

Микроэкономика



Глава 5. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Рынок и условия его возникновения

Рынок - это способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов. Участниками рынка являются и предприниматели, и работники, продающие свой труд, и конечные потребители, и владельцы ссудного капитала, собственники ценных бумаг и т.д. Основных субъектов рыночного хозяйства принято подразделять на три группы: домашние хозяйства, бизнес (предприниматели) и правительство.

Рынок как самостоятельное образование включает три основных элемента: рынок товаров и услуг, рынок труда, рынок капитала. Все эти три рынка органически взаимосвязаны и воздействуют друг на друга. Развитость рынка и рыночных отношений зависит от развития всех его составляющих.

Объектами рынка являются товары и деньги. В качестве товаров выступает не только произведенная продукция, но и факторы производства (земля, труд, капитал), услуги.

В качестве денег - все финансовые средства, важнейшими из которых являются сами деньги.

Элементы рыночной экономики

Фирмы (firms):

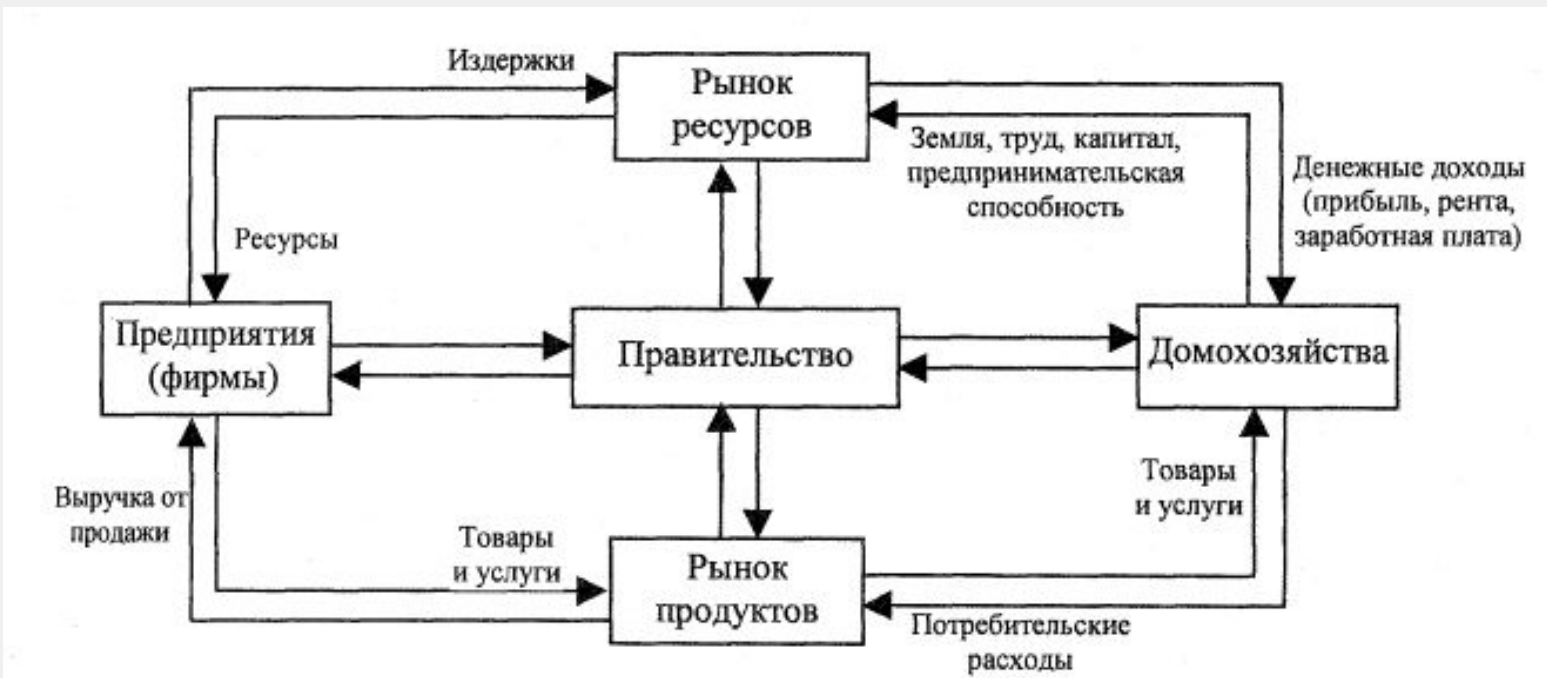
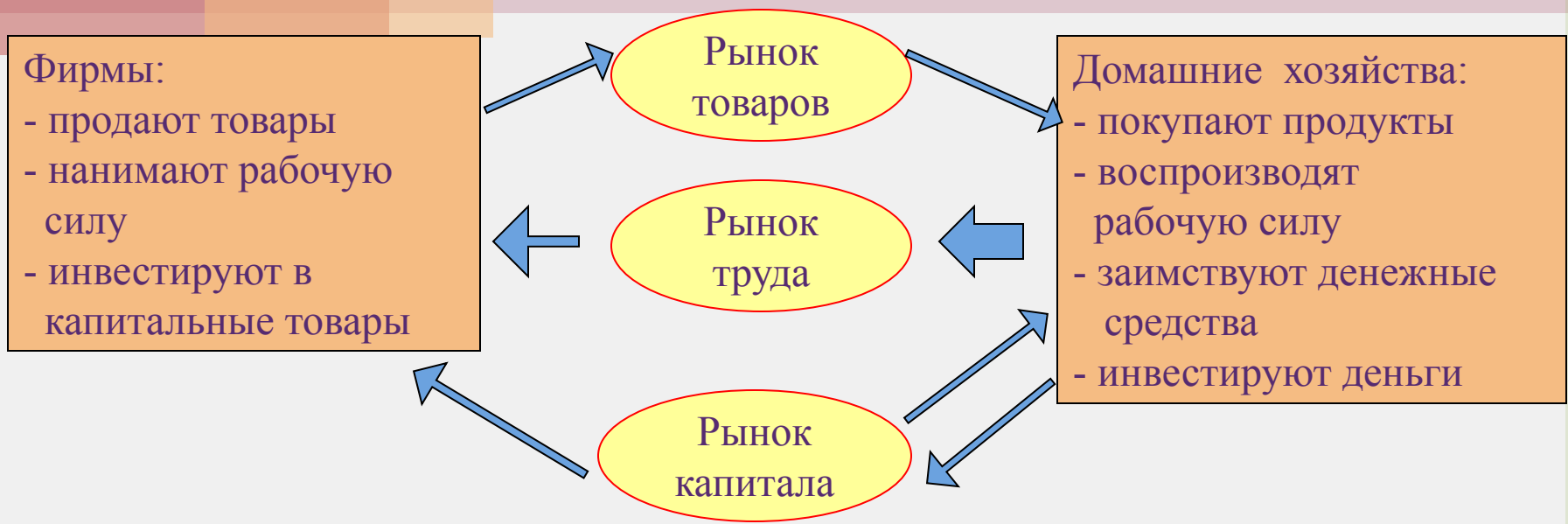
- производят товары (продукты и услуги), которые впоследствии продают на рынке продуктов
- нанимают рабочую силу
- инвестируют в капитальные блага

