

Министерство высшего и среднего специального
образования Республики Узбекистан

Самаркандский институт экономики и сервиса

М.И.Ибрагимова

СБОРНИК КЕЙСОВ

САМАРКАНД-2019

М.И.Ибрагимова. Сборник кейсов по предмету “Микро- и макроэкономика”. – Самарканд, СамИЭС, 2019. _____ стр.

Рецензенты:

Турдибеков Х.И. – “Ипак йўли” Международный университет туризма, доцент кафедры «Общепрофессиональных и специальных дисциплин», к.э.н.

Насимов И.Х. – СамИЭС, PhD кафедры “Экономическая теория”

Представленные в данном сборнике кейсы охватывают основные темы курсов микро- и макроэкономики. Пособие предназначено прежде всего для преподавателей экономических факультетов вузов, где уделяется значительное внимание прикладным аспектам экономической теории. В то же время ряд кейсов может быть использован для вводного и первого уровня курсов микро- и макроэкономики на экономических факультетах.

МИКРОЭКОНОМИКА
ВВЕДЕНИЕ.
КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ.
АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ

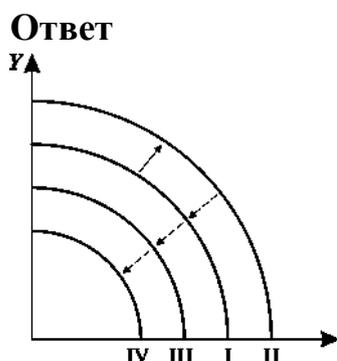
Кейс 1
ИЗМЕНЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
НА ПРИМЕРЕ ДРЕВНЕГО ВАВИЛОНА¹

Л. Н. Гумилев излагает следующую версию упадка Вавилона: был основан амореями в XIX в. до н. э.; завоеван ассирийцами в VII в. до н. э., которых в 612 г. до н. э. разгромили халдеи.

Хозяйство Вавилонии базировалось на системе ирригации междуречья Тигра и Евфрата. Так как воды Тигра и Евфрата во время половодий несут много взвеси с Армянского нагорья, а засорение плодородной почвы песком и гравием бессмысленно, то избыточные воды сбрасывались в море через Тигр. По совету жены — египетской царевны Нитокрис — царь халдеев Навуходоносор II построил канал Паллукат, начинавшийся выше Вавилона и оросивший крупные земельные массивы за пределами речных пойм Тигра и Евфрата. Евфрат стал течь медленнее, в оросительных каналах накапливались селевые отложения. Это способствовало увеличению трудовых затрат на поддержание оросительной сети в прежнем состоянии; воды Паллуката, проходившего через сухие территории, вызвали засоление почв. Земледелие перестало быть рентабельным. Вавилон пустел и в 129 г. до н. э. стал добычей парфян. К началу нашей эры от него остались только руины, в которых ютилось небольшое поселение иудеев. Потом исчезло и оно. Исправить последствия мелиорации в Двуречье не удалось и потомкам.

Вопрос

Проанализируйте изложенную ситуацию. Покажите, как менялись производственные возможности Вавилонии непосредственно после строительства канала и с течением времени.



¹Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. М.: Мишель и Ко, 1993. С. 428—430.

После строительства канала Паллукат производственные возможности Вавилонии расширились, так как система оросительного земледелия пополнилась дополнительными земельными массивами. Кривая производственных возможностей из положения I сместилась в положение II. В дальнейшем, по мере наложения негативных явлений замедления течения Евфрата (накопление отложений в оросительных каналах, засоление почв), производственные возможности сокращаются и кривая производственных возможностей Вавилонии возвращается в исходное положение, а затем смещается ближе к началу координат, отражая дальнейшее сокращение производственных возможностей Двуречья (земледелие перестало быть рентабельным, Вавилон пустел...).

Кейс 2

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ

В квартире преподавателя экономической теории устанавливают новые окна производства компании «Окна Роста». В беседе с монтажниками оконных систем выяснилось, что в их квартирах уже стоят пластиковые окна этой компании. «Компания продала нам пластиковые окна со скидкой в 45%, а монтаж был бесплатный, так как устанавливали окна мы сами», — поделились они. Своим заказчикам компания поставляет пластиковые окна по цене 15 278 сум., а оконно-балконные блоки по цене 17 301 сум. Стоимость монтажных работ составляет 15% стоимости изделия. Для выполнения работ по замене одного окна (или оконно-балконного блока) требуется бригада из двух монтажников. В течение одного дня такая бригада может установить два окна (или одно окно и один оконнобалконный блок). Информация об оплате труда монтажников в «Окнах Роста» является конфиденциальной и третьим лицам не разглашается. Поэтому относительно заработной платы монтажников прием предположение, что за установку одного окна (или оконно-балконного блока) каждому монтажнику компания платит 600 сум.

Далее выяснилось, что и другие производители пластиковых окон продают своим сотрудникам окна со скидкой. Так, в деловых контактах с разными сотрудниками фирмы «АКФА» была получена следующая информация: для внешних заказчиков фирма поставляет пластиковые окна по цене 18 746 сум., установка одного окна стоит покупателю 6600 сум. Оконно-балконный блок поставляется по цене 27 955,2 сум., его монтаж обходится внешним клиентам в 9900 сум. Монтаж одного изделия осуществляется силами одного работника. Со слов монтажника «Фабрики окон», за установку одного окна он получает 585 сум., а за установку оконно-балконного блока — 870 сум. Себе он купил у

фирмы «АКФА» со скидкой в 30% два пластиковых окна и один оконно-балконный блок, а монтаж этих изделий ему ничего не стоил, поскольку их установку он осуществлял собственными силами.

Вопросы

Действительно ли для монтажников компании «Окна Роста» и фирмы «АКФА» монтажные работы были бесплатными? Что такое альтернативные издержки (альтернативная стоимость)? Каковы альтернативные издержки замены одного окна для монтажников компании «Окна Роста» и для монтажника фирмы «АКФА»? Одного оконно-балконного блока?

Какова выгода каждого монтажника при замене одного окна? При замене одного оконно-балконного блока?

Каковы альтернативные издержки замены всех старых окон и оконно-балконных блоков в квартирах монтажников на новые, пластиковые? Допустим, в каждой из двух квартир заменили по два окна и одному оконно-балконному блоку

Какую выгоду в целом получила бригада монтажников из компании «Окна Роста» при замене старых окон и оконно-балконных блоков на новые по сравнению с обычными потребителями? Какую выгоду в целом получил монтажник фирмы «АКФА»?

Ответы

Монтажники ошибочно считают, что поскольку окна в своих квартирах устанавливали они сами и им не пришлось платить деньги за монтажные работы, то монтаж для них был бесплатным. Альтернативные издержки (альтернативная стоимость) производства данного продукта (данного блага) — это количество других продуктов (других благ), от которых пришлось отказаться, чтобы произвести (получить) данный продукт. Величина альтернативных издержек (альтернативной стоимости) измеряется ценностью наилучшей из отвергаемых альтернатив. При замене одного окна или одного оконно-балконного блока монтажники отказываются:

от других возможностей использования тех денег, которыми они расплатились за новое окно или новый оконно-балконный блок;

от дохода, так как каждый из них на установке одного окна мог заработать 600 сум.

Таким образом, для монтажников компании «Окна Роста» альтернативные издержки замены одного окна (или оконно-балконного блока) на новое пластиковое включают в себя не только явные издержки, непосредственно связанные с приобретением окна или оконно-балконного блока, но и неявные издержки в виде потерянного заработка. Явные издержки по приобретению одного окна составляют $15\,278 \text{ сум.} \cdot 0,55 = 8402,9 \text{ сум.}$, а по приобретению

одного оконно-балконного блока — $17\,301 \text{ сум.} \cdot 0,55 = 9515,55 \text{ сум.}$ Величина неявных издержек, возникающих при замене одного окна/оконно-балконного блока, составит $600 \text{ сум.} \cdot 2 = 1200 \text{ сум.},$ так как для установки требуется работа двух монтажников. Следовательно, альтернативные издержки замены одного окна на новое пластиковое составляют $8402,9 \text{ сум.} + 1200 \text{ сум.} = 9602,9 \text{ сум.},$ а альтернативные издержки замены одного оконно-балконного блока — $9515,55 \text{ сум.} + 1200 \text{ сум.} = 10\,715,55 \text{ сум.}$

Для обычного потребителя замена одного окна/оконно-балконного блока сопровождается затратами на приобретение нового окна/оконно-балконного блока и оплату монтажных работ. Поэтому затраты клиента компании «Окна Роста» на замену одного окна составят $15\,278 \text{ сум.} + 15\,278 \text{ сум.} \cdot 0,15 = 17\,569,7 \text{ сум.},$ а на замену одного оконно-балконного блока — $17\,301 \text{ сум.} + 17\,301 \text{ сум.} \cdot 0,15 = 19\,896,15 \text{ сум.}$ Выгода, получаемая монтажниками при замене одного окна/оконно-балконного блока, определяется как разность между затратами обычного потребителя и альтернативными издержками его замены для монтажников. Выгода при замене одного окна составит $17\,569,7 \text{ сум.} - 9602,9 \text{ сум.} = 7966,8 \text{ сум.},$ выгода при замене одного оконно-балконного блока: $19\,896,15 \text{ сум.} - 10\,715,55 \text{ сум.} = 9180,6 \text{ сум.}$

Альтернативные издержки замены старых окон и оконно-балконных блоков в квартирах монтажников компании «Окна Роста» на новые пластиковые включают стоимость приобретения монтажниками этих изделий у производителя (с учетом соответствующей скидки) и неявные издержки: $(15\,278 \text{ сум.} \cdot 4) \cdot 0,55 + (17\,301 \text{ сум.} \cdot 2) \cdot 0,55 + 600 \text{ сум.} \cdot 6 \cdot 2 = 59\,842,7 \text{ сум.}$

Для обычных потребителей компании «Окна Роста» издержки в связи с заменой 4 окон и 2 оконно-балконных блоков включают стоимость новых изделий $(15\,278 \text{ сум.} \cdot 4) + (17\,301 \text{ сум.} \cdot 2) = 95\,714 \text{ сум.}$ и стоимость монтажных работ $0,15 \cdot 95\,714 \text{ сум.} = 14\,357,1 \text{ сум.}$ Всего $110\,071,1 \text{ сум.}$ Выгода, которую получила бригада монтажников компании «Окна Роста» в целом по сравнению с обычными потребителями, равна разности между затратами обычных потребителей и альтернативными издержками замены старых окон и оконно-балконных блоков на новые для монтажников: $110\,071,1 \text{ сум.} - 59\,842,7 \text{ сум.} = 50\,228,4 \text{ сум.}$

Для монтажника фирмы «АКФА» альтернативные издержки замены одного окна на новое пластиковое составят $18\,746 \text{ сум.} \cdot 0,7 + 585 \text{ сум.} = 13\,707,2 \text{ сум.},$ а оконно-балконного блока — $27\,955,2 \text{ сум.} \cdot 0,7 + 870 \text{ сум.} = 20\,438,64 \text{ сум.}$ Обычному потребителю фирмы замена одного окна обойдется в $18\,746 \text{ сум.} + 6600 \text{ сум.} = 25\,346 \text{ сум.},$ одного оконно-балконного блока — $27\,955,2 \text{ сум.} + 9900 \text{ сум.} = 37\,855,2 \text{ сум.}$ Следовательно, выгода монтажника фирмы «АКФА» при замене одного окна составит $25\,346 \text{ сум.} - 13\,707,2 \text{ сум.} = 11$

638,8 сум., выгода при замене одного оконно-балконного блока — 37 855,2 сум.— — 20 438,64 сум. = 17 416,56 сум. Его совокупная выгода (11 638 сум. • 2) + + 17 416,56 сум. = 40 692,56 сум.

**СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ.
РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА
Кейс3
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ. СПРОС И ВЕЛИЧИНА СПРОСА**

В информационной программе «Хабарлар», журналист телеканала в репортаже о состоянии мирового рынка нефти говорил о том, что в результате роста мировых цен на нефть следует ожидать падения мирового спроса на этот ресурс.

Вопрос

Что видится некорректным в высказывании журналиста? Как правильно формулировать утверждение о последствиях для мирового рынка повышения цены на нефть?

Ответ

Изменения спроса (падение спроса или его возрастание) являются результатом действия неценовых детерминант на рынке конкретного товара и отражаются на графике соответствующими сдвигами кривой рыночного спроса (см. рис. 1а, б).

Изменение цены данного товара вызывает изменение *величины* спроса, что находит отражение в движении вдоль кривой рыночного спроса. При этом в соответствии с законом спроса величина спроса изменяется в направлении, противоположном изменению цены (см. рис. 1в). Поскольку в данном случае речь идет об изменении цены на мировом рынке нефти, то правильной формулировкой последствий роста цены является: «в результате роста мировых цен на нефть следует ожидать падения *величины* мирового спроса на этот ресурс».

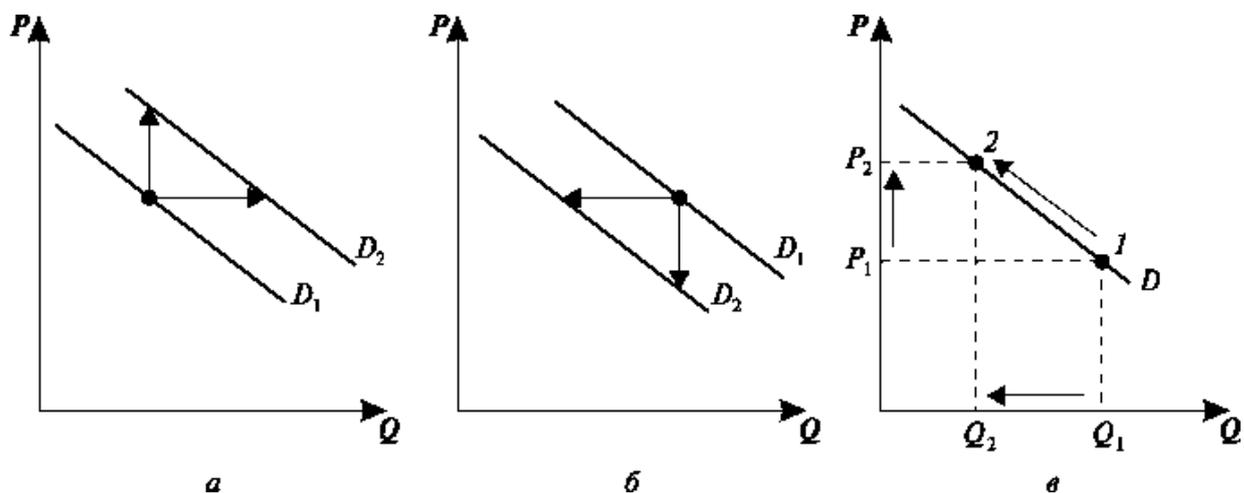


Рис. 1. Изменения спроса в результате действия неценовых факторов

Кейс 4

ПРОДАВЦЫ ЛИЦЕНЗИОННЫХ DVD-ДИСКОВ ПРОТИВ ПИРАТОВ

По данным антипиратской организации, в 2004 г. было продано 70 млн. DVD-дисков примерно на 70 млн долл., из них легально — около 10 млн. WarnerHomeVideo и UnivesalPicturesInternational решили снизить цену на лицензионные DVD-диски, продаваемые, с 300—350 сум. до 199 сум. за диск. За счет этого лидеры продаж видеопродукции надеются потеснить пиратов, продающих нелегальные копии по 150 сум. и ниже. Продавцы DVD-дисков полагают, что новая цена благотворно отразится на объемах продаж лицензионной продукции. Они прогнозируют рост объема продаж DVD-дисков на легальном рынке на 30%.

