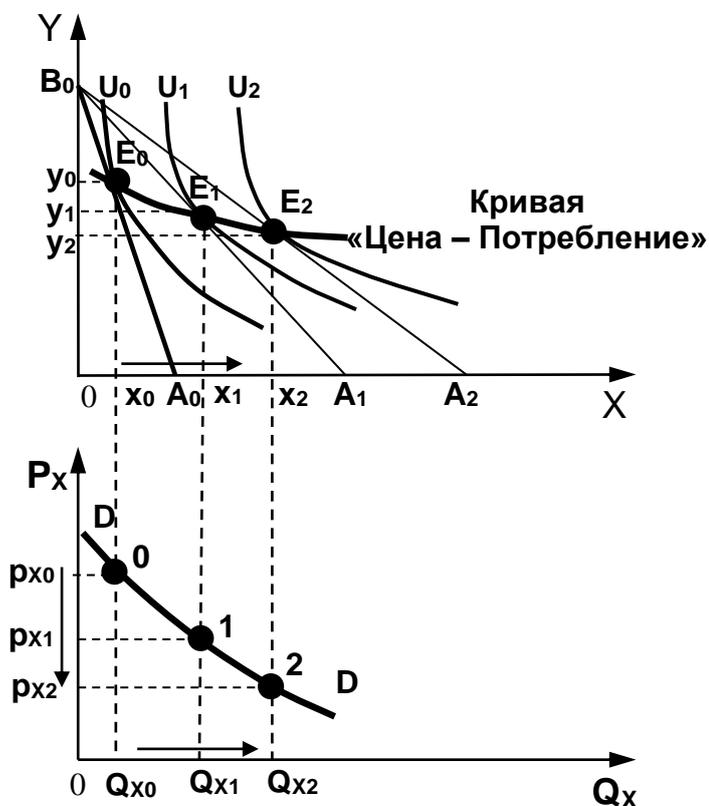


Рис. 34. Кривая «Цена – Потребление» и кривая спроса потребителя

Закон спроса потребителя может быть объяснен с помощью кривой «Цена – Потребление», которая выражает обратную зависимость между изменением цен и количеством благ, приобретаемых по каждому варианту цены.

4. Несет дополнительную информацию о спросе потребителя на сопряженное благо.

ПРОБЛЕМА РЕАКЦИИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА БЛАГО В СВЯЗИ С ИЗМЕНЕНИЕМ ЕГО ЦЕНЫ – линия «Цена – Потребление» показывает влияние изменения цен на замещение одного блага другим.

ОБЩИЙ ЭФФЕКТ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ БЛАГА – изменение величины спроса на благо при изменении его цены. Результат действия двух эффектов – эффекта замены и эффекта дохода.

Допущения в разграничении влияния двух эффектов:

- исследование эффекта замены без учета эффекта дохода,
- исследование эффекта дохода без учета эффекта замещения.

ЭФФЕКТ ЗАМЕНЫ (ЗАМЕЩЕНИЯ) – реакция потребителя на изменение цены блага. Реакция выражается в изменении набора благ путем замещения в нем блага, относительная цена которого выросла, благом, относительная цена которого понизилась. Происходит сохранение уровня потребления при изменении его структуры.

Для кривых безразличия с отрицательным наклоном эффект замены всегда отрицательный. *Экономический смысл:* замена осуществляется в направлении, противоположном изменению относительной цены блага.

ЭФФЕКТ ДОХОДА – реакция потребителя на изменение цены одного из благ, входящих в набор. Реакция выражается в изменении величины спроса на благо в связи с изменением реального дохода потребителя. Происходит изменение уровня потребления.

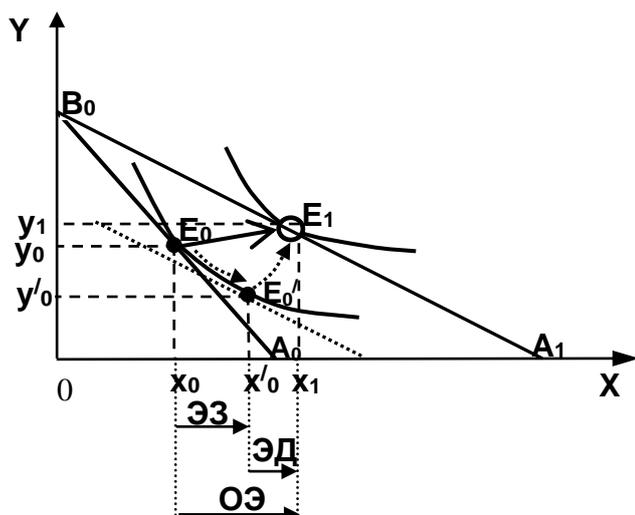


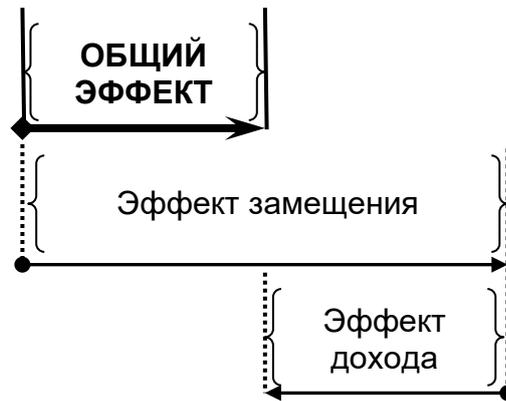
Рис. 35. Эффект замещения и эффект дохода при снижении цены на благо X

ВЛИЯНИЕ ЭФФЕКТА ДОХОДА НА ОБЩИЙ ЭФФЕКТ

Вариант 1: эффект дохода отрицательный. *Экономический смысл:* потребитель наращивает потребление блага, относясь к нему как к нормальному. Имеет место положительный наклон кривой «Доход – Потребление». *Направление эффекта дохода* совпадает с направлением эффекта замены – у нормальных благ. *Последствия:* однонаправленность двух эффектов и усиление действия эффекта замены:



Вариант 2: эффект дохода положительный. *Экономический смысл:* потребитель сокращает потребление блага, относясь к нему как к неполноценному. Имеет место отрицательный наклон кривой «Доход – Потребление». *Направление эффекта дохода* не совпадает с направлением эффекта замены (противоположно ему) – у менее ценных благ. *Последствия:* эффекты действуют в противоположных направлениях, общий эффект от изменения цены снизится:

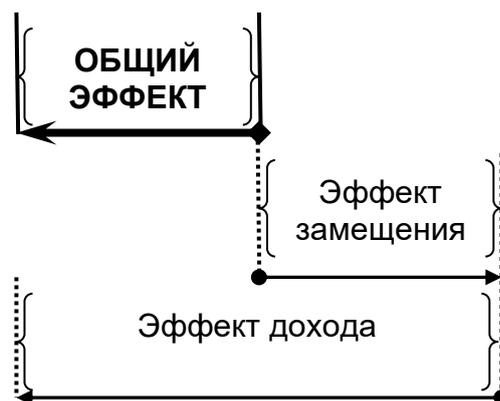


Вариант 3: эффект дохода отсутствует. *Экономический смысл:* потребление блага не зависит от уровня дохода. Имеет место вертикальная линия «Доход – Потребление». *Последствия:* общий эффект связан только с действием эффекта замены.

Общий итог: Для кривых безразличия с отрицательным наклоном действие эффекта замены всегда сильнее действия эффекта дохода. В этом проявляется доказательства действия закона спроса и отрицательного наклона кривой спроса.

Частный случай: Направление эффекта дохода не совпадает с направлением эффекта замены (противоположно ему) и перекрывает его – у благ Гиффена¹.

*Благо Гиффена*² – некачественный товар, занимающий высокую долю в доходах малоимущих потребителей. При увеличении цены блага наблюдается увеличение спроса на него:



Экономический смысл: Большая часть дохода расходуется на потребление какого-либо блага, наиболее доступного для потребителя, т.е. относительно дешёвого.

¹ Роберт Гиффен (1837 — 1910) — британский статистик и экономист

² Понятие «Товар Гиффена» введено Альфредом Маршаллом (1842 – 1924) – английским экономистом

Последствия: Кривая спроса на благо Гиффена имеет положительный наклон. Это не противоречит закону спроса, т.к. означает, что цены на другие блага растут еще быстрее (потребляемое благо относительно дешевле).

ПОДХОДЫ К КОЛИЧЕСТВЕННОМУ РАЗГРАНИЧЕНИЮ ЭФФЕКТОВ ДОХОДА И ЗАМЕНЫ:

*Подход Е. Слуцкого*¹ – изменение в величине спроса, вызванное движением относительной цены блага, происходит при постоянных бюджетных возможностях (и реальном доходе) потребителя.

*Подход Дж. Хикса*² – изменение в величине спроса, вызванное движением относительной цены блага, происходит при постоянном уровне полезности реального дохода потребителя.

ЗАКОН СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ И ЭФФЕКТЫ ДОХОДА И ЗАМЕЩЕНИЯ – влияние изменения цены на величину спроса обусловлено действием этих эффектов.

Закон спроса потребителя и эффект дохода – снижение цены блага увеличивает покупательную способность денежного дохода потребителя, поэтому он в состоянии купить большее количество данного продукта, чем прежде.

Закон спроса потребителя и эффект замещения – при более низкой цене у потребителя появляется стимул приобрести дешевое благо вместо благ, которые относительно дороже.

КРИВАЯ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ – соответствует равновесным потребительским наборам для разных уровней дохода потребителя и цен благ (построение кривой «Доход – Потребление» и кривой «Цена блага – Потребление»). В основе кривой лежат кривые безразличия, выражающие убывающую предельную полезность блага для потребителя, что проявляется в отрицательном наклоне кривой спроса потребителя.

Влияние эффекта замены и эффекта дохода отражает чувствительность потребителя к изменению цены: совмещение эффектов приводит к тому, что у потребителя возникает

¹ Евгений Слуцкий (1880 – 1948) выдающийся российский и советский математик, статистик и экономист.

² Джон Ричард Хикс (1904 – 1989) – английский экономист. Лауреат Нобелевской премии 1972 года

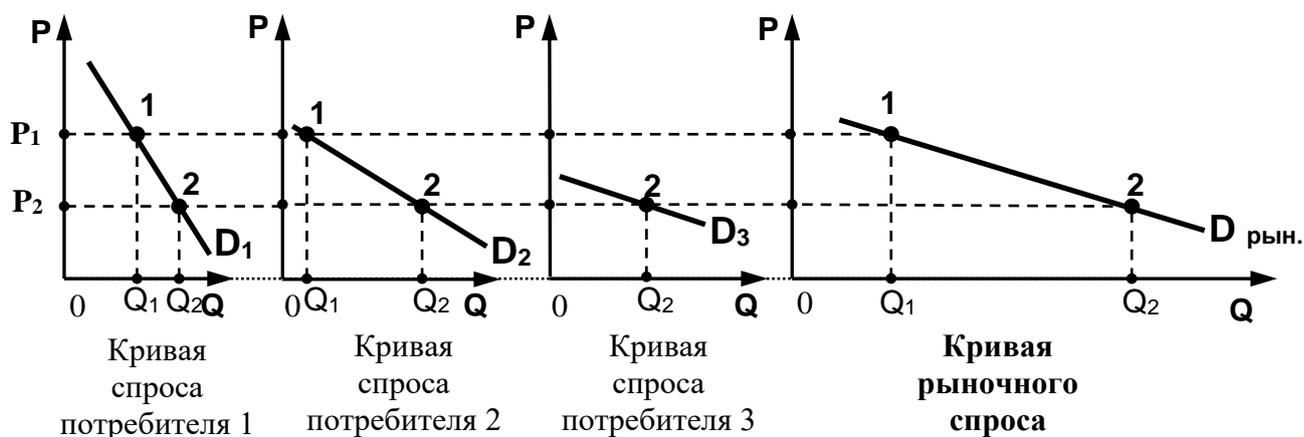
способность и желание покупать большее количество блага по более низкой цене, чем по высокой.

Кривая спроса потребителя отражает оптимальный выбор потребителем блага; она является границей, разделяющей зону неоптимальных решений потребителя и зону решений, которые не могут быть реализованы на протяжении стандартного периода времени.

***P. S.* СПРОС ПОТРЕБИТЕЛЯ И РЫНОЧНЫЙ СПРОС**

РЫНОЧНЫЙ СПРОС – суммарный объем спроса отдельных потребителей на благо, если для рынка выполняется утверждение о суверенитете потребителя. Функция рыночного спроса может быть получена путем суммирования функций спроса всех потребителей. Изменения рыночного спроса обусловлены, прежде всего, изменениями цен на блага и уровня дохода потребителей.

Формирование кривой рыночного спроса – осуществляется путем горизонтального суммирования кривых индивидуального спроса:



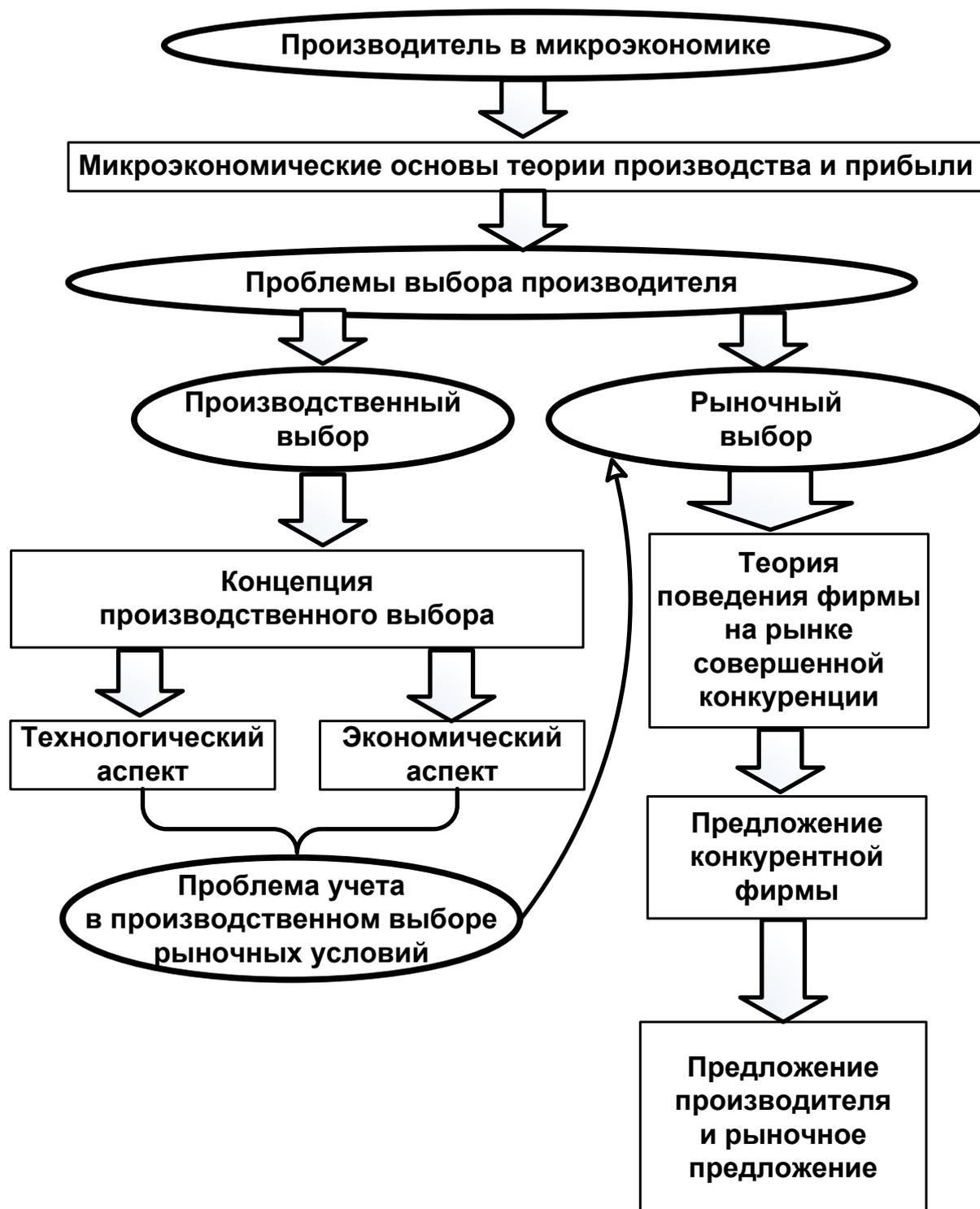
Уточнение свойств кривой рыночного спроса

Кривая рыночного спроса это граница, разделяющая зону конкуренции потребителей и зону, где сочетания цены и блага не могут реализоваться на протяжении стандартного периода времени:



РАЗДЕЛ IV. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

НАВИГАТОР



NB

Без раскрытия механизма принятия рыночного решения производителем об объеме выпуска продукции невозможно выявить закономерности формирования рыночного предложения.

СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ТЕОРИИ ПОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ:

- теория *производственного выбора* производителя (технологический и экономический аспекты):
 - ✓ выбор производителем максимального объема выпуска при данном количестве ресурсов, т.е. оптимальной комбинации факторов производства и оптимального размера производства;
 - ✓ выбор производителем оптимальной комбинации факторов производства, минимизирующей производственные издержки при данном объеме выпуска;
- теория *рыночного выбора* производителя:
 - ✓ выбор производителем оптимального объема выпуска с учетом рыночных условий.

§ 1. МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕОРИИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРИБЫЛИ

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ В МИКРОЭКОНОМИКЕ – экономический субъект, принимающий решение о производстве благ на продажу с использованием ресурсов, приобретаемых на рынках.

ПРОИЗВОДСТВО – единство предпринимательской деятельности и деятельности по созданию благ¹.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ – деятельность по созданию технологических и экономических норм реализации *предпринимательской идеи по созданию благ*.

¹ Микроэкономическое представление о производстве предполагает выделение двух его структурных элементов, что позволит, с одной стороны, более четко различить технологический и экономический аспекты анализа, а с другой стороны, удержать их единство, проявляющее себя в рыночном выборе производителя.

Предприниматель формирует соответствующие новые пространства деятельности: технологическое и экономическое¹.

БИЗНЕС–ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ – деятельность по воспроизводству и оптимизации заданных предпринимателем технологических и экономических норм по созданию благ. Бизнесмен рутинно существует в соответствующих пространствах деятельности: технологическом и экономическом².

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СОЗДАНИЮ БЛАГ – процесс непосредственного преобразования ресурсов в блага.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОБСТВЕННИКА РЕСУРСОВ – предоставление ресурса для использования в производстве с целью приращения имущества, которое общественно значимо в качестве богатства.

Имущество – ресурс, создающий при субъективно осуществленном мотиве его собственника общественно значимую ценность как приращение частного богатства и тем самым общественного влияния. Поэтому общественной функцией собственника как экономического субъекта является распределение условий производства и результата.

Богатство может выступать в различных экономических формах: денежной, натурально-производственной; а также в социальных формах: авторитета, престижа, власти.

ФИРМА – организационно-экономическая форма предпринимательской и бизнес-деятельности.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЗГЛЯДЫ НА ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФИРМ:

- результат развития разделения труда и кооперации – К. Маркс³;

¹ Введение авторского определения предпринимательской деятельности важно при микроэкономическом анализе поведения фирмы в рамках выбора фирмы как производителя (теория производственного выбора - технологический и экономический аспекты), и фирмы как рыночного субъекта (теория рыночного выбора производителя).

² Различение предпринимательской и бизнес-деятельности обусловлено рассмотрением роли предпринимательской деятельности как новаторской, а бизнес-деятельности как рутинной. Иначе весьма проблематично обсуждение качественной характеристики экономической прибыли, а также роли предпринимательства в экономическом развитии в курсе макроэкономики.

³ К. Маркс (1818 – 1883) – немецкий философ, социолог, экономист, автор знаменитого труда «Капитал».

- результат минимизации риска и неопределенности – Ф. Найт¹;
- результат необходимости уменьшения транзакционных издержек – Р. Коуз², О. Уильямсон³.

ДВА ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АСПЕКТА АНАЛИЗА ФИРМЫ:

- анализ фирмы через исследование ее институциональной среды: социальных, правовых, политических норм функционирования (теория прав собственности – исследование институциональной среды деятельности в частном секторе экономики; теория общественного выбора – в общественном секторе);

- анализ фирмы через систему соглашений, контрактов (теория агентов (принципал-агент) – исследование побудительных мотивов контрактов; теория транзакционных издержек – реализованных соглашений).

ФИРМЫ В СОВРЕМЕННОЙ НЕОИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ – коалиция владельцев факторов производства, связанных между собой сетью контрактов, результатом чего достигается минимизация издержек.

КЛАССИФИКАЦИЯ РЕСУРСОВ В СОВРЕМЕННОЙ НЕОИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ:

- *общие ресурсы* – ценность которых не зависит от нахождения в данной фирме: оценка их и внутри и вне фирмы одинакова;

- *специфические ресурсы* – ценность которых внутри фирмы выше, чем во вне;

- *интерспецифические ресурсы* – взаимодополняемые, взаимоуникальные, максимальная ценность которых достигается только в данной фирме и посредством ее.

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ КОНТРАКТОВ (по Р. Коузу):

¹ Фрэнк Найт (1885 – 1972) – американский экономист, разрабатывал теории предпринимательства, неопределённости и прибыли.

² Рональд Коуз (1913 – 2013) – американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике 1991 г.

³ Оливер Уильямсон (род. 1932) – американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике 2009 г., представитель неоинституционализма.

- *классический* – двусторонний, основанный на существующих юридических правилах, четко фиксирующих условия сделки и предполагающий санкции в случае невыполнения этих условий;

- *неоклассический* – долгосрочный контракт в условиях неопределенности, когда невозможно заранее предвидеть все последствия заключаемой сделки;

- *отношенческий (имплицитный)* – долгосрочный взаимовыгодный контракт, в котором неформальные условия преобладают над формальными.

СПЕЦИФИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ФИРМЫ В СОВРЕМЕННОЙ НЕОИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ

– объединение, в основе которого лежит долгосрочный *отношенческий (имплицитный)* контракт, субъектами которого являются собственники *интерспецифических* ресурсов.

Многообразие видов современных фирм связано с *уникальностью интерспецифических* ресурсов и *разнообразием транзакционных* издержек.

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ДЕЛОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ:

Единоличное (индивидуальное) предпринимательство (бизнес) – фирма, принадлежащая одному лицу, который сам управляет ею.

Товарищество (партнерство) – объединение лиц, имеющих общую групповую собственность, складывающуюся из паевых взносов участников товарищества; бывают простые, полные, смешанные.

Корпорация – фирма, в которой собственность разделена на части и экономическая ответственность каждого ограничена его вкладом в капитал предприятия.

ИДЕАЛЬНАЯ ФИРМА – абстракция фирмы, введенная в анализ на основе следующих допущений:

1. Не является собственником ресурсов.
2. Обладает полной информацией о полезных и вредных свойствах ресурсов, их рыночных ценах. При этом учитывает прошлый опыт, настоящую ситуацию и будущие состояния («рациональные ожидания»).

3. Обладает способностью сравнивать (оценивать) полезности любых ресурсов (их комбинаций) в пространстве и во времени.

4. Имеет свободу и суверенитет при выработке и принятии решений.

5. Умеет предопределить и оценить все последствия принимаемых решений.

ОТРАСЛЬ – группа фирм, производящих блага, предназначенные для удовлетворения одной потребности и взаимозаменяемые между собой.

ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА – ресурс, помещенный в пространство предпринимательской (бизнес) деятельности. Выделяют следующие основные группы факторов производства:

- труд – совокупность привлекаемой рабочей силы;
- капитал – комплекс средств производства, являющихся результатом производства.
- земля – комплекс природных условий.

ТЕХНОЛОГИЯ – форма устойчивой *качественной* комбинации факторов производства.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ – взаимосвязь между вводимой комбинацией факторов и объемом выпуска:

$Q = f(N, K, L, \dots)$, где Q – объем выпуска продукции, N – земля, K – капитал, L – труд.

СПОСОБ ПРОИЗВОДСТВА (МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОНИМАНИЕ) – комбинация факторов производства, необходимая для получения определенного объема выпуска.

Технологически эффективный способ производства:

- обеспечивает наибольший объем выпуска при данном количестве факторов производства,
- обеспечивает заданный объем выпуска при меньшем количестве хотя бы одного из применяемых факторов.

Экономически эффективный способ производства – технологически эффективный способ производства, при котором заданный объем выпуска обеспечивается наименьшими стоимостными (денежными) затратами.

ДЕЛЕНИЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА в зависимости от возможности изменения их количества и структуры – постоянные и переменные.

Постоянный фактор производства – имеющийся у фирмы в неизменном количестве.

Переменный фактор производства – используемый в разных количествах.

ВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО ПРОИЗВОДСТВА – в зависимости от характера изменения объема используемых ресурсов, различают краткосрочный и долгосрочный периоды.

Краткосрочный период (SR) – отрезок времени, в течение которого хотя бы один фактор производства остается постоянным.

Долгосрочный период (LR) – отрезок времени, в течение которого все факторы являются переменными.

Сверхдолгий период – отрезок времени, достаточный для изменения технологии.

ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА (C) – выраженные в денежной форме затраты на производство благ, связанные с отказом от альтернативного использования ресурсов.

Использование ресурсов в качестве факторов производства предполагает несение затрат, связанных с их привлечением, комбинированием и применением в производстве благ.

Издержки производства (в микроэкономической трактовке) – это не абсолютная величина затрат и даже не отнесенная к полученной величине результата, а альтернативная затрата, отнесенная ко всем возможным вариантам доходного применения ресурсов.

ВМЕНЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ (навязанные) – связаны с упускаемыми возможностями наилучшего использования ресурсов фирмы.

ДЕЛЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА ФИРМЫ ПО КРИТЕРИЮ «СОБСТВЕННОСТЬ ФИРМЫ НА РЕСУРСЫ» – различают внешние и внутренние издержки.

Внешние издержки – издержки, связанные с привлечением чужих ресурсов. Выплаты, которые фирма осуществляет внешним (по отношению к ней) поставщикам ресурсов.

Внутренние издержки – неоплачиваемые издержки, связанные с использованием собственных ресурсов фирмы. Функционально – затраты по удержанию ресурсов от альтернативного использования.

ДЕЛЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИЗДЕЖЕК ПРОИЗВОДСТВА ПО КРИТЕРИЮ «ПРОЗРАЧНОСТИ» – выделяют явные и неявные издержки.

Явные издержки (открытые) – выступают как платежи собственникам ресурсов (поставщикам).

К явным издержкам относятся расходы на ресурсы для достижения определенной цели (производство блага), поскольку исчезают либо они сами, либо возможность их использования для достижения других целей.

Неявные издержки (скрытые) – выступают как затраты собственных ресурсов фирмы.

К неявным издержкам относятся цели использования ресурса, от достижения которых пришлось отказаться ради достижения выбранной цели. Принимают форму потерянного дохода от использования этих ресурсов на стороне:

- отвергнутую ренту с принадлежащей собственникам фирмы земли,
- отвергнутый процент на вложенный в оборудование капитал,
- отвергнутую заработную плату работающих в фирме ее собственников (если они не получают зарплату как ее служащие);
- отвергнутый предпринимательский доход, который мог бы получать предприниматель в другой выгодной для него сфере деятельности.

РЕТРОСПЕКТИВНАЯ И ПЕРСПЕКТИВНАЯ ОЦЕНКИ ИЗДЕЖЕК ПРОИЗВОДСТВА

Бухгалтерские издержки ($C_{\text{бух.}}$) – расходы фирмы на факторы производства определенного объема продукции по ценам их приобретения. Отражают ретроспективный взгляд на затраты ресурсов – по факту.

Безвозвратные издержки – ранее произведенные, но не принимаемые во внимание при принятии текущих решений. Являются частью бухгалтерских издержек, но не включаются в стоимость производимой продукции, поэтому представляют собой невозполнимые потери инвестиционных ресурсов.

Ограниченность бухгалтерской оценки ресурсов: учитываются затраты лишь тех ресурсов, которые фирма приобретает со стороны – у внешних поставщиков.

Экономические издержки (C_3) – выплаты, которые фирма должна сделать (или же доходы, которые она должна обеспечить) поставщикам ресурсов для того, чтобы отвлечь эти ресурсы от альтернативного использования. Отражают перспективный взгляд на затраты ресурсов – при принятии решений.

В отличие от бухгалтерской оценки экономическая оценка издержек представляет собой оценку издержек по альтернативной стоимости отвлекаемых в данное производство ресурсов.

Экономическая оценка издержек включает:

- все явные издержки,
- все неявные издержки.

Экономические издержки выступают как сумма внешних и внутренних издержек фирмы.

ДЕЛЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ПО КРИТЕРИЮ «ЗАВИСИМОСТЬ ОТ ОБЪЕМА ВЫПУСКА» – выделяют постоянные и переменные издержки.

Постоянные издержки (FC) – их величина в краткосрочном периоде не изменяется с увеличением или сокращением объема производства.

Переменные издержки (VC) – их величина изменяется в зависимости от увеличения или уменьшения объема производства.

ВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО АНАЛИЗА ИЗДЕРЖЕК:

Издержки в краткосрочном периоде – включают в себя постоянные и переменные.

Издержки в долгосрочном периоде – все являются переменными.

ДОХОД ФИРМЫ (R) – выручка фирмы, платежи, поступающие к ней при реализации продукции на рынке.

ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ – π (π):

Количественно – избыток над издержками производства фирмы: $\pi = R - C$.

Качественно – форма общественного признания предпринимательской и бизнес-деятельности в рыночной экономике.

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ ($\pi_{\text{бух.}}$) – разность между общим доходом и бухгалтерскими издержками производства:

$$\pi_{\text{бух.}} = TR - C_{\text{бух.}}$$

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ (π_3) – разность между общим доходом и экономическими издержками производства: $\pi_3 = TR - C_3$.

Положительная экономическая прибыль – форма общественного признания предпринимательской деятельности, обеспечивающей использование факторов производства выше общественно нормального уровня.

Нулевая экономическая прибыль – форма общественного признания предпринимательской деятельности, обеспечивающей использование факторов производства на общественно нормальном уровне; актуализирует деление издержек на внешние и внутренние.

Отрицательная экономическая прибыль (убытки фирмы) – форма общественной оценки предпринимательской деятельности при использовании факторов производства ниже общественно нормального уровня; актуализирует деление издержек на постоянные и переменные.

НОРМАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ:

1. Вознаграждение, получаемое предпринимателем, когда экономическая прибыль равна нулю (превращение предпринимателя в бизнесмена).

2. Минимальный уровень прибыльности, достаточный для того, чтобы удержать бизнесмена в определенной сфере деятельности.

3. Элемент неявных издержек фирмы.

§ 2. ТЕОРИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ВЫБОРА (ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

NB

ПРОБЛЕМА ИДЕАЛЬНОЙ ФИРМЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ – необходимость принятия фирмой (как потребителем факторов производства) решения о том, как производить. Данное решение отражает общие закономерности и особенности взаимосвязи между количеством используемых факторов производства и объемом выпуска в различных производственных процессах.

В технологическом аспекте проблема сводится к оптимизации производства при заданном количестве факторов производства.

Предмет анализа – поведение идеальной фирмы, выбирающей технологически эффективный способ производства.

Ключевая проблема – выявление механизма оценки (сопоставления) идеальной фирмой полезности ресурсов (проблема оценки полезности), то есть формирования предпочтений фирмы.

§ 2а. ПРОИЗВОДСТВО В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

АСПЕКТЫ АНАЛИЗА:

- влияние изменений каждого отдельного переменного фактора на объем выпуска продукции;
- эффективность использования переменного фактора и ее условия.

ДОПУЩЕНИЯ ДЛЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА:

1. Сведение всего многообразия ресурсов к труду (L) и капиталу (K).
2. Уточнение производственной функции: $Q = f(K, L)$.
3. Рассмотрение труда как главного переменного фактора.

ПОКАЗАТЕЛИ ОТДАЧИ (ПОЛЕЗНОСТИ) ОТ ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА – совокупный (общий), средний, предельный продукты переменного фактора.

Общий (совокупный) продукт переменного фактора (TP_L) – количество блага, произведенного с использованием общего объема переменного фактора.

Средний продукт переменного фактора (AP_L) – объем выпуска в расчете на единицу переменного фактора.

Вычисляется по формуле:

$$AP_L = \frac{TP_L}{L}$$

Предельный продукт переменного фактора (MP_L) – прирост общего продукта, полученный в результате единичного приращения переменного фактора.

Вычисляется по формуле:

$$MP_L = \frac{\Delta TP_L}{\Delta L}$$

Если известна производственная функция, то рассчитывается как ее первая производная.

ЗАКОН УБЫВАНИЯ ПРЕДЕЛЬНОГО ПРОДУКТА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА¹ (*закон предельной отдачи; закон предельной производительности*) – увеличение объема использования одного фактора при неизменности остальных приводит к уменьшению предельного продукта переменного фактора.

ОСОБЕННОСТИ ЗАКОН УБЫВАНИЯ ПРЕДЕЛЬНОГО ПРОДУКТА ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА:

- действует только в краткосрочном периоде;
- характер действия закона определяется особенностями применяемой технологии;
- выражает:
 - ✓ неизбежность снижения отдачи от переменного фактора.
 - ✓ ограниченность возможности увеличения выпуска продукции в краткосрочном периоде.

КРИВЫЕ ПРОДУКТА ОТ ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА – графическое отображение зависимости величины продукта от количества переменного фактора.

КРИВАЯ ОБЩЕГО ПРОДУКТА показывает максимально достижимые объемы выпуска для каждого отдельного значения переменного фактора. Кривая TR_L позволяет смоделировать кривые среднего и предельного продуктов, используя следующие свойства:

- средний продукт в точке кривой совокупного продукта равен наклону луча, проходящего через начало координат и данную точку;
- предельный продукт в точке кривой совокупного продукта равен наклону касательной к этой точке.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ СОВОКУПНЫМ, СРЕДНИМ И ПРЕДЕЛЬНЫМ ПРОДУКТАМИ:

1. При увеличении переменного фактора совокупный продукт
 - растет, если значения предельного продукта положительны;
 - снижается, если значения предельного продукта отрицательны;

¹ Джон Бейтс Кларк (1847 – 1938) – американский экономист, основатель американской школы маржинализма, автор теории предельной производительности и закона.

- достигает своего максимума, когда предельный продукт равен нулю.
2. При росте совокупного продукта значения предельного продукта всегда положительны, а при снижении – отрицательны.
 3. Средний продукт от переменного фактора
 - растет до тех пор, пока его значения ниже значений предельного продукта;
 - снижается, если они выше значений предельного продукта;
 - достигает своего максимума в случае равенства значений среднего и предельного продуктов.

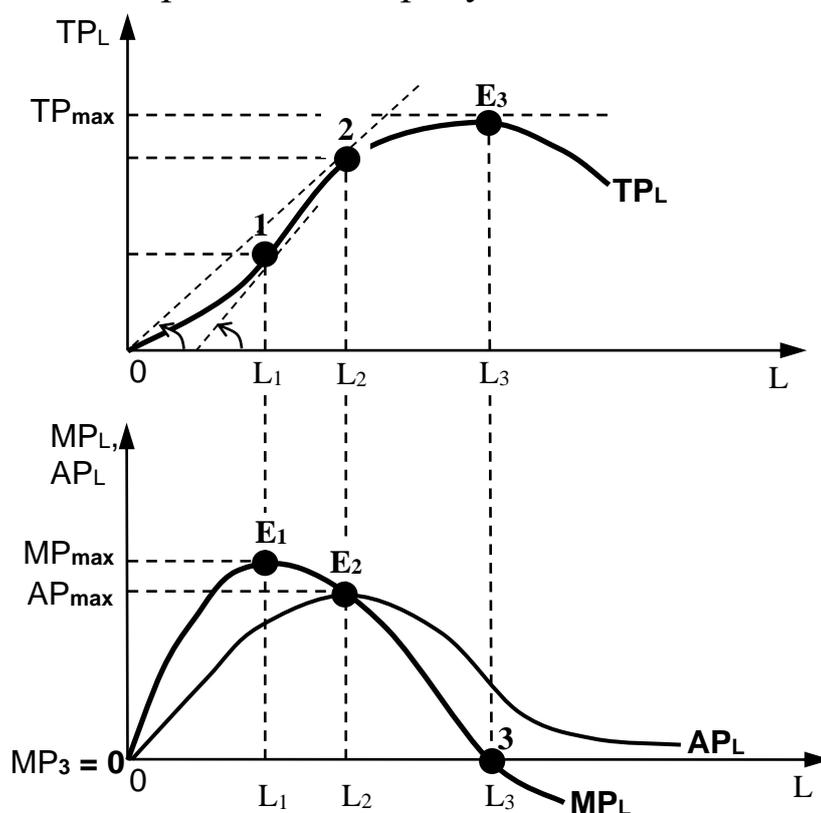


Рис. 36. Графическая интерпретация взаимосвязи между совокупным, средним и предельным продуктами

ОПТИМАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА

– использование переменного фактора в таком количестве, при котором достигается максимальный объем выпуска. **МАКСИМАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ ВЫПУСКА** – цель выбора, рассматривается как результат максимальной производительности факторов производства.

ОГРАНИЧЕНИЯ ВЫБОРА: цена фактора является ограничительным пределом его применения.

ПРАВИЛО ОПТИМАЛЬНОГО ВЫБОРА – соотношение предельных продуктов факторов равно соотношению их цен; определяет спрос фирмы на факторы производства.

$$\frac{MP_L}{MP_K} = \frac{P_L}{P_K}$$

P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к параграфу § 2а «Производство в краткосрочном периоде»

ПРОБЛЕМА СНИЖЕНИЯ ОТДАЧИ ПЕРЕМЕННОГО ФАКТОРА:

1. Обусловлена нарушением соотношения применяемых факторов производства.
2. Предполагает оптимизацию количественного соотношения между факторами производства на основе их замещения.
3. Для своего разрешения требует изменения всех факторов производства, что возможно в долгосрочном периоде.

§ 2б. ПРОИЗВОДСТВО В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

АСПЕКТЫ АНАЛИЗА:

- влияние изменения всех факторов производства на объем выпуска;
- использование комбинации факторов производства, позволяющее получать максимальный объем выпуска.

КЛЮЧЕВАЯ ПРОБЛЕМА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ВЫБОРА В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ – поиск оптимального соотношения между факторами производства, которое обеспечит максимальный объем выпуска при данном их количестве.

Варианты снятия проблемы:

1. Использование возможности замещения одного фактора производства другим. *Выбор производителя:* поиск через замещение факторов такой их комбинации, при которой

достигается оптимальное применение факторов в краткосрочном периоде.

2. Изменение количества всех факторов производства. *Выбор производителя:* поиск через изменение количества всех факторов такого размера производства, который обеспечивает максимальный выпуск при наибольшей эффективности использования факторов.

ДОПУЩЕНИЯ ДЛЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Сведение всего многообразия ресурсов к труду (L) и капиталу (K) и анализ соответствующих комбинаций (K, L).

ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ МНОЖЕСТВО – множество всех комбинаций вводимых ресурсов и выпусков, которые охватывают технологически достижимый способ производства.

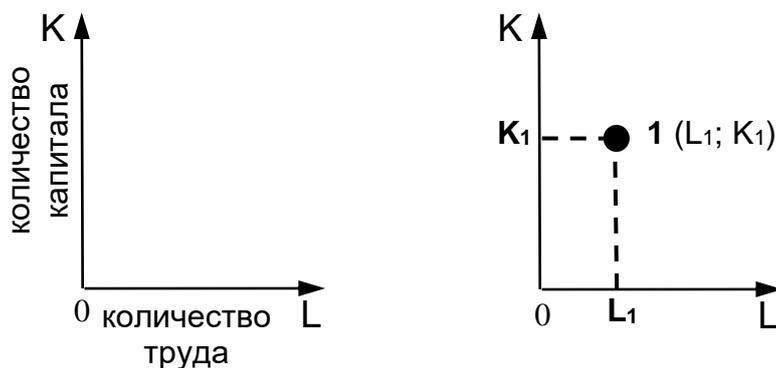
МОДЕЛЬ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ФИРМЫ (ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МНОЖЕСТВА) – графическая интерпретация выбора идеальной фирмой той или иной комбинации факторов производства на основе ранжирования отдачи от неё, представленной объемами выпуска продукции.

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ФИРМЫ:

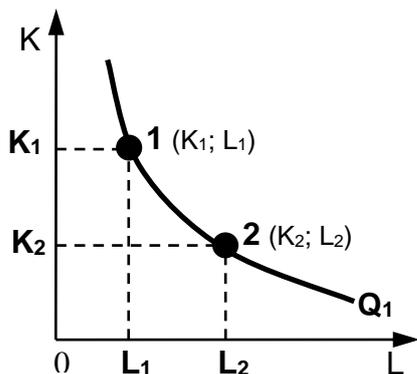
1. *Построение комбинации факторов производства* – комбинации из двух взаимозаменяемых факторов производства K и L.

Соответствует точке в графическом пространстве, которое определено двухмерной системой координат:

- по оси абсцисс откладывается количество труда L,
- по оси ординат откладывается количество капитала K.



2. *Построение изокванты* – кривой, показывающей различные комбинации двух факторов производства, обеспечивающих один и тот же объем производства (выпуска):



Наклон изокванты – показывает относительные предпочтения фирмы факторам производства, входящим в комбинацию; характер изменения выражается показателем предельной нормы технического замещения.

Предельная норма технологического замещения (MRTS) – пропорция замены одного фактора другим при сохранении неизменного объема выпуска.

Выражается формулой:
$$MRTS_{LK} = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$$

ΔK – изменение капитала, ΔL – изменение труда.

Определяется как абсолютное значение углового коэффициента изокванты (наклон касательной в любой из ее точек).

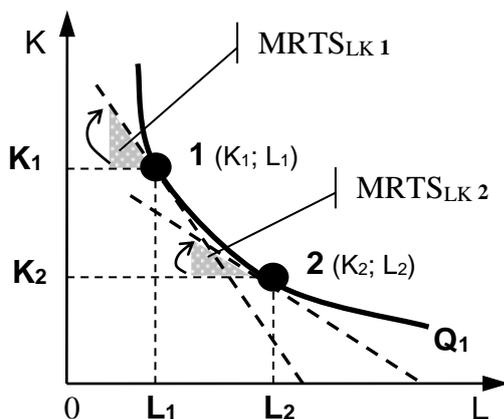
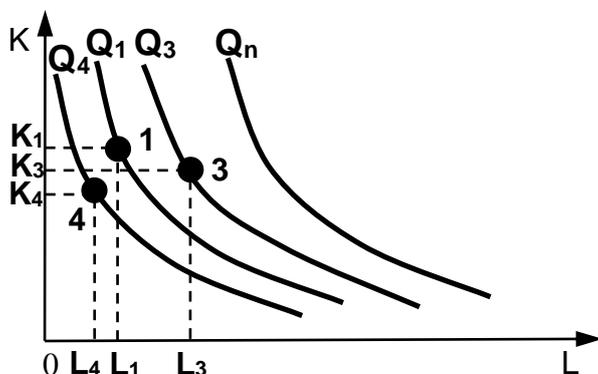


Рис. 37. Изменение предельной нормы технологического замещения
Свойства изокванты:

- выражает производственную функцию;
- отражает возможности замещения факторов производства;
- имеет отрицательный наклон;
- вогнута к началу координат.

3. Построение карты изоквант – набора изоквант для одного производителя и двух факторов производства.

Зона технического замещения – зона, где изокванты низшего порядка не пересекаются с изоквантами более высокого уровня:



ТИПЫ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФУНКЦИЙ:

- с абсолютной эластичностью замещения ($MRTS = 1$);
- функция Кобба–Дугласа¹ ($MRTS$ равна обратному соотношению предельных продуктов факторов производства);
- с постоянной эластичностью замещения ($MRTS$ равна определенному постоянному коэффициенту);
- с абсолютной неэластичностью (невозможностью) замещения ($MRTS$ равна нулю).

Производственная функция Кобба–Дугласа – устанавливает зависимость между объемом производства и только двумя факторами – трудом и капиталом.

Имеет вид $y = AK^\alpha \times L^\beta$, где

y – продукт (объем производства), K – капитал, L – труд;

A – коэффициент пропорциональности или масштабности;

α , β – коэффициенты эластичности объема производства соответственно по капиталу и труду.

Производственная функция Кобба–Дугласа – показывает, что

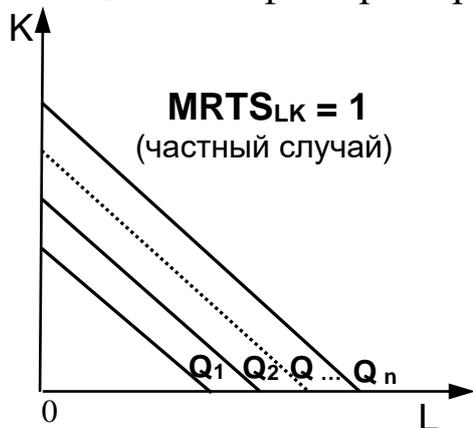
- существует предел для роста объема выпуска, который достигается увеличением затрат одного фактора производства при прочих равных условиях;
- существует взаимная дополняемость факторов производства;

¹ Пол Дуглас (1892 – 1976) – американский экономист; Чарльз Кобб – американский математик и экономист (1875 – 1949).

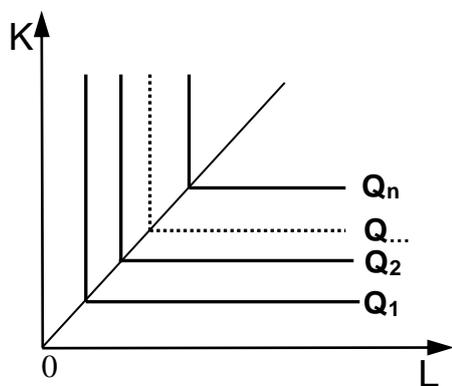
- существует вероятность определенной взаимозаменяемости данных факторов производства без уменьшения объема выпуска.

ФОРМЫ ИЗОКВАНТ:

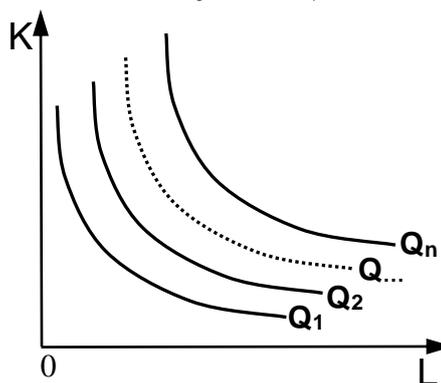
- *Линейные изокванты* – изокванты, выражающие совершенную замещаемость факторов производства ($MRTS_{LK} = const$):



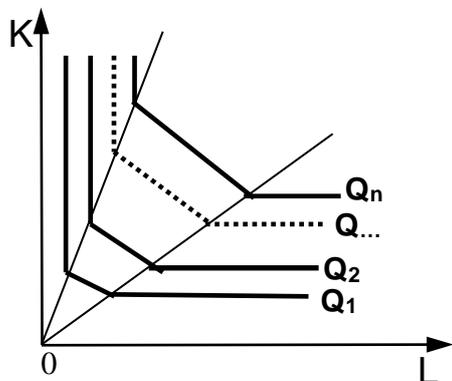
- *Изокванты в виде прямого угла* – изокванты, выражающие жесткую дополняемость факторов производства. Иллюстрируют ситуацию, при которой труд и капитал сочетаются в единственно возможном соотношении ($MRTS_{LK} = 0$):



- *Изокванты, выраженные гладкими, выпуклыми линиями* – отражают степенные производственные функции (функции Кобба–Дугласа):



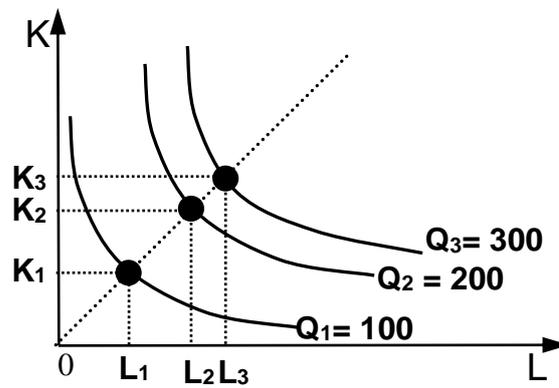
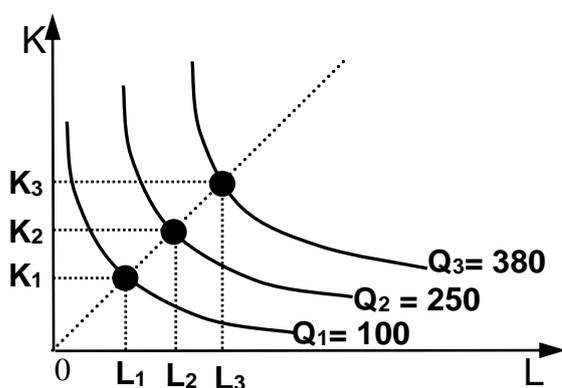
- *Изокванты, выраженные ломаными линиями* – являются графическим отображением производственных процессов, для которых характерно ограниченное количество методов осуществления производства:



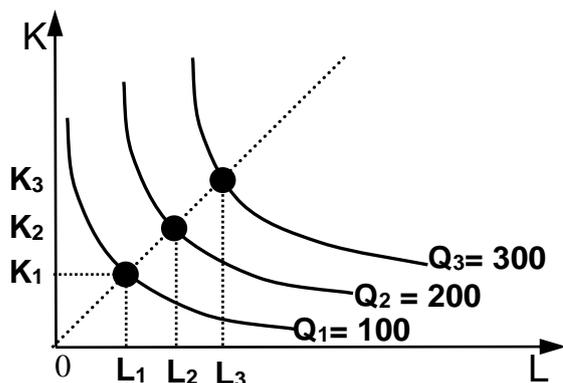
ИЗМЕНЕНИЕ РАЗМЕРА (МАСШТАБА) ПРОИЗВОДСТВА – некоторое кратное изменение количества всех применяемых факторов; расширение поля производства, возможное в долгосрочном периоде.

ЭФФЕКТ МАСШТАБА (*технологический аспект*) – характер зависимости между ростом объема производства и увеличением количества применяемых факторов при неизменной комбинации между ними.

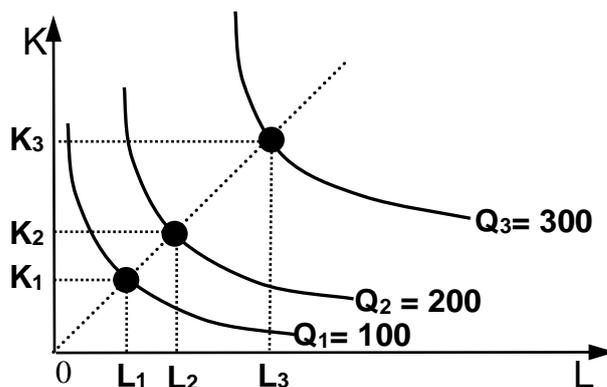
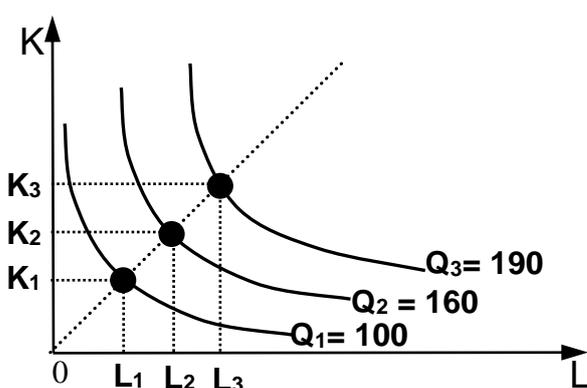
ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ (РАСТУЩИЙ) ЭФФЕКТ МАСШТАБА – объем выпуска возрастает в большей пропорции, чем увеличение всех факторов производства:



ПОСТОЯННЫЙ ЭФФЕКТ МАСШТАБА – объем выпуска возрастает в той же пропорции, что и увеличение всех факторов производства:



УБЫВАЮЩИЙ ЭФФЕКТ МАСШТАБА – объем выпуска возрастает в меньшей пропорции, чем увеличение всех факторов производства:



ДЛЯ ФУНКЦИИ КОББА–ДУГЛАСА ($y = AK^\alpha \times L^\beta$):

- при $(\alpha + \beta) = 1$ – постоянный эффект масштаба;
- при $(\alpha + \beta) < 1$ – снижающийся;
- при $(\alpha + \beta) > 1$ – растущий.

ВОЗМОЖНОСТИ ОПТИМИЗАЦИИ ПРИМЕНЕНИЯ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ ПО СРАВНЕНИЮ С КРАТКОСРОЧНЫМ – в рамках краткосрочного периода действие закона убывающей отдачи переменного фактора ограничивает его применение, т.к. не позволяет обеспечивать оптимальное сочетание факторов.

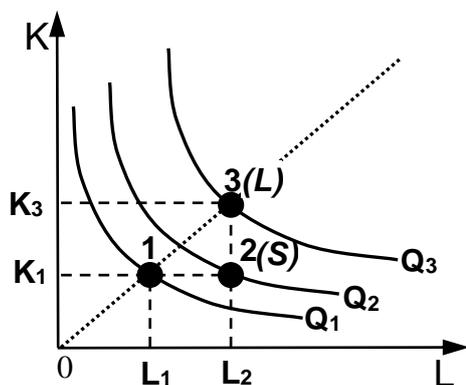


Рис. 38. Отдача от использования труда в краткосрочном и долгосрочном периодах

ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС КАК ФАКТОР РОСТА ПРОИЗВОДСТВА – развитие производства за счет совершенствования технологии.

Результат проявляется:

- в увеличении объема выпуска при данном количестве производственных факторов;
- в снижении затрат факторов производства при данном объеме выпуска.

Модельно данные процессы выражаются:

- в смещении изокванты вниз,
- в изменении ее конфигурации,
- в том и другом.

ТРИ ТИПА ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА: капиталоемкий, трудоинтенсивный, нейтральный.

Капиталоемкий тип технического прогресса – если при нововведении MRTS снижается при неизменном уровне капиталовооруженности труда. Проявляется в замещении труда капиталом.

Трудоинтенсивный тип технического прогресса – если при нововведении MRTS растет при неизменном уровне капиталовооруженности труда. Проявляется в замещении капитала трудом.

Нейтральный тип технического прогресса – если при нововведении MRTS остается неизменной при неизменном уровне капиталовооруженности труда.

P. S. ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к параграфу «Теория производственного выбора (технологический аспект)»

На основе теории производственного выбора можно сделать вывод о том, что для данного объема выпуска существует ряд технологически эффективных способов производства. Они выражают оптимальное сочетание применяемых производственных факторов.

Однако использование ресурсов в качестве факторов производства предполагает несение затрат, связанных с их привлечением, комбинированием и применением в производстве благ. В связи с этим проблема оптимизации производства превращается в проблему минимизации производственных затрат (издержек).

§ 3. ТЕОРИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ВЫБОРА (ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

NB

КЛЮЧЕВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА ОПТИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА – необходимость в условиях ограниченных ресурсов проводить анализ затрат, связанных с поиском наиболее благоприятной комбинации факторов производства с точки зрения издержек.

АСПЕКТЫ АНАЛИЗА:

- влияние издержек на результаты производства.
- оптимизация производства по издержкам.

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА

ФУНКЦИЯ ИЗДЕРЖЕК – функция, описывающая изменение издержек в зависимости от изменений количества применяемых факторов производства и применяемой технологии при неизменности их цен.

Выражается в общем виде:

$$C = K \times P_K + L \times P_L + N \times P_N, \text{ где}$$

C – издержки,

K, L, N – количество потребленных факторов,

P_K, P_L, P_N – цены потребленных факторов.

ПРОБЛЕМА МОДЕЛИРОВАНИЯ ВАРИАНТОВ КОМБИНАЦИИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА, ЗАДАВАЕМЫХ УРОВНЕМ ИЗДЕРЖЕК ФИРМЫ

– издержки производства – одно из главных ограничений экономического поведения фирмы, выбирающей комбинацию факторов производства для обеспечения определенного объема выпуска. Отсюда необходимость построения модели, иллюстрирующей возможности фирмы по издержкам.

МОДЕЛЬ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФИРМЫ ПО ИЗДЕРЖКАМ – графическая интерпретация поиска такой комбинации факторов производства, которая позволяла бы получить максимальный выпуск при заданном уровне производственных издержек.

