

дартс

Аспирант кафедры  
«Экономическая  
теория»  
Абелев О.А.

ДОКС

Ы

НОВО

Й

ЭЖОН

ОМІІК

**Сущность «парадоксов»** -

видоизменение основных экономических категорий, изменение их восприятия.

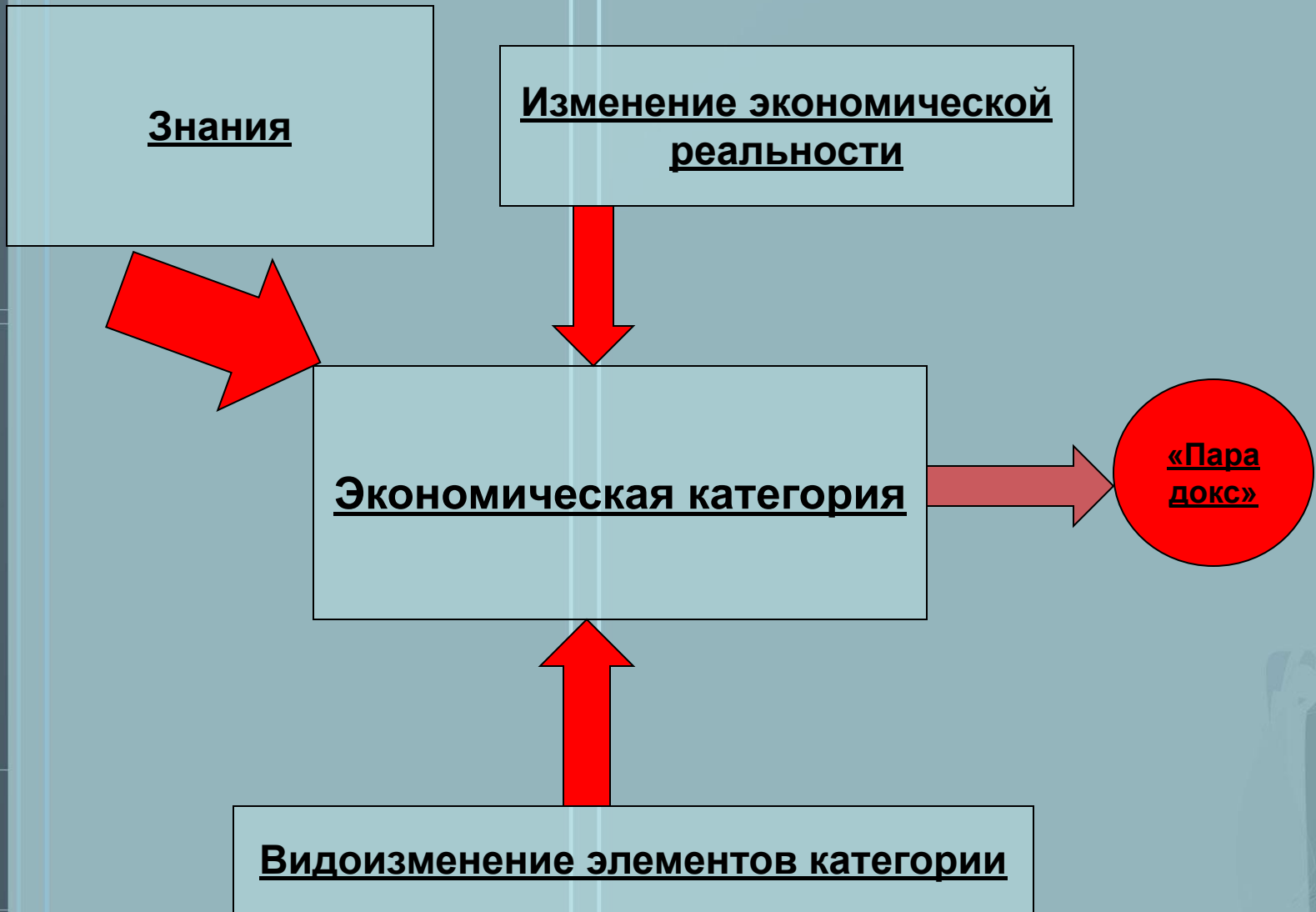
**Причины «парадоксов»** -

постепенное накопление практического опыта, который начинает «вмешиваться» в экономическую реальность и расширяет (видоизменяет) элементы существующей парадигмы.

