

Тема 5. Провалы рынка

1. Провалы рынка.
2. Неравенство доходов.
3. Внешние эффекты.
4. Общественные блага.
5. Асимметрия информации.

1. Провалы рынка

- «Провалы рынка» - ситуация, когда рынок не в состоянии координировать процессы экономического выбора таким образом, чтобы обеспечить эффективное распределение и полное использование ограниченных ресурсов
- Рынки приводят к оптимальным результатам, если соблюдаются определенные условия (предпосылки). К ним относятся: совершенная информация, совершенная конкуренция, полный набор рынков

Причины «провалов» рынка

- несовершенная конкуренция
- несовершенная информация
- неполный набор рынков
- дефекты в правах собственности
- противоречие между экономической эффективностью и социальной справедливостью

Формы проявления «провалов» рынка

- внешние эффекты
- общественные блага
- монополия и монопольные эффекты
- социальная несправедливость и дифференциация доходов

2. Неравенство доходов

- Рынок - социально нейтральный механизм.
- Одно из проявлений **провалов рынка** – невозможность справедливого распределения доходов.
- Критерий эффективности не может дать теоретическую основу решения проблемы справедливости.
- Оптимум по Парето: невозможно улучшить благосостояние какого-либо члена общества, не ухудшив при этом благосостояния хотя бы одного из остальных членов этого общества.

Социальная справедливость

Концепции справедливости:

- эгалитаристская,
- утилитаристская,
- роулсианская.

Эгалитаристская концепция

- Уравнительное распределение доходов.
- Если требуется разделить определенное количество благ между людьми, одинаково этого заслуживающими, то справедливым было бы распределение поровну.
- «Одинаковые заслуги»: трудовой вклад в общественное благосостояние, стартовые условия в смысле владения собственностью, умственные и физические способности.
- Обращаемся к нравственным суждениям.

Утилитаристская концепция (Иеремия Бентам)

- Утилитаризм Бентама: **«наибольшее счастье для наибольшего числа людей является мерой добра и зла»** (Bentham J.A Fragment on Government. 1776)
- Достижение этой цели предполагалось через законодательство (институциональный подход) – установление правил (стимулов и санкций), способных побудить эгоистичных людей поступать как должно. [Принцип объединения долга и интереса]

Роулсианская концепция (Джон Роулс)

- Справедливое распределение – то, которое максимизирует благосостояние наименее обеспеченного члена общества.

Дифференциация доходов

Причины:

- различия в способностях (физических и интеллектуальных);
- различия в образовании и квалификации;
- трудолюбие и мотивация;
- профессиональная интуиция и склонность к риску;
- происхождение, размер и состав семьи;
- владение собственностью и положение на рынке;
- удача, везение и дискриминация.

