

Часть III

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ 2: РЫНКИ И БЛАГОСОСТОЯНИЕ

Глава 7

ПОТРЕБИТЕЛИ, ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЫНКОВ

В ЭТОЙ ГЛАВЕ ВЫ:

- * Рассмотрите связь между готовностью покупателей заплатить за товар и кривой спроса.
- * Узнаете, как определить и измерить потребительский излишек.
- * Проанализируете связь между издержками производства поставщиков и кривой предложения.
- * Узнаете, как определить излишек производителя.
- * Увидите, как равновесие спроса и предложения максимизирует общий излишек на рынке.

Представьте себе, что некий американец отправляется в бакалейный магазин, чтобы приобрести индейку, предназначенную для семейного обеда в День благодарения. Вполне возможно, что, увидев цену на желанной тушке, он испытает глубокое разочарование. В то же время поставляющие на рынок индеек фермеры, вероятно, желали бы получать более высокую цену за свой продукт. Ничего удивительного: покупатели всегда хотели бы заплатить за приобретаемый товар поменьше, а продавцы стремятся получить большую сумму денег. Но насколько «верна» цена на индейку с точки зрения общества в целом?

В предыдущих главах мы рассмотрели, как в условиях рыночной экономики силы спроса и предложения определяют цены товаров и услуг и объемы их продаж. Но до сих пор мы анализировали способ рыночного распределения ограниченных ресурсов, не задавая вопроса о его желательности, о его плюсах и минусах. Другими словами, наш анализ имел позитивный (что

такое), а не нормативный (что должно быть) характер. Мы знаем, что изменение цены гарантирует равенство количества предложенных индеек объему спроса. Но как оценить равновесный объем рынка? Достаточно ли количество разводимых фермерами индеек? Не желательно ли увеличить или уменьшить их потребление?

В этой главе мы рассмотрим теорию экономики благосостояния, проанализируем влияние распределения ресурсов на экономическое процветание. Мы начнем с изучения благ, которые получают на рынке покупатели и продавцы, а затем попытаемся ответить на вопрос о том, имеет ли общество возможность увеличить эти выгоды? Анализ приводит к выводу о том, что равновесие спроса и предложения на рынке означает максимизацию извлекаемой покупателями и продавцами общей выгоды.

В соответствии с одним из Десяти принципов экономике рынки обычно являются хорошим способом организации экономической деятельности. Теория экономики благосостояния объясняет этот принцип более полно. Он отвечает на наши вопросы о справедливой цене на птицу: цена, которая приводит спрос и предложение индейки в состояние равновесия, в определенном смысле является наилучшей, максимизирующей общее благосостояние потребителей индеек и их производителей.

Потребительский излишек

Мы начинаем наше изучение экономики благосостояния с рассмотрения благ, которые получают покупатели.

Готовность заплатить

Представьте себе, что вы являетесь обладателем первого альбома Элвиса Пресли, но не находите в творчестве этого певца ничего особенного и готовы продать не представляющую для вас ценности запись. Один из способов организации продажи — проведение аукциона.

На объявленный аукцион приходят четыре поклонника Элвиса: Джон, Пол,

Джордж и Ринго. Все они хотели бы получить пластинку кумира, но каждый готов заплатить некую предельную для себя сумму (табл. 7.1). Максимальная сумма денег, которую заплатит каждый покупатель за желаемый товар, называется готовностью заплатить и является показателем восприятия ценности товара потребителем. Каждый покупатель жаждал бы купить альбом, цена которого ниже его готовности заплатить; отказался бы от приобретения пластинки по цене, превышающей его готовность расстаться с деньгами; и сохранял бы равновесие духа, если бы цена альбома была равна его готовности оплатить покупку.

Чтобы продать пластинку, аукционист начинает с минимальной цены, скажем \$10. Так как все четыре покупателя готовы заплатить большие суммы, цена лота быстро возрастает. Торговля заканчивается, когда Джон соглашается отдать за пластинку \$80 (или немного больше). В этот момент Пол, Джордж и Ринго прекращают торг, так как не желают платить за альбом больше \$79,99. Джон вынимает из бумажника \$80 и получает желаемый товар. Заметьте, что пластинку получил покупатель, который оценил ее выше других желающих.

Таблица 7.1. Готовность заплатить четырех возможных покупателей

Покупатель	Готовность заплатить, \$
Джон	100
Пол	80
Джордж	70
Ринго	50

Какую выгоду извлек Джон из приобретения альбома Элвиса Пресли? В этом смысле Джон выторговал определенную сумму: он готов был отдать за пластинку \$100, а пришлось заплатить только \$80. Мы говорим, что Джон получает потребительский излишек в размере \$20.

Потребительский излишек определяет выгоду, которую приносит покупателю функционирование рынка. В нашем примере Джон извлекает выгоду от участия в аукционе в размере \$20, потому что он заплатил только \$80

за товар, который оценивает в \$100. Пол, Джордж и Ринго не получают никаких выгод, так как они не получили желанного альбома.

Теперь рассмотрим несколько отличный пример. Предположим, что вы предлагаете две одинаковые пластинки Элвиса Пресли и еще раз устраиваете аукцион для четырех возможных покупателей. Предположим, что оба альбома продаются по одной цене и что ни один из покупателей не собирается покупать больше одной пластинки. Следовательно, цена растет до тех пор, пока в аукционе принимают участие два покупателя.

Торги прекращаются, когда Джон и Пол предлагают по \$70 (или несколько больше). По этой цене и Джон и Пол готовы приобрести альбом, а Джордж и Ринго не желают платить больше \$69,99. Джон и Пол получают излишек, равный их готовности заплатить за вычетом цены пластинки. Потребительский излишек Джона составляет \$30, а Пола — \$10. Теперь потребительский излишек Джона больше, чем раньше, потому что он получает тот же альбом, но по меньшей цене. Общий потребительский излишек на рынке составляет \$40.

Использование кривой спроса для определения потребительского излишка

Потребительский излишек имеет непосредственное отношение к кривой спроса на товар. Чтобы убедиться в этом, давайте продолжим наш пример и рассмотрим кривую спроса на первый альбом Элвиса Пресли.

