

Средняя арифметическая всех 12 оценок $\overline{M} = (1510 + 940)/2 = 204,166 \dots$, медиана $Me = 210$. Поскольку $Me > \overline{M}$, согласно (2А.20) и (2А.21) имеем

$$R_D = \frac{570 + |204,166 - 210.0|2 \cdot 6}{2} = 320,$$

$$R_S = \frac{570 - |204,166 - 210.0|2 \cdot 6}{2} = 250.$$

Проверьте результат прямым расчетом величины излишка для каждого из 6 покупателей и 6 продавцов, фактически вступивших в сделку.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2Б

Попытка имитации рынка

В 60–80-х гг. в условиях отсутствия реального рынка средств производства в СССР широкое распространение получила концепция «цен плановой сбалансированности» (ЦПС). Суть ее заключалась в том, что с помощью некоторых расчетных процедур *возможно* имитировать рыночный процесс образования равновесных цен и объемов. Такую имитацию предполагалось осуществлять путем построения балансов производства и распределения новой техники и определения на основе этих балансов объемов производства и цен соответствующих изделий.

По идеологическим соображениям цены спроса были переименованы в «верхние пределы цены», цены предложения — в их «нижние пределы», общественный выигрыш был назван «народнохозяйственным эффектом», а излишки покупателей и продавцов — эффектами соответственно потребителей и производителей. Задача заключалась в том, чтобы определить цены, балансирующие производство и потребление данной продукции (ЦПС) и одновременно максимизирующие народнохозяйственный эффект от производства и применения новой техники.¹

¹Из обширной литературы по этому вопросу укажем: Гофман К.Г., Петраков Н.Я. Экономическая оценка новой техники в условиях хозяйственной реформы // Вопр. экономики. 1967. № 5; Бороздин Ю.В. Ценообразование и

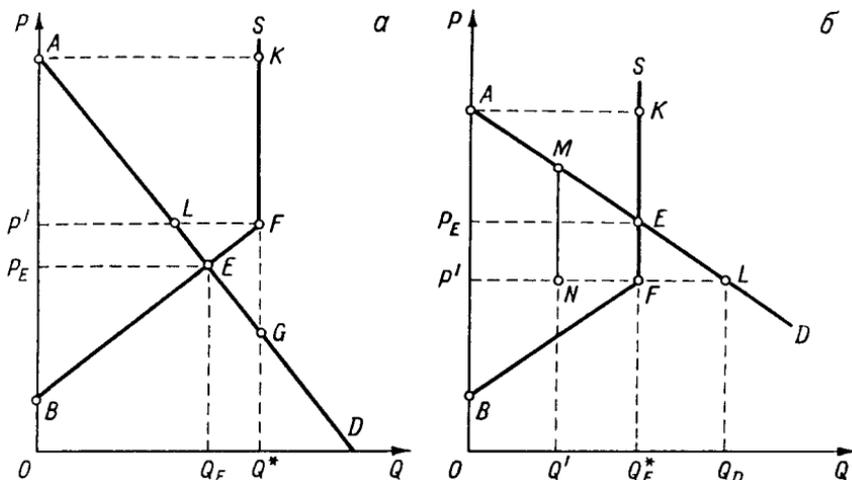


Рис. 2Б.1. Имитация рынка.

Однако попытки внедрить эту концепцию в практику не дали положительного результата. И не только в силу непоследовательности органов ценообразования, но и из-за принципиальной невозможности имитации рынка канцелярской работой.

Обратимся к рис. 2Б.1,а, на котором представлен рынок новой техники в коротком периоде. Здесь AD — линия спроса, BFS — линия предложения, Q^* — возможный выпуск новой техники при полном использовании производственной мощности, P_E и Q_E — соответственно равновесная цена и равновесный объем рынка. Как видно из рисунка, при объеме продаж Q_E излишек покупателя равен площади треугольника AP_EE , излишек продавца — площади треугольника BP_EE , общественный выигрыш равен их сумме, т.е. площади треугольника ABE .

Чтобы имитировать эту рыночную ситуацию, необходимо прежде всего каким-то образом определить цены спроса, т.е. ординаты *всех точек*, образующих линию AD , причем не пользуясь для этого рыночной информацией, которой попросту нет. В этих условиях органы ценообразования вынуждены были довольствоваться определением лишь одной точки на линии AD , а именно точки A . Они и фиксировали «верхний предел цены» (или, иначе, «лимитную цену») на уровне OA , что больше

потребительная стоимость продукции. М., 1975; Кошута А.А., Розенова Л.И. Качество и цены продукции машиностроения. М., 1976; Гальперин В.М. Развитие методологии определения цен на новую технику (1962—1982) // Теория и практика ценообразования. 1984. № 5.