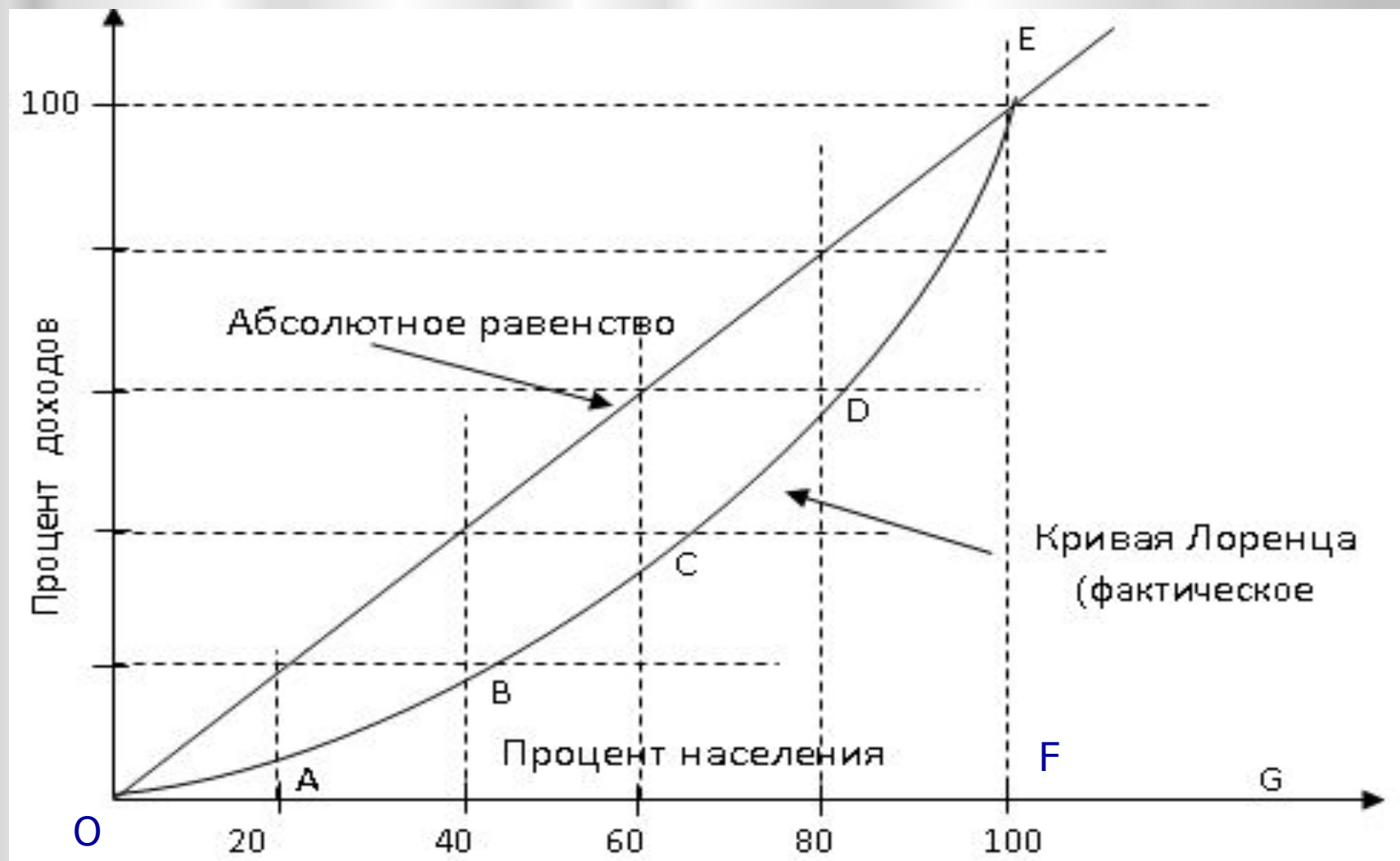
Методы перераспределения доходов

- Законодательные
- Административные (запреты, разрешения, и принуждение).
- Экономические (регулирование минимальной заработной платы, налоговая политика, политика регулирования цен, оплата труда работников бюджетной сферы)
- Контролирующие (деятельность монополий и монопольных рынков, потребительские качества продукции и товаров, норма прибыли и цен).

Показатели дифференциации доходов

- кривая Лоренца,
- коэффициент Джини,
- децильный коэффициент (коэффициент фондов),
- квинтильный коэффициент.

Кривая Лоренца для определения глубины степени неравенства



Коэффициент Джини (G).

- Отношение площади фигуры между линией абсолютного равенства и кривой Лоренца к площади треугольника между линиями абсолютного равенства (OE) и абсолютного неравенства (OFE).
- $0 < G < 1$.
- Страны с развитой рыночной экономикой и активной социальной политикой государства демонстрируют более низкий коэффициент Джини (0,3-0,35).
- У бедных стран G от 0,5.
- В СССР в 1991 г. $G = 0,26$. Россия: 1993 - 0,496; 2005 - 0,4; 2015 - 0,412.

