

Макроэкономическое равновесие

1. Совокупный спрос. Факторы, влияющие на совокупный спрос: эффекты процентной ставки, богатства, импортных закупок, неценовые факторы
2. Совокупное предложение. Кейнсианский, восходящий и классический отрезки кривой AS. Факторы, влияющие на совокупное предложение.
3. Макроэкономическое равновесие. Эффект Храповика

1. Поскольку задача макроэкономики состоит в том, чтобы выяснить, как формируется экономическая система в целом, то возникает необходимость **агрегирования (укрупнения) экономических категорий**. При этом для анализа макроэкономики необходимо рассмотреть категории совокупного спроса и совокупного предложения. Так как на реальном рынке встречаются не два индивида - покупатель и продавец, а множество продавцов и покупателей. Поэтому речь идет не об индивидуальном спросе и не об отдельном предложении какого-то конкретного товара, а о совокупном агрегированном спросе и совокупном предложении в масштабе национального рынка.

Совокупный спрос (AD) – это спрос всех покупателей страны на конечную продукцию, или сумма планируемых расходов потребителей на покупку конечных товаров и услуг при данном уровне цен (индексе цен). Покупателями этих товаров и услуг являются потребители, фирмы, государство.

При прочих равных условиях, чем ниже уровень цен, тем большее количество товаров национального производства может быть куплено, и наоборот, чем выше уровень цен, тем меньший объем продуктов может быть куплен.



AD включает в себя следующие элементы:

1) Потребительские расходы домохозяйств (C). Объем потребления, как известно, прежде всего определяется величиной располагаемого дохода, который равен личному доходу частных лиц за вычетом уплаченных налогов.

2) Инвестиционные расходы фирм (I). Инвестиции включают в себя частные закупки недвижимости, оборудования и запасы. Объем инвестиций определяется в основном уровнем выпуска, стоимостью капитала, ожиданиями будущей конъюнктуры.

3) Государственные закупки (G), которые включают в себя, например, покупку правительством оружия, строительного оборудования, финансирование государственных школ.

4) Чистый экспорт (NE).

Таким образом, совокупный спрос может быть выражен как:

$$AD = C + I + G + NE.$$

На совокупный спрос оказывают влияние ценовые факторы, которые определяют нисходящий характер кривой AD и сдвигают точку на кривой AD:

1) Эффект Кейнса (эффект процентной ставки). Дело в том, что рост уровня цен заставляет и потребителей, и производителей брать деньги в долг. Это обстоятельство повышает процентную ставку. Поэтому покупатели откладывают свои покупки, а предприниматели сокращают инвестиции. В результате совокупный спрос уменьшается. Это явление называется эффектом процентной ставки.

Наглядно можно представить следующим образом:

Рост уровня цен → рост спроса на деньги → рост процентной ставки → падение спроса на инвестиции → сокращение AD.

2) Эффект Пигу (реальных кассовых остатков, или богатства) означает уменьшение богатства, вызванное ростом уровня цен, что приводит к сокращению потребления и, следовательно, совокупного спроса (при повышении цен стоимость таких элементов богатства, как акции, облигации, срочные активы (кассовые остатки), падает и население, владеющее ими, беднеет. В результате совокупный спрос сокращается).

Наглядно можно представить следующим образом:

Рост уровня цен → падение реальной стоимости финансовых активов (сбережений) → сокращение потребления → сокращение AD.

3) Эффект импортных закупок. При росте цен внутри страны спрос на отечественные товары сокращается, а на более дешевые импортные – растет.

Наглядно можно представить следующим образом:

Рост уровня цен на национальные товары → рост спроса на импортные товары → сокращение чистого экспорта → сокращение AD.

На совокупный спрос влияют и так называемые неценовые факторы (которые перемещают всю кривую):

1. Изменения в потребительских расходах:

- благосостояние потребителя;
- ожидание потребителя;
- задолженность потребителя;
- налоги.

2. Изменения в инвестиционных расходах:

- процентные ставки;
- ожидаемые прибыли от инвестиций;
- налоги с предприятий;
- технология (новая технология, пользующаяся спросом);
- избыточные мощности.