## Основные сферы проявления «парадоксов» в экономической науке:

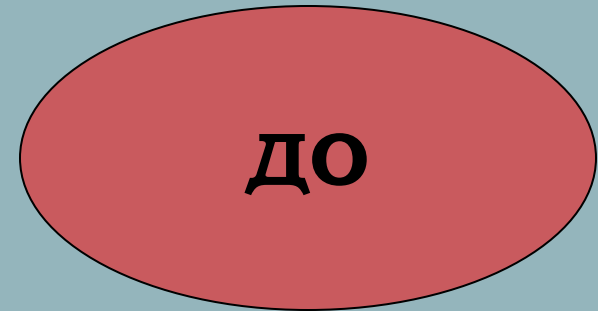
- Новая экономика;
- Категория стоимости;
- Категория издержек;
- Категория информации (информационные «парадоксы»).

# Процесс возникновения «парадокса»



## Парадокс цены

Цена – категория косвенного измерения величины, затраченного и необходимого на производство ТРУ времени.

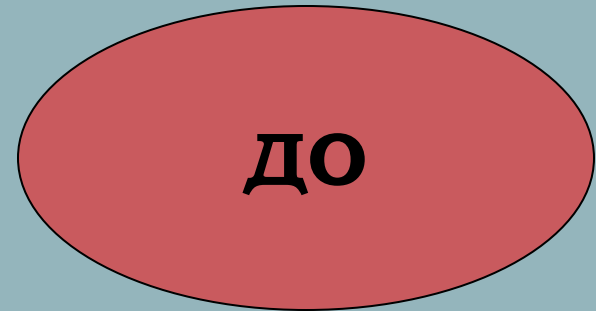


Цена – поверхностный срез экономических явлений в силу отсутствия указания признаков, объясняющих соотношение (один баррель нефти и количества долларов США)



## Парадокс издержек

Предельный полезный эффект увеличивается при росте издержек



Издержки = внешние и внутренние затраты по производству ТРУ + транзакционные издержки

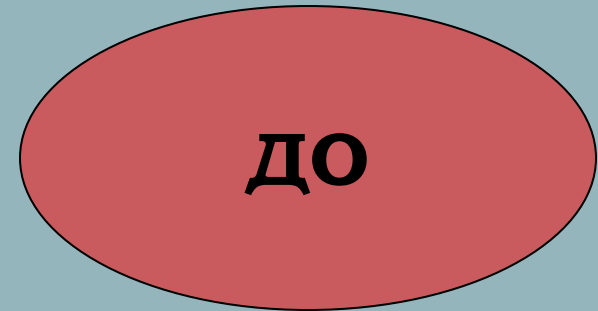
**Предельный полезный эффект увеличивается при минимизации издержек** (по причине видоизменения категории издержек и появления доминирующего общественного спроса)



Издержки = Издержки ДО + *институциональные издержки*

## Парадокс Солоу

При развитии технологий и росте производительности труда идет увеличение темпов экономического роста



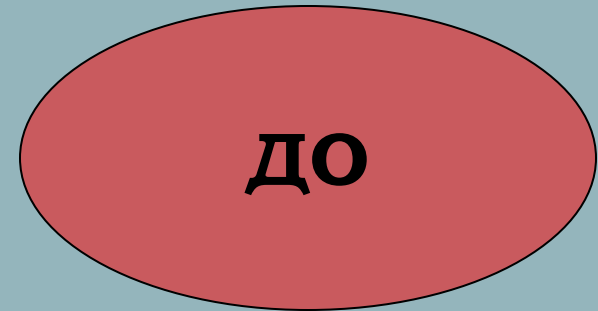
При развитии технологий и росте производительности труда идет замедление темпов экономического роста



Специфика новой экономики – революции в производительности труда совершаются в очень ограниченном секторе экономики, реальный сектор остается в отрыве от подобных достижений

## Парадокс информации

Чем больше объем информации, тем легче процесс ее поиска



Чем больше абсолютный объем информации, тем меньше объем информации как ресурса, необходимого для экономической деятельности.