Домашние хозяйства (household) - основная структурная единица, функционирующая в потребительской сфере экономики. Она может состоять из одного и более человек. :

- приобретают потребительские товары
- воспроизводят рабочую силу, которую впоследствии продают на рынке труда
- заимствуют денежные средства на рынке капитала
- инвестируют деньги через рынок капитала

Правительство (government) представлено главным образом различными бюджетными организациями, которые не имеют своей целью получение прибыли, а реализуют функции государственного регулирования экономики.

Один и тот же человек (взрослый член общества) может быть в составе и домашнего хозяйства, и бизнеса, и правительственного учреждения. Соответственно современная рыночная экономика – это целая система рынков: товаров и услуг, труда, ссудных капиталов, ценных бумаг, иностранной валюты и др.



Условия возникновения рынка

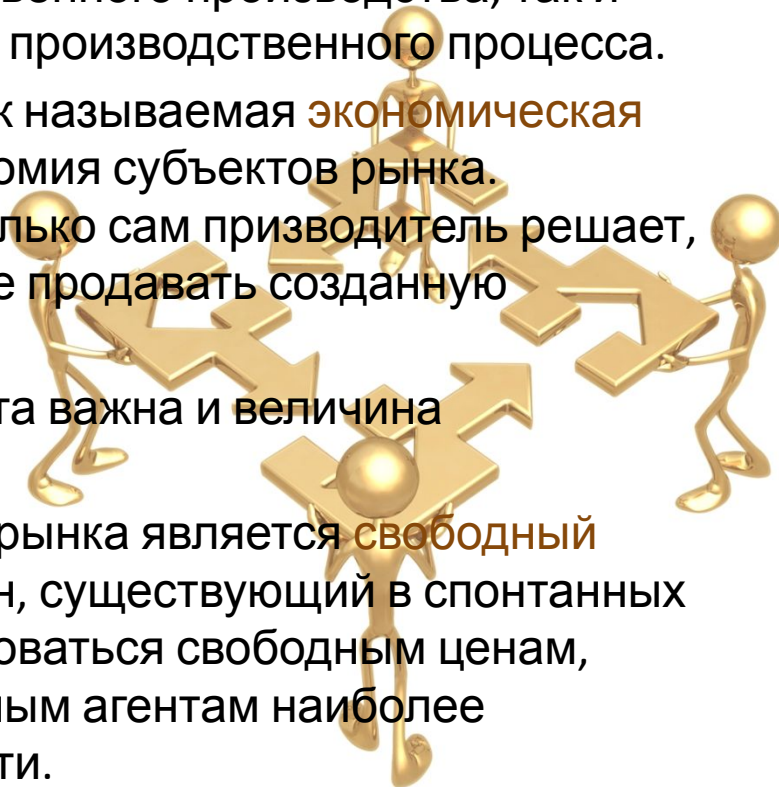
Важнейшим условием возникновения рынка является **общественное разделение труда**. Посредством разделения труда достигается обмен деятельностью, в результате чего работник определенного вида конкретного труда получает возможность пользоваться продуктами любого другого конкретного вида труда.

Не менее важным условием возникновения рынка является **специализация**. Специализация — форма общественного разделения труда, как между различными отраслями и сферами общественного производства, так и внутри предприятия на различных стадиях производственного процесса.

Условием возникновения рынка является и так называемая **экономическая обособленность**, или хозяйственная автономия субъектов рынка. Хозяйственная автономия означает, что только сам производитель решает, что производить, как производить, кому и где продавать созданную продукцию.

Для возникновения рынка какого-либо продукта важна и величина **транзакционных издержек**.

И, наконец, важным условием возникновения рынка является **свободный обмен ресурсами**. Только свободный обмен, существующий в спонтанных (стихийных) порядках, позволяет сформироваться свободным ценам, которые и будут подсказывать хозяйственным агентам наиболее эффективные направления их деятельности.



Экономические и неэкономические блага. Товар.

Благо — это все то, что заключает в себе определенный положительный смысл, предмет, явление, продукт труда, удовлетворяющий определенную человеческую потребность и отвечающий интересам, целям, устремлениям людей. А.Маршалл, например, под благом понимал все желаемые нами вещи или вещи, удовлетворяющие человеческие потребности. Иногда блага рассматриваются как воплощенная полезность, которой могут быть не только продукты труда, но и плоды природы.

Экономические блага (этот термин принадлежит субъективистской школе экономической науки; представитель — А.Пезенти) - те, которые являются объектом или результатом экономической деятельности, т.е. которые можно получить в количестве, ограниченном по сравнению с удовлетворяемыми потребностями.

Неэкономические блага (даровые блага) предоставляются природой без приложения человеком усилий. Эти блага существуют в природе «свободно», в количестве, достаточном для полного и постоянного удовлетворения определенных потребностей человека (воздух, вода, свет и т.д.).

Таким образом, именно соотношение между потребностью (или по К. Менгеру (австрийская школа) — надобностью) и доступным для распоряжения количеством благ делает их экономическими или неэкономическими.

