

Введение в экономику

Дорофеев Роман Александрович,
к.э.н., доцент

Модель AD – AS

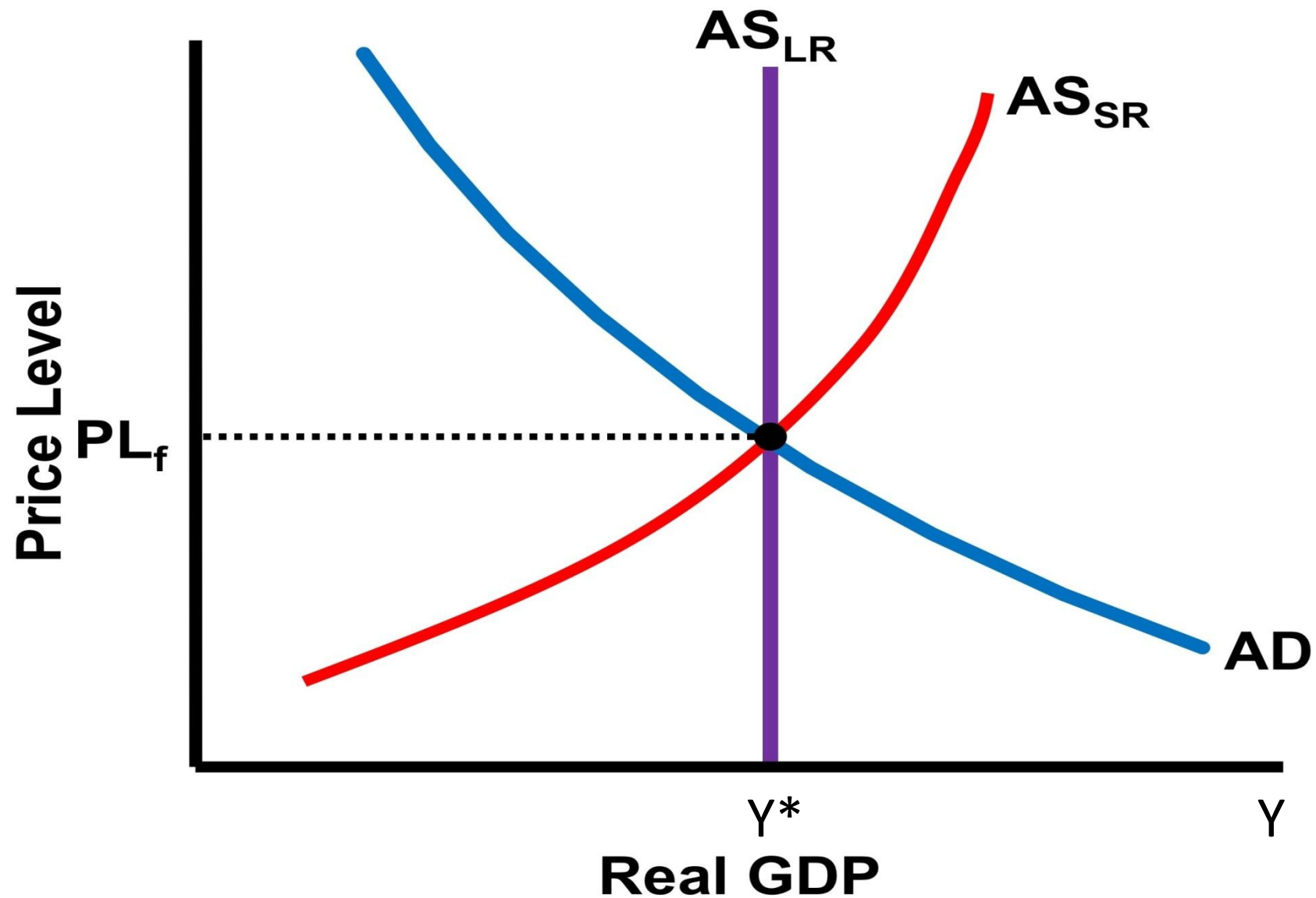
Часть 1

Вопросы лекции

1. Совокупный спрос (AD).
2. Совокупное предложение долгосрочного периода (LRAS).