не только OP_E , но и OP' . В результате у органов, устанавливающих цены, создавалось впечатление, что объем выпуска новой продукции должен быть *столь велик*, сколь это позволяют наличные мощности, в нашем примере Q^* , что существенно больше Q_E . Государственная цена устанавливалась на уровне P' , позволяющем возместить полные издержки при объеме выпуска Q^* .

К чему приводила такая практика? Органы, установившие цену P' , были убеждены (или делали вид, что убеждены) в том, что эффект у потребителей составит сумму, равную площади прямоугольника $P'AKF$, эффект у производителей — площадь, равную площади треугольника $P'FB$, а общий народнохозяйственный эффект — сумму, равную площади трапеции $AKFB$.

В реальном же измерении дело обстояло значительно хуже. У покупателей, чьи цены спроса были ниже P' , излишек был отрицательным, так что общий излишек покупателей составлял сумму, равную разности площадей треугольников $AP'L$ и LFG . Излишек же продавцов составлял сумму, равную площади треугольника $BP'F$, часть которой — треугольник LEF — в известной мере «перекрывала» отрицательный излишек покупателей, так что общественная выгода в целом равнялась лишь разности площадей треугольников AEB и FEG , т.е. была много меньше суммы, рассчитанной органами ценообразования. Реально это означало перепроизводство некоторых видов новой продукции, завышение ее расчетного эффекта, а в некоторых случаях и «нижних пределов цены», в основе которых лежали издержки производства новой продукции.

Другая возможная ситуация представлена на рис. 2Б.1,б. Здесь равновесный объем рынка совпадает с величиной производственной мощности (Q_E^*). При равновесной цене P_E излишек покупателя составил бы площадь треугольника AEP_E , излишек продавца — площадь трапеции $BFFP_E$, общественный выигрыш, равный их сумме, — $AEFB$.

Но ценообразующим органам, имитирующим рыночную ситуацию, известна, как и в предыдущем случае, *лишь одна цена спроса* OA , которая и распространяется на весь объем производства продукции Q_E^* . Поэтому при установленной государственной цене P' общий народнохозяйственный эффект оценивается органами ценообразования в сумму, равную площади трапеции $AKFB$, из которой $AKFP'$ — эффект потребителя и $BP'F$ — эффект производителя.

А что произойдет в действительности? Излишек продавцов и в самом деле составит площадь треугольника $BP'F$, тогда как излишек покупателей в лучшем случае может быть не более чем площадь трапеции $AFFP'$, что меньше расчетного на сумму, равную площади треугольника AKE . И это лишь при том условии, что новая продукция будет поставляться лишь тем потребителям, чьи цены спроса выше P_E . Но для этого нужно *знать* ординаты *всех* точек участка линии спроса AE . Поскольку такой информацией государственные органы не располагали, этот результат был возможен лишь случайно.

Оценим теперь минимально возможную сумму излишка покупателей при наименее рациональном распределении продукции. Предположим, что новая продукция достанется (столь же случайно) покупателям с самыми низкими ценами спроса. Используя уже известный из 2.8 прием, можем сделать вывод, что минимально возможный излишек покупателя составит в нашем примере сумму, равную площади треугольника MNL , которая заведомо меньше площади трапеции $AEFP'$.

В конечном итоге методология «научного» ценообразования на основе имитации рынка, принятая государственными органами в 60–80-х гг., оказалась несостоятельной и сохранялась лишь как некоторый обязательный для утверждения цен ритуал.

Причина неудачи заключалась в отсутствии у органов ценообразования информации о функциях спроса всех возможных покупателей новой техники и принципиальной невозможности получить ее в приемлемые сроки. «Рынок, — писал Фридрих Хайек, — это единственный доступный способ получать информацию, позволяющую индивидам судить о сравнительных преимуществах того или иного употребления ресурсов, о которых у них имеется непосредственное знание... Рассеянность этого знания представляет собой его сущностную характеристику, и его невозможно собрать вместе и вручить властям, вменив им в обязанность создание продуманного порядка».²

² Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность. М., 1992. С. 136.