3. Изменения в государственных расходах (государство больше расходует на что-то - значит, растет совокупный спрос).

4. Изменения в расходах на чистый экспорт:

- национальный доход в зарубежных странах;
- валютные курсы - это когда меняется курс какой-либо валюты.

5. Поведенческие факторы:

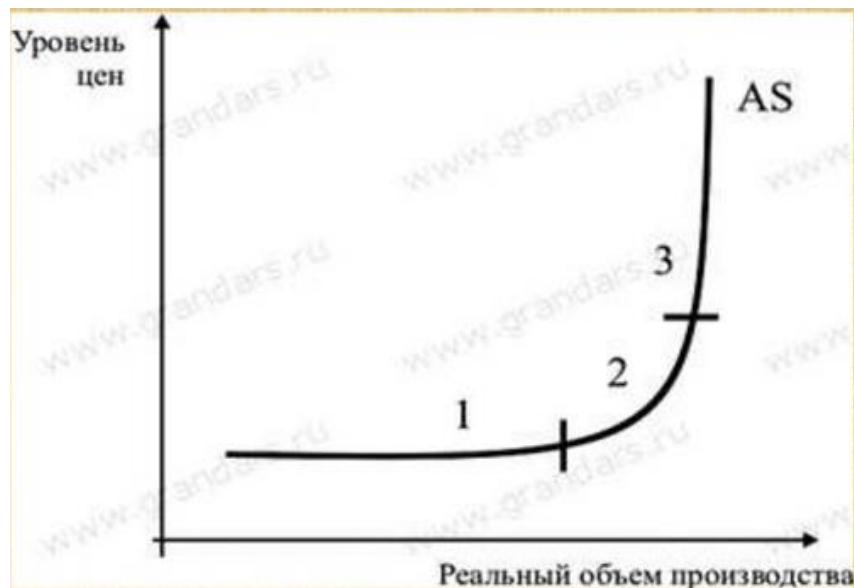
- полезность предлагаемых товаров и их заменителей;
- мода;
- субъективные вкусы и предпочтения и т.д.

Изменение неценовых факторов отражается на графике сдвигом кривой AD либо вправо ($A_1 D_1$), когда спрос увеличивается; либо влево ($A_2 D_2$), когда он уменьшился.

2. Совокупное предложение (AS) - это общее количество конечных товаров и услуг, которое может быть предложено (произведено) в экономике при разных уровнях цен.

При более высоком уровне цен возникают стимулы к увеличению объема производства и, следовательно, предложения товаров, т.е. кривая AS имеет восходящий вид, так же как и кривая предложения на отдельных товарных рынках. Однако форма кривой AS отличается от кривой предложения единичного товара и состоит из трех отрезков:

- 1) Горизонтального (кейнсианского);
- 2) Восходящего (промежуточного);
- 3) Вертикального (классического).



Дадим краткое описание трем отрезкам.

1) **Кейнсианский отрезок** описывает кризисную ситуацию в экономике. Горизонтальный отрезок кривой совокупного предложения соответствует экономике в состоянии глубокого спада, недоиспользования трудовых и производственных ресурсов; фиксированным уровнем цен и заработной платы, значительным уровням безработицы. Это свидетельствует о том, что экономика находится в состоянии глубокого спада или депрессии.

2) **Промежуточный отрезок** описывает движение от кризисной экономики к экономике полной занятости, к полному использованию ресурсов: одновременно идет рост цен и рост валового общественного продукта. Рост цен при этом связан с ростом издержек на производство дополнительной единицы продукции.

3) **Классический отрезок** отражает такое состояние экономики, при котором ее производственные возможности практически полностью использованы. Это выражается в полной занятости, в максимальной загрузке производственных мощностей и, следовательно, невозможности дальнейшего роста производства.

Кривая совокупного предложения может изменить свое положение на графике также под действием неценовых факторов, определяющих издержки на единицу продукции. Эти факторы можно сгруппировать следующим образом.

1. Изменение цен на ресурсы.