Чтобы составить расписание спроса для альбома, мы используем данные о готовности покупателей заплатить за него. В табл. 7.2 представлены данные о спросе, которые соответствуют данным табл. 7.1. Если цена на пластинку превышает \$100, объем рыночного спроса равен 0, так как желающие расстаться с запрашиваемой суммой отсутствуют. В интервале цены от \$80 до \$100 объем спроса равен 1, так как требуемую сумму готов заплатить только Джон. В том случае, когда цена находится в промежутке между \$70 и \$80, объем спроса равен 2, потому что желание приобрести альбом изъявляют и Джон и Пол. Мы можем продолжить этот анализ и для других цен. Таким образом, на основе

данных о готовности потребителей заплатить за товар составляется расписание спроса для четырех возможных покупателей.

Таблица 7.2. Расписание спроса покупателей из табл. 7.1

Цена, \$	Покупатели	Объем спроса
Больше 100	Никто	0
От 80 до 100	Джон	1
От 70 до 80	Джон, Пол	2
От 50 до 70	Джон, Пол, Джордж	3
50 или меньше	Джон, Пол, Джордж, Ринго	4

На рис. 7.1 изображена кривая, построенная на основе составленного нами расписания спроса. Отметьте зависимость между высотой кривой спроса и готовностью покупателей заплатить. При любом количестве цена, определяемая кривой спроса, показывает готовность заплатить предельного (маржинального) покупателя, то есть желающего приобрести товар индивида, который при повышении цены первым покинет рынок. Объему предложения, равному 4 альбомам, соответствует цена \$50 — сумма, которую готов заплатить за пластинку Ринго (предельный покупатель). Предложению, равному 3 альбомам, соответствует цена \$70, сумму, которую готов заплатить Джордж (он занимает освободившееся место маржинального покупателя).

Так как кривая спроса отражает готовность покупателей заплатить за товар, мы можем использовать ее для определения потребительского излишка. Для расчета последнего в нашем примере используем кривую спроса на рис. 7.2. На графике (а) цена пластинки составляет \$80 (или несколько больше), а требуемое количество — 1. Отметьте, что площадь прямоугольника над ценой и под кривой спроса равна \$20 и в точности соответствует потребительскому излишку, значение которого мы рассчитывали ранее для продажи одного альбома Джону.

На графике (б) на рис. 7.2 отображен потребительский излишек в том случае, когда цена товара составляет \$70 (или несколько больше). Площадь фигуры, расположенной выше цены и ниже кривой спроса, равна общей площади двух прямоугольников: потребительскому излишку Джона в \$30 при

этой цене и потребителскому излишку Пола в \$10. Общая площадь равна \$40 и соответствует значению потребительского излишка, которое мы рассчитали ранее.



Рис. 7.1. Кривая спроса

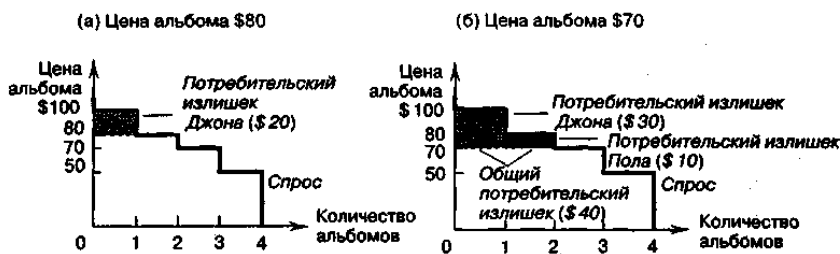


Рис. 7.2. Определение потребителского излишка с помощью кривой спроса

Урок, который мы получаем, относится ко всем кривым спроса: площадь фигуры, расположенной под кривой спроса и над ценой, определяет размер потребителского излишка на рынке. Дело в том, что высота кривой спроса детерминирует восприятие потребителем ценности товара, его готовность заплатить за него. Разница между готовностью заплатить и рыночной ценой составляет потребителский излишек для каждого покупателя. Таким образом, общая площадь фигуры, расположенной под кривой спроса и над ценой, является суммой потребителского излишка всех покупателей на рынке товара или услуги.

Более низкая цена означает увеличение потребительского излишка

Так как покупатели всегда желали бы заплатить за приобретаемые ими товары минимально возможные цены, низкие цены улучшают жизнь потребителей. Но насколько увеличивается благосостояние покупателей при более низкой цене? Чтобы получить точный ответ, мы используем концепцию потребительского излишка.

На рис 7.3 представлена обычная, направленная вниз кривая спроса. Хотя она кажется несколько отличной по форме от ступенчатых кривых спроса на двух предыдущих рисунках, мы по-прежнему используем тезис о том, что потребительский излишек — это площадь фигуры, ограниченной уровнем цены, кривой спроса и осью ординат. На графике (а) потребительский излишек при цене P , — площадь треугольника ABC .

Предположим, что цена товара снижается с P_1 до P_2 (график (б)). Потребительский излишек равен площади треугольника ADF . Увеличение потребительского излишка, связанное с более низкой ценой, — площадь трапеции $BCFD$.

Увеличение потребительского излишка состоит из двух частей. Во-первых, повышается благосостояние покупателей, уже приобретавших товар в объеме Q_1 , так как они платят за него меньшую цену. Увеличение потребительского излишка существующих покупателей состоит в уменьшении денежной суммы, которую они отдают за приобретение определенного объема товара; оно равно площади прямоугольника $BCED$. Во-вторых, на рынке появляются новые покупатели, имеющие желание и возможность приобрести товар по более низкой цене. В результате объем спроса возрастает с Q , до Q^* . Потребительский излишек, который получают новички, выражается площадью треугольника CEP .

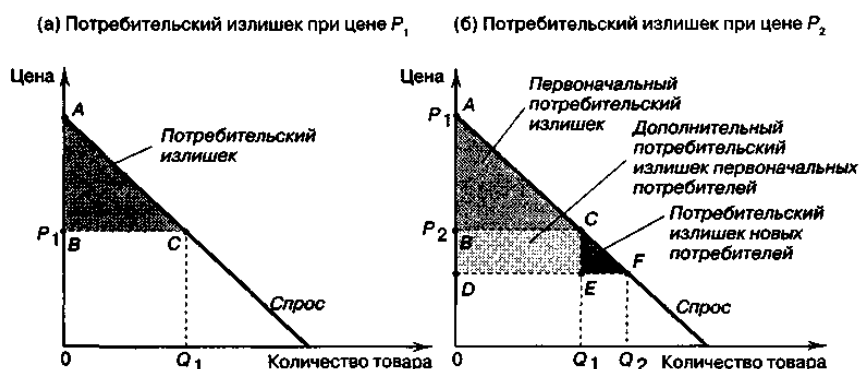


Рис. 7.3. Влияние уровня цены на потребительский излишек

Чем измеряется потребительский излишек?