Основные показатели дифференциации доходов

Дециль – десятая часть населения, так же как
КВИНТИЛЬ – пятая часть

Децильный коэффициент (диапазон неравенства)- показывает соотношение между доходами 10% самых высокодоходных граждан и 10% граждан с самыми низкими доходами

Распределение общего объема денежных доходов населения в РФ

	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Денежные доходы - всего, процентов	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе по 20-процентным группам населения:								
первая (с наименьшими доходами)	5,9	5,4	5,2	5,2	5,2	5,2	5,2	5,2
вторая	10,4	10,1	9,8	9,8	9,9	9,8	9,8	9,9
третья	15,1	15,1	14,8	14,8	14,9	14,9	14,9	14,9
четвертая	21,9	22,7	22,5	22,5	22,6	22,5	22,5	22,6
пятая (с наибольшими доходами)	46,7	46,7	47,7	47,7	47,4	47,6	47,6	47,4
Коэффициент Джини (индекс концентрации доходов)	0,395	0,409	0,421	0,421	0,417	0,420	0,419	0,416

Бедность

- **Бедность** - уровень дохода, достаточный для того, чтобы поддерживать прожиточный минимум (Самуэльсон, Нордхаус).
- **Бедность** - отсутствие возможностей.

Критерии определения бедности:

- по затратам на питание (закон Энгеля): чем выше доля питания в потребительских расходах, тем беднее семья;
- бедный - тот, кто живет хуже других (относительную бедность);
- оценочное суждение, которое отражается в законодательстве о социальном обеспечении.

Проблемы перераспределения доходов

- Дилемма эффективности и справедливости: стремление к большему равенству может обернуться для общества потерями в экономической эффективности.
- Гипотеза «культуры бедности»: нищета становится образом жизни и передается из поколения в поколение.
- «Дырявое ведро» социальной помощи, (Оукен) - потери общественного благосостояния в ходе процесса перераспределения доходов.

3. Внешние эффекты

Внешний эффект - воздействие производства или потребления одного блага на производство или потребление другого блага. Внешние эффекты представляют собой полезность или затраты, связанные с третьими лицами и не учтенные в цене товара.

Виды внешних эффектов по характеру:

- **Отрицательные внешние эффекты.**
Воздействие может быть отрицательным, если оно выражается в снижении полезности какого-либо потребителя или выпуска какой-либо фирмы. Уменьшение полезности или выпуска считают внешними затратами данного вида деятельности.
- **Положительные внешние эффекты.**
Воздействие может быть положительным, если оно выражается в увеличении полезности стороннего потребителя или выпуска фирмы. Прирост полезности или выпуска считают внешними выгодами данного вида деятельности.

Виды внешних эффектов по направлению действия:

- «Производство – производство».
Отрицательный внешний эффект: химзавод спускает в реку свои отходы, которые мешают производству расположенного ниже по течению реки пивоваренного завода.
Положительный внешний эффект: расположенные рядом пасека пчеловода и яблоневый сад производителя фруктов оказывают друг на друга благоприятное воздействие (сбор меда зависит от числа яблонь, и наоборот).

Виды внешних эффектов по направлению действия:

- «Производство – потребление».
Отрицательное воздействие: жители прилегающих районов страдают от вредных выбросов в атмосферу промышленных предприятий. Положительное воздействие: завод в маленьком поселке ремонтирует дорогу, по которой "заодно" ездят и местные жители.

Виды внешних эффектов по направлению действия:

- «Потребление – производство».
Отрицательный эффект: в результате семейных пикников возникают лесные пожары, которые вредят лесному хозяйству.
Положительный эффект: забор предприятия не нужно охранять, если рядом проходит людная улица и ни один вор не может перелезть незамеченным.