- внутренние ресурсы: земля, трудовые ресурсы, капитал,

предпринимательские способности;

- цены на импортные ресурсы;

- господство на рынке.

2. Изменения в производительности труда.

3. Изменения правовых норм:

- налоги с предприятий и субсидии;

- государственное регулирование.

Неценовые факторы смещают кривую совокупного предложения вправо (A_1S_1) при уменьшении издержек и влево (A_2S_2) – при их увеличении.

3. В реальной действительности происходит взаимодействие между спросом и предложением. Это можно изобразить на графике, который показывает уровень общественного производства, условия общего равновесия экономики.

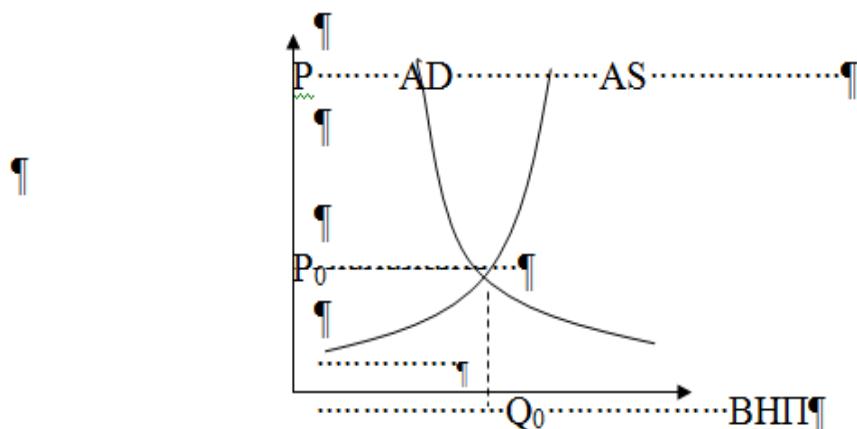


Рисунок 1 – Установление макроэкономического равновесия

Кривая совокупного предложения зависит от периода времени – краткосрочно или долгосрочно. При краткосрочном периоде времени кривая AS плавно поднимается вверх. Дело в том, что предприятия при росте спроса увеличивают объемы производства и цены, а величина затрат не меняется. В результате предприятие увеличивает выпуск продукции и прибыли.

При долгосрочном периоде времени кривая AS будет вертикальна. Это связано с тем, что заработная плата, реагируя на рост цен, возрастает. Поэтому в долговременном периоде предприятия не получают больше прибыли и не увеличивают объем производства.

Рыночный процесс взаимодействия совокупного спроса и предложения и достижения общего экономического равновесия можно проанализировать при помощи модели $AD - AS$. Это — важнейшая составляющая макроэкономической сбалансированности, при которой объем реального ВНП и темпы инфляции обеспечивают равенство между совокупным спросом и предложением.

Рост совокупного спроса AD при неизменном AS способствует увеличению ВНП и национального дохода. При падении совокупного спроса AD возникает такое положение, когда товаров производится больше, чем имеется потенциальных покупателей. Тогда уменьшаются цены и ВНП.

Если совокупное предложение AS возрастает при неизменном AD , то уровень цен падает, а объем продаж товаров увеличивается. Это затрудняет определение величины ВНП и национального дохода.

В целом влияние AD и AS на ВНП и национальный доход таково, что равновесие на рынке из-за постоянных колебаний AD и AS достигается редко.

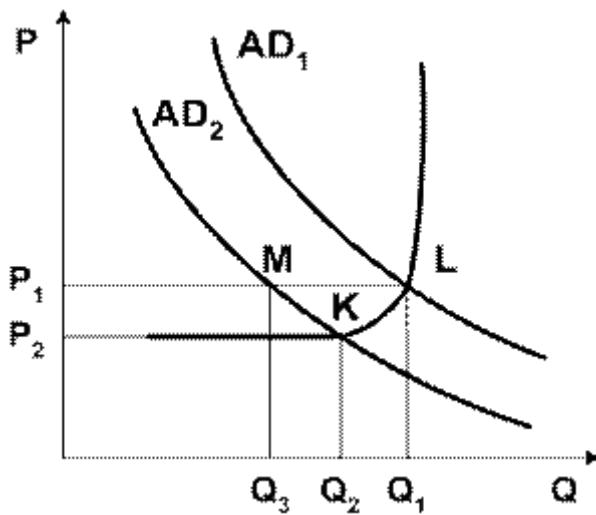
Пересечение кривых совокупного спроса и совокупного предложения дает точку общего экономического равновесия (идеальный вариант) Спрос и предложение уравновешиваются, и наступает макроэкономическое равновесие. Этот график показывает, что более высокие цены создают стимулы к расширению производства и наоборот. Одновременно рост цен ведет к снижению уровня совокупного спроса

