

«Провалы рынка и необходимость государственного регулирования»



ВЫПОЛНИЛА:
СТУДЕНТКА 58 ГР.,ФМЭ
ЗАВГОРОДНЯЯ Ю.С.

- Объект: мировой рынок

- Предмет: государственное регулирования при провалах рынка.

- Цель работы: проанализировать проблемы фиаско или провалов государственного регулирования рынка.

- Задачи:

- рассмотреть провалы рынка;- рассмотреть сущность и особенности государственного регулирования экономики;

- проанализировать причины провалов государственного регулирования рынка и способы их исправления



«Провалы рынка»

– это случаи, когда рынок оказывается не в состоянии обеспечить эффективное использование ресурсов.



Джон Милль в своей работе «Принципы политической экономии» от 1848 года отмечал бессилие рынка, когда рыночный механизм неэффективен: потребитель не в состоянии оценить качество услуг, в частности, в области образования.

Источниками возникновения провалов рынка являются:

- угасание конкуренции из-за слияния фирм, тайных сговоров и беспощадной конкуренции, формируя только небольшое количество фирм;
- развитие технического прогресса, требующее использования большего количества реального капитала, крупных и централизованных рынков, богатых источников сырья, формируя крупномасштабных производителей;
- неспособность рыночной системы перераспределять ресурсы в соответствии с потребностями потребителей, отсюда расточительное и неэффективное производство и неравное распределение дохода;
- неумение рыночной системы учесть все выгоды и издержки, связанные с производством и потреблением определенных товаров и услуг, когда спрос и предложение не отражают все выгоды и издержки производства;
- существование потребностей в товарах и услугах, производство которых не может финансироваться индивидами через рынок, когда не учитываются общественные или коллективные потребности;
- неустойчивость механизма полной занятости и стабильности уровня цен.



Виды провалов рынка:

Обычно выделяют четыре типа неэффективных ситуаций, свидетельствующих о «провалах» рынка:

- монополия;
- несовершенная (асимметричная) информация;
- внешние эффекты;
- производство общественных благ.



Различают:

- ситуативную;
- естественную;
- легальную (правовую) монополии.

Легальная монополия имеет место, когда государство целенаправленно наделяет отдельных лиц или организации исключительными правами в сфере производства определенных продуктов.

Ситуативная монополия предполагает рыночную власть, основанную на обладании всем объемом некоторого ресурса, необходимого для производства блага, рынок которого монополизирован.



Естественная монополия возникает, когда в силу особенностей производственного процесса имеется существенная экономия на масштабе, в результате чего оптимальный объем производства одной фирмы-монополиста может превышать объем рынка при совершенной конкуренции.



Примером может служить городской водопровод.

Другой вид провалов рынка — информационная асимметрия у производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) экономических благ.



Проблема неопределенности качества впервые была рассмотрена Дж. Акерлофом в 1970 году на примере рынка подержанных автомобилей.

Например, навязыванию пациентам врачами дополнительных услуг вплоть до излишних дорогостоящих операций при наличии альтернативных методов лечения заболеваний.

3) Внешние и внутренние эффекты.

Внешние эффекты (их еще называют экстерналии (англ. externality) – влияние деятельности одного экономического агента на благосостояние другого, которое не находит отражения в рыночной цене блага.



Основы понятия были введены в 1920 году Артуром Пигу в книге «Экономическая теория благосостояния».

Само словосочетание «внешние эффекты» ввёл Пол

Самуэльсон в 1958 году.



Рассмотрим подробнее действие отрицательных и положительных внешних эффектов.