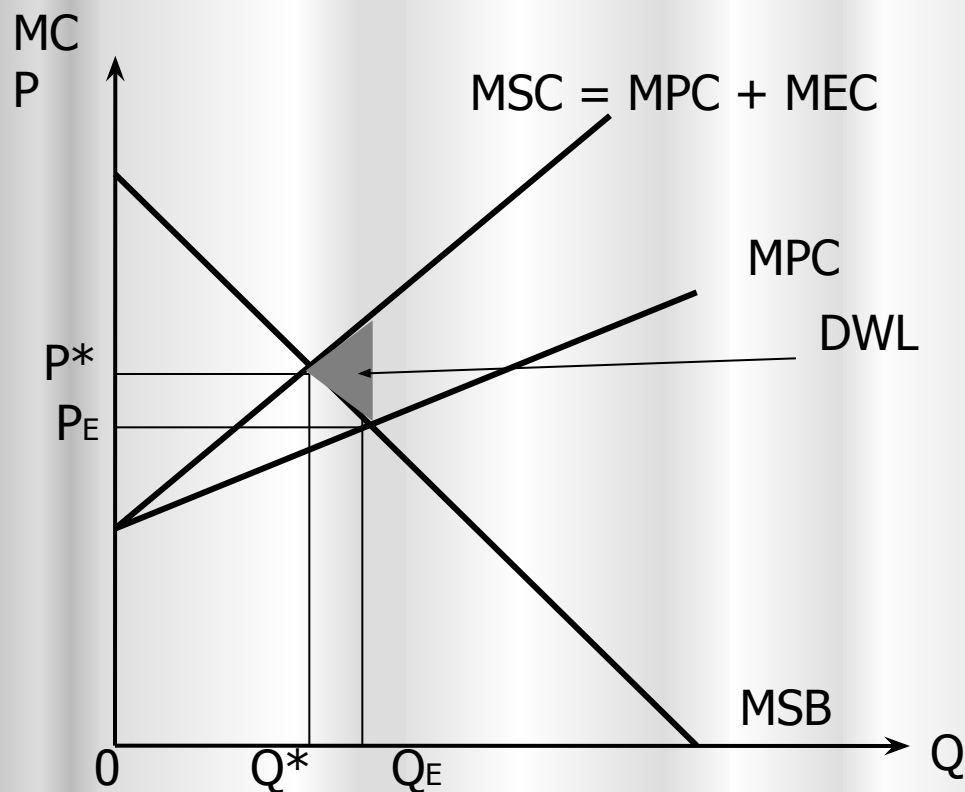
Виды внешних эффектов по направлению действия:

- «Потребление – потребление».
Отрицательный эффект: полезность индивида уменьшается, если его сосед ночью включает на полную громкость музыку. Положительный эффект: если вы разбили цветник перед домом, то полезность ваших соседей от созерцания красивых цветов будет расти.

Внешние издержки

- Совокупные внешние издержки (ТЕС) - это совокупный ущерб, наносимый третьим лицам.
- Предельные внешние издержки (МЕС) - это дополнительные издержки, связанные с производством каждой дополнительной единицы продукции, которые не оплачиваются производителями, а перекладываются на третьих лиц.
- Предельные индивидуальные издержки (МРС) - это стоимость услуг тех ресурсов, которые фирмы покупают или которыми владеют.
- При отрицательном внешнем эффекте $MPC < MSC$
- Предельная общественная полезность (MSB) - дополнительная полезность, извлекаемая при производстве еще одной единицы продукции.

Отрицательные внешние эффекты в производстве



Отрицательные внешние эффекты сопряжены с появлением внешних предельных издержек или внешнего предельного ущерба, увеличивающего общественные предельные издержки выпуска продукта (MSC) по сравнению с частными (MPC).

Условие достижения эффективности: $MPC + MEC = MSC = MSB$.