Вопрос

С позиций теории спроса и предложения проанализируйте ситуацию на рынке видеопродукции. Дайте на содержательном уровне экономическое обоснование ожиданиям продавцов лицензионной видеопродукции. Почему им удастся потеснить пиратов, ведь цена на лицензионные DVD-диски будет все-таки выше цены пиратских дисков?

Ответ

Прогноз продавцов лицензионной видеопродукции роста объема продаж DVD-дисков основан на следующих положениях теории спроса и предложения:

а) на законе спроса — между ценой товара и величиной спроса на него существует обратная зависимость. Если цена на товар снижается, то количество товара, которое желают и могут приобрести покупатели, возрастает (см. рис. 2а);

б) лицензионные DVD-диски и их пиратские копии являются товарами-субститутами, поэтому изменение цены на один из этих товаров, при прочих равных условиях, вызывает изменение спроса на другой товар в том же направлении. В данном случае снижение цены на лицензионные DVD-диски с 300—350 сум. до 199 сум. за диск приведет к сокращению спроса на пиратские копии, что повлечет снижение объема продаж при каждом возможном уровне цены. Это означает, что при сохранении цены на пиратские диски на прежнем уровне — 150 сум. за диск — объем продаж пиратской продукции снизится (рис. 26).

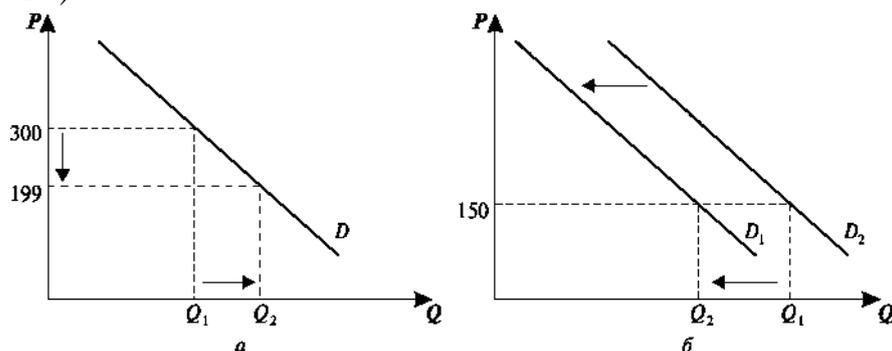


Рис. 2. Рынок лицензионных и пиратских DVD-дисков: а - рынок лицензионных DVD-дисков; б- рынок пиратских DVD-дисков

Несмотря на то что цена лицензионных дисков остается более высокой, нежели «пиратских», ожидания легальных производителей оправданны, так как их продукция выгодно отличается по качеству, наличию бонусов в виде дополнительных материалов к фильму, фирменной упаковки и т. д. А рост доходов населения способствует снижению чувствительности объемов спроса к цене дисков.

Кейс 5

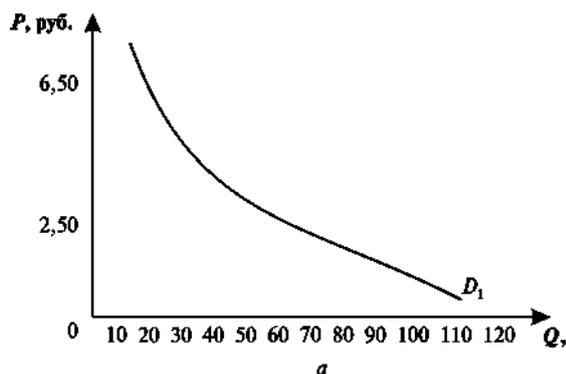
ФАКТОРЫ СПРОСА НА БЕНЗИН В САМАРКАНДСКОМ РЕГИОНЕ.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

Описываемая ситуация относится к началу 2016 г. и затрагивает такой вид деятельности, как розничная торговля автомобильным горючим через автозаправочные станции. Бензиновый рынок столицы к этому моменту становится все более устойчивой и консервативной структурой со своими жесткими правилами и четким разделением ролей. Ушли в прошлое «дикие» бензовозы. Рассматриваемый период уже характеризуется достаточной стабильностью и до определенной степени бесконфликтным существованием фирм-операторов. Бензиновый рынок имеет деление на две крупные составные части: государственные автозаправочные станции (далее — АЗС) и коммерческие автозаправочные комплексы.

Отпускные цены на бензин устанавливает ассоциация, учитывая общее положение на топливном рынке страны. Правда, это делается в виде «вилки», т. е. продавцам разрешается по своему усмотрению устанавливать цены в пределах рамок нефтяного союза. Например, ассоциация сообщает, что

Рис. 3. Кривые спроса:
а- 1-й группы потребителей бензина; б- 2-й группы потребителей бензина; в- 3-й группы потребителей бензина



отпускные цены на бензин А-92 с 20 марта 2017 г. в Самарканде будут в пределах от 6,30 сум. до 6,70 сум. за 1 литр. И фирмы- операторы устанавливают цены у себя на АЗС в этих пределах, но с учетом цен на соседних автозаправочных станциях в их районе. Так, например, одна и та же фирма может иметь отпускную цену на А-92 в размере 6,70 сум./л в районе Рижского вокзала и 6,40 сум./л на МКАД.

Цена, безусловно, является одним из основных факторов спроса на рынке нефтепродуктов в Москве и Московской области для подавляющего большинства покупателей бензина. Эти покупатели реагируют на изменение цены бензина даже в пределах 0,1 сум./л. Поэтому некоторые автозаправочные станции, расположенные на МКАД, были вынуждены снизить цену с верхней границы «вилки» до нижней из-за значительного уменьшения объема выручки после того как была установлена цена на уровне верхней границы.

Однако на разных рыночных сегментах наблюдается различная ценовая эластичность спроса на бензин, что и демонстрируют кривые спроса, представленные ниже. Первая кривая характеризует спрос обычного мелкого частника на «синих, красных, белых «Жигулях» (см. рис. 3а). Вторая и третья кривые описывают спрос на бензин двух других групп потребителей автомобильного топлива (см. рис. 3б, в).

Обычно при въезде на автозаправочную станцию размещается большой информационный щит с указанием отпускной цены на топливо. Но существует один нюанс: согласно существующему законодательству все розничные торговцы бензином обязаны применять контрольно-кассовые машины (далее —

ККМ) при реализации топлива населению. В чеке ККМ должны быть четко указаны реквизиты предприятия, цена топлива, сумма покупки. Кроме того, в связи с введением в Москве экологического сбора за загрязнение окружающей среды продавцы обязаны уплачивать этот сбор по определенным ставкам в зависимости от марки продаваемого топлива, а в чеке ККМ сумма сбора должна быть указана отдельной строкой. Руководствуясь жесткими ценовыми ограничениями на бензиновом рынке, продавец не повышает отпускную цену бензина, а только включает в нее указанный сбор.

Поразительно, но покупатели восприняли этот факт отрицательно. В офис одной из фирм явилась экологическая милиция по жалобе покупателя бензина на предмет проверки правомерности включения экологического сбора в цену бензина. Пришлось разьяснять, что этот сбор предприятие обязано удерживать и включать сумму отдельной строкой в чеке ККМ на основании решения московских властей. Логика покупателя, обратившегося с жалобой, была такова: «Цены на бензин и так повышаются чуть ли не каждый день, а тут еще эти коммерсанты пытаются содрать с нас какой-то сбор». Этот случай можно рассматривать как пример того, что на спрос влияют и налоги, устанавливаемые федеральными или муниципальными властями.

Нельзя не коснуться такого события, как дефолт в августе 2015 г., когда произошло резкое обесценение рубля по отношению к доллару США. Дефолт затронул несколько факторов, определяющих спрос на топливо: величину реальных доходов населения, долю расходов на бензин в бюджете потребителя, цены на товары-комплементы.

Резкое ухудшение финансового состояния потребителей, прежде всего так называемого среднего класса, привело к тому, что уменьшился спрос на товары вообще, в том числе и на бензин. В советские времена машина для человека являлась предметом роскоши, а не средством передвижения: автомобиль был показателем достатка и положения в обществе. В постперестроечное время автомобиль как вид транспорта стал доступен более широким слоям населения. Средний класс вообще перестал пользоваться другими видами транспорта. Расходы на бензин занимали небольшую часть в бюджете соответствующей семьи. После дефолта, на фоне общего снижения реальных доходов и роста цен, доля расходов семьи на бензин значительно возросла. Поэтому дефолт спровоцировал уменьшение спроса на бензин среди населения, получавшего зарплату в суммах.

Дефолт вызвал также общее снижение покупательской активности, в том числе и уменьшение спроса на автомобили. Косвенным подтверждением этому стало снижение уровня цен на новые и подержанные машины в долларовом выражении. Рассматривая этот факт с точки зрения товаров-комплементов,

следует отдавать себе отчет в том, что хотя долларовая цена на автомобили снизилась, большинство населения получало доход в сумах, без пересчета в валютный эквивалент. Поэтому можно утверждать, что реальная цена на машины возросла. То есть увеличение цены на товар-комплемент отрицательно повлияло на величину спроса на наш товар — на бензин.

Рассмотрим одну из автозаправочных станций, расположенных в Московском регионе. До кризиса в 2015 г. она приносила ежедневную выручку в размере 60 тыс. сум., когда 1 л бензина в среднем стоил 2 сум. 50 тийин В середине 2016 г. выручка составляла около 104 тыс. сум. в день при средней цене бензина 6 сум. 50 тийин Обменный курс до 17 августа 1998 г. составлял: 1 долл. = 6 сум. Курс американского доллара в середине 1999 г. равнялся приблизительно 24 сум. Таким образом, средняя цена бензина в долларовом выражении до дефолта составляла 0,42 долл, за 1 л, а через год — 0,27 долл, за 1 л.

Вопросы

В тексте перечислены основные факторы, воздействующие на спрос бензина в Самаркандском регионе. Объясните, как именно они влияют на спрос?

Какие еще факторы, помимо тех, что перечислены в тексте, могут оказывать воздействие на спрос бензина в данном регионе?

В тексте представлены три типа кривых спроса на бензин, характеризующие три основных вида потребителей бензина на Самаркандском рынке. Определите, каких именно потребителей характеризуют 2-я и 3-я кривые спроса.

Не пользуясь дополнительными расчетами, а лишь опираясь на информацию, содержащуюся в описании ситуации, определите: является ли спрос на бензин эластичным по цене на отдельной автозаправочной станции в Самаркандском регионе.

Рассчитайте коэффициенты точечной и дуговой эластичности спроса на бензин по цене бензина (в рублевом выражении).

Рассчитайте коэффициенты точечной и дуговой эластичности спроса на бензин по его цене с поправкой на курс доллара США, т. е. приняв доллар в качестве денежной единицы.

Не показалось ли вам странным значение коэффициента ценовой эластичности спроса, полученное в предыдущем задании? Чем можно объяснить такую странность?

Ответы

1.

Розничная отпускная цена на бензин у данной конкретной фирмы. Безусловно, для многих покупателей это важнейший фактор, определяющий величину спроса на бензин. Если цена становится чрезмерно высокой и расходы семьи на покупку топлива увеличиваются, вытесняя другие покупки, многие потребители могут принять решение отказаться от ежедневного использования автомобиля или от его использования вообще и перейти на услуги общественного транспорта. При этом важен как общий уровень цен на бензин, так и цена бензина на данной автозаправочной станции. Поскольку бензин, продаваемый различными фирмами — владельцами АЗС, можно считать полностью взаимозаменяемыми продуктами, то повышение цены данной фирмой повлечет за собой переключение потребителей на продукцию фирм-конкурентов. Однако свобода фирмы устанавливать цену на свою продукцию была ограничена рамками, которые регулировались Ассоциацией независимых автозаправочных станций, о чем упоминается в описании ситуации.

Уровень цен на бензин в том районе, где расположена автозаправочная станция данной фирмы. Данный фактор тоже является достаточно значимым и тесно связан с предыдущим фактором. Помимо конкуренции между фирмами вообще, существует локальная конкуренция между несколькими автозаправочными станциями, расположенными недалеко друг от друга. Потребители, регулярно приобретающие бензин в данном районе города, могут сравнить цены на бензин и будут выбирать автозаправочную станцию, предлагающую самые низкие цены, если качество бензина и обслуживания в АЗС примерно одинаковое.

Цена на товары-комplementы (цены на сами автомобили и запчасти для автомобилей). Спрос на бензин можно назвать в определенной мере производным от спроса на личный автотранспорт. При этом бензин и автомобиль являются совершенными complementами — сам по себе бензин не нужен в потреблении и автомобиль без топлива тоже не может удовлетворять потребность, для которой он предназначен. Поэтому если ситуация на рынке автомобилей такова, что потребители не могут себе позволить приобретать автомобили, то и спрос на бензин резко сократится — он просто станет не нужен домохозяйствам.

Однако следует учитывать тот факт, что разным автомобилям нужен разный бензин. Так, при резком подорожании автомобилей высокого класса (для которых обычно нужен бензин более высокого качества) можно ожидать роста спроса на более дешевые автомобили и, соответственно, на более дешевый бензин. То есть спрос на разные виды бензина может варьироваться в результате изменений, происходящих на рынке автомобилей.