Основная задача концепции потребительского излишка состоит в том, чтобы дать нормативную оценку желательности результатов деятельности рынка. Теперь, когда мы рассмотрели природу потребительского излишка, давайте выясним возможность измерения с его помощью экономического благосостояния.

Представьте себе, что вы политик, занятый созданием справедливой экономической системы. В какой степени вас может интересовать потребительский излишек? Потребительский излишек — сумма, которую потребители готовы заплатить за товар за вычетом суммы, которую они действительно платят, определяет выгоду, которую покупатели получают от использования продукта, такой, какой они сами ее себе представляют. Таким образом, потребительский излишек — хороший показатель экономического благосостояния (если политики с уважением относятся к предпочтениям покупателей).

В некоторых случаях политики могут игнорировать величину потребительского излишка, так как они негативно оценивают предпочтения,

лежащие в основе поведения покупателей некоторых товаров. Например, наркоманы готовы заплатить немалые суммы за дозу героина, хотя мы бы не сказали, что они получают значительную выгоду, имея возможность купить наркотик по низкой цене (хотя зависимые от него люди уверены, что уж они-то непременно останутся в выигрыше). С точки зрения общества, готовность заплатить в этом случае не является показателем экономического благосостояния, так как наркоманы преследуют исключительно личные интересы.

Но на большинстве рынков потребительский излишек отражает уровень экономического благосостояния. Обычно экономисты относятся к покупателям как к рациональным индивидам, предпочтения которых они обязаны уважать. В этом случае потребитель — лучший судья, оценивающий размер извлекаемой из приобретения товаров выгоды.

Проверьте себя. Начертите кривую спроса на индеек. Покажите на вашем графике цену индейки и потребительский излишек. Объясните, что измеряет потребительский излишек.

Излишек производителей

Мы обращаемся к другой стороне рынка и рассматриваем выгоды, которую приносит функционирование рынка продавцам. Анализ благосостояния поставщиков товаров аналогичен анализу благосостояния покупателей.

Издержки и желание платить

Представьте, что вы домовладелец, которому необходимо покрасить дом. Вы обращаетесь к малярам Мэри, Фриде, Джорджии и Грэндме. Каждая из них возьмется за предлагаемую вами работу, если найдет цену подходящей. Вы решаете узнать стоимость услуг специалистов по малярным работам и провести аукцион на предмет предложения самой низкой цены.

Каждая из маляров хотела бы взяться за работу, если она получит сумму, превышающую ее издержки. Здесь термин «издержки» необходимо понимать

как альтернативные издержки маляра: они включают и его расходы (на краску, кисти и т. д.), и ценность времени. Издержки каждой из работниц представлены в табл. 7.3. Так как издержки маляра — самая низкая цена, за которую женщины согласятся выполнить работу, издержки — показатель желаний Мэри, Фриды, Джорджии и Грэнды продать свои услуги. Каждая из маляров желает продать услуги по цене, превышающей издержки; каждая откажется продать услуги при цене меньше издержек и каждая остается бесстрастной, если женщина продает услуги по цене, в точности равной издержкам.

Первоначально предложенная малярами цена может показаться вам слишком высокой, но в ходе торгов она быстро снижается, так как женщины заинтересованы в получении работы. Единственным претендентом вскоре осталась Грэнда, запросившая \$600 (или несколько меньше). Она рада получить \$600 (или несколько меньше), так как ее издержки составляют только \$500. Мэри, Фрида и Джорджия не желают заниматься покраской дома менее чем за \$600,01. Заметьте, что работу выполняет женщина-маляр, издержки которой минимальны.

Какую выгоду извлекает получившая работу Грэнда? Так как она могла бы взяться за работу и за \$500, а получает за нее \$600, мы говорим, что она получает излишек производителя в размере \$100. Излишек производителя — сумма, которую получает поставщик за вычетом издержек производства. Излишек производителя определяют выгоду, которую приносит фирмам-поставщикам функционирование рынка.

Рассмотрим другую ситуацию. Предположим, что вы — владелец двух домов, каждый из которых нуждается в покраске. Вы устраиваете аукцион среди четырех маляров. Чтобы все упростить, давайте предположим, что ни один маляр не способен покрасить сразу оба дома и что вы платите одну и ту же сумму за покраску каждого строения. Следовательно, предлагаемая малярами цена снижается до тех пор, пока не останутся только две участницы.

Таблица 7.3. Издержки четырех возможных продавцов

Продавец	Издержки, \$
Мэри	900
Луиза	800
Джорджия	600
Грэндма	500

Торги прекращаются, когда Джорджия и Грэндма предлагают выполнить работу за \$800 каждая (или немного-меньше). Джорджия и Грэндма желали бы выполнить работу по предложенной цене, а Мэри и Фрида стремятся получить большую сумму денег. При цене \$800 излишек производителя Грэндме составляет \$300, а Джорджии — \$200. Общий излишек производителей на рынке — \$500.

Использование кривой предложения для определения излишка производителя

Потребительский излишек тесно связан с кривой спроса, а излишек производителя — с кривой предложения. Чтобы убедиться в этом, давайте продолжим наш пример.

На первом этапе мы используем данные об издержках четырех маляров для построения расписания предложения услуг по покраске дома. В табл. 7.4 представлено расписание предложения, построенное на основе данных об издержках из табл.7.3. При цене ниже \$500 никто из маляров не желает браться за работу, поэтому объем предложения равен 0. При цене в промежутке от \$500 до \$600 работу готова выполнить только Грэндма, поэтому объем предложения равен 1. Если цена находится в промежутке от \$600 до \$800, желание исполнить работу выражают Грэндма и Джорджия, следовательно объем предложения равен 2, и т. д. Таким образом, данные о предложении составляются на основе издержек четырех маляров.