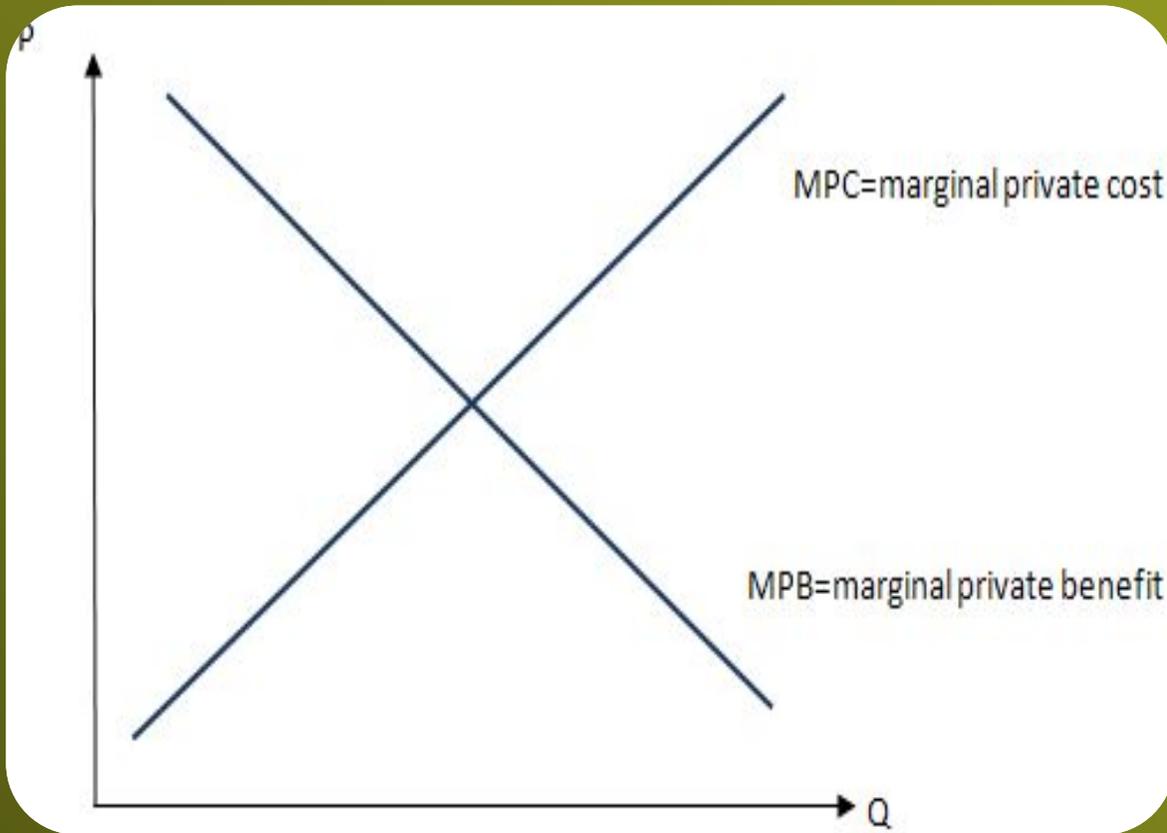


Рис.1.1. Действие отрицательных и положительных внешних эффектов

Рассматривают следующие виды внешних эффектов:

- 1.Отрицательный внешний эффект в производстве;
- 2.Отрицательный внешний эффект в потреблении;
- 3.Положительный внешний эффект в производстве;
- 4.Положительный внешний эффект в потреблении.



Отрицательный внешний эффект в производстве



Наиболее популярный пример отрицательного внешнего эффекта в производстве – это загрязнение окружающей среды. Например, крупный промышленный завод сливает сточные воды в реку и выбрасывает диоксид углерода в атмосферу.



Отрицательный внешний эффект в потреблении

В этом случае предельные общественные издержки (marginal social cost, MSC) оказываются больше предельных частных издержек (то есть издержек завода) на величину предельных внешних издержек (то есть на величину внешнего эффекта):