Общий уровень реальных доходов потребителей. Данный фактор оказывает существенное влияние на спрос на бензин, так как падение уровня реальных доходов населения приведет к тому, что меньшее количество потребителей смогут позволить себе использование личного автотранспорта в качестве средства передвижения. Часть потребителей, как уже говорилось выше, в случае роста цен на бензин начнут «экономить» на бензине — использовать автомобиль реже, только в особых случаях, когда нет возможности воспользоваться общественным транспортом. Те потребители, у которых пока еще нет машины, но которые потенциально могли бы приобрести автомобиль и предъявлять спрос на бензин, при падении их реальных доходов примут решение отказаться от покупки. Таким образом, спрос на бензин со стороны частных автолюбителей значительно сократится.

Доля расходов на бензин в бюджете потребителей. Данный фактор тесно связан с уже названными факторами повышения уровня цен и снижения уровня реальных доходов потребителей. Оба эти изменения приводят к тому, что потребители вынуждены тратить на бензин все большую долю своего дохода, отказываясь от совершения других покупок. В результате эта доля может стать слишком большой для многих семей, и они будут вынуждены отказаться от использования личного автотранспорта, что приведет к снижению спроса на бензин.

Все три фактора (рост цен на бензин, снижение уровня реальных доходов потребителей и рост доли расходов на бензин в бюджете среднестатистической семьи) имели место в Узбекистане в 2005-е годы и особенно резко проявились после кризиса 2006 г.

б. Налоговая политика государства. Данный вопрос достаточно подробно раскрыт в описании ситуации. Из курса микроэкономики также известно, что введение различных налогов и сборов обычно приводит к сокращению предложения товара (если налогами облагаются продавцы товара) или к снижению спроса (если их должны выплачивать покупатели товара). На практике чаще всего встречается первая ситуация, в результате чего производители (продавцы) будут пытаться включить налоги в цену продукции. При этом выделение суммы сбора отдельной строкой в кассовом чеке вызывает психологический эффект — потребители считают, что цены завышены необоснованно (именно такая реакция описана в тексте). В результате введение налогов приводит к тому, что величина спроса сокращается, так как для потребителей обычно это означает простое повышение цены.

Таких факторов достаточно много. Перечислим лишь некоторые из них.

Качество бензина. Конечно, потребители обращают внимание на качество бензина, продаваемого на той или иной автозаправочной станции, особенно если речь идет об АЗС, которая находится в том районе, где человек «заправляется» регулярно. Поэтому, исследовав свой районный рынок, в будущем потребитель предпочтет ту автозаправочную станцию, где качество бензина выше. Следовательно, спрос на бензин фирмы, предлагающей товар более низкого качества, снизится.

Уровень сопутствующего сервиса. С течением времени узбекские потребители стали предъявлять все более высокие требования как непосредственно к уровню обслуживания в процессе заправки автомобиля бензином, так и к дополнительным услугам, предоставляемым автозаправочными станциями. Значительная часть потребителей — при прочих равных условиях — выбирает ту автозаправочную станцию, где бензин заливают работники АЗС, а не станцию с самообслуживанием. Все большей популярностью пользуются АЗС с мини-магазинами сопутствующих товаров. На дальних трассах растет спрос на услуги общественного питания на АЗС. Соответственно, уровень сервиса на рассматриваемой автозаправочной станции и среди ее конкурентов оказывает существенное влияние на спрос ее продукции. Чем выше уровень сервиса на конкретной автозаправочной станции по сравнению с другими АЗС, тем больше спрос на ее бензин, и наоборот.

Техническая оснащенность автозаправочных станций, наличие современного оборудования. Многие потребители обращают внимание и на техническую оснащенность автозаправочных станций, предпочитая заправлять бензином машины на АЗС, оснащенных импортными топливораздаточными колонками с несколькими видами топлива в одной. Одной из причин тому — более высокий уровень безопасности современного оборудования. Немаловажным фактором также является сокращение времени ожидания за счет того, что наиболее популярные виды топлива можно найти во всех колонках, а не в одной-двух, как раньше. Таким образом, должная техническая оснащенность конкретной автозаправочной станции, безусловно, повышает спрос на ее услуги по сравнению со спросом на услуги ее конкурентов, не имеющих в арсенале современного оборудования.

Цены на товары-субституты. В данном случае в качестве товаров-субститутов можно рассматривать различные группы товаров в зависимости от широты определения анализируемого рынка. Если говорить собственно о рынке автомобильного топлива, то для конкретного вида бензина (например, АИ-95) ближайшим заменителем будет бензин другого вида (например, АИ-92), а для бензина в целом товаром-субститутом является газ. Здесь уместно вспомнить период конца 1980-х — начала 1990-х годов, когда бензин был

дефицитным ресурсом, и многие узбекские автомобилисты оснащали машины специальными газовыми баллонами и заправлялись, соответственно, не бензином, а газом.

Если же определить рынок более широко и рассматривать бензин в неразрывной связи с автомобилями, то заменителями последних можно считать все другие виды транспорта. Так, выбирая средство передвижения, потребители ориентируются на то, какова стоимость билета на электропоезд, сколько стоит проезд в метро, на трамвае или троллейбусе, а также в маршрутном такси (хотя в последнем случае цена проезда, в свою очередь, связана с ценой бензина).

Наиболее простым примером является влияние цен на железнодорожный транспорт. Если цена билета за проезд в поезде достаточно высока, а пункт назначения достаточно близок, то можно предположить, что часть потребителей отдаст предпочтение путешествию на личном транспорте, а не на поезде или электричке, и наоборот. Однако напомним, что в данном случае речь идет о рынке в широком понимании этого слова и о спросе на бензин в целом, а не на бензин данной конкретной фирмы, так как товаром-субститутном для бензина конкретного продавца является бензин других продавцов, о чем уже говорилось.

Сезонность. Спрос на бензин в Самарканде, и особенно в Ургуте, носит ярко выраженный сезонный характер. Во-первых, далеко не все владельцы автомобилей пользуются личным транспортом в зимний период. Весной, летом и осенью загруженность московских дорог гораздо выше. Соответственно, в это время года возрастает и спрос на бензин. Во-вторых, летний период в наших широтах — это разгар дачного сезона, и все москвичи, имеющие садовые участки в Подмосковье, выезжают туда на выходные дни. Поэтому спрос на бензин в Московской области резко возрастает в период дачного сезона.

Другие факторы. В долгосрочный период спрос на бензин в данном регионе зависит от изменения числа жителей (демографический фактор) и общей деловой активности (экономические спады и подъемы) — макроэкономический фактор. Кроме того, косвенными параметрами спроса на бензин являются: состояние и развитие дорожной сети и ее загруженность, организация парковок для автомашин, развитие сети общественного транспорта, уровень сервиса на общественном транспорте (ритмичность и точность его работы, отсутствие тесноты и шума, наличие кондиционеров и общественных туалетов).

3. В описании ситуации прямо указывается, что первая кривая характеризует спрос на бензин владельцев недорогих машин (например, «Нексия» или «Матиз»), К этим потребителям в полной мере применимы все рассуждения, приведенные в ответах на 1-й и 2-й вопросы. Для них чрезвычайно важен такой

фактор, как доля расходов на бензин в семейном бюджете, который определяет степень эластичности спроса по цене. В свою очередь, доля расходов зависит от цены бензина и уровня реальных доходов потребителей. Очевидно, что доходы этой группы владельцев автомашин не очень велики. Поэтому даже небольшое повышение цены бензина существенно увеличит долю расходов на данный товар в их бюджете и, следовательно, приведет к значительному уменьшению спроса на бензин. Другими словами, спрос на бензин этой группы потребителей является эластичным по цене бензина, что и отражает достаточно пологая кривая спроса на рис. 3а.

Теперь проанализируем кривые, характеризующие спрос на бензин 2-й и 3-й групп потребителей.

Нетрудно заметить, что форма второй кривой и форма третьей кривой очень похожи друг на друга — и та, и другая являются гораздо более крутыми по сравнению с первой кривой спроса. Это означает, что у данных групп потребителей наблюдается достаточно слабая реакция величины спроса на изменение цены, т. е. спрос на бензин второй и третьей групп потребителей характеризуется низкой ценовой эластичностью. Различие состоит лишь в том, что третья кривая спроса расположена правее от оси цен, чем вторая кривая. Это означает, что спрос на бензин третьей группы потребителей при любой возможной цене значительно больше спроса на данный товар второй группы потребителей.

Исходя из данной характеристики кривых спроса, можно предположить, что ко второй группе потребителей относятся состоятельные слои населения, для которых цена бензина не играет значимой роли, и которые, в первую очередь, обращают внимание на такие параметры, как качество бензина и сервиса. Таким образом, это частные владельцы дорогих автомашин, которые обычно предпочитают автозаправочные станции с самым лучшим качеством обслуживания, и соответственно, с наиболее высокими ценами. Речь, например, может идти о заправках BritishPetroleum, которые в рассматриваемый период заметно выделялись на фоне других автозаправочных станций как превосходным сервисом, так и высоким уровнем цен. Однако частных владельцев дорогих иномарок в 2016—2017 гг. (именно этот период времени и описывается в данном кейсе) было еще не очень много, поэтому величина спроса на бензин у второй группы потребителей сравнительно невелика при любом уровне цен.

Что же касается третьей группы потребителей, то к ним относятся юридические лица. Другими словами, третья кривая спроса иллюстрирует спрос на бензин предприятий, занимающихся теми или иными видами перевозок. Это строительные компании, коммерческие фирмы, имеющие в

своем распоряжении грузовой транспорт и осуществляющие перевозку грузов. Это также государственные и муниципальные предприятия, сосредоточивающие в своих руках обширный парк милицейских, поливальных и прочих транспортных средств. Это и машины, осуществляющие сельскохозяйственные посевные и уборочные работы.

Спрос на бензин юридических лиц вообще представляет особый интерес, так как влияющие на него факторы во многом отличаются от факторов спроса на бензин первой группы потребителей. Так, если рассматривать государственные и муниципальные предприятия, то для них уровень цены практически не имеет значения. Во-первых, потому что их деятельность финансируется преимущественно из бюджета, а не из собственного кармана. Во-вторых, потому что общественная потребность в их услугах чрезвычайно велика. Этим и объясняется крайне низкая эластичность их спроса на бензин по той цене, которая отражена на графике в форме достаточно крутой кривой спроса.

При этом объемы потребления бензина у предприятий очень велики (для примера достаточно рассмотреть парк автобусов, обслуживающих Самаркандском область, не говоря уже о грузоперевозках), поэтому кривая спроса на бензин для данной группы потребителей так значительно сдвинута вправо по сравнению со второй группой. Тем не менее стоит заметить, что такое рассуждение правомерно лишь, если мы говорим о рынке бензина в целом — ведь дорогим иномаркам и пассажирским автобусам нужны совершенно разные виды бензина.

В описании ситуации прямо указывается, что «покупатели реагируют на изменение цен на бензин даже в пределах 0,1 сум./л. Поэтому некоторые автозаправочные станции, расположенные на МКАД, были вынуждены снизить цену с верхней границы «вилки» до нижней — из-за значительного уменьшения объема выручки после того, как сначала была установлена цена на уровне верхней границы». Студенты должны вспомнить, что при неэластичном спросе на товар повышение цены товара приводит к увеличению выручки продавцов, а при эластичном — ведет к уменьшению выручки продавцов. В описанной реальной ситуации первоначальный рост цены бензина на рассматриваемых автозаправочных станциях привел к сокращению выручки, что заставило продавцов бензина впоследствии снизить цену. Таким образом, легко сделать вывод, что спрос на бензин на отдельной автозаправочной станции является эластичным по цене.

Этому факту можно дать логическое объяснение. Если мы говорим о бензине, продающемся на отдельной автозаправочной станции, то у него очень много близких заменителей. Это — бензин, продающийся на АЗС,

расположенных по соседству. Поэтому если рассматриваемая нами автозаправочная станция повысит цену на продаваемый ею бензин, а ее конкуренты не сделают аналогичный шаг, тогда часть потребителей перестанет покупать бензин на данной АЗС и перейдет к ее конкурентам. В результате объем спроса на бензин данной автозаправочной станции сократится в большей степени, чем увеличилась цена бензина, т. е. мы можем констатировать достаточно эластичный спрос по цене.

Однако это не означает, что спрос на данный вид топлива будет эластичным по цене и с точки зрения рынка в целом. У бензина как такового, продаваемого всеми автозаправочными станциями, хороших заменителей не так уж много. Поэтому если все АЗС в данном регионе одновременно повысят цену на бензин, то у потребителей (по крайней мере на краткосрочный период) не будет возможности ни заменить используемый вид топлива, ни перейти на другой вид транспорта. В результате объем спроса на бензин, продаваемый всеми автозаправочными станциями, сократится в меньшей степени, чем увеличилась цена бензина, т. е. мы можем констатировать достаточно неэластичный спрос по цене.

