

Тема 1. Модель человека в микроэкономике

Многообразие человеческой личности, разнообразные мотивы ее деятельности делают необходимым при научном анализе экономической жизни использовать **модель человека**, т.е. унифицированное представление о человеке, действующем в определенной системе социально-экономических отношений. Модель человека, как и всякая научная модель, включает в себя основные параметры, характеризующие индивида: мотивы экономической активности, ее цели, а также познавательные возможности человека, используемые им для достижения поставленных целей.

Экономическая теория выделяет в человеке главным образом его **экономическое поведение**, т.е. индивидуальные и общественные действия в процессе создания различных материальных и духовных благ, их распределения и использования. Она рассматривает модель человека как определенную теоретическую предпосылку, на основе которой экономисты строят свои многочисленные теории: спроса, предложения, конкуренции, прибыли, поведения потребителей и производителей и др.

Среди многочисленных направлений создания модели человека в экономике можно выделить три.

Первое направление представлено английской школой, **маржинализмом** и неоклассиками. Данное видение ставит во главу угла эгоистический, прежде всего, денежный интерес, являющийся главным мотивом деятельности «человека экономического». В соответствии с этим подходом индивид ведет себя так, чтобы максимизировать полезность в рамках определенных ограничений, основным из которых является его денежный доход.

«Человек экономический» — это рациональный человек. Он обладает таким уровнем интеллекта, информированности и компетентности, который в состоянии обеспечить реализацию его целей в условиях свободной, или совершенной конкуренции. Рациональный человек в состоянии ранжировать свои предпочтения и стремится к достижению личной цели, обладая свободой выбора. Таким образом, концепция рационального человека опирается на предпосылку о том, что в свободном конкурентном обществе выигрывает тот, кто ведет себя рационально, и проигрывает тот, кто не придерживается рационального поведения.

Второе направление присуще кейнсианской школе, **институционализму**, исторической школе. Модели человека, выработанные в рамках этого направления, представляются более сложными и основаны на теории ограниченной рациональности. В частности, стимулы поведения включают в себя не только стремление к материальным, денежным благам, но и определенные элементы психологического характера — соблюдение традиций, привычки, престиж, желание наслаждаться жизнью и др. В этих моделях общество имеет более сложную структуру, и для поддержания его в состоянии равновесия требуется вмешательство государства в экономические отношения.

Третье направление представлено новой разновидностью модели «экономического человека», отражающей подход американского экономиста Г. Беккера. Для нее характерно возрастание значения не столько материальных, сколько духовных потребностей личности. Поэтому, хотя рациональное поведение в хозяйственной жизни базируется на личной материальной выгоде, оно может в ряде случаев означать отказ от этой выгоды ради других выгод, причем не всегда экономических.

Новую модель отличает многообразие потребностей, главной из которых является потребность в свободе самовыражения, свободного выбора типа культуры и общественно-политических взглядов. Эта модель социально-индивидуального человека предполагает общество, основанное на демократических и плюралистических началах с развитыми межгрупповыми связями и нежесткими границами между социальными общностями.

Носящие в целом абстрактный характер, эти модели отражают в обобщенной форме основные параметры, присущие «человеческому фактору» в хозяйственных процессах. Знание их позволяет не только оценивать роль человека в экономике на различных стадиях развития общества, но и формировать наиболее оптимальные направления в экономической политике, прогнозировать с достаточно высокой степенью вероятности последствия тех или иных экономических решений.

Тема 2. Поведение потребителя: предпочтения и ограничения

Потребительские предпочтения и кривые безразличия

Выбор потребителя зависит от его вкусов, предпочтений. При всей их индивидуальности можно, тем не менее, наблюдая за поведением разных потребителей обнаружить в нём ряд общих черт.

1. Потребитель *способен ранжировать все наборы* товаров и услуг с точки зрения их значимости, предпочтительности для него. Это положение иногда называют *аксиомой полной упорядоченности*.

Сравнивая два набора товаров, потребители могут определить какой из них они предпочитают, или, не будут проводить различий между ними, если наборы представляются им равноценными, доставляющими одинаковое удовлетворение. В последнем случае потребителям *безразлично*, какой из наборов потребить. Подчеркнём, что предпочтения отражают разную желательность блага, но не учитывают его цену. Не будет противоречием, если, например, автолюбитель предпочитает 600-й Мерседес, а покупает Оку.

2. Потребитель последователен в своих предпочтениях. Если он предпочитает товарный набор А товару В, а набор В набору С, то он предпочтёт набор А набору С. Это предположение называют *аксиомой транзитивностью предпочтений*.

3. Потребитель *предпочитает большее количество блага меньшему количеству*, если это не требует отказа от других благ. Например, потребительский набор, включающий 1 единицу блага А и 2 единицы блага В для него предпочтительнее, чем набор 1А + 1В. Подчеркнём, что речь идет о благах (goods), а не о так называемых «антиблагах» (bads), когда меньшее количество предпочитается большему. Примером антиблаг могут служить мусор, табачный дым, праздник 8 марта, фильм «Властелин колец». Является ли предмет благом или антиблагом для вас, зависит от ваших предпочтений. Многим нравятся фантастические фильмы. Мне нет.