На рис. 7.4 представлена кривая предложения, построенная по данным расписания предложения. Отметьте, что высота кривой предложения связана с издержками продавцов. При любом количестве цена на кривой предложения

показывает издержки предельного продавца, поставщика, который первым покинет рынок в случае дальнейшего снижения цены. При количестве в четыре дома, например, кривая предложения имеет высоту \$900 — издержки, которые понесет Мэри (предельный продавец), предлагая свои услуги по покраске. При количестве в 3 дома кривая предложения имеет высоту \$800 — издержки, которые понесет Фрида (которая теперь является маргинальным продавцом).

Таблица 7.4. Расписание предложения для четырех продавцов из табл. 7.3

Цена, \$	Продавцы	О б ъ е м предложения
От 900 и больше	Мэри, Луиза, Джорджия, Грэндма	4
От 800 до 900	Луиза, Джорджия, Грэндма	3
От 600 до 800	Джорджия, Грэндма	2
От 500 до 600	Грэндма	1
Меньше 500	Никто	0

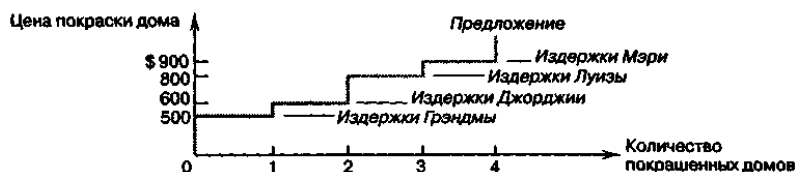


Рис. 7.4. Кривая предложения

Так как кривая предложения отражает издержки продавца, мы можем воспользоваться ею для определения излишка производителя. Для расчета последнего в нашем примере используется кривая предложения на рис. 7.5. На графике (а) мы предполагаем, что цена услуг составляет \$600. В этом случае объем предложения равен 1. Отметьте, что площадь фигуры, расположенной под ценой и над кривой предложения, равна \$100 и в точности соответствует излишку производителя, которую мы рассчитали ранее для Грэндмы.

График (б) рис. 7.5 показывает излишек производителя при цене \$800. В этом случае площадь фигуры, расположенной под ценой и над кривой предложения, равна общей площади двух прямоугольников (\$500), то есть

излишку производителей, который мы ранее рассчитали для Грэнды и Джорджии, когда рассматривали возможность покраски ими двух домов.

Выводы, которые следуют из нашего примера, относятся ко всем кривым предложения: площадь фигуры, расположенной под ценой и над кривой предложения, определяет излишек производителя на рынке. Логика очевидна: высота кривой предложения определяет издержки продавцов, а разница между ценой и издержками производства составляет излишек производителя для каждого поставщика.

Более высокая цена товара и излишек производителей

Вы, вероятно, не удивитесь, услышав, что продавцы всегда хотят получить за предлагаемые товары цену повыше. Но в какой степени с ростом цены увеличивается экономическое благосостояние продавцов? Концепция излишка производителей предлагает точный ответ на заданный вопрос.

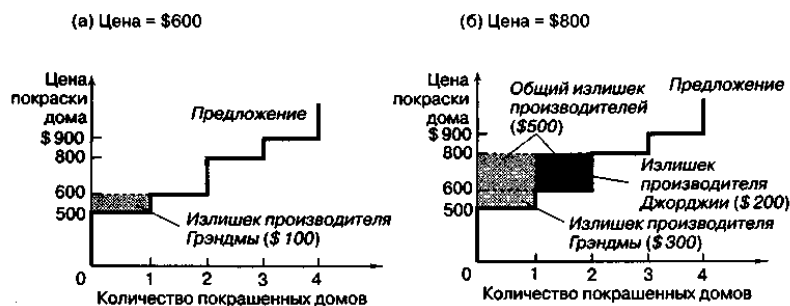


Рис. 7.5. Определение излишка производителей при помощи кривой предложения

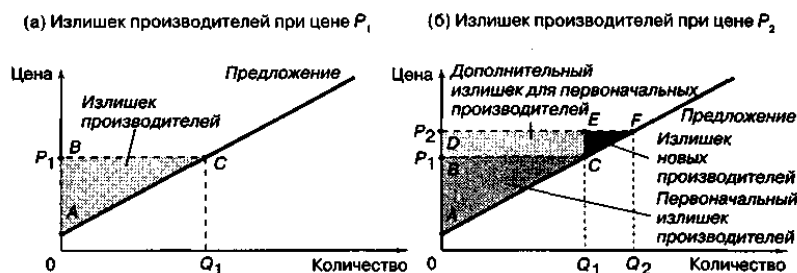


Рис. 7.6. Влияние цены на излишек производителей

На рис 7.6 показана обычная восходящая кривая предложения. Хотя она отличается по форме от ступенчатых кривых предложения на предыдущем рисунке, мы определяем излишек производителей тем же способом: излишек производителей равен площади фигуры, расположенной под ценой и над кривой предложения. На графике (а) цена составляет P_1 (а излишек производителей равен площади треугольника ABC).

График (б) показывает, что происходит, когда цена возрастает с P_1 до P_2 : излишек производителей теперь равен площади треугольника ADF . Увеличение излишка производителей состоит из двух частей. Во-первых, поставщики, которые уже продают определенное количество товара Q_1 по более низкой цене P_1 , получают за него большую сумму денег, их благосостояние увеличивается. Увеличение излишка производителей для существующих продавцов равно площади прямоугольника $BCED$. Во-вторых, на рынок выходят новые поставщики, желающие производить товар по более высокой цене, в результате чего объем предложения возрастает с Q_1 до Q_2 . Излишек производителей для новых продавцов равен площади треугольника CEP .

Мы использовали концепцию излишка производителей для определения благосостояния поставщиков во многом так же, как мы применили концепцию потребительского излишка для определения благосостояния покупателей.

Поскольку эти два показателя экономического благосостояния так похожи, естественно использовать их вместе. Именно этим мы и займемся в следующих разделах главы.

Проверьте себя. Начертите кривую предложения индейки. Покажите на вашем графике цену индейки и излишек производителей. Объясните, что измеряет этот излишек производителей.

Рыночная эффективность

Излишек потребителей и производителей — основной инструмент изучения благосостояния покупателей и продавцов на рынке, который помогает нам ответить на вопрос: отвечает ли желаниям общества аллокация ресурсов свободными конкурентными рынками?