В экономике возникают различные ситуации, поэтому в экономической теории существует несколько моделей (взглядов) макроэкономического равновесия.

Модели макроэкономического равновесия помогают понять экономический механизм, выявить отклонение реальных процессов от идеальных, разработать оптимальную экономическую политику, каждая модель имеет свои подходы и способы решения проблемы.

Эффект храповика

На классическом и промежуточном отрезках кривой совокупного предложения с той или иной степенью интенсивности проявляется эффект храповика. В механике храповиком обозначается механизм, позволяющий колесу крутиться вперед, но не в обратную сторону. Однако существует и экономический аспект проблемы «только вперед, ни шагу назад», который проявляется в условиях несовершенной конкуренции. Закономерно возникающие в такой обстановке монополии кардинальным образом деформируют механизмы рыночного саморегулирования, направляя ценовую динамику только в одну сторону — сторону повышения.



При повышении совокупного спроса от AD_2 к AD_1 (в связи, например, с увеличением заработной платы, пенсий или других доходов в преддверии президентских выборов), макроэкономическое равновесие достигается не в точке K , а в точке L . Соответственно возрастают как цены, так и объем реального ВВП. Если же совокупный спрос, наоборот, сокращается от AD_1 к AD_2 (в связи, скажем, со стремлением избранного президента противодействовать нарастающей инфляции), то экономика не возвращается от состояния равновесия L к состоянию равновесия K . Цены не снижаются от P_1 к P_2 , в то время как равновесный объем резко сокращающегося в этом случае ВВП с Q_1 до Q_3 достигается в точке M . Таким образом, суть эффекта храповика заключается в том, что при увеличении совокупного спроса уровень цен растет, а при его уменьшении он не падает. Например, в российской экономике покупательная способность населения в 1990-е гг. существенно сократилась. Однако это отнюдь не приводило к снижению общего уровня цен.

Выделяются два условия реализации эффекта храповика:

1) негибкость цен в сторону понижения, что связано с высокой степенью монополизации экономики. Речь здесь в первую очередь идет о сознательных действиях предприятий-монополистов, стремящихся сохранить высокий уровень цен путем недопроизводства или создания искусственного дефицита товаров, их изъятия из сферы обращения, а также недопущения притока новых производителей в данную отрасль. Однако в странах с широким профсоюзным движением эффект храповика может проявляться и в результате действий монополистов-профсоюзов, оказывающих активное противодействие стремлению работодателей сокращать номинальную заработную плату. Так что чем выше степень монополизации экономики, тем ближе национальная экономика приблизится к точке M . Если же в экономике усиливается конкуренция, то сокращение уровня жизни в стране станет смещать макроэкономическое равновесие к точке K (т.е. к ситуации пониженных цен и меньшего спада производства);

2) негласная поддержка монополистов со стороны государственных ведомств, которые зачастую видят для себя прямую выгоду от сохранения высоких цен.

Некачественная и дорогая продукция, конечно же, может производиться и в конкурентной экономике. Однако там это лишь временное явление, которое преодолевается стремлением фирм посредством снижения цен на свои товары и улучшения их качественных характеристик завоевать большую долю рынка. В монополизированной же экономике стимулы к какому-либо понижению цен отсутствуют и сокращение спроса влечет за собой не понижение цен, а наращивание экспорта потребительских и особенно инвестиционных товаров, становящихся все менее доступными отечественным потребителям, на зарубежные рынки.