Хотя существует огромное множество благ, известных потребителю, рассмотрим вначале выбор только между двумя из них. Основанием для подобного упрощения может служить предположение о том, что потребитель уже решил какие количества всех остальных благ ему потреблять.

Потребительские предпочтения можно выразить графически в виде кривых безразличия. *Кривая безразличия* соединяет точки, показывающие все потребительские наборы, которые, доставляют потребителю, с его точки зрения, одинаковое удовлетворение

Например, при выборе между ананасами и бисквитами (рис. 2-1) субъекту безразлично, какой набор - С (включает 6 ананасов и 1 бисквит), или D (3 ананаса + 3 бисквита), или любой другой набор, находящийся на линии U_1 потреблять. Все эти наборы имеют одинаковую полезность (Utility) для данного потребителя. *Полезность* – это абстрактная мера того, как вы цените потребительский набор. Высказывание «Наборы С и D имеют одинаковую полезность» равнозначно высказыванию – «Если бы пришлось выбирать, вам всё равно какой набор выбрать: С или D».

Свойства типичной кривой безразличия, которая изображена на рис.2-1, легко выводятся из тех трёх предположений о поведении потребителя, которые мы сделали выше.

Во-первых, кривая безразличия должна иметь отрицательный наклон, если для данного потребителя оба потребляемых товара являются благами.

Если перейти из точки E, то положение потребителя улучшится - он получит более ценный набор: большее количество бисквитов (3 против 1) при том же количестве ананасов (6). Значит потребитель уже не будет находиться на кривой безразличия U_1 . Поэтому для нахождения равноценного набора мы должны найти набор включающий в себя большее количество бисквитов, но меньшее количество ананасов. То есть линия безразличия должна быть нисходящей, с отрицательным наклоном.

Вопрос к аудитории: Если для вас один из товаров, например, ананасы является антиблагам (предположим, у вас на них аллергия), а другой (бисквиты) - благом, то что вы можете сказать о наклоне кривой безразличия? Почему? Наклон будет положительным. Чтобы остаться на данной кривой безразличия, дополнительное количество ананасов должно быть для вас скомпенсировано дополнительным количеством бисквитов.

Во-вторых, потребитель предпочитает набор, лежащий выше (правее) данной кривой безразличия, а наборы лежащие ниже (левее) для него менее желанны. Так, набор в точке F содержит большие количества обоих благ, чем набор С и значит он предпочтительнее любого другого набора, находящегося на U_1 (транзитивность предпочтений). Полная картина предпочтений данного потребителя относительно может быть показана с помощью совокупности кривых безразличия – *на карте кривых безразличия*. Так как большее количество блага предпочитается меньшему, то потребитель предпочтёт находиться на более высокой (более удалённой от начала координатных осей) кривой безразличия. Каждой кривой безразличия можно присвоить порядковый номер ($U_0, U_1, U_2, U_3...U_n$), или число. Чем больше этот номер или число, тем больше полезность наборов, которые представляет данная кривая безразличия. Например, U_0 представляет полезность, выраженную числом 10, $U_1 = 15$, $U_2 = 17$ и т.п. Но насколько, на какую величину полезнее для потребителя наборы, допустим, находящиеся на U_2 , чем на U_1 , сказать мы не можем.

Полезность используется здесь лишь как порядковая мера, то есть как понятие ординалистской теории (от англ. ordinal number – порядковое числительное). Значение имеет только порядок (набор F имеет большую полезность, чем набор С, поэтому потребитель отдаст предпочтение F), но величина не имеет. В рамках исторически более ранней кардиналистской теории (от англ. cardinal number – количественное числительное) имеют значение и порядок (набор F имеет большую полезность, чем набор С) и величина (набор F, расположенный на U_2 , на 2 единицы полезнее набора С).

В-третьих, кривые безразличия не могут пересекаться.

Предположим, что кривые U_1 и U_2 пересекаются (рис. 2-3). Тогда потребительский набор в точке пересечения С был бы одновременно равноценен наборам А и В. Но это невозможно, так как набор В содержит больше обоих благ, чем А. Получается, что набор В для потребителя предпочтительнее набора А, а набор А равнозначен набору С. Следовательно, согласно положению о транзитивности предпочтений, набор В предпочтительнее набора С. Но этого не может быть поскольку наборы В и С принадлежат одной кривой безразличия U_2

В-четвёртых, кривые безразличия являются выпуклыми по отношению к началу координатных осей, потому что наклон кривой безразличия при движении по ней вниз уменьшается

Каков экономический смысл наклона кривой безразличия? Он показывает какое максимальное количество одного товара - Q_a (в нашем примере ананасов) может отдать потребитель за дополнительную единицу другого товара – Q_b (бисквит) без ущерба для себя. Ведь полезность нового набора равна полезности прежнего: потребитель остаётся на той же кривой безразличия. Так, если потребитель располагает определённым набором в точке А, то он может заменить в нём 4 ананаса одним бисквитом. Наклон кривой безразличия на участке АВ равен: $-4/1$. Но он не отдаст больше 4 ананасов за 1 бисквит. Если он сделает это, например отдаст 5 ананасов, то его положение ухудшится, поскольку новый набор G будет менее ценным, чем В и, следовательно, чем А. Набор G будет иметь на 1 ананас меньше и через него будет проходить более низкая кривая безразличия (на графике не показана).