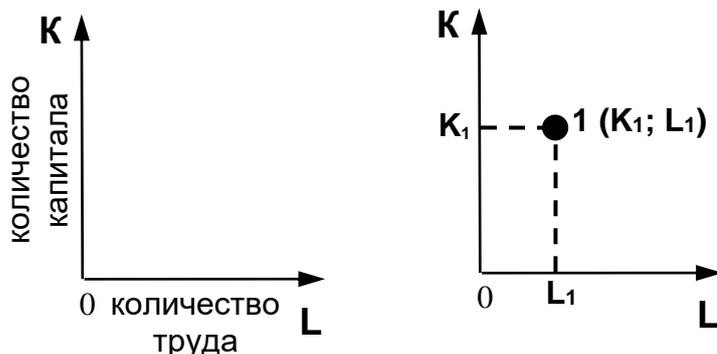
ДОПУЩЕНИЕ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ – сведение всего многообразия ресурсов к труду (L) и капиталу (K) и анализ соответствующих комбинаций (K, L).

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФИРМЫ

1. Построение комбинация факторов производства – комбинации из двух взаимозаменяемых факторов производства K и L .

Соответствует точке в графическом пространстве, которое определено двухмерной системой координат:

- по оси абсцисс откладывается количество труда L ,
- по оси ординат откладывается количество капитала K :



2. Построение изокосты – линии равных издержек, показывающей все комбинации ресурсов, приобретение которых требует равных общих затрат.

Выражается уравнением

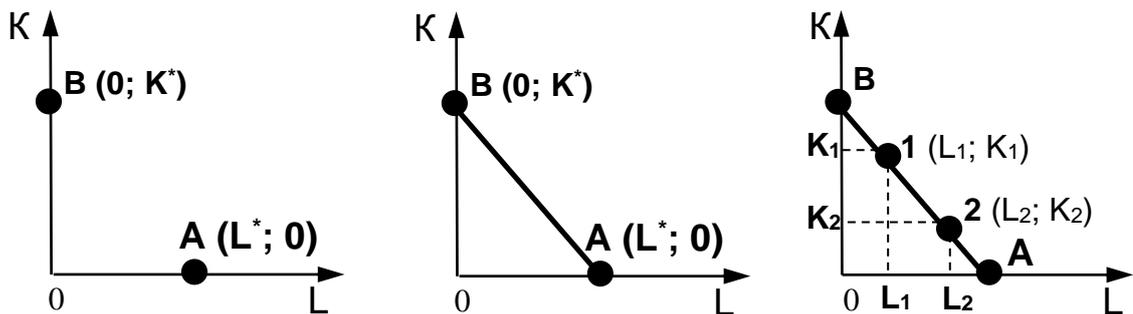
$$C = P_K \times K + P_L \times L \text{ или } K = -\frac{P_L}{P_K} \times L + \frac{C}{P_K}, \text{ где } C \text{ – общие издержки}$$

производства; **K**, **L** – количество капитала и труда соответственно; **P_K**, **P_L** – рыночные цены капитала и труда соответственно.

Наклон изокосты – указывает на соотношение цен применяемых факторов производства: $- P_L / P_K$.

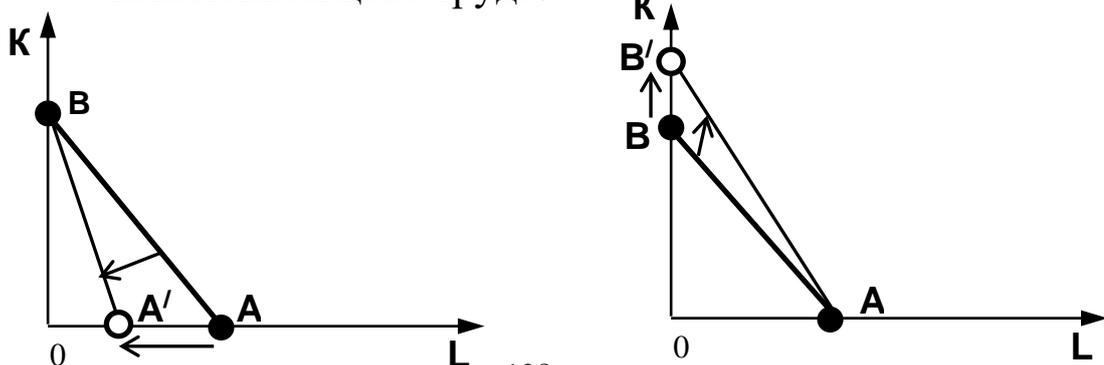
Контрольные точки на изокосте – показывают варианты издержек производства, которые соответствуют затратам только на один из факторов. Лежат на осях абсцисс и ординат и имеют следующие координаты:

т.А. $(L^*; 0)$, где $L^* = \frac{C}{P_L}$; **т.В.** $(0; K^*)$, где $K^* = \frac{C}{P_K}$:

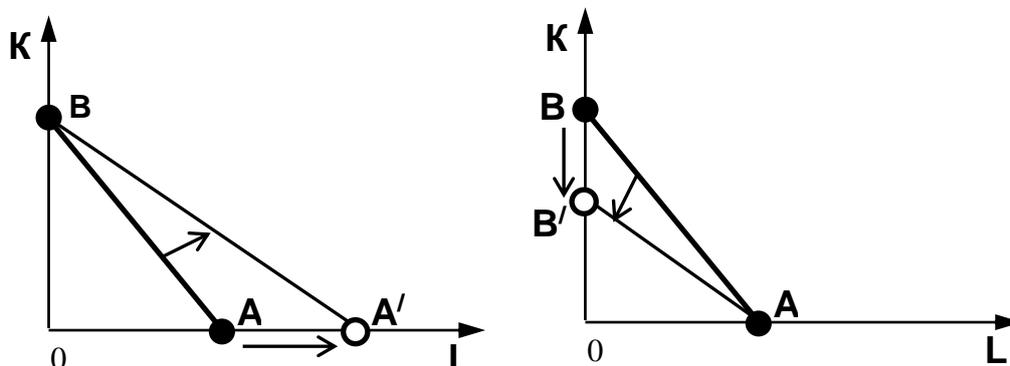


Свойства изокосты:

1. Отражает одинаковый уровень издержек для разных комбинаций факторов.
2. Изменение цен факторов приводит к повороту изокосты:
 - *более крутая* – при росте цены труда и неизменной цене капитала или при снижении цены капитала и неизменной цене труда:

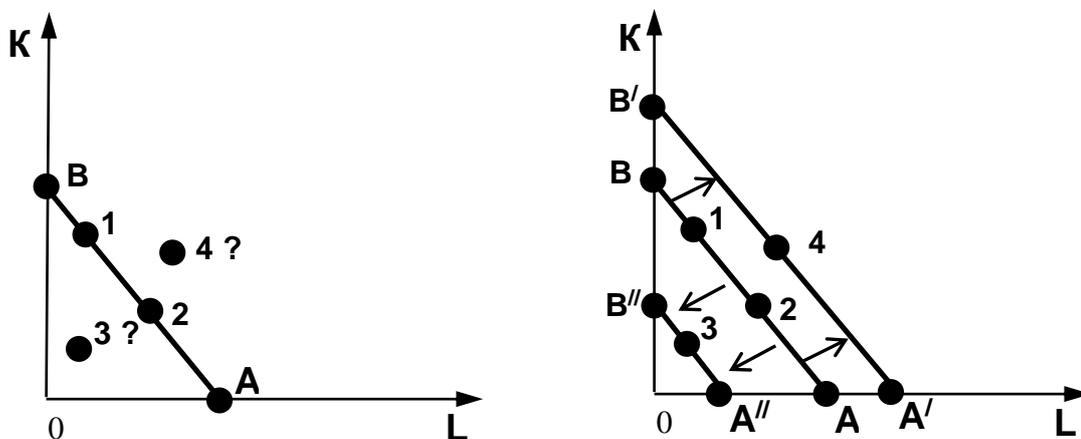


- *более пологая* – при росте цены капитала и неизменной цене труда или при снижении цены труда и неизменной цене капитала:



- *более крутая или более пологая* – при изменении цен и капитала, и труда в зависимости от соотношения цен факторов.

НАБОР ИЗОКОСТ – графическое описание разных уровней издержек при неизменных ценах на факторы производства. Более высоко расположенная изокоста отражает более высокий уровень издержек в сравнении с нижерасположенной изокостой:



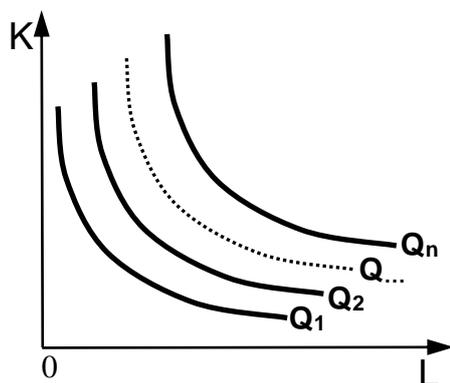
ПРОБЛЕМА ВЫБОРА ФИРМОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИ И ЭКОНОМИЧЕСКИ ОПТИМАЛЬНОЙ КОМБИНАЦИИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА – поиск решения о комбинации факторов производства, которая

- либо максимизирует объем выпуска при заданном уровне производственных издержек,
- либо минимизирует издержки для данного объема выпуска.

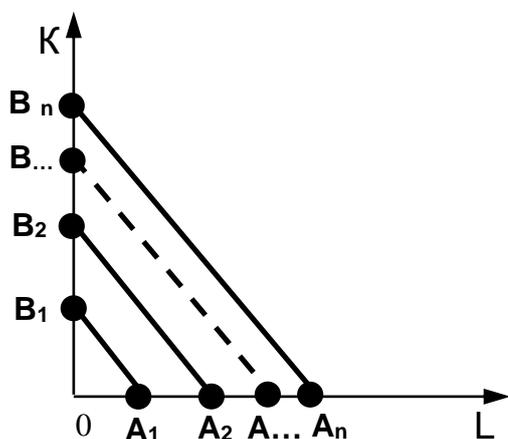
Оптимальная комбинация будет обеспечивать экономически эффективный способ производства.

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ВЫБОРА ФИРМОЙ ОПТИМАЛЬНОЙ КОМБИНАЦИИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

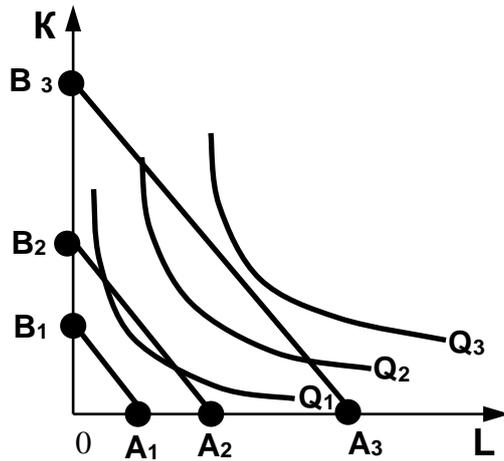
1. Модель технологических предпочтений фирмы (производственное множество) – представлена картой изоквант:



2. Модель возможностей фирмы по издержкам – представлена набором изокост:

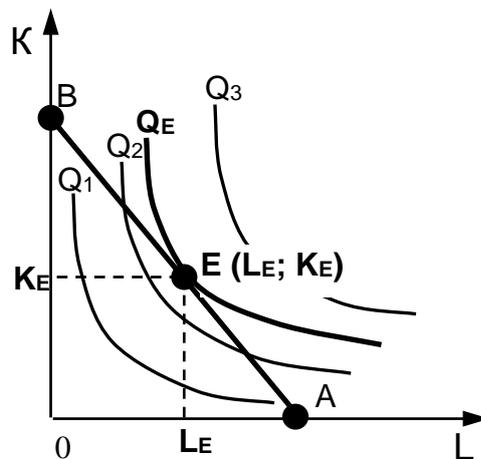


3. Пространство производственного выбора – модельно представляет комбинации факторов производства, желаемых и доступных производителю. Возникает при совмещении модели технологических предпочтений и модели возможностей фирмы по издержкам:

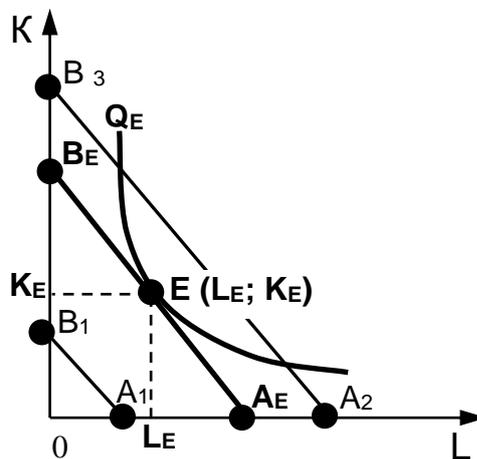


ОПТИМУМ ФИРМЫ КАК ПОТРЕБИТЕЛЯ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА – находится через определение точки касания изокванты и изокосты. При поиске комбинации факторов производства, позволяющей

- максимизировать объем выпуска при заданном уровне производственных издержек – строится изокванта, касательная к изокосте:



- минимизировать издержки при заданном объеме выпуска – проводится изокоста, касательная к изокванте соответствующего объема выпуска:



Фирма должна изменять соотношение факторов производства в целях повышения выпуска или снижения издержек для данной выработки до тех пор, пока предельная норма замещения факторов производства ($MRTS_{LK}$) не будет равна наклону изокосты ($\frac{P_L}{P_K}$): $MRTS_{LK} = \frac{P_L}{P_K}$

Оптимальная позиция фирмы, выбирающей комбинацию факторов производства – точка, в которой изокванта касается изокосты и минимизируются издержки, необходимые для выпуска определенного объема блага.

Оптимальная комбинация факторов производства – предельная норма технологического замещения факторов равна обратному соотношению их предельных продуктов.

Правило минимальных издержек производства: минимальные издержки производства достигаются при условии равенства соотношения предельной отдачи производственных факторов соотношению их цен.

$$\frac{MRP_L}{MRP_K} = \frac{P_L}{P_K}$$

Правило минимальных издержек производства (для более двух факторов производства) – издержки данного объема выпуска минимизируются при комбинации факторов производства, для которой соотношение предельных продуктов этих факторов в денежном выражении равно соотношению их рыночных цен:

$$\frac{MRP_1}{P_1} = \frac{MRP_2}{P_2} = \dots = \frac{MRP_n}{P_n}, \text{ где}$$

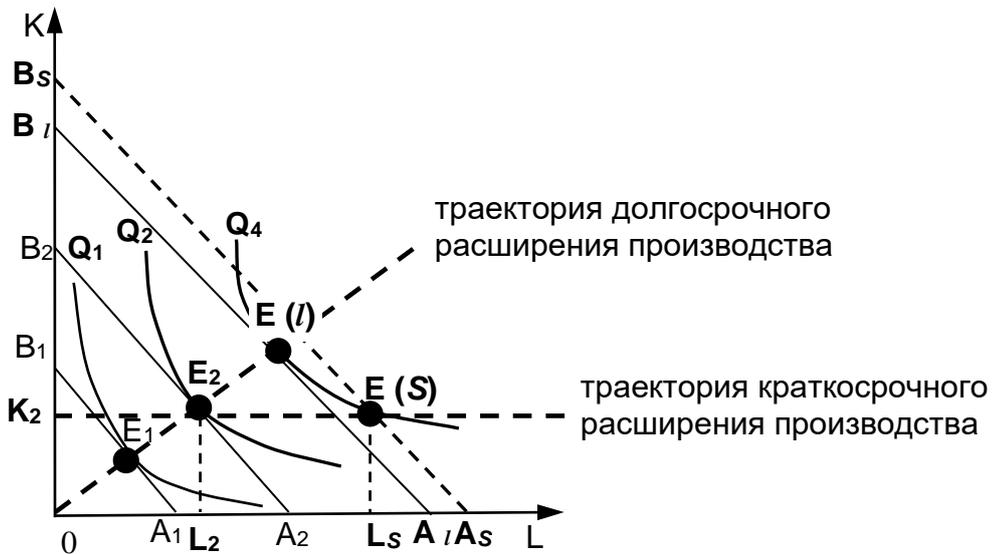
$MRP_{1,2,\dots,n}$ – предельный продукт в денежном выражении;

P_1, P_2, \dots, P_n – рыночные цены на ресурсы.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ВЫБОРА ФИРМОЙ ОПТИМАЛЬНОЙ КОМБИНАЦИИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

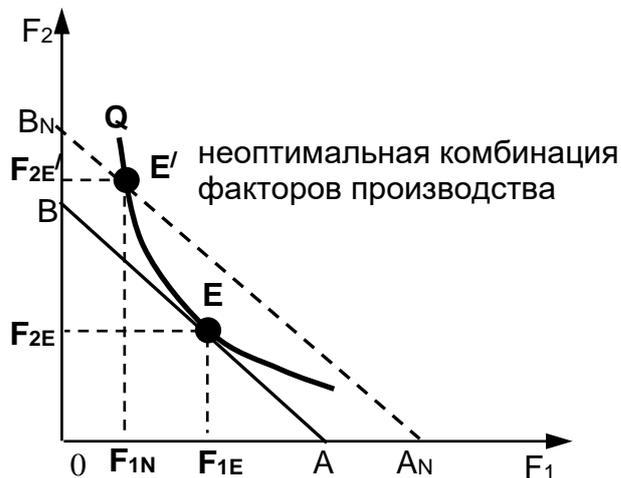
1. Для иллюстрации факторов, ограничивающих возможности оптимизации производства:

- временные ограничения – сопоставление траекторий краткосрочного и долгосрочного расширения производства:



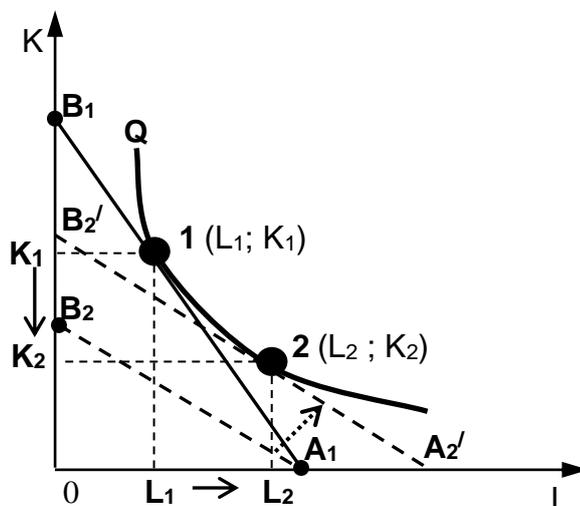
$E(L)$ – точка оптимального выбора в долгосрочном периоде;
 $E(S)$ – точка оптимального выбора в краткосрочном периоде;
 $A_l B_l$ – уровень издержек долгосрочного периода;
 $A_s B_s$ – уровень издержек краткосрочного периода ($A_s B_s > A_l B_l$).

• нормативные ограничения по использованию ресурсов – поиск вынужденной неоптимальной комбинации факторов производства, располагаемой на изокосте, пересекающей изокванту:



F_{1N} – нормативное ограничение ресурса F_1 ;
 $F_{2E'}$ – количество ресурса F_2 , предопределенное F_{1N} ;
 $A_N B_N$ – уровень издержек, предопределенный нормативным ограничением использования ресурса F_1 ($A_N B_N > AB$);

- ценовые ограничения (цена производственного ресурса) – поиск оптимальной комбинации при новом положении изокосты:



При повышении цены на капитал уменьшится количество применяемого капитала с K_1 до K_2 , что при сохранении объема выпуска приведет к увеличению применяемого труда с L_1 до L_2 . Новой точкой оптимизации по издержкам становится точка 2 (L_2 ; K_2). Очевидно, что уровень издержек в этом случае будет соответствовать $A_2' B_2'$, который выше уровня издержек $A_1 B_2$, отражающего прежний уровень издержек, но не обеспечивающего необходимого объема выпуска Q .

2. Для иллюстрации траектории развития фирмы:

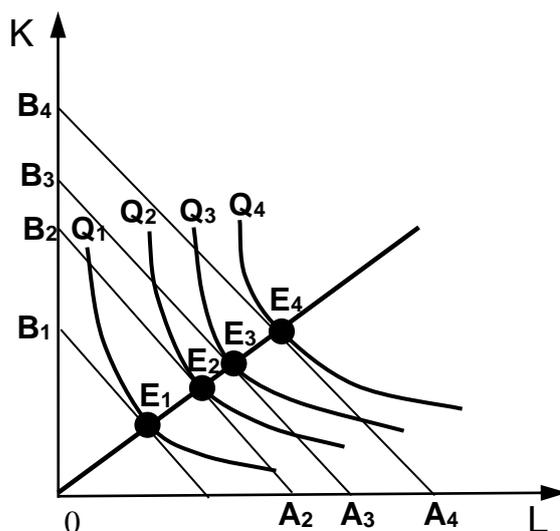
Траектория развития – линия расширения производства. Описывает характер изменения в процессе расширения производства оптимальных комбинаций его факторов.

Свойства траектории развития:

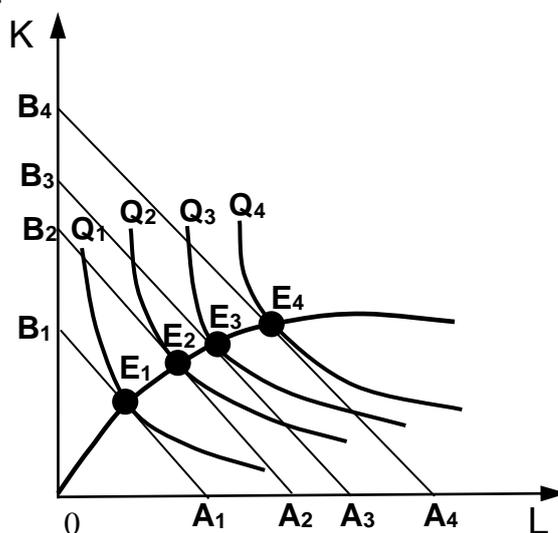
- показывает эффективные по издержкам комбинации факторов производства;
- показывает предпочтительные для фирмы комбинации в процессе расширения производства;
- выявляет приоритеты фирмы в использовании факторов производства;
- отражает долгосрочную динамику спроса производителей на факторы производства.

Конфигурация траектории развития (направленность) – зависит от соотношения цен факторов и их предельной отдачи:

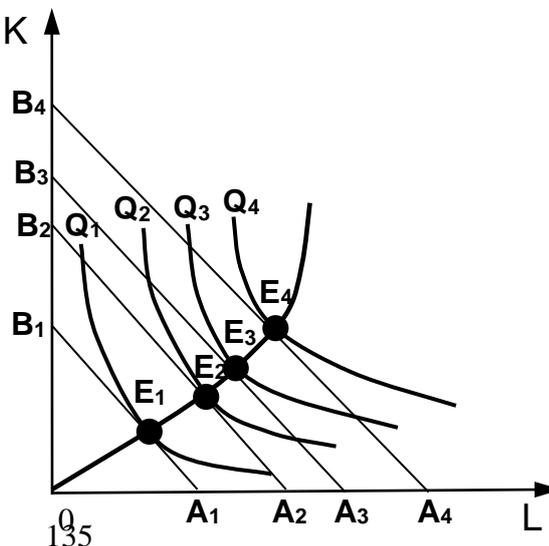
- «Луч» – когда технология требует постоянного соотношения факторов:



- «Убывающая кривая развития» – когда требуются более трудоемкие технологии:



- «Возрастающая кривая развития» – когда требуются более капиталоемкие технологии:



P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к параграфам «Теория производственного выбора (технологический и экономический аспекты)»

Анализ производственного выбора производителя в технологическом и экономическом аспектах позволил ответить на вопрос о том, как фирма принимает решения об оптимизации производства. Но фирма выпускает продукцию для реализации ее потребителям на рынке, следовательно, ее решение об объеме выпуска должно быть связано с рыночными условиями.

Поэтому производственный выбор фирмы требует дополнительного анализа ее рыночного поведения, без чего не может быть дан ответ на вопрос о формировании предложения производителя и рыночного предложения.

§ 4. РЫНОЧНЫЙ ВЫБОР ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

NB

ПРОБЛЕМА ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ НА РЫНКЕ – необходимость принятия фирмой (как производителем/продавцом) решения о том, какой объем выпуска произвести и предложить на рынке, чтобы обеспечить максимальную реализацию цели при имеющихся ограничениях.

Разрешается на основе анализа поведения фирмы на рынке производимого блага.

ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ПРОИЗВОДИМОГО БЛАГА – процесс формирования производителем / продавцом предложения блага с учетом имеющихся ограничений.

ЦЕЛИ ФИРМЫ

1. Максимизация прибыли как ключевое условие ее долгосрочного функционирования. В неоклассической теории принимается как исходный пункт анализа поведения фирмы.

2. Максимизация выручки.
3. Выживание в долгосрочной перспективе.
4. Экономический рост и др.

ОГРАНИЧЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ – выделяют технологические и экономические факторы, влияющие на ее решения.

Технологические ограничения – лишь определенные комбинации ресурсов практически обеспечивают производство данного объема продукции.

Экономические ограничения – издержки производства и спрос на произведенное благо.

Спрос на продукцию фирмы (произведенные блага) – часть рыночного спроса, представленная спросом покупателей, готовых приобрести продукцию фирмы.

ВЫБОР ФИРМЫ – объема выпуска блага, максимизирующий прибыль в рамках имеющихся ограничений.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА ФИРМЫ – необходимость количественного сопоставления дохода (выручки) фирмы и ее издержек и оптимизации их разности (прибыли).

Снятие проблемы предполагает:

- введение вариантов количественной оценки издержек производства;
- введение вариантов количественной оценки дохода (выручки) и прибыли фирмы;
- выбор принципов максимизации прибыли.

1. Количественная оценка издержек производства

ФУНКЦИЯ ИЗДЕРЖЕК – функция, описывающая изменение издержек в зависимости от изменений объема выпуска при неизменности цен факторов производства.

$C = f(Q)$, где C – издержки, $f(Q)$ – форма функциональной зависимости издержек от объема выпуска.

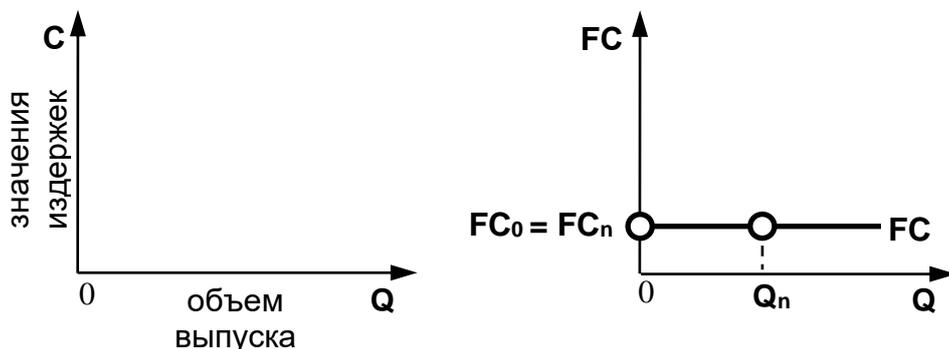
Общие издержки краткосрочного периода (ТС) – совокупность постоянных и переменных издержек фирмы в связи с производством блага в краткосрочном периоде:

$$ТС = FC + VC.$$

Графически FC представлены прямой, параллельной оси абсцисс в системе координат, где

- на оси абсцисс откладывают объем выпуска Q ;

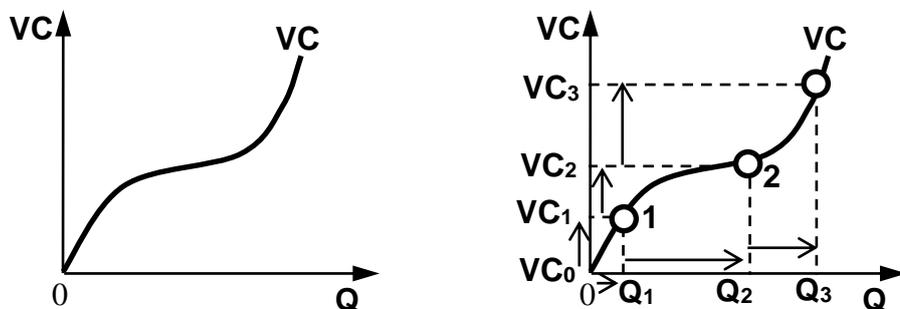
- на оси ординат откладывают значения издержек C :



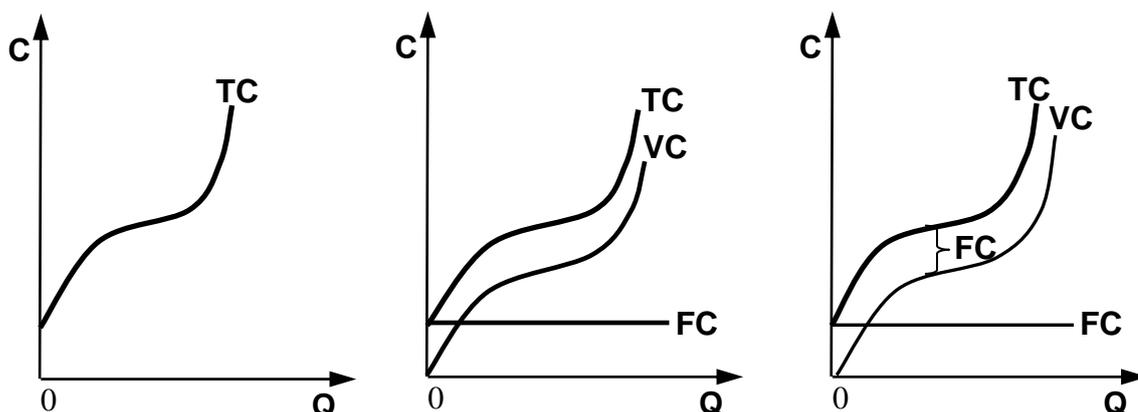
Графически VC представлены восходящей кривой в той же системе координат.

Вид графика VC :

- крутое восхождение – в начальный (организационный) период VC растут быстрее, чем увеличивается объем производства;
- пологое восхождение – рост VC замедляется;
- резкое восхождение – VC начинают обгонять рост производства в силу действия закона убывающей отдачи переменного фактора:

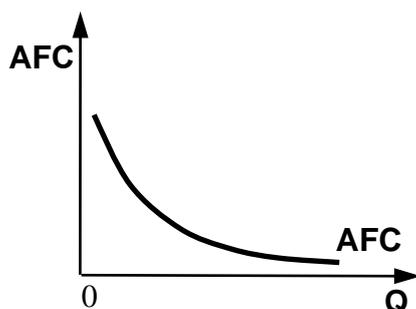


Графически TC представлены вертикальным суммированием графиков FC и VC :



Средние постоянные издержки (AFC) – характеризуют затраты постоянного фактора производства, с которыми в среднем производится единица продукции. Определяются отношением постоянных издержек к величине объема производства $AFC = \frac{FC}{Q}$

Графически представлены гиперболой, приближающейся к осям абсцисс и ординат:

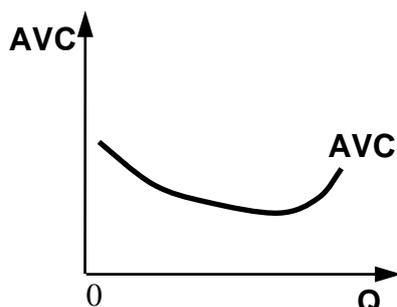


Средние переменные издержки (AVC) – характеризуют затраты переменного фактора производства, с которыми в среднем производится продукция. Определяются отношением переменных издержек к величине объема производства:

$$AVC = \frac{VC}{Q}.$$

Вид графика:

- сначала кривая падает, поскольку производство постепенно выходит на оптимальный уровень загрузки и рост издержек отстает от темпа роста производства;
- далее она горизонтальна, поскольку объем выпуска близок к технологическому оптимуму;
- далее кривая начинает быстро возрастать, так как мощности перегружены и каждая дополнительная единица выпущенной продукции сопровождается резким повышением затрат:



Средние общие издержки (АТС) – величина общих издержек, приходящаяся на единицу произведенного блага:

$$АТС = \frac{ТС}{Q}.$$

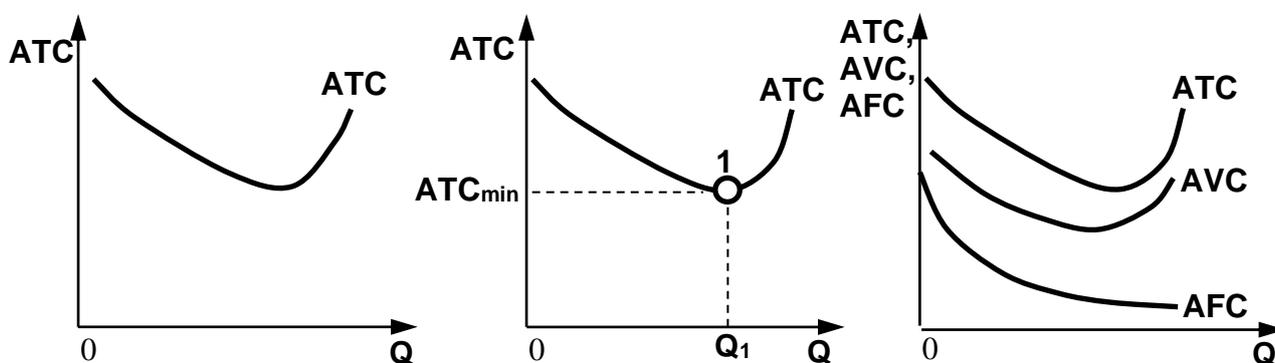
В краткосрочном периоде АТС характеризуют затраты постоянного и переменного факторов производства, с которыми в среднем производится единица продукции:

$$АТС = \frac{FC + VC}{Q}.$$

Значение АТС: точка технологического оптимума в краткосрочном периоде – объем производства, соответствующий минимальным средним совокупным издержкам.

Графически представлены кривой U – образной формы:

- сначала график АТС убывает под влиянием уменьшения AFC и AVC;
- затем возрастает из-за резкого увеличения AVC;
- приближается к кривой AVC по мере роста объема выпуска:



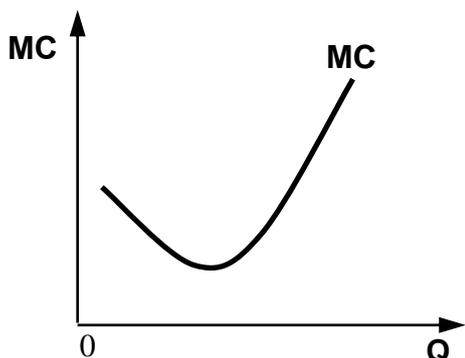
Предельные издержки (МС) – приращение общих издержек, вызванное увеличением производства на единицу:

$$МС = \frac{\Delta ТС}{\Delta Q}.$$

МС – издержки, связанные с производством последней единицы продукции.

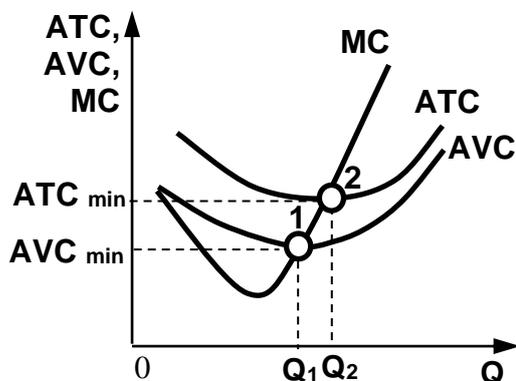
Их величина также может быть определена как первая производная функции общих издержек.

Графически представлены кривой U – образной формы:



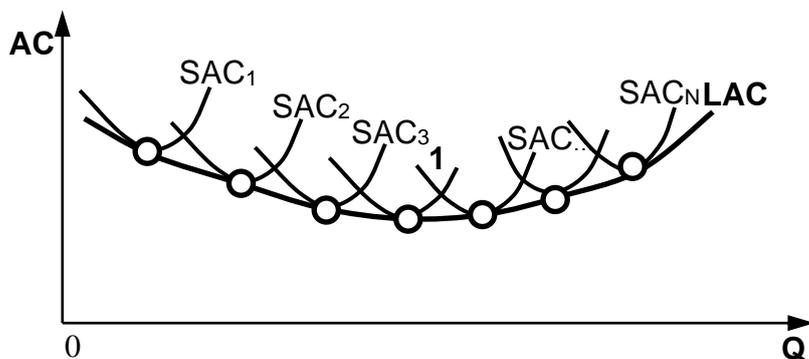
СЕМЕЙСТВО» КРИВЫХ СРЕДНИХ И ПРЕДЕЛЬНЫХ ИЗДЕЖЕК ПРОИЗВОДСТВА КРАТКОСРОЧНОГО ПЕРИОДА:

1. Кривые издержек показывают минимальные значения издержек для каждого объема выпуска.
2. Вогнутость кривых средних и предельных издержек отражает действие закона убывающей отдачи.
3. Кривые средних и предельных издержек являются зеркальным отражением соответственно кривых среднего и предельного продуктов.
4. Когда $MC < ATC$ и $MC < AVC$, то AVC и ATC убывают.
5. Когда $MC > ATC$ и $MC > AVC$, то AVC и ATC возрастают.
6. Когда $MC = ATC$ и $MC = AVC$ (в точках пересечения кривых средних издержек с кривой предельных издержек), то AVC и ATC имеют минимальные значения:



ДОЛГОСРОЧНЫЕ СРЕДНИЕ ИЗДЕЖКИ ФИРМЫ — характеризуют затраты факторов производства на единицу продукции в долгосрочном периоде.

КРИВАЯ ДОЛГОСРОЧНЫХ СРЕДНИХ ИЗДЕРЖЕК ФИРМЫ (LAC) – описывает зависимость между объемом выпуска и издержками производства в долгосрочном периоде. Показывает наименьшие средние издержки производства единицы продукции, с которыми может быть обеспечен любой объем производства:



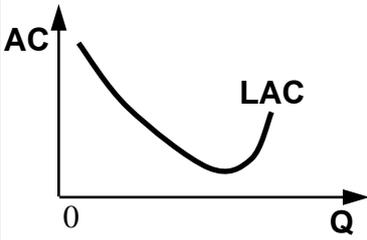
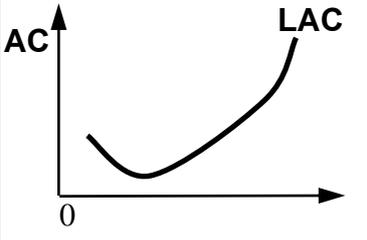
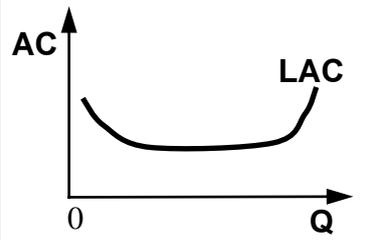
СВОЙСТВА КРИВЫХ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА ДОЛГОСРОЧНОГО ПЕРИОДА:

1. Кривая средних долгосрочных издержек является огибающей для кривых средних краткосрочных издержек.
2. Кривая долгосрочных предельных издержек не является огибающей для кривых краткосрочных предельных издержек.
3. Динамика долгосрочных средних издержек и соответственно форма их кривой определяются характером эффекта масштаба.
4. Характер изменения долгосрочных издержек определяет оптимальный размер предприятия.

ОПТИМАЛЬНЫЙ (МИНИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫЙ) РАЗМЕР ФИРМЫ – размер производства, при котором фирма может минимизировать свои долгосрочные средние издержки.

ЭФФЕКТ МАСШТАБА (ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ) – зависимость издержек производства от роста масштабов производства.

Таблица 5

Эффект масштаба (экономический аспект)		
Характер эффекта масштаба	Содержание	Динамика LAC
Положительный. 	Объем производства растет быстрее, чем растут издержки производства.	Долгосрочные средние издержки фирмы падают по мере увеличения выпуска.
Отрицательный. 	Объем производства растет медленнее, чем растут издержки производства.	Долгосрочные средние издержки фирмы возрастают по мере увеличения выпуска.
Нулевой. 	Объем производства и издержки возрастают одинаковыми темпами.	Долгосрочные средние издержки фирмы не зависят от объема выпуска.

2. Количественная оценка выручки фирмы

Общая выручка (доход) фирмы (TR) – результат рыночной деятельности фирмы. Представляет собой функцию от цены и количества реализованной продукции на рынке.

$TR = f(P; Q)$, где

TR – общий выручка (доход) фирмы;

$f(P; Q)$ – форма функциональной зависимости выручки от цены блага и объема его продаж.

Средняя выручка (доход) фирмы (AR) – выручка, приходящаяся на единицу проданного фирмой блага:

$$AR = \frac{TR}{Q}.$$

Кривая средней выручки одновременно является и кривой спроса на продукт фирмы, т.к. рыночная цена блага – это функция спроса.

Предельная выручка (доход) фирмы (MR) – изменение общей выручки фирмы при увеличении объема продаж на единицу:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}.$$

Кривая предельной выручки является убывающей, поскольку функция спроса является убывающей.

3. Количественная оценка прибыли фирмы

Общая прибыль фирмы – прибыль от данного объема продукции. Разность между общим доходом и общими издержками фирмы при данном объеме продукции: π (P_r)

$$\pi = TR - TC$$

Средняя прибыль фирмы – прибыль, приходящаяся на единицу продукции. Разность между средним доходом и средними издержками фирмы:

$$APr = \frac{TR_r}{Q} \text{ или } APr = ATR - ATC.$$

Предельная прибыль фирмы – изменение общей прибыли при изменении объема выпуска на единицу. Разность между предельным доходом и предельными издержками фирмы:

$$MPr = \frac{\Delta Tr}{\Delta Q} \text{ или } MPr = MR - MC.$$

ДВА ПОДХОДА К АНАЛИЗУ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ:

1. *Сопоставление общего дохода и общих издержек фирмы* – проверка общей прибылью оптимальности объема выпуска фирмы.

Принцип максимизации прибыли первый: фирма максимизирует прибыль при таком объеме выпуска, при котором общая выручка превышает общие издержки производства на наибольшую величину.

2. *Сопоставление предельного дохода с предельными издержками фирмы* – проверка предельной прибылью оптимальности объема выпуска фирмы.

Варианты:

- если $MR > MC$, то $T\pi$ растет;
- если $MR < MC$, то $T\pi$ падает;
- если $MR = MC$, то $T\pi$ достигает максимума.

Принцип максимизации прибыли второй: фирма максимизирует прибыль при таком объеме производства, для которого предельная выручка (доход) равняется предельным издержкам, т.е. выполняется правило: $MR = MC$.

УЧЕТ ВРЕМЕННОГО ПРОСТРАНСТВА В ВЫБОРЕ ФИРМЫ – связан с возможностью в сложившихся условиях рынка получения фирмой не только положительной и нулевой прибыли, но и отрицательной – несение убытков.

Критерий целесообразности производства в краткосрочном периоде – убытки должны быть меньше постоянных издержек.

Критерий целесообразности производства в долгосрочном периоде – наличие неотрицательной экономической прибыли.

Варианты поведения фирмы в краткосрочном периоде:

- производство ради максимизации прибыли;
- производство ради обеспечения самокупаемости;
- производство ради минимизации убытков;
- временная остановка производства.

Варианты поведения фирмы в долгосрочном периоде:

- производство ради максимизации прибыли;
- производство ради обеспечения самокупаемости;
- прекращение производства.

§ 5. ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

ПРИЗНАКИ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ:

1. Не может оказывать влияния на рыночную цену.
2. Принимает рыночную цену на производимые ею блага как данную, т.е. является фирмой-ценополучателем.
3. Сталкивается с абсолютной эластичностью спроса на свою продукцию (кривая спроса горизонтальна).

СПЕЦИФИКА КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВЫРУЧКИ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ

Показатель общей выручки конкурентной фирмы – выражается формулой

$TR = P \times Q$, где P – рыночная цена блага, Q – количество блага, реализованного фирмой на рынке.

Величина общей выручки конкурентной фирмы является функцией лишь от объема производства, так как цена на продукт фирмы есть величина, заданная рынком (фирма-ценополучатель).

Графически представлена прямой возрастающей линией, проходящей через начало координат (ось $X - Q$; ось $Y - TR$).

Показатель предельной выручки конкурентной фирмы – отличается тем, что постоянен и равен рыночной цене блага, производимого фирмой:

$$MR = P.$$

Показатель средней выручки конкурентной фирмы – равен рыночной цене и предельной выручке:

$$AR = P = MR.$$

ВЫБОР КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ – поиск объема выпуска блага, максимизирующего прибыль в условиях абсолютно эластичного спроса на продукцию фирмы.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРВОГО ПОДХОДА К АНАЛИЗУ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ (графическая интерпретация)

ОПТИМАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА – для которого наклон кривой общей выручки (общего дохода) равен наклону кривой общих издержек. Соответствующая точка определяется путем проведения касательной к кривой общих издержек, параллельной линии общего дохода.

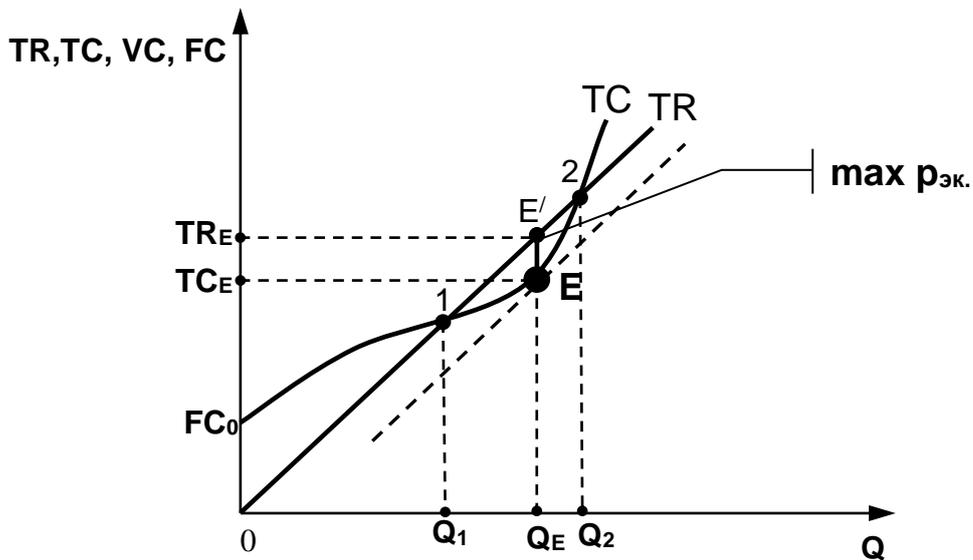
Технология построения графической модели оптимального выбора конкурентной фирмы:

1. Определение системы координат:
 - ось $X - Q$;
 - ось $Y - TR; TC; VC; FC$.
2. Построение линии общего дохода TR .
3. Построение графика общих издержек TC .
4. Уточнение модели путем построения графика переменных издержек VC для ситуации, если график TR расположен ниже TC (для краткосрочного периода).
5. Поиск оптимального объема производства.

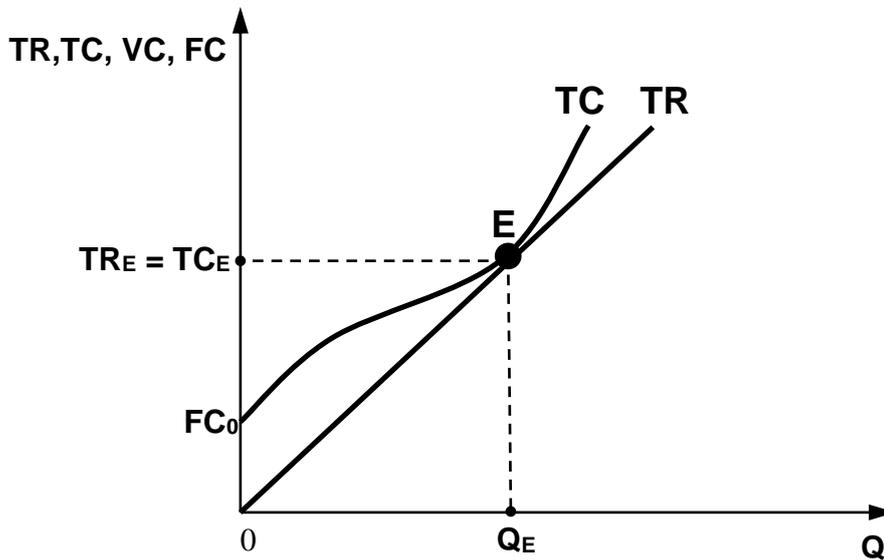
С учетом временного пространства:

1. В краткосрочном периоде оптимальный объем обеспечивает:

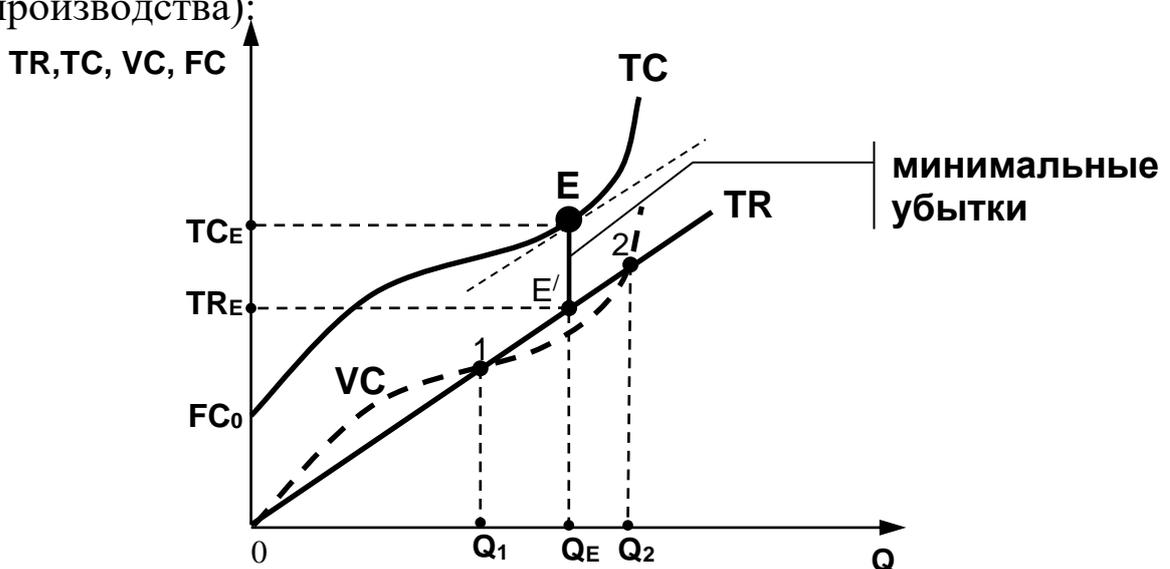
- *максимизацию прибыли*, если график TR расположен выше графика TC (для определенных объемов производства):



- *самоокупаемость*, если график TR касается графика TC:



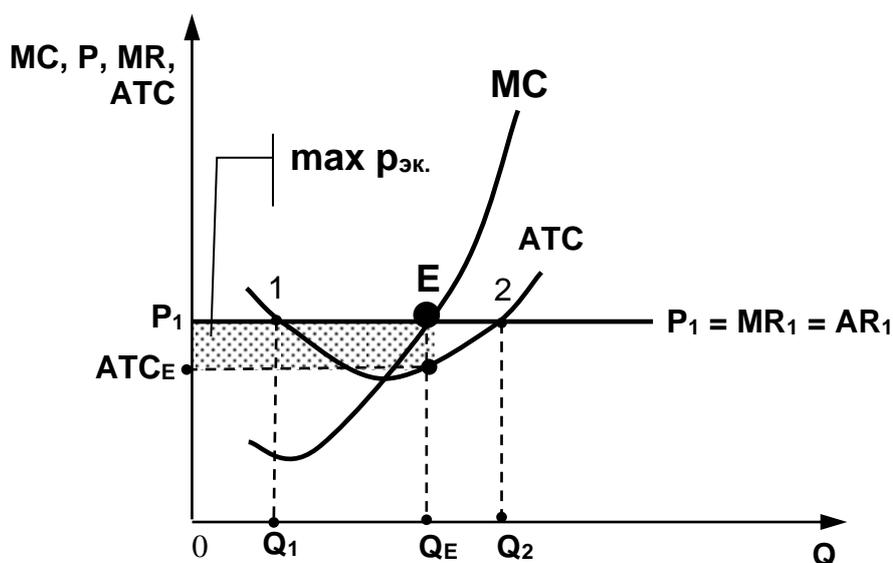
- *минимизацию убытков*, если график TR расположен ниже TC, но выше графика VC (для определенных объемов производства):



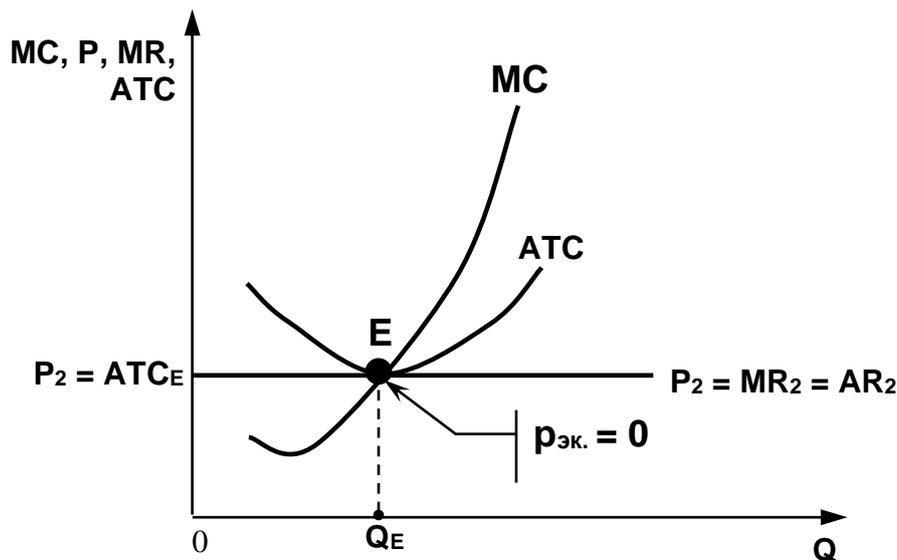
4. Построение графика предельного дохода, соответствующего значению рыночной цены $MR=P$.
5. Уточнение модели путем построения графика средних переменных издержек, если $P < AC_{\min}$ (для краткосрочного периода времени).
6. Поиск оптимального объема производства, соответствующего точке равенства предельных издержек цене, точке пересечения графиков MC и $MR = P$.

С учетом временного пространства:

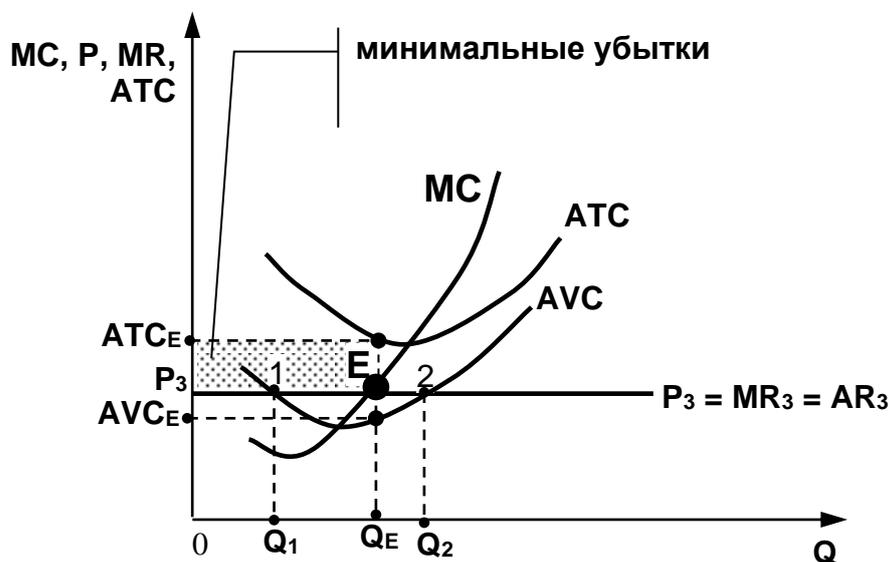
1. В краткосрочном периоде оптимальный объем обеспечивает:
 - максимизацию прибыли, если рыночная цена блага P больше средних издержек производства $P > AC$ (для определенных объемов производства):



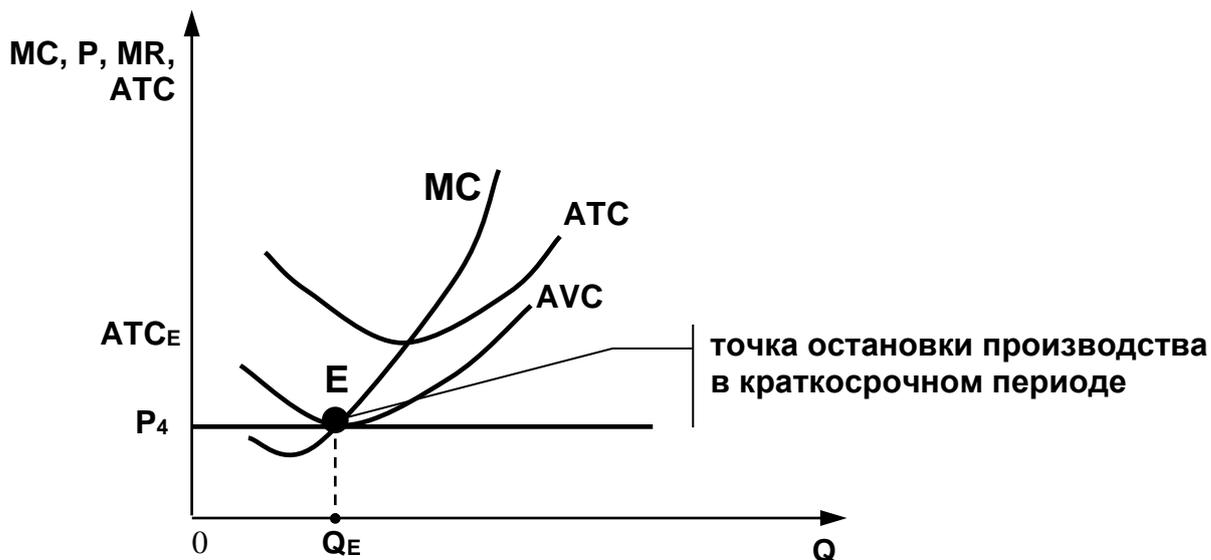
- самоокупаемость или получение нормальной прибыли, если рыночная цена P равна минимальным средним издержкам $P = AC_{\min}$:



- *минимизацию убытков, если рыночная цена P ниже минимальных средних издержек, но превышает минимальные средние переменные издержки для определенных объемов производства $AVC_{\min} < P < AC_{\min}$. Оптимальный объем выпуска ниже технологически оптимального уровня:*



- *минимизацию убытков путем прекращения производства, если при любом объеме производства рыночная цена P ниже средних переменных издержек $P < AVC$ (правило $MR=MC$ неприменимо при уровнях цен, лежащих ниже минимального значения средних переменных издержек):*



2. В долгосрочном периоде:

Правило «MR=MC» – оптимальным является объем производства, при котором цена равна долгосрочным предельным издержкам: $P=LMC$.