$$MSC = MPC + MEC$$

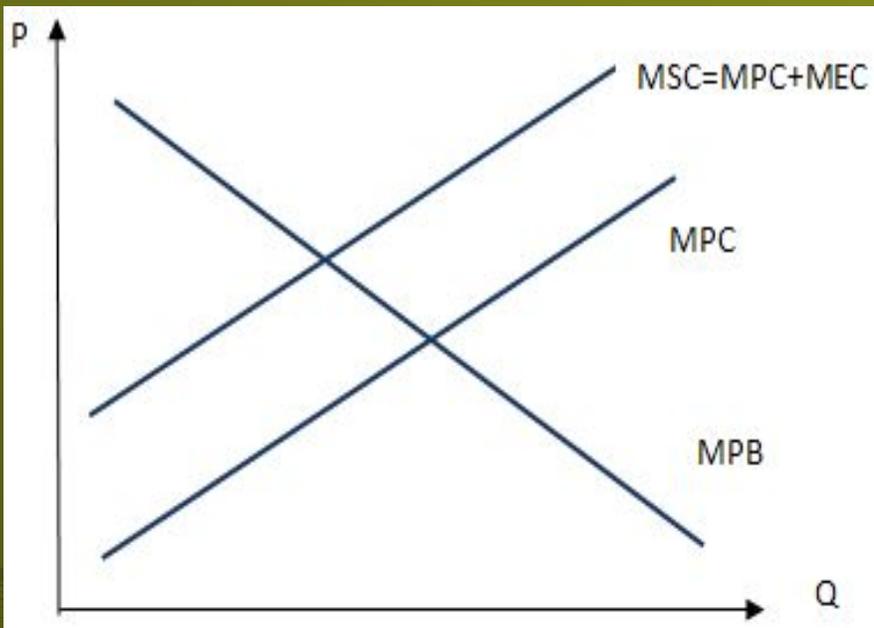


Рис.1.2. Отрицательный внешний эффект в производстве

Классическим примером является прослушивание громкой музыки. В этом случае ваше потребление создает издержки для соседей

$$MSB = MPB - MEB$$

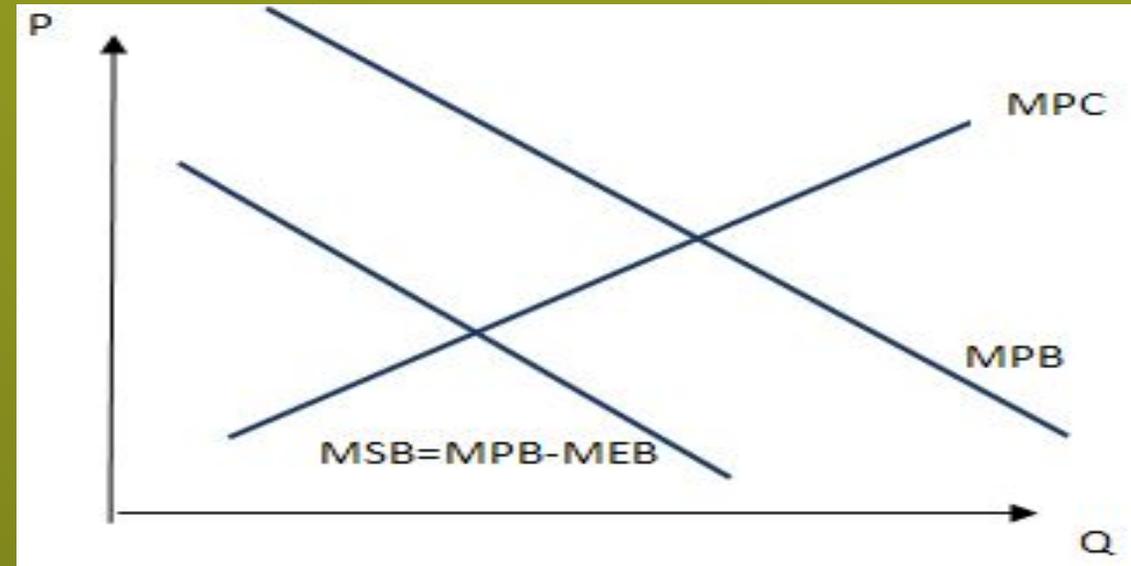


Рис.1.3. Отрицательный внешний эффект в потреблении

Положительный внешний эффект в производстве

Классическим примером положительного внешнего эффекта в производстве являются инновации.