Таким образом *наклон кривой безразличия показывает предельную норму замещения (marginal rate of substitution)* – количество одного товара, которое необходимо потребителю, чтобы компенсировать отказ от некоторого количества другого товара:

Тема 3. Производство и фирма

Производство — это процесс изготовления материальных благ или процесс использования рабочей силы, оборудования в сочетании с природными ресурсами и материалами для изготовления необходимых товаров и выполнения услуг.

В производстве продукта человек воздействует на объекты природы, придает им форму, пригодную для удовлетворения

материальных потребностей. Как уже отмечено, производство — это переработка веществ природы для непосредственного потребления или для дальнейшего производства. Такая функция производства сохраняется при любой его социальной форме.

Для того чтобы начать процесс производства, необходимо иметь факторы (ресурсы) производства. Для нас важно выяснить, какие факторы принимают участие в изготовлении) б лаг.

В экономической теории под фактором производства понимается особо важный элемент или объект, который оказывает решающее воздействие на возможность и результаты производства.

Таких факторов, которые используются для производства продукта, очень много. Причем для производства каждого продукта существует свой набор факторов. Поэтому возникает потребность их классифицировать, объединить в большие группы.

Существуют различные подходы в выделении факторов и их классификации в отдельные группы.

Марксистская теория в качестве факторов выделяет рабочую силу, предмет труда и средства труда, подразделяя их на две большие группы: личный фактор производства и вещественный фактор производства.

В качестве личного фактора производства всегда рассматривается рабочая сила — совокупность физических и интеллектуальных способностей человека к труду.

В качестве вещественного фактора принимаются все средства производства.

Личный и вещественный факторы образуют сложную систему взаимодействия, эффективность которой определяется технологией и организацией производства. При этом технология выражает взаимодействие между главными факторами производства. Она предполагает использование разнообразных методов обработки, изменения свойств, формы, состояния предметов труда.

Организация производства обеспечивает согласованное функционирование всех факторов производства, их пропорциональное количественное соотношение, взаимозаменяемость и т.д.

Маржиналистская теория традиционно выделяет четыре группы факторов производства: земля, труд, капитал, предпринимательская деятельность.

Земля рассматривается как естественный фактор. Она не является результатом человеческой деятельности. К этой группе элементов (факторов) производства относят и природные богатства, залежи ископаемых, которые применимы в производственном процессе.

В эту категорию включаются пахотные земли, леса и т.д.

Капитал как фактор производства выступает в виде совокупности благ, используемых в производстве товаров и услуг. Это инструменты, машины, оборудование, складские помещения, транспортные коммуникации, средства связи и т.д. Их техническое состояние постоянно совершенствуется и оказывает решающее влияние на общую результативность производственного процесса и его эффективную целесообразность.

Труд — это целесообразная деятельность человека, с помощью которой он преобразует природу и приспособливает ее для удовлетворения своих потребностей. Всякий труд имеет целью произвести какой-либо результат.

Труд представлен интеллектуальной и физической деятельностью, направленной на изготовление благ и оказание услуг. Совокупность способностей личности, обусловленная образованием, профессиональным обучением, навыками, здоровьем, образует человеческий капитал. Чем квалифицированней труд человека, тем выше его капитал, а соответственно и доход по этому капиталу (оплата труда). Инвестиционные вложения в человеческий капитал в настоящее время являются самыми эффективными и быстро окупаются для общества.

Время, в течение которого человек трудится, называется рабочим днем или рабочим временем. Их периодичность — величина изменчивая, но не может быть больше суток, ибо человеку нужно восстановить свои физические силы (нужно время для сна, отдыха, принятия пищи и т.д.), а также необходимо время на удовлетворение духовных потребностей.

Качество труда характеризуют такие показатели, как производительность и интенсивность (напряженность) труда в единицу времени. Производительность труда показывает, какое количество продукта производится в единицу времени. Она зависит от мастерства человека, от развития науки и техники, от организации производства и др. Мастерство человека иногда наследуется, но чаще достигается тренировкой и обучением.

Предпринимательская деятельность — специфический фактор производства. Она предполагает использование инициативы, смекалки и риска в организации производства. Предпринимательство — неотъемлемый атрибут рыночной экономики, и хотя понятие «предприниматель» в экономике появилось в XVIII в. (Р. Кантильон — английский экономист, впервые внес в экономику это понятие), только в текущем столетии оно стало рассматриваться как фактор производства.