Оптимальный объем обеспечивает:

- *максимизацию прибыли*, если рыночная цена блага P больше долгосрочных средних издержек производства $P > LAC$ (для определенных объемов производства);
- *самоокупаемость*, если рыночная цена P равна минимальным долгосрочным средним издержкам $P = LAC_{\min}$;
- *минимизацию убытков путем остановки производства*, если при любом объеме производства рыночная цена ниже долгосрочных средних издержек $P < LAC$.

Условием продолжения фирмой производства в долгосрочном периоде является его безубыточность $P = LAC_{\min}$ – следствие влияния межотраслевой конкуренции и уровня прибыльности как регулятора использования в отрасли ресурсов. Экономические прибыли заставят фирмы вступать в конкурентную отрасль до тех пор, пока эти прибыли не исчезнут в результате конкуренции. Наоборот, убытки вызовут массовый отток фирм из отрасли до тех пор, пока цена блага снова не покроет издержки на единицу продукции.

§ 6. ПРЕДЛОЖЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ И РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

NB

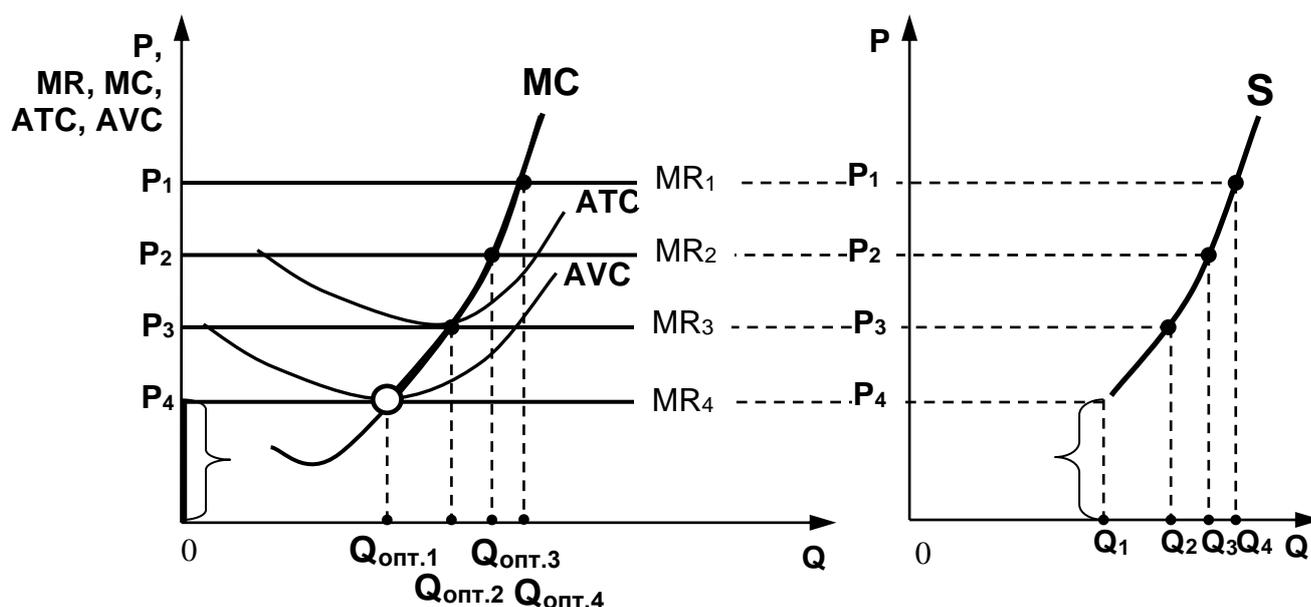
Анализ выбора конкурентной фирмы позволяет подойти к ответу на поставленный вопрос о том, как формируется предложение конкурентной фирмы, а следовательно, и рыночное предложение. Одновременно появляется возможность проверить действие закона предложения.

Решение обозначенных проблем предполагает совмещение графических интерпретаций вариантов выбора конкурентной фирмы в системе координат модели рынка.

ПРОБЛЕМА ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ – необходимость включить в анализ последовательные изменения рыночных цен для каждого возможного типового варианта выбора фирмы.

Технология построения модели:

1. Определение системы координат:
 - ось X – Q;
 - ось Y – P; MR; MC; AC; AVC.
2. Нахождение оптимального объема производства фирмы (каждого возможного типового варианта выбора фирмы) с учетом уровня рыночных цен.
3. Построение кривой предложения конкурентной фирмы:



КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ – совпадает с восходящей частью кривой предельных издержек, лежащей выше точки минимума средних переменных издержек. Точка минимума кривой средних переменных издержек называется *точкой остановки производства в коротком периоде*.

Кривая предложения конкурентной фирмы отражает:

- уровень предельных затрат производителя;
- оптимальный выбор производителя блага. Тогда кривая предложения – это граница, разделяющая зону неоптимальных решений производителя и тех, которые не могут реализоваться на протяжении стандартного периода времени;
- снижение эффективности производства блага по мере увеличения его объема. Поэтому кривая предложения имеет положительный наклон, т.к. предельные издержки растут по мере увеличения производства.

Кривая предложения конкурентной фирмы представляет:

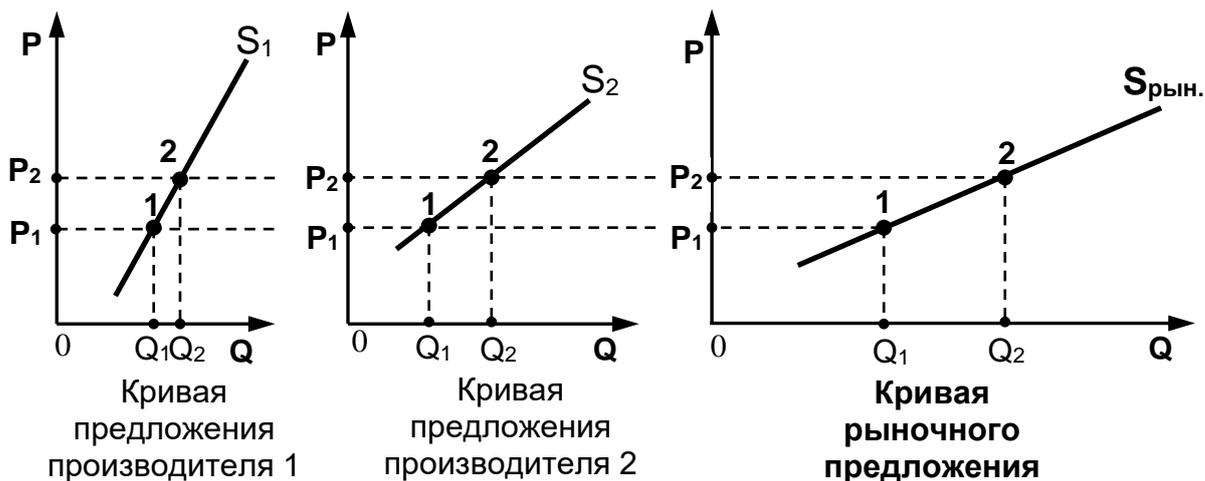
1. Геометрическое место точек, соответствующих объему (величине) предложения производителя.

Объем предложения производителя (Q_S) – максимальное количество блага, которое производитель готов произвести и предложить рынку по данной цене в данный момент времени при прочих равных условиях.

2. Геометрическое место точек, соответствующих цене предложения производителя.

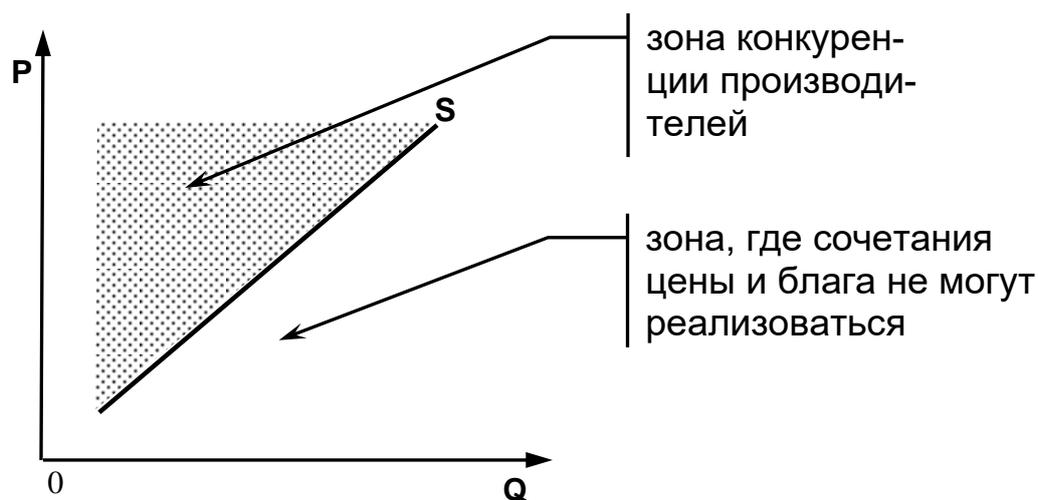
Цена предложения производителя (P_S) – минимальная цена, по которой производитель готов произвести и предложить рынку определенное количество блага в данный момент времени при прочих равных условиях.

РАВНОВЕСИЕ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ – достигается при равенстве $MR=MC=P$. Графически определяется точками оптимума поведения фирмы для каждого варианта рыночной цены:



Уточнение свойств кривой рыночного предложения:

1. По форме является более полой, чем кривые предложения отдельных фирм.
2. Между осью ординат и исходной точкой рыночного предложения имеется разрыв – зона рыночной неопределенности. На данном участке фирмы могут осуществлять выпуск продукции, минимизируя убытки, или прекратить производство.
3. Является границей, разделяющей зону конкуренции производителей и те сочетания цены и количества блага, которые не могут реализоваться на протяжении стандартного периода времени:

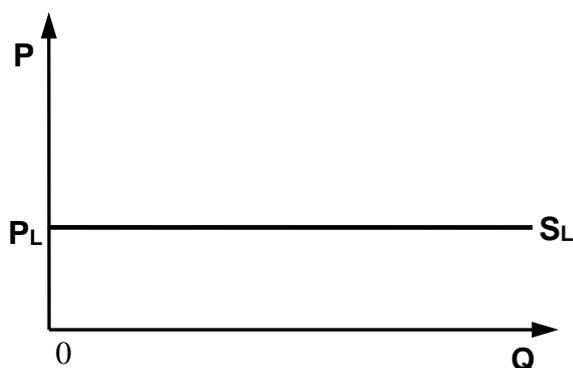


ФАКТОРЫ КРАТКОСРОЧНОГО РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ:

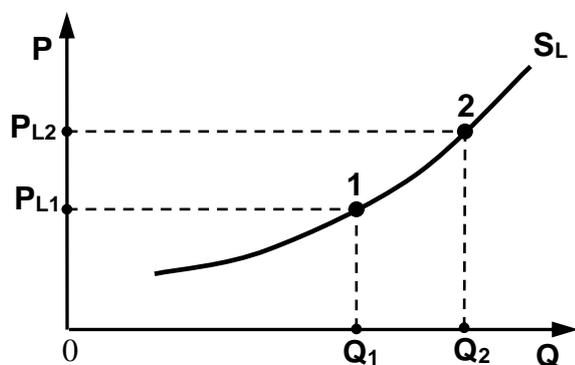
- количество фирм в отрасли,
- средний размер фирм,
- характер применяемых технологий,
- цены используемых переменных ресурсов.

КРИВАЯ ДОЛГОСРОЧНОГО РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТРАСЛИ: не может быть определена путем горизонтального суммирования. Ее форма зависит от изменения цен на факторы производства.

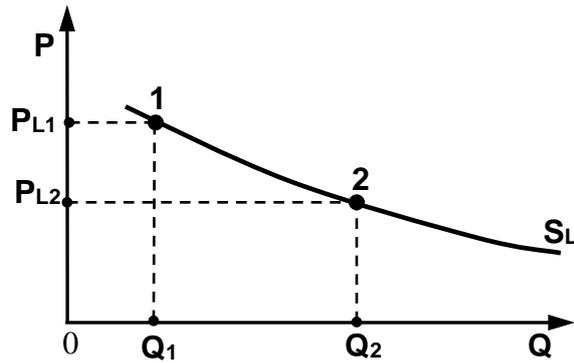
1. *Горизонтальная прямая*, если цены потребляемых фирмами отрасли факторов производства остаются неизменными (отрасль с постоянными издержками):



2. *Возрастающая кривая*, если цены факторов растут (отрасль с растущими издержками):



3. *Снижающаяся кривая*, если цены на факторы снижаются (отрасль со снижающимися издержками):



ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ логически подтверждается теорией поведения производителя.

P. S.

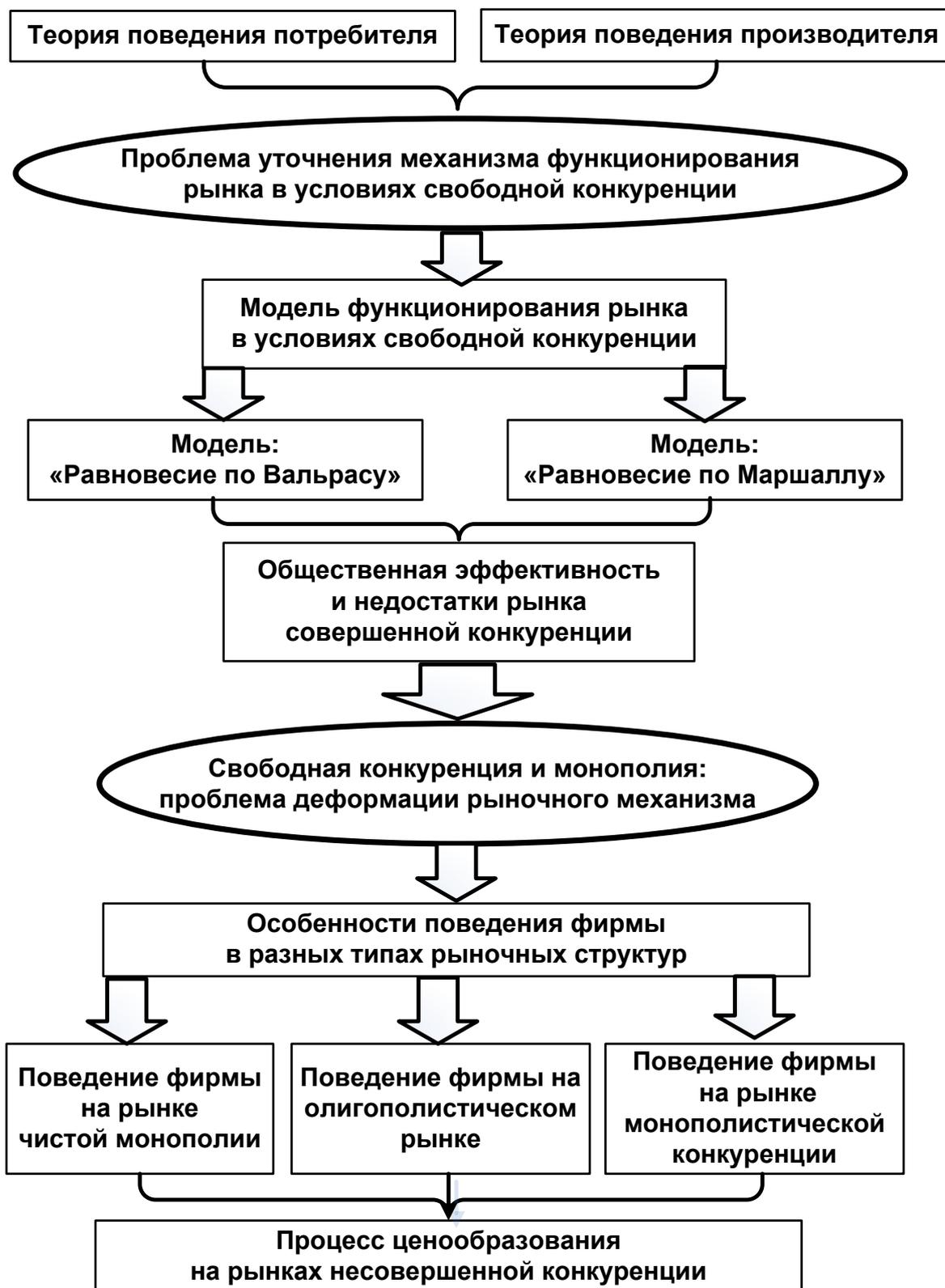
ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к разделам «Теория поведения потребителя и рыночный спрос» и «Теория поведения производителя и рыночное предложение»

Отдельное рассмотрение механизма формирования рыночного спроса и рыночного предложения и уточнение с позиции поведения потребителя /покупателя и производителя /продавца соответственно законов спроса и предложения и их модельной интерпретации делает необходимым микроэкономическое уточнение модели рынка.

РАЗДЕЛ V. МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ УТОЧНЕНИЕ МОДЕЛИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА

НАВИГАТОР



§ 1. УТОЧНЕНИЕ МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

NB Сигнал к поведению потребителей / покупателей идет от цен предложения, по которым производители предлагают свое благо. Однако цены предложения лишь отправные цены блага. Затем они сталкиваются с ценами спроса, по которым потребители готовы приобрести данное благо. Компромисс достигается в виде установления рыночной цены блага.

ЗАКОН СПРОСА КАК ЗАКОН, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЙ «РЫНОК ПРОДАВЦА» – изменение величины спроса под влиянием цены предложения.

ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК ЗАКОН, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЙ «РЫНОК ПОКУПАТЕЛЯ» – это изменение величины предложения под влиянием цены спроса.

Однако рынок всегда есть пространство взаимодействия рынков продавца и покупателя. Поэтому уточнение механизма их взаимодействия должно стать предметом анализа в данном параграфе.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛИ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ ДЛЯ ОБЪЯСНЕНИЯ МЕХАНИЗМА ЕГО УСТАНОВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СВОБОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

ДВА ПОДХОДА К ОБЪЯСНЕНИЮ МЕХАНИЗМА УСТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ

*Подход Вальраса*¹ – объяснение установления равновесия за счет колебания цен.

*Подход Маршалла*² – объяснение установления равновесия за счет колебания объемов производства (предложения).

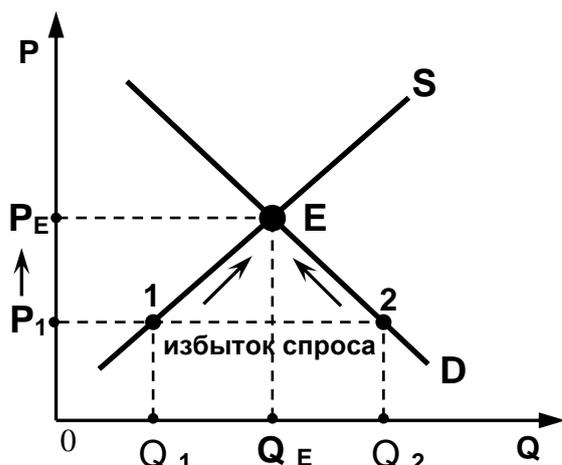
¹ Мари Эспри Леон Вальрас (1834 – 1910) – французский экономист, лидер лозаннской школы маржинализма.

² Альфред Маршалл (1842–1924) – английский экономист, основоположник неоклассического направления в экономической науке, представляет кембриджскую школу экономики.

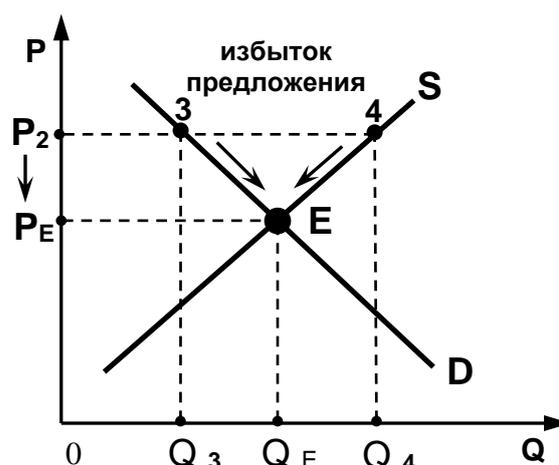
РАВНОВЕСИЕ ПО ВАЛЬРАСУ – формирование равновесия рассматривается как следствие давления избытков спроса или предложения.

Разрешение проблемы неравновесного состояния – рыночная цена регулирует дисбаланс объемов спроса и предложения.

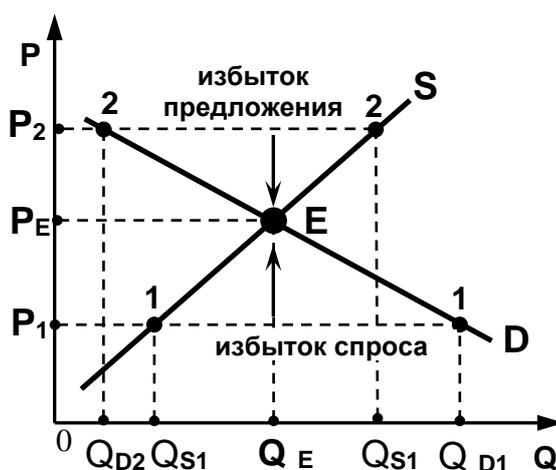
Подход объясняет механизм установления рыночного равновесия, характерный для краткосрочного периода времени, когда размеры производства заданы, а изменить объем предложения можно лишь посредством изменения цен:



В результате конкуренции покупателей происходит повышение цены до тех пор, пока не исчезает избыток спроса



В результате конкуренции продавцов происходит снижение цены до тех пор, пока не исчезает избыток предложения

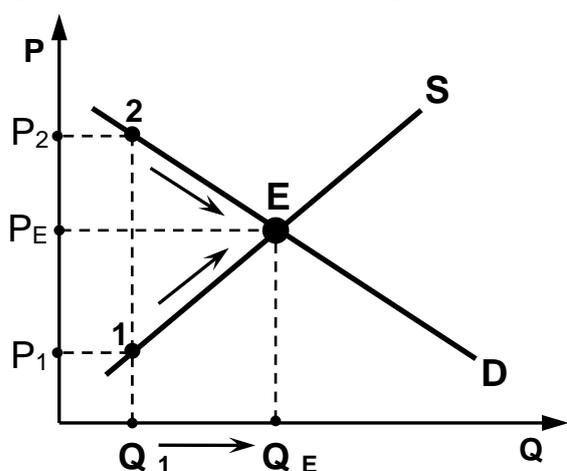


Концепция формирования равновесия по Вальрасу

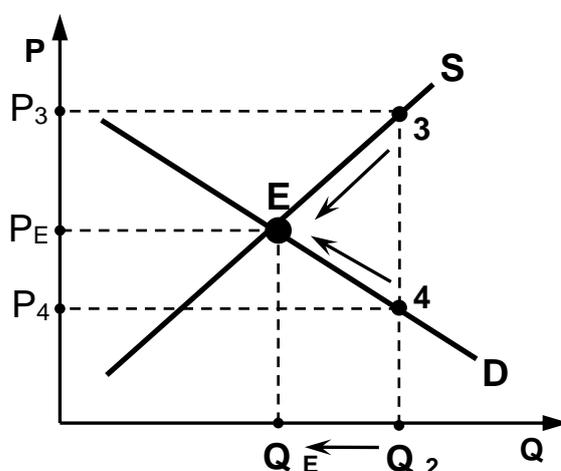
РАВНОВЕСИЕ ПО МАРШАЛЛУ – формирование равновесия рассматривается как следствие давления превышения цены спроса над ценой предложения или как следствие давления превышения цены предложения над ценой спроса.

Разрешение проблемы неравновесного состояния – колебания объемов производства (предложения) приводит к установлению равновесия между ценой спроса и ценой предложения.

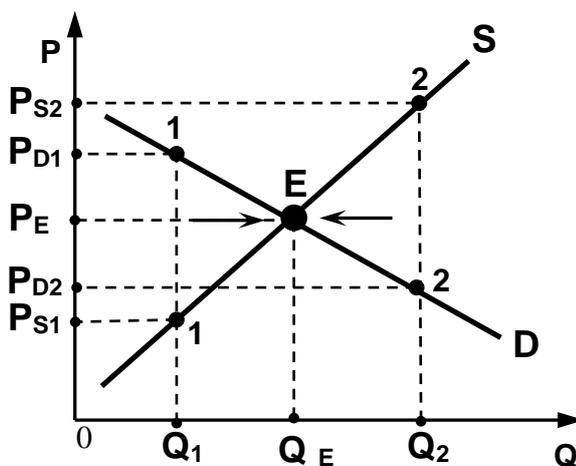
Подход объясняет механизм установления рыночного равновесия, характерный для долгосрочного периода времени, когда цена выступает как заданная величина, а объем предложения – как переменная величина:



Продавцы реагируют на разность цены спроса и цены предложения увеличением объема предложения, сокращая эту разность



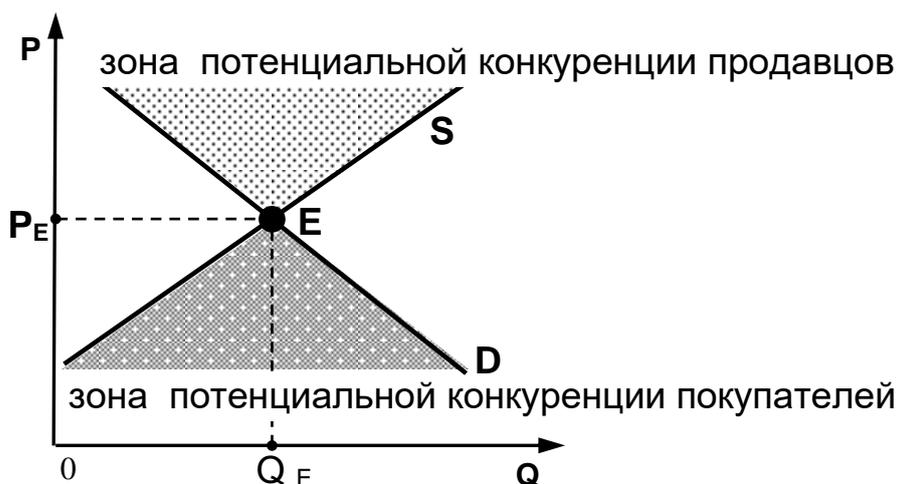
Продавцы реагируют на разность цены спроса и цены предложения снижением объема предложения, сокращая эту разность



Концепция формирования равновесия по Маршаллу

ВЫРАВНИВАЮЩАЯ ФУНКЦИЯ РАВНОВЕСНОЙ ЦЕНЫ – рыночная цена является мерой дефицитности товара:

- высокая цена привлекает новых продавцов и исключает тех покупателей, которые не хотят или не могут платить больше;
- низкая цена притягивает дополнительно покупателей и исключает тех продавцов, которые длительное время не могут участвовать в снижении цен и вынуждены поэтому отказаться от своей деятельности:



СТАБИЛЬНОСТЬ РАВНОВЕСИЯ – способность рынка, выведенного из равновесного состояния, вновь возвратиться к нему под воздействием только его внутренних сил.

СВОЙСТВА ЕДИНСТВЕННОГО И СТАБИЛЬНОГО РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ:

1. Выражает оптимальный при данных условиях выбор для всех экономических субъектов рынка.
2. Отражает оптимальный результат распределения ресурсов в данных условиях.
3. Формируется стихийно как результат свободного реагирующего поведения субъектов рынка.

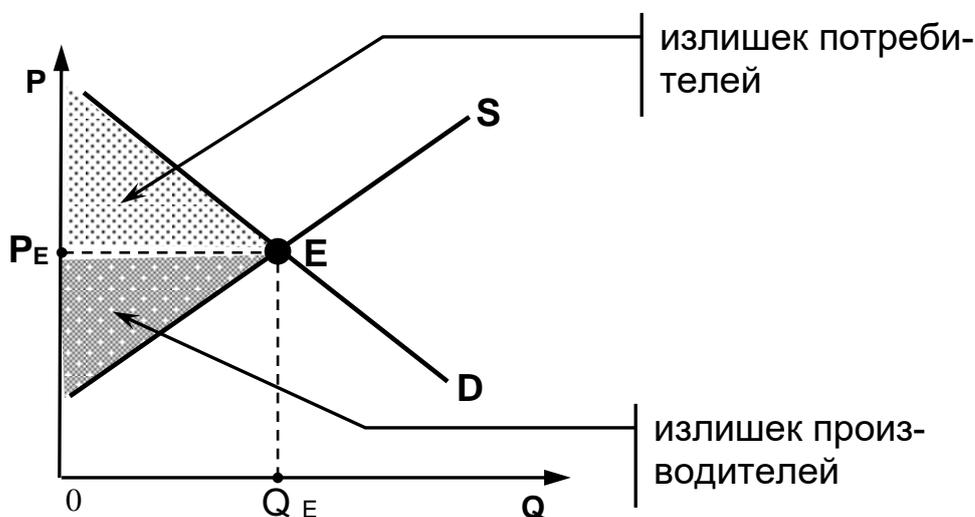
ОБЩЕСТВЕННАЯ ПОЛЬЗА ОТ УСТАНОВЛЕНИЯ РАВНОВЕСНОЙ ЦЕНЫ:

1. Определяется взаимной выгодностью обмена между продавцами и покупателями при установившемся рыночном равновесии.

2. Обуславливается возникновением излишков потребителей и производителей.

Излишек потребителя – разность между суммой денег, которую потребитель был готов заплатить за определенный объем блага (цена спроса), и теми расходами, которые он несёт, приобретая благо по равновесной цене.

Излишек производителя – разность между той выручкой, которую производитель получает, продавая определенный объем блага по равновесной цене, и той выручкой, которую он готов был получить по цене предложения:



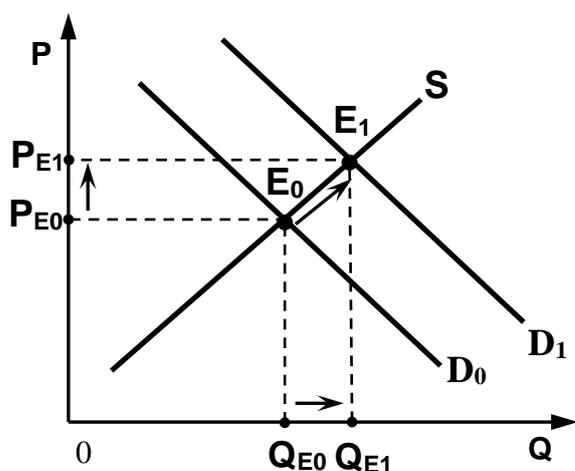
СРАВНИТЕЛЬНАЯ СТАТИКА – метод, используемый для выявления закономерностей изменения равновесных состояний рынка.

Сравнение нового положения равновесного состояния на рынке со старым. При этом не учитывается, каким образом произошел данный переход.

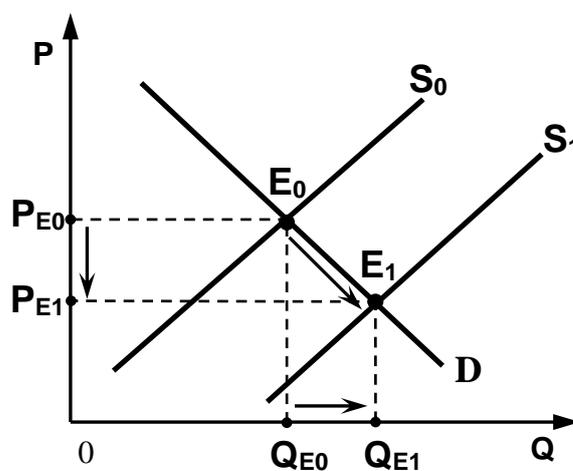
Графическая интерпретация основывается на сдвигах кривых рыночного спроса и рыночного предложения под воздействием неценовых факторов.

Метод позволяет проиллюстрировать:

- последствия изменения рыночного равновесия,



Влияние увеличения спроса на равновесную цену и равновесный объем



Влияние увеличения предложения на равновесную цену и равновесный объем

Рис. 39. Примеры изменения рыночного равновесия

- результаты внешнего экономического регулирования рыночной ситуации.

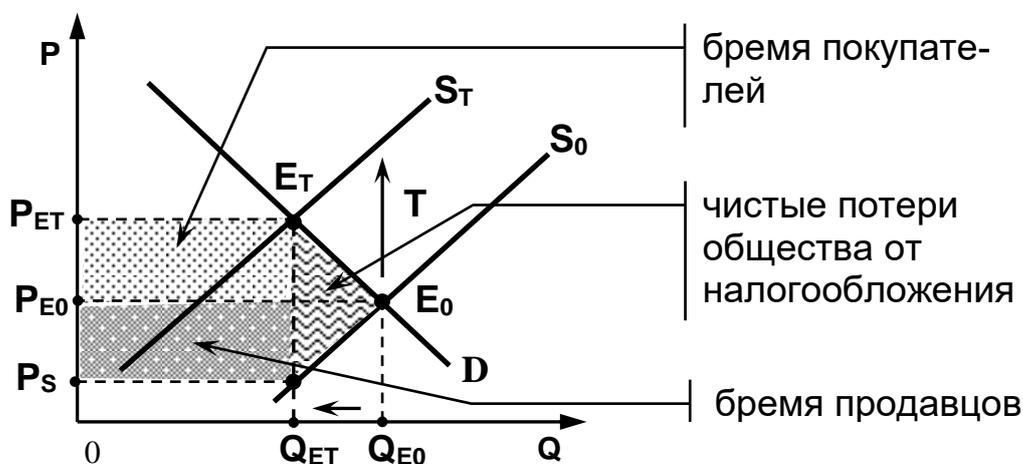


Рис. 40. Влияние косвенных налогов на рыночное равновесие

ВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – установление равновесия является временным процессом.

Выделяют долгосрочное, краткосрочное, мгновенное равновесия.

Равновесие в мгновенном периоде – равновесие с фиксированным, неизменяющимся количеством предлагаемого блага.

Ситуация на рынке, когда возрастает спрос, а у производителей нет времени, чтобы изменить предложение, предложение оказывается совершенно неэластичным. Равновесие устанавливается при цене выше первоначальной.

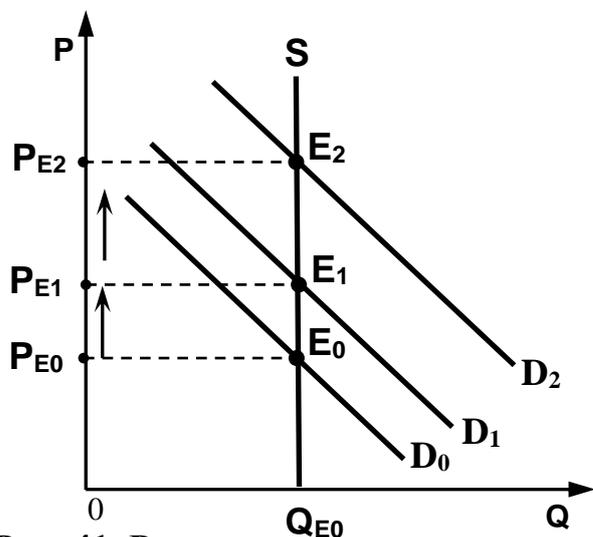


Рис. 41. Рыночное равновесие в мгновенном периоде

Равновесие в краткосрочном периоде – равновесие, обусловленное возможностью увеличения производства и предложения на основе использования действующих факторов производства без их расширения и обновления.

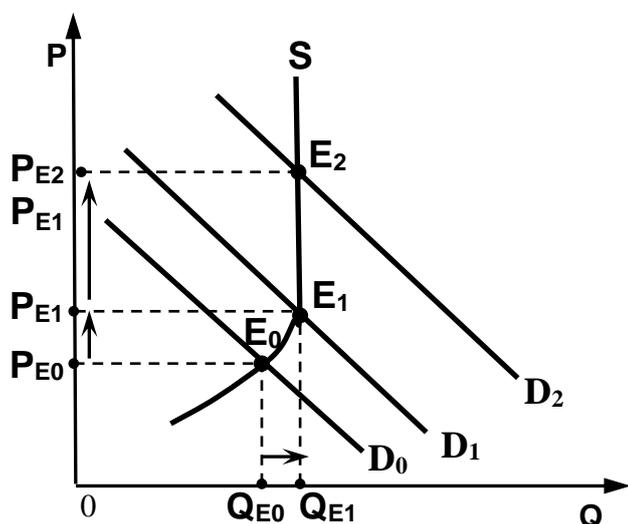


Рис. 42. Рыночное равновесие в краткосрочном периоде

Ситуация на рынке, когда повышение спроса и цены заставляет производителей увеличивать загрузку имеющихся мощностей и за счет этого увеличить предложение. Оно становится более эластичным, соответственно рыночное

равновесие устанавливается при цене, которая ниже цены мгновенного равновесия.

Равновесие в долгосрочном периоде – равновесие, обусловленное использованием и созданием новых или дополнительных факторов производства. Ситуация на рынке, при которой равновесие достигается за счет увеличения предложения в результате расширения существующих мощностей и появления в данной отрасли новых фирм, а также соответствующего перераспределения ресурсов. Эластичность предложения повышается. Равновесие устанавливается при цене, которая ниже цены мгновенного и краткосрочного равновесия. Цена долгосрочного равновесия носит достаточно устойчивый характер и называется «нормальной» рыночной ценой.

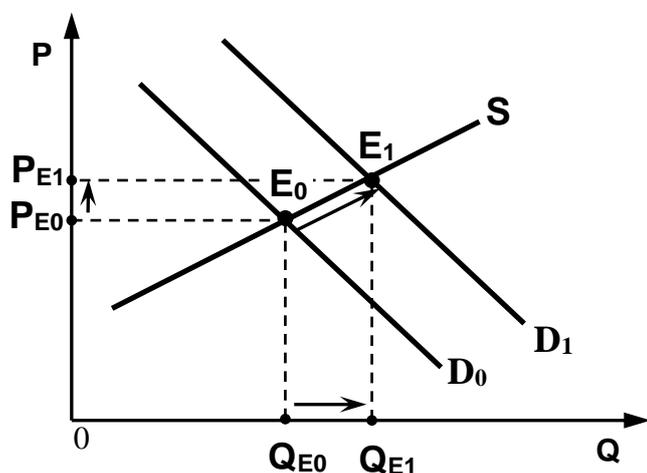
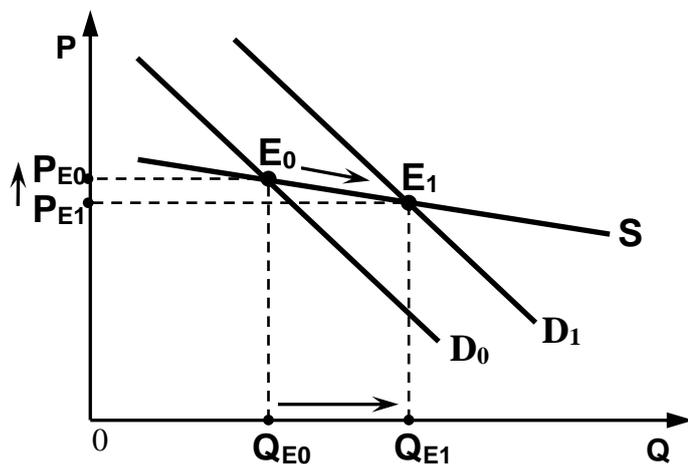


Рис. 43. Рыночное равновесие в долгосрочном периоде

Равновесие в сверхдолгом периоде – равновесие, обусловленное изменением самой технологической базы производства. Результатом, как правило, является существенное снижение издержек производства.



ПРОБЛЕМА УСТОЙЧИВОСТИ РАВНОВЕСИЯ – является ли само по себе существование равновесия гарантией того, что система действительно достигает равновесного состояния?

По сути: в случае отклонения цены от первоначального равновесного значения способен ли рынок с течением времени вернуться к своему прежнему равновесию и примет ли цена свое первоначальное значение?

С точки зрения исследования: необходимость включения в анализ фактора времени (построение динамической модели рынка).

ДИНАМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – теоретическая конструкция установления рыночного равновесия с учетом фактора времени.

ПАУТИНООБРАЗНАЯ МОДЕЛЬ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – иллюстрирует процесс формирования равновесия в обстоятельствах, когда реакция субъектов рынка на изменяющиеся условия растянута во времени.

Допущения:

1. Время делится на интервалы одинаковой продолжительности.
2. Принимая решение *во время производства*, производители ориентируется на ожидаемые цены в будущем, т.к. не могут знать цену *реализации* продукции.
3. Производители ожидают сохранения в будущем периоде фактически установившихся в настоящем периоде цен. Причем производители не могут скорректировать решение, даже если фактическая цена блага окажется отличной от ожидаемой.
4. Цена на рынке изменяется скачками от предыдущего периода к последующему.
5. Объем рыночного предложения блага в каждом периоде будет зависеть от его цены в предыдущем периоде

$$Q_{St} = f(P_{t-1}),$$

где:

Q_{St} – объем рыночного предложения в настоящем периоде;

P_{t-1} – цена блага в предыдущем периоде.

Построение модели:

1. Используем модель рыночного равновесия с учетом введенных допущений:

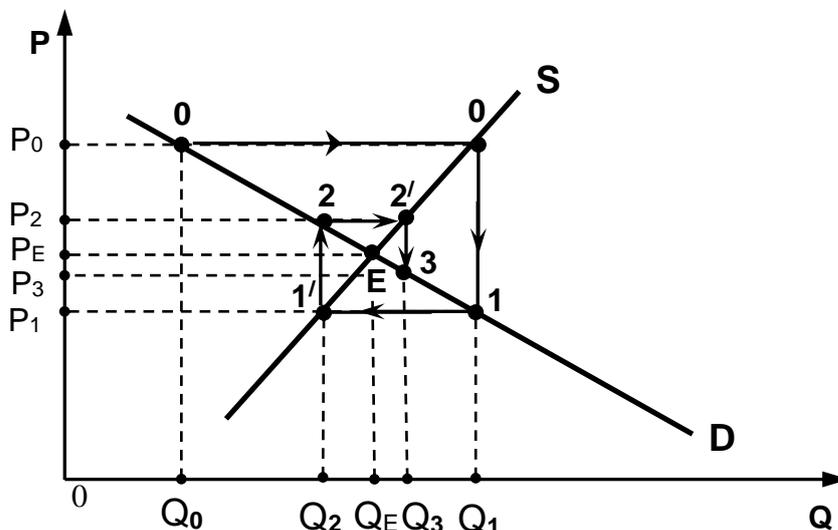
- линия рыночного спроса выражает зависимость объема спроса на блага от его цены в данном периоде $Q_{Dt} = f(P_t)$, где Q_{Dt} – объем рыночного спроса в настоящем периоде; P_t – цена блага в настоящем периоде.

- Линия рыночного предложения выражает зависимость объема предложения блага от его цены в предыдущем периоде $Q_{St} = f(P_{t-1})$.

- Точка равновесия $E(Q_E; P_E)$.

2. Анализ и построение точек, соответствующих объему предложения на рынке во времени $t_0, t_1, t_2, t_3, \dots, t_n$.

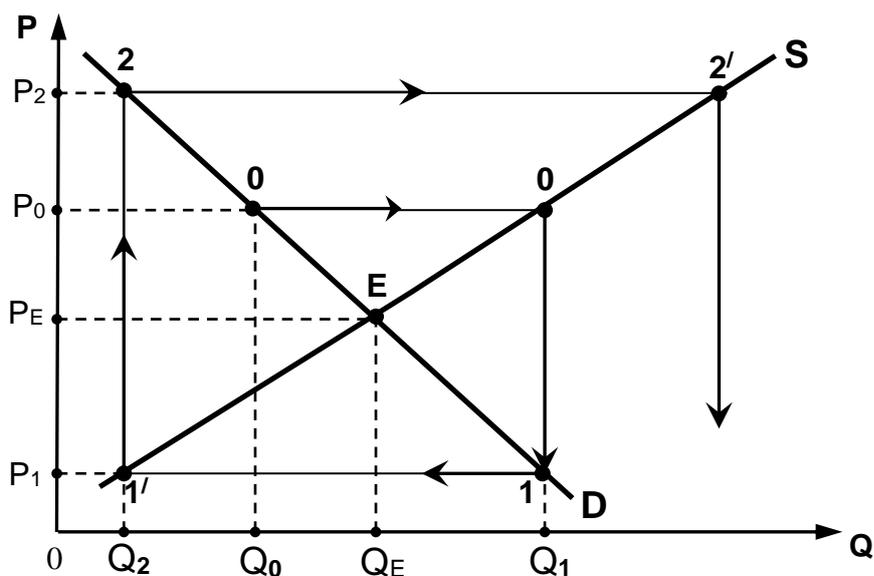
Ключевой момент: производители, ориентируясь при производстве на цену блага в предыдущем периоде, вынуждены реализовывать продукцию в соответствии со спросом в настоящем периоде:



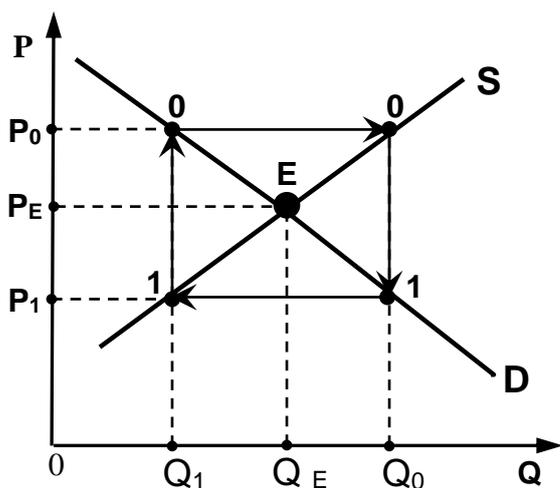
ПРОБЛЕМА ГРАФИЧЕСКОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ УСТОЙЧИВОСТИ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ — модель иллюстрирует ситуацию, когда рыночная система стремится к положению равновесия в точке $E(Q_E; P_E)$, т.е. равновесие на рынке является устойчивым.

Элементарный графический анализ показывает, что модель может измениться, если изменить соотношение углов наклона линий рыночного спроса и рыночного предложения.

Линия рыночного предложения в построенной выше модели круче линии рыночного спроса. Тогда необходимо смоделировать и экономически объяснить ситуации, когда линия рыночного спроса круче линии рыночного предложения:



Линия рыночного спроса и линия рыночного предложения имеют одинаковые углы наклона:



Итоги графического анализа:

- равновесие является устойчивым, если кривая рыночного предложения круче кривой рыночного спроса;

- равновесие является неустойчивым, если кривая рыночного спроса круче кривой рыночного предложения;
- цена регулярно колеблется вокруг равновесного положения, если углы наклона кривых рыночного спроса и предложения совпадают.

ФАКТОРЫ, СТАБИЛИЗИРУЮЩИЕ РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ:

- совершенствование производителями механизма ожидания цены реализации на рынке;
- образование и маневрирование запасами благ и др.

ФУНКЦИИ КОНКУРЕНТНОГО МЕХАНИЗМА В СТРУКТУРЕ РЫНКА – стимулирующая и распределительная.

Стимулирующая функция – механизм конкуренции мотивирует рыночных субъектов максимизировать собственную выгоду, а потому осуществлять деятельность с максимальной отдачей.

Распределительная функция – механизм конкуренции способствует рациональному распределению общественных ресурсов.

ОБЩЕСТВЕННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЫНКА СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Рыночная структура совершенной конкуренции в отсутствие регулирующего вмешательства является примером общественной эффективности равновесных исходов.

Парето¹-эффективность – критерий общественной эффективности: ситуация, в которой невозможно улучшить благосостояние одних экономических субъектов без ухудшения благосостояния других.

Под производственной эффективностью понимается Парето-эффективность любого производимого набора благ. Ее признаком является минимизация совокупных издержек производства отраслевого выпуска.

Под аллокативной эффективностью понимается Парето-эффективность в размещении ресурсов. Ее признаком является равенство цены блага предельным издержкам.

¹ Вильфредо Парето (1848 – 1923) – итальянский инженер, экономист и социолог.

Рынку совершенной конкуренции присущи оба проявления Парето-эффективности: производственная и аллокативная.

НЕДОСТАТКИ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ:

1. Стандартизация продукции, с одной стороны, ведет к сужению товарного ассортимента и снижению благосостояния потребителей, с другой – противоречит условию рационального распределения ресурсов.
2. Функционирование конкурентных фирм при нулевой экономической прибыли лишает их источника развития. Конкурентные фирмы небольших размеров не обладают достаточными финансовыми ресурсами для реализации крупномасштабных инновационных проектов.
3. Конкурентные фирмы часто оказываются неспособными использовать наиболее эффективную технику. Экономия на масштабах производства часто доступна только крупным фирмам.

P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к параграфу « Уточнение механизма функционирования рынка совершенной конкуренции »

Анализ поведения конкурентной фирмы на рынке позволил не только объяснить формирование рыночного предложения, но и с учетом теории поведения потребителя уточнить модель функционирования конкурентного рынка. Однако в условиях ограничения в той или иной мере свободной конкуренции происходит деформация механизма функционирования рынка, а, следовательно, и ценообразования. Возникает необходимость дополнительного анализа поведения экономических субъектов на рынках несовершенной конкуренции.

Предпосылки несовершенной конкуренции:

1. Значительная доля рынка у отдельных производителей.
2. Наличие барьеров для проникновения в отрасль.
3. Неоднородность продукции.
4. Несовершенство (неадекватность) рыночной информации.

§ 2. ПРОЦЕСС ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКАХ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

NB

Анализ процесса ценообразования на рынках несовершенной конкуренции в первую очередь связан с особенностями поведения фирмы в разных типах рыночных структур.

Процесс формирования предложения блага в условиях возможности проявления фирмой рыночной власти имеет общие черты, понимание которых позволит установить специфику поведения фирмы в условиях чистой монополии, олигополии, монополистической конкуренции.

ФИРМА НА РЫНКЕ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Специфика цели фирмы на рынке несовершенной конкуренции

Получение экономической прибыли не только в краткосрочном, но и долгосрочном периодах за счет возможности проявления экономической власти.

Специфика ограничений фирмы

Отсутствие в качестве ограничителя рыночной цены – фирма является ценоискателем.

Специфика рыночного выбора фирмы

Выбирает не только оптимальный объем, но и соответствующую ему цену (комбинацию «количество – цена»).

Специфика кривой спроса на продукцию фирмы

Кривая спроса на продукцию фирмы:

- имеет отрицательный наклон (критерий несовершенной конкуренции);
- является одновременно и кривой среднего дохода фирмы.

Пояснение: так как цена, по которой фирма может реализовать продукцию, формируется в соответствии со спросом на неё, т.е. является ценой спроса, то

$$TR = P(Q) \times Q. \text{ Тогда } AR = \frac{P(Q) \times Q}{Q} \rightarrow AR = P(Q).$$

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА И ЦЕН В УСЛОВИЯХ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ:

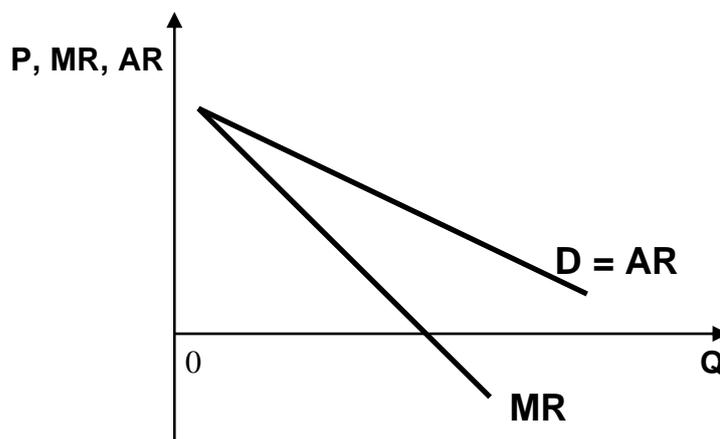
1. *Пределы монополистического завышения цен:* фирма может реализовать большее количество продукции, только если снизит цену блага. Рост цен с известного момента больше не увеличивает, а сокращает доход. Показывает, что рыночная власть любой фирмы-монополиста не абсолютна.

2. *Предел роста общего дохода фирмы:* общий доход фирмы имеет некоторый максимум, определяемый тем, что рост производства при несовершенной конкуренции приводит к понижению цены.

Это можно объяснить, используя формулу общего дохода для каждого объема выпуска $TR=P \times Q$. В условиях понижения цены, но роста объема продаж становится очевидным, что кривая валового дохода имеет некоторый максимум.

3. *Ускоренное падение предельного дохода фирмы:* снижение цены распространяется не только на последующие единицы продукции, но и на все предыдущие. Каждая дополнительная единица продукции, поскольку продается по все более низкой цене, не только приносит все меньше дохода, но и сокращает доход на величину удешевления всех предыдущих единиц.

Кривая предельного дохода фирмы располагается ниже кривой спроса на ее продукцию:



Общая выручка максимизируется, когда предельная выручка равна нулю.

Пояснение: функция достигает своего максимума, когда производная по ней равна нулю.