Нам известно из описания ситуации, что одна из автозаправочных станций, расположенных в Московском регионе, приносила ежедневную выручку в размере 60 000 сум. до кризиса в 1998 г., когда 1 л бензина в среднем стоил 2

$$\frac{u}{P_x} = \frac{60\,000}{2,5} = 24000.$$

сум. 50 тийин Разделив величину выручки на цену 1 л бензина, мы можем определить, какое количество бензина продавалось ежедневно на данной автозаправочной станции:

Также известно, что в середине 1999 г. ежедневная выручка автозаправочной станции составляла уже около 104 тыс. сум. при средней цене бензина 6

$$Q_i = \frac{T_2}{P_i} = \frac{104\,000}{6,5} = 16\,000.$$

сум. 50 тийин за 1 л, т. е. до кризиса ежедневно продавалось 24 тыс. л бензина, а через год — около 16 тыс. л:

Теперь мы располагаем информацией, достаточной для расчета коэффициента ценовой эластичности спроса на бензин:

$$P_x = 2,5; p_2 = 6,5;$$

$$Q_x = 24000;$$

$$Q_2 = 16\,000.$$

Определим коэффициент точечной ценовой эластичности спроса в первоначальной точке:

$$\frac{\Delta Q}{Q} = \frac{\Delta P}{P} \cdot \epsilon$$

$$\epsilon = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot \frac{P}{\Delta P}$$

$$\epsilon = \frac{(16\,000 - 24\,000) \cdot 2,5}{(6,5 - 2,5) \cdot 24\,000} = -0,8$$

Получаем следующее выражение:

Для того чтобы оценить корректность использования данной формулы,

$$\epsilon = \frac{(16\,000 - 24\,000) \cdot 6,5}{(6,5 - 2,5) \cdot 46\,000} = -0,8$$

рассчитаем теперь коэффициент эластичности спроса на бензин, предположив, что $P = P_2$, а $Q = Q_2$:

Из расчетов видно, что значения коэффициентов эластичности в первой и второй точках существенно различаются. Это означает, что формула точечной эластичности недостаточно корректна в данном случае. Здесь целесообразнее

$$\epsilon = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot \frac{P}{\Delta P} = \frac{(16\,000 - 24\,000) \cdot (2,5 + 6,5)}{(6,5 - 2,5) \cdot (24\,000 + 16\,000)} = -0,45$$

использовать формулу дуговой эластичности спроса на бензин по цене бензина. Эта формула дает нам следующее значение коэффициента эластичности:

Поскольку полученное значение коэффициента эластичности больше, чем -1 , то можно сделать вывод о том, что спрос на бензин является неэластичным по цене бензина. К такому же выводу можно прийти, проанализировав изменение величины выручки с ростом цены. Так как при повышении цены выручка возросла, несмотря на снижение величины спроса, можно заключить, что спрос на данный товар неэластичен.

Сравнивая полученный результат с заключением по вопросу 4, еще раз убеждаемся в том, что спрос на бензин на отдельной бензоколонке гораздо более эластичен по цене, чем спрос на бензин в Московском регионе в целом. После дефолта цена бензина возросла не на конкретной автозаправочной станции, а на всех АЗС рассматриваемого региона. Поэтому произведенные расчеты продемонстрировали нам, что спрос на бензин в Москве и Московской области является неэластичным по цене бензина.

Нам известно, что обменный курс до 17 августа 2015 г. составлял: 1 долл. США = 6 сум. Курс доллара США в середине 2016 г. равнялся приблизительно

24 сум. Таким образом, средняя цена бензина в долларовом выражении до дефолта составляла 0,42 долл., а через год — 0,27 долл.

Теперь наши исходные данные выглядят следующим образом:

$$P_x = 0,42; p_2 = 0,27;$$

$$Q_x = 24000;$$

$$Q_2 = 16\ 000.$$

Определим коэффициент точечной ценовой эластичности спроса, воспользовавшись уже известной формулой:

$$e_p = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot p$$

$$\Delta p \cdot Q$$

Подставив в эту формулу наши исходные данные, получаем следующий результат:

$$e_p = \frac{(16\ 000 - 24\ 000) \cdot 0,27}{(0,27 - 0,42) \cdot 24\ 000} = 0,93.$$

Теперь оценим коэффициент эластичности, предполагая, что $p = p_2$,

$$e_p^{\Delta} = \frac{(16\ 000 - 24\ 000) \cdot 0,27}{(0,27 - 0,42) \cdot 46\ 000} = 0,9.$$

$$e_p = Q_2:$$

Как видим, значения коэффициента эластичности спроса на бензин в первой и второй точке достаточно близки, следовательно, в данном случае формула точечной эластичности оказывается корректной и может быть

$$e_p^{\Delta} = \frac{\Delta Q_i \cdot (P_1 + P_2)}{\Delta p \cdot (Q_1 + Q_2)} = \frac{(16\ 000 - 24\ 000) \cdot (0,27 + 0,42)}{(0,27 - 0,42) \cdot (24\ 000 + 16\ 000)} = 0,92.$$

использована. Наконец, определим значение коэффициента ценовой эластичности спроса на бензин, воспользовавшись формулой дуговой эластичности:

Из расчетов видно, что коэффициенты эластичности спроса, полученные в предыдущем пункте, являются положительной величиной. Это означает, что снижение цены бензина привело к сокращению объема спроса на бензин. Данный факт противоречит экономической теории, согласно которой на рынке подавляющего большинства товаров и услуг действует закон спроса, т. е. при снижении цены товара объем спроса на данный товар должен увеличиваться, а не уменьшаться. Исключение составляют лишь товары Гиффена, спрос на которые снижается с падением цены. Однако нет никаких оснований полагать, что бензин является товаром Гиффена. Тем более что в расчетах, произведе-

денных в пункте 5, результаты были другими. Почему же значения ценовой эластичности спроса получились положительными?

Для того чтобы ответить на этот вопрос, вспомним определение ценовой эластичности спроса: ценовая эластичность спроса показывает, на сколько процентов изменится величина спроса на товар при изменении цены товара на один процент и *при прочих равных условиях*.

Таким образом, для того чтобы расчет коэффициента ценовой эластичности спроса был корректным, необходимо, чтобы все остальные факторы, влияющие на спрос, не менялись в течение рассматриваемого периода. К сожалению, данная предпосылка не выполняется в описанной ситуации, следовательно, оценка эластичности спроса по цене просто не может быть корректной.

Действительно, было бы неправильно — при расчетах с использованием цен в долларовом выражении — исходить из неизменного уровня дохода (тоже в долларах США) потребителей бензина. Вспомним, что изменение цен на бензин в описываемой ситуации произошло после дефолта, когда в результате резкого роста курса доллара доход населения в этой валюте значительно уменьшился. Сокращение дохода в долларовом эквиваленте было четырехкратным, так как курс доллара вырос в 4 раза, а рублевый доход большинства потребителей не изменился. Таким образом, помимо изменения цены бензина наблюдалось еще и снижение реальных доходов узбекских граждан. Оба этих фактора, воздействующие на спрос, действовали одновременно и разнонаправленно. Уменьшение реальных доходов потребителей бензина привело к существенному снижению спроса на бензин. То, что цена при этом сократилась почти на 40%, вызывая увеличение спроса на бензин, не смогло компенсировать более сильное влияние, оказываемое на спрос резким падением доходов населения.

Данную ситуацию можно проиллюстрировать графиком (см. рис. 4). В такой ситуации расчет коэффициента эластичности является некорректным и не может использоваться для анализа потребительского спроса.

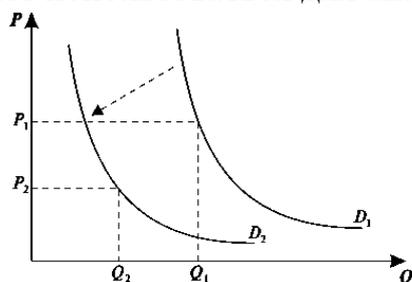


Рис. 4. Уменьшение спроса на бензин в результате сокращения реальных доходов потребителей

МЫ АПЕЛЬСИНОВОГО РЫНКА

Для американских производителей апельсинов 2001 г. может оказаться самым худшим за последнюю четверть века, — считают местные эксперты. Проблемы поставщиков связаны со значительным превышением предложения апельсинового сока над спросом на мировых рынках. В Бразилии и США, главных «апельсиновых» державах мира, в последние годы собирают рекордное количество апельсинов (рис. 5).

прошлом году, например, поставки свежего сока из Флориды составили 619 млн л, увеличившись по сравнению с 1999 г. почти в два раза. По оценкам американских экспертов, сегодня производители апельсинов в США зарабатывают на ящике цитрусовых весом 90 фунтов (40,5 кг) всего 2,55 долл., что существенно меньше, чем в 1980-е годы и начале 1990-х годов.

Помимо перепроизводства в Америке есть и ряд других причин, отрицательно влияющих на цены. Проявляют себя новые конкуренты. В нынешнем году в Азии, одном из крупнейших рынков реализации американских и бразильских апельсиновых натуральных соков, может появиться несколько крупных производителей апельсинов. Китай, например, в этом году должен собрать до 12 млн т этих цитрусовых. По мнению экспертов, Китай сможет самостоятельно обеспечивать свои потребности в одном из самых популярных безалкогольных напитков. Мешает и почти полное отсутствие координации между участниками мирового апельсинового рынка. В прошлом году бразильские компании начали на рынке соков ценовую войну, что привело к снижению мировых цен сразу на 40—50%. Цены опустились до самого низкого уровня за последние 14 лет, и рынку пришлось восстанавливаться в течение нескольких месяцев.

Вопросы

Выделите мировые рынки, о которых идет речь в статье.

Почему рекордные урожаи апельсинов, которые получили американские производители в 2000—2001 гг., их не обрадовали? Объясните логику

возникновения проблем у американских производителей апельсинов. Приведите графическую интерпретацию.

Как динамика цен на цитрусовые сказалась на мировом рынке натуральных апельсиновых соков?

Как сказались на мировых рынках апельсинов и апельсинового сока появление в Азии крупных производителей апельсинов? Приведите графическую интерпретацию. Укажите четко, изменение спроса или изменение предложения повлекло за собой отрицательную динамику цен на цитрусовые.

Что такое ценовая война? Почему бразильские компании вели ее на рынке соков, если это привело к снижению мировых цен на 40—50%? Разве бразильским компаниям невыгодны высокие цены на цитрусовые?

Ответы

В статье речь идет о мировом рынке апельсинов и мировом рынке апельсиновых натуральных соков.

Рекордные урожаи апельсинов в Бразилии и США, главных поставщиках этой продукции на мировой рынок, в 2000—2001 гг. привели к увеличению предложения апельсинов и, следовательно, снижению их цены (рис. 6). Говорить об изменении спроса на апельсины материал статьи оснований не дает, но в результате роста предложения апельсинов вырос объем их продаж. Поскольку затраты производителей апельсинов в США в эти годы существенно не снизились, падение цен на цитрусовые привело к снижению прибылей американских производителей. Рост объема продаж апельсинов не компенсирует падение прибыли в результате снижения цен.

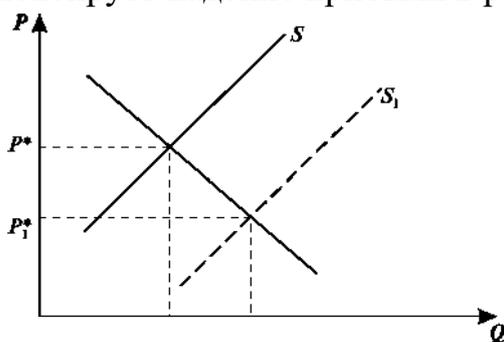


Рис. 6. Изменение ситуации на мировом рынке апельсинов в результате рекордных урожаев в США и Бразилии

Снижение цен на апельсины, которые являются, как известно, сырьем для производства натуральных апельсиновых соков, послужило причиной увеличения предложения апельсинового сока как на внутренних рынках Бразилии и США, так и на мировом рынке. В результате цена натурального апельсинового сока на мировом рынке упала, а объем продаж увеличился (рис. 7).

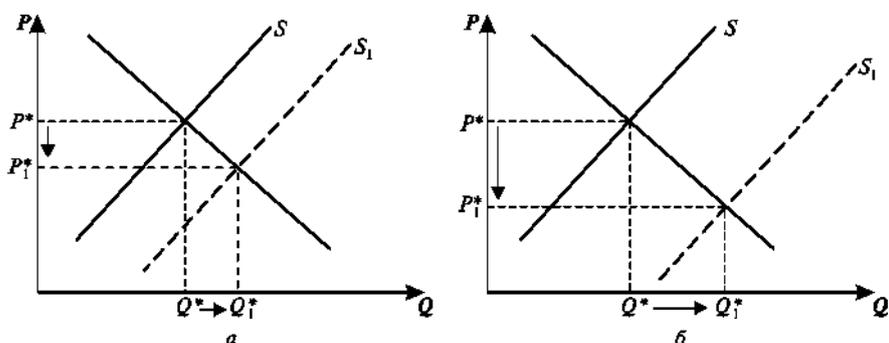


Рис. 7. Изменения рыночной ситуации на мировых рынках апельсинов и апельсинового сока в результате рекордных урожаев цитрусовых в Бразилии и США:

а - мировой рынок апельсинов; б - мировой рынок апельсинового сока

Появление крупных производителей апельсинов в Азии, которая, как указано, была одним из крупнейших рынков реализации американских и бразильских апельсиновых натуральных соков, приведет к тому, что спрос как на апельсины, так и на свежие апельсиновые соки на мировых рынках (основными поставщиками на которые являются США и Бразилия) снизится, так как потребность в этих продуктах будет частично или полностью покрыта азиатскими производителями (рис. 8).

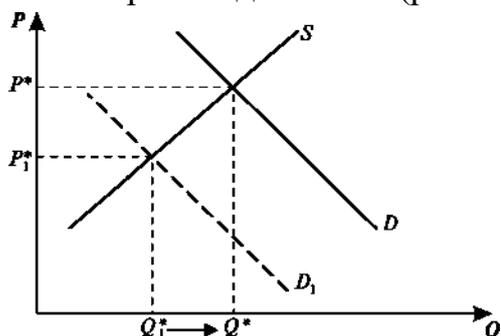


Рис. 8. Изменение ситуации на мировом рынке апельсинов в результате появления заметных производителей апельсинов в Азии

Ценовая война — это последовательное снижение цен конкурирующими фирмами на рынке олигополии. В действительности поставщиков апельсинов на мировой рынок не так уж мало. Поэтому, когда бразильские апельсиновые компании снизили цены, их конкуренты, чтобы не потерять покупателей и сохранить свои объемы продаж, вынуждены были также снизить цены.

Бразильские поставщики вновь снизили цены, конкуренты были вынуждены снова пойти на снижение цен. В результате мировые цены на апельсины упали на 40—50%. Низкие цены выгодны покупателям, но разорительны для компаний, которые теряют значительную долю прибыли или даже несут убытки. Ценовую войну бразильские компании развязали не

потому, что высокие цены на апельсины им не выгодны. Цель ценовой войны — вынудить конкурентов продавать апельсины по убыточным ценам, разорить их и заставить уйти с рынка.

РЫНОК ЗЕРНА. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИМИ РЫНКАМИ

Представленные здесь материалы отражают состояние мирового рынка зерна и рынка зерна в Узбекистане в течение двух последних лет.

Источник: Эксперт. 2006. № 43 (537). 20—26 нояб.