Предпринимательская способность — это особый вид человеческого капитала, представленного деятельностью по координации и комбинированию всех других факторов производства в целях создания благ и услуг. Специфика этой разновидности человеческого ресурса состоит в умении и желании в процессе производства на коммерческой основе внедрять новые виды производимого продукта, технологий, форм организации бизнеса при определенной степени риска и возможности понести убытки.

Предпринимательская деятельность по своим масштабам и результатам приравнивается к затратам высококвалифицированного труда.

В чем же различие подходов в классификации факторов производства?

Во-первых, марксизм исходит из того, что факторы производства как экономическая категория определяют социальную направленность производства. Уже в исходной основе процесса производства формируются классовый состав общества и необходимость борьбы

классов за «справедливость». Маржиналисты же рассматривают факторы как общие технико-экономические элементы, без которых процесс производства немислим.

Во-вторых, маржиналисты под капиталом понимают средства и предмет труда, а природные условия выделяют в особый фонд. Марксисты объединяют природные условия, средства труда и предметы труда в единый вещественный фактор.

Если же речь идет об особых природных условиях в производстве, то специфика их учитывается через ренту. По их мнению, это уже особый отдел науки.

В-третьих, если маржиналисты признают предпринимательскую деятельность как фактор производства, то марксисты отрицают ее.

В целом же различие в классификации факторов обусловлено главным — классовым подходом к анализу естественного производства.

Приведенные классификации факторов производства не являются застывшими, навсегда данными. В экономической теории постиндустриального общества в качестве факторов производства выделяются информационный и экологический.

Оба они тесно связаны с достижениями современной науки, которая сама по себе тоже выступает в качестве самостоятельного фактора, так как оказывает решающее воздействие на уровень эффективности производства, процесс подготовки квалифицированной рабочей силы и повышения уровня и возможностей человеческого капитала. Информация обеспечивает систематизацию знаний, материализованных в систему механизмов, машин, оборудования, моделей менеджмента и маркетинга.

Все большее значение в современном производстве занимает экологический фактор производства, который выступает либо в качестве импульса экономического роста, или ограничения его возможностей в связи с вредностью, загазованностью, загрязнением и т.д.

Подводя итог анализу факторов, отметим, что производство возможно только при введении в производственный процесс всех факторов.

Тема 4. Рыночные структуры.

Рыночная структура – некий набор факторов, которые определяют характер взаимодействия фирм.

Рыночную структуру определяют множество факторов:

- Количество фирм в отрасли и их размеры;
- Тип производимой фирмами продукции (однотипная или дифференцированная);
- Возможность для входа в отрасль и выхода из нее других фирм.
- Количество покупателей.
- Способность фирм воздействовать на спрос посредством рекламы.

и так далее.

Однако основными являются 3 фактора:

- Количество фирм в отрасли и их размеры;
- Тип производимой фирмами продукции (однотипная или дифференцированная);
- Возможность для входа в отрасль и выхода из нее других фирм.

С учетом этих факторов выделяют 4 основных типа рыночной структуры:

- *рынок совершенной (чистой) конкуренции* ;
- *чистая монополия* ;
- *монопольстическая конкуренция* ;
- *олигополия* .

В какой бы рыночной структуре не действовала фирма, она должна решить для себя два важных вопроса:

- Следует ли оставаться в деле или прекратить существование?
- Если оставаться в отрасли, то в каком объеме выпускать товары и услуги?

Первый вопрос актуален для убыточной фирмы, когда $TR < TC$. Для такой фирмы цель – минимизация убытков.

С учётом этой цели принимается решение о ликвидации фирмы. При полном закрытии производства издержки фирмы составят величину TFC (постоянные издержки), т.е. фирма должна расплатиться по всем своим обязательствам (аренда, кредит, страховые взносы и т.д.). И только после того, как фирма рассчитается, она может решать вопрос о прекращении деятельности.

Однако если $(TR - TC) < TFC$, то целесообразно продолжать производство, т.к. это минимизирует убытки, но если $(TR - TC) > TFC$, то выгоднее расплатиться по своим обязательствам и закрыть производство.

Продолжая производство, фирма увеличивает переменные издержки, но, если они при этом покрываются доходом от реализации ($TR > TVC$), то предприятию нужно продолжать производство.

Фирма должна прекратить производство, если $TR < TVC$. Это *правило закрытия (банкротства)*. Сформулируем его по-другому:

$$\begin{aligned} TR &< TVC \\ \frac{TR}{Q} &< \frac{TVC}{Q} \\ P &< AVC \end{aligned}$$

Если $TR > TC$, то фирма получает прибыль. Значит, она должна решать второй вопрос (максимизация прибыли). Увеличивая производство, фирма сравнивает затраты на производство дополнительной единицы продукции (MC) и выручку от ее продажи (MR – предельный доход). Пока расширение производства обеспечивает более быстрый рост дохода (по сравнению с затратами), фирма будет наращивать выпуск. Когда дополнительная единица продукции будет больше добавлять к издержкам производства, чем к доходу, фирма прекратит расширение выпуска.