Великодушный плановик

Чтобы оценить результаты функционирования рынка, мы используем в нашем анализе нового гипотетического героя, которого назовем великодушным плановиком — всезнающим, всемогущим правителем, руководствующимся исключительно благими намерениями. Его основное желание — максимизация экономического благосостояния каждого члена общества. Как вы думаете, что должен делать плановик? «Отпустить» продавцов и покупателей на волю рыночных волн, позволив им естественным образом двигаться к состоянию рыночного равновесия? Или он имеет возможность увеличить экономическое благосостояние, воздействуя некоторым образом на результаты функционирования рынка?

Чтобы ответить на этот вопрос, плановику придется решить, как он будет рассчитывать уровень экономического благосостояния общества. Один из возможных показателей — сумма излишков потребителей и производителей, которая называется общим излишком. Потребительский излишек — это выгода, которую извлекают покупатели из деятельности рынка, а излишек производителей — выгода, получаемая поставщиками товаров и услуг.

Следовательно, использование общего излишка в качестве показателя экономического благосостояния общества представляется логичным, естественным выбором.

Вспомним теперь, как мы определяем излишки потребителей и производителей:

Потребительский излишек = Ценность товара для покупателей —
— Денежная сумма, уплаченная потребителями.

Аналогично мы определяем излишек производителей.

Излишек производителей = Денежная сумма, полученная продавцами —
— Издержки поставщиков.

Когда мы складываем излишки потребителей и производителей, мы получаем

Общий излишек - Ценность товара для покупателей — Сумма, уплаченная потребителями + Сумма, полученная продавцами — Издержки поставщиков.

Сумма, уплаченная покупателями, равна сумме, полученной продавцами, поэтому их можно сократить. В результате мы можем выразить общий излишек как: Общий излишек = Ценность товара для покупателей — Издержки продавцов.

Общий излишек на рынке — это совокупная ценность некоего товара для покупателей, определенная как их готовность заплатить, за вычетом издержек компаний-производителей.

Если аллокация ресурсов максимизирует общий излишек, мы говорим, что размещение является эффективным. Аллокация неэффективна в случаях, когда некоторая выгода, которую приносит торговля, теряется (например, если товар производят поставщики, не способные добиться минимальных издержек). В случае сдвига производства от фирм с высокими издержками к компаниям с низкими издержками общие издержки поставщиков сократятся, а совокупный излишек увеличится. Точно так же размещение ресурсов неэффективно, если

товар приобретают покупатели, которые оценивают его не выше, чем остальные потребители.

В этом случае движение предложения от покупателей с низким уровнем оценки товара к потребителям с высоким уровнем оценки способствует увеличению общего излишка.

Кроме эффективности плановик должен позаботиться о справедливости (равенстве) — беспристрастности, честности распределения благ между различными покупателями и продавцами. В сущности, выгоды рыночной торговли — как пирог, который необходимо разделить между субъектами рынка. Вопрос эффективности заключается в размерах пирога, вопрос справедливости — в беспристрастности распределения его долей. Оценка справедливости результатов деятельности рынка является более сложной, чем оценка эффективности. В то время как эффективность — объективная цель, о которой мы можем судить, исходя из строго позитивных утверждений, степень справедливости оценивается на основе нормативных суждений, выходящих за пределы экономики и являющихся компетенциями политологии.

В этой главе мы рассмотрим эффективность как цель плановика. Необходимо помнить, что реальные политики часто озабочены справедливостью. То есть они заботятся как о размере экономического пирога, так и о том, на какие «порции» он делится и как они распределяются между членами общества.

Оценка рыночного равновесия

На рис. 7.7 показаны излишки потребителей и производителей в условиях рыночного равновесия спроса и предложения. Вспомните, что излишек потребителей равен площади фигуры, расположенной над ценой равновесия и под кривой спроса, а излишек производителей — площади фигуры, расположенной под равновесной ценой и над кривой предложения. Таким образом, общая площадь фигуры, расположенной между кривыми спроса и

предложения до точки равновесия, представляет совокупный излишек на рассматриваемом рынке.

Насколько эффективно размещение ресурсов в условиях рыночного равновесия? Достигает ли общий излишек максимального значения? Чтобы ответить на эти вопросы, помните, что, когда рынок находится в состоянии равновесия, рыночная цена определяет продавцов и покупателей, принимающих участие в функционировании рынка. Приобретают товар покупатели, которые оценивают товар выше его рыночной цены (представлены отрезком АЕ на кривой спроса); индивиды, оценивающие продукт ниже его цены (представлены отрезком ЕВ), отказываются от покупки. Аналогично поставщики, издержки которых меньше, чем цена (представлены отрезком СЕ), производят и продают товар; фирмы, издержки которых превышают рыночную цену (представлены отрезком ЕD), не желают заниматься его выпуском.



Рис. 7.7. Излишек потребителей и производителей при рыночном равновесии

Эти наблюдения позволяют нам сделать следующие выводы:

1. Свободные рынки распределяют предложенные товары среди покупателей, которые оценивают их выше (что определяется готовностью заплатить), чем остальные потенциальные потребители.
2. Свободные рынки предъявляют спрос на товары тех поставщиков, которые производят их с меньшими издержками.

Таким образом, в условиях рыночного равновесия произведенных и реализованных товаров плановик не имеет возможности увеличить

экономическое благосостояние, изменяя аллокацию (размещение) потребления покупателей или производства поставщиков.

Имеет ли великодушный плановик возможность увеличить общее благосостояние с помощью увеличения или уменьшения количества предлагаемого товара? Ответ — «нет».

3. Свободные рынки производят то количество товаров, которое максимизирует совокупный излишек потребителей и производителей.

Чтобы убедиться в справедливости данного положения, рассмотрим рис. 7,8. Вспомним, что кривая спроса отражает ценность товара для покупателей, а кривая предложения — издержки продавцов. При объеме производства ниже равновесного уровня ценность товара для покупателей превышает издержки производителей. В этой области рост объема выпуска увеличивает общий излишек до тех пор, пока количество произведенных товаров не достигает равновесного уровня. При объеме выпуска выше равновесного ценность товара для покупателей меньше, чем издержки продавцов. Следовательно, производство большего, чем равновесное, количества товаров приводит к сокращению общего излишка.

Наши выводы о результатах деятельности рынка свидетельствуют, что равновесие спроса и предложения максимизирует сумму излишков потребителей и производителей. Другими словами, эффективная аллокация ресурсов есть результат рыночного равновесия. Задача благонамеренного плановика, следовательно, очень проста: он должен принять результат функционирования свободного конкурентного рынка таким, какой он есть. Политика невмешательства хорошо определяется французским выражением *laissez faire*, что в буквальном переводе означает «позвольте им делать».