Низкий урожай зерновых в странах — традиционных производителях зерна и появление на мировом рынке новых крупных покупателей, например Индии, Китая, — события, вызвавшие изменения на мировом рынке зерна в 2006 г. Во второй половине 2006 г. на зерновом рынке Узбекистана также произошли изменения. Зерновых в Узбекистане в 2006 г. собрали меньше, чем в прошлом году: в частности, валовой сбор пшеницы уменьшился с 50,8 млн т до 47,3 млн т. Цены на зерно нового урожая с самого начала уборки были примерно на 20% выше уровня прошлого года. Рост цен продолжался весь сезон и достиг своего исторического максимума: цена на пшеницу третьего класса с 2800 сум. за тонну в прошлом году выросла до 4500 сум. в 2006 г. Стремительное увеличение стоимости зерна в этом году может стать стимулирующим фактором для наращивания производства в следующем сезоне. Сельхозпроизводители могут вложить больше средств в технологии повышения урожайности, освоить новые посевные площади.

Источник: Эксперт. 2007. № 4. 29 янв. — 4 февр.

В ежегодном послании Конгрессу «О положении в стране» президент США Джордж Буш объявил о планах в сфере энергетики, в частности об увеличении роли альтернативных источников. В своем выступлении Джордж Буш предложил рассчитанный на десять лет план, по которому США собираются приостановить выбросы углекислых газов. Для этого к 2018 году потребление бензина должно снизиться на 20%. Примерно 15% бензина, используемого на транспорте, Буш предлагает заменить альтернативным топливом, а еще 5% возникнут в результате повышения эффективности американских автомобилей. Как заявил президент Конгрессу, сокращение потребления бензина на 20% позволит отказаться от 75% импорта нефти с Ближнего Востока. Главным альтернативным источником должно стать биотопливо, производство которого планируют увеличить в пять раз. Прежде всего, речь идет об этаноле, который обычно получают из сахарного тростника, зерновых и свеклы. После речи Буша взлетели фьючерсы на зерно — популярное сырье для этанола.

Источник: Эксперт. 2007. № 21. 4—10 июня.

Наступление уборочной страды ознаменовалось серьезным — на 20—30% — повышением цен на ячмень, рожь и пшеницу. Прошлогодние рекорды побиты.

Как и в прошлом году, сегодня удорожание зерновых — общемировая тенденция, для которой существуют фундаментальные причины. Мировые запасы зерна сокращаются, потребление увеличивается вместе с ростом населения, и в такой ситуации любая реальная или воображаемая опасность снижения очередного урожая вызывает паническое или спекулятивное повышение цен на зерно в общемировом масштабе. Несколько дней назад, по данным Интерфакса, департамент сельского хозяйства правительства США снизил прогноз по сбору пшеницы в мире примерно на 10% в связи с неблагоприятными погодными условиями в разных регионах: дождливой погодой в европейских странах, засушливой — в Узбекистане и Украине. Мировые запасы зерна сократились до 112 млн т, что является 25-летним минимумом. Эта информация послужила причиной стремительного повышения стоимости фьючерсных контрактов — на Чикагской бирже цены достигли 11-летнего максимума.

Подобная ситуация не может не влиять на уровень цен на узбекском рынке. Если в прошлом году в начале сезона цена на пшеницу в Окдаре составляла 140 долл. за тонну, то сегодня это 240 долл. Пастдаргаме озимый ячмень, к уборке которого приступили неделю назад, сегодня предлагается по 4 тыс. сум. за тонну, тогда как год назад цена стартовала с отметки 2 тыс. сум. Снижение прогноза по сбору зерновых в Узбекистане тоже играет свою роль. Из-за засухи и жары в мае — начале июня сбор зерновых прогнозируется на уровне 76 млн т, что меньше, чем было собрано в прошлом году (78,6 млн т). На Украине, по оценкам Минсельхоза РФ, недобор будет более существенным — до 25%. Очевидно, в течение ближайших месяцев следует ждать запрета на экспорт украинского зерна до тех пор, пока не будет сформирован определенный запас внутри страны. А это значит, что экспортный спрос на российское зерно увеличится. При этом внутреннее потребление зерна в Узбекистане также растет — развивающееся животноводство требует все больше кормов, основу которых составляют зерновые культуры.

Сложившаяся ценовая конъюнктура весьма благоприятна для отечественных сельхозпроизводителей и в итоге может сыграть существенную роль в развитии сельского хозяйства страны. Получая большую выручку, сельхозпроизводители больше вкладывают в свои технологии, технику, что, в конечном счете, положительно влияет на урожайность. В некоторых хозяйствах постоянно растущая урожайность уже превышает 55 ц с га при средней урожайности в стране 42 ц с га. Объем засеянных площадей тоже

увеличивается при хорошем спросе. После удачного в отношении ценовой конъюнктуры прошлого зернового года засеянные площади увеличились на 1,5 млн га и, по данным Минсельхоза РФ, составили 49 млн га.

Кроме того, на рынке труда менеджеры в сельском хозяйстве котируются на уровне «нефтяных генералов», а уборочная техника российских заводов сегодня становится дефицитом. Однако существенного изменения ситуации в сельхозпроизводстве стоит ожидать не раньше чем через три-четыре года.

Менее радужными могут быть последствия высокой цены на зерновые для перерабатывающих секторов: производства макаронных, хлебобулочных изделий, свиноводства и птицеводства.

Источник: Эксперт. 2007. № 24. 25 июня — 1 июля

За последний год зерно, кукуруза, кофе и какао значительно подорожали (на 30—80%). Цены на сельхозпродукцию выросли вслед за повышением стоимости нефти и металлов. В 2007 г. стоимость кукурузы и пшеницы выросла до самого высокого уровня за последнее десятилетие. Удорожание сельскохозяйственного сырья вызвало опасение, что потребители по всему миру столкнутся с более высокими ценами на продовольствие, что может «разогнать» инфляцию. Кроме того, цены на многие виды сырья — от кукурузы до сахара — растут из-за повышающегося интереса к биотопливу, получаемому из них. По данным исследования инвестбанка *GoldmanSachs*, если планы правительства США и стран ЕС насчет производства биотоплива будут полностью реализованы, то мировой спрос на него вырастет с 10 млрд галлонов в 2007 г. до 25 млрд в 2010 г. В результате спрос на сельскохозяйственное сырье будет увеличиваться ежегодно на 2,6% (до 2006 г. он рос в среднем на 1,9%).

Источник: Эксперт. 2007. № 26. 9—15 июля.

В Сибири отмечен резкий рост цен на зерно и продукцию зернопереработки. В июне он составил 50%. Слишком много неблагоприятных факторов сложилось этим летом в одно целое, и все это ударило по зерновому рынку: высокие мировые цены, неурожай в европейской части Узбекистане и небольшие запасы зерна прошлого года. Ажиотажа добавило то, что планы на хороший урожай в нынешнем сезоне придется подкорректировать. По разным оценкам, в европейской части из-за засухи недобор урожая пшеницы составит до 40%. Следствием этих причин стало повышение цен на зерно в Сибири с 3,2 тыс. сум. за тонну в апреле до 6 тыс. в июне, а на муку — с 6 тыс. до 9 тыс. сум. за тонну.

Источник: Эксперт. 2007. № 31. 27 авг. — 2 сент.

По оценкам Международного зернового совета, мировой сбор пшеницы составит в 2007 г. 607 млн т, а не 614 млн т, как ожидалось еще весной. Плохие

прогнозы на урожай во многих регионах привели к рекордному росту цен на пшеницу.

На торгах в Чикаго бушель пшеницы с поставкой в сентябре подорожал до 7,26 долл. Стоимость бушеля с поставкой в декабре выросла до 7,40 долл. Предыдущий рекорд — 7,50 долл, за бушель — был зафиксирован в 1996 г.

Канада, второй крупнейший поставщик пшеницы после США, объявила, что урожай 2007 г. может оказаться на 20% ниже прошлогоднего из-за плохой погоды. В странах Евросоюза пшеницы соберут меньше прошлогоднего на 38%. Во Франции, Британии и Германии — из-за чрезмерно дождливой погоды, а в Венгрии, Польше, Румынии, Греции и Италии — из-за чрезмерной жары. Засуха в Австралии тоже привела к сокращению сбора пшеницы, по некоторым оценкам, на 25%. В то же время страны — импортеры зерна, среди которых Китай, Индия, Япония и другие, активизировали закупки, ожидая дальнейшего роста цен из-за опасений неурожая.

С конца марта пшеница подорожала уже на 68%. Мировые запасы пшеницы оказались на самом низком уровне с 1979 г. Взвинтил цены и бум потребления биотоплива, для производства которого используется пшеница.

Дорогая пшеница потянет за собой подорожание продовольствия по всему миру. Поскольку около половины собранной пшеницы используется на корм животным, то цены вырастут не только на мучные товары, но и на мясо, птицу, молочные продукты и яйца.

Источник: НТВ. Программа «Сегодня». 2007. 14 сент.

Евросоюз идет на экстренные меры, чтобы преодолеть зерновой кризис — под засев собираются отдать все земли. Из-за плохой погоды сейчас мировые цены на пшеницу находятся на самой высокой отметке за последние более чем десять лет. Европейские амбары с зерном практически пусты: в прошлом году там хранилось 14 млн т пшеницы, а сейчас — всего один. В мире ситуация немногим лучше. Во всем виноваты плохая погода и экологичные автомобили. Из зерна гонят этанол, главный компонент модного ныне биотоплива. Это уже больно ударило по кошельку европейцев — вчера бастовали итальянцы, они ввели суточный мораторий на потребление любимой пасты. А французы жить не могут без свежей выпечки. В свете этого ЕС идет на решительные меры — Еврокомиссия собирается снять запрет на обработку части сельскохозяйственных земель. Раньше одна десятая их всегда была незасеянной, чтобы избежать кризиса перепроизводства.

Источник: Эксперт. 2007. № 34. 17—23 сент.

В этом году впервые цены на зерно не снизились в момент, когда на рынок шла продукция нового урожая. Наоборот, они росли. Средняя цена на пшеницу 3-го класса за две последние недели июня выросла на 474 сум. и достигла 5880

сум. за тонну. В прошлом году цены на зерно в этот период снижались и составляли соответственно 3430 и 3015 сум.

Всплеск цен на зерно в Узбекистане заставил поволноваться многих. С июня идут разговоры, что вот-вот государство начнет зерновые интервенции ради того, чтобы в преддверии выборов не слишком огорчать электорат ростом цен на социально значимые товары, особенно хлеб. А это значит, что автоматически будут введены ограничения на экспорт, чтобы дешевое зерно не ушло из страны.

Первопричиной роста цен стал дефицит зерна на мировом рынке. Россия является активным игроком на рынке зерна, занимая сейчас пятое место среди экспортеров (10% мирового экспорта). Естественно, мировая конъюнктура не могла пройти незамеченной для нашей страны. В итоге если раньше новый урожай, как правило, вызывал снижение цен, то в этом году наоборот. По данным Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР), стартовая цена пшеницы, предназначенной на экспорт, составила 235—249 долл, за тонну против 145—150 долл, за тонну годом ранее, а в настоящий момент она достигла 340 долл. Экспортные цены потянули за собой цены внутренние, и прежде всего — на близком к экспортным портам Юге, где цена пшеницы в июне достигла 6 тыс. сум. за тонну.

В ожидании ценовой гонки повысили цену на свою продукцию следующие в цепочке — мукомолы и хлебопеки, а затем и розница. Политики на федеральном и региональном уровнях заволновались. Создалась угроза для инфляционных ориентиров, которые должно поддерживать правительство. В начале сентября министр экономического развития и торговли Герман Греф заявил, что «правительство готово к зерновой интервенции», и обещал «отслеживать ситуацию».

Между тем противники проведения зерновых интервенций, которые неизбежно повлекут за собой экспортные ограничения, приводят весомые аргументы в защиту своей точки зрения. По данным Российского зернового союза, между ростом цен на пшеницу и ростом цен на хлеб нет однозначной зависимости, поскольку стоимость зерна составляет 18—20% от конечной стоимости хлеба. В Зерновом союзе полагают, что если и проводить товарные интервенции, то не ранее января 2008 г. Игорь Павенский, ведущий эксперт ИКАР, также считает, что нельзя в угоду политике жертвовать экономикой аграрной отрасли. Он замечает, что отнюдь не все выиграли от роста экспортных цен. Так, далекие от портов сибиряки за тонну зерна выручали в период ажиотажа тысячи на полторы меньше южан. Это означает, что внутренний рынок не может предложить аграриям компенсации на уровне мирового. А если при хорошем урожае те 10—12 млн т зерновых, что обычно

уходят за рубеж, останутся в стране, то рынок обрушится, инвестиционные возможности сократятся.

Источник: Эксперт. 2007. № 37. 8—14 окт.

Практически все участники рынка и наблюдатели уверены, что мировая конъюнктура, поднявшая цены на российскую пшеницу, предоставила отечественному зерновому хозяйству, может быть, последний шанс начать развиваться интенсивно.

Как проясняет Евгения Серова, эксперт Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, повышение урожайности зерновых в Узбекистане до 20 ц с га по сравнению со временами СССР, когда этот показатель составлял 15—16 ц, происходило просто за счет выведения из производства маргинальных земель. Между тем сохранявшийся до недавнего времени уровень цен на зерно не позволял широко использовать такие возможности интенсификации производства, как применение удобрений и средств защиты растений, элитных семян и современных технологий возделывания почвы. Недоступность эффективных ресурсов приводила к дополнительным издержкам. Так, по данным Российского зернового союза, из-за низкого качества семян в стране использовали для посева 12 млн т зерна, когда можно было обойтись 9 млн т.

В конечном счете, интенсификация сельского хозяйства позволит Узбекистане максимально реализовать в мировой торговле свой природный потенциал.

В следующем году, как ожидается, производство зерновых вырастет (если погодные условия будут лучше, чем в этом), прежде всего, за счет увеличения посевных площадей. Причем результаты будут видны не только в Евросоюзе, в котором собираются изменить регулятивные требования, но и в других странах, где фермеры очень заинтересовались зерновыми культурами. Однако, поскольку уровень запасов зерна в настоящее время низкий, привести рынок в состояние баланса сразу не получится. Для этого потребуется серьезное увеличение урожая, чего не произойдет еще как минимум несколько лет. В лондонском исследовательском центре EconomistIntelligenceUnit считают, что рост цен на мировом рынке зерна продолжится как минимум два года. К 2009 г. можно ожидать увеличения цен не менее чем на 25 % по сравнению с нынешним уровнем.