Когда $MC = MR$, фирма достигает оптимального объема выпуска. Это – *правило максимизации прибыли*, не зависящее от типа рыночной структуры.

Тема 5. Рынки факторов производства.

В рыночной экономике факторы производства - труд, земля и капитал - как и любой другой товар, являются предметом спроса и предложения. Спрос предъявляют фирмы для производства товаров, а предложение исходит от собственников факторов производства. Однако существует своя особенность: факторы производства требуются предпринимателю не для удовлетворения личных потребностей, а для производства товаров, которая принесет в будущем прибыль. В конечном счете, покупатель и продавец на рынке фактически сводятся вместе посредством цены, которая равна стоимости предельного продукта этого фактора.

Как правило, определение цены факторов производства аналогично определению цены на товарных рынках. Однако каждый фактор имеет свою специфику и его следует рассмотреть отдельно. Необходимо также отметить, что поскольку в большинстве случаев факторы производства используются совместно и могут заменять друг друга, рынки факторов производства взаимосвязаны.

На **рынке труда** продается и покупается не сам труд, а услуги труда, количество и качество которых зависят от многих факторов - уровня профессиональной подготовки работника, его квалификации, опыта, добросовестности и др. Купля-продажа услуг труда выступает в форме найма свободного работника на определенных условиях, касающихся продолжительности рабочего дня, размеров заработной платы, должностных обязанностей и др. Под *заработной платой* в широком смысле слова понимается доход от фактора производства под названием "труд". В узком смысле слова заработная плата рассматривается как *ставка заработной платы*, т.е. цена, выплачиваемая за использование единицы труда в течение определенного времени - часа, дня и т.д.

Субъектами спроса на рынке труда выступают бизнес и государство, субъектами предложения - домашние хозяйства.

Рыночный спрос на труд находится в обратной зависимости от величины заработной платы. Если заработная плата растет, а все остальные условия не изменяются, то предприниматель в целях равновесия должен соответственно сократить применение труда и наоборот.

Иначе обстоит дело с функцией предложения труда, также зависящей, но прямо пропорционально, от величины заработной платы. При повышении заработной платы возрастает величина предложения труда и наоборот.

Предложение труда характеризуется двумя важными явлениями: эффект замещения и эффект дохода. Эти эффекты проявляются в случае исследования влияния повышения ставок заработной платы на предложение труда отдельного индивидуума. В результате действия этих эффектов кривая предложения видоизменяется. До определенного момента повышение зарплаты (точка С) ведет к росту предложения, но затем, несмотря на рост заработной платы, происходит сокращение предложения труда. Здесь на отрезке АС проявляется эффект замещения, на отрезке ВС - эффект дохода. *Эффект замещения* связан с тем, что работник в условиях повышения заработной платы, каждый свободный час своего времени расценивает как потерю потенциального дохода. Поэтому он стремится заместить досуг работой. *Эффект дохода* связан с получением работником высокого дохода. Досуг перестает ему казаться вычетом из доходов, а становится благом. Возникает желание купить не только больше товаров, но и иметь большее количество свободного времени. Только покупка будет происходить не за счет полученных денег, а за счет тех, которые он отказывается дальше зарабатывать.

Объединив два графика спроса и предложения труда, получится график, характеризующий равновесную цену труда. В точке Е спрос на труд равен предложению труда, т.е. рынок фактора находится в равновесном состоянии. Отклонение от него в сторону Е₁ приводит к избытку труда и необходимости снижения оплаты труда, а сторону Е₂ - к избытку рабочих мест и нехватке рабочей силы, что ведет к росту зарплаты. Рынок постоянно корректирует отклонения, стремясь привести к равновесию спроса и предложения труда.

При исследовании **рынка капитала** необходимо различать три его формы: **рынок капитальных благ**, где покупаются и продаются производственные фонды (здания, сооружения, машины, оборудование, товарно-материальные запасы); *рынок услуг капитала*, где эти фонды могут быть сданы на прокат за определенную плату; *рынок заемных средств, или ссудного капитала*. Доход, порождаемый ссудным капиталом, называется **процентом**. На рынке капитальных благ спрос на них предъявляет бизнес, а предложение осуществляют домохозяйства. Причем последние предоставляют не здания, сооружения и т.д., а заемные средства (свои сбережения) для осуществления инвестиций, благодаря которым и будут приобретены капитальные блага. На рынке услуг капитала спрос и предложение осуществляют фирмы, сдающие в аренду принадлежащие им капитальные блага по определенной ставке.

Поведение спроса и предложения на услуги капитала представлено на рисунке.

Из графика спроса видно, что по мере вовлечения в производственный процесс все большего количества услуг капитала (при прочих равных условиях) снижается предельный продукт капитала в денежном выражении, или предельная доходность капитала. Согласно графику предложения, чем большую сумму денег фирма вкладывает в покупку капитального блага, тем больше предельные издержки упущенных возможностей, которые она несет. Равновесие спроса и предложения услуг капитала достигается в точке пересечения кривых, которая отражает равную стоимости предельного продукта капитала цену услуг капитала.