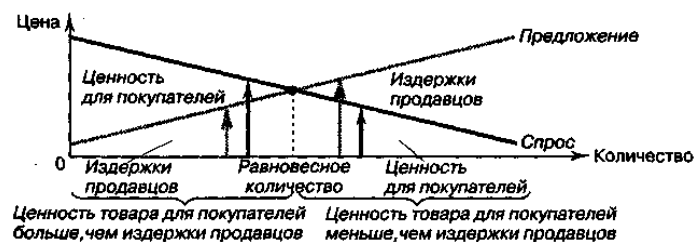


Рис. 7.8. Эффективность равновесного количества

Теперь мы можем лучше оценить значение «невидимой руки» рынка, о которой писал Адам Смит. Великодушному плановику не требуется изменять результаты работы рынка, так как невидимая рука сама направляет усилия покупателей и продавцов на такое распределение ресурсов экономики, которое максимизирует совокупный излишек. Этот вывод во многом объясняет, почему экономисты часто называют свободный рынок наилучшим способом организации экономической деятельности.

Проверьте себя. Начертите график спроса и предложения индейки. Покажите излишек потребителей и производителей в условиях рыночного равновесия. Объясните, почему производство большего количества индейки приведет к сокращению совокупного излишка.

Заключение: рыночная эффективность и несовершенство рынка

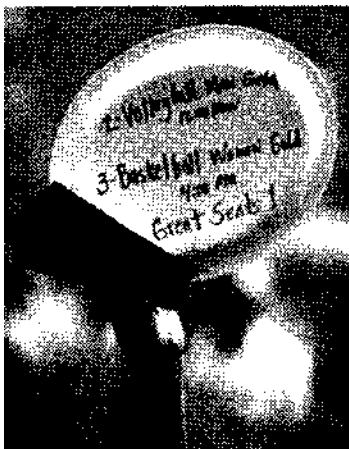
В этой главе мы рассмотрели основные инструменты экономики благосостояния — излишки потребителей и производителей — и использовали их для оценки эффективности свободных рынков. Мы показали, что силы спроса и предложения способны к эффективной аллокации ограниченных ресурсов. Хотя каждый Покупатель и продавец на рынке озабочен исключительно собственным благополучием, «невидимая рука», ведущая рынок к равновесию, максимизирует их общую выгоду.

Но, рассматривая проблему эффективности рынков, мы сделали несколько предположений об их функционировании. Если последние утрачивают силу,

наш вывод об эффективности рыночного равновесия может быть поставлен под сомнение. Давайте кратко рассмотрим два самых важных допущения нашего анализа.

Во-первых, мы рассматривали функционирование рынков, которые находятся в условиях совершенной конкуренции. В реальном же мире конкуренция иногда весьма далека от идеала. На некоторых рынках один покупатель или продавец (или небольшие их группы) имеет возможность контролировать рыночные цены. Возможность влияния на цены товаров и услуг называется властью над рынком. Реализация последней может привести к снижению эффективности рынков, поскольку обладание ею позволяет поставщикам удерживать цену и объем предложения товаров на уровнях, далеких от равновесия спроса и предложения.

Во-вторых, мы предполагали, что результат деятельности рынка зависит только от покупателей и продавцов. Но в действительности их решения иногда влияют на субъектов, не имеющих отношения к рассматриваемому рынку. Классический пример влияния результатов функционирования рынка на субъектов, находящихся за его пределами, — загрязнение окружающей среды. Такие эффекты, называемые внешними, или экстерналиями, приводят к тому, что благосостояние субъектов рынка зависит не только от ценности товара для покупателей и издержек производителей, но и от других факторов. Поскольку покупатели и поставщики, принимая решения о потреблении и производстве, не учитывают внешние эффекты, равновесие на рынке может оказаться неэффективным с точки зрения общества в целом.



«Невидимая рука» за работой

Новости

Спекуляция билетами

Условие эффективности аллокации ограниченных ресурсов — получение их теми потребителями, которые оценивают их выше, чем другие покупатели. Спекуляция билетами — пример достижения рынками эффективных результатов. Спекулянты покупают билеты на спектакли, концерты и спортивные мероприятия, а затем продают их по ценам, превышающим «закупочную» стоимость. Запрашивая самую высокую цену, которую позволяет рынок, спекулянты выступают гарантами того, что потребители, желающие заплатить за билеты максимальную сумму денег, действительно получают их. Тем не менее, дискуссии о законности такого рода рыночной деятельности не утихают.

Билеты? Спрос удовлетворяет предложение на тротуаре

Джон Тирней

Спекулянт билетами широкого профиля Кевин Томас считает себя классическим американским предпринимателем: он прошел школу уличной торговли в Бронксе, работает семь вечеров в неделю, зарабатывает \$40 тыс. в год и в возрасте 26 лет имеет сбережения в размере \$75 тыс., которые сделаны благодаря предоставлению обществу услуг у театральных вестибюлей и входов на спортивные арены Нью-Йорка.

У него есть только одна жалоба. «За последний год я попадал в облавы около 30 раз, — сказал он как-то вечером, заработав \$280 на игре баскетболистов New-York Knicks. — Я называю копам чужое имя и уплачиваю штраф, но не считаю их действия справедливыми. Мне кажется, что моя деятельность ничем не отличается от работы фондового брокера: покупаешь дешево, продаешь дорого. Если люди готовы заплатить мне свои деньги, то в чем проблема?»

Однако чиновники Нью-Йорка и Нью-Джерси считают иначе и преследуют уличных спекулянтов вроде мистера Томаса и даже имеющих лицензии билетных брокеров. Тайные агенты контролируют соблюдение новых ограничений перепродажи билетов по завышенным ценам, а генеральные прокуроры двух штатов провели широко освещаемые в печати судебные разбирательства с более чем десятком билетных брокеров. Экономисты же относятся к спекуляции точно так же, как мистер Томас. Для них крестовый поход властей штатов ничем не отличается от кампаний коммунистических правительств против «извлечения прибыли». Экономисты утверждают, что ограничения причиняют неудобства общественности, сокращают аудиторию культурных и спортивных мероприятий, занимают время полиции, лишают город Нью-Йорк десятков миллионов долларов доходов в виде налоговых поступлений и повышают стоимость многих билетов.