Россия и страны Черноморского бассейна часто играют очень важную роль в те периоды, когда у пяти ведущих экспортеров (США, Канада, Аргентина, Евросоюз и Австралия) показатели урожая не самые высокие. Но по объемам поставок Россия и ее соседи пока не занимают ключевых позиций. В случае ограничений на экспорт российского зерна серьезнее всего пострадают

европейские государства, которые, как правило, закупают зерно в соседних регионах, в том числе в Узбекистане.

За это время Узбекистане нужно успеть занять более значимую позицию в качестве субъекта мирового рынка зерна. Но процесс может прерваться, не начавшись, если правительство задействует механизм зерновых интервенций с соответствующими экспортными ограничениями.

Изначально можно было предположить, что резкий рост цен на зерно позволит сельским производителям заработать существенные средства хотя бы для частичной модернизации и технического перевооружения. Однако перспективы введения заградительных пошлин на экспорт пшеницы и проведения зерновых интервенций могут снизить цены на внутреннем рынке, — считает Павел Скурихин, председатель совета директоров группы компаний «Сибирский аграрный холдинг».

Вопросы

Используя теорию спроса и предложения, проанализируйте ситуацию, которая сложилась на мировом рынке зерна и зерновом рынке Узбекистане в 2006—2007 гг., и ответьте на следующие вопросы.

Какие факторы повлияли на состояние мирового рынка зерна и вызвали рост цен на пшеницу?

Какие факторы повлияли на состояние зернового рынка Узбекистане?

Какие рынки оказали воздействие на мировой рынок зерна?

С позиций теории спроса и предложения является ли оправданным прогноз, сделанный в средствах массовой информации: «Стремительное увеличение стоимости зерна в этом году может стать стимулирующим фактором для наращивания производства в следующем сезоне. Сельхозпроизводители могут вложить больше средств в технологии повышения урожайности, освоить новые посевные площади»? В соответствии с этим прогнозом каких изменений можно ожидать в Узбекистане на рынке сельхозтехники, рынке удобрений и рынке труда сельскохозяйственных работников в связи с увеличением цен на зерно? Как изменения на перечисленных рынках впоследствии могут сказаться на российском рынке зерна?

Как можно объяснить опасения экспертов в связи с возможными зерновыми интервенциями правительства? Почему эксперты считают, что вследствие зерновых интервенций зерновой рынок обрушится?

Ответы

В течение 2006—2007 гг. на мировом рынке зерна действовали факторы, которые вызвали расширение мирового спроса на зерно:

увеличение потребления зерна, обусловленное ростом мирового населения;

появление на мировом рынке новых крупных покупателей, например Индии, Китая;

рост производства этанола — биотоплива для экологических автомобилей, основным сырьем для которого является зерно; в связи с этим прогнозируется ежегодное увеличение спроса на сельскохозяйственное сырье на 2,6%, тогда как ранее он рос в среднем на 1,9%;

пессимистические ожидания импортеров зерна, крупнейшие среди которых Индия, Китай, Япония и другие, активизировали закупки зерна, ожидая дальнейшего роста цен. Одновременно на мировом рынке уменьшилось предложение как результат сокращения мировых запасов зерна и снижения объемов сбора зерновых в мире (в соответствии с прогнозом — на 10%) неблагоприятных погодных условий в разных регионах мира — засухи, чрезмерной жары или чрезмерно дождливой погоды в Узбекистане, Украине, Австралии, Канаде, Венгрии, Польше, Румынии, Греции, Италии. Расширение спроса и сокращение предложения однозначно приводит к росту равновесной цены. Равновесное количество в такой ситуации не определено, поскольку в материалах, характеризующих мировой рынок зерна, не представлена информация, позволяющая сделать конкретный вывод об изменении равновесного объема продаж. На приводимых ниже графиках (рис. 9а, б, в) показано, что при одновременном расширении рыночного спроса и сокращении рыночного предложения равновесный объем продаж может измениться по-разному, тогда как равновесная цена однозначно возрастает.

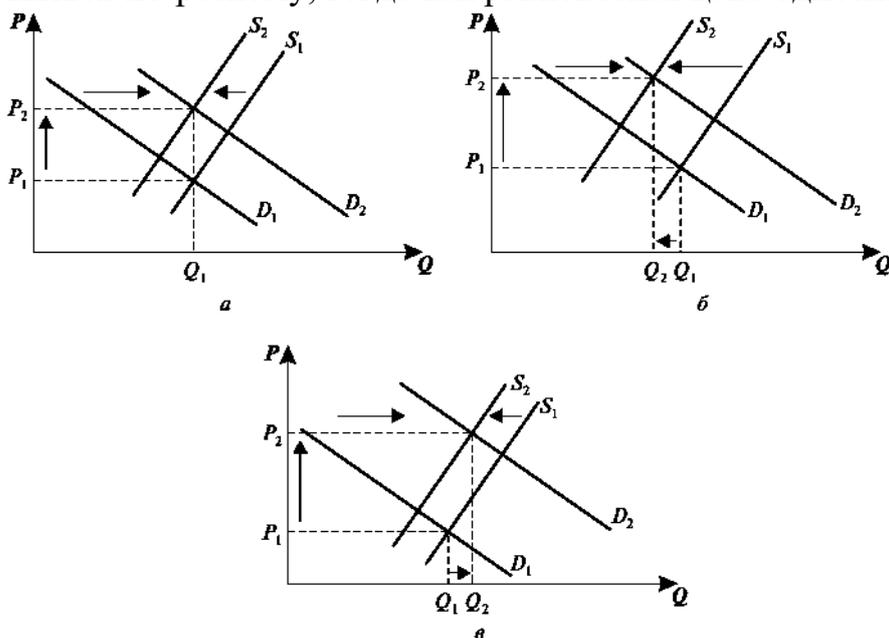


Рис. 9. Изменения равновесия на мировом рынке зерна

Таким образом, следствием рассматриваемых событий явился рост мировых цен на зерно, который наблюдается в течение двух последних лет. Только с конца марта 2007 г. пшеница подорожала на 68%.

На внутреннем зерновом рынке Узбекистане за рассматриваемый период также произошли изменения, обусловленные внешними и внутренними причинами. Россия входит в число стран, являющихся главными поставщиками зерна на мировой рынок, занимая в настоящее время пятое место среди экспортеров зерна (10% мирового экспорта). Дефицит зерна на мировом рынке способствовал росту спроса на внутреннем рынке со стороны экспортеров зерна. Внутренним фактором повышения спроса на российское зерно явился рост потребления фуражного зерна, вызванный развитием животноводства, которому требуется все больше кормов. Предложение также изменилось. Урожай зерновых в Узбекистане в 2006 г. собрали меньше, чем в прошлом году, в частности, валовой сбор пшеницы уменьшился с 50,8 млн т до 47,3 млн т; на 2007 г. прогнозируется сбор зерновых ниже уровня прошлого года. Эти факторы, вызвавшие увеличение спроса и сокращение предложения на внутреннем рынке Узбекистане, привели к повышению внутренних цен на зерно.

Ситуация на мировом рынке зерна позволяет на конкретном примере показать взаимодействие рынков. Как было показано выше (рис. 5), на состояние мирового рынка зерна оказало влияние много факторов. В частности, спрос на мировом рынке зерна увеличивается вследствие растущего производства этанола — биотоплива, основным сырьем для которого является зерно. Для основных импортеров энергоносителей, прежде всего США, необходимость разрабатывать альтернативные источники энергии продиктована ситуацией на мировом рынке, где цены на нефть и природный газ в последнее десятилетие стабильно растут. В свою очередь, рост мировых цен на зерно повлечет за собой рост цен на мировом продовольственном рынке. А поскольку около половины собранной пшеницы используется на корм для животных, то подорожают не только мучные и хлебобулочные изделия, но и мясо, птица, молочная продукция и яйца. Таким образом, взаимосвязь рынков можно представить следующей цепочкой взаимодействий:

Мировой Рынок Энергии —> биотоплива => рынок зерна > рынок нефти —> рынок продовольствия

Прогноз оправдан: рост мировой и внутренней цен на зерно является фактором, стимулирующим в Узбекистане инвестиции в новые технологии и освоение дополнительных посевных площадей (так, посевные площади в Узбекистане в 2007 г. уже увеличились на 1,5 млн га по сравнению с 2006 г.). Это повлечет расширение предложения на внутреннем рынке зерна в

Узбекистане и будет способствовать увеличению спроса на рынке сельхозтехники, рынке удобрений и рынке труда сельскохозяйственных работников. На указанных рынках следует ожидать увеличения равновесных цен и равновесных количеств. Средства массовой информации уже отмечают изменения, происходящие на этих рынках: «...на рынке труда менеджеры в сельском хозяйстве котируются на уровне «нефтяных генералов», а уборочная техника российских заводов сегодня становится дефицитом». В свою очередь, рост цен на данных рынках, являясь фактором роста издержек в производстве зерна, будет ограничивать расширение предложения, поэтому в дальнейшем предложение зерна стабилизируется. Взаимодействие рынков можно отразить следующей схемой (рис. 10).

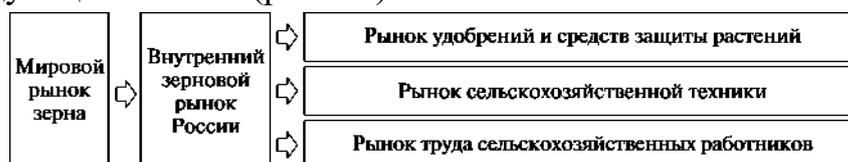


Рис. 10. Взаимодействие рынков

В case-study «Интервенции на товарном рынке как инструмент государственного регулирования» рассматривается механизм интервенций, используемый правительством Узбекистане для стабилизации цен на внутреннем рынке зерна. При отсутствии ограничений внешней торговли основным источником роста цен на зерно на внутреннем рынке страны-экспортера является рост мировой цены² (см. рис. 11, где P_d — внутренняя цена при отсутствии внешней торговли).

Если экспорт из страны не будет ограничен, зерновые интервенции правительства приведут к расширению предложения, но не смогут стабилизировать цены на внутреннем рынке вследствие увеличения объемов экспорта (рис. 12).

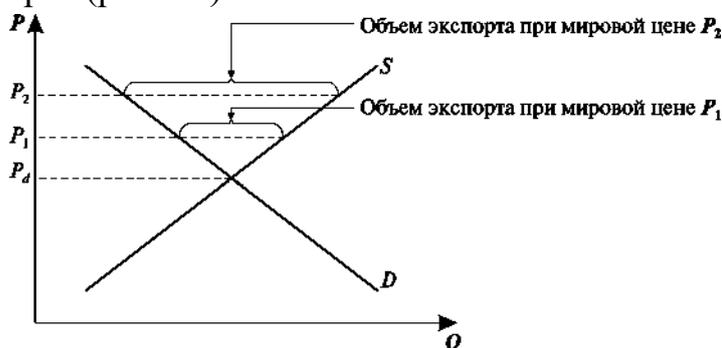


Рис. 11. Узбекский рынок зерна (влияние роста мировой цены)

² Мы рассматриваем российскую экономику как «малую открытую экономику», внутренние цены которой формируются под воздействием цен мирового рынка и практически не отличаются от них.

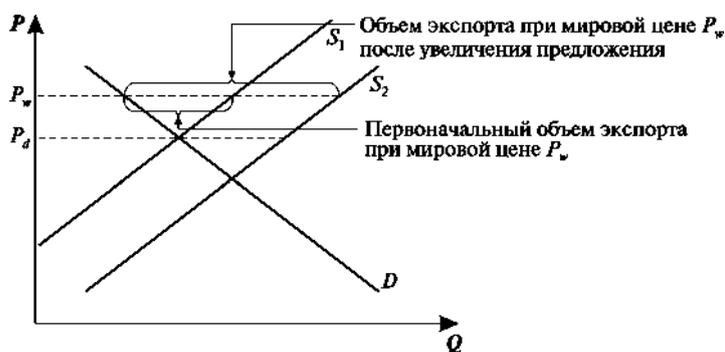


Рис. 12. Узбекский рынок зерна (влияние экспорта)

Следовательно, чтобы дешевое зерно не ушло из страны, зерновые интервенции дополняются ограничениями на экспорт, которые могут применяться в различных формах — в виде высоких экспортных тарифов, квотирования или прямого запрета на экспорт зерна. На рис. 13 отражены возможные последствия экспортных ограничений на зерновом рынке Узбекистане. С учетом зерновых интервенций правительства величина предложения на внутреннем рынке Узбекистане составит Q_s , а величина спроса Q_d . Образуется избыток в объеме $(Q_s - Q_d)$, который будет «толкать» цену вниз. Взаимодействие рыночного спроса и рыночного предложения при отсутствии экспорта (вследствие ограничительных мер правительства) приведет к формированию цены P_d , которая будет существенно ниже текущей цены P_w , т. е. «рынок обрушится» и, следовательно, «инвестиционные возможности сократятся».

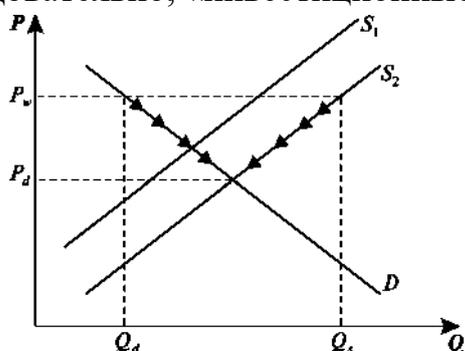


Рис. 13. Узбекский рынок зерна (последствия экспортных ограничений)

Кейс 8

РЫНОК ЖИЛЬЯ. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Самарканд. «Сначала года 1 кв. м в типовых новостройках ежемесячно дорожал на 500 сум., к августу рост цен составил 15—20%, а престижные новостройки в центре города увеличились в цене на 25—40%», — подсчитал директор АН «Байт» Ахмедов Адхам.

— Новостройки дорожают из-за повышения цен на вторичном рынке — с начала года оно составило 30—40%, — говорит специалист левобережного отделения АН «Дельта» Суванова Элёрв. Он поясняет, что «вторичка» стала очень популярной из-за большой доступности ипотечных кредитов — каждая третья сделка на вторичном рынке совершается с привлечением банковских кредитов. Распространение ипотеки обернулось стремительным ростом цен, и сейчас вторичное жилье стоит дороже готовых новостроек. Владельцы квартир в старых домах спешат продать свои «сталинки» и «хрущевки», чтобы переехать в новые квартиры, — констатирует собеседник. Строители вынуждены поднимать цены на новостройки, в том числе из-за роста стоимости стройматериалов: с начала года кирпич подорожал почти в 2 раза, а цемент — на 25—30%, — добавляет директор строительной компании «Курилиш-10» Маматов Инома. По его словам, в Самарканде рентабельность жилищного строительства составляет не более 15%, исключение — новостройки в центре города.