Спрос на рынке заемных средств имеет отрицательный наклон (рисунк). Это объясняется убывающей предельной производительностью инвестиций по мере того, как увеличивается количество привлекаемого ссудного капитала. Причиной положительного наклона предложения заемных средств являются растущие предельные издержки упущенных возможностей. Потребители сберегают часть своего дохода, предпочитая будущее потребление настоящему. В точке пересечения спроса и предложения устанавливается равновесие на рынке ссудного капитала. Происходит совпадение стоимости предельного продукта заемных средств и цены использования капитала, т.е. точка Е отражает равновесную ставку процента. **Ставкой (нормой) процента** называется отношение дохода, полученного от предоставления в ссуду капитала, к величине ссужаемого капитала, выраженное в процентах.

Исчисление дохода, или определение расчетной величины чистой производительности капитала, называется *"дисконтированием"*. Банковская процентная ставка играет в этих расчетах определяющую роль. На ее

основе осуществляется расчет дохода в форме процентов, которые могут быть получены от будущих инвестиционных проектов. Дисконтирование осуществляется по формуле:

$$D = D_t / (1 + r), \quad (2.9)$$

1
де:
 D - текущая дисконтированная стоимость актива,
 D_t - ежегодный будущий доход от актива, инвестированного на период, равный t лет;
 r - норма банковского процента.

Особенность **рынка земли** заключается в ограниченности количества данного фактора: сама земля, водные ресурсы, полезные ископаемые и т.д. даны раз и навсегда, увеличить их количество в зависимости от экономических условий невозможно. Таким образом, предложение на рынке земли является абсолютно неэластичным (**рисунок**). Это порождает появление особой экономической категории - земельной ренты (арендной платы). **Земельная рента** - это дополнительный доход, возникающий в агросфере вследствие особо благоприятных условий. Она играет роль равновесной цены на рынке земельных ресурсов.

Очевидно, что при абсолютно неэластичном предложении земельная рента определяется исключительно спросом на услуги земли, который также специфичен, так как является производным спросом. Если цена на благо снизилась, то и производный спрос на землю упал. Следовательно сократится и арендная плата за землю (рис. ДОб105). Графически показано, что в условиях ограниченного предложения земли снижение спроса с D до D_1 приведет к изменению равновесия на рынке фактора из точки E в точку E_1 . Соответственно упадет и арендная плата.

Тема 6. Общее равновесие и эффективность.

Различают частичное равновесие и общее равновесие.

Под частичным равновесием понимается равновесие, складывающееся на отдельном рынке. При частичном равновесии не учитывается, как изменение цены одного блага влияет на цены других благ, и игнорируется возникающий при этом эффект обратных связей.

Эффекты обратной связи - это последствия изменения цен и объемов благ на данном рынке в ответ на вызванные на нем изменения цен на взаимосвязанных с ним рынках.

В реальной действительности все рынки находятся в тесном взаимодействии, в результате которого изменения в спросе или предложении на одном рынке влияют на равновесные цены и объемы реализации на всех рынках. Поэтому помимо анализа частичного равновесия требуется анализ общего равновесия.

Общее равновесие - это система взаимосвязанных цен, обеспечивающая одновременное равенство спроса и предложения на всех рынках. Общее экономическое равновесие - это такое состояние экономики, когда все рынки одновременно находятся в равновесии, а каждый субъект максимизирует свою целевую функцию.

Эффективность производства - это такая ситуация, в которой при данных производственных ресурсах и существующем уровне знаний нельзя произвести больший объем одного блага, не жертвуя при этом возможностью производства некоторого объема другого блага. Понятие эффективности производства, как и более широкое понятие экономической эффективности, включает в себя избежание ущерба.

Эффективность производства достигается тогда, когда ресурсы распределяются таким образом, чтобы обеспечить максимально возможный чистый выигрыш от их применения. Эффективность производства выступает критерием успеха хозяйственной деятельности людей, применяющих ресурсы. Если достигнута эффективность производства, то никакое изменение методов производства или дальнейший обмен благами не приведет к дополнительному выигрышу.

В качестве инструмента в анализе производства и распределения ресурсов в экономике, которые отвечают критерию эффективности производства, используется диаграмма (ящик, коробка) Эджуорта.

Считается, что при данном предложении благ потребление является экономически эффективным, если уровень благосостояния одного лица можно улучшить только посредством понижения уровня благосостояния другого лица.

Считается, что при данном предложении ресурсов наблюдается эффективное их размещение, если невозможно увеличить выпуск одного блага, не сократив одновременно выпуск другого блага.

Указанное выше положение изображается линией (кривой) производственных возможностей.

Линия (кривая) производственных возможностей показывает, какой максимальный объем одного товара может быть выпущен при данном объеме выпуска другого товара с использованием данного объема ресурсов и технологии. Производство является эффективным, если достигается одна из точек на кривой производственных возможностей. Эта кривая изображена сплошной линией на рис. 46.1.