Специфической формой экономического блага является товар.

Товар — это специфическое экономическое благо, произведенное для обмена.

К. Менгер утверждал, что экономическое благо становится товаром независимо от его способности к передвижению, независимо от лиц, предлагающих его для продажи, от его материальности, независимо от характера его как продукта труда, поскольку обязательно предназначено для обмена.

Товар как таковой обладает двумя свойствами:

- а) способностью удовлетворять какую-либо человеческую потребность;
- б) пригодностью к обмену.

Важнейшие характеристики товара: потребительская и меновая стоимости.

Способность товара удовлетворять ту или иную потребность человека составляет его потребительную стоимость. Ею обладает любой товар. Характер потребностей может быть при этом самый различный (физические, духовные).

Следует отличать потребительную стоимость товара от потребительной стоимости продукта в натуральном хозяйстве – меновой стоимости..

Продукты труда в натуральном хозяйстве являются потребительной стоимостью для самих производителей, а товары обладают потребительной стоимостью для других, т.е. общественной потребительной стоимостью.

Теория предельной полезности и субъективная ценность блага.

Трудовая теория стоимости (В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо)

- Разнородные продукты рыночного обмена имеют одинаковое внутреннее содержание — стоимость. Поэтому на рынке они приравниваются друг к другу в определенной меновой пропорции.
- Стоимость товаров создается общественным трудом производителей и стоимость — воплощенный в товаре общественный труд.
- Труд, образующий стоимость, различается по его сложности или : простой (не требующий какой-либо подготовки) и сложный (квалифицированный) труд.
- Сам труд измеряется с помощью рабочего времени. Если труд является одинаковым по качеству, то он количественно измеряется в часах работы.
- На изготовление одного и того же вида продукта работники обычно затрачивают неодинаковое по величине индивидуальное рабочее время. Поэтому товары одного и того же вида и качества, обычно имеют разную по величине индивидуальную стоимость. На рынке на изделия одного вида и качества устанавливается общественная (рыночная) стоимость.

Трудовая теория стоимости раскрыла экономические связи в виде формулы «товаропроизводитель — общественный труд — товар — общественная стоимость — рыночная цена». Заметно, что здесь представлен взгляд на товарно-рыночные отношения лишь с одной стороны — товаропроизводителя и продавца продукта.

Теория предельной полезности (К. Менгер, О. Бём-Баверк и Ф. Визер)

- Полезность нельзя отождествлять с объективными свойствами блага. Сам покупатель дает свою субъективную оценку роли определенного блага в удовлетворении его личных потребностей.
- Полезные блага подразделяются на два вида:
 - имеющиеся в безграничном количестве (вода, воздух и т. п.). Эти вещи люди не считают полезными для себя, поскольку они имеются в таком избытке, который не нужен для удовлетворения человеческих потребностей;
 - являющиеся относительно редкими и недостаточными для насыщения сложившихся потребностей в них. Именно этим благам приписывают ценность.
- В процессе личного потребления действует закон убывающей полезности: степень удовлетворения потребности одним и тем же продуктом, если мы непрерывно им пользуемся, постепенно уменьшается, так что наконец наступает насыщение.
- Ценность благ определяет предельная полезность, то есть субъективная полезность «предельного экземпляра», удовлетворяющего наименее настоятельную потребность в продукте данного рода.

Предельная полезность и ценность блага, зависит от «запаса» данного продукта и потребности в нем. Все это сказывается на величине рыночной цены продукта, которая прямо зависит от его предельной полезности. Теория предельной полезности отражает экономические связи в виде формулы «потребитель — потребность — полезность блага — его ценность — цена». Здесь оценивается товар и рыночные отношения со стороны покупателя, потребителя.

Современная теория стоимости (А. Маршаллом – неоклассик) сводится к выяснению взаимодействий рыночных сил, лежащих на стороне спроса в виде предельной полезности, и предложения в виде издержек производства.

- *Полезность* определяет *предлагаемое количество*, *предлагаемое количество* определяет *издержки производства*, *издержки производства* определяют *ценности*. Цена, которую согласен уплатить за товар покупатель, определяется полезностью товара, при этом полезность рассматривается, как максимальная стоимость, которую может уплатить за товар покупатель.

- При определении цен выделяют два фактора, влияющих на цены: предельная полезность и издержки производства. Цена, назначенная продавцом товара, определяется издержками его производства, а рыночные цены устанавливаются покупателями и продавцами в результате спроса и предложения.

- На рынке под воздействием изменений, происходящих в спросе и предложении, имеют место постоянные колебания рыночных цен. Равновесное состояние наступает при совпадении спроса и предложения. Равновесная рыночная цена товара является результатом столкновения на рынке субъективной оценки полезности данного товара со стороны покупателей и продавцов.

Вывод: теория трудовой стоимости и теория предельной полезности не противоречат, а дополняют друг друга. Если в первой наиболее глубоко разработан научный аппарат

обоснования стоимости в соответствии с трудовыми затратами, то второй – теоретически обосновано наиболее эффективное использование основных факторов производства – труда, капитала, земли и т.д.

Происхождение денег.

ЭТАПЫ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ДЕНЕГ :

- появление денег с выполнением их функций случайными товарами;
- закрепление за золотом роли всеобщего эквивалента;
- этап перехода к бумажным или кредитным деньгам ;
- постепенное вытеснение наличных денег из оборота , вследствие чего появились электронные виды платежей .

СУЩНОСТЬ ДЕНЕГ ПРОЯВЛЯЕТСЯ ЧЕРЕЗ :

- всеобщую непосредственную обмениваемость;
- самостоятельную меновую стоимость ;
- внешнюю вещную меру труда .