$$MSC = MPC - MEC$$

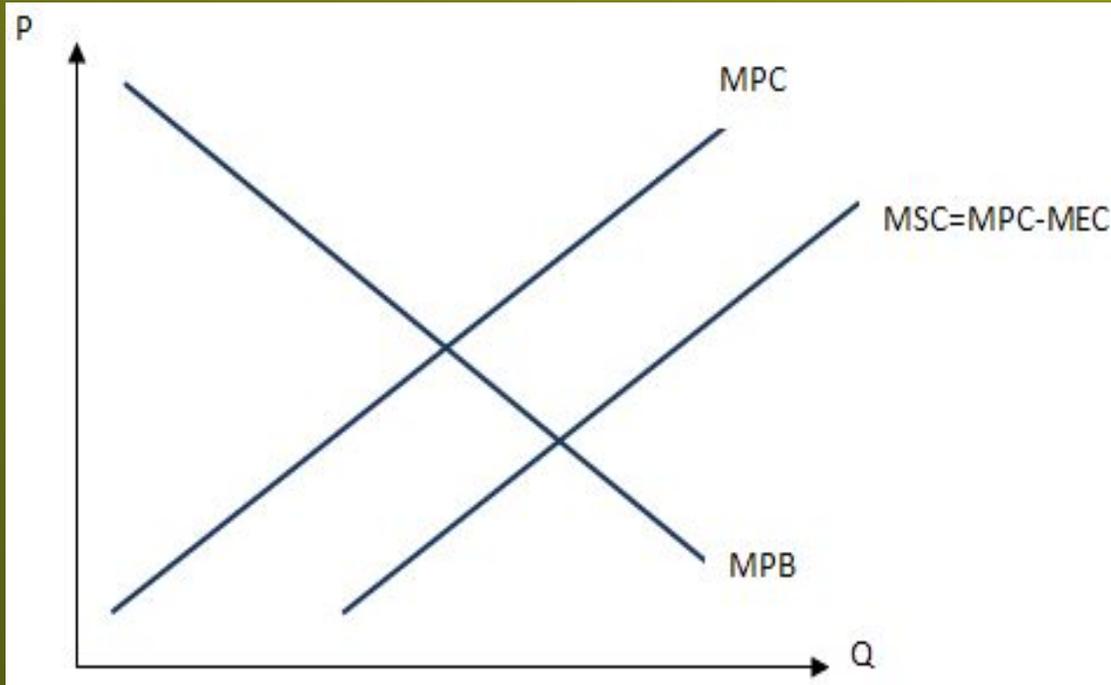


Рис.1.4. Положительный внешний эффект в производстве