«Политика всегда считается хорошей, когда она защищает бедных, объявляя высокие цены незаконными, — говорит Уильям Баумоль из Нью-Йоркского университета. — Я жду, что политики попытаются решить проблему СПИДа, объявив его незаконным. Вряд ли они нанесут ущерб кому-либо, так как их решение ничего не изменит. Но когда вы ставите вне закона высокие цены на билеты, вы создаете реальные проблемы».

Доктор У. Баумоль — один из тех экономистов, которому пришла идея продавать билеты на бродвейские шоу в день представления за полцены в киоске на Тайме Сквер в 1973 г. Поначалу владельцы театров посчитали такой поступок опасно радикальным. Но они получили прибыль, обретая новых покупателей билетов, которые иначе остались бы в кассах. Прекрасная иллюстрация принципа свободного рынка, который заключается в том, что и покупатели и продавцы в конечном итоге извлекают выгоду из соответствия цены спросу.

Еще один пример — очередь у Музея современного искусства, в которой посетители отстаивают по два часа, чтобы попасть на выставку произведений А. Матисса. Но альтернатива на тротуаре: спекулянты, которым удалось надуть полицию, продают билеты по ценам от \$20 до \$50.

«Не такая уж это и высокая плата — \$10 или \$15 за то, чтобы избежать очереди, — считает Ричард Талер, экономист из Корнуэлльского университета. — Некоторые люди думают, что очередь — воплощение справедливости, но это непроизводительная деятельность и дискриминация большинства в пользу людей, располагающих свободным временем. Спекулянты дают шанс и

другим. Я не вижу оправдания тому, что спекуляцию ставят вне закона».

Политики утверждают, что в отсутствие закона, направленного против спекуляции, билеты будут недоступными для большинства, но в Калифорнии перепродажа билетов рассматривается как обычный бизнес, а цены на них не слишком уж высоки. И если спекулянты захотят взвинтить цены, только ограниченное число людей заплатят по \$100 за билет. Тем не менее легализация перепродажи билетов вряд ли обрадует даже спекулянтов. Мистер Томас, например, боится, что ужесточение конкуренции заставит его уйти с рынка. Но после 16 лет общественно полезной деятельности — а он начал в возрасте 10 лет у стадиона Yankee — Томас думает, что пришло время разнообразия.

Источник: «The New York Times», December 26, 1992, p. A1.

Власть над рынком и внешние эффекты — примеры общего феномена, который называется несовершенством (фиаско) рынка, под которым понимается неспособность некоторых нерегулируемых рынков к эффективной аллокации ресурсов. В случае фиаско рынка повышение экономической эффективности возможно посредством проведения определенной социальной политики. Специалисты по микроэкономике направляют основные усилия на изучение причин несовершенства рынков и разработку оптимальной политики корректировки их функционирования. По мере изучения экономической теории вы увидите, что инструменты экономики благосостояния, о которых шла речь, прекрасно приспособлены для этого.

Несмотря на возможность фиаско рынка, деятельность его «невидимой руки» имеет огромное значение. Предположения, которые мы сделали в этой главе, прекрасно соответствуют условиям многих рынков, и наш вывод об их эффективности никоим образом не ставится под сомнение. Более того, используя теорию общественного благосостояния и рыночной эффективности, мы проанализируем воздействие на экономику политики правительства. В следующих двух главах мы используем ее для рассмотрения двух важных вопросов экономической политики — влияния на благосостояние общества налогов и международной торговли.

Выводы

* Потребительский излишек равен готовности покупателей заплатить за товар за вычетом суммы, с которой они действительно расстаются; он определяет выгоду потребителей, которую они получают от функционирования рынка. Потребительский излишек можно рассчитать, определив площадь фигуры, которая расположена под кривой спроса и над ценой равновесия.

* Излишек производителей равен сумме, которую продавцы получают за свои товары за вычетом издержек производства; она определяет выгоду, которую продавцы получают от функционирования рынка. Излишек производителей

можно рассчитать, определив площадь фигуры, расположенной под равновесной ценой и над кривой предложения.

* Эффективным считается размещение ресурсов, максимизирующее сумму излишков потребителей и производителей. Политиков часто заботит эффективность и равенство результатов экономической деятельности.

* Равновесие спроса и предложения максимизирует сумму излишков потребителей и производителей. «Невидимая рука» рынка ведет покупателей и продавцов к эффективной аллокации ресурсов.

* В условиях несовершенства рынка (как следствие, в частности, власти над рынком и внешних эффектов) ресурсы размещаются неэффективно.

Основные понятия

Экономика благосостояния Готовность заплатить Потребительский излишек
Издержки Излишек Эффективность производителей
Справедливость

Вопросы

1. Объясните, как связаны между собой готовность покупателей заплатить, потребительский излишек и кривая спроса.

2. Объясните, как связаны между собой издержки продавцов, излишек

производителей и кривая предложения.

3. Покажите излишки производителей и потребителей на графике спроса и предложения при рыночном равновесии.

4. Что такое эффективность? Является ли она единственной целью политиков, разрабатывающих экономические программы?

5. В чем заключается основной результат деятельности «невидимой руки» рынка?

6. Назовите две причины несовершенства рынка. Объясните, почему каждая из них может привести к неэффективному размещению ресурсов.

Задания для самостоятельной работы

1. В Калифорнии вымерзли плантации лимонов. Как это сказалось на потребительском излишке, на рынке лимонов? Что происходит с потребительским излишком на рынке лимонада? Для ответов используйте графики.

2. Предположим, что спрос на французские булочки увеличивается. Что происходит с излишком производителей на рынке французских булочек? Что происходит с излишком производителей на рынке муки? Для ответа используйте графики.

3. Сегодня жаркий день, а Берт очень хочет пить. Его восприятие ценности бутылки воды выглядит следующим образом:

ценность первой бутылки \$7

ценность второй бутылки \$5

ценность третьей бутылки \$3

ценность четвертой бутылки \$1

а. Исходя из предоставленной информации, составьте расписание спроса Берта. Начертите график его спроса на бутилированную воду.

б. Если цена бутылки воды составляет \$4, сколько бутылок покупает Берт? Какой излишек получает Берт от своей покупки? Покажите излишек Берта на

графике.