КЛАССИФИКАЦИЯ

ПО ФОРМЕ СУЩЕСТВОВАНИЯ :

наличные

безналичные

реальные
(монеты из драгоценных металлов, слитки)

кредитные
(банкноты и казначейские билеты)

разменная монета

национальная валюта

международные расчеты

Функции денег

▪ Мера стоимости, то есть их способность измерять стоимости всех товаров, служит посредником при определении цены. При этом сами деньги цены не имеют. Вместо цены деньги обладают покупательной способностью, которая выражается в количестве товаров, которые можно на них купить. Особенность функции денег как меры стоимости заключается в том, что ее выполняют действительные деньги. Специфика функции денег как меры стоимости состоит в том, что эту функцию они выполняют как мысленно представляемые деньги.

▪ Функция средства обращения. При товарном обращении роль посредника при обмене товаров выполняют деньги. Здесь товар проходит два измерения формы товарной стоимости:

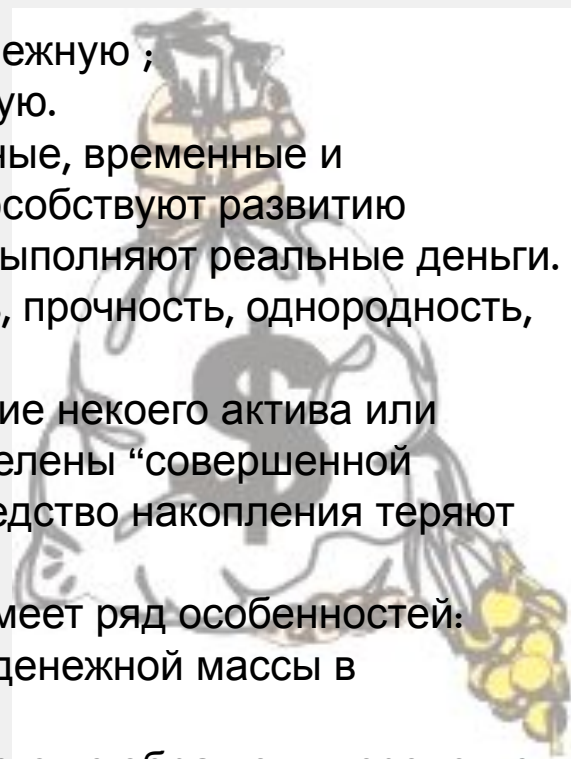
1. стоимость товара из товарной формы превращается в денежную ;
2. затем денежная форма стоимости превращается в товарную.

Деньги как средство обращения преодолевает индивидуальные, временные и пространственные границы непосредственного обмена и способствуют развитию товарного обмена. Функцию денег как средства обращения выполняют реальные деньги. Они должны обладать такими качествами, как портативность, прочность, однородность, делимость.

▪ Функция средства накопления, предполагающая образование некоего актива или запаса. Деньги могут выполнять эту функцию, поскольку наделены “совершенной ликвидностью”. В периоды быстрой инфляции деньги как средство накопления теряют свою привлекательность несмотря на высокую ликвидность.

В современном обществе функция денег как сокровища имеет ряд особенностей:

- она перестала выполнять роль стихийного регулятора денежной массы в обращении.
- с прекращением размена банкнот на золото и изъятие его из обращения средством накопления становятся кредитные деньги. Кредитные деньги по своей природе не



Функция средства платежа,

они выступают как индивидуальное бытие меновой стоимости как абсолютный товар.



Деньги функционируют: как мера стоимости при определении цены товара и как идеальное покупательское средство. В качестве средства платежа деньги могут быть использованы только при условии их функционирования как меры стоимости и средства обращения. Накопление денег в качестве сокровища – также необходимое условие функционирования их как платежного средства.

- развитие товарного производства и выход товарного обмена за пределы национальных границ явились материальной предпосылкой появления функции мировых денег. И если внутри отдельной страны могут обращаться как полноценные так и неполноценные деньги, то на мировом рынке знаки стоимости теряют силу. Парижским соглашением 1867 года единственной формой мировых денег было признано золото. В качестве международного платежного средства мировые деньги выступают при широком использовании международного кредита, когда создается ситуация, при которой объем платежей страны за границу не превышает объем поступления из-за границы. Как международное покупательское средство деньги используются при прямой покупке товаров за границей и оплате их наличными.

В 1970 году в целях увеличения международной ликвидности и замены национальных валют международной единицей – СДР. С 01 июля 1974 года стоимость единицы СДР стала определяться на основе средневзвешенного курса 16 валют ведущих капиталистических стран, доля внешней торговли которых составила не менее 1% объема мировой торговли.

В марте 1979 года была введена новая региональная международная денежная единица, используемая странами – членами Европейской валютной системы (ЕВС) – ЭКЮ.

Основные элементы рыночного механизма

Спрос объединяет всех покупателей товаров (услуг). Он определяется количеством потребителей, согласных купить товары и услуги по определенным ценам и выражается в денежной форме. Изменение спроса оказывает влияние на предложение товаров и на всю сферу бизнеса.