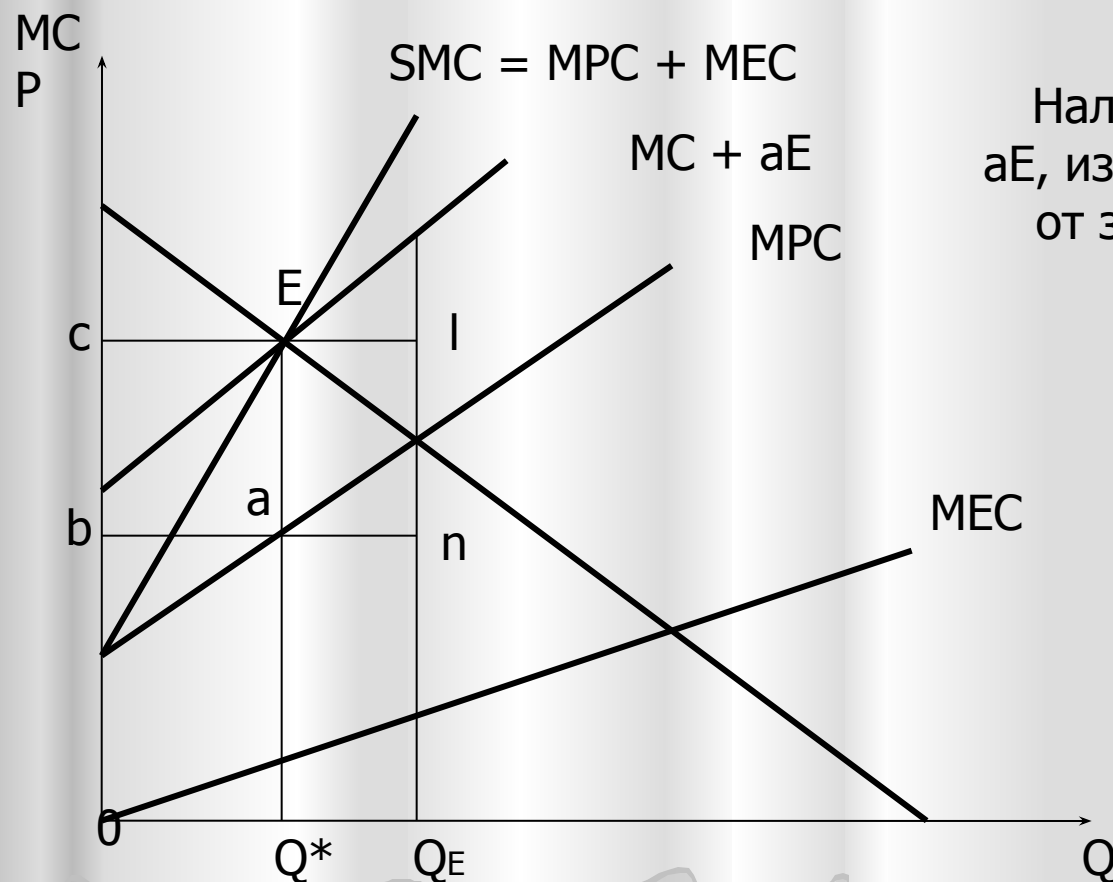
Интернализация

Одним из возможных решений проблемы внешних эффектов является интернализация внешних издержек, так чтобы те, кто порождают внешние эффекты, платили цену, которая соответствует издержкам, навязываемым третьим лицам.

Налог Пигу

- Налог Пигу – это налог, взимаемый с каждой единицы выпуска фирм-загрязнителей в размере, равном предельному ущербу от загрязнения при эффективном объеме выпуска.

Налог Пигу



Налог Пигу представлен отрезком aE , измеряющим предельный ущерб от загрязнения при выпуске Q^* , а налоговый сбор от него представлен площадью прямоугольника $abcE$.

4. Общественные блага.