Общий вид модели AD – AS

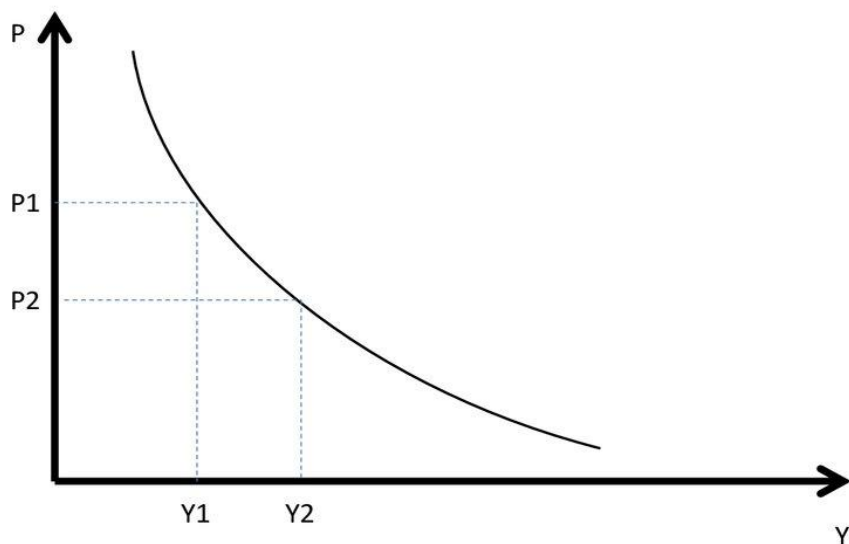
Модель AD – AS является базовой моделью для анализа рынка товаров и услуг.



Совокупный спрос

- Совокупный спрос (AD) – это расходы всех экономических агентов на покупку товаров, произведенных в данной стране.
- Из графика видно, что эти расходы обратно зависят от уровня цен в стране (так как под Y мы понимаем не номинальный, а реальный ВВП).

График совокупного спроса



Функции совокупного спроса

- Совокупный спрос – это совокупные расходы на товарном рынке, поэтому мы можем использовать формулу совокупных расходов из макроэкономического тождества или формулу ВВП по расходам: $AD = AE = Y_{\text{по расх.}} = C + I + G + X_n$.
- С другой стороны, мы понимаем, что совокупный спрос зависит от того количества денег, которым располагают экономические агенты и могут потратить на покупку товаров и услуг. Тогда совокупный спрос можно выразить через уравнение обмена :
 $Y = MV / P$.
- Наконец, мы можем выразить обратную зависимость между объемом реального ВВП и уровнем цен с помощью обычной линейной функции вида : $Y = a - bP$.

Ценовые факторы совокупного спроса

• В целом видно, что кривая совокупного спроса похожа на кривую спроса на рынке отдельного товара. Но если на рынке отдельного товара мы объясняли обратную зависимость объема спроса от цены эффектом дохода, эффектом замещения и законом убывающей предельной полезности, то на рынке всех товаров и услуг эти объяснения уже не подходят. Поэтому экономисты, в данном случае, используют другие доказательства.

1. Эффект богатства, он же эффект реальных кассовых остатков, он же эффект Пигу. Прежде всего, воздействует на потребительские расходы. Если цены в экономике растут, фиксированные денежные активы населения обесцениваются, люди в реальном выражении беднеют и могут позволить себе купить меньше товаров и услуг. Снижается потребление и объем совокупного спроса.