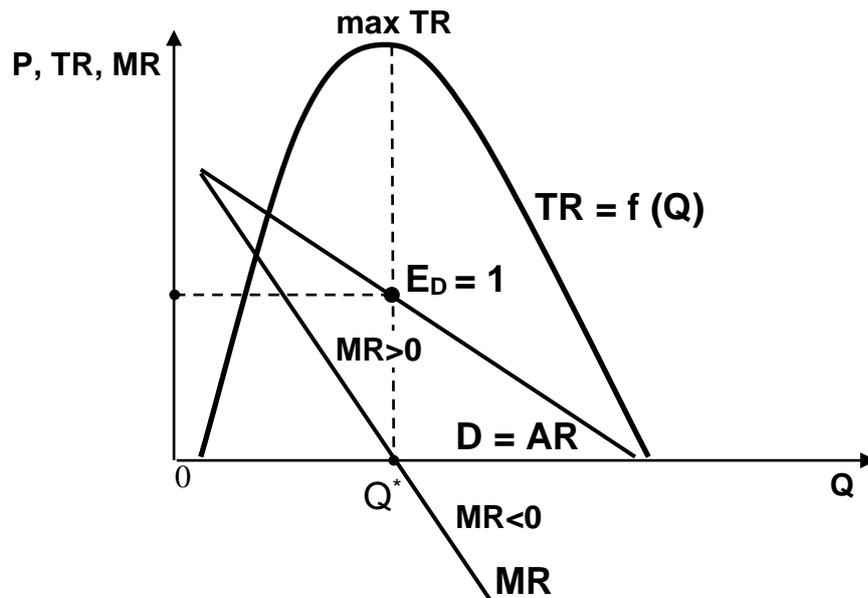
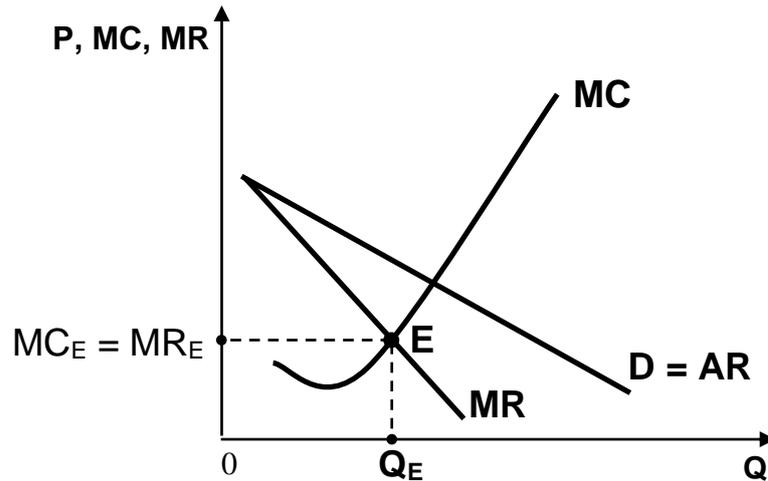


Рис.45. Графическая интерпретация соотношения общей, средней и предельной выручки фирмы

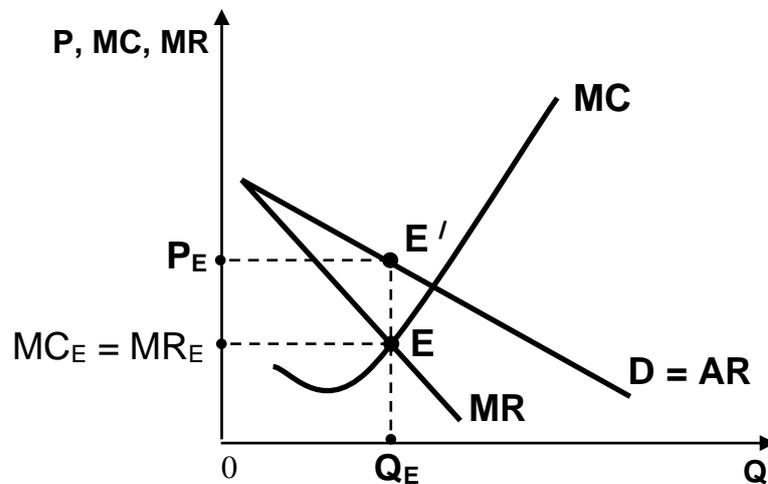
ПРАВИЛО «MR = MC» В УСЛОВИЯХ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ – оптимальный выбор достигается при объеме производства, для которого предельный доход равняется предельным издержкам $MR = MC$.

ТЕХНОЛОГИЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ ВЫБОРА ФИРМЫ НА РЫНКАХ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ:

1. Определение системы координат:
 - ось X – Q;
 - ось Y – P; MR; MC.
2. Построение графика предельных издержек MC.
3. Построение кривой спроса на продукцию фирмы.
4. Построение графика предельного дохода, расположенного ниже кривой спроса на продукцию фирмы: $MR < P$ для любого значения объема.
5. Поиск оптимального объема производства (Q_E) и соответствующей ему оптимальной цены (P_E) по правилу $MR = MC$:
 - нахождение точки пересечения графиков MR и MC;
 - перпендикуляр, опущенный из данной точки на ось абсцисс, определит оптимальный объем выпуска: Q_E .



6. Поиск цены, соответствующей оптимальному объему выпуска, осуществляется через проекцию той же точки на кривую спроса продукции фирмы. Цена, соответствующая искомой точке на кривой спроса, является оптимальной ценой блага:



ПРОБЛЕМА НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ МОДЕЛИ – поиск оптимального выбора осуществлен по общему правилу $MR=MC$, но не отражает цель самого выбора: максимизация прибыли? обеспечение самокупаемости? минимизация убытков?

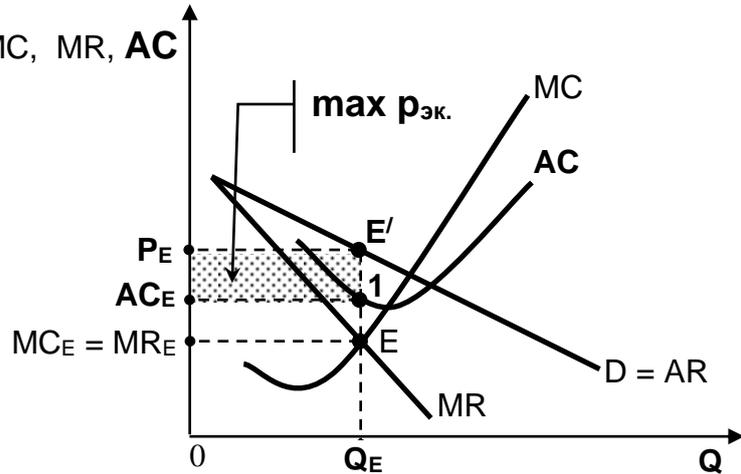
РАЗРЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ МОДЕЛИ (в части ответа на вопрос, о каком оптимальном выборе идёт речь):

Для краткосрочного периода:

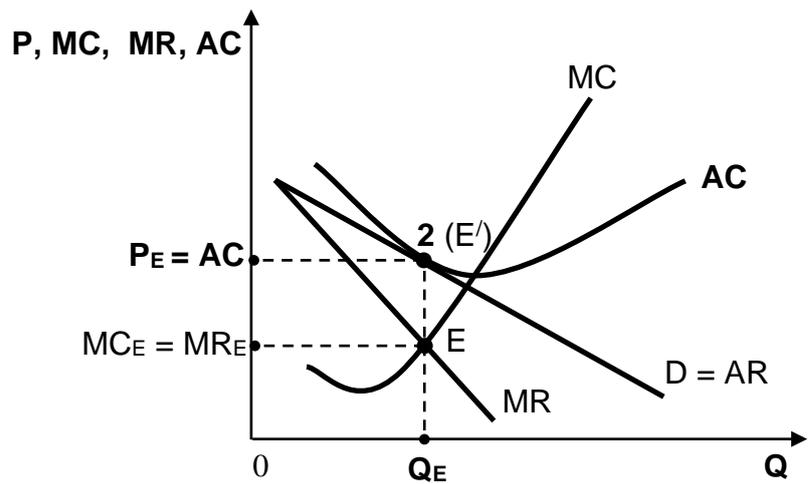
1. Построение графика средних издержек АС.

2. Рассмотрение соотношения P и P, MC, MR, AC .

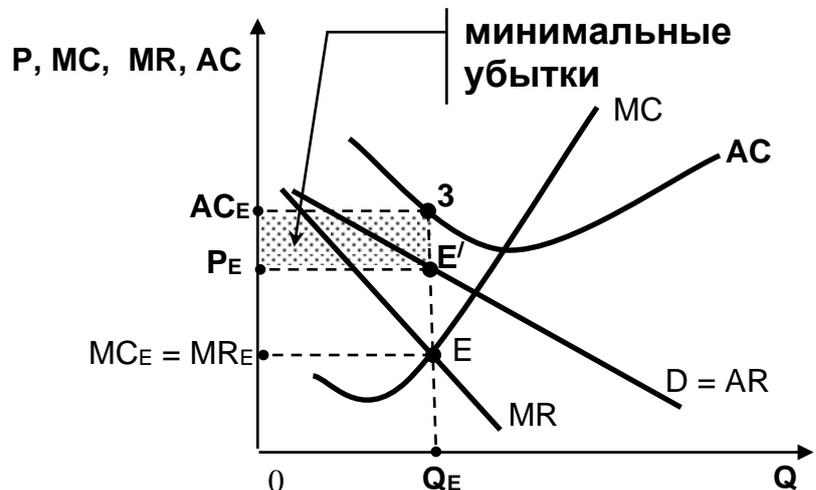
Вариант 1:
 $P > AC$:



Вариант 2:
 $P = AC$:



Вариант 3:
 $AVC_{min} < P < AC$:



Для долгосрочного периода:

Поиск оптимального объема производства (Q_E) и соответствующей ему оптимальной цены (P_E) осуществляется по правилу $MR=LRMC$.

При этом варианты выбора фирмы зависят от типа рыночной структуры несовершенной конкуренции (будут рассмотрены в следующих параграфах).

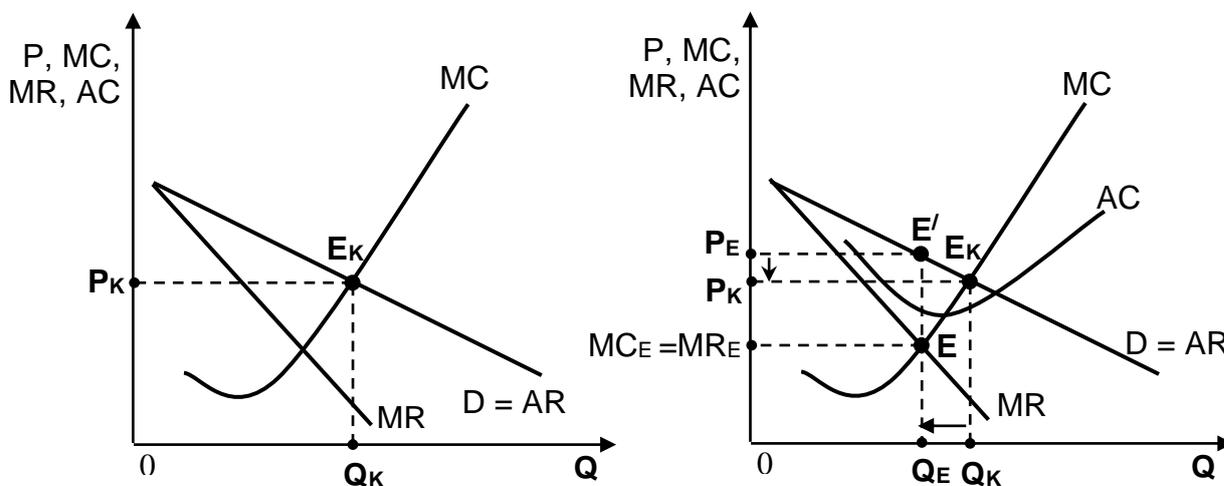
ТИПИЧНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ:

- недопроизводство товаров по сравнению с объемом производства в условиях свободной конкуренции;
- завышение цен по отношению к ценам в условиях свободной конкуренции;
- тенденция к получению сверхприбыли.

ГРАФИЧЕСКАЯ ИЛЛЮСТРАЦИЯ ПОСЛЕДСТВИЙ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ – использование уточнения графической модели выбора фирмой оптимального объема производства в условиях несовершенной конкуренции.

Уточнение предполагает:

- нахождение условной точки равновесия в условиях конкуренции (точка пересечения графика MC с кривой спроса на продукцию фирмы E_K с координатами $Q_K; P_K$);
- сравнение оптимальных выборов в условиях несовершенной и совершенной конкуренции:



§ 2а. ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ

ЧИСТАЯ РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ ФИРМЫ – власть фирмы как чистого монополиста.

ПРИЗНАКИ ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ:

1. Производство уникального блага, не имеющего близких заменителей.
2. Концентрация всего рыночного предложения в отрасли у одной фирмы.
3. Непреодолимые для других фирм барьеры входа на рынок.
4. Автономность поведения фирмы.

ИСТОЧНИКИ ЧИСТОЙ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ – значительный эффект масштаба, исключительные права, устойчивые предпочтения потребителей, контроль над ресурсами.

В зависимости от причин формирования монопольной власти различают:

Естественная монополия – долгосрочные средние издержки которой достигают минимума только тогда, когда она одна обслуживает целиком весь рынок.

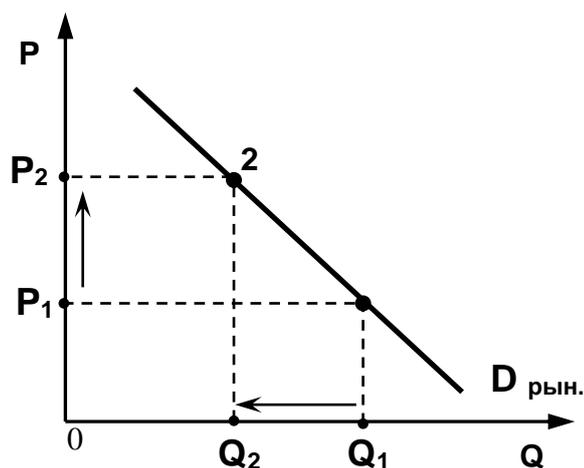
Закрытая монополия – защищенная от конкуренции юридическими ограничениями.

Открытая монополия – являющаяся единственным поставщиком блага (по крайней мере, на определенное время), однако не имеющая специальной защиты от конкуренции.

ФАКТОРЫ, ОГРАНИЧИВАЮЩИЕ РЕАЛИЗАЦИЮ МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ – вмешательство государства, ограничения со стороны потенциальной конкуренции, потенциал противодействия потребителей.

ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ:

1. *Спрос на продукт фирмы–монополиста* – специфичен тем, что:
 - совпадает с рыночным спросом, а кривая спроса является убывающей кривой рыночного спроса;
 - обладает низкой эластичностью спроса по сравнению с другими типами несовершенной конкуренции и соответственно большей крутизной его кривой:



2. *Модель* одновременно отражает и процесс поиска оптимального объема производства фирмой-монополистом, и процесс установления рыночного равновесия в монополизированной отрасли:

- оптимальный объем производства установится на уровне, соответствующем точке пересечения графиков предельного дохода и предельных издержек: $MR=MC$;

- проекция той же точки на кривую спроса продукции фирмы определит оптимальную цену фирмы.

ОСОБЕННОСТЬ РАВНОВЕСИЯ ФИРМЫ-МОНОПОЛИСТА В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ – определяется спецификой предложения монополиста в краткосрочном периоде.

Специфика предложения фирмы-монополиста в краткосрочном периоде – отсутствие четкой зависимости между ценой и объемом выпуска; *отсутствие кривой предложения*, что является следствием зависимости решения монополиста об объеме предложения от изменений в эластичности спроса.

При неизменном рыночном спросе общая выручка монополиста достигает максимального уровня при объеме спроса, для которого эластичность по цене равна единице, а затем начинает снижаться. Поэтому монополист так регулирует свое предложение, чтобы оставаться на эластичной части кривой спроса.

Максимизирующий прибыль монополист будет увеличивать предложение до тех пор, пока $MR > MC$, и сокращать – в случае $MR < MC$.

Замечания:

- обладание чистой монопольной властью не является гарантией получения прибыли, так как при определенном сочетании цены и уровня средних издержек возможны убытки;

- чистый монополист будет осуществлять предложение до тех пор, пока имеет место превышение цены над минимальными средними переменными издержками.

При изменяющемся рыночном спросе: если происходит изменение рыночного спроса (смещение кривой спроса), то его эластичность при данном уровне цены также изменится. Но тогда и изменится соотношение между объемом предложения и ценой:

- одному и тому же объему предложения могут соответствовать разные цены;

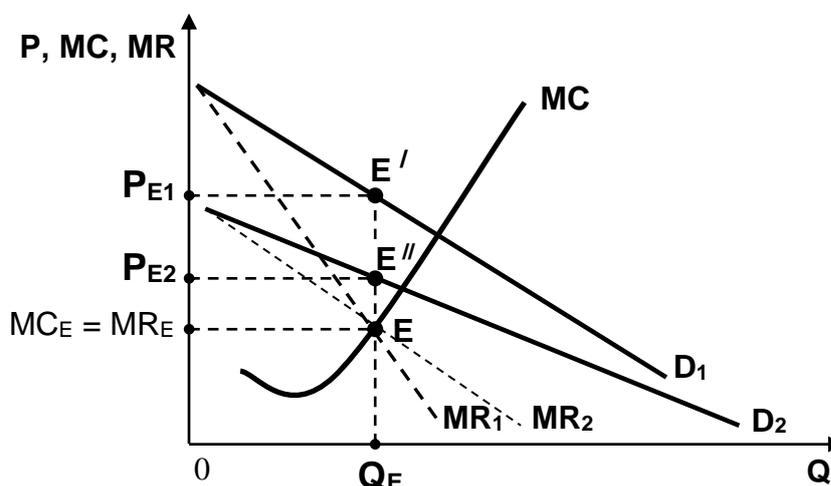


Рис. 46. Равновесие фирмы при неизменности объема выпуска

- одному и тому же уровню цены могут соответствовать разные объемы.

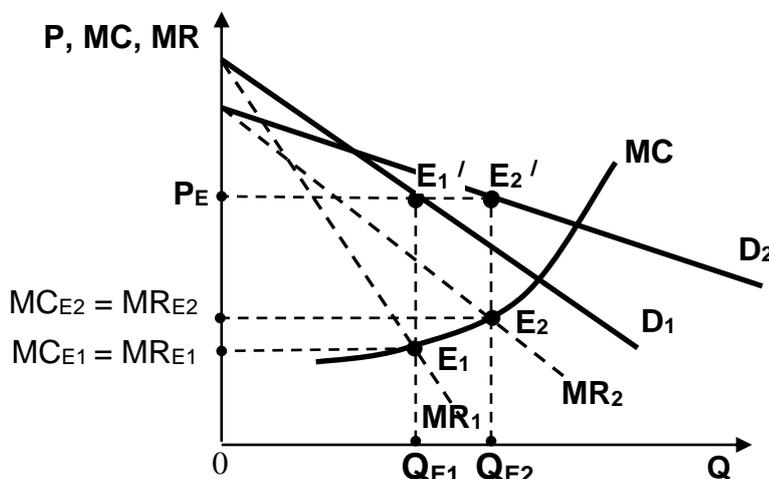
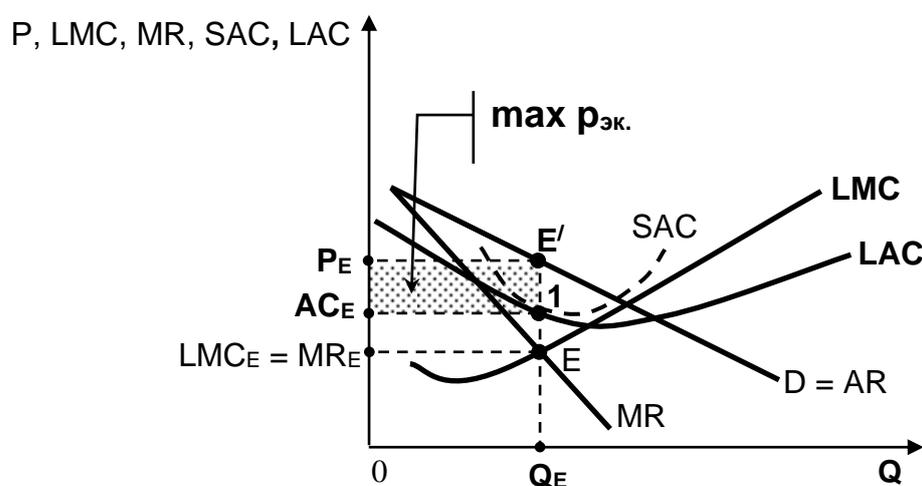


Рис. 47. Равновесие фирмы при неизменности цены

ОСОБЕННОСТЬ РАВНОВЕСИЯ ФИРМЫ-МОНОПОЛИСТА В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ – связана с закрытостью отрасли для других фирм, что обуславливает зависимость решения монополиста об изменении масштабов производства только от соотношения рыночного спроса и долгосрочных средних издержек.

Замечания:

- в условиях монополии рыночные силы не принуждают фирму вести производство с минимальными долгосрочными издержками:



- покупатель вынужден платить цену блага, превышающую как величину минимально возможных средних издержек, которые пошли бы на производство блага, так и величину фактически средних издержек производства.

ПОСЛЕДСТВИЯ ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ – явления, обусловленные реализацией чистой рыночной власти и характеризующие степень несовершенства рынка.

1. Сильное недопроизводство благ по сравнению с конкурентным уровнем.
2. Значительное завышение цен в сравнении с ценой, которая сложилась бы на рынке совершенной конкуренции.
3. Тенденция к постоянному получению экономической прибыли (в экономическом смысле – краткосрочный период никогда не сменяется долгосрочным периодом помимо воли монополиста).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЫНКА ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ – оценка рыночной структуры по критериям:

- способность данного типа рынка обеспечить рациональное размещение ресурсов ($P = MC$);

- производство с наименьшими издержками благ, включенных в оптимальный набор ($P = LRAC_{\min.}$).

Монопольный рынок является экономически неэффективным:

1. *Неэффективность использования ресурсов* – производство с издержками выше минимальных средних долгосрочных издержек.

2. *Нерациональное распределение ресурсов* – цена превышает предельные издержки.

Слияние фирм в одну компанию-монополию приводит к высвобождению производственных ресурсов, которые в условиях закрытости монопольного рынка становятся недоступными для других производителей.

Ресурсы, которые могли бы эффективно работать в условиях совершенной конкуренции, не реализуют свой экономический потенциал в условиях монополии.

СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЫНКА ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ – оценка рыночной структуры по критерию «желательность» для общества, то есть обеспечение общественного благосостояния. Исходное допущение: максимальное общественное благосостояние достигается при соблюдении критериев экономической эффективности (в условиях совершенной конкуренции).

Используемый инструментарий – анализ излишков потребителей и производителей.

ЧИСТЫЕ ПОТЕРИ ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ – социальные издержки монополизации отраслевого рынка, или потери от «мертвого груза». Рассматриваются как чистые потери общего избытка, недореализация которого вызвана тем, что монополист производит слишком малый объем выпуска (или назначает слишком высокую цену на продукт) по сравнению с конкурентами.

Проблема определения потерь благосостояния – состоит в оценке величины чистых потерь благосостояния. Они равны

сумме потерь со стороны потребителя и производителя (потери «мертвого груза»).

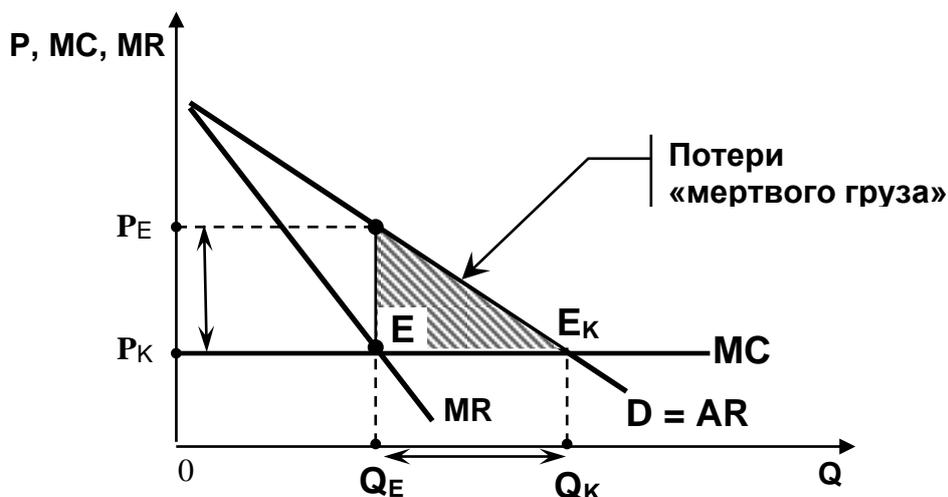


Рис. 48. Чистые потери от монополии при постоянных предельных издержках

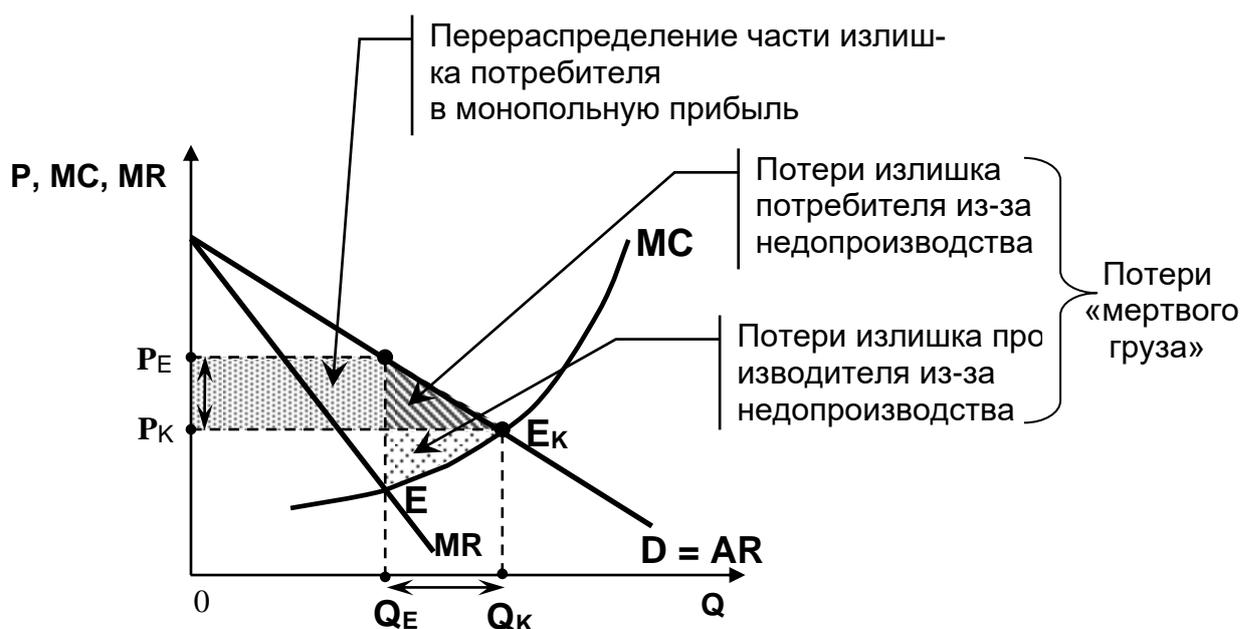


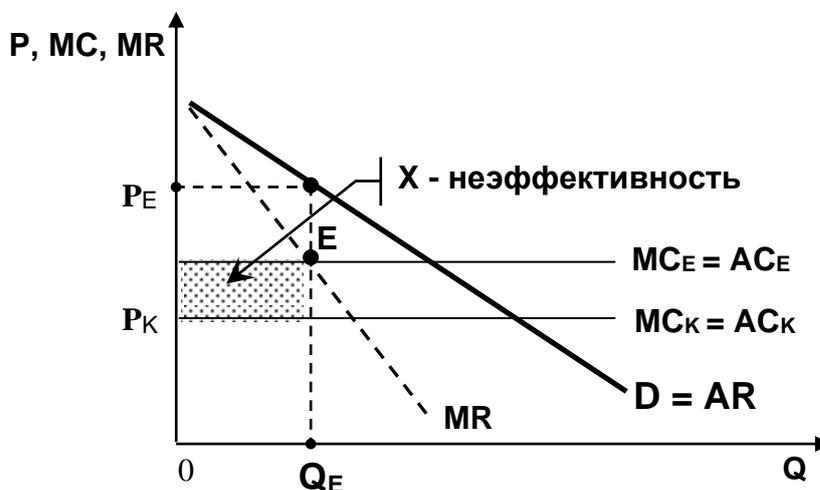
Рис. 49. Чистые потери от монополии при растущих предельных издержках

X – НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ – потери эффективности, связанные с выбором *нерациональных методов производства и неоптимальных размеров*, ведущих к увеличению издержек выше объективно обусловленного уровня.

Формы проявления: излишние производственные мощности; высокие расходы на рекламу, неоправданные потребностями

маркетинга; чрезмерное количество рабочего и управленческого персонал.

Количественно: разница между фактическими и минимальными издержками производства:



СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВЫГОДЫ ОТ МОНОПОЛИЙ:

1. Возможности более полного извлечения экономии от масштаба.
2. Стимулы и возможности для реализации инновационной деятельности.
3. Экономия на информационных издержках.

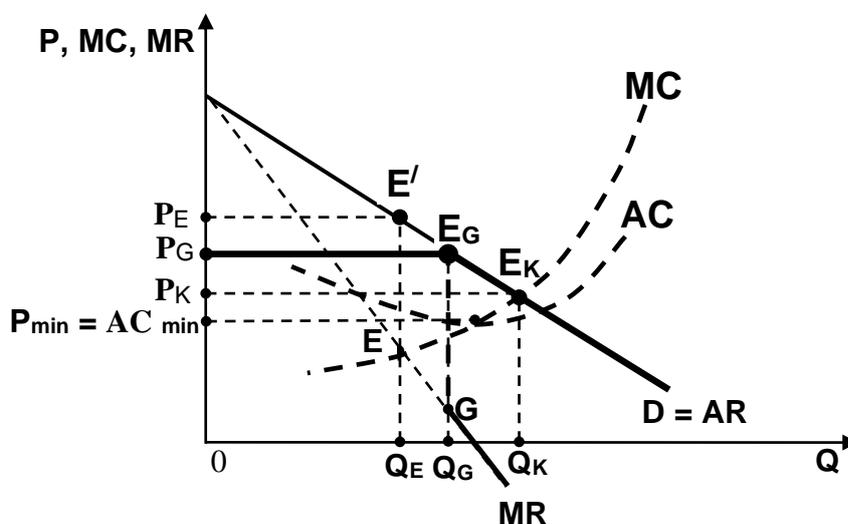
АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ – система законодательных и экономических мер, направленных на ограничение рыночной власти.

ПРЯМОЕ АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ – экономические меры ограничения рыночной власти, предполагающие *установление «потолка цен», установление предела нормы прибыли.*

Ключевая проблема прямого антимонопольного регулирования: установление приемлемого для фирмы-монополиста уровня «потолка цен» (предела нормы прибыли). Так, при определении базы цены необходимо обеспечить фирме-монополисту:

- покрытие реальных издержек и стоимость замены оборудования;
- нормальную доходность на капитал.

Реагирование монополиста на установление «потолка цен» определяется уровнем установленного предела цены и его предельными издержками производства:



Здесь:

E – точка оптимального выбора фирмы-монополиста без вмешательства государства ($MR = MC$);

Q_E ; P_E – оптимальный выбор фирмы-монополиста без вмешательства государства;

E_K – точка, соответствующая полной экономической эффективности;

P_K ; Q_K – оптимальный выбор, соответствующий ситуации полной экономической эффективности; при $P < P_K$ возникает дефицит;

от P_E до $P_{\min} = AC_{\min}$ – диапазон цен, эффективный с точки зрения регулирования государством; при $P = AC_{\min}$ фирма-монополист вынуждена будет уйти из отрасли;

P_G – потолок цен, установленный государством;

$P_G E_G D$ – линия спроса на продукцию фирмы-монополиста (ломаная);

$P_G E_G GMR$ – линия предельной выручки фирмы-монополиста (ломаная);

Q_G – объем выпуска, соответствующий потолку цен, установленному государством; $Q_G > Q_E$ – имеет место сокращение потерь благосостояния.

КОСВЕННОЕ АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

– экономические меры ограничения рыночной власти,

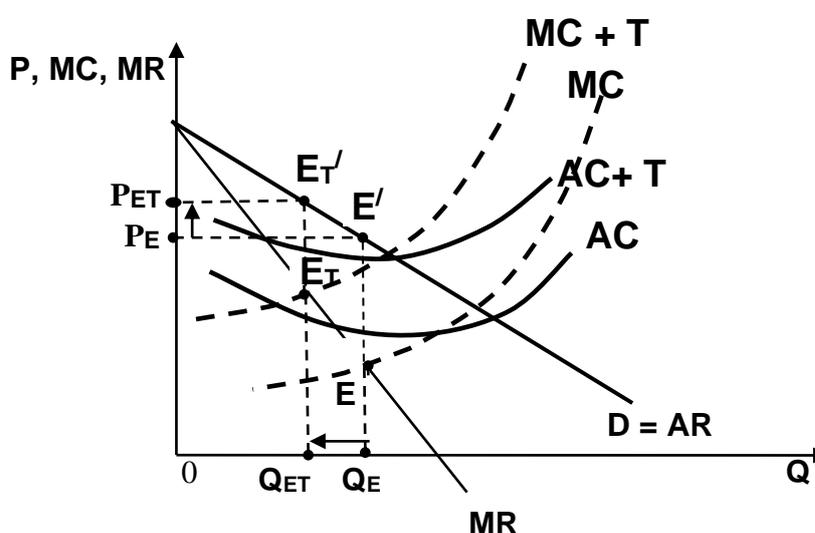
предполагающие налогообложение продукции; налогообложение деятельности; налогообложение сверхприбыли.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Логика введения налогообложения продукции:

введение налога на каждую единицу продукции → налог воспринимается фирмой производителем как элемент переменных издержек, так как привязан к объёму выпуска → реакция фирмы-монополиста на рост издержек производства.

Реагирование монополиста на налогообложение продукции: сокращение производства и рост цены, так как фирма-монополист всегда стремится компенсировать налог.



Здесь:

($MC + T$) — кривая предельных издержек производства после введения налога;

E_T — точка оптимального выбора фирмы-монополиста после введения налога;

Q_{ET} ; P_{ET} — оптимальный выбор фирмы-монополиста после введения налога: $Q_{ET} < Q_E$; $P_{ET} > P_E$.

Ключевая проблема регулирования путём налогообложения продукции — необходимость учёта степени эластичности спроса на продукцию фирмы:

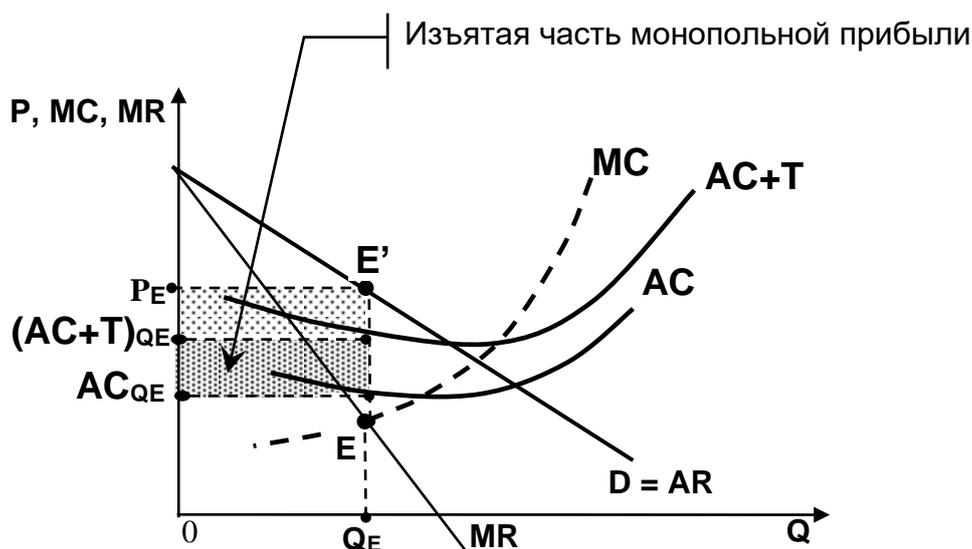
- при высокой эластичности спроса на продукцию фирмы рост цены будет меньше величины налога и значительная часть налогового бремени ляжет на производителя;
- при низкой эластичности спроса на продукцию фирмы значительная часть налогового бремени ляжет на потребителей.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Логика введения налогообложения деятельности:

введение паушального налога в виде выплаты определенного размера за право на ведение какой-либо деятельности (стоимости патента, лицензии) → налог воспринимается фирмой производителем как элемент постоянных издержек, так как не связан с объёмом выпуска → нейтральная реакция фирмы-монополиста на рост средних издержек производства (предельные издержки производства останутся без изменения) → изъятие государством части монопольной прибыли.

Реагирование монополиста на налогообложение деятельности: неизменность равновесных объёма выпуска и цены производимого блага.



Здесь:

$AC+T$ — средние издержки производства после введения налога на деятельность;

AC_{Q_E} — средние издержки производства при оптимальном объёме выпуска Q_E ;

$(AC+T)_{Q_E}$ — средние издержки производства после введения налога на деятельность при оптимальном объёме выпуска Q_E .

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРИБЫЛИ

Логика введения налогообложения прибыли:

Введение налога на монопольную прибыль → изъятие части прибыли фирмы-монополиста государством → вся тяжесть налогообложения ложится на фирму-производителя.

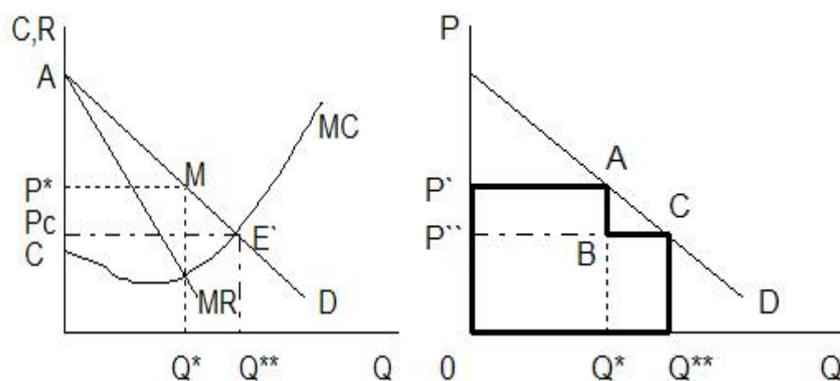
Условие применения антимонопольного регулирования в виде налогообложения прибыли: устойчивое получение фирмой монополистической сверхприбыли.

ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ – практика продаж определенного блага более чем по одной цене, не оправдываемая различиями в издержках. Направлена на увеличение прибыли за счет перераспределения потребительского излишка в пользу производителя.

Ценовая дискриминация первой степени – когда на каждую единицу блага устанавливается цена, равная цене его спроса.

Ценовая дискриминация второй степени – когда цены блага одинаковы для всех покупателей, однако различаются в зависимости от объема покупок.

Ценовая дискриминация третьей степени – когда разным лицам благо продается по разным ценам, но каждая единица блага, приобретаемая конкретным покупателем, оплачивается им по одинаковой цене.



Совершенная ценовая дискриминация (1 степени)

Ценовая дискриминация (2 степени)

§ 2б. ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПРОДУКТ – продукт, который имеет особое существенное свойство, отсутствующее у других благ данного рода.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА – процесс разработки и выделения особого существенного свойства блага, отсутствующего у других благ данного рода.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА (со стороны фирмы) – экономическая реализация дифференциации продукта, выражающаяся в появлении рыночной власти у фирмы в силу признания особого существенного свойства блага покупателями.

В этом смысле *дифференциация продукта выступает как источник рыночной власти.*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА (со стороны потребителя) – экономическая реализация дифференциации продукта, выражающаяся в формировании предпочтения потребителя в силу признания особого существенного свойства блага, предлагаемого фирмой.

В этом смысле *дифференциация продукта выступает как источник дифференциации потребителей по критерию их предпочтений.*

ФИРМА «МИНИ-МОНОПОЛИСТ» – единственный производитель дифференцированного продукта, а потому обладающий по отношению к другим производителям преимуществом в удовлетворении потребности покупателя в особом существенном для него свойстве продукта, и потому контролирующей небольшую долю рынка соответствующего продукта.

Цель фирмы мини-монополиста – устойчивое получение экономической прибыли на основе:

- учёта предпочтений потребителей (расширение спроса на продукт фирмы);
- укрепления предпочтения потребителей к продукции данной фирмы (снижение эластичности спроса).

В связи с этим *дифференциация продукта имеет следствием распадение единого рынка блага на отдельные части – сегменты*, где доля мини-фирмы может быть достаточно большой.

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ФИРМОЙ

МИНИ-МОНОПОЛИСТОМ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ – регулирование цены посредством изменения своего предложения: цена выше предельных издержек производства.

СПЕЦИФИЧЕСКОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ

ФИРМОЙ МИНИ-МОНОПОЛИСТОМ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ – особое существенное свойство, отсутствующее у других благ *данного рода, не делает этот продукт уникальным*, в результате чего продукт может быть при необходимости *заменён потреблением других продуктов данного рода*.

Как следствие, на рынке

- *спрос на продукт отдельной фирмы чувствителен к изменению его цены (эластичность тем выше, чем меньше дифференцирован продукт)*;
- *имеет место конкуренция*, связанная с возможностью замещения продукта фирмы продуктами данного рода других фирм.

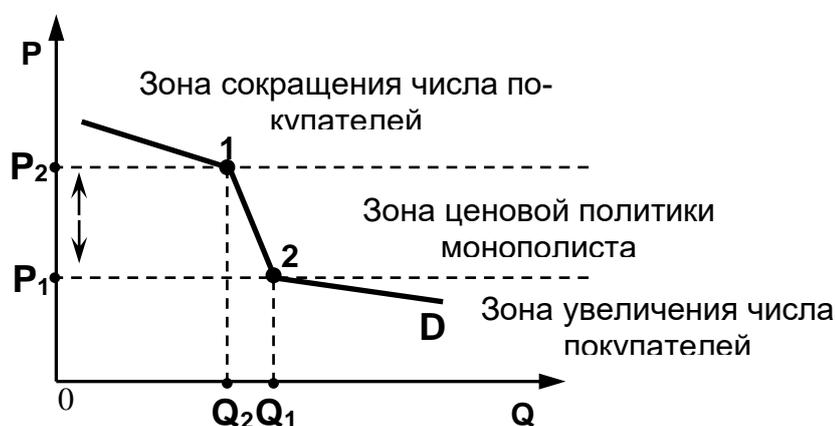


Рис. 50. Кривая зависимости спроса от цены при монополистической конкуренции

ФИРМА МИНИ-МОНОПОЛИСТ – фирма, которая:

- является «искателем цены» (как монополист);
- не находится в существенной зависимости от действий других (как «совершенно конкурентная фирма»).

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ на рынке монополистической конкуренции:

- конкуренция фирм за объём продаж;
- фирмы конкурируют не только по цене, но и по удовлетворению особых потребностей.

СЛЕДСТВИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ КОНКУРЕНЦИИ на рынке монополистической конкуренции – отсутствие барьеров входа-выхода.

СЛЕДСТВИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МОНОПОЛИЗМА на рынке монополистической конкуренции – дифференциация продукта является отраслевым барьером. Фирма, вступающая на рынок, должна нести дополнительные издержки, связанные с позиционированием существенного свойства своего продукта, отсутствующего у других благ данного рода.

ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ НА РЫНКЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ:

1. *Спрос на продукт фирмы*, производящей дифференцированный продукт, является частью отраслевого спроса. Представляет собой наклонную кривую спроса, что позволяет фирме оптимизировать свое предложение при условии получения экономической прибыли.

2. *Оптимальный выбор фирмы мини-монополиста в краткосрочном периоде* – поиск объема выпуска и соответствующей цены производимого блага, которые максимизируют прибыль или минимизируют убытки исходя из равенства предельного дохода и предельных издержек.

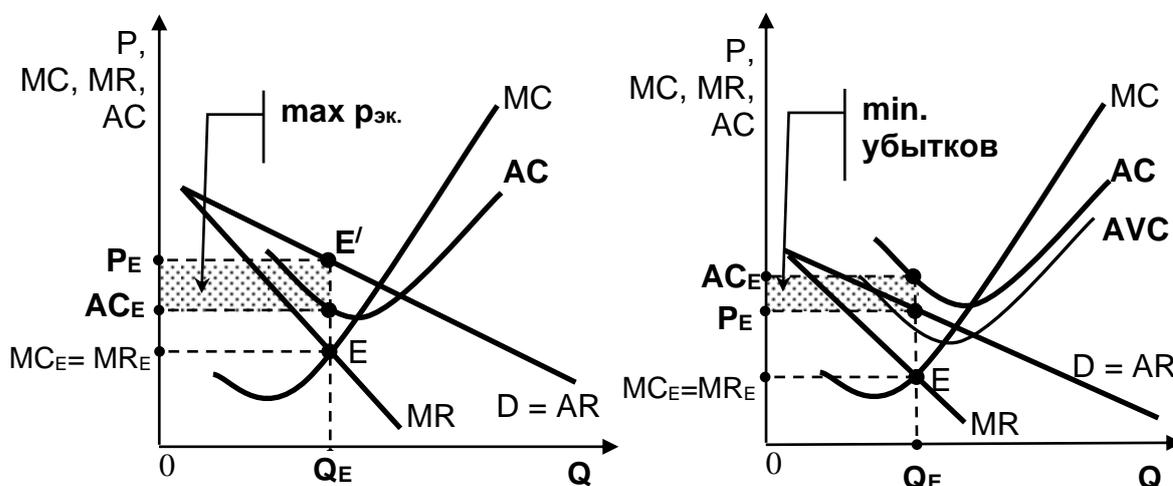


Рис. 51. Выбор монополистической конкурирующей фирмы

3. *Оптимальный выбор фирмы мини-монополиста в долгосрочном периоде* – поиск объема выпуска и соответствующей цены блага, максимизирующих прибыль, при котором предельный доход равен долгосрочным предельным издержкам.

В условиях относительно свободного входа-выхода в отрасль произойдет:

- проникновение в отрасль других фирм-новичков, привлеченных экономической прибылью;
- сужение сегмента рынка фирмы-долгожителя;
- сокращение спроса на продукцию фирмы-долгожителя;
- снижение равновесной цены фирмы-долгожителя и т. д.

Действующая в условиях монополистической конкуренции фирма в долгосрочном периоде будет выпускать продукцию до тех пор, пока цена на продукцию будет покрывать средние долгосрочные издержки.

Находясь в положении долгосрочного равновесия, фирма не получает экономической прибыли.

Цена долгосрочного равновесия фирмы мини-монополиста – цена, устанавливаемая как результат межотраслевой конкуренции на уровне средних совокупных издержек фирмы (тенденция безубыточности).

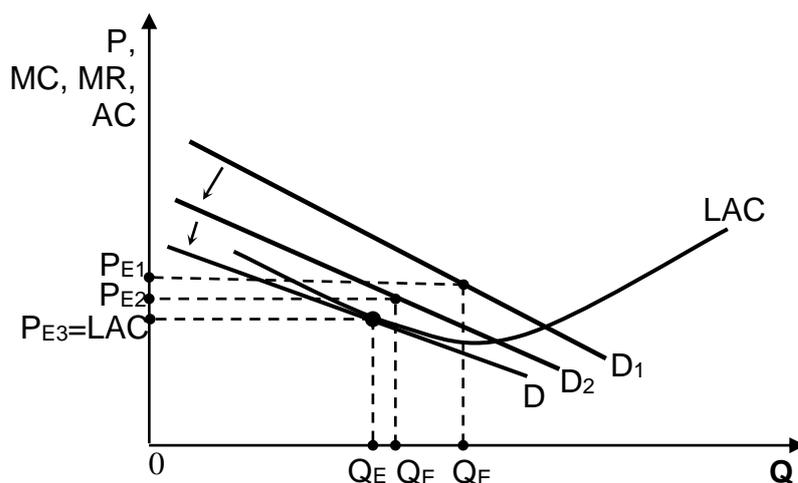


Рис. 52. Равновесие фирмы-монополиста в долгосрочном периоде (при неизменяющихся издержках) на рынке монополистической конкуренции

Особенность положения точки долгосрочного равновесия фирмы: лежит на кривой LAC, но не совпадает с точкой минимума долгосрочных средних затрат, как это было в условиях совершенной конкуренции.

СТАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В АНАЛИЗЕ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ МИНИ-МОНОПОЛИСТА – позволяющий выявить тенденцию безубыточности фирмы в долгосрочном периоде.

ДИНАМИЧЕСКИЙ ПОДХОД В АНАЛИЗЕ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ МИНИ-МОНОПОЛИСТА – выявление предпосылок получения фирмой экономической прибыли в долгосрочном периоде.

ДОЛГОСРОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ ОТРАСЛИ ПРИ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ – достигается при объеме выпуска, для которого

- цены не равны предельным издержкам производства;
- средние долгосрочные издержки не являются минимальными из-за наличия в отрасли излишних производственных мощностей.

НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ – вытекает из особенностей условий долгосрочного равновесия и выражается:

- в потерях части потребительского излишка из-за цены, превышающей равновесную цену в условиях рынка совершенной конкуренции;
- в сокращении объема выпуска по сравнению с эффективным объемом выпуска в условиях рынка совершенной конкуренции;
- в уменьшении благосостояния из-за недоиспользования отраслью ресурсов для производства необходимого потребителям блага, так как долгосрочное равновесие фирмы устанавливается при рыночных ценах выше предельных и минимальных значений средних долгосрочных издержек производства (теорема «избыточной мощности»).

Теорема «избыточной мощности» – чем выше степень дифференциации продукта, тем более несовершенной является конкуренция на рынке и тем значительнее отклонение используемых мощностей, объемов производства и цен от наиболее эффективных;

- в неоптимальной (излишней) дифференциации продукта.

ВЫГОДА ОТ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ – оптимальная дифференциация продукта способствует удовлетворению разнообразных потребностей, развивает их, компенсируя тем самым потери общества от более высоких издержек производства.

СТРАТЕГИЯ НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ – построенная на базе углубления дифференциации продукта (характеристики продукта, предоставление сопутствующих услуг, нишевая специализация, реклама).

Реклама продукта – способ закрепления рыночной власти фирмы, позволяющий снизить эластичность спроса и повысить барьеры вхождения на рынок.

ЭКОНОМИСТЫ, ВНЕСШИЕ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ: *Джоан Вайолет Робинсон* (1903 – 1983) – английский экономист и общественный деятель, последователь кейнсианского и посткейнсианского направления в экономической науке; *Эдвард Чемберлин* (1899 – 1967) – американский экономист, основоположник теории монополистической конкуренции.

§ 2с. ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ НА ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

ОЛИГОПОЛИЯ – рыночная структура, характеризующаяся немногочисленностью крупных производителей (продавцов) и вытекающей из нее взаимозависимостью последних.

УНИКАЛЬНАЯ ОСОБЕННОСТЬ ОЛИГОПОЛИИ – решение каждого из фирм-олигополистов непосредственно сказывается на всех остальных его участниках и на отрасли в целом.

ИСТОЧНИК РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ ФИРМЫ – контроль над отраслевым предложением.

Степень власти зависит:

- от эластичности спроса,
- от способности фирм координировать свою деятельность.

ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ НА ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ:

1. *Специфическое ограничение выбора* фирмы на олигополистическом рынке – необходимость учета действия конкурирующих фирм при принятии решения.

2. *Специфика спроса* на продукцию любого олигополиста – не является постоянной величиной, а прямо зависит от действий конкурентов.

3. *Стратегическое поведение фирмы на рынке* – выбор фирмой варианта своей деятельности, зависящего от возможных ответных действий ее конкурентов.

ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ – принятие решений с учетом реакции конкурентов.

ТИПЫ СТРАТЕГИЙ ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: кооперативное (монопольное поведение) и некооперативное (конкурентное поведение).

Кооперативное поведение фирмы (кооперативная стратегия) – координация деятельности фирм на основе совместного выбора цен и объема выпуска продукции каждой фирмы для максимизации отраслевой прибыли. Целью является обеспечение такого объема отраслевого предложения, при котором отраслевая прибыль была бы максимальной.

Некооперативное поведение фирмы (некооперативная стратегия) – координация деятельности фирм на основе конкурентного поведения, при котором каждый продавец самостоятельно решает проблему выбора цен и объема выпуска продукции, результатом чего является ухудшение положения всех фирм отрасли.

ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ:

1. Тяготеет к монопольному равновесию – если фирмы отрасли реализуют кооперативные стратегии.

2. Тяготеет к конкурентному равновесию – если фирмы отрасли реализуют некооперативные стратегии.

3. Не существует единой точки равновесия, к которой стремятся фирмы, т.к. в условиях олигополии фирмы могут взаимодействовать и как монополисты, и как конкуренты.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОГО РЫНКА может быть представлено разными моделями.

Модели кооперативного поведения

1. *Картель* – объединение фирм, согласующих свои решения по поводу цен и объемов продукции так, как если бы они слились в чистую монополию.

2. *Тайный сговор* – негласное соглашение о ценах, разделении рынков и других способах ограничения конкуренции в различных формах.

Пример: *модель ценового лидера (модель частичной монополии)* – одна фирма действует как ценовой лидер, устанавливая цену, чтобы максимизировать свою прибыль, в то время как другие фирмы следуют в этом за лидером.

Варианты поведения лидера:

- установка цены, отвечающей интересам даже фирме с наиболее высокими издержками, но обеспечивающей лидеру монопольно высокую прибыль;

- лидер понижает цены до уровня, который оказывается низким для фирм с высокими издержками, которые не выдерживают конкуренцию и уходят из отрасли; а лидер следом поднимает цены до необходимого себе уровня.

Разновидность лидерства в ценах: модель фирмы-барометра – поведение фирмы, не являющейся доминирующей в отрасли с точки зрения объема производства, но по другим признакам (престижность, иное) является ориентиром.

При отсутствии явного лидера: правила игры большого пальца, согласно которым фирмы следуют при ценообразовании каким-либо общепринятым простым правилам (например, ценообразование на основе средних издержек производства).

3. *Модель блокирующего ценообразования* – координация деятельности олигополистически взаимодействующих фирм с целью противодействия проникновению на рынок новых фирм на основе установления отраслевой цены, близкой к уровню долгосрочных средних издержек.

Модели некооперативного поведения

1. *Модель дуополии Курно*¹

Дуополия – рыночная структура из двух фирм, взаимоотношение которых определяет объем производства в отрасли и рыночную цену.

¹ Антуан Огюст Курно (1801 – 1877) – французский экономист, философ и математик.

Допущения модели:

- две фирмы являются единственными производителями стандартизированного товара, не имеющего близких заменителей;
- каждая фирма воспринимает объём производства другой как данность;
- каждая фирма максимизирует прибыль;
- каждая фирма устанавливает свою цену в расчете на неизменность цен ее конкурентов.

Логика механизма поведения фирм в модели

Исходная ситуация: в отрасли одна фирма, выпускающая весь отраслевой объём продукции. В силу действия механизма межотраслевой конкуренции в отрасль входит вторая фирма. → *Поведение новой фирмы:* действует, исходя из допущения, что цена и объём первой фирмы останутся прежними. Она понижает цену на свой продукт, сужая сегмент первой фирмы. → *Поведение первой фирмы:* реагируя на сложившуюся ситуацию как данность, фирма сокращает выпуск продукции в соответствии со снизившимся спросом на её продукт. → *Поведение новой фирмы:* реагируя на сложившуюся ситуацию как данность, фирма снова понижает цену на свой продукт, ещё более сужая сегмент первой фирмы. → *Поведение первой фирмы:* реагируя на сложившуюся ситуацию как данность, фирма снова сокращает объём выпуска продукции в соответствии со снизившимся спросом на её продукт. → Ещё более сокращается её сегмент на рынке. → ... и т. д.

Результат: постепенно фирмы формируют сегменты рынка, соответствующие распределению их рыночных сил.

Равновесие Курно – достигается в точке пересечения кривых реагирования двух фирм.

2. *Модель ломаной кривой спроса (модель П. Суизи, Р. Хитча и К. Холлома)*¹ – описывает случай ценовой конкуренции, когда предполагается, что фирмы-олигополисты

¹ Пол Суизи (1910 – 2004) – американский экономист, создатель теории монопольного капитализма. Р. Л. Холл и К.И. Хитч – английские экономисты. Независимо друг от друга предложили модель ломаной кривой спроса.

всегда реагируют на снижение цен конкурентами и не реагируют при их повышении.

Исходная посылка теории: чувствительность спроса на продукт фирмы в ответ на повышение цены и в ответ на её понижение будет различной. Но тогда линия спроса на продукт фирмы-олигополиста будет состоять из двух разных кривых.

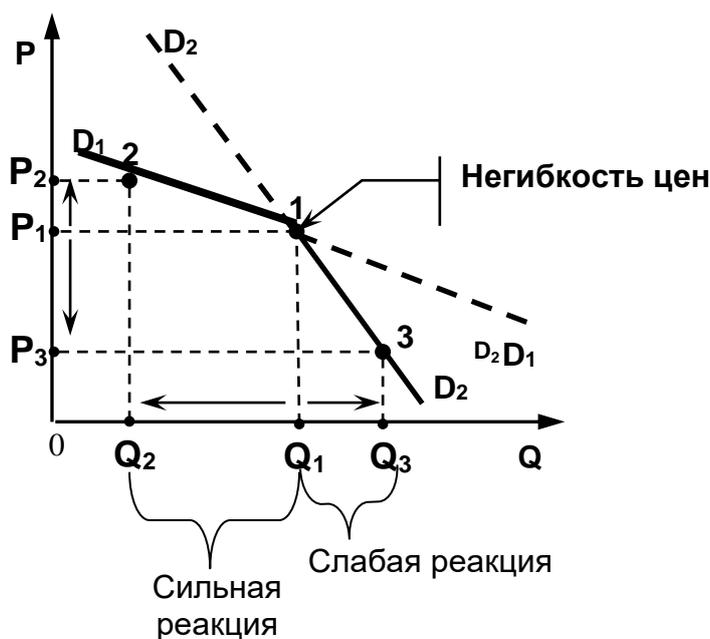


Рис. 53. Кривая зависимости спроса от цены у олигополиста

Логика механизма поведения фирм в модели

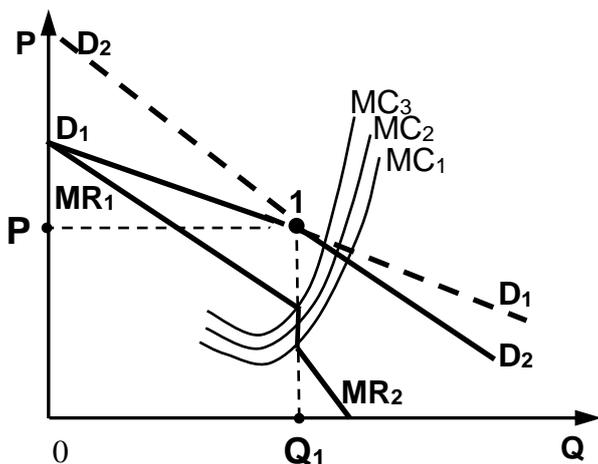
Вариант 1

Исходная ситуация: фирма повышает цену на свой продукт, а конкуренты – нет. → Спрос на продукцию фирмы сократится. → *Поведение фирмы:* реагируя на ситуацию, фирма возвращается к прежнему уровню цены.