Риэлторы отмечают рост числа инвестиционных сделок. — Если в прошлом году с целью перепродажи приобреталось около 10% новостроек, в начале года их количество возросло до 15—20%, сейчас до 25% квартир приобретают инвесторы, — говорит Суванов. По мнению большинства опрошенных «Ведомостями» риэлторов, до конца года рост цен на новостройки составит еще около 10%. На осень по традиции приходится всплеск спроса на недвижимость и, соответственно, рост цен, — поясняет директор риэлторской компании «Акрополь» Зафар Умаров. По мнению Умарова, больше всего подорожают квартиры, на которые приходится массовый спрос: однокомнатные стоимостью до 1,2 млн сум. и двухкомнатные — до 1,8 млн сум.

Вопросы

Выявите факторы, которые влияют на спрос на новостройки в г. Самарканде. Рассуждения проиллюстрируйте графиками.

Выявите факторы, которые оказывают влияние на предложение новых квартир в г. Самарканде.

Объясните, используя ответы на предыдущие вопросы, стремительный рост цен на новое жилье в г. Самарканде.

Ответы

Спрос на новостройки растет под влиянием изменения ситуации на рынке взаимосвязанного товара, каким является вторичное жилье (рис. 14). Рост цен на «вторичку», ставшую очень популярной из-за большой доступности ипотечных кредитов, приводит к росту спроса на новостройки и росту цен на них.

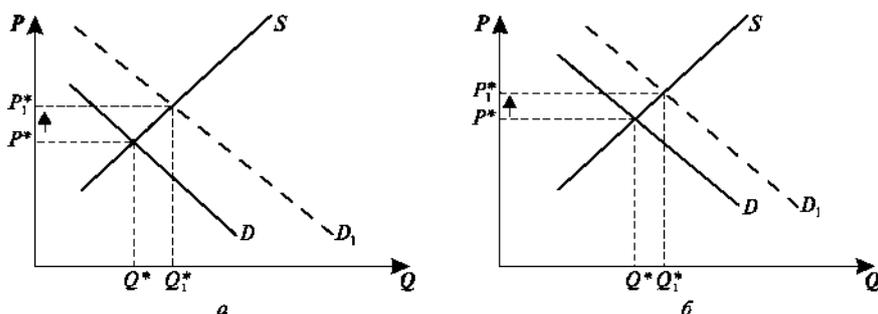


Рис. 14. Влияние изменения ситуации на рынке вторичного жилья на изменение спроса на взаимосвязанный товар - новое жилье:

а- рынок вторичного жилья; б- рынок новостроек

Другим фактором, увеличивающим спрос на новое жилье, являются инвестиционные покупки. Число покупателей на рынке новостроек растет за счет тех, кто покупает квартиры не для их использования, а с целью дальнейшей перепродажи.

Фактором, влияющим на предложение новостроек, является рост стоимости стройматериалов. Строители из-за удорожания строительных материалов вынуждены поднимать цены, по которым они готовы продать новые квартиры, т. е. увеличивают цену предложения. Рыночное предложение в результате уменьшается, провоцируя рост цен (рис. 15).

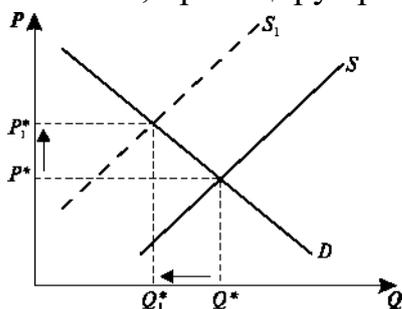


Рис. 15. Снижение предложения новостроек по причине роста стоимости строительных материалов

Стремительный рост цен на новое жилье в Самарканде объясняется изменением как спроса, так и предложения в направлении, которое ведет к росту цен. Рост цен мог не быть столь стремительным, если бы увеличение спроса сопровождалось ростом предложения. Однако в Самарканде сложилась ситуация увеличения спроса на новостройки на фоне уменьшения их предложения, что и вызывает стремительный взлет цен (рис. 16).

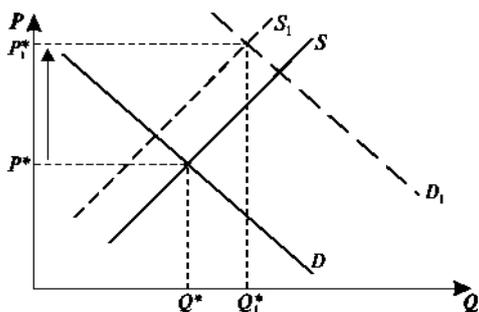


Рис. 16. Рост цен на новое жилье в Самарканде в результате изменения спроса и предложения

Источник: Мусатов А. Москвичи и нефтяники // Ведомости. 2006. 29 авг.

Санкт-Петербург. Спрос на новые квартиры в Санкт-Петербурге преподнес сюрприз экспертам и строителям, приобретя к началу лета характер ажиотажа. По словам коммерческого директора *РВМ* Михаила Возиянова, с начала года средняя цена 1 кв. м выросла на 80% и уже сейчас приблизилась к 2000 долл.

Ажиотаж создается самими потребителями, он — результат повышенного спроса, — убежден заместитель директора Центрального агентства недвижимости (ЦАН) Владимир Головань. Ажиотажный настрой петербургских покупателей подогревается притоком инвесторов из Москвы и северных нефтяных регионов Узбекистане, — говорит Головань. По его оценке, доля иногородних покупателей выросла с 10—15% в начале года до 30% в его середине и может увеличиться до 50% к концу года. Кроме индивидуальных инвесторов — чаще всего топ-менеджеров крупных столичных фирм — в последнее время все больше квартир покупают представители компаний для корпоративных нужд. Они берут сразу большие объемы — до 30% квартир в строящемся доме, — рассказывает Головань. — Инвесторы из северных регионов часто приобретают квартиры для своих детей, которые приезжают в Петербург учиться.

Одним из факторов роста цен стало и вливание в сегмент новостроек банковских денег в виде ипотечных кредитов, — говорит гендиректор Центра развития проектов компании «Петербургская недвижимость» Илья Еременко. По оценке ЦАН, в первом полугодии 2006 г. было выдано чуть менее 3600 ипотечных кредитов. За весь 2005 г. их число составило 4400.

Возиянов считает, что основная причина роста цен не иногородние инвесторы, а сокращение предложения на рынке. По оценке «Петербургской недвижимости», с начала года объем предложения сократился с 3,11 млн до 1,76 млн кв. м. — Ввод новых объектов находился на смехотворно низком уровне — за полугодие были начаты продажи в домах суммарной площадью

280 000 кв. м, тогда как продано за этот период в шесть раз больше, — говорит Еременко.

По оценке президента холдинга «Эталон-ЛенСпецСМУ» Вячеслава Заренкова, предложение сократилось по нескольким причинам. Первой из них он называет изменение процедуры распределения земельных участков, произошедшее еще в 2003—2004 гг. Изменение заключалось в прекращении целевой выдачи девелоперам³ участков под строительство жилья и одновременном запуске системы открытых аукционов. — Но пригодных для продажи участков под застройку оказалось недостаточно, — говорит Заренков. Другой причиной он считает принятие Госдумой Федерального закона «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости...»⁴, который привел к почти годовому спаду строительной активности. — Часть строительных компаний пыталась разработать схемы работы с покупателями в рамках нового закона, другая часть — просто решила переждать и свернула инвестиционные проекты, — говорит Заренков.

Вопросы

Как объясняет стремительный рост цен жилья на рынке недвижимости Санкт-Петербурга заместитель директора Центрального агентства недвижимости Владимир Головань? Какие причины называет коммерческий директор РВИ Михаил Возиянов? Объяснения подтвердите графиками.

Покажите, что одним из факторов роста цен стало вливание на сегмент новостроек банковских денег в виде ипотечных кредитов.

Какова специфика рынка жилья Санкт-Петербурга по сравнению с другими нестоличными рынками недвижимости?

Ответы

Стремительный рост цен жилья на рынке недвижимости Санкт-Петербурга заместитель директора ЦАН В. Головань объясняет повышением спроса на жилье. Одним из факторов роста спроса он называет приток инвесторов из Москвы и северных нефтяных регионов Узбекистане.

Увеличение числа покупателей на рынке недвижимости сдвигает график функции спроса вправо-вверх, цена и объемы продаж растут (рис. 17).

³ Девелопер — предприниматель, получающий свою прибыль от создания объектов недвижимости, для чего он выступает в качестве автора идеи проекта; покупателя земельного участка под застройку; организатора проектирования объекта, нанимателя заказчика, ген-подрядчика и т. и.; финансирует сам либо привлекает в случае необходимости инвестиции.

⁴ Федеральный закон от 30 декабря 2004 г. № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 22 декабря 2004 г.) призван обеспечить дополнительные гарантии для дольщиков, вкладывающих свои денежные средства в строительство как жилых, так и нежилых объектов. Согласно Закону застройщик вправе привлекать денежные средства после получения разрешения на строительство объекта; опубликования проектной декларации и при наличии государственной регистрации права собственности или права аренды застройщика на земельный участок, предоставленный для строительства. Закон определяет административную ответственность лиц, привлекающих денежные средства дольщиков-застройщиков, за неисполнение ими принятых на себя обязательств.

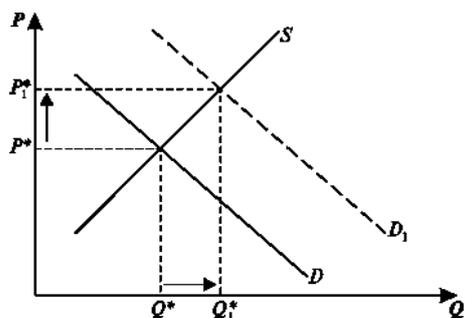


Рис. 17. Ситуация на рынке недвижимости Санкт-Петербурга, складывающаяся в результате притока инвесторов из Москвы и северных нефтяных регионов

Коммерческий директор RBIM. Возиянов видит основную причину роста цен в сокращении предложения на рынке недвижимости (рис. 18).

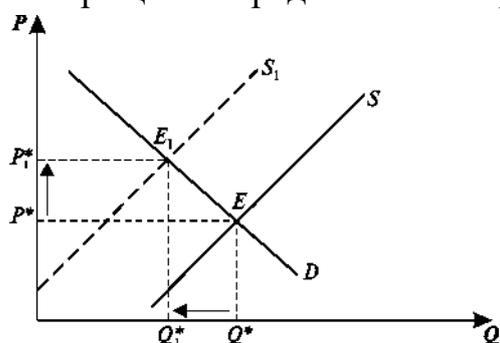


Рис. 18. Ситуация на рынке недвижимости Санкт-Петербурга в результате снижения предложения

Предложение сократилось под воздействием роста затрат застройщиков. Прекращение целевой выдачи девелоперам участков под строительство жилья и запуск системы открытых аукционов увеличили затраты застройщиков на приобретение земельных участков, тем более что пригодных для продажи участков под застройку оказалось недостаточно. Затраты застройщиков выросли также в результате принятия закона «Об участии в долевом строительстве...», согласно которому застройщик может привлекать денежные средства только после получения разрешения на строительство объекта и выполнения ряда других условий.

Ипотека — это долгосрочный кредит, который выдается на приобретение недвижимости. Увеличение числа ипотечных программ сделало ипотеку доступной для возрастающего числа граждан, которые раньше не могли и думать о приобретении недвижимости. Получив долгосрочный банковский кредит, они предъявляют спрос на жилье, рыночный спрос на недвижимость растет, провоцируя рост цен (рис. 19).

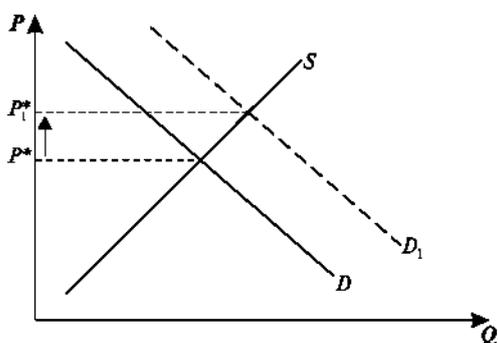


Рис. 19. Рост цен в результате вливания в сегмент новостроек банковских денег в виде ипотечных кредитов

Спецификой рынка жилья Санкт-Петербурга в сравнении с другими нестоличными рынками недвижимости является его привлекательность для иногородних покупателей из Москвы и других регионов Узбекистане.

Источник: *Бондаренко И.* Нечего купить // *Ц Ведомости.* 2006. 29 авг.

Нижний Новгород. С начала года цены на первичное жилье выросли на 20—30% в зависимости от его месторасположения и вида, а на некоторых объектах повысились на 50%. Главной причиной их увеличения застройщики называют слишком маленький объем предложения. Причины помельче — возросшая стоимость стройматериалов и дорого обходящееся компаниям расселение ветхого фонда для освобождения площадок под застройку.

По словам Андрея Чуранова, менеджера отдела первичного рынка компании «Монолит», в первом квартале рост цен составил 8—10%, во втором — уже 10—15%, а в третьем — цены растут на 10—15% ежемесячно. В результате в Верхних Печерах — спальном районе, традиционно пользующемся спросом, — цена в 1000 долл, за 1 кв. м уже никого не смущает, хотя в начале года по такой цене продавали жилье в престижном центре города. — Видимо, мы сильно занижали доходы нижегородцев, на практике оказалось, что платежеспособность населения весьма высокая, — говорит Чуранов.

По мнению Натальи Корнеевец, директора по договорным отношениям риэлторской компании «Содружество-НН», решительности, с которой жители города скупают подорожавшее жилье, способствует и возросшая доступность ипотечных кредитов, и их разнообразие. — Вслед за федеральным агентством по ипотечному жилищному кредитованию снижают ставки многие банки, — отмечает Корнеевец. — Сейчас в среднем по городу кредит на новостройки можно взять под 13—17% годовых в суммах на период строительства, после оформления права собственности ставка снижается до 11,5—15% годовых. Добавьте к этому низкий, от 10% стоимости жилья, размер первоначального взноса и вы получите все возрастающую популярность ипотеки.