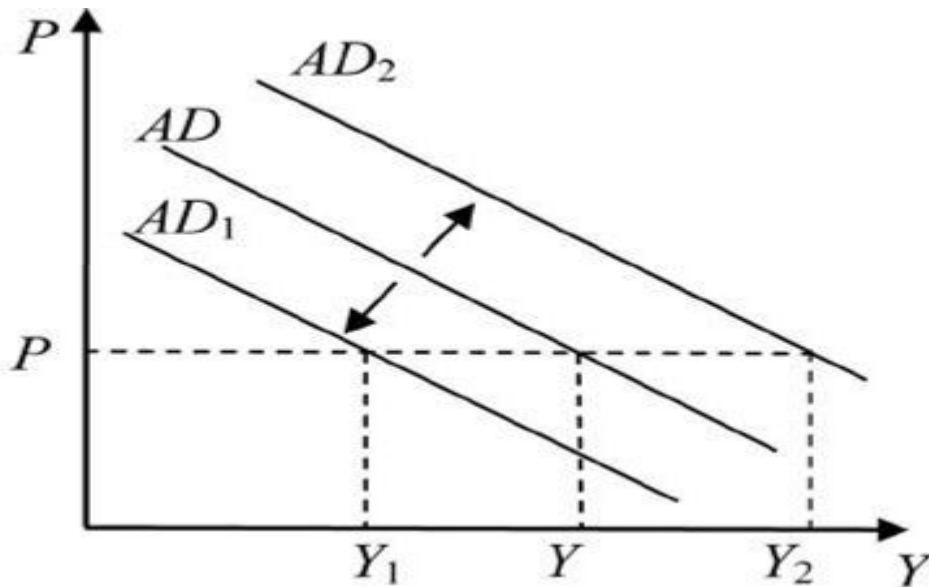
Ценовые факторы совокупного спроса

2. **Эффект процентной ставки** или **эффект Кейнса**. Прежде всего, воздействует на инвестиции. Кейнс считал, что экономические агенты принимают решения исходя, в первую очередь, из номинальной процентной ставки. $i = r + \pi$. Поэтому, если цены в стране растут, то номинальная процентная ставка также растет. Объем инвестиций в стране падает (у фирм меньше проектов, где доходность будет выше ставки процента) и объем совокупного спроса также уменьшается.

3. **Эффект импортных закупок** или **эффект Манделла-Флеминга**. Рост цен внутри страны приводит к уменьшению экспорта и росту импорта и если валютный курс рубля не снижается в той же пропорции, что растут цены, то снижается X_n и, соответственно, объем совокупного спроса.

Неценовые факторы совокупного спроса

- Неценовые факторы объясняют почему совокупный спрос на рынке товаров и услуг может меняться независимо от уровня цен.



- Так как у совокупного спроса 4 составляющих и на каждый из них действуют свои неценовые факторы, то неценовых факторов совокупного спроса оказывается значительно больше, чем у спроса на рынке отдельного товара. Также совокупный спрос оказывается весьма нестабильной величиной.

Неценовые факторы совокупного спроса

Назовем основные неценовые факторы совокупного спроса.

Неценовые факторы, воздействующие на потребление (С):

- изменение благосостояния населения
- изменение численности населения
- изменение задолженности населения
- изменение ожиданий населения
- изменение налоговых ставок и трансфертов.

Неценовые факторы совокупного спроса

Неценовые факторы, воздействующие на инвестиционные расходы (I):

- изменение реальных процентных ставок
- изменение ожиданий инвесторов
- наличие избыточных мощностей
- изменение налоговой нагрузки на фирмы
- скорость технологических изменений.

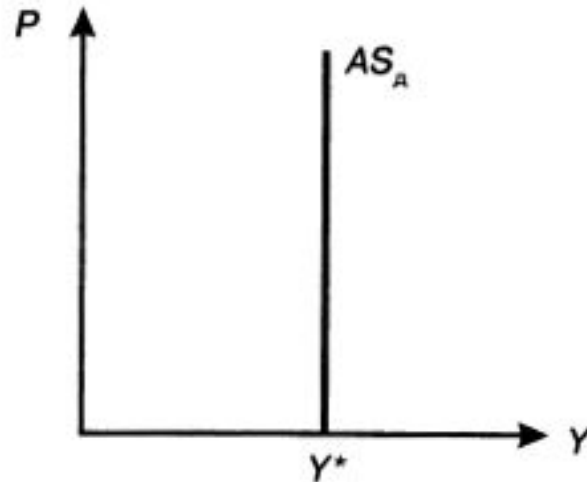
Неценовые факторы, воздействующие на чистый экспорт (Xn):

- изменение валютного курса национальной денежной единицы
- изменение благосостояния в странах торговых партнерах.

Изменения в госзакупках определяются политическими решениями, но чем больше G , тем больше совокупный спрос.