На рис. 46.1 точка QF показывает выпуск одежды, точка Qc - выпуск пищи. Точки E, F и G взяты с кривой контрактов (рис. 47.2).

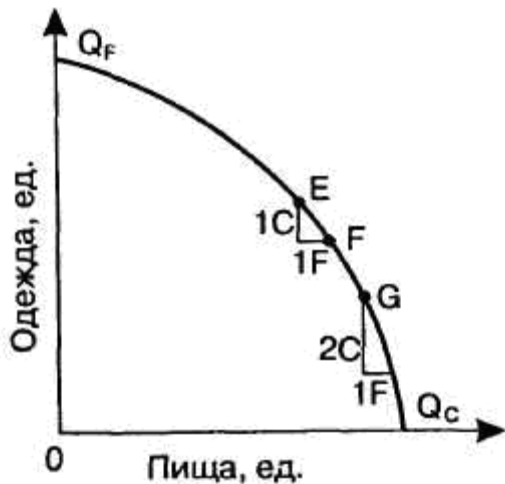


Рис. 46.1. Кривая (линия) производственных возможностей

Кривая производственных возможностей имеет вогнутую (выпуклую вверх) форму, т. е. ее наклон увеличивается с увеличением выпуска Q_C . Для описания этого положения введем понятие предельной нормы трансформации.

Предельная норма трансформации (MRT) - это тангенс угла наклона кривой производственных возможностей в каждой точке; она измеряет тот объем одного блага, от которого необходимо отказаться ради получения дополнительной единицы другого блага. Так, в точке E на кривой MRT равна 1, так как, чтобы получить дополнительную единицу пищи, следует сократить производство одежды на 1 единицу. В точке G MRT равна 2, поскольку нужно пожертвовать 2 единицами одежды ради получения дополнительной единицы пищи.

Вогнутая форма кривой производственных возможностей означает, что предельная норма трансформации (MRT) увеличивается по мере того, как увеличивается производство пищи. Такое положение объясняется тем, что производительность труда и производительность капитала различаются при вложениях в выпуск пищи и одежды.

Форму кривой производственных возможностей можно выразить в терминах предельных издержек. То, что мы "выиграем", уменьшая выпуск одежды на небольшую величину, - это предельные издержки производства в отрасли, выпускающей одежду. Используя полученные таким образом "ресурсы" в отрасли, производящей пищу, получаем увеличение ее выпуска. Следовательно, наклон кривой производственных возможностей, или предельная норма трансформации, определяется соотношением предельных издержек:

$$MRT_{F,C} = \frac{MC_F}{MC_C}$$

Это условие более вероятно для E, где MRT равно 1.

Фирмы, максимизирующие прибыль, применяют факторы производства в таких комбинациях, которые минимизируют издержки производства при любом данном объеме выпуска. Таким образом, производители пищи реагируют на цены труда и капитала, установившиеся на конкурентных рынках факторов производства, исправляя применение данных ресурсов до тех пор, пока не будет достигнуто такое условие:

$$MRTS_{LK}^F = \frac{P_L}{P_K}$$

Производители одежды, максимизирующие прибыль, тоже обеспечивают такое применение ресурсов, при котором предельная норма замещения капитала трудом не будет равной отношению цены труда к цене капитала:

$$MRTS_{LK}^C = \frac{P_L}{P_K}$$

На конкурентном рынке цена на стандартизированные факторы производства одинакова для всех пользователей. Из этого следует, что отношение цены труда к цене капитала должно быть равным для всех производителей пищи и одежды. Следовательно,

$$MRTS_{LK}^F = MRTS_{LK}^C,$$

что является условием эффективного использования факторов производства.

Тема 7.

Рынок и государство: микроэкономический аспект.

Формы и оценка последствий государственного регулирования рынка

1.1 Налоги и дотации. Фиксированные цены
государственный регулирование рынок

Роль государства в современной рыночной экономике не следует недооценивать.

Прежде всего государство устанавливает правила экономического поведения и обеспечивает их соблюдение всеми экономическими субъектами.

Предположим, некое предприятие обанкротилось. Государственное законодательство определяет порядок удовлетворения претензий к этому предприятию со стороны банков, других кредиторов, потребителей его продукции, государственного бюджета, наемных работников и т. д. Или, допустим, некое предприятие сорвало договорные поставки своей продукции потребителям и тем самым нанесло им экономический ущерб. Законодательство устанавливает общий порядок определения и возмещения этого ущерба.

Другая очень важная функция государства - управление денежной системой.

Важное значение имеет разработка и применение антимонопольного законодательства. Стремясь к максимуму прибыли, монополист обычно сокращает объем производства и повышает цену на свою продукцию по сравнению с теми объемом и ценой, которые сложились бы на конкурентном рынке. Но государственную политику по отношению к монополиям нельзя сводить только к борьбе с ними. В некоторых сферах экономической деятельности разделение монополиста на несколько конкурирующих между собой предприятий или организация параллельных фирм, выпускающих такую же продукцию, экономически нецелесообразно, поскольку это может привести к росту затрат на единицу производимой продукции или оказываемых услуг. Например, имеет ли смысл создавать два конкурирующих между собой метрополитена с параллельными линиями? В таких случаях имеет место естественная монополия. С естественными монополиями государство обычно не борется, оно их регулирует, в том числе и путем установления фиксированных цен на их продукцию и услуги.