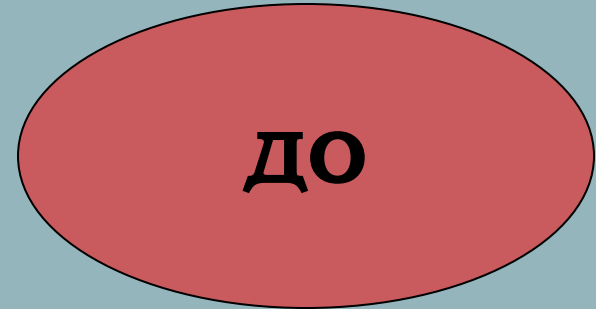


Причина – неограниченность информации является относительным явлением, поскольку она определяется исключительно возможностью ее сбора и обработки.



## Парадокс ценности информации

При увеличении ценности информации происходит **рост** ее цены как блага и продукта



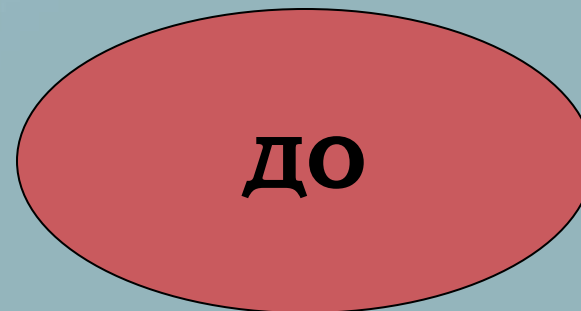
При увеличении ценности информации происходит **снижение** ее цены как блага и продукта



На первый план выходит вопрос восприятия ценности необходимой информации в ее общем потоке.

## Парадокс собственности информации

Производитель информации обладает большими правами, чем ее пользователь

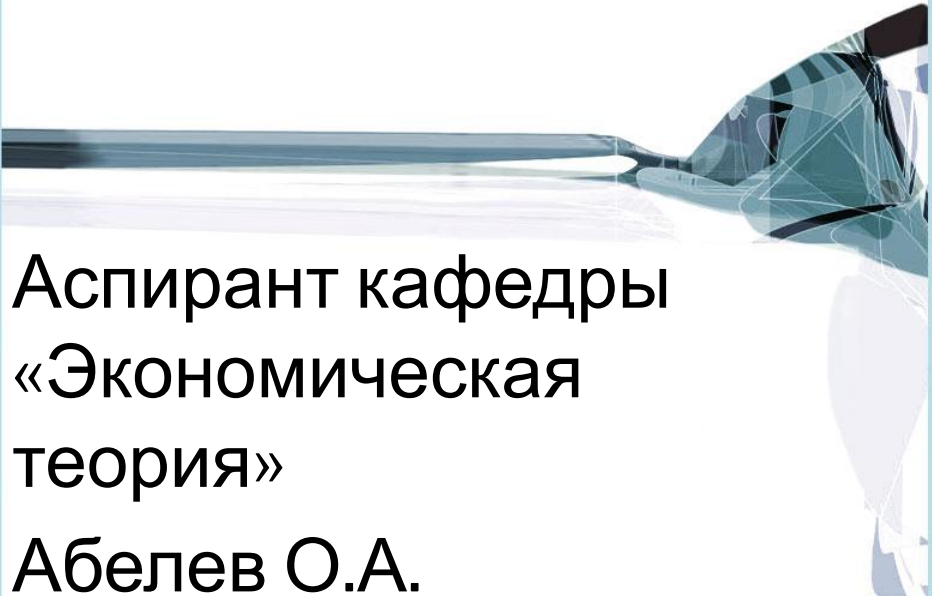


Пользователь информации обладает большими правами, чем ее производитель



Причина парадокса – в уникальном свойстве делимости и воспроизводимости информации, а также в отсутствии возможности реализации прав бессрочного владения информацией и ее перехода по наследству.

Спаси  
бо за  
ВНИМА  
ние!



Аспирант кафедры  
«Экономическая  
теория»  
Абелев О.А.