Вариант 2

Исходная ситуация: фирма понижает цену на свой продукт. → Конкуренты реагируют также. → Спрос на продукцию фирмы не увеличивается. → *Поведение фирмы:* реагируя на ситуацию, фирма возвращается к прежнему уровню цены.

Результат: рыночная цена в условиях олигополии относительно стабильна.



3. *Модель Ж. Бертрана*¹ – описывает ситуацию на рынке, при которой в условиях дуополии фирма принимает решение об объёме выпуска, исходя из предположения, что конкурент не изменит цену своего продукта.

Механизм: в условиях дуополии фирмы конкурируют за цену товара при данном объеме выпуска каждой фирмы. Стабильность равновесия достигается тогда, когда цена оказывается равной предельным издержкам, то есть достигается конкурентное равновесие (*равновесие Бертрана*).

Парадокс Бертрана – фирмы, стремясь увеличить прибыль, в конечном итоге оказываются с нулевой экономической прибылью.

4. *Теория игр применительно к исследованию поведения фирмы при олигополии* (разработчики Дж. Нейманн и О. Моргенштерн)² – рассматривает поведение фирмы как игру, в которой участвуют игроки, принимающие решения, не зная определённо, какую стратегию выберут их противники.

Доминирующая стратегия – стратегическое поведение фирмы, обеспечивающее ей максимизацию прибыли или минимизацию потерь (в теории игр считается, что игрок-фирма выберет доминирующую стратегию независимо от реакции своего партнера).

¹ Жозеф Луи Франсуа Бертран (1822 – 1900) – французский математик, работавший в области теории чисел, дифференциальной геометрии, вероятности и термодинамики.

² Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение / О. Моргенштерн, Дж. фон Нейман – М.: Книга по Требованию, 2012. – 708 с.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОЛИГОПОЛИИ – свойственны все недостатки несовершенной конкуренции.
СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ВЫГОДЫ ОТ ОЛИГОПОЛИИ:

1. *Резкое увеличение производительности труда*, обычно сопровождающее переход отрасли в олигополистическое состояние.

2. *Экономия безусловно постоянных издержек*.

Безусловно постоянные издержки – не меняющиеся с ростом производства даже в долгосрочном периоде (например, издержки на исследовательские и опытно-конструкторские работы).

В отличие от классического механизма экономии на масштабе производства, экономия на снижении безусловно постоянных издержек не имеет ограничений в виде оптимального размера предприятия. Чем больше фирмы, тем они ниже в расчете на единицу продукции.

3. *Ускорение технического прогресса* – обеспечивается лишь в той мере, в которой при олигополии существует конкуренция.

4. *Минимизация издержек* – в случае использования в поведении крупных фирм стратегии лидерства в издержках.

§ 2d. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТРУКТУРЫ РЫНКА

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТРУКТУРЫ РЫНКА – методы, применяемые для количественной оценки концентрации рынка, продуктовой дифференциации, уровня отраслевых барьеров, рыночной власти.

КОНЦЕНТРАЦИЯ РЫНКА – степень преобладания на рынке одной или нескольких фирм. Является фактором, определяющим тип рыночной структуры. Отражает эмпирический подход к изучению рыночной структуры.

ИЗМЕРЕНИЕ КОНЦЕНТРАЦИИ РЫНКА осуществляется на основе *показателей*:

- *долевой коэффициент* – средняя доля фирмы на отраслевом рынке.

Рассчитывается: $\frac{1}{n}$, где n – число фирм, действующих на отраслевом рынке.

- *индекс концентрации (CR)* – процентное отношение продаж четырех или восьми крупнейших фирм к общему отраслевому объему продаж. Показывает удельный вес крупнейших фирм отрасли, измеряя сумму их долей.

Рассчитывается: $CR_n = \sum q_n$, где

q_n – рыночная доля отдельной фирмы,

n – число фирм, действующих на рынке.

Таблица 6

Значение индекса (для четырех фирм)	Концентрация рынка
до 35%	Слабоконцентрированный
до 70%	Среднеконцентрированный
свыше 70%	Высококонцентрированный

Недостатки:

- не учитывает долей фирм и может быть одинаковым, хотя долевая нагрузка фирм в индексе является принципиально разной;

- совпадение индексов концентрации не означает тождества структур отраслевых рынков.

Например, 4 фирмы от 20-25 % и 1 фирма – 60%, а три другие – в пределах 10-12%. В последнем случае имеет место явное доминирование ведущей фирмы;

- при расчете не учитывается доля рынка, соответствующая импорту. Рассчитывается лишь для отечественных поставщиков.

- практически неприменим к оценке региональных и местных рыночных структур.

Индекс Херфиндаля–Хиршмана¹ (ИХ) – позволяет оценить распределение «рыночной власти» между всеми субъектами рын-

¹ Альберт Отто Хиршман (1915 – 2012) – американский экономист, предложивший индекс в 1945 году, Оррис Херфиндаль (1918 – 1972) – американский экономист, предложивший индекс в 1950 году.

ка. Измеряет концентрацию рынка посредством оценки сначала доли рынка, измеренной в процентах поставок каждой фирмы для продажи на данном рынке, и последующего суммирования возведенных в квадрат долей фирм от общего объема рынка.

Рассчитывается как сумма квадратов рыночных долей всех субъектов рынка

$$\text{ИИИ} = q_1^2 + q_2^2 + \dots + q_n^2 = \sum \left(\frac{q_n}{Q} \right)^2, \text{ где}$$

Q – общий объем отраслевого предложения,

qⁿ – объем продаж отдельной фирмы.

Для абсолютной монополии составит 10000, а для рынка совершенной конкуренции (например, из 100 фирм) – 100.

Таблица 7

Классификация рынков на основе индекса Херфиндаля–Хиршмана (американский опыт)		
Значение индекса	Концентрация рынка	Возможности слияния
ИИИ < 1000	Неконцентрированный	Беспрепятственно допускается
1000 < ИИИ < 1800	Умеренно концентрированный	Требуется дополнительная проверка целесообразности слияния
ИИИ > 1800	Высококонцентрированный	Условия: Если в результате слияния ИИИ увеличивается не более чем на 50 пунктов, <i>слияние разрешается</i> . Если в результате слияния ИИИ увеличивается более чем на 100 пунктов, <i>слияние запрещается</i>

ИЗМЕРЕНИЕ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА – оценка степени его дифференциации. Используется для типологизации рынков по критерию дифференциации продукта: рынки стандартизированного или дифференцированного продуктов.

Показатели степени дифференциации продукта:

- перекрестная эластичность спроса: чем она выше, тем ниже степень дифференциации продукта, так как реакция спроса на изменение цены продукта зависит от уникальности его свойств;
- уровень расходов на рекламу: чем он ниже, тем меньше дифференциация продукта.

ИЗМЕРЕНИЕ УРОВНЯ ОТРАСЛЕВЫХ БАРЬЕРОВ – осуществляется на основе: косвенного показателя – коэффициента минимально эффективного выпуска; индекса барьера эффективного входа; нормы проникновения; нормы выживаемости.

Коэффициент минимально эффективного выпуска – рассчитывается как отношение минимально эффективного выпуска к объему отраслевого выпуска (рыночного спроса): чем выше коэффициент, тем выше отраслевой барьер.

Индекс барьера эффективного входа характеризует возможности прибыльного функционирования вновь вошедших в отрасль фирм. Рассчитывается как соотношение величины добавленной стоимости на одного занятого в крупных и небольших фирмах.

Норма проникновения характеризует высоту барьеров входа. Рассчитывается как отношение объема выпуска вошедших в отрасль фирм к объему отраслевого выпуска.

Норма выживаемости рассчитывается как отношение числа вошедших в отрасль фирм к числу из них, оставшихся на рынке.

ИЗМЕРЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ – осуществляется показателем «степень рыночной власти».

Степень рыночной власти – показатель, характеризующий степень отклонения цены продукта фирмы от издержек его производства.

*Коэффициент Лернера*¹ (L) – отношение превышения цены продукта над предельными издержками его производства к цене фирмы.

¹ Абба Птахия Лернер (1903 – 1982) – американский экономист.

Рассчитывается:

$$L = \frac{P - MC}{P}, \text{ или } L = -\frac{1}{Ed_F},$$

где Ed_F – эластичность спроса на продукцию фирмы.

Степень рыночной власти фирмы находится в обратной зависимости от эластичности спроса на ее продукцию.

Следствие из коэффициента Лернера:

• Цена, которую будет назначать фирма, обладающая рыночной властью, определяется как

$$P = \frac{MC}{1 + 1/Ed_F}.$$

Фирма, обладающая рыночной властью, будет назначать цену, превышающую предельные издержки производства на величину, обратно пропорциональную эластичности спроса на ее продукцию. Или

$$P = MC \times \frac{1}{1 - L}.$$

То есть, коэффициент Лернера показывает долю наценки в рыночной цене продукта фирмы (перераспределение потребительского излишка в пользу продавца).

P. S.

ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

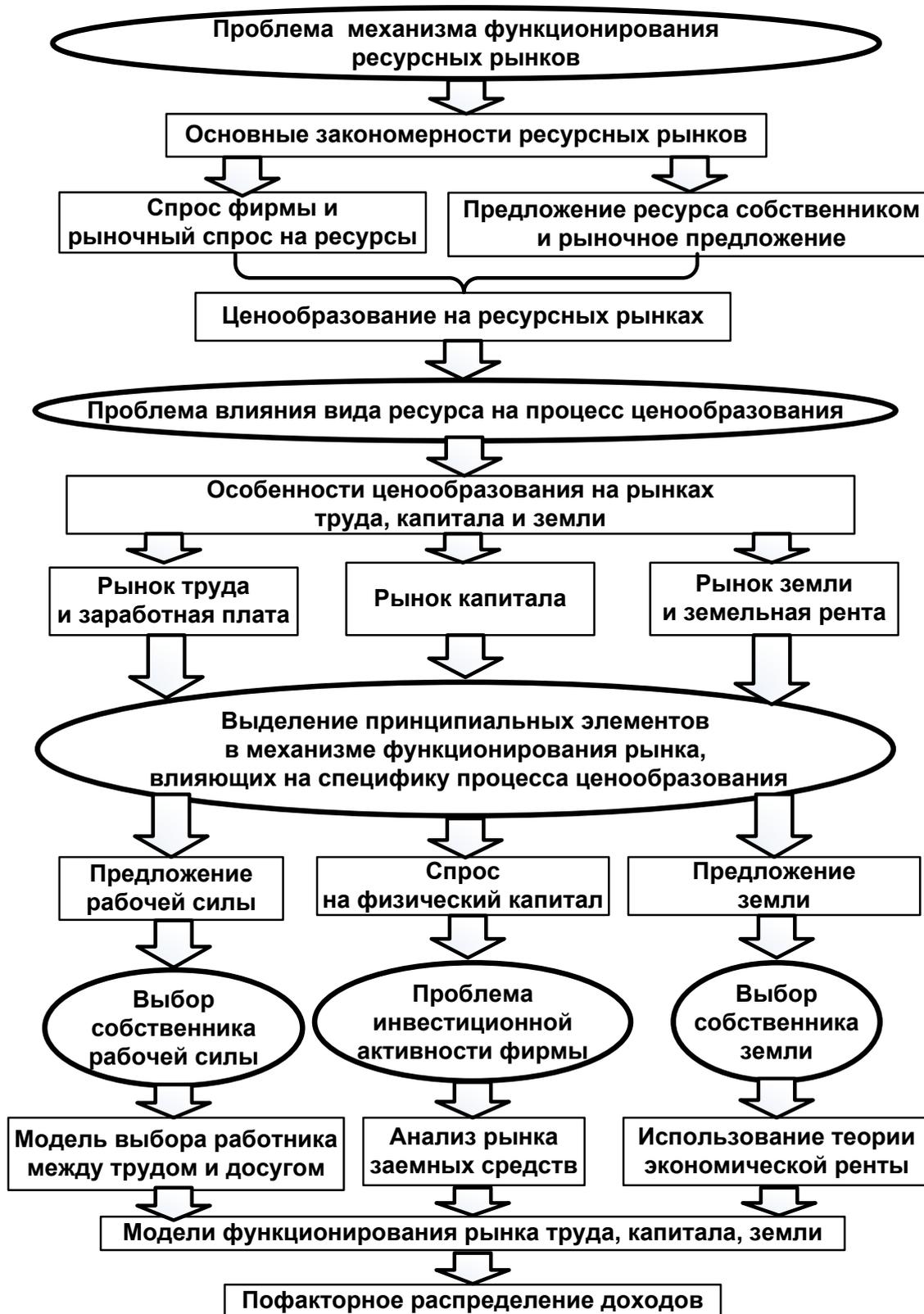
к разделам III, IV, V

Анализ закономерностей образования и взаимодействия рыночного спроса и рыночного предложения позволил уточнить процесс ценообразования в различных типах рынков потребительских благ.

Вместе с тем функционирование этих рынков невозможно без применения благ производственного назначения. Следовательно, выявление особенностей функционирования ресурсных рынков и ценообразования на них является необходимым и важным аспектом микроэкономического анализа.

РАЗДЕЛ VI. МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕОРИИ РЕСУРСНЫХ РЫНКОВ

НАВИГАТОР



NB

Изучение механизма ценообразования на ресурсных рынках во многом опирается на результаты анализа рынка потребительских благ.

Во-первых, используется схожий инструментарий анализа: графические модели спроса, предложения, их рыночного взаимодействия.

Во-вторых, уже ясны основные движущие силы поведения экономических субъектов:

- максимизация полезности у потребителей,
- получение экономической прибыли у фирм.

Однако специфика объектов ресурсных рынков и иные роли фирм и домохозяйств на них обуславливают особенности формирования спроса и предложения на ресурсных рынках, что не может не сказаться на механизме их функционирования.

Поэтому актуальными остаются вопросы об особенностях формирования спроса на ресурс, а также о специфике формирования предложения ресурса.

§ 1. ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ РЕСУРСНЫХ РЫНКОВ

РЫНКИ РЕСУРСОВ ПРОИЗВОДСТВА – рынки, на которых в результате взаимодействия спроса и предложения формируются цены на труд, капитал и землю в виде заработной платы, процентного дохода и ренты соответственно.

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЫНКОВ РЕСУРСОВ:

1. Рынок ресурсов носит производный характер от рынка потребительских благ.

2. Новые экономические роли фирм и домашних хозяйств:

- *Фирмы* являются покупателями ресурсов, поэтому поведение фирм описывается кривой спроса.

- *Домашние хозяйства*, будучи собственниками ресурсов, выступают на рынке в роли продавцов ресурсов или услуг от них. Поведение домохозяйств описывается кривой предложения.

3. Цены на ресурсы регулируют их распределение между фирмами и отраслями.

4. Кроме рыночных сил конкуренции существенную роль могут играть меры государства, профсоюзов и объединений фирм.

§ 1а. СПРОС ФИРМЫ И РЫНОЧНЫЙ СПРОС НА РЕСУРС

СПРОС ФИРМЫ НА РЕСУРС:

1. *Является вторичным*, т.е. определяется спросом на конечную продукцию, производимую фирмой при помощи этих ресурсов.

Производный характер спроса на ресурсы означает, что он зависит:

- от предельной отдачи ресурса, измеряемой его предельным продуктом;
- от цены блага, производимого с помощью данного ресурса.

2. *Является взаимосвязанным*, так как отдача (производительность) одного ресурса зависит от количества других применяемых ресурсов.

Большое значение имеет фактор времени:

- в краткосрочном периоде фирма меняет объем использования лишь некоторых факторов, оставляя остальные неизменными;
- в долгосрочном периоде появляется возможность изменения всех факторов производства.

3. *Является зависимым* от решения задачи максимизации экономической прибыли (как по величине, так и по структуре спроса).

ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ НА РЕСУРСНОМ РЫНКЕ

ЦЕЛЬ ФИРМЫ НА РЕСУРСНОМ РЫНКЕ – максимизация полезности от использования ресурсов в производстве благ для получения максимальной экономической прибыли.

Фирму интересуют не ресурсы сами по себе, а их способность увеличивать общую выручку (отдача от ресурса в денежном виде).

ОГРАНИЧЕНИЯ ФИРМЫ НА РЕСУРСНОМ РЫНКЕ:

- спрос на производимое благо;

- производственная технология;
- комбинация ресурсов для производства благ;
- затраты на приобретение ресурсов;
- объем предложения фирме ресурса.

ВЫБОР ФИРМЫ НА РЕСУРСНОМ РЫНКЕ – формирование спроса на ресурс.

Показатели, используемые в анализе выбора фирмы на ресурсных рынках: предельная доходность ресурса, предельные издержки ресурса.

ПРЕДЕЛЬНАЯ ДОХОДНОСТЬ РЕСУРСА (MRP_f) – изменение дохода, получаемого в результате реализации дополнительной продукции, выпущенной при потреблении одной единицы данного ресурса.

Этот показатель иначе называют *предельным продуктом ресурса в денежном выражении* – равен произведению предельного дохода на предельный продукт ресурса:

$$MRP_f = MR_X \times MP_f,$$

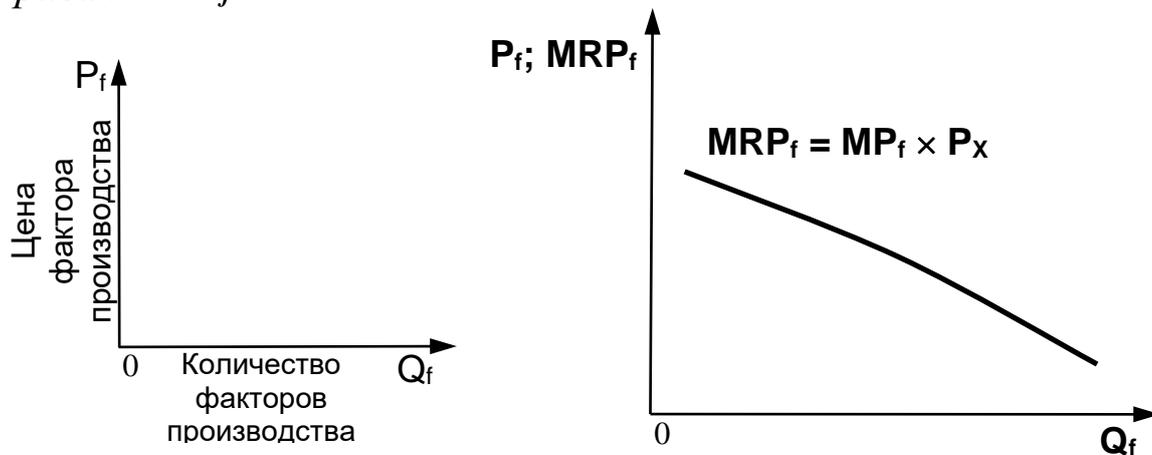
где f – ресурс, X – благо, произведенное с помощью ресурса.

MRP_f зависит от характера рыночной структуры, в которой функционирует фирма как продавец блага потребительского назначения (совершенно конкурентный или несовершенно конкурентный рынок производимого блага X):

1. *В условиях совершенной конкуренции:* предельный доход фирмы равен рыночной цене производимого блага $P_X = MR_X$.

Тогда $MRP_f = P_X \times MP_f$.

Кривая MRP_f понижается плавно:



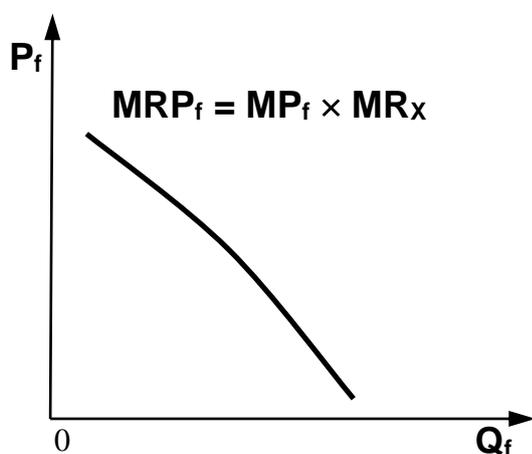
Убывающая динамика предельной доходности ресурса конкурентной фирмы складывается под влиянием динамики

предельного продукта, который в силу действия закона убывающей отдачи имеет тенденцию к снижению (при условии, что рыночная цена блага постоянна).

2. В условиях несовершенной конкуренции: динамика предельной доходности ресурса складывается под воздействием двух факторов:

- динамики предельного продукта MP_f ;
- динамики предельного дохода MR_x , имеющего тенденцию к снижению (чтобы продать больше продукции, фирма вынуждена снижать цену блага).

Кривая MRP_f имеет более крутой наклон, нежели в условиях совершенной конкуренции:

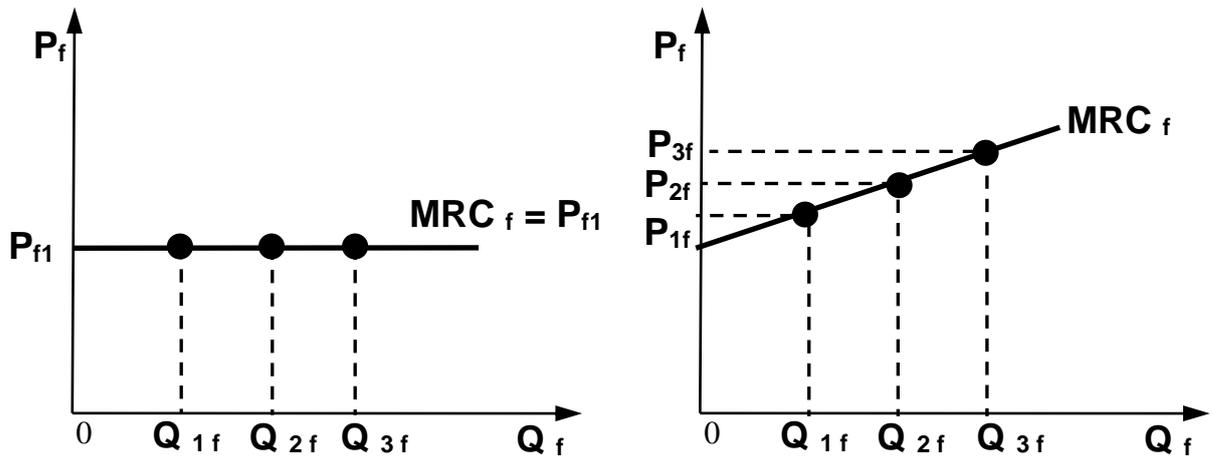


ПРЕДЕЛЬНЫЕ ИЗДЕЖКИ РЕСУРСА (MRC_f) – издержки покупки каждой дополнительной единицы ресурса.

Показатель характеризует прирост издержек производства в связи с приобретением дополнительной единицы ресурса. Динамика зависит от характера рыночной структуры, в которой функционирует фирма как покупатель ресурса (совершенно конкурентный или несовершенно конкурентный рынок ресурса).

Для фирмы – совершенного конкурента на рынке ресурса – предельные расходы на ресурс всегда равны цене единицы ресурса $MRC_f = P_f$:

Для фирмы – несовершенного конкурента на рынке ресурса – предельные расходы приобретают тенденцию к росту по мере увеличения общего количества приобретаемого ресурса:



ПРАВИЛО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСА «MRP=MRC»:

Чтобы максимизировать прибыль, фирма должна применять такое количество ресурса, при котором предельный доход ресурса равен предельным издержкам его использования (оптимальный объем ресурса).

Модельно выражается в поиске точки пересечения графиков MRP_f и MRC_f .

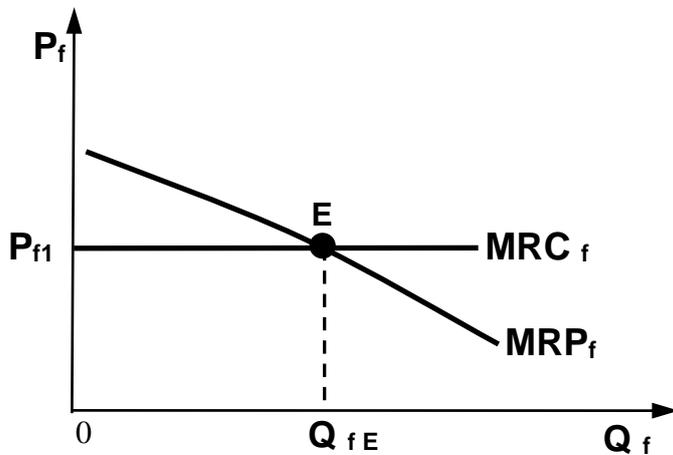


Рис. 55. Графическая интерпретация определения фирмой оптимального количества ресурса на совершенно конкурентном ресурсном рынке

ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА ФИРМЫ НА РЕСУРС – спрос на ресурс со стороны отдельной фирмы определяется соотношением предельной доходности и предельных издержек ресурса.

Кривая спроса фирмы на ресурс – отражает изменение объема необходимого фирме ресурса при изменении цен на него и неизменных заданных факторах, влияющих на спрос.

Особенности кривой спроса фирмы на ресурс:

Кривая спроса на ресурс совпадает с кривой предельной доходности ресурса.

Кривая спроса конкурентной (на рынке производимого блага) фирмы менее крутая (более эластичная), чем неконкурентной. При той же цене на ресурс, спрос на него со стороны неконкурентной фирмы будет относительно меньше.

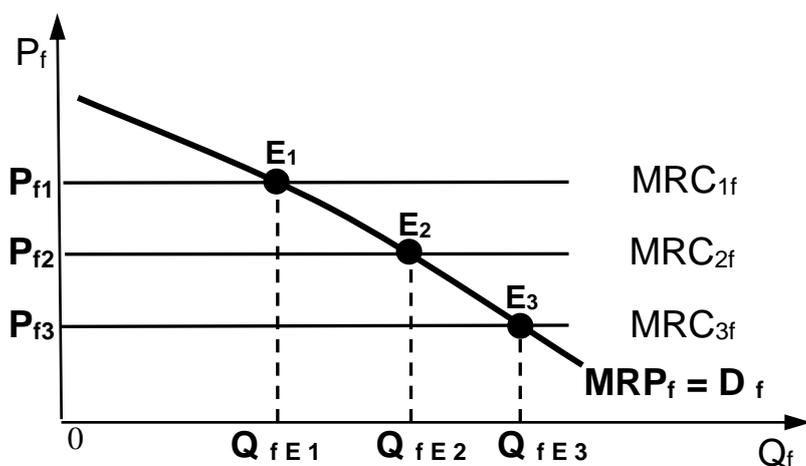


Рис.56. Спрос на ресурс конкурентной фирмы

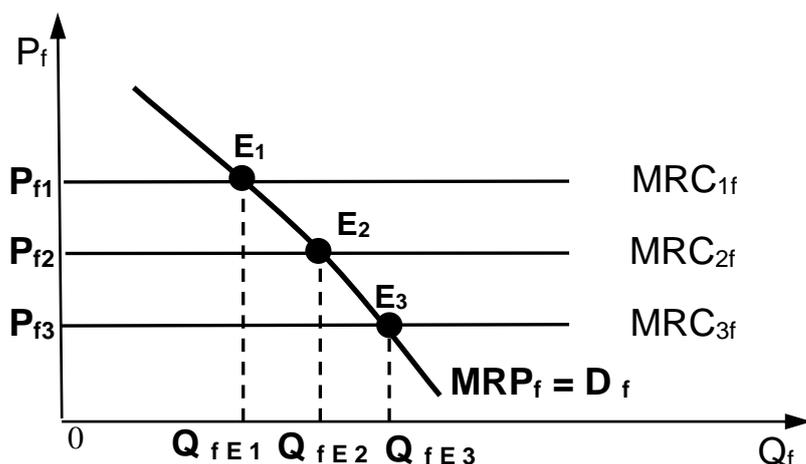


Рис. 57. Спрос на ресурс неконкурентной фирмы

ФАКТОРЫ СПРОСА НА РЕСУРС – принято разделять на две группы: ценовой фактор и неценовые факторы.

1. *Ценовой фактор* – цена самого ресурса.

2. Неценовые факторы:

- производительность (отдача) данного ресурса;
- цена и изменение в спросе на товары и услуги, произведенные с его помощью;
- изменение цен на замещающие и взаимодополняющие ресурсы и др.

Изменение цены заменителя данного ресурса приводит к возникновению эффекта замещения и эффекта объема производства. Общее изменение спроса на ресурс-заменитель зависит от соотношения этих двух эффектов.

Эффект замещения – фирма, выбирая технологию, позволяющую минимизировать издержки, отдает предпочтение более дешевому фактору.

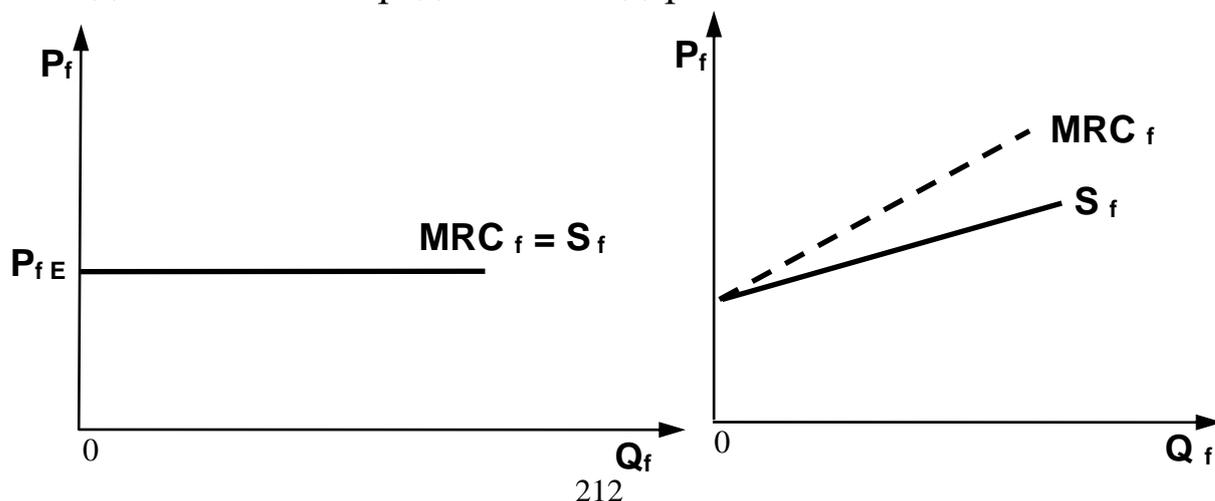
Эффект выпуска продукции – рост цены одного из факторов повышает общий уровень издержек производства, что при прочих равных условиях приводит⁰к сокращению выпуска и понижает спрос на все факторы производства.

Изменение цены взаимодополняющего ресурса вызывает противоположное изменение спроса на данный ресурс.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ФИРМЕ РЕСУРСА:

• В условиях совершенно конкурентного рынка ресурса – является абсолютно эластичным. Кривая предложения конкурентной фирме ресурса представляет собой горизонтальную линию, отстающую от оси абсцисс на высоту, равную рыночной цене ресурса. Совпадает с линией предельных издержек ресурса.

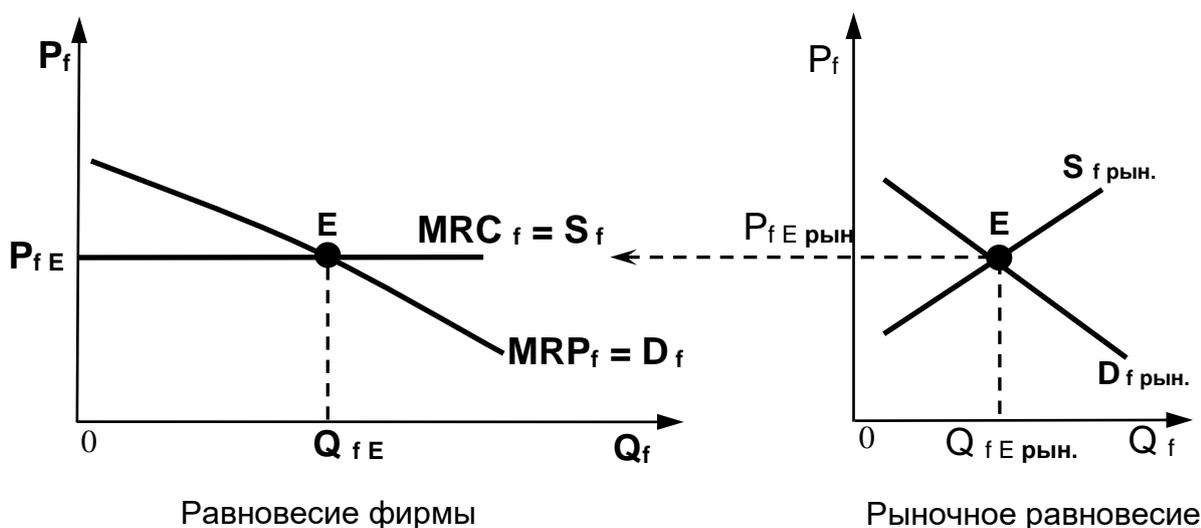
• Для неконкурентной фирмы на рынке ресурса – кривая его предложения представляет собой восходящую линию и не совпадает с линией предельных издержек:



РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЕСУРСНОМ РЫНКЕ – ресурсное решение фирмы, при котором ее интересы как покупателя ресурса совпадают с интересами собственников, предлагающих ресурс фирме (спрос фирмы на ресурс уравновешен предложением фирме ресурса).

Ресурсное решение фирмы – выбор состава и количества приобретаемых ресурсов.

Точка равновесия фирмы на рынке ресурса – точка пересечения кривой спроса на ресурс с кривой предложения ресурса данной фирме:



УТОЧНЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ВЫБОРА ФИРМЫ

Изменение спроса на один ресурс влечет за собой изменение в количестве применения других ресурсов, что сказывается на предельной отдаче переменного ресурса. Поэтому проблема оптимизации усложняется, т.к. оптимальный выбор должен быть осуществлен по всему набору ресурсов (как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах).

Оптимальное соотношение ресурсов – фирма будет выбирать такое соотношение ресурсов, которое позволит минимизировать издержки производства при любом объеме выпуска или максимизировать прибыль.

Правило минимизации издержек – фирма должна использовать ресурсы в таком количестве, чтобы последняя денежная единица, истраченная на ресурс, приносила равную отдачу по всем применяемым ресурсам:

$$\frac{MR_K}{P_K} = \frac{MR_L}{P_L}.$$

Правило максимизации прибыли – максимизация прибыли обеспечивается использованием ресурсов в таком составе и количестве, при которых предельный доход по каждому ресурсу равен предельным издержкам его использования:

$$MRP_L = MC_L; MRP_K = MC_K; MRP_T = MC_T.$$

Оптимальный выбор комбинации ресурсов – набор ресурсов, для которого выполняется условие

$$\frac{MRP_K}{P_K} = \frac{MRP_L}{P_L} = \dots = \frac{MRP_n}{P_n} = 1, \text{ где}$$

$MRP_{K,L,\dots,n}$ – предельный доход ресурса,

P_1, P_2, \dots, P_n – рыночные цены на ресурсы.

ОТРАСЛЕВОЙ СПРОС НА РЕСУРСЫ – это сумма объемов спроса на производственные ресурсы со стороны всех типичных фирм отрасли при каждой возможной цене на них в определенный период.

РЫНОЧНЫЙ СПРОС НА РЕСУРС – сумма объемов отраслевого спроса на ресурс при каждой возможной цене на него в определенный период.

§ 1б. ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕСУРСА СОБСТВЕННИКОМ И РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕСУРСА

ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕСУРСОВ – осуществляется домашними хозяйствами как собственниками ресурсов. Зависит от двух факторов:

1. Объема ресурсов, которым располагают их собственники.
2. Склонности собственников ресурсов поставлять эти ресурсы на рынок.

ПРОБЛЕМА ПОВЕДЕНИЯ СОБСТВЕННИКА РЕСУРСА НА РЫНКЕ – необходимость формирования предложения ресурса с учетом цели собственника и имеющихся ограничений.

Цель собственника ресурса – приращение имущества, которое общественно значимо в качестве богатства. В рыночной экономике – получение дохода от предоставления ресурса (факторного дохода).

Общее ограничение выбора собственника ресурса на рынке совершенной конкуренции – рыночная цена ресурса, так как на рынке формируется факторный доход собственника.

Оптимальный выбор собственника ресурса – определяется на основе маржинального принципа сопоставления предельных выгод и предельных затрат. В модели иллюстрируется объемом ресурса, соответствующего точке пересечения графиков MR_f и MC_f :

- *Предельной выгодой* собственника ресурса является приращение общего дохода собственника от предоставления дополнительной единицы ресурса.

- *Предельные затраты* (цена выбора собственника) – затраты, связанные с отказом от альтернативного использования дополнительной единицы ресурса, предлагаемой собственником рынку.

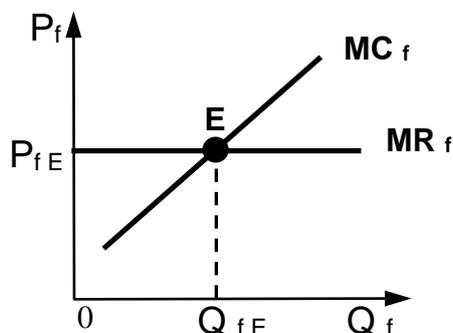


Рис. 59. Графическая интерпретация оптимального выбора количества предлагаемого ресурса на рынке совершенной конкуренции

ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕСУРСА СОБСТВЕННИКОМ – отношение между ценой ресурса и его количеством, которое собственник ресурса готов предложить на рынке в определенный период времени.

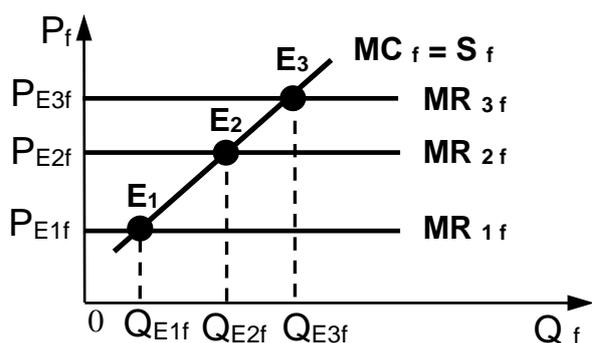
Объем предложения ресурса – максимальный объем, который собственник ресурса готов предложить по данной рыночной цене ресурса в единицу времени.

Цена предложения ресурса – минимальная цена, по которой собственник ресурса готов предложить определенное его количество в единицу времени.

УДЕРЖИВАЮЩИЙ ДОХОД – наименьшая оплата ресурса, достаточная для того, чтобы удержать его в данной области применения и предотвратить переход в другую.

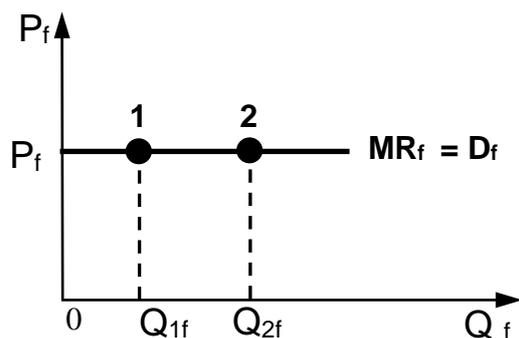
ОБЩЕЕ ПРАВИЛО ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ РЕСУРСА – положительная зависимость между рыночной ценой ресурса и объемом его предложения.

Кривая предложения является кривой удерживающего дохода. Она определяет минимальное вознаграждение собственника, за которое он согласится поставлять ресурс на рынок (трансфертный доход). В самом общем виде имеет положительный наклон:

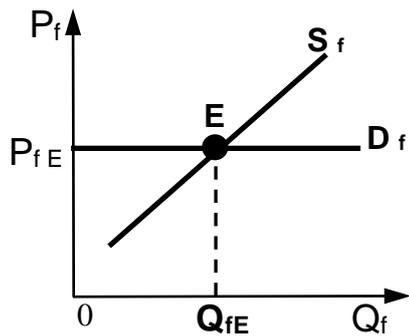


СПРОС ФИРМ НА РЕСУРС – в условиях рынка совершенной конкуренции является абсолютно эластичным.

Кривая спроса фирм на ресурс представляет собой горизонтальную линию, отстающую от оси абсцисс на высоту, равную рыночной цене ресурса. Совпадает с линией предельного дохода ресурса:



РАВНОВЕСИЕ СОБСТВЕННИКА НА РЕСУРСНОМ РЫНКЕ – ресурсное решение собственника, при котором его интересы как поставщика ресурса совпадают с интересами фирм, предъявляющих спрос (предложение собственника уравновешено спросом фирм на ресурс):



ОТРАСЛЕВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕСУРСОВ – это сумма объемов предложения производственных ресурсов их собственниками при каждой возможной цене на них в отрасли.

РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕСУРСА – сумма объемов отраслевого предложения ресурсов при каждой возможной цене на него в определенный период.

ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ РЕСУРСОВ – принято разделять на две группы: ценовой фактор и неценовые факторы.

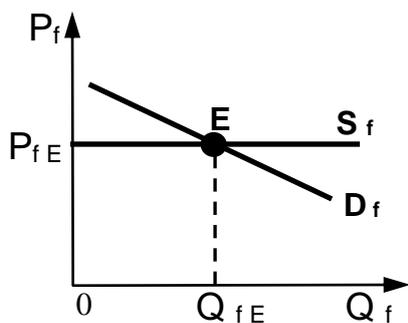
1. *Ценовой фактор* – цена самого ресурса.

2. *Неценовые факторы:*

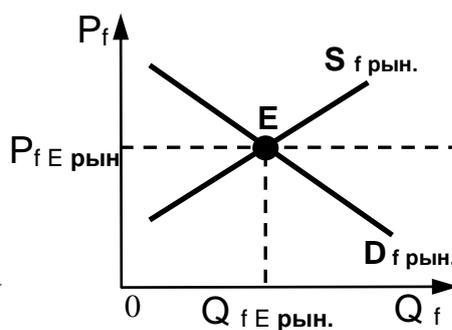
- мобильность ресурсов;
- различия в ценах ресурсов и др.

§ 1с. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЕСУРСНЫХ РЫНКАХ

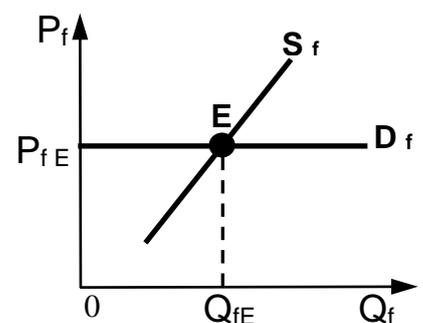
РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ НА РЫНКЕ РЕСУРСОВ – формируется на основе тех же принципов, которые характерны и для рынков потребительских благ. Условия спроса на ресурс и его предложения определяют равновесную цену ресурса и его равновесное количество:



Равновесие потреби-
теля ресурса



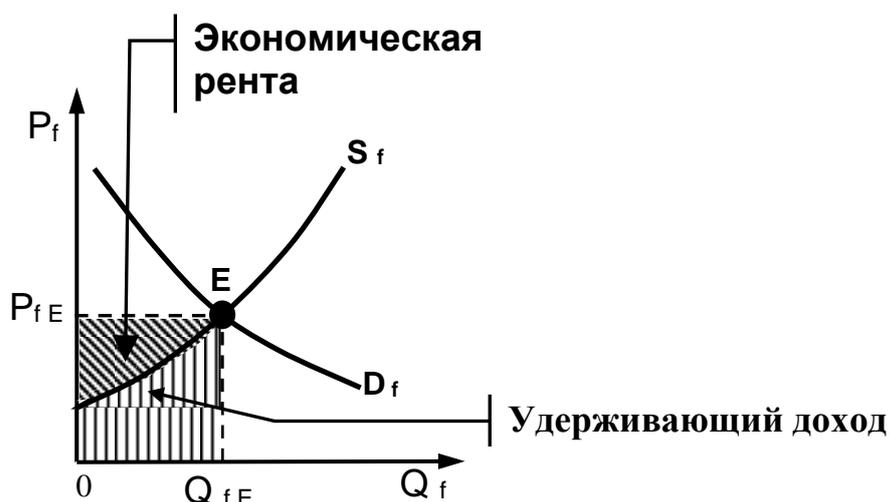
Рыночное равновесие



Равновесие
продавца ресурса

Особенность установления равновесия на рынке ресурсов связана с тем, что для ряда ресурсных рынков предложение ресурса является абсолютно неэластичным. В этом случае изменение рыночных цен на ресурс при заданном спросе зависит только от величины предложения; а при фиксированном предложении зависит только от величины спроса.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА, ПОЛУЧАЕМАЯ СОБСТВЕННИКОМ РЕСУРСА – превышение оплаты ресурса над удерживающим доходом; разница между фактической платой за ресурс и минимальной платой, необходимой для того, чтобы этот ресурс был предложен собственником к продаже.

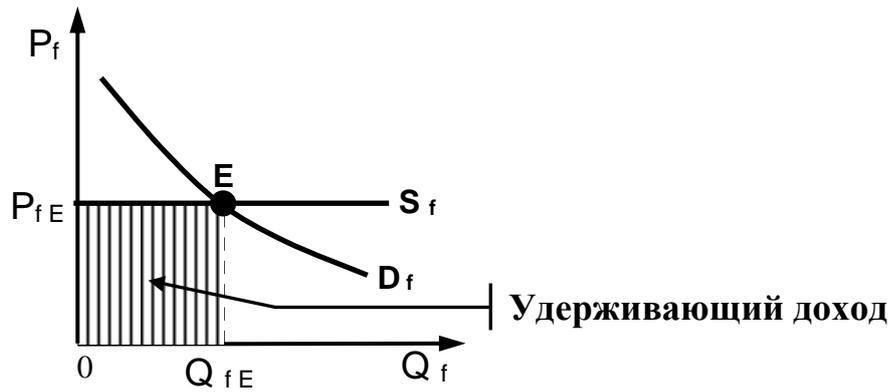


СООТНОШЕНИЕ В ОПЛАТЕ РЕСУРСА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕНТЫ И УДЕРЖИВАЮЩЕГО ДОХОДА – обуславливается эластичностью предложения ресурса по цене, формой и положением линии предложения.

Эластичность предложения ресурса определяется разнообразием вариантов альтернативного использования ресурса:

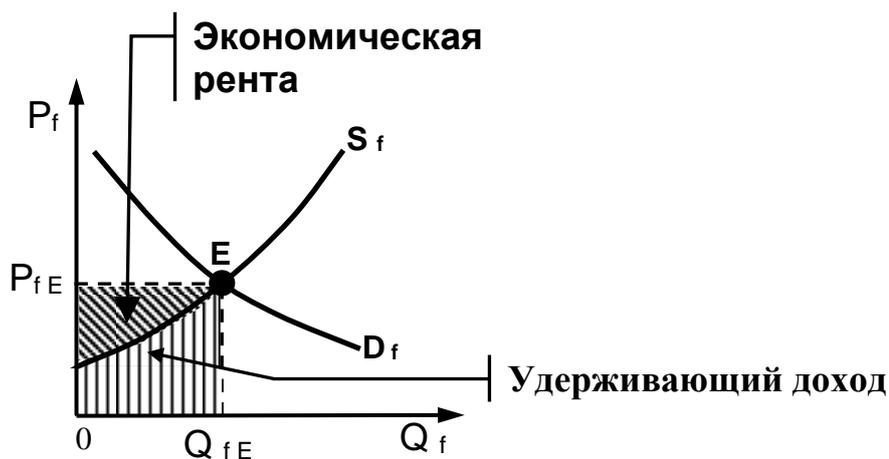
- Предложение ресурса *абсолютно эластично*. Горизонтальная линия предложения ресурса.

Оплата равновесного количества ресурса совпадает с удерживающим доходом:



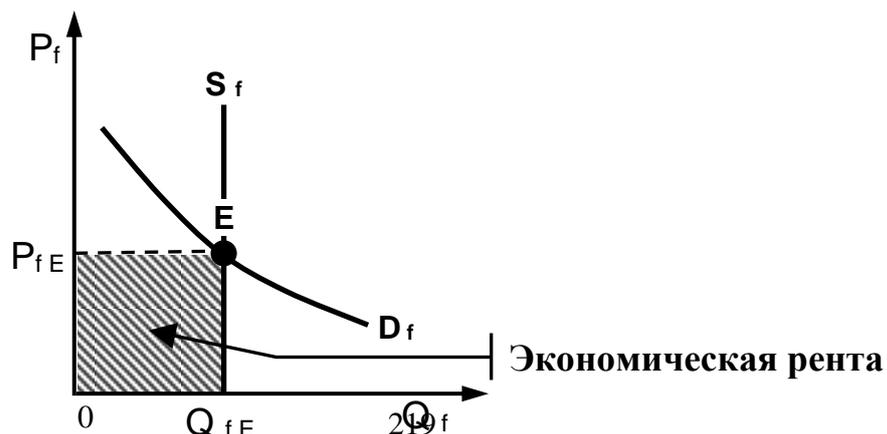
• Предложение ресурса обладает *определенной эластичностью*. Восходящая линия предложения ресурса.

Рост цены на ресурс способствует привлечению всё большего количества ресурса. Тем самым приносит экономическую ренту всем уже задействованным в производстве ресурсам (кроме последней единицы ресурса), так как рыночная оценка этих факторов превышает их альтернативные затраты:



• предложение ресурса *абсолютно неэластично*. Вертикальная линия предложения ресурса.

Оплата ресурса определяется его спросом и является его рентой:



§ 2. ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКАХ ТРУДА, ЗЕМЛИ И КАПИТАЛА

NB

Особенности ценообразования на рынках труда, капитала, земли определяются в первую очередь спецификой объектов отношений обмена на данных рынках, которая влияет на мотивацию и выбор экономических субъектов соответствующего рынка.

Для простоты анализа в каждом типе рынка будем выделять лишь принципиальные особенности, которые влияют на процесс ценообразования.

Технология анализа:

1. Определение особенностей ресурса и его роли как фактора производства.
2. Определение специфики мотивации поведения экономических субъектов и её влияния на формирование спроса (предложения) ресурса.
3. Выявление ключевого элемента в механизме формирования цены на рынке и его анализ.
4. Уточнение механизма ценообразования на соответствующем рынке ресурса.

§ 2а. РЫНОК ТРУДА И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

РЫНОК ТРУДА – система общественных отношений в согласовании интересов продавцов и покупателей рабочей силы, выступающих в роли работников и работодателей соответственно.

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРУДА:

1. Объект купли-продажи – особый товар, неотделимый от человека. Поэтому в условиях ограниченности суток 24 часами у собственника рабочей силы возникает проблема выбора между работой (оплачиваемой деятельностью – источником дохода) и досугом (неоплачиваемой деятельностью).

2. Неоднородность труда. Работники как носители рабочей силы отличаются друг от друга многими качествами (способностями и предпочтениями), а работы отличаются требуемой квалификацией и условиями труда.

3. Продолжительность контактов продавца и покупателя имеет принципиальное значение.

4. Трудовые контракты являются многосторонними соглашениями. Кроме денежного аспекта включают:

- содержание и условия труда,
- перспективы продвижения по работе,
- вероятность сохранения рабочего места и др.

5. Незанятость трудовых ресурсов имеет значительные человеческие и экономические издержки.

6. Большое число институциональных структур, представляющих интересы государства, профсоюзов, бизнеса.

КОНКУРЕНТНЫЙ РЫНОК ТРУДА:

1. Большое число фирм, конкурирующих по поводу найма рабочей силы определенного вида с использованием на идентичных местах. Удельный вес любой фирмы на рынке незначителен.

Все фирмы рынка – ценополучатели и свободны в своих решениях входить или покидать рынок.

Кривая спроса на труд отдельного рабочего – в условиях рынка совершенной конкуренции представляет собой горизонтальную линию, отстающую от оси абсцисс на величину, равную рыночной ставке заработной платы.

Рыночный спрос на труд – сумма объемов спроса на труд всех фирм в определенный период.

2. Большое число работников одинаковой квалификации, независимо друг от друга предлагающих свои рабочие силы.

Рыночное предложение труда – сумма объемов предложения труда всех работников в определенный период.

3. Затраты на получение информации равны нулю, а мобильность труда совершенная.

4. В поведении экономических субъектов преобладает экономическая мотивация.

5. Нет организаций, направленных на снижение или повышение заработной платы.

КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ В МЕХАНИЗМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НА РЫНКЕ ТРУДА – механизм формирования предложения труда отдельным работником, т.е. проблема выбора собственника рабочей силы между доходом и досугом.

МОДЕЛЬ ВЫБОРА СОБСТВЕННИКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ

Главный методологический подход к построению модели – приложение теории потребительского выбора к изучению рынка труда.

Элементы модели:

1. Модель предпочтений работника.
2. Модель «бюджетное ограничение» работника.
3. Модель оптимального выбора работника.

МОДЕЛЬ ПРЕДПОЧТЕНИЙ РАБОТНИКА – карта кривых безразличия для дохода и досуга.

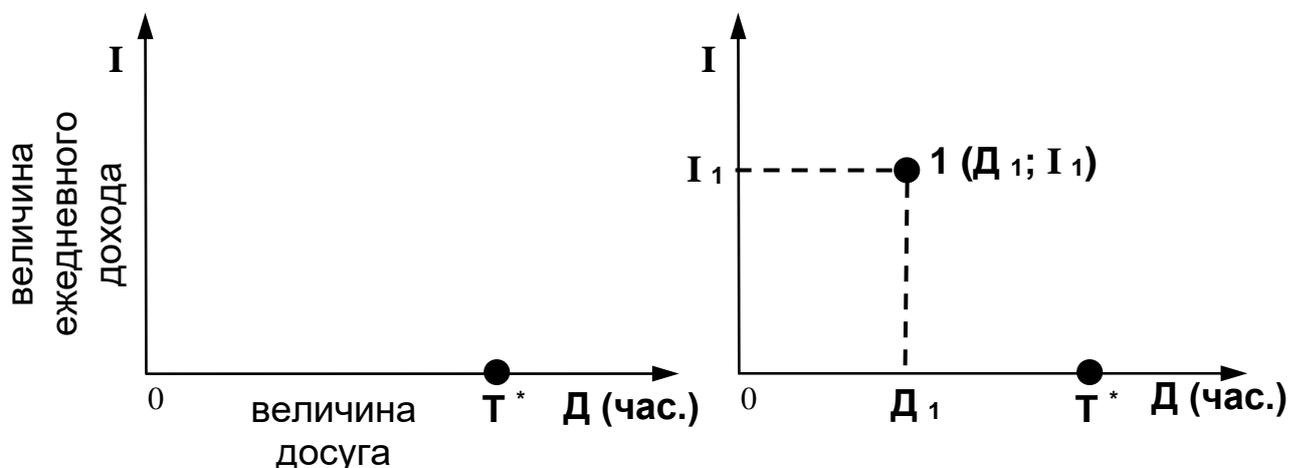
Элементы модели:

Комбинация «доход–досуг» – соответствует точке в графическом пространстве, которое определено в следующей системе координат:

- ось X – величина досуга (в часах).