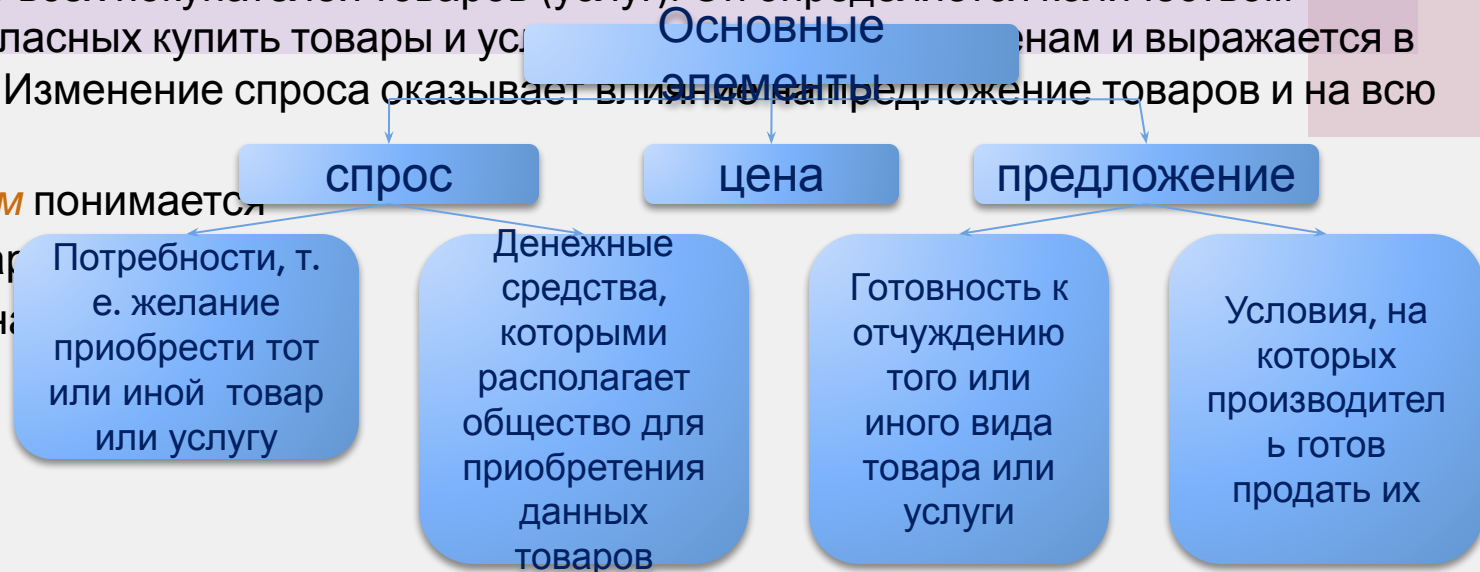
Под **предложением** понимается совокупность товаров и услуг, представляемых на рынке в каждый данный момент времени. Оно объединяет производителей, связывая их в сферу бизнеса.

Цена - основной рыночный индикатор

для предпринимателя, позволяет предпринимателю иметь прогноз относительно шансов своего изделия на рынке, а также рассчитать возможные доходы от своих действий.

Таким образом, основными условиями эффективного функционирования рынка являются:

- самостоятельность экономических субъектов, их материальная ответственность за результаты своей деятельности;
- достаточное насыщение рынка, обеспечивающее опережающий рост товарных фондов по сравнению с доходами населения;
- наличие товаров, удовлетворяющих требования покупателей к их качеству и ассортименту;



Основные типы рыночных структур

Конкуренция - это одна из важнейших черт рынка. И соответственно, эта конкуренция может быть разноплановой. В чём заключается эта разноплановость? Заключается она именно в количестве фирм-производителей, откуда вытекают и другие факторы и критерии, а именно:

1. Характер производимой продукции (стандартная или дифференцированная);
2. Наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из неё;
3. Степень доступности экономической информации

И на основе этих критериев сформировались четыре основных типа рыночных структур (градация по количеству продавцов):

1. **Совершенная конкуренция** - множество продавцов, производящих одинаковую продукцию. Практически такого типа конкуренции не существует, это своеобразный "идеал".
 2. **Монополистическая конкуренция** - также много продавцов, но производящих уже продукцию с небольшими отличиями.
 3. **Олигополия** - несколько фирм на рынке того или иного товара
- И наконец,
4. **Монополия** - на рынке существует только одна фирма, производящая данную продукцию.

Типы рыночных структур	Количество фирм	Характер продукции	Существование рыночных барьеров	Доступность эконом. информации	Контроль над ценами
Совершенная конкуренция	Очень большое	Стандартная	Отсутствуют	Полная доступность	Отсутствует
Монополистическая конкуренция	Большое	Дифференцированная	Низкие	Некоторые ограничения	Частичный
Олигополия	Небольшое	Стандартная или дифференцированная	Высокие	Существенные ограничения	Частичный
Монополия	Одна	Уникальная	Непреодолимые	Недоступна	Полный

Цена, спрос и предложение. Равновесие на рынке.

Спрос (D) – это потребность покупателей в данном товаре (услуге), выраженная в их покупательской способности.

График и закон спроса

Величина спроса - количество товара (услуг),

которое покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.

Факторы, влияющие на спрос:

- уровень дохода потребителей;
- вкусы и предпочтения потребителей;
- ожидание изменения доходов и цен;
- изменение спроса на

взаимозаменяемые и дополняющие товары;

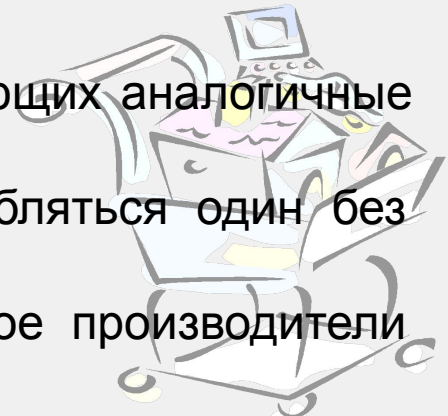
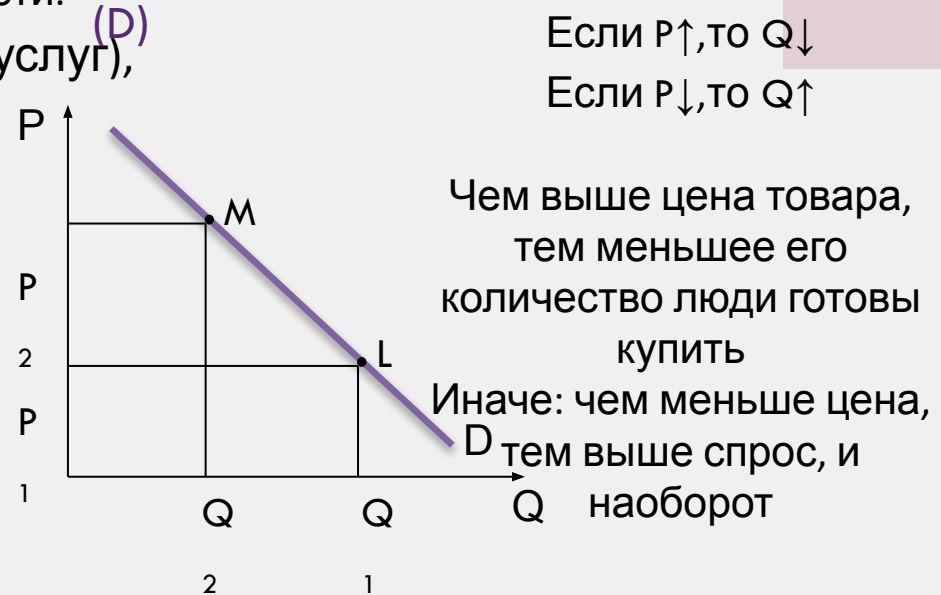
- изменение числа покупателей.