в. Если цена падает до \$2, как изменяется объем спроса? Как изменяется потребительский излишек Берта? Покажите эти изменения на вашем графике.

4. Эрни владеет водяным насосом. Поскольку получить большое количество воды сложнее, чем несколько литров, издержки производства бутылки воды увеличиваются по мере увеличения объема выпуска. Нам известны издержки, которые он несет при производстве каждой бутылки воды:

издержки для производства первой бутылки \$1

издержки для производства второй бутылки \$3

издержки для производства третьей бутылки \$5

издержки для производства четвертой бутылки \$7

а. Исходя из этой информации, начертите график предложения бутилированной воды.

б. Если цена бутылки составляет \$4, сколько бутылок производит и продает Эрни? Какой излишек получает Эрни от этой продажи? Покажите излишек Эрни на вашем графике.

в. Если цена бутылки увеличивается до \$6, изменяется ли объем предложения? Как изменяется излишек Эрни? Покажите эти изменения на вашем графике.

5. Рассмотрите рынок, на котором Берт из вопроса 3 является покупателем, а Эрни из вопроса 4 является продавцом.

а. Используйте данные о предложении Эрни и данные о спросе Берта, чтобы найти объем предложения и объем спроса при цене в \$2, \$4 и \$6. При какой цене спрос и предложение приходят в состояние равновесия?

б. Каков потребительский излишек, излишек производителя и общий излишек при этом равновесии?

в. Если Эрни произвел, а Берт потребил на одну бутылку меньше, что произошло с совокупным излишком?

г. Если Эрни произвел, а Берт потребил одну дополнительную бутылку, что произошло с общим излишком?

6. За последние десятилетия издержки производства стереосистем существенно сократились. Давайте рассмотрим некоторые последствия данного явления.

а. Используя график спроса и предложения, покажите, как влияет снижение производственных издержек на цену и количество продаваемых стереосистем.

б. На построенном графике покажите, что произойдет с излишками покупателей и производителей.

в. Предположим, что предложение стереосистем является эластичным. Кто больше выиграет от снижения издержек производства стереосистем — производители или потребители?

7. Четыре клиента готовы заплатить за стрижку следующие суммы:

Фил- \$7, Опра- \$2,

Сэлли — \$8, Джеральдо — \$5.

Четыре парикмахерские имеют следующие издержки:

фирма А — \$3, фирма Б — \$6,

фирма В — \$4, фирма Г — \$2.

У каждой парикмахерской есть возможность обслужить только одного человека.

Какое число клиентов необходимо обслужить парикмахерским, чтобы достичь максимальной эффективности? Какие парикмахерские должны заниматься стрижкой, а какие клиенты должны быть подстрижены? Каков максимальный размер возможного общего излишка?

8. За последнее десятилетие издержки производства компьютеров существенно снизились.

а. Используя график спроса и предложения, покажите влияние падения издержек производства на цену и на количество проданных компьютеров, а

также на излишки производителей и потребителей.

б. Компьютеры и калькуляторы являются товарами-субститутами. Используя график спроса и предложения, покажите, что произойдет на рынке калькуляторов с ценой, спросом и предложением, а также с излишками производителей и потребителей. Принесет ли выгоду производителям калькуляторов внедрение новых технологий производства компьютеров?

в. Компьютеры и программное обеспечение являются взаимодополняющими товарами. Используя график спроса и предложения, покажите, что произойдет на рынке программного обеспечения с ценой, спросом и предложением, а также с излишками для покупателей и для производителей. Принесет ли выгоду производителям программного обеспечения новая технология изготовления компьютеров?

г. Помогает ли этот анализ объяснить, почему Билл Гейтс является одним из самых богатых людей в мире?

9. Рассмотрим влияние медицинского страхования на количество оказанных медицинских услуг. Предположим, что обычная медицинская процедура обходится в \$100. Но если человек, имеющий медицинский страховой полис, желает получить дополнительную процедуру, он должен заплатить только \$20. Остальные \$80 доплачивает страховая компания. (Страховая компания компенсирует \$80 из страховых взносов каждого ее клиента.)

а. Начертите кривую спроса на рынке медицинских услуг. (На горизонтальной оси графика должно быть представлено количество медицинских процедур.) Покажите количество требуемых процедур, если издержки проведения каждой составляют \$100.

б. Покажите на вашем графике количество требуемых процедур, если потребители платят за ее проведение только \$20. Если издержки каждой процедуры для общества составляют \$100, а все индивиды имеют медицинские

страховки, при каком количестве процедур достигается максимальный общий излишек? Объясните.

в. Экономисты часто обвиняют систему медицинского страхования в чрезмерном повышении спроса на медицинские услуги. Какое число процедур, исходя из вашего анализа, может считаться «излишним»?

г. В чем могли бы заключаться меры, позволяющие избежать злоупотреблений?

10. В конце 1980-х и начале 1990-х гг. многие районы Калифорнии постигла засуха.

а. Используя график рынка воды, покажите влияние засухи на равновесную цену и предложение воды.

б. Однако многие местные власти «заморозили» цену на воду. Какое влияние оказала эта политика на рынок воды? Покажите на вашем графике любой избыток или дефицит, который может возникнуть.

в. В 1991 г. в одной из статей «The Wall Street Journal» говорилось, что «все жители Лос-Анджелеса должны сократить расход воды на 10% с 1 марта и еще на 5% с 1 мая, чтобы достичь уровня потребления 1986 г.». Автор критиковал это предложение, как с точки зрения эффективности, так и с точки зрения справедливости, утверждая, что «такая политика не только вознаграждает семьи, которые впустую расходовали много воды в 1986 г., но и не стимулирует к экономии потребителей, которые могли бы осуществить более значительное сокращение и наказывает жителей, которые не имеют возможности быстро ограничить потребление воды». В каком смысле система распределения воды в Лос-Анджелесе неэффективна? В каком смысле эта система несправедлива?

г. Предположим, что власти Лос-Анджелеса позволят цене на воду расти до тех пор, пока она не уравновесит спрос и предложение. Будет ли в этом случае аллокация водных ресурсов более эффективной? Будет ли такая система более справедливой, чем система пропорционального сокращения потребления воды,

This document was created by Unregistered Version of Word to PDF Converter

о которой говорилось в статье? Какие меры можно было бы предпринять для того, чтобы сделать такое рыночное решение проблемы более справедливым?