Допущение: $T^* = 24$ час. Тогда величина труда (L – рабочее время) $L = T^* - D$, где T^* – располагаемое время работника; D – величина досуга;

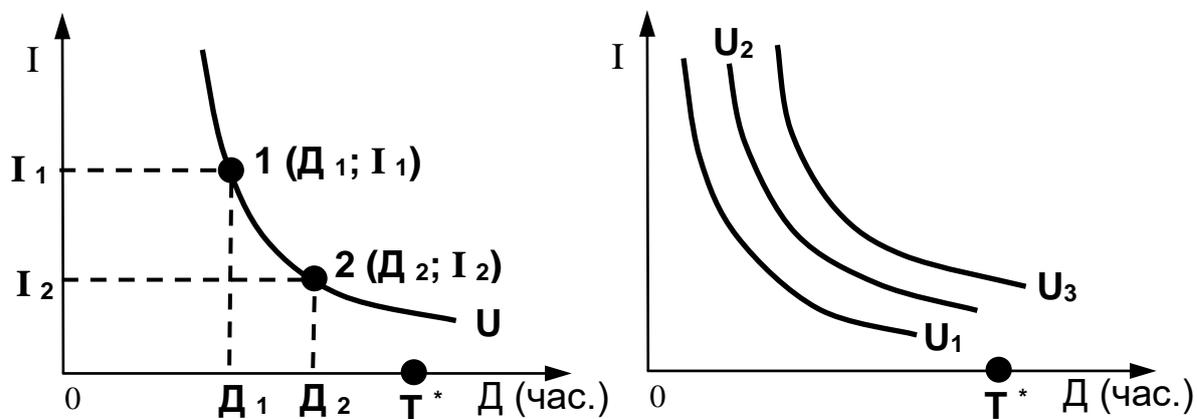
- ось Y – величина ежедневного дохода (I):



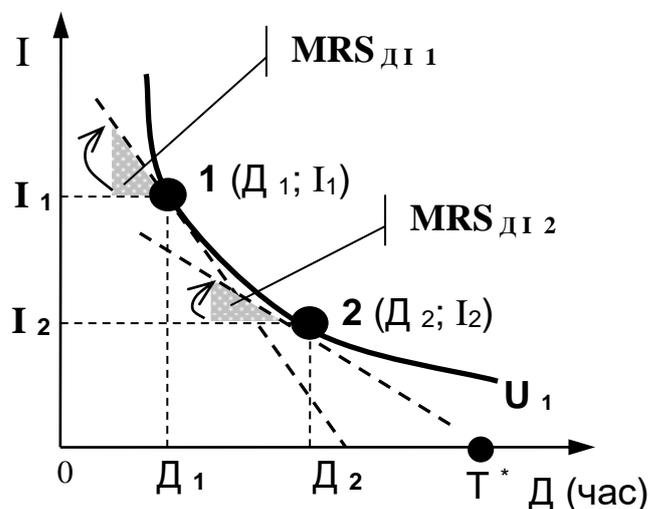
Кривая безразличия – линия, каждая точка которой соответствует комбинациям «доход–досуг», которые

обеспечивают работнику один и тот же уровень удовлетворения (полезности).

Допущение: все основные свойства кривых безразличия справедливы и для предпочтений в отношении дохода и досуга:



Наклон кривой безразличия – показывает относительное предпочтение работника в отношении дохода и досуга. Характер изменения выражается показателем предельной нормы замещения:

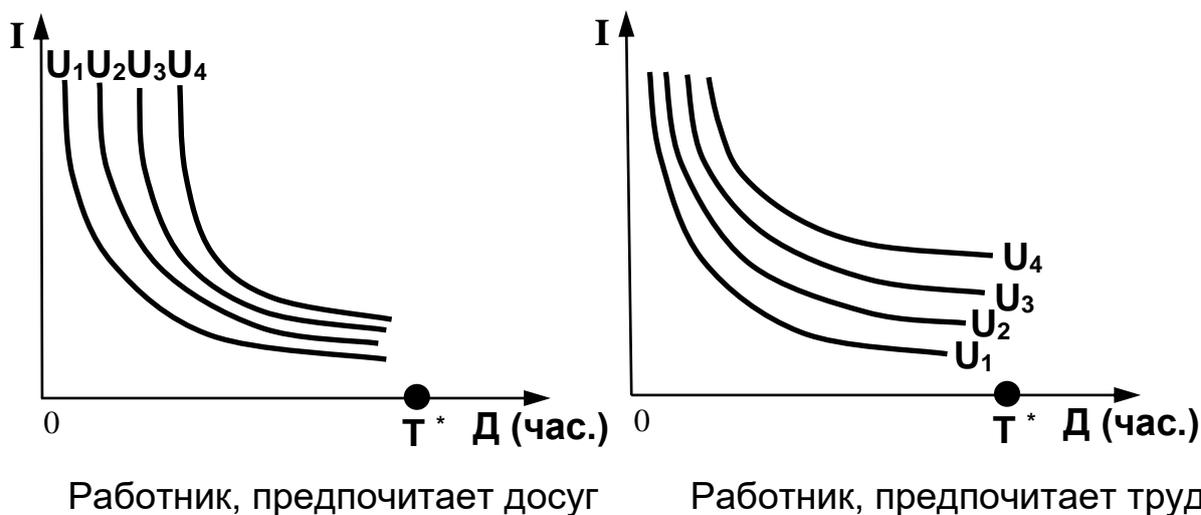


Например, если у работника мало досуга, то норма замещения досуга доходом относительно велика, т.е. сокращение досуга на 1 час в сутки требует значительной прибавки дохода для сохранения уровня удовлетворения.

Факторы, влияющие на систему предпочтений работника:

- отношение работника к труду:

- формы досуга, предпочтительные для работника.



МОДЕЛЬ «БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ» РАБОТНИКА –

бюджетная линия, показывающая величину ежедневного дохода работника при любом возможном числе часов досуга. Ежедневный доход равняется произведению часовой ставки заработной платы (w) на продолжительность рабочего времени ($24 - D$).

Уравнение бюджетной линии:

$$I = w \times (24 - D), I = 24 \times w - w \times D.$$

Контрольные точки бюджетной линии:

- точка, лежащая на оси X, соответствует $T^* = 24$ час, $I = 0$.
- точка, лежащая на оси Y, соответствует величине ежедневного дохода (I), когда досуг отсутствует: $D = 0$; $I^* = w \times 24$.

Заработная плата – это цена труда или доход, получаемый работником за труд в единицу времени (час, день, неделя, месяц).

Различают:

- *номинальная заработная плата* – денежная сумма, получаемая работником в данный период времени;
- *реальная заработная плата* – сумма жизненных средств, приобретаемых работником на номинальную заработную плату. Определяется по соотношению цен базового и текущего года.

Часовая ставка заработной платы как альтернативная – денежный эквивалент жизненных средств, которыми жертвует собственник ресурса для дополнительного часа досуга.

Цена досуга – это заработная плата, которую работник мог бы получить, если бы работал. Это сумма жизненных средств, которую работник приобрел бы на доход, полученный за работу.

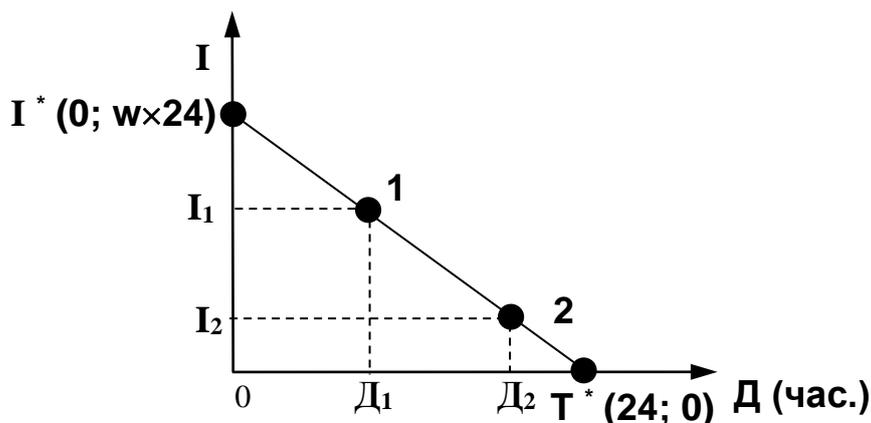


Рис. 60. Построение и экономическое прочтение модели «бюджетное ограничение» работника

ВЛИЯНИЯ ИЗМЕНЕНИЯ СТАВКИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА ПОЛОЖЕНИЕ БЮДЖЕТНОЙ ЛИНИИ:

- при увеличении ставки заработной платы бюджетная линия поворачивается по часовой стрелке вокруг контрольной точки T^* :

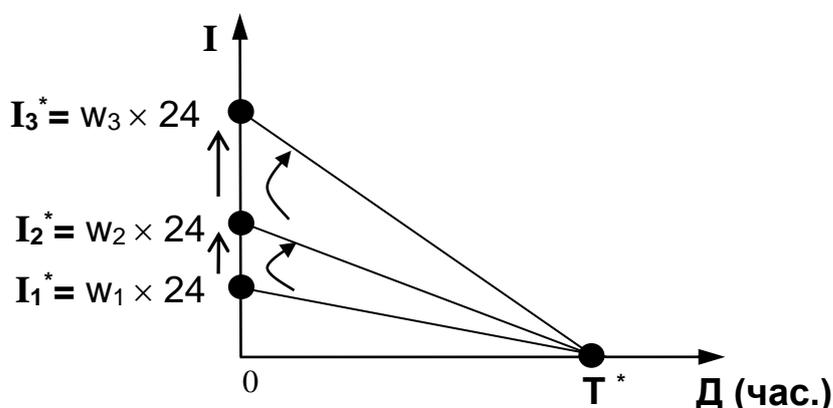


Рис. 61. Графическая интерпретация влияния увеличения ставки заработной платы на положение бюджетной линии

- при снижении ставки заработной платы бюджетная линия поворачивается против часовой стрелки вокруг точки T^* .

МОДЕЛЬ ОПТИМАЛЬНОГО ВЫБОРА РАБОТНИКА – графическая интерпретация оптимального «компромисса» между рабочим и свободным временем в рамках имеющихся ограничений.

Ограничения выбора – факторы, учитываемые собственником рабочей силы:

- ограниченность времени в сутках,

- часовая ставка заработной платы.

Элементы модели:

Пространство выбора работника – строится путем совмещения модели предпочтений и модели возможностей работника.

Оптimum собственника рабочей силы – точка касания наивысшей из доступных кривых безразличия с бюджетной линией.

В точке оптимума предельная норма замещения досуга доходом равна ставке заработной платы. То есть в состоянии равновесия работник оценивает дополнительный час досуга в размере заработной платы.

В точке касания тангенс угла наклона линии бюджетного ограничения равен тангенсу угла наклона кривой безразличия.

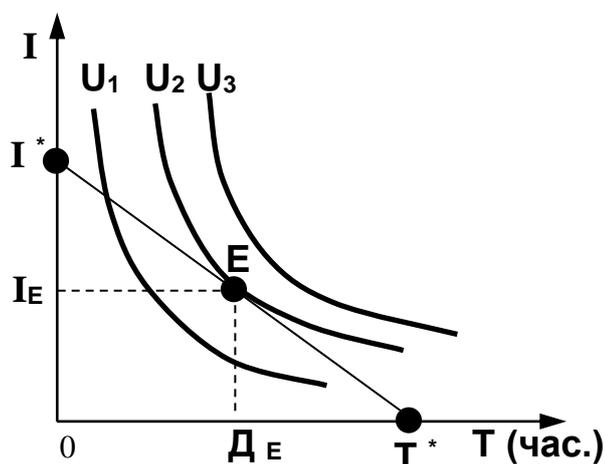


Рис.62. Optimum собственника рабочей силы

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ТРУДА ОТДЕЛЬНОГО РАБОТНИКА – соотношение ставки заработной платы и объема труда, который работник готов поставить на рынок при прочих равных условиях.

Ключевая проблема анализа: определить как цена труда (ставка заработной платы) влияет на величину рабочего времени.

Вариант графического решения: уточнение модели выбора собственника рабочей силы на основе введения допущения об изменении ставки заработной платы: построение кривой «цена труда–оптимальный выбор».

Кривая «цена труда–оптимальный выбор» – графическая интерпретация вариантов оптимального выбора работника: оптимального «компромисса» между рабочим и свободным временем.

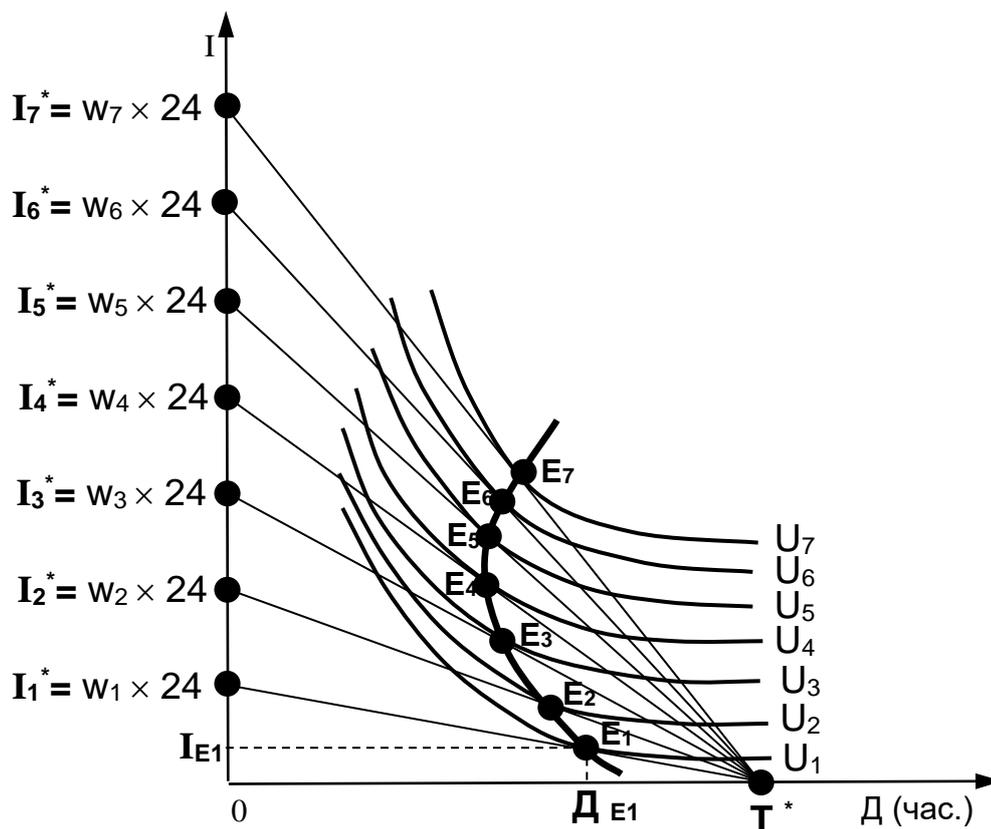


Рис. 63. Построение кривой «цена труда – оптимальный выбор»

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТРУДА ОТДЕЛЬНОГО РАБОТНИКА – графическая интерпретация оптимального выбора работником количества рабочего времени при разных вариантах ставки заработной платы.

Объем предложения труда отдельного работника – часть суток, соответствующая данной цене труда. Является результатом выбора.

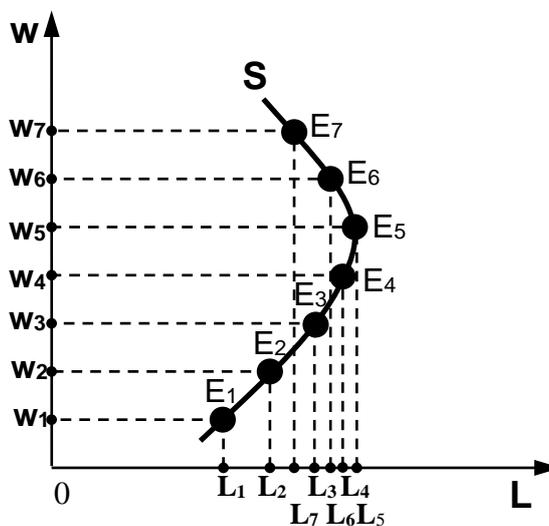


Рис.64. Кривая предложения труда отдельным работником

ЗАГИБАЮЩАЯ КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТРУДА ОТДЕЛЬНОГО РАБОТНИКА – отражает влияние эффекта замещения и эффекта дохода.

Эффект замещения свободного времени – рост ставки заработной платы делает досуг экономически невыгодным.

Эффект дохода – более высокая заработная плата (при неизменных ценах на блага, потребляемые работниками) повышает их реальные доходы, что делает досуг более предпочтительным.

Наклон кривой предложения труда отдельного работника:

- *положительный*, когда эффект дохода меньше эффекта замещения;
- *отрицательный*, когда эффект дохода больше эффекта замещения.

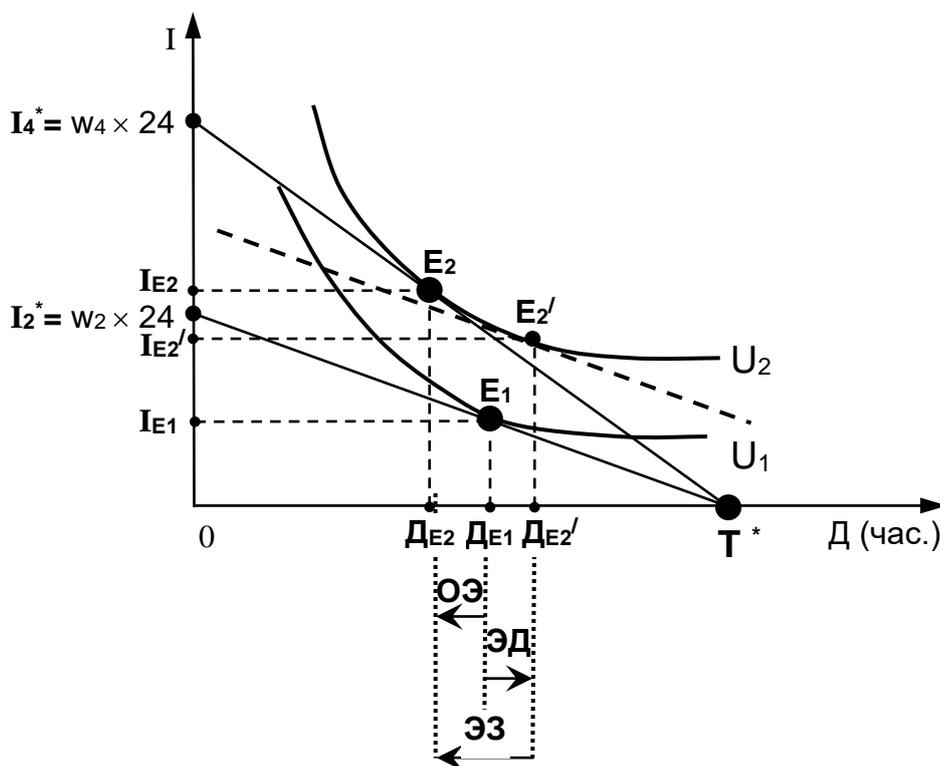


Рис. 65. Эффект замещения больше эффекта дохода (кривая «цена труда – оптимальный выбор»)

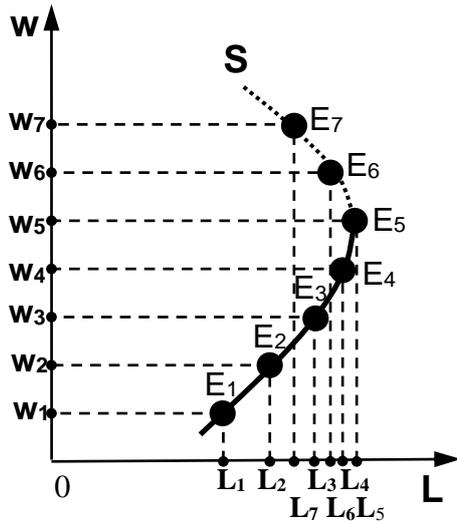


Рис. 66. Положительный участок кривой предложения труда

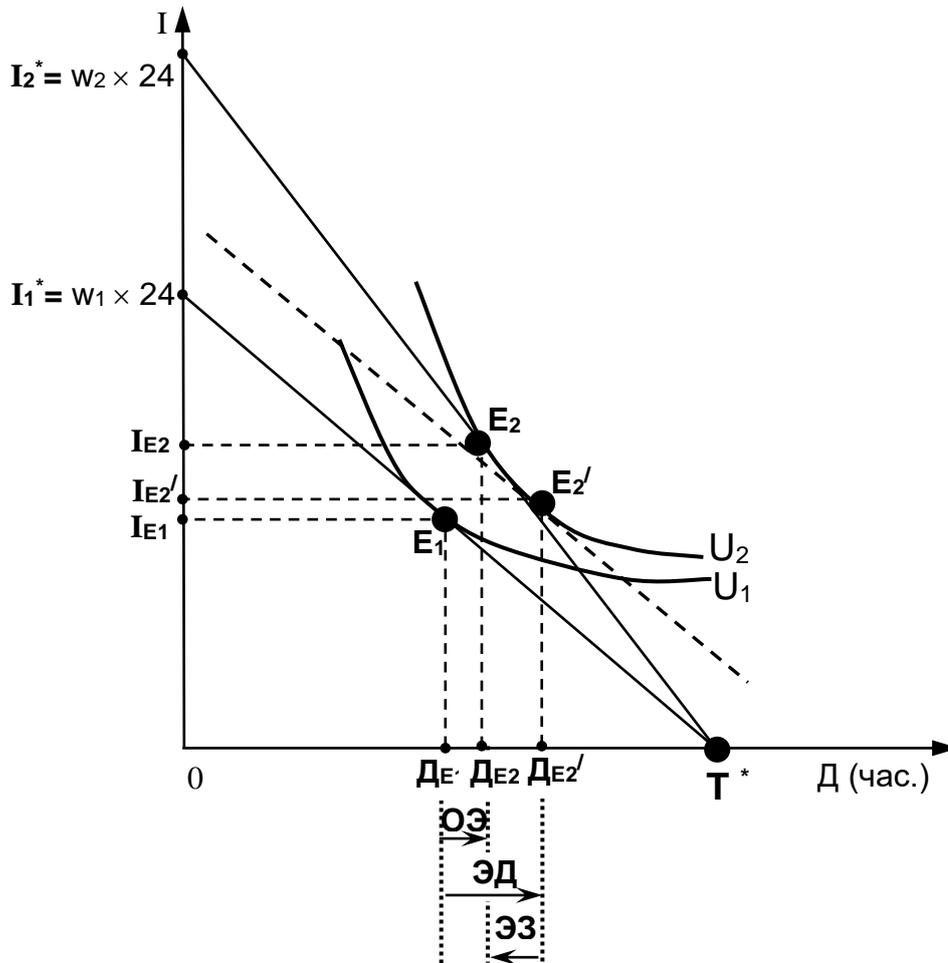


Рис. 67. Эффект дохода больше эффекта замещения (кривая «цена труда – оптимальный выбор»)

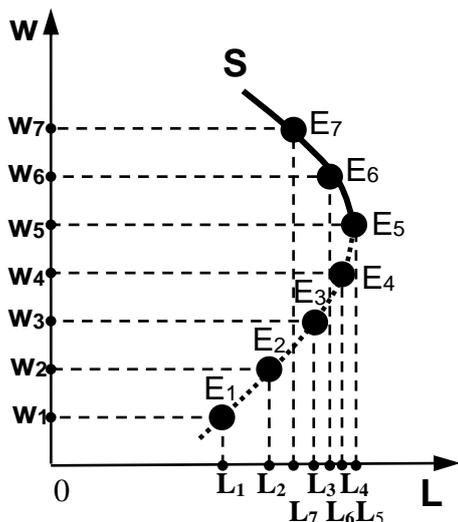
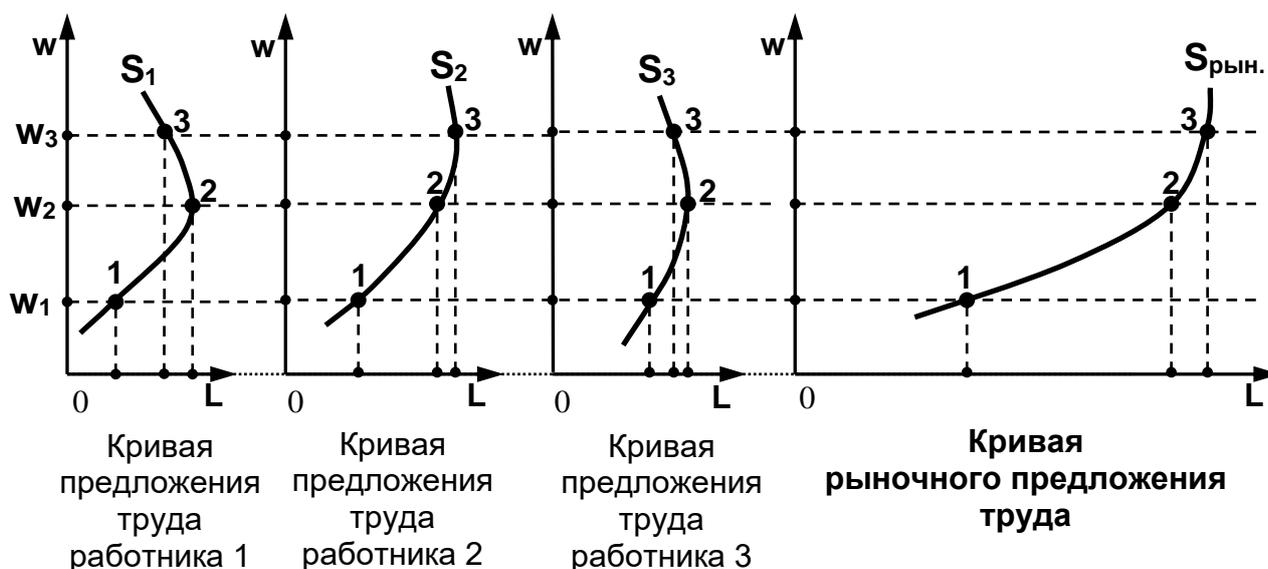


Рис. 68. Отрицательный участок кривой предложения труда

КРИВАЯ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТРУДА – геометрическое место точек, соответствующих количеству рабочего времени, которое работники готовы предложить работодателям при каждом конкретном уровне заработной платы при прочих равных условиях.

Имеет положительный наклон на всем диапазоне реальных ставок заработной платы. При суммировании количества труда, предлагаемого каждым работником, происходит нивелировка загиба их отдельных кривых предложения:



ОСОБЕННОСТИ РАВНОВЕСИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА – обусловлены особенностями рыночного спроса и рыночного предложения труда.

Особенности рыночного спроса на труд:

1. Спрос на труд зависит от уровня квалификации работников. Уровень спроса на квалифицируемую рабочую силу более высокий по сравнению со спросом на низкоквалифицированную рабочую силу.

2. В долгосрочном периоде спрос на труд более эластичен, чем в краткосрочном.

- В краткосрочном периоде его уровень зависит только от ставки заработной платы (труд – переменный фактор).

- В долгосрочном периоде – зависит и от процесса замещения между факторами производства.

Особенности рыночного предложения:

Отражает уровень квалификации работников. Чем выше уровень квалификации работника, тем выше уровень его удерживающего дохода (трансфертного заработка).

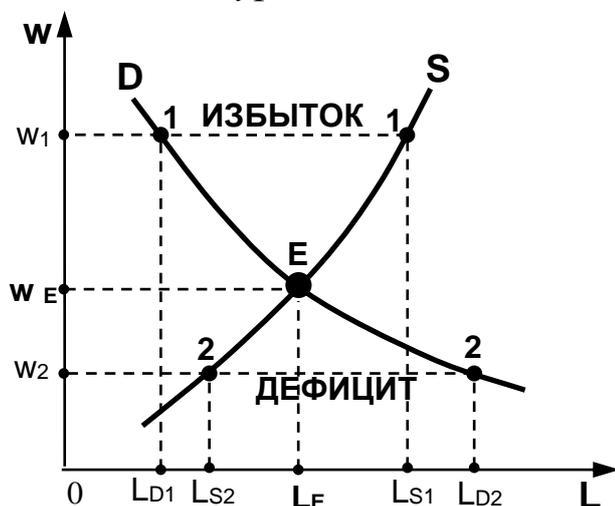
Кривая предложения квалифицированного труда будет располагаться выше, чем неквалифицированного. Расстояние между ними определяется величиной компенсации за осуществление инвестиций в рабочую силу.

Рыночное равновесие определяет:

1. *Равновесную цену труда*, т.е. ставку заработной платы.

Показатель равновесной цены труда – ставка средней заработной платы. Величина средней заработной платы зависит от типа организации рынка труда.

2. *Равновесный уровень занятости* данного вида труда.



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕНТА ТРУДА – разница между фактически полученной ставкой заработной платы и трансфертами. Зависит от эластичности предложения труда.

ИЗМЕНЕНИЯ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ – обусловлены неценовыми факторами рыночного предложения и спроса.

Неценовые факторы изменения рыночного предложения:

- изменение заработной платы на других рынках;
- изменение доходов, не связанных с трудом;
- изменение предпочтений работников (вкусов, обстоятельств жизни, профессиональной структуры);
- изменение качественных характеристик профессии (условий труда, престижности профессии, льгот);
- изменение числа носителей рабочей силы данной квалификации;
- изменение цен на жизненные средства работников на рынках потребительских благ.

МОНОПСОНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА – означает наличие на нем единственного покупателя трудовых ресурсов.

Признаки монополии:

1. Сосредоточение основной части занятых в определенном виде труда на одной фирме.
2. Полное (или почти полное) отсутствие реальной возможности сменить работодателя при продаже своей рабочей силы.
3. Установление монополистом контроля над ценой труда в интересах максимизации прибыли. Рыночная власть проявляется в установлении цены труда ниже конкурентной.

МОНОПОЛИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА – означает наличие на нем единственного продавца трудовых ресурсов. Рыночная власть осуществляется через профсоюз и проявляется в повышении цены труда за счет сокращения равновесного объема труда.

Профсоюзы – объединения наемных работников, создаваемые для защиты их экономических интересов и улучшения условий труда.

Модели функционирования рынка труда с участием профсоюзов:

- модель стимулирования спроса на труд;
- модель сокращения предложения труда;

- модель прямого воздействия на зарплату.

РЕГУЛИРОВАНИЕ НА РЫНКЕ ТРУДА – осуществляется посредством установления минимальной ставки заработной платы, которая ограничивает нижний предел цены труда, способствуя одновременно сокращению спроса на труд.

§ 2b. РЫНОК КАПИТАЛА

КАПИТАЛ – термин используется в двух основных значениях:

- как обозначение особого фактора производства,
- как мерило имущества фирмы.

Капитал как фактор производства (физический капитал) – совокупность производительных ресурсов, которые являются результатом производства и используются для создания экономических благ ради получения прибыли.

Физический капитал подразделяют на основной и оборотный.

Капитал основной (основные фонды) – функционирует и постепенно потребляется на протяжении нескольких производственных циклов. Представлен зданиями, сооружениями, машинами, станками, оборудованием, транспортными средствами и т. д.

Капитал оборотный (оборотные активы) – используется однократно и полностью потребляется в ходе каждого цикла производства (сырье, материалы, топливо, энергия, полуфабрикаты и т.п.). Денежной компонентой оборотного капитала являются *оборотные средства*.

Капитал как мерило имущества фирмы – стоимостная оценка всего принадлежащего фирме имущества. Включает в себя:

- стоимость машин, оборудования, сооружения, т.е. стоимость физического капитала;
- стоимость других факторов производства, принадлежащих фирме (например, земли);
- величину имеющихся денежных средств и финансовых активов, которые могут быть потрачены на приобретение любого из факторов производства.

ОСОБЕННОСТИ КАПИТАЛА И ЕГО РОЛИ КАК ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА:

1. Способность капитала воспроизводить себя в расширяющихся масштабах (накапливаться). Накопление капитала способствует концентрации и централизации производства, предопределяет индустриальный характер экономики.

Инвестиции – денежные средства, вложенные для создания и увеличения капитала.

Инвестирование – процесс создания или пополнение запаса капитала; приток нового капитала в определенный период времени.

Валовые инвестиции – общее увеличение запаса капитала.

Возмещение – процесс замены изношенного основного капитала.

Чистые инвестиции – валовые инвестиции за вычетом средств, идущих на возмещение капитала.

2. Деление на основной и оборотный капитал определяет выделение рынков основного и оборотного капитала.

ФИЗИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ЕГО ФУНКЦИЯ – необходимо различать функцию фактора производства и сам фактор как материальный носитель, способный выполнять производственные функции.

Услуга капитала – его функция как фактора производства. Измеряется количеством капитала и временем его использования.

Это различие определяет деление на рынок *капитала как такового* и рынок *услуги* капитала, а также особенности ценообразования с учетом различий между ценой *самого капитала* и ценой его производственной *услуги* (рентой).

РЫНОК КАПИТАЛА КАК ТАКОВОГО – система общественных отношений в согласовании интересов продавцов и покупателей физического капитала.

Это – рынок, на котором в результате взаимодействия спроса на физический капитал и его предложения формируется цена физического капитала.

РЫНОК ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА КАК РЫНОК РЕСУРСА – является типичным рынком ресурсов, поэтому принципы его организации и механизм установления на нем равновесия в основе своей аналогичен общим закономерностям функционирования ресурсных рынков.

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ОСНОВНОГО КАПИТАЛА – свойства, влияющие на специфику формирования рыночной цены.

ПЕРВАЯ ОСОБЕННОСТЬ РЫНКА ОСНОВНОГО КАПИТАЛА

Особое значение в функционировании рынка приобретает временное пространство, так как основной капитал является фактором производства длительного пользования.

Приобретение основного капитала – это осуществление инвестиций в настоящем времени в расчете получить определенный доход в будущем.

Расходы и доходы, связанные с инвестициями, имеют разную временную локализацию. Экономический смысл последней заключается в том, что одна и та же сумма денежных средств будет отличаться по размерам, если она имеет разную временную локализацию, а именно будет иметь большую ценность в данный момент времени по сравнению с будущим.

Тогда для принятия обоснованного инвестиционного решения принципиальное значение приобретает сопоставление текущей и будущей стоимости, фактических расходов в настоящем времени и потенциальных доходов в будущем времени.

ГЛАВНОЕ МЕТОДИЧЕСКОЕ ОСНОВАНИЕ АНАЛИЗА РЫНКА ОСНОВНОГО КАПИТАЛА – использование метода дисконтирования.

ДИСКОНТИРОВАНИЕ – метод сравнения разновременных денежных потоков путем их приведения (пересчета) к текущему временному периоду.

Исходная идея применения метода: инвестор, принимая решения об инвестировании проекта, делает *выбор между альтернативами вложения денег в банк или финансирования другого проекта:*

- Будущие доходы по данному проекту необходимо сравнить с будущими доходами в виде процентов по вкладу.
- Стоимость инвестиционного проекта необходимо сравнить с тем капиталом, который, будучи положенным в банк, в последующие годы принесёт проценты, равные ожидаемой от проекта прибыли.

Метод дисконтирования стоимости будущих денежных потоков от реализации инвестиционного проекта – приведение потоков будущих издержек и доходов от реализации инвестиционного проекта к настоящему времени.

Будущий совокупный доход сегодняшних капиталовложений:

Исходные условия:

- пусть r – процентная ставка (норма дисконта может быть и иной ставкой);
- X – исходная капитальная стоимость;
- проценты начисляются не только на X , но и на ранее начисленные проценты.

Тогда совокупный доход n -го года TR_n можно рассчитать как

$$TR_n = X \times (1+r)^n \rightarrow X = \frac{TR_n}{(1+r)^n} .$$

Иметь сумму TR_n через n лет равнозначно располагать суммой X сегодня. $\rightarrow X$ показывает, сколько стоит будущая сумма TR_n сейчас.

Текущая дисконтированная стоимость будущего дохода (PDV) – нынешняя стоимость денежной единицы, выплачиваемая через n лет, рассчитывается по формулам:

1. $PDV = \frac{TR_n}{(1+r)^n}$ или $PDV = TR_n \times K_d$, где

K_d – коэффициент дисконтирования, равный $\frac{1}{(1+r)^n}$.

2. $PDV_{\text{проекта}} = PDV_1 + PDV_2 + \dots + PDV_n$ – при поступлении доходов от проекта частями в течение срока его осуществления.

Критерий экономической обоснованности инвестиционного проекта – критерий сопоставления доходов и затрат, связанных с инвестициями.

Исходные условия:

- будущий совокупный доход, приведенный к текущему периоду с помощью дисконтирования, т.е. текущая дисконтированная стоимость (**PDV**);

- издержки по осуществлению проекта, относящиеся к настоящему времени (**I**).

Тогда выгода от осуществления проекта будет равна разности этих величин – чистой дисконтированной стоимости.

Чистая дисконтированная стоимость инвестиционного проекта (NPV) – разница между дисконтированной стоимостью суммы ожидаемых в будущем размеров чистого дохода и стоимостью инвестиций:

$$NPV = PDV_{\text{проекта}} - I$$

Критерий дисконтированного дохода: инвестирование должно принести большую отдачу, чем вложение денег в банк при данной ставке процента.

Критерий экономической обоснованности проекта: $NPV > 0$.

Факторы, влияющие на NPV:

- уровень предполагаемого дохода (прямая положительная связь);
- уровень процента (обратная связь);
- величина стоимости необходимых инвестиций (отрицательная зависимость – дорогостоящие проекты менее привлекательны).

КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ В МЕХАНИЗМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НА РЫНКЕ ФИЗИЧЕСКОГО КАПИТАЛА – спрос на физический капитал.

Спрос фирм на физический капитал вытекает из стремления фирмы инвестировать и определяется предельным доходом, который может быть получен в результате реализации инвестиционного проекта.

Проблема инвестиционной активности фирм – одна из главных проблем теоретического анализа рынка основного капитала.

ОСОБЕННОСТЬ ВТОРАЯ РЫНКА ОСНОВНОГО КАПИТАЛА

Спрос на физический капитал связан с рынком заемных средств. Спрос на благо – это платежеспособная потребность, поэтому осуществление инвестиций – это проблема средств на них.

Независимо от того, какие средства готова фирма использовать при инвестировании (собственные или заемные), рыночная процентная ставка – это издержки (соответственно внутренние или внешние), которые фирме придется нести, осуществляя проект.

ГЛАВНОЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОСНОВАНИЕ АНАЛИЗА РЫНКА ОСНОВНОГО КАПИТАЛА – рассмотрение его в связи с анализом *рынка заемных средств*.

РЫНОК ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ – рынок, на котором в результате взаимодействия спроса и предложения формируется цена

финансового капитала. Предоставление денег в долг называется выдачей ссуды или кредита.

Финансовый капитал – денежные средства обеспечения производства.

Цена финансового капитала – цена использования денежных средств. Измеряется в процентах – ставка процента.

Ставка процента (r) – отношение дохода на капитал, предоставленный в ссуду, к размеру этой ссуды, выраженное в процентах.

АНАЛИЗ РЫНКА ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ – предполагает ответы на три ключевых вопроса:

1. В чем состоят особенности формирования спроса фирм на заемные средства, т.е. каков механизм их выбора как заемщиков?
2. Как формируется предложение временно свободных средств, т.е. каков механизм выбора кредиторов?
3. В чем отличительная черта равновесия на рынке заемных средств?

МОДЕЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ЦЕНОБРАЗОВАНИИ НА РЫНКЕ ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ (графическая интерпретация)

Допущения анализа рынка заемных средств:

- конкурентный рынок заемных средств – такой, на котором действует единая ставка процента и по кредитованию, и по заимствованию;
- домашние хозяйства являются единственным поставщиком временно свободных средств;
- фирмы выступают единственными заемщиками;
- отсутствуют финансовые посредники.

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНОГО СПРОСА НА ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА

СПРОС ФИРМЫ НА ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА – отношение между рыночной ставкой ссудного процента и объемом средств, которые фирма готова взять в ссуду при прочих равных условиях.

Формируется на основе оптимального выбора фирмой объема заёмных средств при заданной рыночной ставке процента.

Оптимальный выбор фирмой объема заёмных средств – осуществляется на основе общего правила оптимума фирмы (маржинальный подход): $MR=MC$.

Максимизирующим прибыль фирмы будет такой объем заёмных средств, для которого уровень доходности инвестиций равен рыночной ставке ссудного процента: $R_I = r$.

Уровень доходности инвестиций определяется показателем «Предельная норма окупаемости инвестиций».

ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА ОКУПАЕМОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ

(R_I) – уровень доходности, который приносит каждая дополнительная единица инвестиций (выражается в процентах).

Рассчитывается по формуле

$$R_I = \frac{MR_I - (MC_I - r)}{I} \times 100\%, \text{ где}$$

R_I – предельная норма окупаемости инвестиций;

MR_I – предельная выручка от инвестиций;

MC_I – предельные издержки по инвестициям;

I – объем инвестиций;

r – рыночная ставка процента.

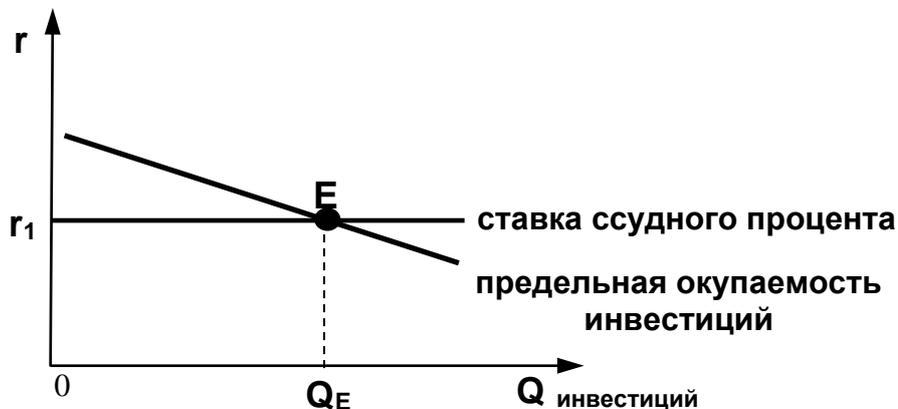
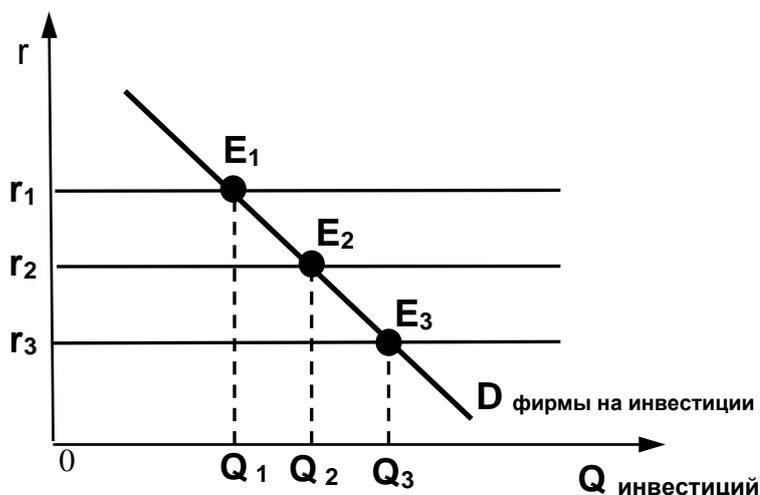


Рис. 70. Графическая интерпретация оптимального выбора фирмой объема заёмных средств

КРИВАЯ СПРОСА ФИРМЫ НА ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА – отражается кривой предельной эффективности инвестиций. Имеет отрицательный наклон.

Спрос на заёмные средства возникает тогда, когда применение дополнительной единицы заёмных средств обеспечит приращение прибыли фирмы, так как фирма осуществляет инвестиции с целью

увеличения прибыли. То есть спрос на заемные средства связан с уровнем отдачи (доходности инвестиций)



ПРЕДЛОЖЕНИЕ КРЕДИТА ФИРМЕ – отношение рыночной ставки процента и объема денежных средств, который кредиторы готовы предложить фирме при прочих равных условиях.

Кривая предложения кредита фирме – отражается горизонтальной линией и отстоит от оси абсцисс на величину рыночной ставки процента.

ТОЧКА РАВНОВЕСИЯ ОТДЕЛЬНОЙ ФИРМЫ–ЗАЕМЩИКА НА РЫНКЕ – точка пересечения кривой предложения заемных средств, характеризующей рыночную ставку процента, и кривой предельной эффективности инвестиций, отражающей спрос фирмы на заемные средства.

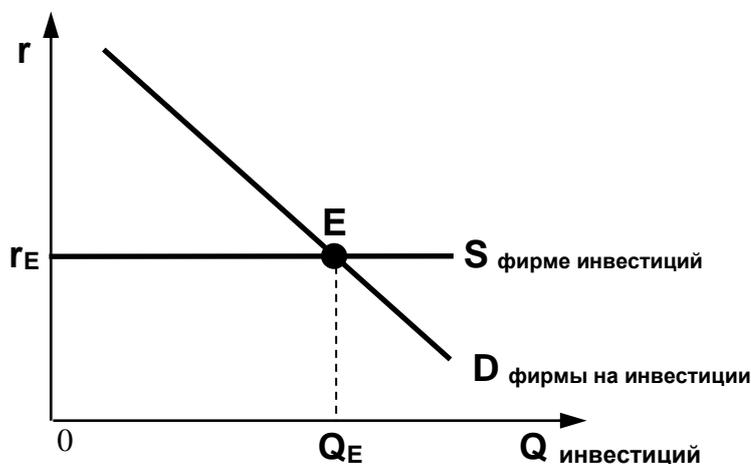


Рис. 71. Равновесие фирмы на рынке заемных средств

РЫНОЧНЫЙ СПРОС НА ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА – формируется путем суммирования спросов отдельных фирм на заемные средства.

Графически – путем горизонтального суммирования кривых спроса отдельных фирм на заемные средства.

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ – осуществляется домашними хозяйствами из их текущего дохода, которые выбирают между текущим и будущим потреблением. Анализ формирования предложения на рынке заемных средств может быть сведен к проблеме сбережений домашних хозяйств.

Сбережения – часть дохода, которая не расходуется на текущее потребление.

Проблема предложения сбережений экономическими субъектами – проблема межвременного выбора домашних хозяйств как потребителей, т.е. принятия ими оптимального решения по распределению текущего дохода между потреблением и сбережением.

Для формирования предложения заемных средств (сбережений) принципиальное значение имеет анализ потребительского выбора в условиях изменяющейся ставки процента.

Основные шаги анализа формирования предложения заемных средств:

1. Построение модели межвременного выбора (жизненного цикла).

2. Использование модели для анализа оптимального межвременного выбора домашнего хозяйства в условиях меняющейся рыночной ставки процента. Определение вида кривой предложения сбережений.

3. Определение характера и вида кривой рыночного предложения.

МОДЕЛЬ МЕЖВРЕМЕННОГО ВЫБОРА – ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

ЦЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА ВО ВРЕМЕНИ – оптимизация полезности от настоящего и будущего потребления при заданном бюджетном ограничении.

Главный методологический подход к построению модели:
приложение теории потребительского выбора к изучению поведения домашнего хозяйства как сберегателя.

Элементы модели:

1. Модель межвременных предпочтений.
2. Модель возможностей – межвременных бюджетных ограничений.
3. Модель оптимального межвременного выбора.

ДОПУЩЕНИЯ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ:

1. Временной горизонт потребителя ограничен двумя периодами – настоящим и будущим.
2. Доходы потребителя заданы и равны I_0 в настоящем периоде и I_1 в будущем.
3. Расходы на потребление составляют $C_{тек.}$ в настоящем периоде и $C_{буд.}$ в будущем. Решение о расходах в каждом из периодов потребитель принимает в настоящем периоде.
4. Рынок является совершенным, и потребитель может давать и брать деньги под один процент.

1 шаг: МОДЕЛЬ МЕЖВРЕМЕННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ – модель потребительских предпочтений относительно различных вариантов распределения потребления во времени.

Потребительские межвременные предпочтения могут быть представлены:

1. В виде функции полезности, зависящей от расходов на потребление в различные периоды предстоящей жизни:

$U(C_{тек.}; C_{буд.})$, где

$C_{тек.}$, $C_{буд.}$ – объемы потребления соответственно в настоящем и будущем.

2. Графически – картой кривых безразличия для настоящего и будущего потребления – кривых временных предпочтений в системе координат:

- ось абсцисс – расходы на текущее потребление,
- ось ординат – расходы будущего потребления.

ДОПУЩЕНИЯ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ:

1. Все основные свойства кривых безразличия справедливы и для кривых временных предпочтений.

2. Межвременные предпочтения потребителя совместимы во времени: если спустя некоторое время потребитель вновь определит оптимальный план потребления для будущих периодов, то этот план совпадет с избранным ранее оптимальным планом для этих периодов (в условиях полной определенности).

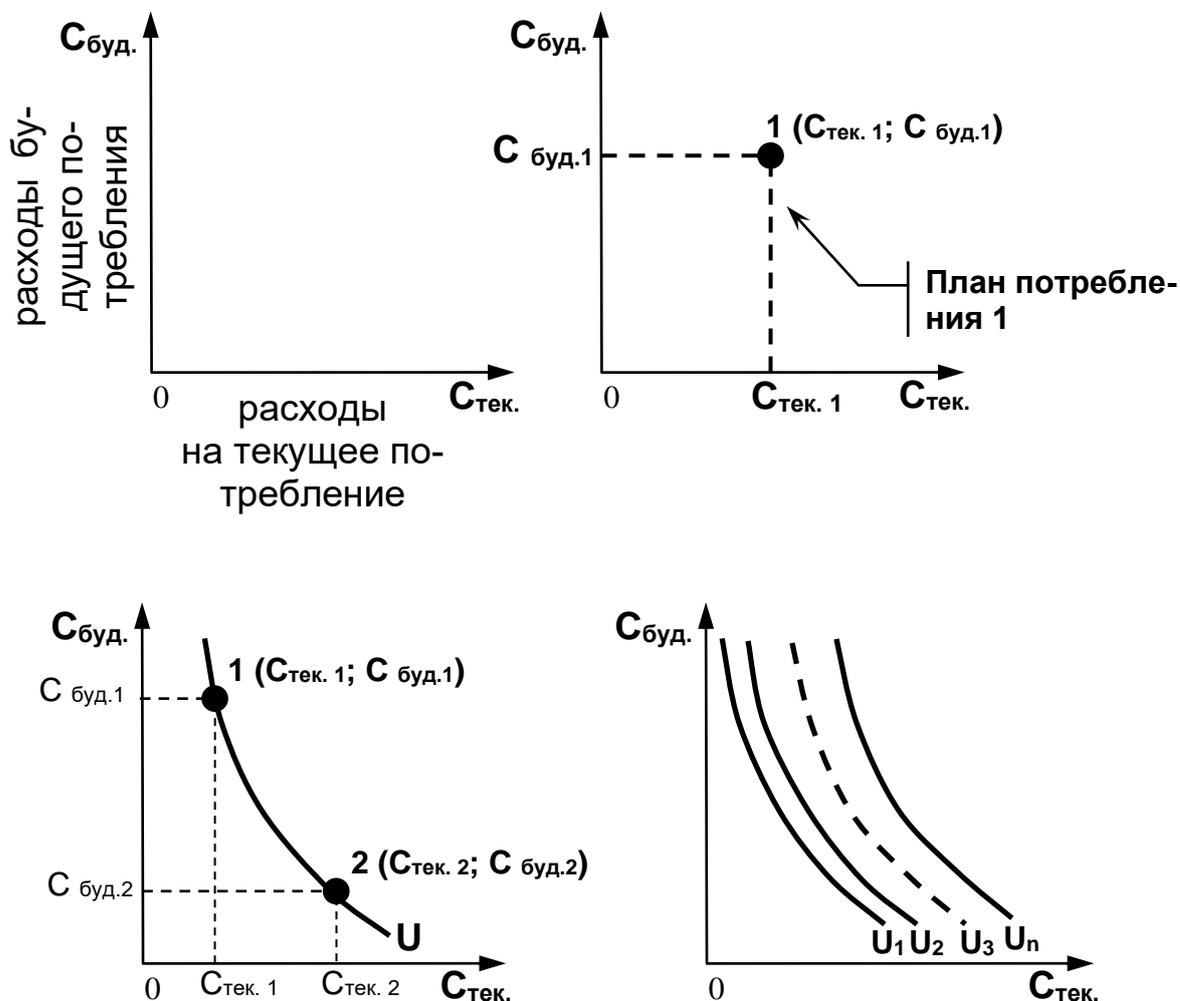


Рис. 72. Графическая интерпретация потребительских межвременных предпочтений

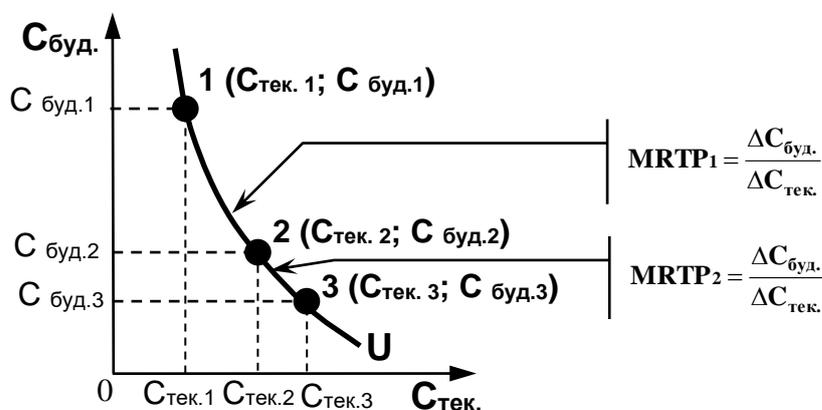
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ

МОДЕЛИ:

ПЛАНЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ – комбинации настоящего и будущего потребления, лежащие на одной кривой временных предпочтений и доставляющие потребителю один и тот же уровень полезности (удовлетворения).

ПРЕДЕЛЬНАЯ НОРМА МЕЖВРЕМЕННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ (MRTP) – стоимость добавочного будущего потребления, которая требуется для компенсации потребителю отказа от каждой дополнительной денежной единицы текущего потребления (при сохранении неизменным благосостояния потребителя): $MRTP = \frac{\Delta C_{буд.}}{\Delta C_{тек.}}$.

Показывает предельную норму замещения между текущим и будущим потреблением. Движение вверх по кривой временных предпочтений иллюстрирует возрастание потребления в будущем за счет сокращения потребления в настоящем:



Положительное временное предпочтение означает, что более одной денежной единицы в будущем потребуется для компенсации отказа от возможности тратить одну денежную единицу в текущем периоде.

Нулевое временное предпочтение означает, что потребитель откажется от одной денежной единицы текущего дохода в обмен на одну денежную единицу дохода через год, так что его благосостояние останется прежним (не потребует никакого процента на свои сбережения).

Отрицательное временное предпочтение означает, что потребитель будет делать сбережения, даже если откладывание одной денежной единицы текущего года обернется возвратом менее одной денежной единицы.

2 шаг: МОДЕЛЬ МЕЖВРЕМЕННЫХ БЮДЖЕТНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ – модель возможностей потребителя,

используя рынок заемных средств, превращать настоящее потребление в будущее и наоборот.

Графически представлена пространством, ограниченным линией межвременного бюджетного ограничения.

ПОСТРОЕНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МОДЕЛИ

ЛИНИЯ МЕЖВРЕМЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОГРАНИЧЕНИЯ – прямая с отрицательным наклоном, каждая точка, которой соответствует планам потребления, полностью исчерпывающим доходы двух периодов (при заданных величинах доходов и ставке процента).

Описывается уравнением

$$C_{\text{буд.}} = I_1 + (I_0 - C_{\text{тек.}}) + (I_0 - C_{\text{тек.}}) \times r$$

или после преобразования

$$C_{\text{буд.}} = I_1 + (1 + r) \times (I_0 - C_{\text{тек.}}),$$

или

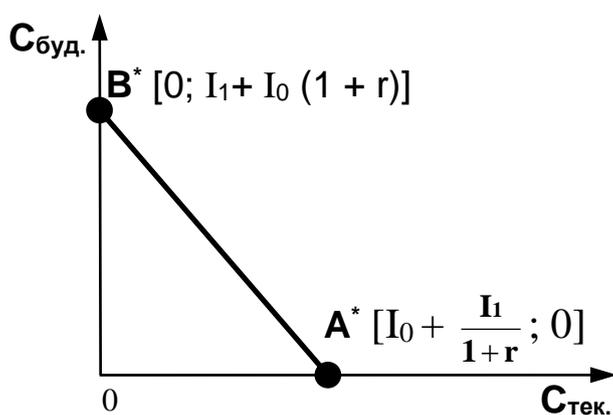
$$C_{\text{буд.}} = I_1 + (1 + r) \times I_0 - (1 + r) \times C_{\text{тек.}},$$

т.е.:

$C_{\text{буд.}} = - (1 + r) \times C_{\text{тек.}} + [I_1 + (1 + r) \times I_0]$ – уравнение прямой линии в той же системе координат, что и модель межвременных предпочтений.