Взаимозаменяемые товары – группа товаров, удовлетворяющих аналогичные потребности.

Дополняющие товары – товары, которые не могут потребляться один без другого.

Предложение (S) – это количество товаров (услуг), которое производители готовы поставить на рынок в зависимости от их цены.

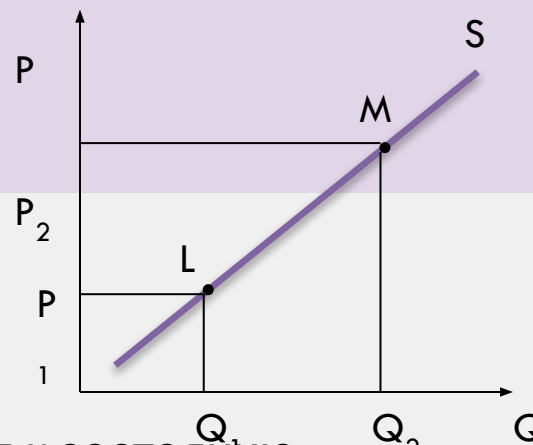
Величина предложения – то количество товара (услуг), которое продавцы



Факторы, влияющие на предложение:

- цены на ресурсы;
- изменения в технологии производства;
- налоги и дотации;
- цены на другие товары;
- ожидание изменения цен;
- рост числа производителей.

График и закон предложения



Если $P \uparrow$, то $Q \uparrow$
Если $P \downarrow$, то $Q \downarrow$
Чем выше цена, тем больше величина предложения товара, и наоборот

Рыночное равновесие: Рынки стремятся к состоянию равновесия,

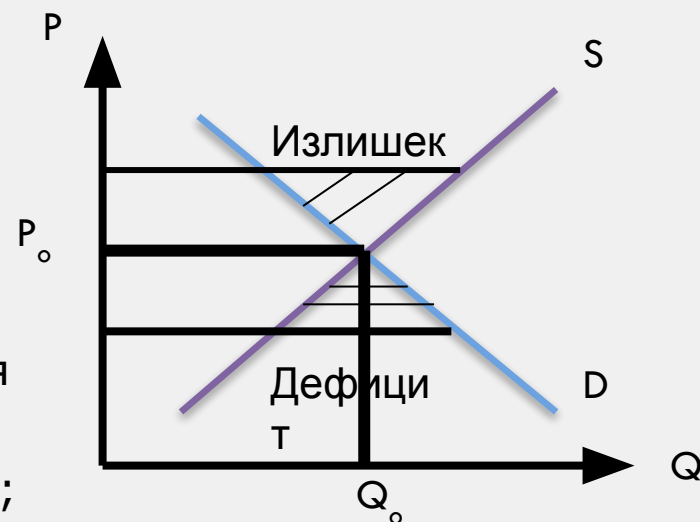
где спрос = предложению...

Равновесная цена – цена, при которой количество товара (услуг), предлагаемого продавцами, совпадает с количеством товара (услуг), которые готовы купить покупатели.

Равновесие всей экономической системы в целом называется **экономическим равновесием** и проявляется в виде пропорциональности:

- между производством продукции и его потреблением;
- между вовлеченным в оборот ресурсами и их использованием;
- между предложением товара и их спросом;
- между материально-вещественными и финансовыми потоками.

Пересечение кривых D и S



Эластичность спроса и предложения

1. Эластичность спроса

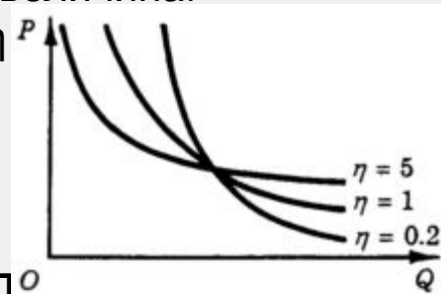
Эластичность показывает, на сколько процентов изменится одна переменная экономическая величина при изменении другой на один процент. Если обозначить цену P , а величину спроса Q , то показатель (коэффициент) ценовой эластичности спроса E_p

равен
$$\epsilon_p[D] = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\delta Q}{\delta P} = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{dQ}{dP} \frac{P}{Q}.$$

где Q — изменение величины спроса, %;
 P — изменение цены, %;

Показатель ценовой эластичности спроса для всех товаров является отрицательной величиной. Однако для оценки эластичности часто используется абсолютная величина показателя. Эластичность - безразмерная величина.

Спрос называют **неэластичным**, если $0 < \eta < 1$ и $\eta > 1$.



η (=0.2),

η (=5) эластичностью.

Факторы, влияющие на эластичность спроса:

✓ **наличие товаров-заменителей.**

Чем больше на рынке продуктов, признанных удовлетворять одну и ту же потребность, тем выше эластичность спроса на данный товар.

✓ **фактор времени.** В краткосрочном периоде спрос имеет тенденцию быть менее эластичным, чем в долгосрочном.

✓ **значимость того или иного товара для потребителя.** Спрос на предметы первой необходимости неэластичен; спрос на товары, не играющие важной роли в жизни потребителя, обычно эластичен.

Понятие **перекрестной эластичности спроса** используется для определения степени влияния на

величину спроса на данный товар изменения цены другого товара.

Коэффициент перекрестной эластичности — это отнош
на

$$E = \frac{\Delta Q (P_1 + P_2) / 2}{\Delta P (Q_1 + Q_2) / 2} = \frac{(Q_2 - Q_1) (P_1 + P_2)}{(P_2 - P_1) (Q_1 + Q_2)}$$

товар $A(Q)$ к процентному изменению цены товара $B(P)$:

Значение коэффициента перекрестной эластичности

зависит от вида товаров: взаимозаменяемые ($E > 0$) или взаимодополняемые ($E < 0$).