- **Общественные блага** – это блага, которые не могут быть предоставлены отдельному потребителю таким образом, чтобы одновременно они не были бы предоставлены в распоряжение всех других потребителей
- Невозможно получить полезность от потребления общественного блага одному индивиду; как только общественное благо делают доступным для кого-либо, оно приводит к положительным внешним эффектам для всех
- Общественное благо предоставляется в одном и том же количестве всем потребляющим его потребителям

Особенности чистого общественного блага

- Свойство неконкурентности в потреблении – при потреблении данного объема блага положение ни одного из потребителей не ухудшается, если дополнительный потребитель подключается к потреблению. Означает, что полезность индивидуального потребителя блага не зависит от общего числа его потребителей.
- Свойство неисключаемости в потреблении – потребители, не желающие платить за «подключение» к потреблению не могут быть лишены возможности потребления

Кривая спроса на чистое общественное благо

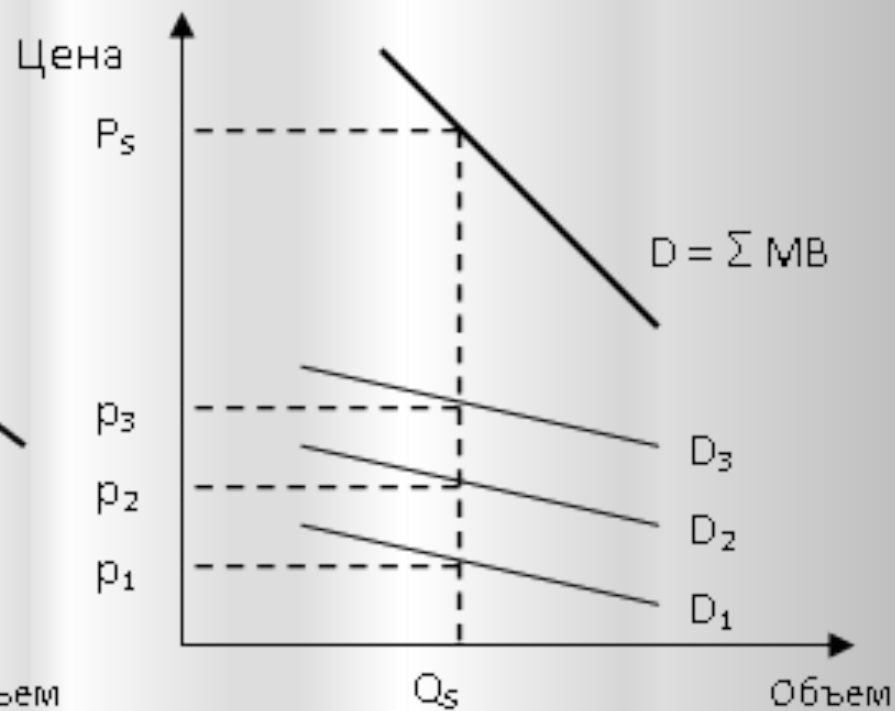
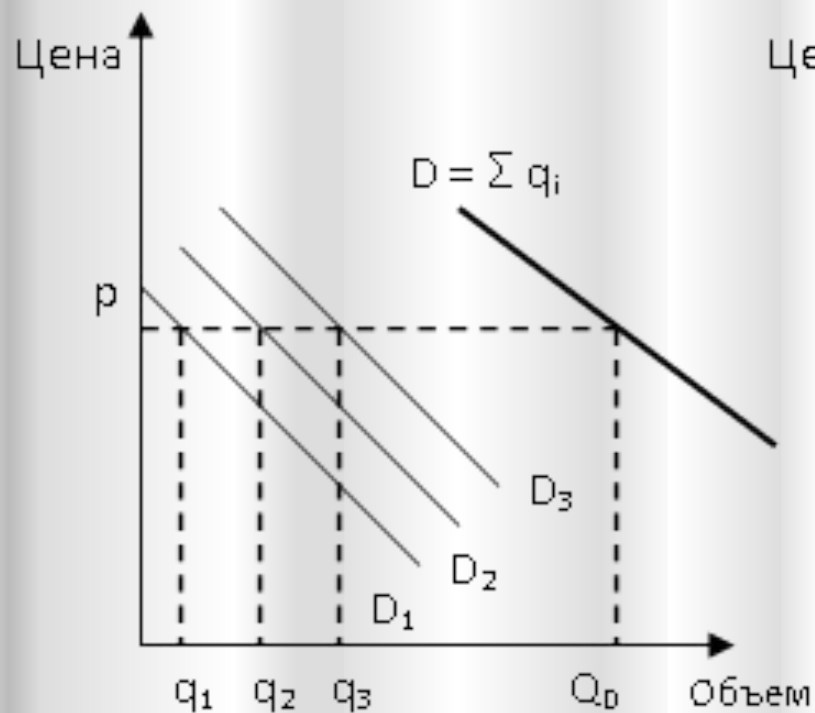
- Цена на чистое общественное благо не является переменной величиной, т.к. нельзя назначить цену за отдельную единицу чистого общественного блага
- Кривая спроса получается путем сложения его индивидуальных предельных полезностей для всех потребителей по каждой возможной цене. Это предполагает суммирование индивидуальных кривых спроса по вертикали, т.е. по оси цены