Совокупное предложение в долгосрочном периоде

Совокупное предложение в долгосрочном периоде представляет собой вертикальную линию на уровне потенциального ВВП (Y^*). По-другому ее еще называют «классической» линией совокупного предложения.



Это связано с представлениями «неоклассиков» о равновесии на рынке товаров и услуг. Поэтому нам необходимо рассмотреть неоклассический подход к равновесию на рынке товаров и услуг.

Неоклассический подход

- Неоклассический подход возникает в 90-гг. XIX века. Основателем является А. Маршалл. Именно благодаря этой школе возникает современная экономическая наука «Экономикс» и основа современной микроэкономики.
- Но неоклассики не видели разницы между рынком отдельного товара и агрегированным рынком товаров и услуг. В любом случае рынок наилучшим образом использует ресурсы, обладает механизмом саморегулирования и легко подстраивается под изменение хозяйственных условий.
- Поэтому долговременные кризисы в экономике страны невозможны. Краткосрочные колебания время от времени происходят, и национальное производство может снижаться, но рынок быстро подстраивается и производство возвращается к потенциальному уровню.
- Поэтому в государственном вмешательстве в экономику нет

Основные аргументы неоклассиков

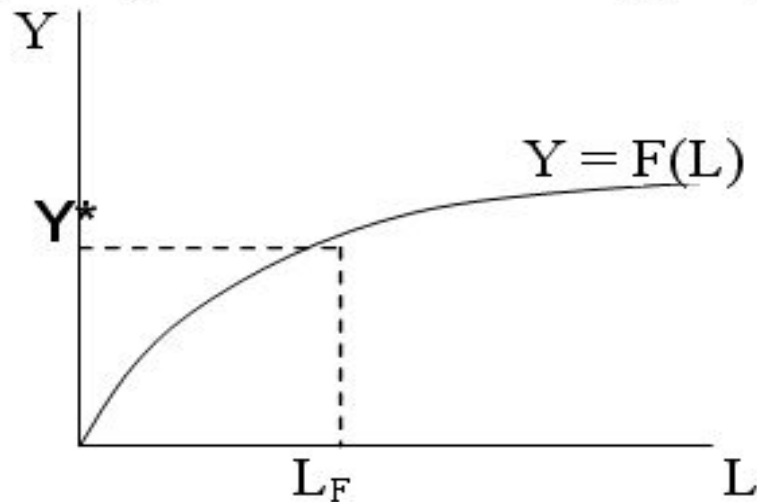
- **Закон Сэя.** Совокупное предложение само порождает свой собственный спрос. Экономические агенты одновременно являются и производителями и потребителями товаров и услуг, поэтому на какую сумму они произведут на такую и купят товары и услуги. Поэтому $Y \equiv AE$.
- **Равенство сбережений и инвестиций.** Единственным вариантом, когда расходы могут быть меньше доходов – это изменение сбережений населения. Но рост сбережений в экономике не страшен, так как процентная ставка на финансовом рынке уравнивает сбережения и инвестиции. Поэтому $C + S = C + I$, а $S \equiv I$.

Основные аргументы неоклассиков

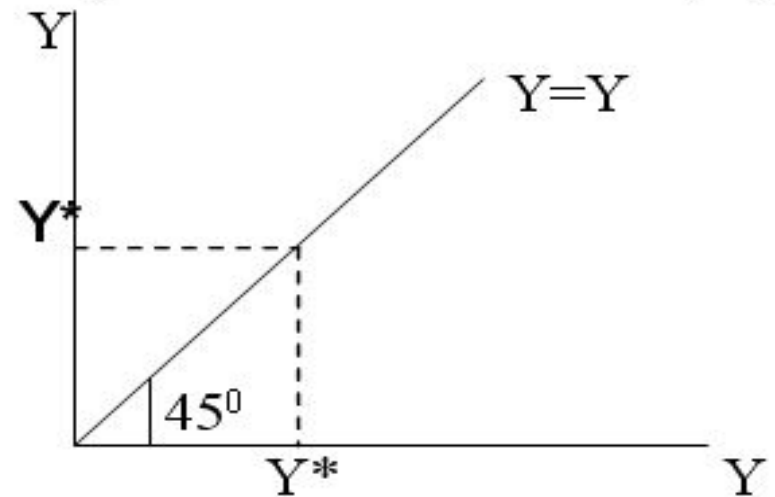
- **Рынок труда совершенно конкурентен, поэтому всегда находится в равновесии.** Реальная зарплата подстраивается под изменение спроса или предложения. Поэтому безработицы нет и производство максимально.
- **Деньги нейтральны и не оказывают воздействия на объем производства.** Деньги – это «смазочное масло обмена», просто средство для удобства обмена. Изменение количества денег изменяет номинальные показатели, но не влияет на реальные (классическая дихотомия).
- **Гибкость цен и зарплаты.** Даже, если по какой-то причине расходы в экономике уменьшатся, очень быстро упадут реальные зарплаты и уровень цен, издержки фирм уменьшатся и производство вернется к первоначальному уровню.