Эластичность спроса по доходу связана с изменением потребностей в товарах и услугах при росте

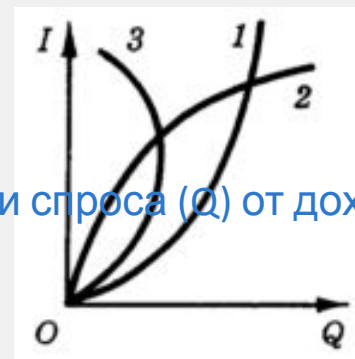
или снижении доходов. Эластичность спроса по доходу (E_d) опл $\epsilon_I[D] = \lim_{\Delta I \rightarrow 0} \frac{\delta Q}{\delta I} = \frac{dQ}{dI} \frac{I}{Q}$.
изменение количества продукции, на которую предъявляется спрос, к процентному изменению

Дохода: Здесь Q - объем спроса на определенный товар,
 I - доход потребителя, δ - относительные приращения.

Эластичность спроса по доходу на различные товары различна.

Зависимости спроса (Q) от доходов

(I).



1 - товары первой необходимости ($E_I < 1$);

$$\epsilon_P[S] = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\delta Q}{\delta P} = \frac{dQ}{dP} \frac{P}{Q} \text{ роскоши } (E_I > 1);$$

($E_I < 0$ при больших доходах).

Эластичность предложения по цене, определяется аналогично эластичности спроса, но здесь

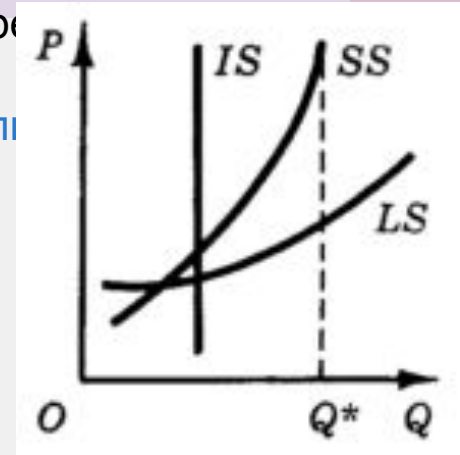
Q - объем предложения, связанный с ценой функцией $Q = S(P)$.

Так как объём предложения — комбинация функции цены, эластичности

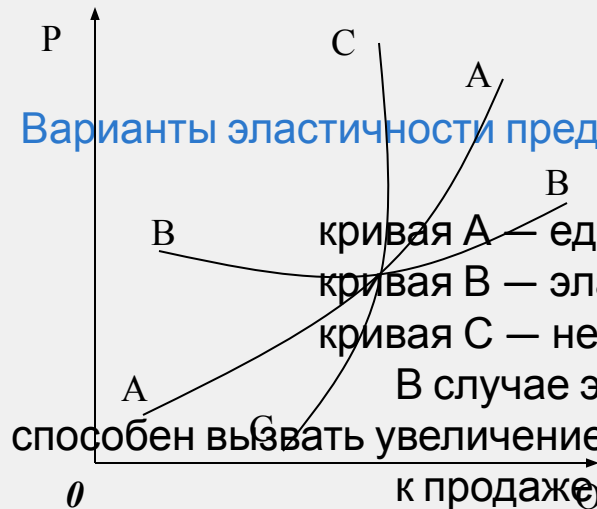
б) в коротком периоде предложение может в некоторой степени приспособиться к изменяющейся цене и на значительной части кривой предложения $E_p[S] = 0$;
 в) в длительном периоде возможности приспособления еще шире, а коэффициент эластичности больше, чем в среднем периоде. Ограниченность возможностей приспособления обычно не играет существенной роли.

Кривые предложения в разл

мгновенном (IS),
 коротком (SS) и
 длительном (LS).



Варианты эластичности предложения:



кривая А — единичная эластичность;
 кривая В — эластичное предложение;
 кривая С — неэластичное предложение.

В случае эластичного предложения 1% увеличения цены способен вызвать увеличение количества предлагаемого к продаже товара более, чем на 1%. Коэффициент эластичности здесь больше единицы.

При неэластичном предложении увеличение цены не оказывает какого-либо влияния на увеличение количества предлагаемых к продаже товаров.

Теоретически можно предусмотреть случай бесконечно эластичного предложения, которое на графике имеет вид горизонтальной линии. Это возможно, например, при увеличении

Спрос и полезность. Теория потребительского выбора.



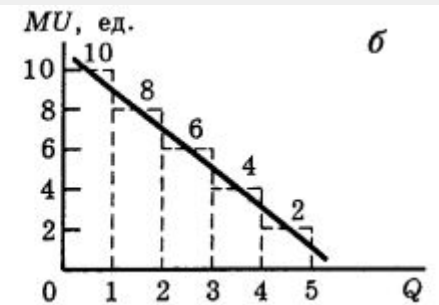
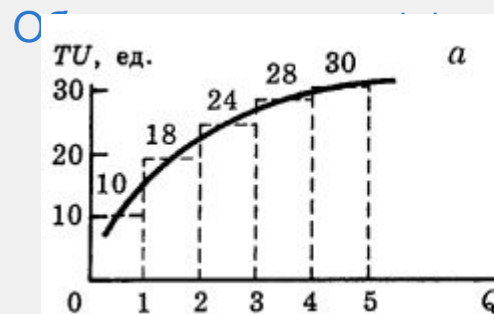
1. Потребитель стремится получить максимальное субъективное удовлетворение, или полезность, используя свой ограниченный доход.
2. Полезность, которую приносит каждая последующая единица данного товара (ее называют предельной полезностью), меньше полезности предыдущей единицы товара.