Контрольные точки:

- на оси абсцисс т.А* с координатами $[C_{\text{тек.}} = I_0 + \frac{I_1}{(1+r)}; 0]$ – весь доход направляется в текущее потребление;
- на оси ординат т.В* с координатами $[0; C_{\text{буд.}} = I_1 + I_0 (1 + r)]$ – весь текущий доход обращен в сбережения:



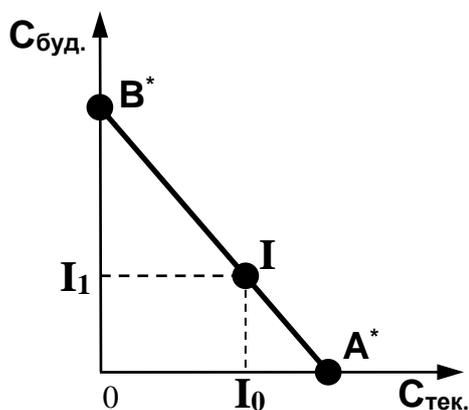
Свойства линии межвременного бюджетного ограничения:

1. Каждая точка линии соответствует планам потребления, полностью исчерпывающим доходы двух периодов.

2. Вдоль прямой потребитель может, используя рынок заемных средств, превращать настоящее потребление в будущее и наоборот.

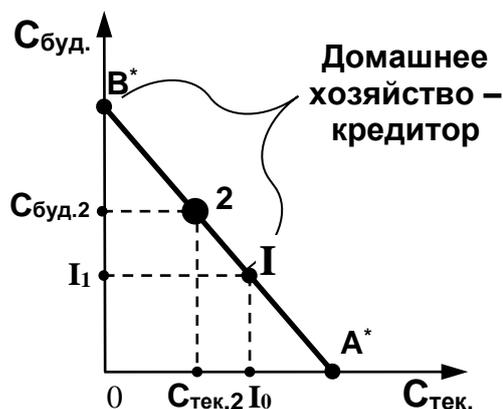
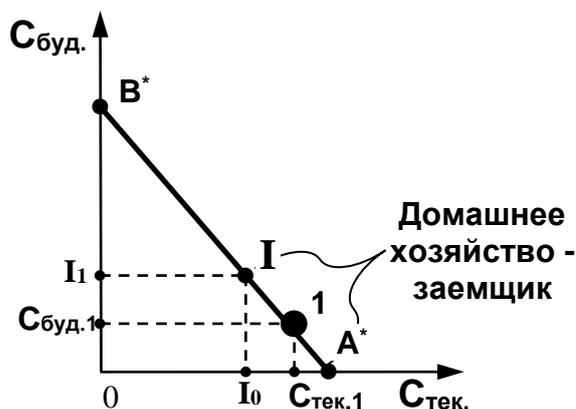
3. Наклон к оси абсцисс равен $[-(1+r)]$ т.е. предельная норма трансформации настоящего потребления в будущее здесь одинакова для всех точек.

4. Точка I с координатами $(I_0; I_1)$ – точка, соответствующая объемам потребления в обоих периодах без обращения к рынку заёмных средств:



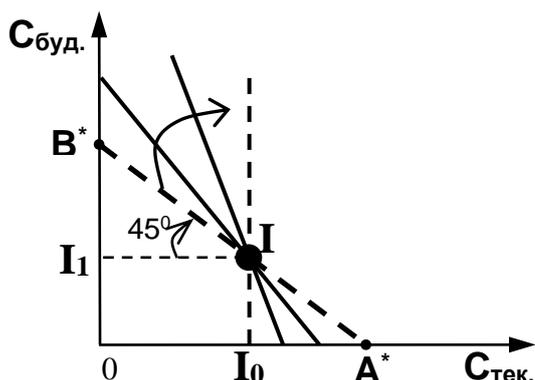
Относительно точки I можно определить роли домашнего хозяйства:

- если выбор плана потребления выше точки, то в настоящем периоде оно будет кредитором;
- если выбор плана потребления ниже точки, то в настоящем периоде оно будет заемщиком:



ИЗМЕНЕНИЕ СТАВКИ ПРОЦЕНТА И ПОЛОЖЕНИЕ ЛИНИИ МЕЖВРЕМЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОГРАНИЧЕНИЯ:

- при любой ставке процента (r) линия проходит через точку I ;
- при $r = 0$ линия проходит под углом 45° к оси абсцисс;
- с увеличением r происходит движение линии вокруг точки I по часовой стрелке, линия приближается к вертикальному положению:



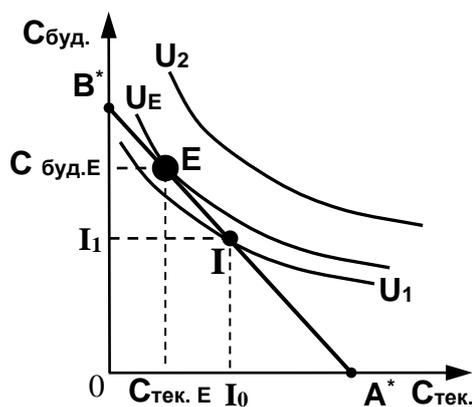
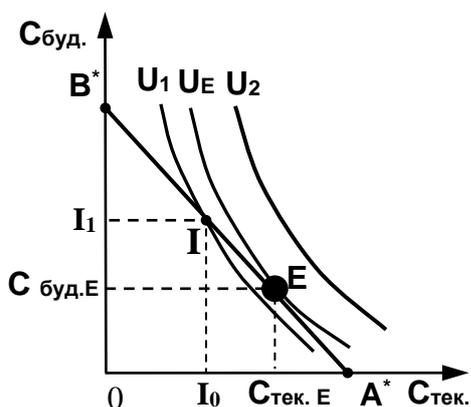
МОДЕЛЬ МЕЖВРЕМЕННОГО РАВНОВЕСИЯ

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МОДЕЛИ:

Пространство межвременного выбора потребителя — строится путем совмещения моделей межвременных предпочтений и межвременных возможностей потребителя.

Оптимальный план потребления — соответствует точке касания кривой временного предпочтения и линии трансформации.

Межвременное равновесие — описывает ситуацию, когда нельзя указать другого допустимого плана потребления, который был бы для потребителя предпочтительней.



МЕЖВРЕМЕННЫЙ ВЫБОР ДОМАШНЕГО ХОЗЯЙСТВА ПРИ ИЗМЕНЕНИИ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ – модельно представляется кривой «Ставка процента – Разновременное потребление» (построение аналогично кривой «Цена–Потребление»).

При непрерывном росте процентной ставки точка потребительского выбора будет смещаться справа налево и в одном из промежуточных положений совпадет с точкой I ($I_0; I_1$).

Одно и то же домашнее хозяйство при малых значениях процентной ставки может предъявлять спрос на заемные средства, а при больших – выходить на рынок с предложением. При некотором промежуточном значении домашнее хозяйство вообще не выходит на рынок заемных средств.

На рынке заемных средств одни домашние хозяйства являются заемщиками (выступают на стороне спроса), другие – кредиторами (выступают на стороне предложения).

Если домашние хозяйства делают сбережения, то это связано с растущей ставкой процента.

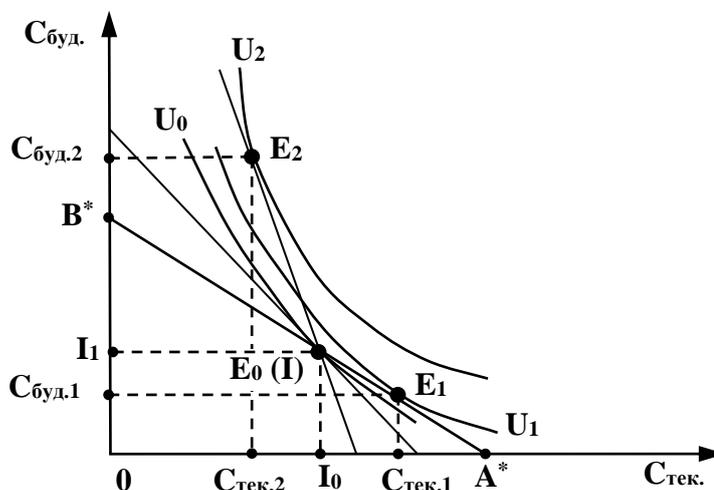
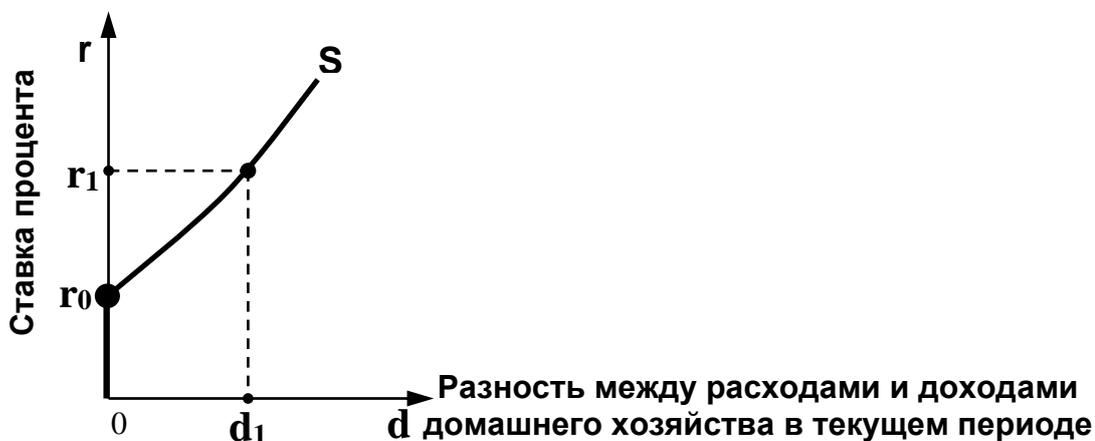


Рис.73. Выбор потребителя при различных ставках процента

Кривая предложения сбережений домашнего хозяйства представляет собой геометрическое место точек оптимального межвременного выбора домашнего хозяйства для каждого данного уровня ставки процента.

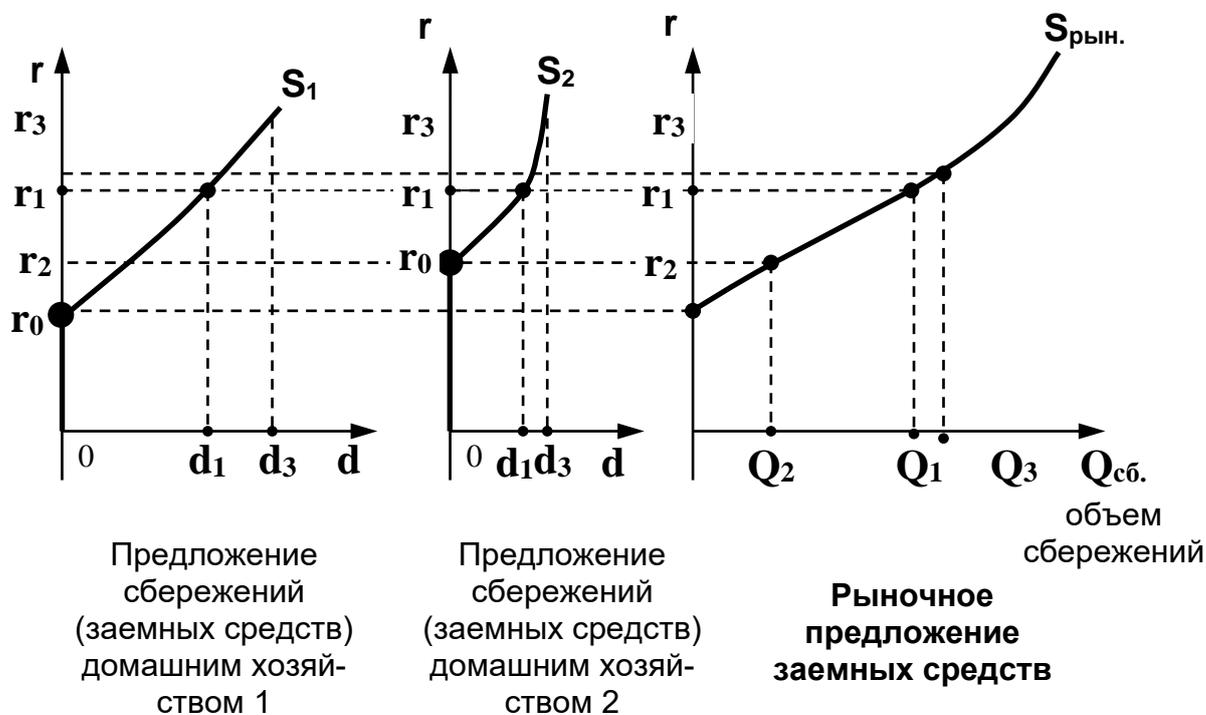
Принципиальное значение имеет ставка процента r_0 , при которой домашнее хозяйство не выходит на рынок заемных средств

(соответствует точке I $[I_0; I_1]$). При $r > r_0$ кривая предложения сбережений представляет собой линию с положительным наклоном:



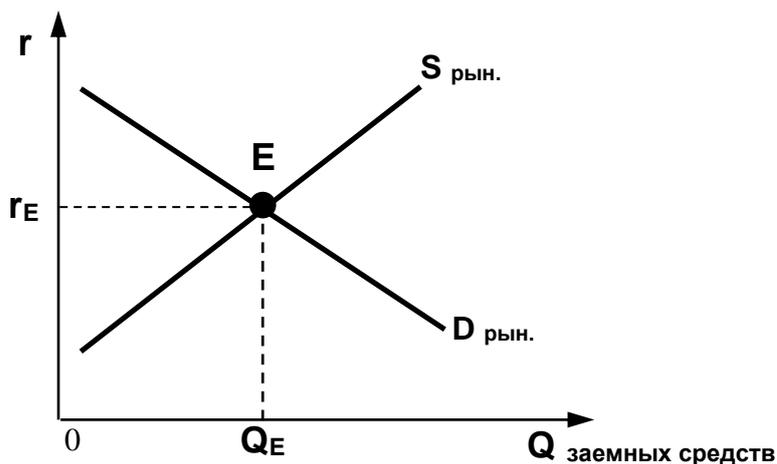
РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ – сумма объемов сбережений, предлагаемых всеми, кто дает кредит, при любой возможной ставке процента.

Графически представлено кривой рыночного предложения заемных средств, имеющей положительный наклон:



РЫНОЧНЫЙ РАВНОВЕСНЫЙ УРОВЕНЬ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ – цена финансового капитала формируется как результат установления равновесия между рыночным спросом на заемные средства и рыночным предложением сбережений.

Графически – точка пересечения кривой рыночного спроса и кривой рыночного предложения заемных средств.



ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ЧЕРТА РАВНОВЕСИЯ НА РЫНКЕ ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ

Продавцы и покупатели не разделены (каждый сможет выступать в той или иной роли).

На рынке заемных средств равновесная процентная ставка определяет для каждого субъекта и его роль, и его объем спроса или предложения. В этом его отличие от обычных рынков, где равновесная цена определяет лишь объем спроса для каждого покупателя и объем предложения для каждого продавца, но не определяет, в какой роли выступает тот или иной субъект.

РЫНОК УСЛУГ КАПИТАЛА

РЫНОК УСЛУГ КАПИТАЛА – система общественных отношений в согласовании интересов продавцов и покупателей услуги физического капитала. Здесь спросу на арендуемый физический капитал противостоит его предложение.

Это – рынок, на котором в результате взаимодействия спроса

на услугу физического капитала и его предложения формируется цена услуги физического капитала.

ЦЕНА УСЛУГИ КАПИТАЛА – рентная оценка использования услуги физического капитала. Измеряется в денежных единицах за единицу физического капитала в единицу времени.

СУБЪЕКТЫ РЫНКА УСЛУГ КАПИТАЛА:

- *фирма-арендодатель* – собственник капитала; формирует предложение услуги физического капитала. Рента для собственника капитала – *доход* за предоставление услуги капитала в пользование другому экономическому субъекту.

- *фирма-арендатор* – пользователь услуги физического капитала; формирует спрос на неё. Рента для арендатора – *часть издержек*, выступающих в виде арендной платы.

ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА ФИРМЫ-АРЕНДАТОРА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ФИРМЫ-АРЕНДОДАТЕЛЯ – опирается на известный принцип рационального поведения экономического субъекта на рынке: наращивание количества арендуемого (сдаваемого в аренду) физического капитала продолжается до тех пор, пока их предельные издержки и предельные доходы от аренды физического капитала не уравниваются ($MRC = MRP$).

СПРОС НА УСЛУГУ КАПИТАЛА КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ-АРЕНДАТОРА – то количество капитала, которое требуется фирме для осуществления производства; определяется предельным доходом от капитальных услуг и находится в обратной зависимости от рыночной ставки рентных платежей.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ УСЛУГИ КАПИТАЛА ОТДЕЛЬНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЕ-АРЕНДАТОРУ – совершенно эластичное предложение. Графически представлено горизонтальной кривой предложения, отстоящей от оси абсцисс на величину рыночной ставки рентных платежей.

РАВНОВЕСИЕ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ-АРЕНДАТОРА – определяется точкой пересечения кривых предложения и спроса фирмы-арендатора при равенстве предельного дохода и предельных издержек от аренды.

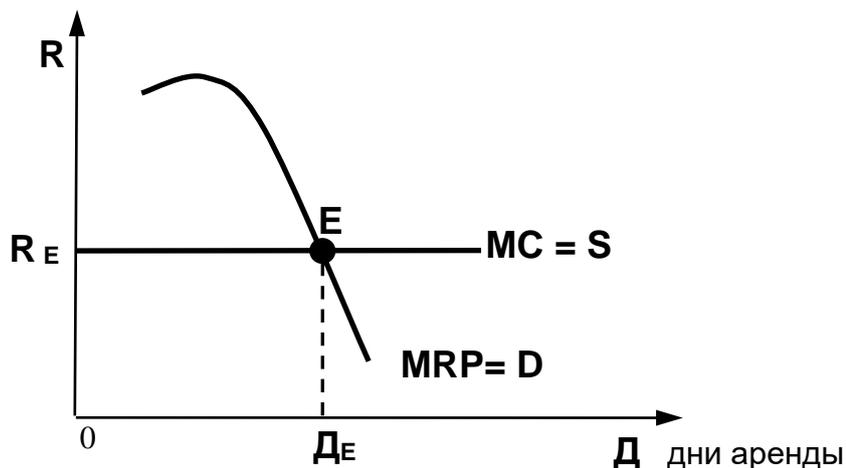


Рис. 74. Равновесие фирмы- арендатора

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОБСТВЕННИКА УСЛУГИ КАПИТАЛА В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ –

представлено кривой предложения, тождественной кривой предельных издержек от поставки в аренду капитала на дополнительную единицу времени.

Предельные издержки от поставки в аренду капитала в краткосрочном периоде (МС) включают в себя:

- 1) амортизацию;
- 2) расходы на текущее обслуживание капитала, которые практически постоянны.

Величина МС составляет повременную ставку рентных платежей.

Кривая предложения собственника услуги капитала в краткосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции:

- является горизонтальной линией, отстоящей от оси абсцисс на величину рыночной ставки рентных платежей;
- переходит в вертикальную линию по мере приближения к максимальному объему капитала, располагаемого фирмой в краткосрочном периоде.

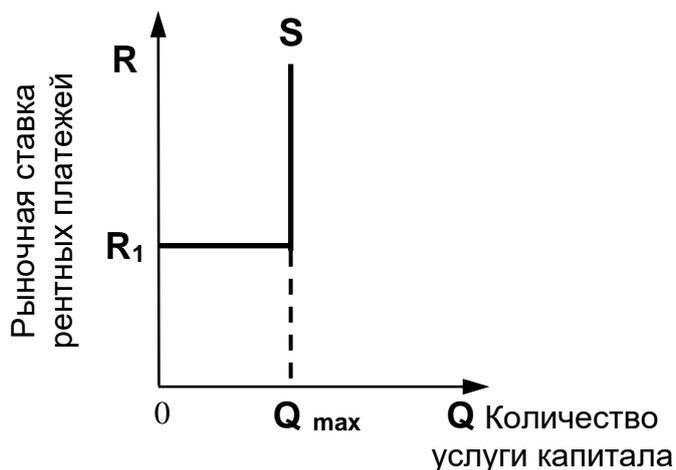


Рис. 75. Кривая предложения собственника услуги капитала в краткосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции

Предельные издержки от поставки в аренду капитала в долгосрочном периоде – включают в себя: 1) амортизацию, 2) расходы на текущее обслуживание капитала, 3) вмененные издержки закупки дополнительного капитала для сдачи в аренду.

Вмененные издержки закупки дополнительного капитала для сдачи в аренду – равны процентной ставке, от которой отказывается фирма, приобретая капитал, вместо того чтобы положить деньги в банк или инвестировать их в другой проект.

Кривая предложения собственника услуги капитала в долгосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции:

- отличается от краткосрочной кривой более высоким горизонтальным участком (влияние вмененных издержек);
- переходит в восходящий участок, если рыночная ставка рентных платежей увеличивается.

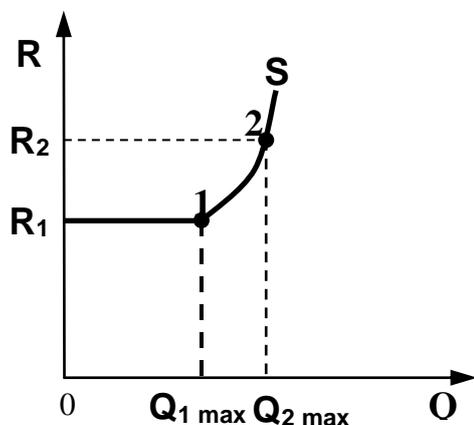


Рис.76. Кривая предложения собственника услуги капитала в долгосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции

СПРОС НА УСЛУГИ КАПИТАЛА В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ – абсолютно эластичный спрос, представленный горизонтальной линией, отстоящей от оси абсцисс на величину, равную рыночной ставке рентных платежей.

РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ-АРЕНДОДАТЕЛЯ – определяется точкой пересечения кривых предложения и спроса фирмы-арендодателя при равенстве предельного дохода и предельных издержек от аренды.

РЫНОЧНЫЙ СПРОС И РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
КРИВАЯ РЫНОЧНОГО СПРОСА КАПИТАЛЬНЫХ УСЛУГ имеет нисходящий характер.

РЫНОЧНАЯ КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАПИТАЛЬНЫХ УСЛУГ:

- *в краткосрочном периоде* – вертикальная линия,
- *в долгосрочном периоде* – имеет восходящий характер.

РАВНОВЕСНАЯ СТАВКА РЕНТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ЗА АРЕНДУ – определяется точкой пересечения кривых спроса и предложения на данный вид капитальных услуг.

§ 2с. РЫНОК ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ И ЗЕМЕЛЬНАЯ РЕНТА

РЫНОК ЗЕМЛИ (рынок природных ресурсов) – система общественных отношений в согласовании интересов продавцов и покупателей природного ресурса.

Это – рынок, на котором в результате взаимодействия спроса и предложения воспроизводимых (неисчерпаемых) и невозпроизводимых (исчерпаемых) природных ресурсов формируется цена на землю или арендная плата.

Воспроизводимые природные ресурсы – ресурсы, которые не утрачивают в процессе использования своего производительного свойства, их объемы могут поддерживаться на прежнем уровне (земля как таковая, лемма, биомасса моря и суши).

Невозпроизводимые природные ресурсы – ресурсы, которые, являясь продуктом естественно-исторического процесса, не могут быть восстановлены, их количество безвозвратно иссякает по мере использования (нефть, газ, уголь, рудные и нерудные минералы и др.).

Запас природного ресурса – это то абсолютное его количе-

ство (объем), которым располагает экономика.

Поток природного ресурса – это объем услуг, предоставляемых данным природным ресурсом.

ОСОБЕННОСТИ ЗЕМЛИ КАК ОБЪЕКТА РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ:

1. Объектом отношений на рынке земли выступают природные условия, необходимые для производства благ: сельскохозяйственные земли, несельскохозяйственные земли, природные ископаемые, леса.

Объектом отношений может выступать:

- услуга от использования природного ресурса (арендные отношения),
- сам природный ресурс (отношения купли-продажи земли).

Принято различать широкую и узкую трактовку ресурса «земля». *В узком смысле* под землей понимаются собственно земельные угодья.

В экономическом анализе рынка земля рассматривается в узком смысле.

2. Свойства земли как ресурса:

- *ограниченность* земли (природная и социально-экономическая).

Природная ограниченность земли нарастает по мере развития общества.

Социально-экономическая ограниченность выражается в том, что земля так или иначе уже распределена в обществе. Возникает монополия частной (государственной) собственности на землю.

Учет ограниченности земли в экономическом анализе: принимается допущение о невозможности расширения предложения земли (абсолютная неэластичность).

- *разнокачественность* (по критериям плодородия, богатству месторождений, местоположению). Обуславливает монополию на землю как на объект хозяйствования.

Учет разнокачественности земли в экономическом анализе:

✓ В *исходной* модели ценообразования на рынке земли принимается допущение об *абсолютной идентичности* по качеству земли.

✓ В *уточненной* модели ценообразования на рынке земли вводится дополнительное допущение о *неоднородности* качества земли по указанным свойствам.

3. Свойства земли как фактора производства – может использоваться как ресурс сельскохозяйственного или несельскохозяйственного назначения в разных отраслях производства.

В *экономическом анализе рынка* это свойство учитывается при анализе спроса на землю.

СПЕЦИФИКА МОТИВАЦИИ ПОВЕДЕНИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА ЗЕМЛИ

СУБЪЕКТЫ РЫНКА ЗЕМЛИ:

- продавец (арендодатель)– собственник земли; формирует предложение земли.
- покупатель (арендатор) – пользователь земли как фактора производства; формирует спрос на землю.

КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ В МЕХАНИЗМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НА РЫНКЕ ЗЕМЛИ: *выбор собственника земли*

Таблица 8

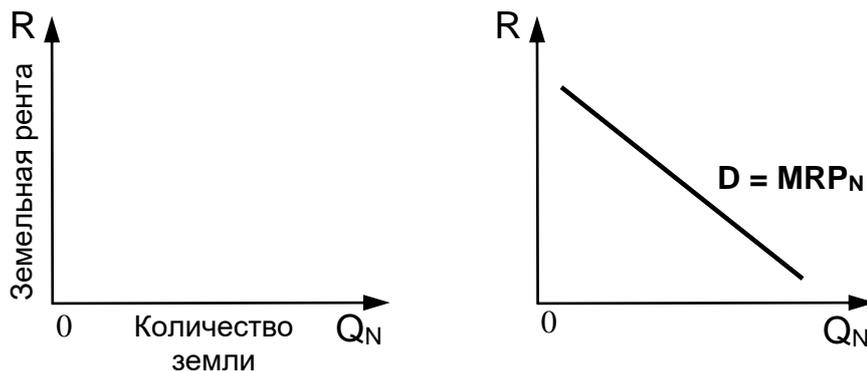
ВАРИАНТЫ ВЫБОРА СОБСТВЕННИКА ЗЕМЛИ		
Позиционирование объекта собственности	Социально- экономическая роль	Содержание варианта выбора
Объект собственности с целью ее умножения (передача земли в пользование).	Земельный рантье	Выбор наилучшего предложения по использованию земли с целью получения факторного дохода.
Объект собственности как источник получения денежной формы собственности.	Игрок земельного рынка	Выбор наилучшего из предложений по покупке земли.
Объект собственности как ресурс предпринимательской деятельности.	Предприниматель	Выбор вида предпринимательской деятельности с целью получения наибольшего предпринимательского дохода (обременение поиском инвестора).
Внесение земли как имущественного вклада в осуществление бизнес-	Инвестор	Выбор наиболее прибыльного проекта для реализации интересов собственни-

проекта.		ка- инвестора.
----------	--	----------------

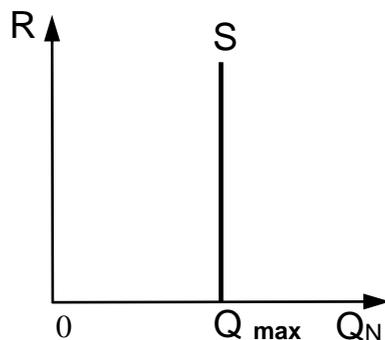
ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИ РЫНКА ЗЕМЛИ – специфика графической интерпретации механизма ценообразования на рынке земли.

СПРОС НА ЗЕМЛЮ (как на всякий ресурс) зависит от производительности (продуктивности) земли и от спроса на производимую с помощью земли продукцию.

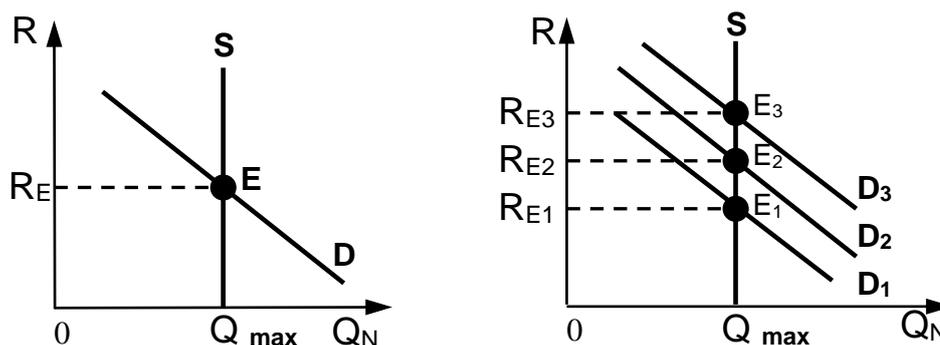
Кривая спроса на землю имеет отрицательный наклон вследствие действия закона уменьшающейся предельной отдачи:



КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЗЕМЛИ – является вертикальной линией (отражение абсолютной неэластичности предложения):



РАВНОВЕСИЕ НА РЫНКЕ ЗЕМЛИ – является результатом изменения в спросе на землю при фиксированном ее предложении. Достигается при уровне ставки земельной ренты, равной предельному доходу от использования земли:



ГЛАВНЫЙ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД к построению и анализу модели ценообразования на рынке земли – использование теории экономической ренты.

ЗЕМЕЛЬНАЯ РЕНТА – это плата за пользование землей и другими естественными ресурсами, предложение которых постоянно (совершенно неэластично).

Для собственника земли рента является доходом, для пользователя земли – издержками.

В исходной модели (допущение об абсолютной идентичности по качеству земли): вся плата за услуги земли как фактора производства сводится к чистой экономической ренте.

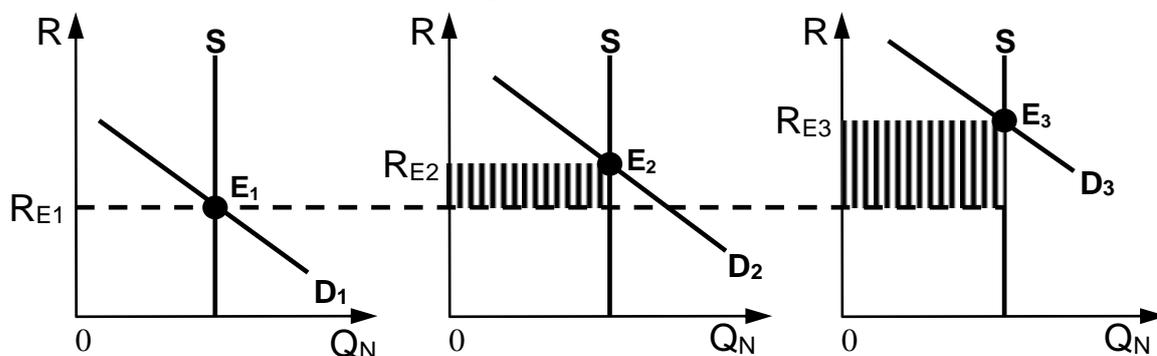
В уточненной модели (допущение о неоднородности качества земли): учет неоднородности качества земли приводит к тому, что возникает избыток ренты над рентой с худшего из всех используемых участков земли. Модель иллюстрирует появление дифференциальной ренты.

Дифференциальная рента – избыток ренты над рентой с худшего из всех используемых земельных участков.

Различают:

Дифференциальную ренту I рода – избыток ренты на лучших и средних земельных участках, обусловленный природной разноразнокачественностью (более высоким плодородием земли, лучшим месторасположением участка и др.).

Дифференциальную ренту II рода – избыток ренты на лучших и средних земельных участках, обусловленный экономическим плодородием, связанным с последовательными дополнительными вложениями капитала в землю. Возникает при интенсивном пути развития сельскохозяйственного производства:



Земельная рента – это цена услуги земли, но не самой земли. Это плата за временное использование земли как фактора производства. Следует отличать от цены земли как объекта купли-продажи.

ЦЕНА ЗЕМЛИ – капитализированная земельная рента.

Суть капитализации в том, что сумма денег, вырученная от продажи земельного участка, должна приносить продавцу ежегодный доход не менее земельной ренты.

Цена земли определяется как соотношение приносимого ею рентного дохода и ставки ссудного процента

$$Z = \frac{R}{r} \times 100\%, \text{ где}$$

Z – цена земли,

R – годовая земельная рента в денежном выражении,

r – уровень банковского процента (в %).

Цена земли будет возрастать пропорционально росту реальной ставки процента.

P. S.

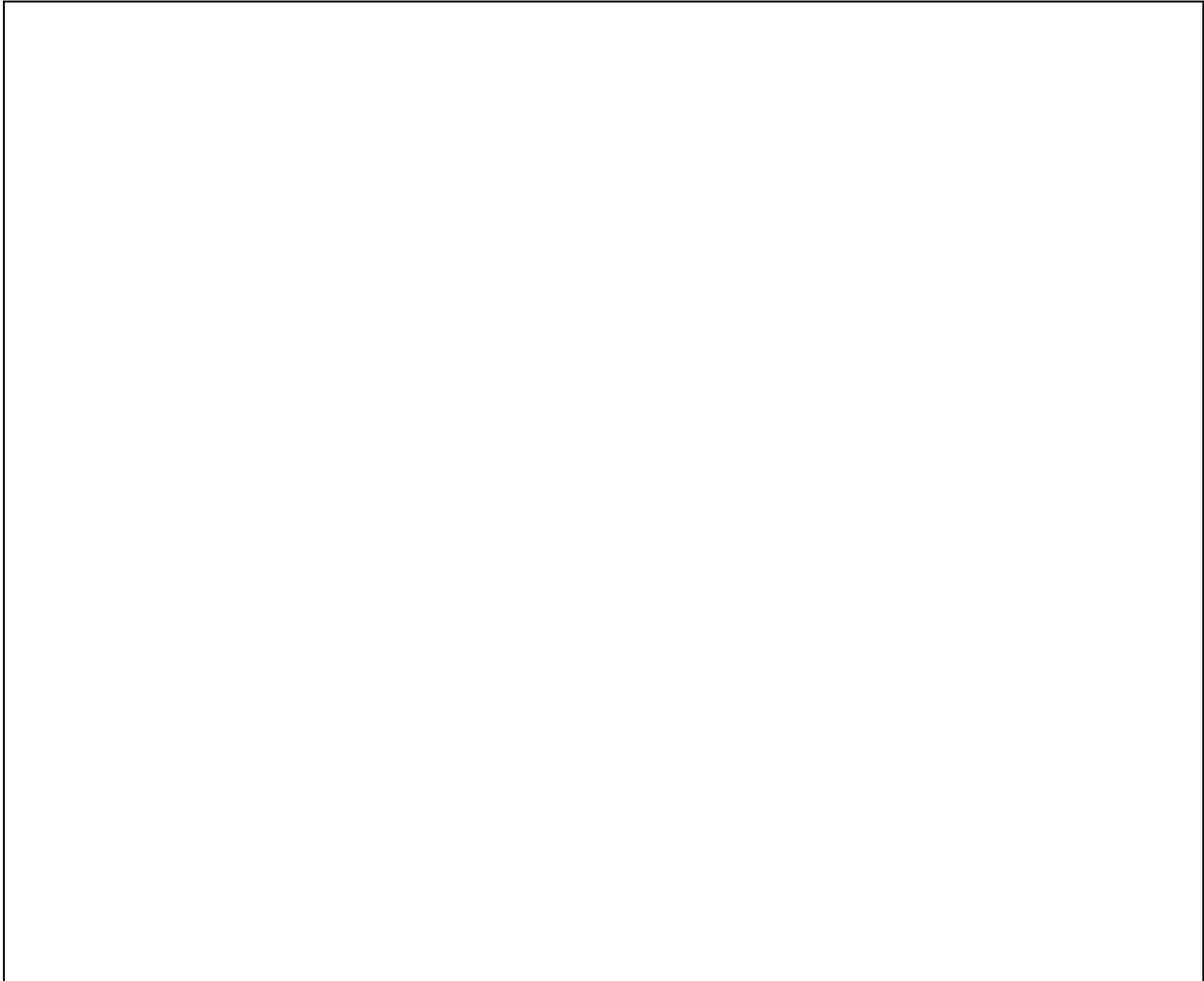
ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

к разделу VI «Микроэкономические основы теории ресурсных рынков»

Особенность рынка ресурсов состоит в том, что цены, которые формируются на них, определяют доходы домашних хозяйств, т.е. происходит первичное распределение доходов в экономике (действует принцип пофакторного распределения доходов).

Первичное формирование доходов осуществляется в соответствии с предельной отдачей вложенных факторов производства, поэтому оно получило название *функционального распределения доходов*.

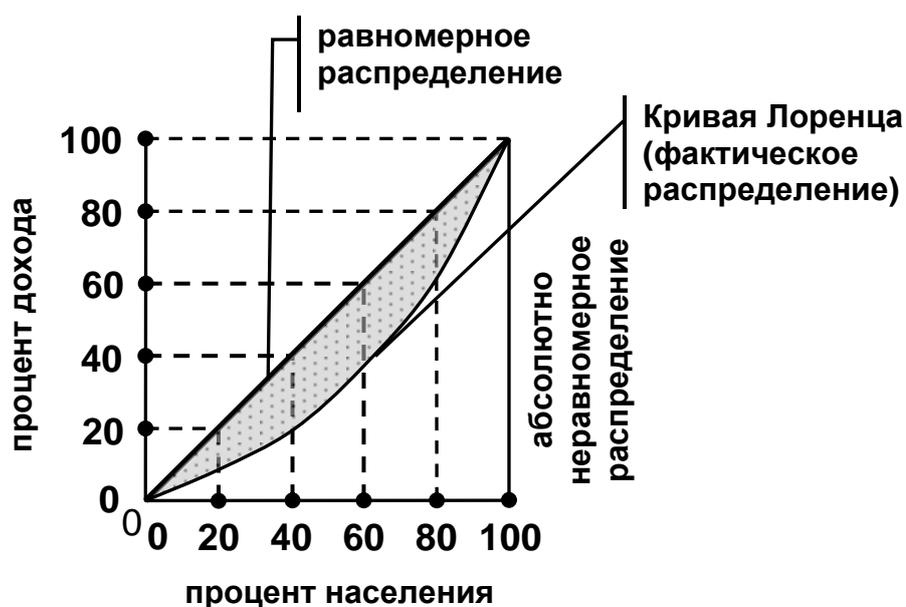
Различия в способностях и уровне образования людей, неравенство собственности на основные факторы производства и другие причины приводят к фактическому неравенству в доходах. Кроме того, в условиях несовершенной конкуренции цены ресурсов не отражают точного вклада ресурса в производство. Возникает проблема измерения *фактического (вертикального) распределения доходов*.



ПРОБЛЕМА ИЗМЕРЕНИЯ ФАКТИЧЕСКОГО (ВЕРТИКАЛЬНОГО) РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ

КРИВАЯ ЛОРЕНЦА¹ – модель, позволяющая измерить степень концентрации и равномерности распределения доходов между домохозяйствами. Показывает отклонение фактического распределения доходов населения от их равномерного распределения:

¹ Макс Отто Лоренц (1876 – 1959) — американский математик и экономист.



ЗАМЕЧАНИЕ: как правило, население делят на пять квинтелей (частей), на каждую из которых приходится 20% населения. В случае *равенства доходов* на каждую часть приходится 20% доходов: графически – биссектриса угла начала координат. *Абсолютное неравенство* – представлено линией, обозначающей противоположный началу координат прямой угол. *Кривая Лоренца* (фактическое распределение) лежит между линиями, соответствующими абсолютное равенство и абсолютное неравенство.

УРОВЕНЬ НЕРАВЕНСТВА – определяется с помощью коэффициента Джини.

КОЭФФИЦИЕНТ ДЖИНИ – показатель, определяющий уровень концентрации доходов в обществе: величина отклонения фактического распределения доходов населения от их равномерного распределения. Представляет собой отношение площади между этой кривой Лоренца и линией абсолютного равенства к общей площади под линией абсолютного равенства.

Величина коэффициента может варьировать от нуля до единицы (или от 0 до 100%). Чем выше значение коэффициента, тем более неравномерно распределены доходы в обществе.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ: рынок через факторное (первичное) распределение доходов не обеспечивает социальную защиту малообеспеченных слоев населения. Уменьшению степени дифференциации доходов населения, смяг-

чению социальных противоречий в обществе способствует участие государства в перераспределении доходов.

ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ – волевое изъятие части доходов у одних лиц в целях передачи их другим лицам или добровольная передача доходов от одних другим лицам, нуждающимся в большей степени. Может осуществляться в масштабах государства и регионов через налоги, в рамках отраслей – через бюджет, в семьях – через перераспределение общего дохода между членами семьи.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ: предполагает использование налогообложения, с одной стороны, и систему трансфертов, с другой.

РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОЛИТИКЕ ДОХОДОВ по критерию «понимание социальной справедливости» (*принципы социальной справедливости*): *эгалитарный, роулсианский, утилитарный, рыночный*:

- *эгалитарный* – все члены общества получают равные блага;
- *роулсианский* – максимизируется полезность наименее обеспеченных лиц;
- *утилитарный* – максимизируется общая полезность всех членов общества;
- *рыночный* – справедливость устанавливается рынком.

Принципы определяются в каждом обществе в зависимости от уровня экономического развития, от духовных ценностей, исторически сложившихся национальных жизненных традиций и правил.

P. S.

ОБЩИЙ ПРОБЛЕМНЫЙ ПОСТСКРИПТУМ

В предыдущих разделах нами был проведен анализ специфических особенностей функционирования рынков потребительских товаров и услуг, рынков факторов производства. При этом основное внимание было сосредоточено на условиях равновесия на отдельных рынках (*частичном равновесии*).

Вместе с тем, анализ рынков факторов производства уже показал, что между разными рынками существует взаимосвязь. На самом деле в экономике разные рынки находятся во взаимосвязи, а это означает, что изменение рыночной ситуации на одних оказывает влияние на изменение ситуаций на других рынках.

ПРОБЛЕМА ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ

ОБЩЕЕ РАВНОВЕСИЕ – возникающее в результате взаимодействия всех рынков, когда изменение спроса или предложения на одном рынке влияет на равновесные цены и объемы продаж на всех рынках.

Первая модель общего равновесия была предложена Л. Вальрасом. *Ключевая идея модели:* равновесные цены обеспечивают полную сбалансированность на всех рынках. Любые изменения равновесия на одном из рынков приводят к соответствующей реакции экономических субъектов на других рынках, обеспечивающей компенсацию дисбаланса и восстановление равновесия.

ЭФФЕКТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ – отражает изменение частичного равновесия на данном рынке в результате изменений, возникших на сопряженных рынках под влиянием первоначальных изменений на данном рынке.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБМЕНА – распределение продуктов эффективно, когда весь объем производственной продукции

распределяется между потребителями так, что нельзя улучшить положение одного, не ухудшив положение другого¹.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПО ПАРЕТО – распределение называется Парето-эффективным, если блага нельзя перераспределить так, чтобы улучшить чье-то положение, не ухудшив положение других.

«Коробка Эджуорта»² – концептуальный метод анализа возможных отношений обмена между двумя индивидами или странами с помощью кривых безразличия.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА (*Парето-эффективное размещение ресурсов*) – достигается тогда, когда уже невозможно перераспределить наличные ресурсы, чтобы увеличивать выпуск одного экономического блага без уменьшения выпуска другого.

ТЕОРИЯ ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ И ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ – различные критерии оценки динамики благосостояния, опирающиеся на теорию общего равновесия.

Так, *по критерию Парето* каждый человек способен лучше всех оценить свое благополучие, исходя из чего благосостояние отдельных людей несопоставимо. Поэтому общественное благосостояние не может быть определено путем сложения.

*Артур Пигу*³ выдвинул в качестве критерия оценки общественного благосостояния *национальный доход*. При этом А. Пигу предложил оценивать индивидуальное благосостояние не только через оценку полезности от потребления, но и через такие показатели как качество жизни (безопасность, условия отдыха, жилищные условия, окружающую среду). Важно, что А. Пигу обратил внимание на распределение дохода как фактор, влияющий на благосостояние, а поэтому передача части дохода от богатых к бедным увеличивает общенародное благосостояние.

В 30-е годы *Н. Калдор* и *Дж. Хикс* обосновали еще один критерий: благосостояние повышается, если те, кто выигрывает,

¹ Последний критерий предложил итальянский экономист В. Парето (1848-1923).

² Френсис Эджуорт (1845–1926) – английский экономист и статистик, представитель математической школы в политэкономии.

³ Артур Сесил Пигу (1877–1959) – английский экономист, представитель кембриджской неоклассической школы, автор работы «Экономическая теория благосостояния» (1920).

оценивают свои доходы выше убытков потерпевших. Тогда, по их мнению, компенсационные платежи возможны, но не обязательны.

Дальнейшая разработка критериев связана с именами ученых: *Т. Ситовски, А. Бергсон* и др.¹. Поэтому проблема разработки критериев благосостояния по-прежнему актуальна.

ОБЩЕЕ РАВНОВЕСИЕ НА УРОВНЕ КВАЗИОПТИМУМА – достигается, когда в одной отрасли (или группе отраслей) искажения не могут быть устранены, лучше отказаться от достижения максимума эффективности в другой отрасли (или группе отраслей) в целях сбалансированности экономики в целом.

¹ См. подробнее: Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. И доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 419 – 423.

РАЗДЕЛ VII. ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЫНКА СВОБОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

НАВИГАТОР



§ 1. РЫНОЧНАЯ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ: АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ И РИСК

NB

Анализ функционирования рынков был основан на допущении о том, что экономические субъекты обладают полной информацией при принятии ими решений.

Практика показывает, что наиболее типичной является ситуация недостатка и недоступности рыночной информации, что не позволяет принимать оптимальные решения.

Одновременно возникает проблема неравномерного распределения имеющейся информации среди участников рыночных отношений, которая приводит также к искажению в поведении экономических субъектов.

ТЕОРИЯ НЕПОЛНОТЫ И АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ¹

Предмет анализа – влияние неполноты и асимметрии информации на принятие решений экономическими субъектами и функционирование рынка.

Основные представители: Дж. Ч. Харшаньи, Дж. Ф. Нэш – младший, У. С. Викри, Дж. Акерлоф, М. Спенс, Дж. Стиглиц, Дж. Миррлис; Р. Селтен.

НЕПОЛНОТА ИНФОРМАЦИИ – недостаток и недоступность информации для принятия решений экономическими субъектами.

Причины возникновения неполноты информации:

- рост издержек, связанный с затратами на её получение;
- устаревание информации, её изменчивость и возникновение проблемы надёжности;
- потеря части информации как следствие проблемы её освоения;

¹ См. подробнее: Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 419 – 423.

- невозможность использования как следствие проблемы её обработки, понимания и оценки.

Неполнота информации является *причиной* рыночной неопределённости.

РЫНОЧНАЯ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ – условия принятия решений экономическими субъектами, изменения которых трудно предугадать и оценить.

Следствия рыночной неопределённости:

- препятствует принятию оптимальных решений;
- приводит к дополнительным транзакционным издержкам;
- создаёт неравные условия функционирования экономических субъектов;
- формирует склонность к кооперативным стратегиям поведения.

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ – принятие решений в условиях *риска*.

Риск:

1. Ситуация выбора, последствия которого носят случайный характер, т. е. характеризуются не только набором возможных результатов, но и вероятностью каждого из них.

2. Опасность возникновения ущерба из-за принятия решения в условиях неопределённости.

Формы проявления риска:

- недостижение цели принимаемого решения в соответствии с задаваемой нормой;
- отклонение полученного результата от планируемого;
- опасность возникновения убытков;
- опасность потери собственности и др.

Деление рисков по критерию «характер возможных последствий» – различают чистый и спекулятивный риски.

Чистый риск – опасность возникновения ущерба без какой-либо вероятности выигрыша.

Спекулятивный риск – предполагающий вероятность возникновения, как ущерба, так и получения выигрыша.

ПРОБЛЕМА УЧЁТА И ОЦЕНКИ СТЕПЕНИ РИСКА – необходимость учета и оценки возможных результатов и вероятностей их наступления при принятии решения.

ВЕРОЯТНОСТЬ – возможность получения определенного результата.

Объективная вероятность – базирующаяся на расчете частоты осуществления данного процесса.

Субъективная вероятность – основанная на предположении о возможности наступления (получения) данного результата.

ОЦЕНКА СТЕПЕНИ РИСКА – осуществляется на основе определения математического ожидания возможных исходов и дисперсий их значений.

ОЖИДАЕМОЕ ЗНАЧЕНИЕ – средневзвешенное значение всех возможных результатов.

ОТКЛОНЕНИЕ – разница между действительным результатом и ожидаемым.

ДИСПЕРСИЯ – средневзвешенная величина квадратов отклонений действительных результатов от ожидаемых.

СТАНДАРТНОЕ (СРЕДНЕКВАДРАТИЧНОЕ)

ОТКЛОНЕНИЕ – квадратный корень из дисперсии.

СУБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ К РИСКУ – субъективное отношение экономического субъекта, принимающего решение в условиях неопределённости, к его результату (исходу).

Различают три типа субъектов:

- *не расположенные к риску* – предпочитающие всегда гарантированный исход рискованному при одной и той же ожидаемой полезности;
- *безразличные к риску* – безразличные к каждому из исходов;
- *склонные к риску* – предпочитающие всегда рискованный исход при одной и той же полезности.

ПРОБЛЕМА СНИЖЕНИЯ СТЕПЕНИ РИСКА – необходимость поиска способов защиты от вероятных потерь.

СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ОТ РИСКА – диверсификация риска и объединение риска; распределение риска.

Диверсификация риска – снижение степени риска путём его рассредоточения.

Объединение риска – снижение риска путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки. *Страхование* – основано на объединении: снижение

степени риска путём перенесения ответственности за риск на третьих лиц.

Распределение риска – риск вероятного ущерба делится между участниками таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики.

АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ – неравномерное распределение между участниками рынка информации об условиях осуществления рыночной сделки и намерениях друг друга. *Различают* два типа асимметрии информации – скрытые характеристики и скрытые действия.

Скрытые характеристики – одна из сторон рыночных отношений располагает более полной информацией, чем другая.

Скрытые действия – один из субъектов рыночных отношений, располагающий более полной информацией, может осуществлять действия, которые не могут наблюдаться другим менее информированным субъектом.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ:

- *скрытые характеристики* являются следствием свойств самого объекта рыночных отношений (блага) – двух типов благ: а) качество которых проверяется в процессе потребления; б) качество которых трудно определить.

- *скрытый характер намерений* противостоящей стороны в рыночных отношениях.

АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ КАК ПРОБЛЕМА – возможность злоупотребления асимметрией информации.

ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ:

- *в механизме функционирования рынка* – снижение его эффективности, проявляющееся в форме риска безответственности и негативного отбора. Влияние рассматривается в качестве специфической рыночной структуры – принятое название «рынок лимонов»¹;

- *в рыночной экономике* – источник ценовой дискриминации, причина реализации рыночной власти, причина снижения эффективности конкуренции.

¹ Введено в научный оборот американским экономистом Дж. А. Акерлофом в 1970 г.

РИСК БЕЗОТВЕТСТВЕННОСТИ – недобросовестное поведение участников рынка, которое характеризуется стремлением извлечь дополнительную выгоду за счёт асимметрии информации.

НЕГАТИВНЫЙ ОТБОР – способ функционирования рынка, для которого характерно вытеснение с рынка качественных благ менее качественными.

ПРОБЛЕМА СНИЖЕНИЯ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ – необходимость поиска способов и мер, ослабляющих негативное влияние асимметрии информации на эффективность решений, принимаемых участниками рынка, функционирование самого рынка и экономики в целом.

СПОСОБЫ СНИЖЕНИЯ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ

Распространение рыночной информации:

- *законодательное регулирование экономической деятельности* (государственная стандартизация и сертификация товаров; лицензирование деятельности, законодательные нормы по выполнению условий коммерческих и трудовых контрактов).

- *деятельность общественных организаций* (союзов потребителей, производителей).

Рыночные сигналы – это механизм, позволяющий покупателям и продавцам элиминировать или ослабить информационную асимметрию. Специальные меры, применяемые продавцами, проявляются в форме особых характеристик благ; особенных специальных действий продавцов. *Различают* ценовые и неценовые рыночные сигналы.

АУКЦИОНЫ КАК МЕХАНИЗМЫ, СПОСЬБСТВУЮЩИЕ СНЯТИЮ ПРОБЛЕМЫ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ – различают два типа: английский и голландский.

Английский аукцион, – в котором ставки растут снизу вверх до тех пор, пока товар не будет продан по максимальной из предложенных цен.

Голландский аукцион, – в котором ставки снижаются сверху вниз до тех пор, пока товар не будет полностью продан по минимально доступной цене.

ЗАКРЫТЫЙ АУКЦИОН – специфическая разновидность аукциона, в котором ставки выставляются всеми участниками независимо друг от друга одновременно, а товар достается тому из участников, который предложил более высокую цену.

§ 2. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

NB Проведенный анализ закономерностей поведения и взаимодействия хозяйствующих субъектов для достижения экономических целей с необходимостью ставит вопрос о реализации экономического поведения субъектов в хозяйственной практике. Теоретически за этим вопросом скрывается проблема осуществления социально-экономических отношений через хозяйственную деятельность субъектов экономики. Социально-экономические отношения опосредуются *объективно-необходимыми организационными и институциональными отношениями* и проявляются как собственно хозяйственные отношения.

Применение субъектного подхода позволяет обозначить взаимодействие субъектов изучаемых отношений по этапам их включённости в осуществление анализируемого отношения. Это даёт нам возможность теоретически проследить *модификацию экономической деятельности субъектов при переходе с одного уровня на другой* (рис. 77). Уровни опосредования реализации экономического отношения удерживают особые «этажи» *модификации экономических интересов* в осуществлении их реализации. Поэтому введем ряд важных исходных положений для последующего анализа институциональных аспектов рыночного хозяйства:

- ***будем различать:*** экономические, организационно-экономические, институциональные и хозяйственные отношения; экономические и хозяйственные интересы: экономическое и хозяйственное поведение и взаимодействие субъектов.

- ***институциональный уровень*** объективно обусловлен тем, что по мере развития процесса обобществления производства, нарастания монополизации производства и обращения увеличивается роль *общественно-сознательного воздействия* на экономику. Поэтому этот уровень, особенно в части норм и правил (правовых, социальных, организационных), устанавливаемых государством, становится всё более существенным для нормального функционирования экономики, для институционализации социально-экономических отношений.

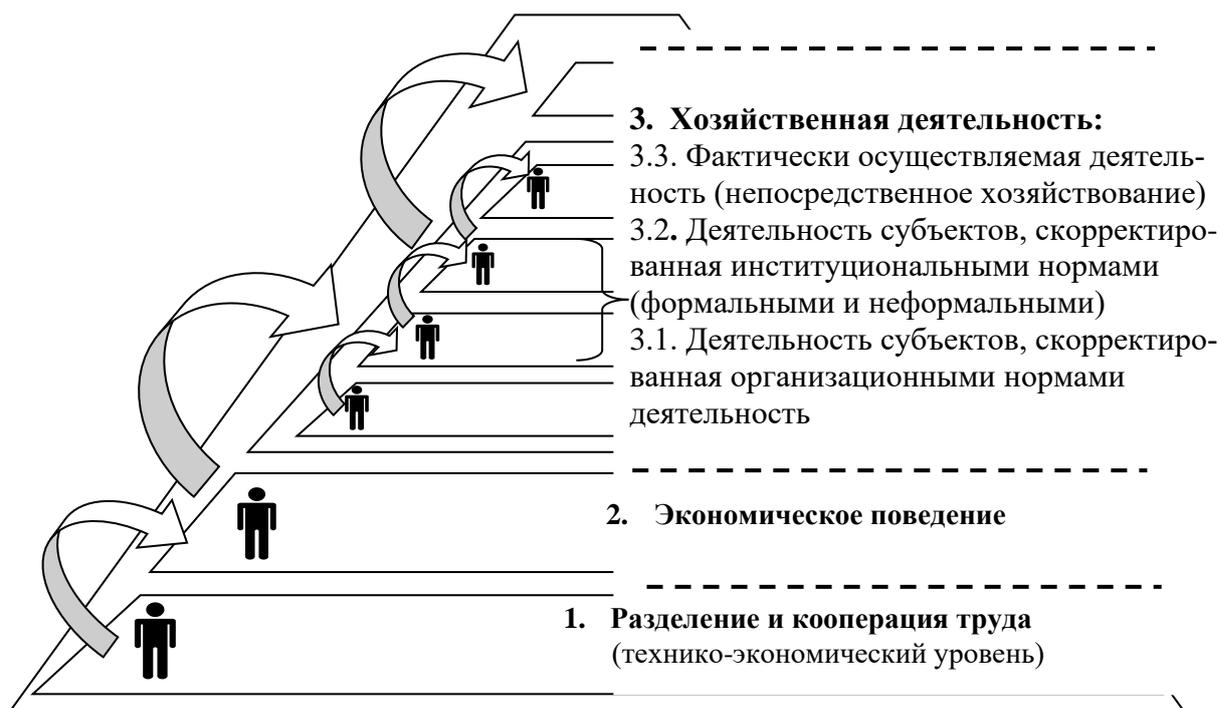


Рис. 77. Модификация экономической деятельности субъектов при переходе с одного уровня на другой

§ 2а. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

NB Функционирование экономических отношений именно на институциональном уровне осложняется *правовыми* нормами своего осуществления. Форма собственности, определяющая структуру экономических отношений, также оформляется нормами права, что составляет юридическое понимание собственности. «Пучки собственности» выражают юридический уровень ее функционирования через владение, распоряжение, пользование и т.д.