Положительный внешний эффект в потреблении

$$MSB = MPB + MEV$$

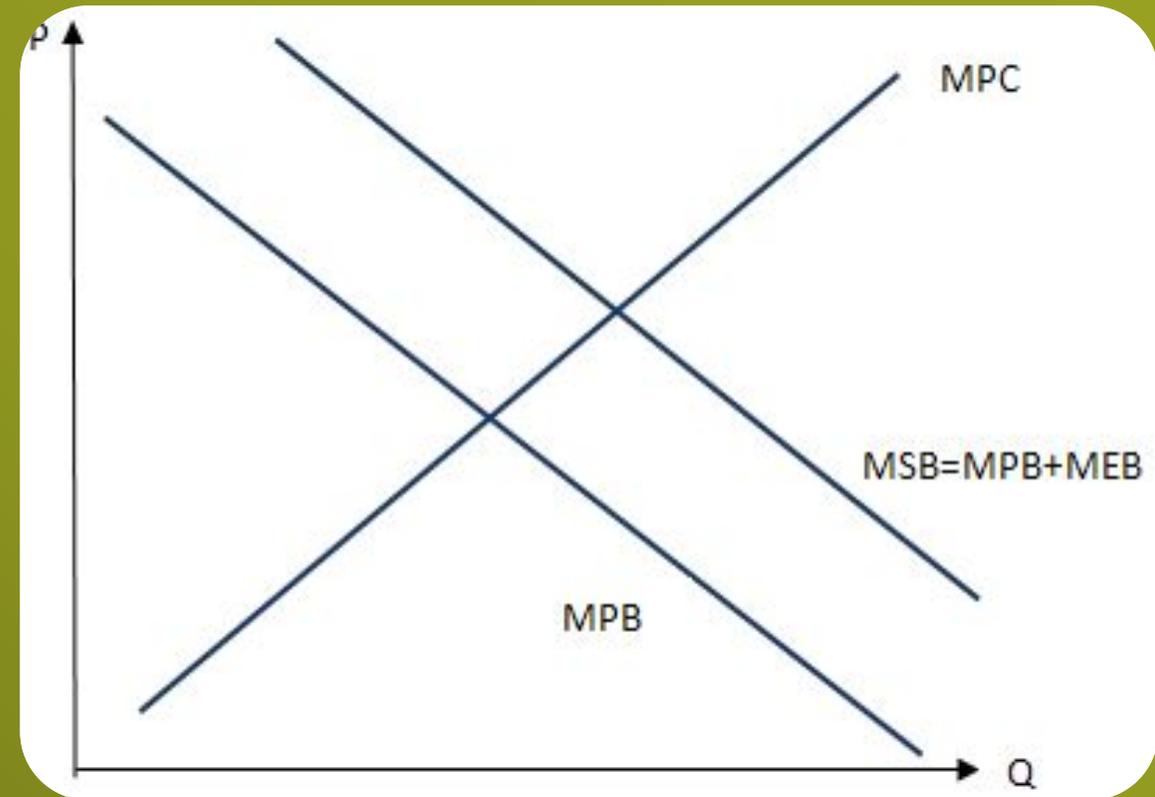