В некоторых случаях экономически оправдано предоставление государством монопольных прав отдельным экономическим субъектам. Например, государство юридически оформляет, а затем и защищает право собственности изобретателя на его изобретение. Никто без разрешения изобретателя и без устанавливаемого им вознаграждения не имеет права воспользоваться его изобретением. Конечно, монополия изобретателя сдерживает широкое использование данного изобретения на практике. Но, с другой стороны, такой порядок создает мощные материальные стимулы к новым и все более эффективным изобретениям.

Налоги

В современной рыночной экономике применяется довольно сложная и разнообразная система налогов. Население регулярно вносит в государственный бюджет подоходный налог, величина которого определяется в зависимости от размера дохода того или иного гражданина. Предприятия уплачивают налоги на прибыль. Используются также налоги на имущество, таможенные пошлины и т. д.

Рассмотрим воздействие на рыночное равновесие так называемых нетоварных налогов. К этой группе налогов можно отнести налог на налог продажи, а также так называемый акциз.

Непосредственными плательщиками в государственный бюджет этих налогов являются обычно продавцы. Ставки потоварного налога устанавливаются либо в определенном проценте от цены товара, либо в абсолютной сумме (в рублях и копейках) с каждой единицы товара.

Рассмотрим рис. 1. Вначале, до введения налога, линия спроса занимала положение D_1 , а линия предложения - S_1 . Равновесная цена составляла P_1 , равновесный объем продаж - Q_1 .

Допустим теперь, что правительство ввело налог на данный товар в сумме T руб. на каждую единицу этого товара. Предположим сначала, что налог вносится в госбюджет продавцами.

Это вызовет параллельный сдвиг линии предложения вверх на величину T . Почему? Если ранее производители согласны были предложить на рынке количество товара, скажем, Q_1 по цене P_1 , то теперь они согласятся предложить на рынке то же количество товара, если только цена брутто (с включением налога) будет на T руб. выше, чем P_1 . В этом случае производители получают цену нетто (без включения налога), равную прежней цене. Это рассуждение применимо к любой точке линии предложения. Поэтому все точки линии предложения переместятся вверх на T руб. Линия предложения займет положение S_2 .

Рис. 1. Воздействие на рыночное равновесие потоварного налога, если он уплачивается продавцами.

Новое равновесие характеризуется тремя величинами: Q_2 , P_+ , P_- . Объем рынка Q_2 будет меньше первоначального Q_1 . Цена, которую платит покупатель, P_+ , окажется выше первоначальной P_1 . Цена, которую фактически получает продавец (без налога), P_- , окажется ниже первоначальной. Общая сумма налога, поступающая в госбюджет, будет соответствовать площади прямоугольника P_+ABP_- . Обратим внимание на следующий факт. Несмотря на то что весь налог вносится в госбюджет продавцами, часть налогового бремени возлагается на покупателей.

Можно представить себе такую ситуацию, когда потоварный налог непосредственно вносится в госбюджет не продавцами, а покупателями. Предположим, например, что покупатели, придя в магазин, платят за товар цену без потоварного налога и тут же уплачивают налог присутствующему в магазине налоговому инспектору. В этом случае происходит параллельный сдвиг линии спроса вниз на величину T (рис. 2).

Рис. 2. Воздействие на рыночное равновесие потоварного налога, если он уплачивается покупателями.

Действительно, если ранее покупатели согласны были приобрести количество товара, скажем, Q_2 по цене P_1 , то теперь они согласятся приобрести то же количество товара, если только его цена без налога будет на T руб. ниже. Тогда покупатели заплатят цену с включением налога, равную прежней цене.

Нетрудно убедиться, что новый объем продаж O , цены P_+ и P_- будут точно такими же, что и в случае, когда налог вносится в бюджет продавцами. Таким образом, не имеет никакого значения, кто является непосредственным плательщиком потоварного налога: продавец или покупатель. Результат будет один и тот же. Введение потоварного налога вызывает сокращение равновесного объема рынка, повышение цены, фактически уплачиваемой покупателями, и снижение цены, фактически получаемой продавцами.

Сила воздействия потоварного налога на объем продаж зависит от наклонов линий спроса и предложения. На рис. 3,а изображена ситуация, когда и линия спроса, и линия предложения имеют пологие наклоны. Введение потоварного налога, уплачиваемого продавцами, вызывает резкое сокращение продаж. Предположим, что речь идет в

данном случае о красных автомобилях. Для большинства покупателей цвет автомобиля не имеет большого значения. Повышение цен только на красные автомобили вызывает переключение спроса покупателей с красных автомобилей на автомобили другого цвета. Поэтому линия спроса на автомобили красного цвета имеет довольно пологий характер.