При любом объеме предложения объем потребления чистого общественного блага каждым потребителем должен равняться объему предложения:

$$Q_s = q_1 = q_2 = q_3 = \dots = q_N,$$

где Q_s – общий объем предложения,
 q_i – объем потребления блага
каждым из N потребителей,
 $i = 1, N$

Частные и чистые общественные блага



Условие равновесия

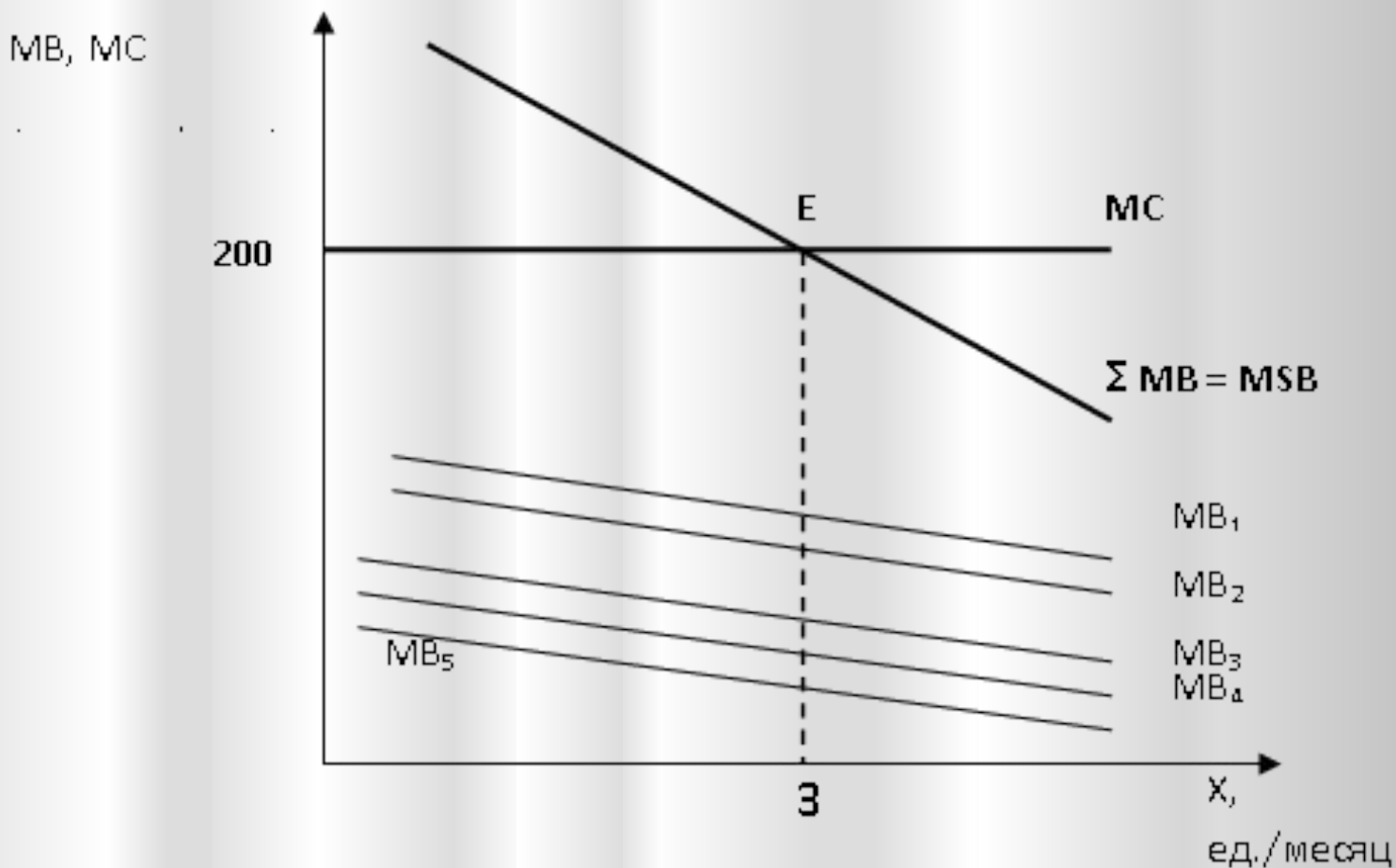
- $$MSC = MSB = \sum MB$$

MSC – предельные общественные издержки производства единицы блага

$\sum MB$ - сумма предельных полезностей, получаемых каждым потребителем этой дополнительной единицы

MSB - предельная общественная полезность

Эффективный объем выпуска чистого общественного блага



Проблема «безбилетника»

- заинтересованность в общественных благах совместима с уклонением от участия в коллективных действиях, необходимых для получения этих благ
- затруднённость осуществления взаимовыгодных коллективных действий из-за возможности получения экономическими агентами выгоды без участия в общих издержках

Решение проблемы «безбилетника»

- найти «индивидуальные» цены, которые потребители готовы были бы заплатить за данный объем предлагаемого общественного блага
- найти стимулы, чтобы потребители не скрывали свои «индивидуальные» цены

5. Асимметрия информации

- Рыночная информация асимметрична, если продавцы и покупатели имеют **различный объем информации** о характеристиках друг друга и продаваемого товара
- Асимметрия информации: скрытые действия и скрытая информация