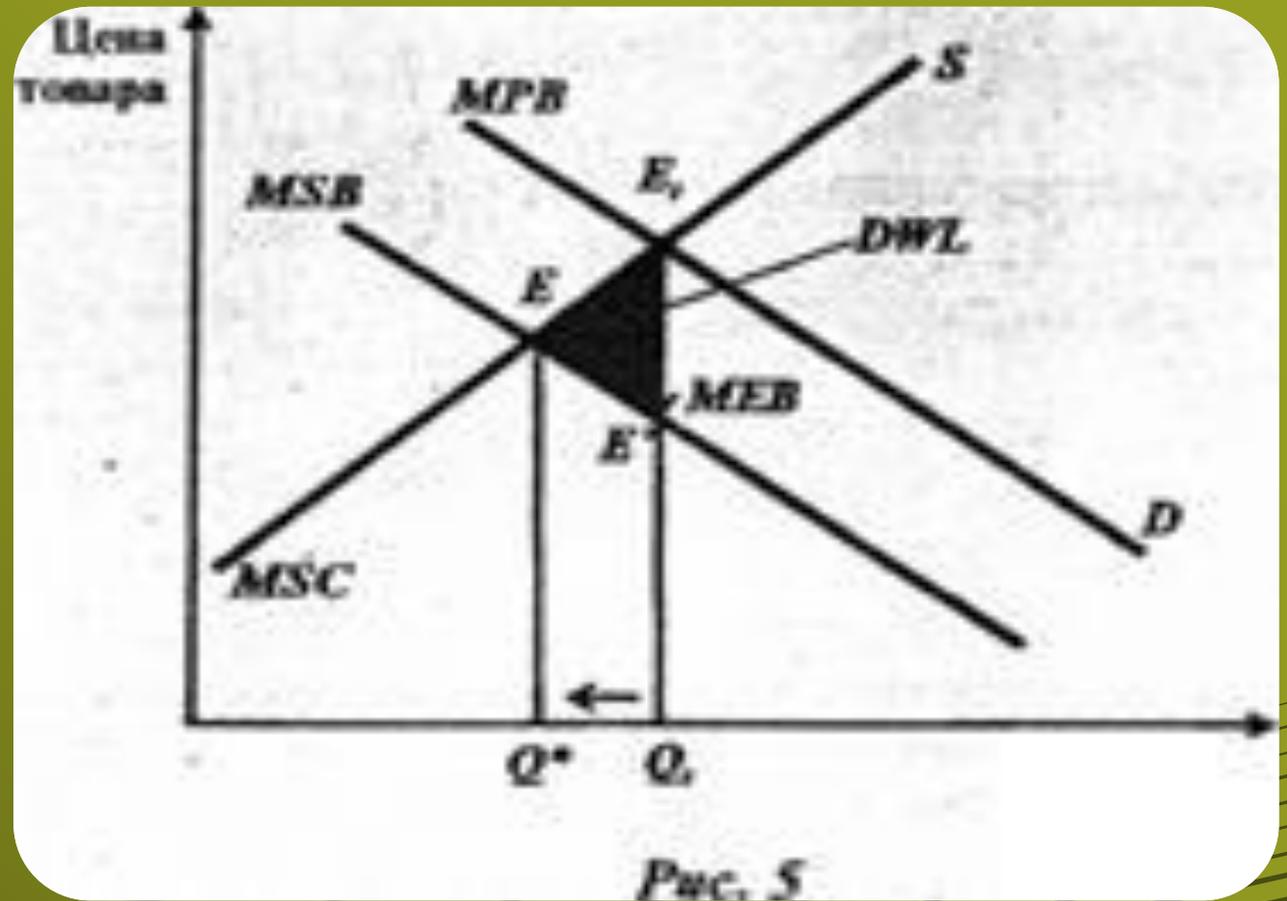
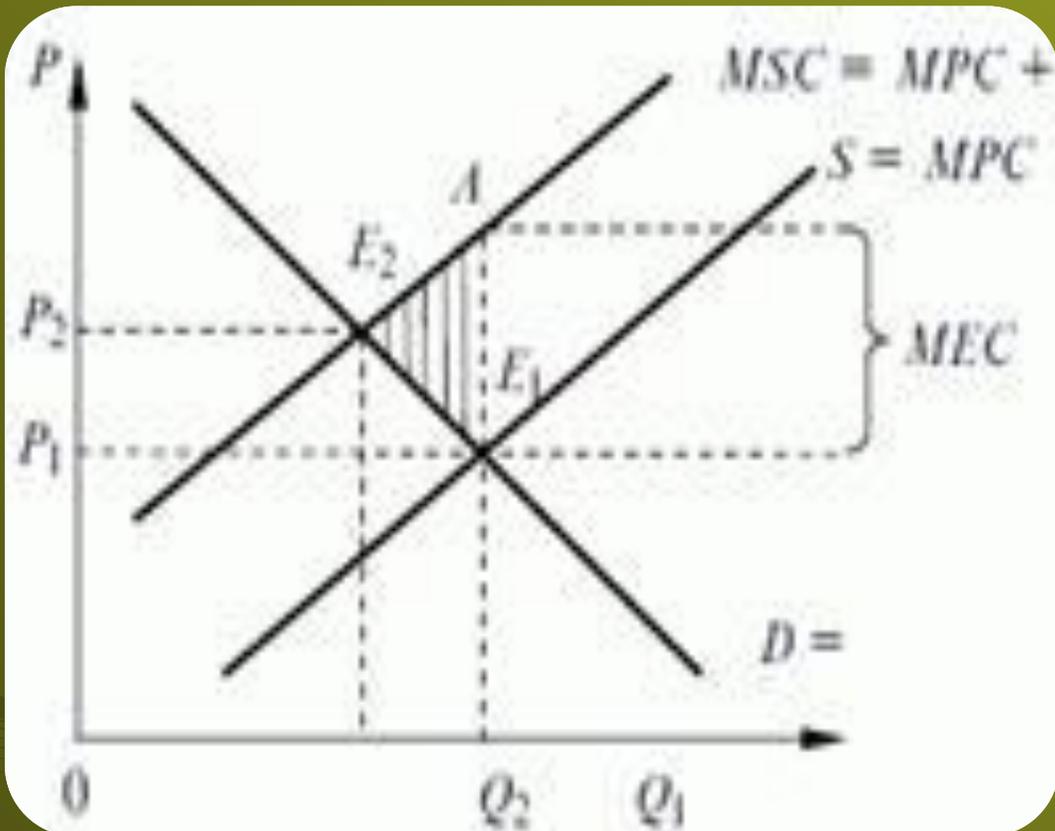