Построение LRAS

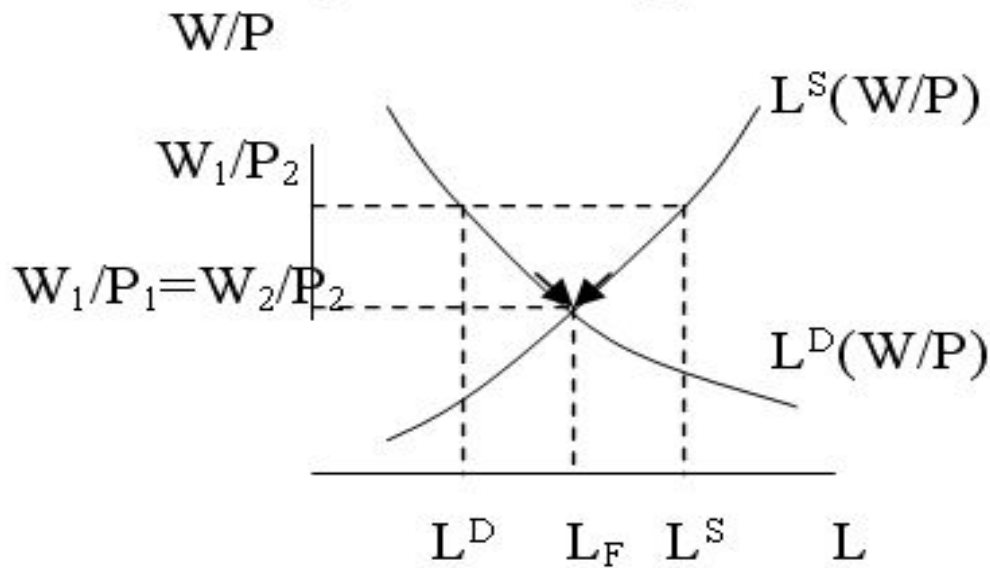
а) Производственная функция



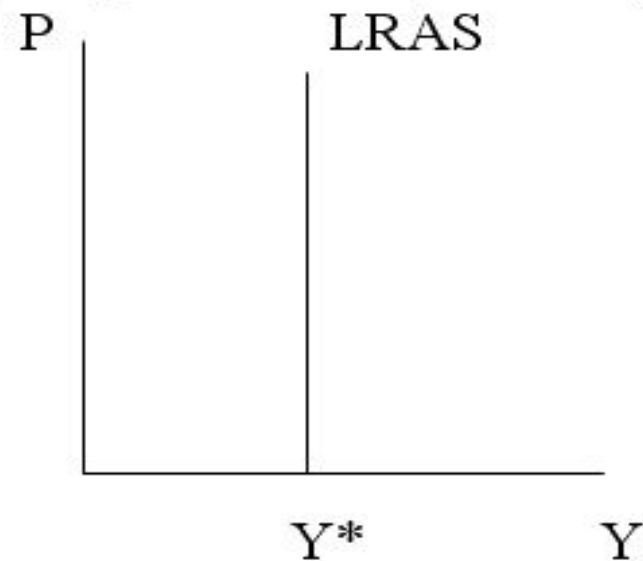
б) Вспомогательный график



в) Рынок труда



г) Кривая совокупного предложения



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



ДФУ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