- Последствия асимметричности информации:
 - Отсутствие (неполнота) рынков
 - Неблагоприятный отбор (заемщики и клиенты страховых компаний, до заключения контракта)
 - Моральный риск (в период исполнения контракта)

Рынок «лимонов»

	Максимальная цена покупателя	Минимальная цена продавца
"Персик"	3000	2800
"Лимон"	2000	1000

Борьба с неблагоприятным отбором

- **Фильтрация** - действия неинформированного участника контракта, по реакции на которые со стороны информированного участника он получает необходимую информацию
- **Сигнализирование** - действия информированного участника контракта, ставящие своей целью донести определенную информацию до неинформированного участника

Реклама как сигнал

- Реклама – сигнал о качестве продукта
- 2 периода времени
- Качественный и некачественный продукт
- Проверяемый продукт
- Производители некачественного продукта не смогут скопировать стратегию.

«...с трудом можно найти
опытного работника, который бы
не посвящал значительное
количество времени изучению
вопроса о том, насколько
медленно он может работать,
чтобы у работодателя все же
оставалось впечатление, что он
работает в приемлемом темпе...»
(Ф.Тейлор)

Механизмы борьбы с моральным риском

- Внутренние
 - Оплата по результату
 - Контроль
 - Эффективная заработная плата
 - Залог
 - Сделай сам
- Внешние
 - Репутация на рынке агентов
 - Конкуренция на рынке готовой продукции
 - Угроза банкротства/поглощения