Рис.1.5. Положительный внешний эффект в потреблении

Теорема Коуза

Смысл теоремы Коуза сводится к следующему: при четком распределении прав собственности и нулевых транзакционных издержках, независимо от того, как права собственности распределены между экономическими субъектами, частные и общественные издержки равны.



4). Общественные блага

– это совокупность товаров и услуг, которые предоставляются населению на безвозмездной основе, за счет финансовых средств государства.



Термин «общественные блага» (public goods) был введен в экономическую науку американскими экономистами - упоминавшимися ранее П. Самуэльсоном и Р. Масгрейвом - еще в 1950-х гг.

Существуют:

- *чистые общественные блага*, которые рынок не производит вообще (национальная оборона),

- *смешанные общественные блага* (клубные, социально значимые и квазиобщественные блага), которые рынок может производить, но в недостаточном количестве.

Общественное благо характеризуется двумя

свойствами — неконкурентностью

(неизбирательностью) и неисключаемостью.



1. Неконкурентность означает, что потребление общественного блага одним человеком не уменьшает его доступность для других.



2. Неисключаемость означает, что технически невозможно ограничить потребление общественных благ или такое ограничение экономически нецелесообразно из-за неприемлемо высоких затрат на предотвращение бесплатного доступа к общественному благу дополнительного потребителя, или на введение механизма его платности.

Вмешательство государства справляется с проблемой фиаско рынка:

В условиях *ситуативной монополии* (конкурентам недоступны факторы производства) государство может разделять сконцентрированные производственные мощности монополиста на основе антимонопольного законодательства, предотвращать слияние.



При *естественной монополии* (вхождение на рынок конкурентов влечёт потери экономии на масштабе и рост издержек)



При *легальной монополии* (государство наделяет исключительными правами на осуществление какой-либо деятельности с помощью лицензирования и патентования) государство регулирует доступ на рынок участников.

При *асимметрии и неполноте информации* государство распределяет риски между потребителями, страхуя инвестиции и вклады, контролирует производство и сбыт товаров и услуг, само участвует в производстве тех или иных товаров и услуг, финансирует сверхдолгосрочные проекты.



При *отрицательных внешних эффектах* (часть издержек, связанных с деятельностью или фактором производства, достаётся третьим лицам) государство проводит интернализацию внешних эффектов, запрещает и вводит систему штрафов и наказаний.

Каушик Басу отмечает, что в условиях глобализации преодоление провалов рынка возможно только при видимой руке государства, чтобы остановить рыночные операции как при экстерналиях, так и при запрете договоров, обменов и торговли, совершаемых добровольно и без последствий для третьих лиц при соблюдении этических принципов.



Инструменты регулирования естественных монополий

можно условно разделить на три группы:

- Непосредственное установление цен на продукцию естественных монополистов.
- Линейное ценообразование
- $P = MC$ (цена на уровне предельных издержек).
- $P = AC$ (цена на уровне средних издержек).
- Нелинейное ценообразование (политика двуставочного тарифа)



Прежде всего, это области, где перестает эффективно действовать механизм рыночной саморегуляции и требуется срочное вмешательство государства:

1. Это правильная организация денежного обращения.
2. Предоставление государством общественных товаров.
3. Устранение государством последствий внешних эффектов.



Спасибо за внимание!!!