Общая и предельная

Предельная полезность продукта i есть прирост полезности набора x , получаемый при изменении в нем количества продукта i на одну достаточно малую единицу при сохранении неизменными объемами других благ, т.е.

$$MU_i(x) = \frac{\partial U(x)}{\partial x_i}$$

Число абрикосов	Общая полезность (сумма предельных полезностей), ед.	Предельная полезность (полезность дополнительного абрикоса), ед.
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2



TU - общая полезность;

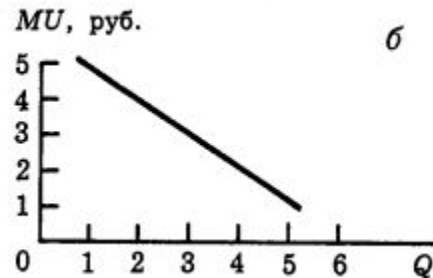
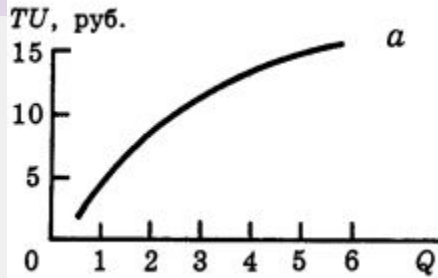
MU - предельная полезность;

Q - общее количество

Пусть полезность любой единицы денег будет одной и той же, например 1 руб. имеет полезность, равную двум единицам полезности. Тогда таблица будет выглядеть следующим образом (полезность выражена в денежных единицах):

Полезность, выраженная в денежных единицах (руб.)

а - общая полезность; б - предельная полезность.



Число абрикосо	Общая полезность	Предельная полезность
В	Ь	
1	5	5
2	9	4
3	12	3
4	14	2
5	15	1

Линия предельной полезности явл

полезность выражается в денежных единицах и полезность единицы остается постоянной.

денежной

Теория субъективной полезности выводит закон убывания объема спроса с ростом цены из аксиомы снижения предельной полезности. Такой подход получил название кардиналистского.

Ординалистский подход требует только возможности установления между различными благами отношений предпочтения или безразличия (без измерения полезности). Этот подход можно также назвать относительным.

Итак, мы можем сделать **следующие выводы**.

1. Исходным пунктом исследования спроса является изучение поведения отдельного потребителя.
2. В основе поведения потребителя лежит представление о полезности блага.
3. Уменьшение предельной полезности дополнительной единицы блага лежит в основе построения линии спроса.

Рациональность потребителя и свобода выбора: главным ограничением для любого потребителя является размер его дохода. Рациональное поведение потребителя состоит в том, чтобы максимизировать полезность при ограниченном доходе.

Потребительское равновесие — ситуация, в которой потребитель не может увеличить общую полезность, получаемую при данном бюджете, расходуя меньше денег на покупку одного блага и больше — на покупку другого.

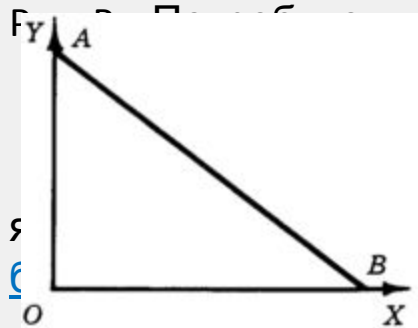
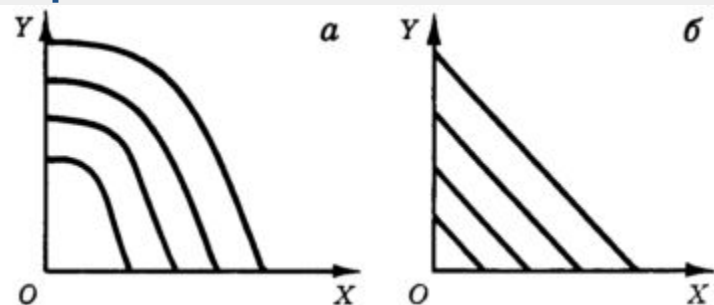
Правильнее рассматривать полезность не от потребления отдельно взятого товара, а от всего набора потребляемых товаров (переход от “кардиналистского” подхода к полезности — к “ординалистскому”).

Предельная полезность каждой предшествовавшей единицы больше, чем последующей. Получается, что полезность каждой единицы покупки (кроме последней) больше той цены, которую покупатель за нее платит, и поэтому в целом, он оказывается в выигрыше. Этот выигрыш называется “**потребительской рентой**”, или “**излишком потребителя**”.

Пусть потребителю нужно выбрать некоторую комбинацию двух товаров. Очевидно, любой акт выбора имеет две стороны: желания и возможности. Для анализа потребительских предпочтений служат **кривые безразличия**

Пусть потребитель тратит сумму денежных средств (M) на приобретение товаров X и Y , цены которых соответственно

может поступить по-разному, но в любом случае должно выполняться условие: $M = P_x X + P_y Y$, где M - доход потребителя; количество единиц товаров X и Y ; P_x и P_y - цены товаров X и Y . Численным отображением этой связи в пространстве товаров является с отрицательным наклоном. Такая прямая называется



Рыночное хозяйство и деперсонифицированный механизм цен.



Колебания рыночных цен и определяют важнейшие функции рынка:

1. Распределение основных факторов производства.
2. Стимулирование технического прогресса (без всяких лозунгов и призывов рыночная система заставляет производителя участвовать в процессе совершенствования и развития техники, науки и т.п.).
3. Дифференциация доходов субъектов рынка — объективный результат действия механизма

цен. Подчеркивается деперсонифицированный (безличностный) характер рыночного механизма, т.е. механизма колебаний цен. **«Невидимая рука»** — это и есть безличностный ценовой механизм. Та же идея лежит в основе исследования Ф.Хайека **самопроизвольного порядка** и К.Маркса в его концепции **«товарного фетишизма»**. Все эти исследования с точки зрения позитивного экономического анализа сходятся на том, что **в рыночной системе отсутствует личная зависимость одного субъекта хозяйства от другого**. (над каждым агентом рыночного хозяйства господствует не личность, а безличностная сила рыночных цен. Только эта сила и «приказывает», ЧТО, КАК и ДЛЯ КОГО производить.)

Разумеется, рынок — не идеальное устройство общества. Однако перефразируя известное изречение о демократии, можно отметить, что рынок — наихудший способ организации хозяйства, за исключением всех остальных.