Исследование механизма воспроизводства формы собственности предполагает учет всех уровней ее функционирования: определенность со стороны новых форм разделения и кооперации труда; предшествующие присвоения благ в хозяйственной практике [их накопление (разорение)]; насилие во всех его формах (в том числе и посредством норм права). *Важно понимать*, что на *хозяйственно-бытовом* уровне, бытовое сознание воспринимает собственность как имущество и существуют «управление собственностью», «борьба за собственность» и т.п.

ГОСУДАРСТВО КАК СУБЪЕКТ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ – государство обладает общепризнанным и исключительным правом принуждения по отношению к членам общества, *институализированной властью по отношению к принуждению*¹.

Принуждение – склонение членов общества к совместной деятельности через *ограничение свободы их выбора*.

Убеждение – склонение членов общества к совместной деятельности через *расширение свободы их выбора*².

ГОСУДАРСТВО И СОБСТВЕННОСТЬ – способно устанавливать, защищать и изменять права собственности, тем самым формируя и изменяя институциональную структуру

¹ Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 480.

² Там же.

хозяйственной системы и общества, влияя на хозяйственное поведение и взаимодействие субъектов экономики, «правила игры» в обществе в целом.

ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ – это совокупность властных прав, санкционированных поведенческих отношений, складывающихся между людьми по поводу использования ими экономических благ¹.

ТЕОРИЯ ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ – собственность не является целостным, единым элементом экономических отношений, а представляет собой *некий набор (пучок) прав*. Английский юрист Адам Оноре в 1961 г. XX в. предложил наиболее полное определение "пучка" прав собственности, согласно которому он включает 11 элементов, среди которых наиболее важные:

- право владения, т. е. исключительного физического контроля над вещью;
- право пользования, т. е. личного использования вещи;
- право управления, т. е. решения, как и кем вещь может быть использована;
- право на доход, т. е. на блага, проистекающие от предшествующего личного пользования².

ТРАНСАКЦИОННЫЕ (ОПЕРАЦИОННЫЕ) ИЗДЕРЖКИ – издержки в сфере обмена, связанные с передачей прав собственности.

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК:

- издержки поиска информации;
- издержки ведения переговоров и заключения контрактов;
- издержки измерения;
- издержки спецификации и защиты прав собственности;
- издержки оппортунистического поведения.

ИЗДЕРЖКИ ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ – издержки, связанные с поиском информации о потенциальных покупателях, продавцах и т.п. Складываются:

¹ Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 467.

² Onore A. Ownership // Oxford Essays in Jurisprudence / Ed. by A.W. Guest. Oxford, 1961. P. 112-128.

- из затрат времени и ресурсов, необходимых для ведения поиска;

- из потерь, связанных с неполнотой и несовершенством получаемой информации.

ИЗДЕРЖКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ КОНТРАКТОВ – издержки, связанные с переговорами об условиях обмена, юридическим оформлением сделки и т.п.

Складываются:

- из затрат времени и ресурсов, необходимых для ведения переговоров и заключение сделок;

- из потерь из-за неудачно заключенных, некорректно оформленных, ненадежно защищенных соглашений.

ИЗДЕРЖКИ ИЗМЕРЕНИЯ – издержки, связанные с затратами на измерительную технику, сам процесс измерения, просчетами в измерениях.

ИЗДЕРЖКИ СПЕЦИФИКАЦИИ И ЗАЩИТЫ ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ – расходы на содержание судов, арбитража, государственных органов, затраты времени и ресурсов, необходимых для восстановления нарушенных прав собственности, а также потери от плохой их спецификации и ненадежной защиты.

ИЗДЕРЖКИ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ – издержки, связанные с недобросовестным поведением, нарушающим условия сделки или нацеленным на получение односторонних выгод в ущерб партнеру.

ДВЕ ОСНОВНЫХ ФОРМЫ ОПОРТУНИЗМА:

- свойственная отношениям внутри организаций;
- характерна для рыночных сделках.

ЧАСТНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ – всей полнотой прав обладает отдельный субъект.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ – собственность, находящаяся во владении и распоряжении органов государственной власти и самоуправления. Через установленные государством нормы, правила, процедуры реализуются интересы общества.

ОБЩАЯ (КОММУНАЛЬНАЯ) СОБСТВЕННОСТЬ – все соучастники организации обладают общим правом использования объекта собственности до его присвоения

(получения) и частным правом на использование после его получения во временное или постоянное владение.

УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ОБЩЕЙ СОБСТВЕННОСТИ – издержки спецификации и защиты частных прав собственности чрезвычайно высоки, а выгоды от установления частных прав собственности или нулевые, или меньше затрат, связанных с их установлением.

КЛЮЧЕВАЯ ПРОБЛЕМА ОБЩЕЙ СОБСТВЕННОСТИ – ее *сверхиспользование*: каждый индивид стремится опередить другого в потреблении того, что достается ему бесплатно.

Следствие: неустойчива, нестабильна, может модифицироваться в частную или государственную¹.

§ 2б. ТЕОРИЯ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ

NB Анализ функционирования рынков был основан на допущении о том, что рыночная цена учитывает все издержки и выгоды, а осуществление рыночных операций оказывает влияние только на их участников. Практика показывает, что рыночные сделки могут сопровождаться воздействиями на иных лиц, не связанных с рынком.

Объект анализа – нерыночные способы взаимодействия экономических субъектов.

Предмет анализа – побочные воздействия, возникающие в процессе рыночных операций, но не находящие отражение в рыночных ценах.

ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ – выраженные в форме издержек или выгод побочные воздействия, возникающие в процессе рыночных операций, но не находящие отражения в рыночных ценах. Делятся: на *отрицательные и положительные*.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПОКАЗАТЕЛИ ИЗДЕРЖЕК, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В АНАЛИЗЕ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ

¹ См. подробнее: Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 471.

Частные издержки (PC) – затраты участников рыночной операции, связанные с непосредственным производством блага.

Внешние издержки (ES) – затраты лиц, не принимающих участия в данной сделке (третьи лица), вызванные производством и потреблением данного блага.

Общественные издержки (SC) – совокупные затраты участников рыночной сделки и третьих лиц ($SC = PC + ES$).

Показатели: *предельные частные издержки; предельные внешние издержки; предельные общественные издержки* – прирост каждого вида издержек, вызванный некоторым увеличением производства блага (ΔQ); соответственно

- $MPC = \frac{\Delta PC}{\Delta Q}$; $MES = \frac{\Delta ES}{\Delta Q}$; $MSC = \frac{\Delta SC}{\Delta Q}$.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПОКАЗАТЕЛИ ВЫГОД, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В АНАЛИЗЕ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ

Частная выгода (PB) – увеличение благосостояния потребителя данного блага.

Внешняя выгода (EB) – рост благосостояния третьих лиц, вызванного производством и потреблением этого блага.

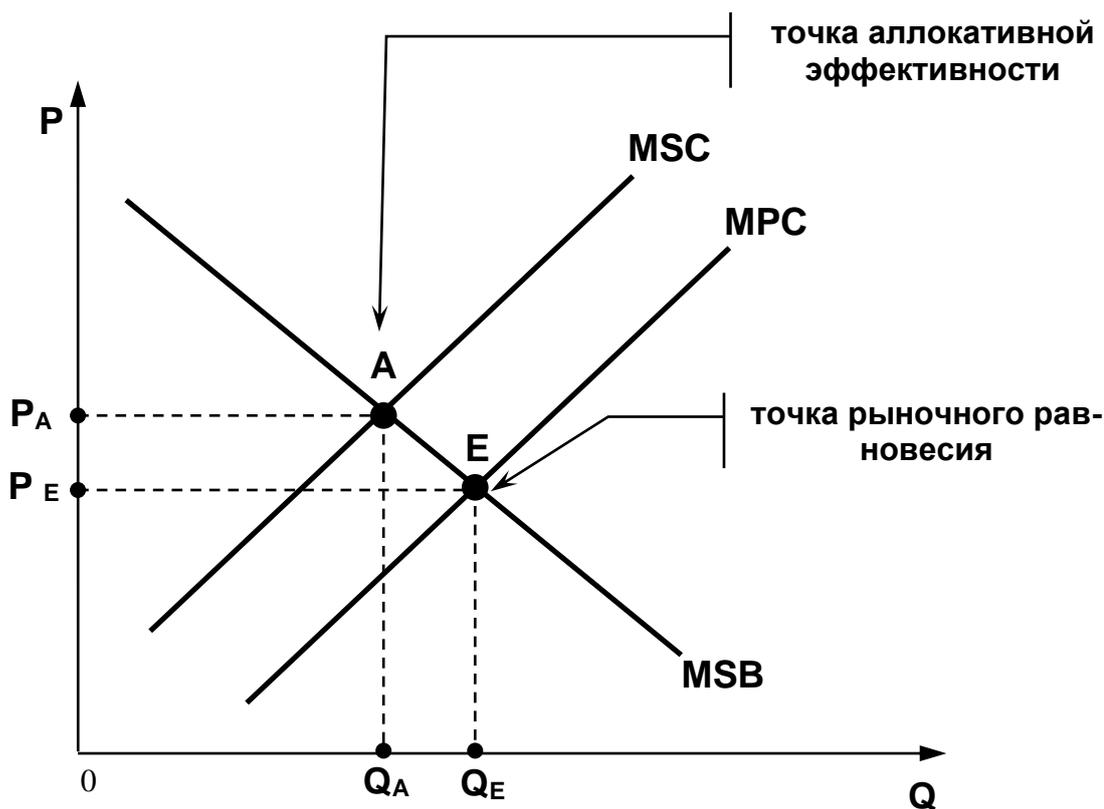
Общественная выгода (SB) – совокупная выгода всех лиц, которых затрагивают производство и потребление данного блага: ($SB = PB + EB$).

Показатели: *предельные частные выгоды, предельные внешние выгоды, предельные общественные выгоды* – прирост каждого вида выгод, вызванный увеличением производства и потребления блага (ΔQ); соответственно:

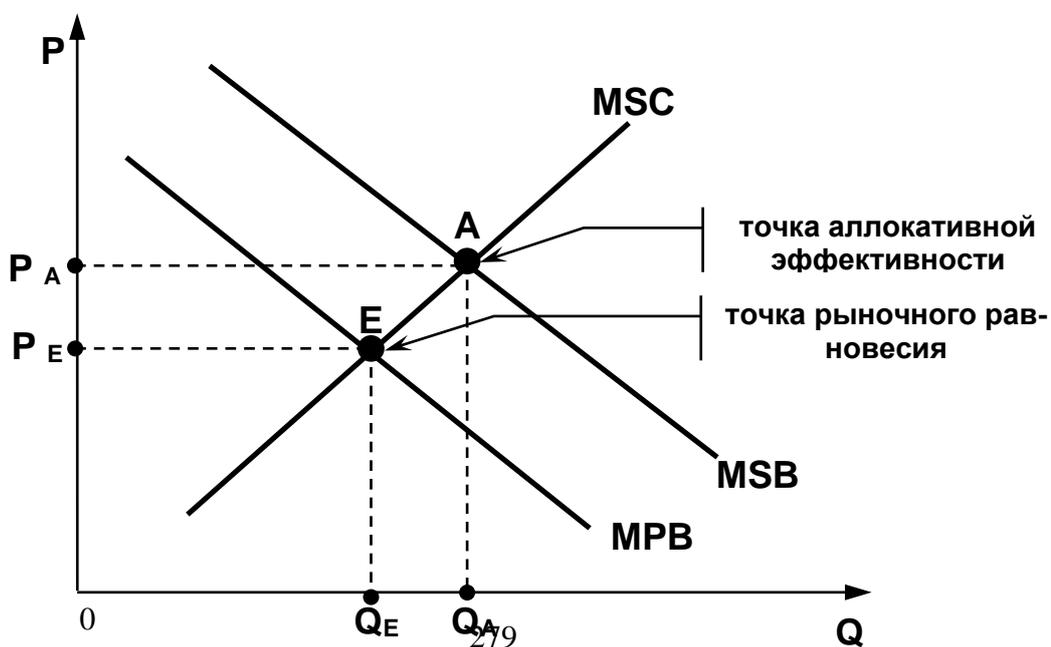
- $MPB = \frac{\Delta PB}{\Delta Q}$; $MEB = \frac{\Delta EB}{\Delta Q}$, $MSB = \frac{\Delta SB}{\Delta Q}$.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ВНЕШНИЙ ЭФФЕКТ – дополнительные издержки, возникающие в результате использования блага и не находящие отражения в его рыночной цене из-за различия в уровне частных и общественных издержек. *Возникает*, если деятельность одного хозяйствующего субъекта вызывает издержки других.

Следствие – *перепроизводство блага*:



ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ВНЕШНИЙ ЭФФЕКТ – дополнительная полезность, возникающая в результате использования блага и не находящая отражения в его рыночной цене из-за различия в уровне частных и общественных предельных выгод. *Возникает*, если деятельность одного хозяйствующего субъекта приносит выгоду другим. Следствие – *недопроизводство блага*:



ПОЗИЦИОННЫЙ ВНЕШНИЙ ЭФФЕКТ – возникает в процессе нерегулируемой деятельности участников соревнования (конкурентов), оборачивающейся неоправданными затратами.

ПРОБЛЕМА СУЩЕСТВОВАНИЯ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ – связана с отсутствием установленных прав собственности на ресурсы, что приводит к искажению стоимости ресурса в альтернативных способах его использования.

Последствия внешних эффектов – искажение информации об издержках и выгодах, что приводит к неэффективности распределения ресурсов, выражающейся в перепроизводстве или недопроизводстве благ.

Условия устранения потерь эффективности – обеспечение равенства общественных предельных издержек и общественных предельных выгод. Любой ресурс или благо используются эффективно в той степени, в какой предельные издержки их применения уравниваются предельными выгодами от него.

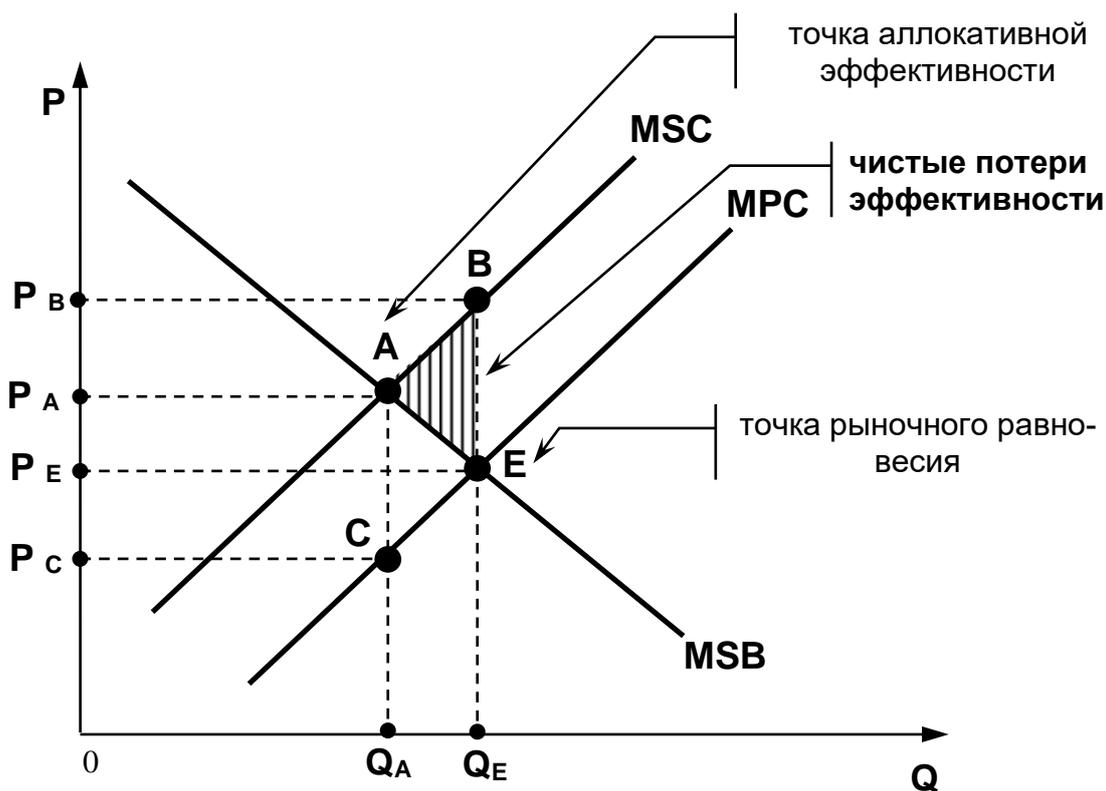


Рис. 75. Последствия, вызываемые отрицательным внешним эффектом

Идея снятия проблемы внешних эффектов – сводится к корректировке частных предельных издержек и выгод таким

образом, чтобы они отражали общественные предельные издержки и выгоды.

Интернализация внешних эффектов – трансформация предельных внешних издержек и выгод во внутренние.

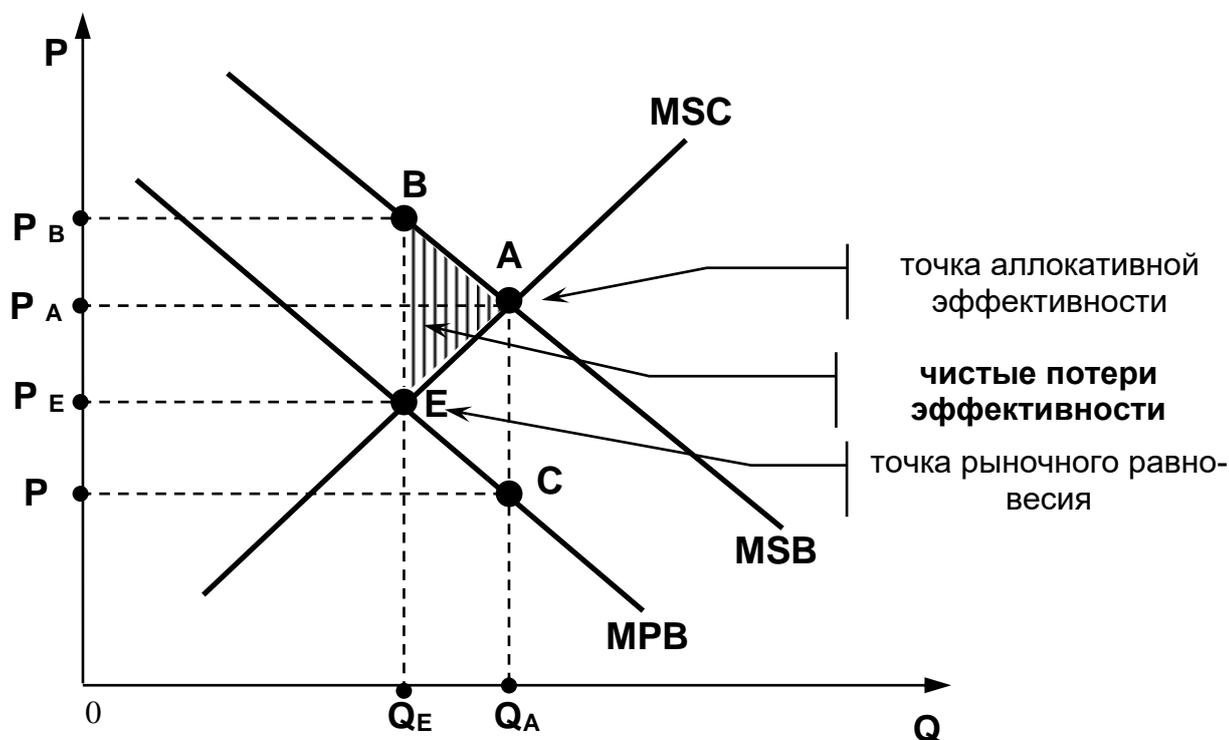


Рис. 76. Последствия, вызываемые положительным внешним эффектом

ДВА ПОДХОДА К СНЯТИЮ ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ:

1. Внешние эффекты могут быть устранены посредством рыночного механизма, если права собственности установлены, а издержки обмена ими незначительны.

Теорема Коуза–Стиглица – при четком установлении прав собственности и нулевых транзакционных издержках, независимо от того, как права собственности распределены между экономическими субъектами, частные и общественные издержки будут равны.

2. Необходимость регулирования внешних эффектов через нерыночные способы воздействия.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ – способы интернализации внешних эффектов, осуществляемые в виде

ограничений или поощрений и направленные на оптимизацию распределения ресурсов.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ

Задача: скорректировать предложение блага в сторону оптимального объема его производства, соответствующего уровню общественных предельных издержек.

Проблема: обеспечить эффективное распределение ресурсов при снижении издержек фирм по устранению внешних эффектов.

Способы: корректирующие стандарты, корректирующие налоги, создание рынка прав на загрязнение.

КОРРЕКТИРУЮЩИЕ СТАНДАРТЫ – устанавливаемые государством ограничения на виды и объемы загрязняющих среду промышленных выбросов.

Ключевая идея: привести равновесный рыночный объем предложения в соответствие с оптимальным путем сокращения предложения блага.

Недостатки: способ не обеспечивает оптимального распределения ресурсов.

КОРРЕКТИРУЮЩИЕ НАЛОГИ – изъятие части дохода фирмы за наносимый ущерб.

Ключевая идея: вводимый на величину внешних издержек налог поднимает предельные издержки производства до уровня общественных предельных издержек.

Практическое применение корректирующих налогов связано с рядом трудностей как экономического, так и технического характера.

ПРЕОДОЛЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ – необходимость выработки эффективной политики контроля над загрязнением окружающей среды.

ЭФФЕКТИВНАЯ ПОЛИТИКА КОНТРОЛЯ НАД ЗАГРЯЗНЕНИЕМ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ – политика сбалансирования предельных общественных выгод контроля с предельными общественными издержками, необходимыми для его реализации.

РЫНКИ ПРАВ НА ЗАГРЯЗНЕНИЯ – объектом купли-продажи являются права на загрязнение в рамках его допустимого уровня.

Лицензия на сброс загрязняющих веществ – дает право на сброс единицы загрязняющего вещества; выпускается в количестве, равном допустимому объему загрязнения.

Механизм «компенсаций» – заключаемое на компенсационной основе соглашение между фирмами об обмене правами собственности на загрязнения.

Фирма может приобрести права на выбросы у другой фирмы, которая готова за определенную плату сократить выбросы. Применяется тогда, когда дополнительные загрязнения недопустимы.

Механизм «кредитования» – право (кредит) на равновеликое превышение норм загрязнения в будущем, на возможность накапливать такие «кредиты». Получают фирмы, имеющие более низкий по сравнению с нормативным уровень вредных выбросов.

Мониторинг – отслеживание норм вредных выбросов по каждому отдельному загрязнителю. Фирмам разрешается превышать нормативы по одному виду выбросов, если она обеспечивает снижение выбросов другого вида.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ

Задача: скорректировать объем потребления блага в сторону оптимального объема его производства и потребления, соответствующего уровню общественных предельных выгод.

Ключевая идея: оказание понижающего воздействия на цену блага, а через него на повышение спроса на благо, а следовательно, и на выпуск.

Способы: корректирующие субсидии и др.

КОРРЕКТИРУЮЩИЕ СУБСИДИИ – платежи потребителям или производителям блага, нацеленные либо на стимулирование спроса, либо на стимулирование предложения в зависимости от их получателя.

§ 2с. ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА

NB

Исходный пункт анализа данной темы – подразделение благ на частные и общественные блага.

Данная типология обусловлена наличием таких благ в обществе, предоставление которых через рынок либо затруднено, либо вообще невозможно.

Экономическая природа, механизм предоставления и эффективность общественных благ становятся ключевыми вопросами темы.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА – блага, выгода от пользования которыми неразделимо распределена по всему обществу, независимо от того, хотят или нет его отдельные представители приобретать это благо.

ЧИСТОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГО – благо, предоставление которого отдельному лицу невозможно без предоставления его остальным.

Потребляется сообща всеми гражданами (независимо от того, платят они за него или нет). Противостоит чистому частному благу. Характеризуется двумя свойствами: *неисключаемостью* и *неизбирательностью в потреблении*.

Свойство неисключаемости в потреблении означает:

- общественные блага являются неделимыми и не могут быть разделены поштучно для индивидуального потребления;
- невозможность воспрепятствовать кому-либо участвовать в потреблении блага;
- общественные блага обладают положительным внешним эффектом – они становятся доступными для всех, как только кто-нибудь начинает потреблять благо. Предоставление его одному лицу сопровождается положительными внешними выгодами для всех лиц, а включение в процесс его потребления дополнительных лиц не приводит к снижению его полезности для существующих потребителей.

Свойство избирательности в потреблении означает:

- потребление общественного блага кем-либо не уменьшает его доступности для других;
 - включение в потребление блага дополнительных потребителей не уменьшает выгод от его потребления;
 - блага неконкурентны, так как предельные издержки предоставления его дополнительному потребителю равны нулю.
- ЧИСТОЕ ЧАСТНОЕ БЛАГО** – благо, доступное в потреблении и приносящее полезность только его владельцу.

Характеризуется двумя свойствами: *исключаемостью и избирательностью блага в потреблении.*

Свойство исключаемости в потреблении – обладание благом кем-либо исключает его доступность для других.

Свойство избирательности в потреблении – выгоды от потребления блага недоступны никому, кроме потребляющего благо.

ОБЩЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР – совместные выработка и принятие решений по поводу производства, распределения, обмена и потребления общественных благ.

ОБЩЕСТВЕННЫЙ И ЧАСТНЫЙ ВЫБОР – принятие решений на основе выявления и учета предпочтений экономических субъектов для их реализации в процессе взаимодействия.

РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ ОБЩЕСТВЕННЫМ И ЧАСТНЫМ ВЫБОРОМ (см. таблицу)¹

Критерии	Рыночный выбор	Общественный выбор
Исходные условия	Цены	Регламентное голосование
Влияние на других агентов	Независимое	Зависимое
Отношение к спросу	Обратное (чем меньше цена, тем лучше)	Прямое (чем больше голосов, тем лучше)
Характер взаимодействия	Купля-продажа	Голосование в обмен на обещание политиков
Принципы обмена	Эквивалентность	Возмездность
Результаты	Присвоение (отчуждение) частных благ	Присвоение (отчуждение) общественных благ и антиблаг (налогов)

¹ Нуреев Р.М. Теория общественного выбора. М., 2005. С. 70.

КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ – в основу положены два критерия:

- разная степень проявления основных свойств;
- различные комбинации основных свойств у разных благ.

Коммунальные блага – совместного потребления, характеризующиеся

- высокой степенью избирательности и низкой степенью исключаемости;
- ограничением доступа к благу, что связано с высокими издержками.

Например, места общественного пользования.

Коллективные блага – характеризуются:

- низкой степенью избирательности и высокой степенью исключаемости, связанной с низкими издержками исключения.

Например, кабельное телевидение.

Перегружаемые блага – доступность и извлекаемая полезность снижается по мере увеличения потребителей. Характеризуются

- ограниченной неизбирательностью и ограниченной неисключаемостью.

Например, дороги, библиотеки.

Клубные блага – доступность ограничивается членством.

Характеризуются

- ограниченной неизбирательностью и ограниченной неисключаемостью.

Например, плавательные бассейны.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ «АНТИБЛАГА» – общественные блага, равномерно налагающие издержки на группу людей. Нежелательные побочные продукты производства или потребления.

ОСОБЕННОСТИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ (ПРОИЗВОДСТВА) ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГА

ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ЧИСТОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГО – подчиняется тем же принципам, что и спрос на чистое частное благо. Определяется уровнем его предельной полезности для потребителя при каждом данном уровне цены.

Особенности спроса на чистое общественное благо:

1. Спрос потребителя на чистое общественное благо отражает предельную полезность всего имеющегося его наличного объема. Потребление общественного блага не корректируется в соответствии с потребностью отдельного потребителя (объем потребления блага каждым отдельным потребителем равен объему предложения блага).

Кривая спроса потребителя отражает готовность потребителя платить за дополнительную единицу чистого общественного блага.

Цена блага, отражающая готовность потребителя платить за него, не является переменной величиной.

Не существует соответствия между издержками производства единицы блага и ценой, которую готов заплатить отдельный потребитель блага.

Потребители имеют разную готовность платить за потребление одного и того же объема чистого общественного блага (в соответствии с их предельными выгодами).

2. Предельная общественная полезность чистого общественного блага для каждого данного объема его потребления представляет собой сумму предельных полезностей всех отдельных потребителей. Все потребители получают выгоды одновременно.

Кривая совокупного спроса на чистое общественное благо определяется путем суммирования предельных выгод, получаемых *от вертикального суммирования* объемов спроса потребителей. Отражает готовность общества оплачивать общественное благо.

ОПТИМАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА (ПРЕДЛОЖЕНИЯ) ЧИСТОГО ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГА

– равенство предельных общественных выгод и предельных общественных издержек производства:

MSB = MSC, где

MSB – предельные общественные выгоды,

MSC – предельные общественные издержки.

Объем производства чистого общественного блага будет оптимальным только при условии, что общие издержки его производства не будут превышать затрат, которые общество

готово заплатить. Поэтому достижение оптимального объема требует кооперации потребителей.

При наличии различий в уровнях предельной полезности потребителей применение единой ставки оплаты чистых общественных благ является неэффективным с точки зрения критерия эффективности Парето.

ПРОБЛЕМА «БЕЗБИЛЕТНИКА» – связана с возникновением у потребителей желания обойтись без лишних выплат, получив выгоды от чисто общественного блага (склонность к уклонению от финансирования производства блага).

СПОСОБЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ:

1. *Посредством рынка:* производство осуществляется частным сектором, финансирование производства – через рыночный механизм (способы, исключающие принудительное участие в финансировании).

2. *Посредством государства:* производство осуществляется государством или частным сектором, а финансирование производства – государством (способы, предполагающие принудительное участие в финансировании).

Государство выступает поставщиком общественных благ, финансируя их производство за счет взимаемых в принудительном порядке налогов, в случаях

- когда положительные внешние эффекты невозможно интернализировать;
- когда интернализации связана с большими издержками.

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ ПОСРЕДСТВОМ ГОСУДАРСТВА – осуществляется на основе властных решений:

1. Определение набора общественных благ.
2. Определение объема производства.
3. Выбор способа финансирования производства общественных благ.
4. Определение принципа распределения налогов.

ПРОБЛЕМА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ ПОСРЕДСТВОМ ГОСУДАРСТВА – государство не является эффективным поставщиком благ, так как имеет внутренние источники неэффективности.

Внутренняя неэффективность – взаимоувязанное предоставление общественных благ на основе решений большинства.

ВНУТРЕННИЕ ИСТОЧНИКИ НЕЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВА В ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ:

1. *Давление электората* – принятие решений с учетом возможной реакции избирателей.

2. *Лоббирование* – давление узкой группы лиц для принятия решений в ее интересах.

3. *Поиск ренты* – использование политических институтов для получения частных выгод.

4. *Бюрократизм* – оппортунистическое поведение и власть чиновников.

КРИТЕРИЙ МЕРЫ ВМЕШАТЕЛЬСТВА ГОСУДАРСТВА В РЫНОЧНУЮ ЭКОНОМИКУ – методы вмешательства государства не должны разрушать рыночные механизмы, экономические инструменты не должны подменяться администрированием, а прямые и косвенные административные методы должны быть строго определены.

МЕРЫ ПО ПОДДЕРЖКЕ ОБЪЕКТИВНОЙ НЕОБХОДИМОСТИ СОХРАНЕНИЯ РЫНОЧНЫХ МЕХАНИЗМОВ:

- поощрение конкуренции и либерализации рынков;
- снижение барьеров для вступления в отрасли;
- качественная антимонопольная политика;
- стимулирование смешанного предпринимательства;
- при определенных условиях денационализация государственной собственности.

P. S. Проведенный анализ был посвящен объективно необходимому участию государства в преодолении «провалов рынка». Однако анализ также показал, что при проведении той или иной политики обнаруживаются проблемы в регулировании государством хозяйственных и социальных процессов. Другими словами, речь может идти о своеобразных «провалах государства». Поэтому принципиально важно теоретически осмыслить проблемы общественного выбора.

§ 2d. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА

NB

Объект анализа – государственное регулирование экономики, хозяйственных процессов, политический процесс.

Предмет анализа – процесс и проблемы принятия правительством решений. *Общественный выбор в условиях прямой и представительной демократии.*

Сферы анализа – избирательный процесс, деятельность депутатов, теория бюрократии, политика регулирования, конституционная экономика.

ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА – изучает различные способы и методы, посредством которых люди используют правительственные учреждения в своих собственных интересах¹.
Представители: Дж. Бьюкенен, Д. Мюллер, У. Нисканен, М. Олсон, Г. Таллок, Р. Толлисон, Ф. Хайек и др.

ПРИНЦИПЫ ТЕОРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА²:

- методологический индивидуализм;
- концепция «экономического человека»;
- политика как обмен.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНДИВИДУАЛИЗМ – субъекты деятельности в политической сфере действуют исходя из своих личных интересов. В данном аспекте исследования политической деятельности принципиально не различаются бизнес и политика.

КОНЦЕПЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЧЕЛОВЕКА» – рациональное поведение субъектов государственной службы, субъектов политической сферы опирается на экономический принцип принятия решений, сопоставляя предельные выгоды и предельные издержки, связанные с принятием решений: $MB \geq MC$.

¹ Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 507.

² Сформулированы Джеймсом Бьюкененным (1919–2013) – американским экономистом, лауреатом Нобелевской премии (1986 года) «за исследование договорных и конституционных основ теории принятия экономических и политических решений». Является одним из основателей школы новой политической экономии.

ПОЛИТИКА КАК ОБМЕН – государство как арена конкуренции людей за влияние на принятие решений, за доступ к распределению ресурсов, за место в структуре государства.

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ГОСУДАРСТВА:

1. Субъекты рынка имеют особые юридические права:
 - ✓ *избиратели* – право выбирать представителей в высшие органы власти;
 - ✓ *депутаты* – право принимать законы;
 - ✓ *чиновники* – право контроля над исполнением законов.
2. Субъекты трактуются как индивиды, обменивающимися голосами и предвыборными обещаниями.

ОБЩЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР В УСЛОВИЯХ ПРЯМОЙ ДЕМОКРАТИИ

КЛЮЧЕВОЙ ВОПРОС: *конституционный выбор, правила выбора регламента (принцип голосования).*

ПРЯМАЯ ДЕМОКРАТИЯ – политическая система, при которой каждый гражданин имеет право лично высказать свою точку зрения и голосовать по любому конкретному вопросу. В масштабе общества проявляется в выборе депутатов парламента, президента, проведении референдумов.

МОДЕЛЬ МЕДИАННОГО ИЗБИРАТЕЛЯ – характеризующая существующую в рамках прямой демократии *тенденцию принятия решений в соответствии с интересами избирателя-центриста.*

ИЗБИРАТЕЛЬ-ЦЕНТРИСТ – человек, занимающий место в середине шкалы интересов общества.

ПРОТИВОРЕЧИЕ МОДЕЛИ МЕДИАННОГО ИЗБИРАТЕЛЯ – с одной стороны, способствует удержанию общества от односторонних решений, а, с другой, – не может наверняка гарантировать принятия оптимального решения. Механизм голосования не позволяет учесть все выгоды отдельного индивида, так как принимаемые сообществом решения должны соответствовать интересам медианного избирателя.

ОБЩЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР В УСЛОВИЯХ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНОЙ ДЕМОКРАТИИ

КЛЮЧЕВОЙ ВОПРОС: *усложнение процесса и процедуры (обусловленность рядом причин – имущественным цензом, цензом оседлости, др.) голосования.*

ПРЕДСТАВИТЕЛЬНАЯ ДЕМОКРАТИЯ – политический режим, при котором хотя основным источником власти и признается народ, но управление государством делегируется различным представительным органам, члены которых избираются гражданами.

Ее суть:

- опосредованное участие субъектов в принятии решений;
- представители, делегированные народом, призваны выражать его интересы (от его имени и в его интересах издавать законы и отдавать распоряжения).

ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА В УСЛОВИЯХ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНОЙ ДЕМОКРАТИИ:

- общественный выбор осуществляется через определенный промежуток времени, ограничен кругом претендентов, каждый из которых представляет свой пакет программ;
- избиратель вынужден избирать лишь одного депутата, позиция которого объективно не может полностью совпадать с предпочтениями избирателя.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА В УСЛОВИЯХ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНОЙ ДЕМОКРАТИИ:

Преимущества:

- использует выгоды общественного разделения труда;
- депутаты специализируются на принятии решений по определенным вопросам;
- законодательные собрания организуют деятельность исполнительной власти, следят за претворением принятых решений в жизнь.

Недостатки:

- для избрания требуется определенная информация, имеющая альтернативную стоимость, получение которой оказывается недоступным для ряда избирателей;

- могут пройти варианты, не соответствующие интересам большинства населения;
- создаются предпосылки для принятия решений в интересах узкой группы лиц.

РАЦИОНАЛЬНОЕ НЕВЕДЕНИЕ – ситуация, когда избиратели не видят пользы от участия в политическом процессе.

ЭФФЕКТ ПОРОГА – минимальное значение пользы, которое необходимо превысить, чтобы избиратель участвовал в политическом процессе.

МОДЕЛЬ МЕДИАННОГО ИЗБИРАТЕЛЯ, АДАПТИРОВАННАЯ К УСЛОВИЯМ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНОЙ ДЕМОКРАТИИ – учет осложнения процедуры выборов.

Пример поэтапного усложнения процедуры выборов:

- кандидат в президенты для того, чтобы добиться цели, должен как минимум дважды апеллировать к избирателю-центристу:

- ✓ внутри партии (для своего выдвижения от партии);
- ✓ к медианному избирателю среди всего населения;
- ✓ для завоевания симпатий большинства приходится вносить значительные коррективы в свою первоначальную программу, а нередко и отказываться от ее фундаментальных принципов.

Ключевая идея: победа достанется тому, кто лучше отразит позицию избирателя-центриста.

Ключевая проблема: точное определение интересов и предпочтений медианного избирателя.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ – это некий набор механизмов, обеспечивающий действие основных форм народовластия: непосредственной, представительной и консультативной демократии¹.

МОДЕЛИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ – модели, позволяющие проиллюстрировать факторы, влияющие на политическое поведение кандидатов².

¹ См.: Е.А. Лукьянова. Конкуренция в политике = конкуренция в бизнесе // Современная конкуренция. 2007. № 3. С. 62.

² Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 517– 520.

МОДЕЛЬ ЭНТОНИ ДАУНСА¹ – иллюстрирует распределение голосов избирателей в соответствии с их идеологическими предпочтениями.

В основе модели два допущения:

- политическими партиями движет не «благо» общества в целом, а желание максимизировать свой электорат;
- об «эгоистичных» избирателях, которые учитывают затраты на поиск информации о политических кандидатах и платформах.

Ключевая методологическая идея: стандартные допущения экономической теории о максимизации полезности могут быть столь же действенными в предсказании политического поведения, сколь и в предсказании экономического поведения.

Модель позволила объяснить варианты реального поведения партий в демократическом обществе:

- тенденцию многопартийных систем к вырождению в двухпартийную систему;
- тенденцию большинства избирателей воздерживаться от голосования во время выборов.

ВАРИАНТЫ МОДЕЛИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ: бимодальное (симметричное, асимметричное распределение голосов), полимодальное распределение голосов (симметричное или асимметричный сдвиг вправо или влево).

ЛОББИЗМ – процесс влияния на представителей власти в целях влияния на принятие выгодного для определенной группы избирателей политического решения.

ГРУППЫ С ОСОБЫМИ ИНТЕРЕСАМИ – группы с взаимными интересами, сконцентрированными на определенных вопросах, реализация которых для группы имеет принципиальное значение.

В отличие от рационального избирателя, соотносящего предельные выгоды и предельные издержки от постоянного воздействия на депутатов, эти группы *стремятся постоянно поддерживать связь с представителями властных структур.*

ИСТОЧНИК КОМПЕНСАЦИИ ЗАТРАТ, связанных с *постоянным поддержанием связи с представителями властных*

¹ Энтони Даунс (р. 1930) – американский экономист и политолог.

структур, – выгоды, полученные от принятия нужного группе решения, будут реализованы внутри группы, а издержки распределятся на все общество в целом.

Ключевое: концентрированный интерес немногих побеждает разпыленные интересы большинства. Относительное влияние групп с особыми интересами гораздо больше доли их голосов.

ВОЗМОЖНОСТЬ ЛОББИЗМА связана с заинтересованностью депутатов, профессиональных бюрократов в поддержке влиятельных избирателей.

ПАРАДОКСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА – принятие экономически неэффективных решений, не способствующих решению ключевых проблем хозяйственной системы, не адекватных сложившейся объективной системе экономических интересов.

Примеры:

- защита старых, а не молодых отраслей;
- регулирование по преимуществу рынков потребительских товаров и услуг, а не факторов производства;
- не обоснованное предоставление льгот тем или иным отраслям, хозяйствующим субъектам и т.п.

ПРИЧИНА ПРИНЯТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИ НЕЭФФЕКТИВНОГО РЕШЕНИЯ, ЛЕЖАЩАЯ В ПРОЦЕДУРЕ ГОЛОСОВАНИЯ, – парадокс голосования.

ПАРАДОКС ГОЛОСОВАНИЯ – противоречие, возникающее вследствие того, что голосование на основе принципа большинства не обеспечивает выявления действительных предпочтений общества относительно экономических благ. Впервые описан маркизом Кондорсе в 1785 году¹, сформулировавшим парадокс теории общественного выбора. Теория получила развитие в работах Кеннета Джозефа Эрроу² и получила название «Парадокс Эрроу» – теорема о невозможности «коллективного выбора».

ПАРАДО́КС КОНДОРСÉ – заключается в том, что при наличии более двух альтернатив и более двух избирателей коллективная

¹ Николя де Кондорсе́, марки́з де Кондорсе́ (1743 — 1794) – французский философ, математик, академик и политический деятель.

² Кеннет Джозеф Эрроу (1921 – 2017) – американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике за 1972 год (совместно с Джоном Хиксом) «за новаторский вклад в общую теорию равновесия и теорию благосостояния».

ранжировка альтернатив может быть цикличной (не транзитивной), даже если ранжировки всех избирателей не являются циклическими (транзитивными). Таким образом, волеизъявления разных групп избирателей, каждая из которых представляет большинство, могут вступать в парадоксальное противоречие друг с другом.

ТЕОРЕМА ЭРРОУ («Парадокс Эрроу») – теорема о невозможности «коллективного выбора»: в рамках ординалистского подхода не существует метода объединения индивидуальных предпочтений для трёх и более альтернатив, который удовлетворял бы некоторым вполне справедливым условиям и всегда давал бы логически непротиворечивый результат¹.

ЗНАЧЕНИЕ ПАРАДОКСА ГОЛОСОВАНИЯ – состоит в том, парадокс позволяет объяснить возможность:

- принятия решений, не соответствующих интересам большинства;
- манипулирования результатом голосования.

ГАРАНТ ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ – твердые и стабильные конституционные принципы и законы, одобренные обществом.

ЛОГРОЛЛИНГ (ПЕРЕКАТЫВАНИЕ БРЕВНА) – практика взаимной поддержки депутатами друг друга путем «торговли голосами» в целях повышения своей популярности.

НЕОДНОЗНАЧНОСТЬ ПОСЛЕДСТВИЙ ЛОГРОЛЛИНГА:

- удастся добиться более эффективного распределения ресурсов, т.е. повышающего общее соотношение выгод и затрат;
- общенациональные интересы нередко приносятся в жертву региональным, а иногда и частным групповым выгодам.

ЭКОНОМИКА БЮРОКРАТИИ И ПРОВАЛЫ ГОСУДАРСТВА

БЮРОКРАТИЯ – система управления, структурно организующая отношения посредством собственного взаимодействия, каче-

¹ Ординалистский подход основывается на том, что предпочтения индивидуума относительно предлагаемых к выбору альтернатив не могут измеряться количественно, а только качественно, то есть одна альтернатива хуже или лучше другой.

ственно и количественно предопределенного требованием управляемой ею социально-экономической среды¹.

БЮРОКРАТИЧЕСКОЕ ОТНОШЕНИЕ – это отношение соподчиненности, отношение, властное по своему проявлению.

ОРГАНИЗАЦИЯ БЮРОКРАТИИ КАК УПРАВЛЯЮЩЕГО КОМПОНЕНТА, СТРУКТУРНО ОРГАНИЗУЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СРЕДУ:

Условие – социальный заказ на нормативный порядок существования бюрократии.

Оформление бюрократической системы сверху вниз посредством установления *норм как правил ее построения*. Главный бюрократ (верхушка системы) не может не быть своеобразным *держателем нормы*, отражающей требования управляемого пространства. Держатель нормы проектирует и строит нормы бюрократического существования под данный социальный заказ.

Бюрократический способ функционирования: снизу вверх – через бюрократическую субординацию нормативных связей.

Особая функция основного держателя нормы (главного бюрократа) *по обеспечению функционирования бюрократической системы* – рефлексивное отношение к проблемам управляемой среды, корректирование и совершенствование нормы функционирования бюрократической системы.

ЭКОНОМИЗАЦИЯ БЮРОКРАТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ – как только возникает проблема осуществления и функционирования этого отношения, то возникает и внутреннее понимание того, что *без учета возможностей реализации частных интересов субъектов отношения оно невозможно*: экономическое становится самодостаточной характеристикой отношений бюрократии.

По сути своей, это отношение нормативной подчиненности, обусловленное таким подчинением, которое обеспечивает на общественно нормальном уровне решение частного интереса подчиняющегося².

¹ Карасёва Л.А. Проблемы современной российской экономики сквозь призму ее структурных уровней / Л. А. Карасева. – Тверь: ТвГУ, 2012. – С. 83.

² Там же – С. 84.

ПРОБЛЕМА ДЕФОРМАЦИИ БЮРОКРАТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ¹ – бюрократическая система потенциально несет в себе и условия своей деформации.

Проявляется:

- в стремлении бюрократа достроить и перестроить пространство собственной деятельности, когда его нормативное существование перестало быть рациональным с позиции реализации его частного экономического интереса;
- в формировании внутренней конкуренции за наиболее выгодное присвоение должностной функции (оказывающейся частью совокупного капитала бюрократической организации).

ИСТОЧНИКИ ДЕФОРМАЦИИ²:

Во-первых, поведение главного бюрократа, который правильно схватывает основные варианты развития управляемой среды, понимая их соотносительную продуктивность.

Во-вторых, поведение главного бюрократа, выстраивающего бюрократическую систему под свой частный интерес. При этом бюрократы внизу могут действовать в соответствии с такими («новыми») заданными нормами. В конечном итоге они разрушают пространство, которое они же призваны организационно удерживать в рамках социального заказа;

В-третьих, главному бюрократу объективно приходится позволять субъектам бюрократических отношений формировать собственные пространства деятельности «по интересам», слабо контролируемым нормами самой системы.

ЭКОНОМИКА БЮРОКРАТИИ (в теории общественного выбора) – система, удовлетворяющая как минимум двум критериям: она не производит экономические блага, имеющие ценностную оценку, и извлекает часть своих доходов из источников, не связанных с продажей результатов своей деятельности.

КОРРУПЦИЯ – использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав, а также связанных с этим официальным статусом авторитета, возможностей, связей в целях личной выгоды.

ПОИСК ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕНТЫ – стремление получить экономическую ренту с помощью политического процесса.

¹ Там же. С. 85.

² Там же. С.86.

ТРИ ТИПА РАСХОДОВ, СВЯЗАННЫХ С ПОИСКОМ РЕНТЫ¹:

- расходы потенциальных получателей монополии;
- усилия бюрократов, стремящихся превратить в свои доходы расходы потенциальных монополистов;
- искажения, возникшие в результате образовавшейся монополии или деятельности государства, направленной на поиск ренты.

ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ – цикл экономической и политической активности правительства между выборами².

ЗАКОНОМЕРНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРАВИТЕЛЬСТВА МЕЖДУ ВЫБОРАМИ³:

1. После выборов осуществляется ряд мер, направленных на изменение целей или масштабов деятельности предшествующего правительства. Предпринимаются попытки по сокращению дефицита государственного бюджета, сворачиванию непопулярных программ, перестройке работы государственного аппарата. Вновь пришедшие к власти люди стараются выполнить хотя бы часть предвыборных обещаний. Эти меры носят особенно радикальный характер, если к власти приходит партия, до этого находившаяся в оппозиции.

2. Затем активность снижается до тех пор, пока падение популярности нового правительства не достигает критического уровня.

3. С приближением следующих выборов активность правительства возрастает.

ПРОВАЛЫ ГОСУДАРСТВА – случаи, когда государство (правительство) не в состоянии обеспечить эффективное распределение ресурсов⁴. К ним относятся:

- ограниченность информации, сложность и многозвенность системы ее сбора, искаженность информации;
- несовершенство политического процесса;

¹ Введены Дж. Бьюкененем.

² Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. С. 529.

³ Там же. С. 530.

⁴ Там же. С. 531–532.

- ограниченность контроля над бюрократией;
- неспособность государства полностью предусмотреть и контролировать ближайшие и отдаленные последствия принятых им решений.

СТРУКТУРА ВЛАСТИ ПО Ф. ХАЕЙКУ¹:

1. Высшей инстанцией является Конституция, которая определяет функции всех органов власти.
2. Законодательное собрание формирует правительственное собрание,
3. Правительственное собрание формирует правительство.
4. Правительство руководит административно-бюрократическим аппаратом.

¹ Там же. С. 533

P. S.

ПОСТСКРИПТУМ

к курсу «Микроэкономика»

Микроэкономический анализ позволил рассмотреть механизм функционирования важнейших производственных отношений рыночной экономики: взаимодействие отдельных экономических субъектов, механизм функционирования рынков.

Очевидно, что их функционирование невозможно вне включенности в систему национальной экономики. Поэтому дальнейшее исследование с необходимостью предполагает смещение акцента в анализе на функционирование экономики как целого и переход к макроэкономическому анализу.

В макроэкономике раскрывается, каким образом экономика как целое обратно воздействует и определяет развитие своих простейших элементов и функциональных частей.

Если в микроэкономике одной из исходных предпосылок была разделенность, автономность поведения экономических субъектов, то в макроэкономике основополагающим становится тезис о взаимосвязи и взаимозависимости экономических процессов.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНОЙ

1. Карасева Л.А. Логический комментарий к курсу микроэкономики: Учебное пособие. – 5-е изд., доп. – Тверь: ТвГУ. – 2017, – 280 с.;
2. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник /Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. И доп. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2014. – 624 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ

1. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. – СПб.: Эконом. школа, 2004. – Т. 1. – 349с.; Т. 2. – 500с.
2. Долан Э.Д., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель. – СПб.: Автокомп, 1992. – 496с.
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. Принципы, проблемы и политика. – М.: Республика, 1992. – Т. 1. – 399 с.; Т. 2. – 400с.
4. Петрищев М.В. Введение в экономику. Логический комментарий: Учебное пособие. – Тверь: ТвГУ. – 2016, – 44 с.;
5. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. – М.: Экономика; Дело, 1992. – 510с.
6. Самуэльсон П.А., Нордхаус В.Д. Экономика. – М.: БИНОМ, 1997. – 800с.
7. Микроэкономика: учебник /Ю.В. Тарануха, Д.Н. Земляков. — 3-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2016. — 320 с. — (Бакалавриат).
8. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело, 1993. – 864с.
9. Франк Р.Х. Микроэкономика и поведение. – М.: ИНФРА-М, 2000.
10. Хайман Д.А. Современная микроэкономика: анализ и применение. – М.: Финансы и статистика, 1992. – Т. 1. – 384 с.; Т. 2. – 384с.
11. 50 лекций по микроэкономике: В 2 т. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – Т. 1. – 624с.; Т. 2. – 776с.

СЛОВАРИ, СПРАВОЧНИКИ, ЭНЦИКЛОПЕДИИ

1. Бернар И., Колли Ж.-К. Толковый экономический и финансовый словарь: французская, английская, испанская терминология: В 2 т. – М.: Международные отношения, 1997.
2. Лопатников Л.И. Экономико–математический словарь (Словарь современной экономической науки). – М.: АБФ, 1996. – 704с.
3. Новиков В.И. Толковый словарь: Термины рыночной экономики. – М.: Наука, 1994.
4. Пасс К., Лоуз Б., Дэвис Л. Словарь по экономике. – СПб.: Эконом. школа, 1998. – 752с.
5. Словарь современной экономической теории Макмиллана. – М.: ИНФРА–М, 1997. – 608с.
6. Толковый словарь рыночной экономики / Под ред. Ф.А. Крутикова. – М.: Глория, 1993.
7. Экономическая энциклопедия / Под общ. ред. Л.И. Абалкина. – М.: Экономика, 2001.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

1. Доступ к следующим электронным библиотечным системам:
ЭБС «ИНФРА-М» <http://www.znaniyum.com>
ЭБС «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН»
<http://www.biblioclub.ru>
Сервер информационно-методического обеспечения учебного процесса ТвГУ <http://edc.tversu.ru>
2. Обращение к Интернет-ресурсам экономических газет и журналов: www.vedomosti.ru; //www.gzt.ru, //www.rbc.ru, //www.minfin.ru, //www.glas.ru

Например:

- ✓ www.expert.ru – Журнал «Эксперт»;
- ✓ www.smoney.ru – Еженедельник «SmartMoney»;
- ✓ www.sf-online.ru – Еженедельник «Секреты фирмы»;
- ✓ www.ko.ru – Еженедельник «Компания»;
- ✓ www.economist.com – Газета «The Economist»;
- ✓ www.worldbank.org – Мировой банк (МБРР);
- ✓ www.akm.ru – Информационное агентство «АК&М»;
- ✓ www.interfax.ru – Рейтинговое агентство «Интерфакс»;

- ✓ www.standardandpoors.com – Рейтинговое агентство Standard & Poor`s;
 - ✓ www.moody.com – Рейтинговое агентство Moody`s Investors Services;
 - ✓ www.fitchratings.ru – Рейтинговое агентство Fitch Ratings;
 - ✓ www.rbc.ru – Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» (РБК);
 - ✓ www.allinsurance.ru – Страхование в России.
12. EconLit (EBSCO) – <http://search.ebscohost.com>
 13. Журналы Кембриджского университета
<http://journals.cambridge.org>
 14. Журналы Оксфордского университета
<http://www.oxfordjournals.org>
 15. Книги и журналы издательства Springer
<http://www.springerlink.com>
 16. Ресурсы издательства Elsevier - <http://www.sciencedirect.com>
 17. Ресурсы издательства Wiley-Blackwell
<http://www3.interscience.wiley.com>
 18. JSTOR - <http://www.jstor.org>.
 19. www.government.ru – Правительство РФ
 20. www.economy.gov.ru – Министерство экономического развития
 21. www.cbr.ru – Центральный Банк РФ-
 22. www.minfin.ru – Министерство финансов РФ
 23. www.nalog.ru – Министерство по налогам и сборам РФ
 24. www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
 25. www.fedcom.ru – Федеральная комиссия по ценным бумагам РФ

Сведения об авторе:

Карасёва Людмила Аршавировна – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории Тверского государственного университета

Учебное издание

КАРАСЁВА Людмила Аршавировна
Логический комментарий к курсу
МИКРОЭКОНОМИКИ

Учебное пособие

Технический редактор А.В. Жильцов

Подписано в печать 04.09.2013. Формат 60 × 84 ¹/₁₆.

Усл. печ. л. 18,5. Тираж 500 экз. Заказ № 305.

Тверской государственный университет

Редакционно-издательское управление

Адрес: Россия, 170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33.

Тел. РИУ: (4822) 35-60-63.