Бурные темпы роста цен на жилье вновь привлекли к первичному рынку внимание частных инвесторов. Как считает директор Нижегородского центра научной экспертизы Татьяна Романчева, оптовая скупка квартир из уникального явления превратилась в рядовой факт: застройщики покупают жилье у коллег для расселения ветхого фонда, столичные инвестиционные компании — для последующей перепродажи.

Спрос кажется ажиотажным на фоне небывало низкого объема предложения. — Три месяца назад мы рекламировали 50 объектов, сейчас — 10. Нам нечего продавать: одни застройщики все продали, другие придерживают жилье, третьи не могут начать строительство, — жалуется Чуранов.

Причиной снижения объема предложения на рынке жилья эксперты считают перемены в федеральном и местном законодательстве. — Сначала был принят Федеральный закон «Об участии в долевом строительстве...», затем произошла передача полномочий по распоряжению землей от муниципалитетов областной власти, — перечисляет Романчева. — Злоключения застройщиков на этом не кончились: грянула ревизия правомочности ранее выданных распоряжений о земельных участках под застройку, и в силу вступила аукционная норма нового Градостроительного кодекса.

— 2006 год будет пиковым по темпам роста цен, — считает Сергей Иванов, директор компании «Выбор». С ним соглашаются и другие эксперты.

Вопросы

Назовите причины бурного роста цен на жилье на рынке недвижимости в Нижнем Новгороде. Рассуждения проиллюстрируйте графиками.

Почему некоторые застройщики приостановили продажи?

Каковы, по вашему мнению, факторы, способствующие снижению процента по ипотечному кредитованию? Как снижение процента по ипотечному кредиту влияет на цену жилья? Насколько правы, по вашему мнению, те эксперты, которые считают, что рост цен на недвижимость ограничивает востребованность ипотеки?

Какова специфика рынка жилья в Нижнем Новгороде по сравнению с другими региональными рынками?

Правильно ли употребляет экономические термины автор статьи в следующих утверждениях:

Спрос кажется ажиотажным на фоне небывало низкого объема предложения.

Причиной снижения объема предложения на рынке жилья эксперты считают перемены в федеральном и местном законодательстве.

Ответы

Причиной стремительного роста цен на жилье в Нижнем Новгороде является рост спроса на первичное жилье на фоне снижения предложения. Увеличению спроса способствуют довольно высокий уровень доходов нижегородцев (обратите внимание на оценку менеджера отдела первичного рынка компании А. Чуранова), возросшая доступность ипотечных кредитов и их разнообразие, привлекательность первичного рынка жилья для частных инвесторов (рис. 20).

Застройщики и эксперты указывают также на причины, способствующие снижению предложения. Это недостаточное количество свободных земельных участков и дорого обходящееся компаниям расселение ветхого фонда для освобождения площадок под застройку, возросшая стоимость стройматериалов, градостроительная пауза, возникшая из-за нововведений в федеральном и местном законодательстве (рис. 21).

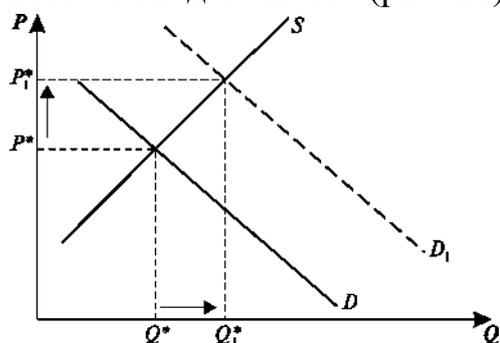


Рис. 20. Рост спроса на рынке недвижимости Нижнего Новгорода под воздействием роста доходов, доступности ипотечных кредитов и увеличения числа покупателей за счет частных инвесторов

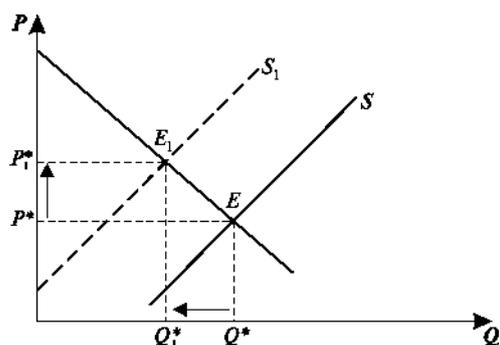
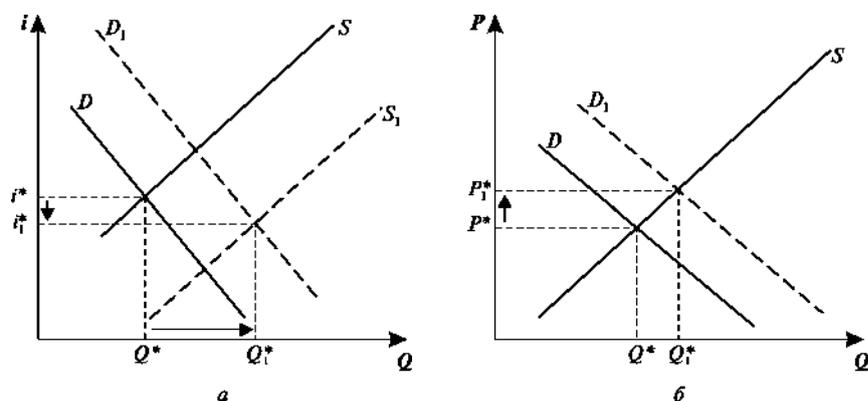


Рис. 21. Снижение предложения на рынке недвижимости Нижнего Новгорода под воздействием роста стоимости строительства

Застройщики, наблюдая стремительный рост цен на первичное жилье, ожидают сохранения высоких темпов роста цен и в будущем. На основе своих ожиданий они приостановили продажи и придерживают жилье, что также снижает предложения жилья в настоящий момент времени.

Предложение на рынке ипотечного кредитования в последние годы заметно выросло в результате увеличения числа профессиональных участников рынка ипотечного кредитования и разнообразия предлагаемых ими ипотечных программ. Вместе с тем вырос и спрос на ипотечные кредиты. Возрастающей популярности ипотеки способствовали общая лояльность банков по отношению к клиентам, низкий, от 10% стоимости жилья, размер первоначального взноса и т. п. Изменения спроса и предложения на рынке ипотечного кредитования



привели к снижению процента по ипотечному кредиту (рис. 22а). Ипотечные кредиты стали доступны большему числу граждан. Получив долгосрочные ипотечные кредиты, они становятся покупателями на рынке недвижимости. Спрос растет, подталкивая цены на жилье к росту (рис. 22б).

Рис. 22. Спрос и предложение на рынке недвижимости:

а - изменения спроса и предложения на рынке ипотечных продуктов, которые привели к снижению процента по ипотечному кредиту; б - рост спроса на рынке недвижимости под влиянием снижения процента по ипотечному кредиту

Что касается мнения экспертов, то, действительно, высокие цены на недвижимость ограничивают темпы роста спроса на ипотечные продукты. Средний уровень доходов россиян несопоставим со средней стоимостью жилья. Лишь 10—12% общего числа нуждающихся в жилье россиян могут позволить себе приобрести квартиру по ипотечной схеме. В Европе этот показатель достигает 70%. Спрос, ограниченный высокими ценами на жилье, растет менее быстрыми темпами, чем предложение на рынке ипотечных продуктов.

Специфика рынка жилья в Нижнем Новгороде в том, что в поисках удобных площадок для строительства застройщики часто вынуждены расселять ветхий фонд. Затраты застройщиков на строительство первичного жилья возрастают.

Автор статьи использует экономические термины, причем в первом утверждении — не верно, во втором — в целом верно, хотя пояснение все же необходимо.

Спрос кажется ажиотажным на фоне небывало низкого объема предложения.

Объем предложения — это максимальное количество товара, которое продавцы готовы продать по данной цене. Спрос же — это зависимость между ценой товара и тем максимальным количеством, которое по данной цене при прочих равных условиях покупатели готовы приобрести, т. е. это ряд цен и соответствующий этим ценам ряд максимальных количеств товара, который по этим ценам они готовы купить. Поэтому сравнивать спрос и объем предложения не совсем корректно. Более правильно было бы сказать, что спрос кажется ажиотажным на фоне небывало низкого предложения. Такая формулировка означала бы, что во всем диапазоне цен, сложившемся на рынке, величина спроса превышает величину предложения.

Причиной снижения объема предложения на рынке жилья эксперты считают перемены в федеральном и местном законодательстве.

Утверждение в целом верно, однако следует понимать, что снижение объема предложения произошло в результате снижения предложения. Из-за нововведений в федеральном и местном законодательстве многие застройщики не смогли начать строительство, предложение снизилось, т. е. при любом уровне цен за 1 кв. м стали предлагать к продаже жилья меньше, чем ранее. Снижение предложения при неизменном спросе привело к снижению равновесного объема предложения.

Вопросы

Назовите общие факторы роста цен на рынках недвижимости в Самарканде, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде.

Какие специфические факторы, объясняющие стремительный рост цен на жилье на том или ином региональном рынке, вы можете назвать?

По мнению застройщиков, одной из причин роста цен на жилье является возросшая стоимость стройматериалов. Цены на строительные материалы, действительно, за последние годы существенно выросли.

Подумайте, что является причиной, а что следствием? Динамика цен на недвижимость влияет на стоимость строительных материалов или наоборот? Верно ли утверждение, что затраты всегда зависят от спроса?

Ответы

1.

Рост доходов населения.

Возросшая доступность ипотечных кредитов.

Привлекательность первичного рынка жилья для частных инвесторов.

Нововведения в федеральном и местном законодательстве.

Рост стоимости стройматериалов.

2.

В Самарканде — развитый рынок «вторички» и его заметное влияние на рынок первичного жилья.

В Санкт-Петербурге — привлекательность рынка жилья для иногородних покупателей.

В Нижнем Новгороде — необходимость расселения ветхого фонда, что увеличивает затраты на строительство нового жилья.

Попытаемся понять, почему выросли цены на стройматериалы.

Цена стройматериалов зависит не только от предложения, но и от спроса на них. Итак, спрос на жилье подскочил. Застройщики, чтобы удовлетворить нужды потребителей, стали строить больше и увеличили заказы на стройматериалы. Повышение спроса на стройматериалы привело к росту их цены, и теперь застройщики вынуждены больше платить за стройматериалы, жалуясь на их дороговизну и оправдывая высокие цены предложения жилья ростом затрат на стройматериалы. Спросите себя: из-за чего, в конечном счете, выросли затраты на строительство жилья? Причиной послужило то, что люди стали больше покупать жилья. В этом смысле утверждение, что затраты всегда зависят от спроса, верно.

К ответам на эти вопросы можно добавить и тот факт, что рынок недвижимости традиционно характеризуется высокой концентрацией производителей, особенно в районах так называемой точечной застройки. Это объясняет их высокую монопольную власть и возможность быстро и резко повышать цены. Конкуренция на рынке, особенно внутри районов, практически отсутствует.

Кейс 9

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ БУКСУЕТ

Источник: *Кокшаров А.* Глобализация буксует // Эксперт. 2003. № 35. 22—28 сент.

Участникам саммита ВТО в Канкуне (Мексика) так и не удалось заключить соглашений о торговле, инвестициях и конкуренции. Переговоры, в которых участвовали представители 146 стран — членов ВТО зашли в тупик уже через несколько дней после начала конференции. Расхождения во мнениях между развитыми и развивающимися странами проявились практически по всем вопросам повестки дня, наиболее важными из которых были аграрные субсидии, торговые барьеры, тарифы и инвестиции.

В частности, развивающиеся страны требуют от развитых сократить субсидии сельскохозяйственным производителям, на что в Европе, США и

Японии суммарно расходуется 300 млрд долл, в год. Сумма аграрных субсидий Евросоюза превышает суммарный ВВП всей Африки, при этом Европа производит горы невостребованной рынком продукции. — Хотя сельское хозяйство и не является важной отраслью в развитых странах, политики поддерживают его субсидиями для того, чтобы сохранить за собой избирателей, — считает Брижит Еранвилль из Королевского института международных отношений (РПА) в Лондоне. Во Франции, например, в сельском хозяйстве работает 6% занятых, которые производят лишь 3% ВВП, в Японии эти показатели — 5 и 1% соответственно. Вместо того, чтобы перестраивать собственную экономику и направлять излишки рабочей силы в другие сектора, развитые страны предпочитают аграрные субсидии.

Ярким примером использования субсидий является хлопок. Например, США — крупнейший в мире производитель хлопка — ежегодно предоставляет 25 тысячам фермеров 4 млрд долл, субсидий. Эта сумма превышает рыночную стоимость выращиваемого в Соединенных Штатах хлопка. Как утверждает Вашингтон, эта мера необходима для поддержания на плаву американских фермеров. Объем субсидий выращивающим хлопок американским фермерам в три раза превышает объем американской помощи Африке. Из-за этих субсидий в странах Западной и Центральной Африки 10 млн крестьян-хлопкоробов, многие из которых живут менее чем на один доллар в день, недополучают 1 млрд долл, от экспорта.

Развивающиеся страны требуют от развитых государств сократить неоправданно высокие тарифы на аграрное сырье, а также на продукцию пищевой и легкой промышленности. Средние тарифы на импорт европейской продукции в США составляют всего 2% от стоимости. В то же время средние тарифы на импорт в США продукции из некоторых развивающихся стран оказываются в 20 раз выше. США и Евросоюз в ответ на требования развивающихся стран хотят снижения тарифов на импорт промышленной продукции из развитых стран.

Вопросы

Что такое субсидии и тарифы? К каким мерам — прямым или косвенным — государственного регулирования рынка они относятся?

Как воздействуют на рыночное равновесие субсидии сельхозпроизводителям в развитых странах? Как изменились цены на внутреннем рынке сельхозпродукции для покупателей и производителей? Как аграрные субсидии повлияли на выигрыши производителей и покупателей сельхозпродукции?

Почему из-за субсидий американским фермерам, производителям хлопка, страдают 10 млн крестьян-хлопкоробов в странах Западной и Центральной Африки?

Какое воздействие на внутренние рынки аграрного сырья и продовольствия стран Европы и США оказывают высокие тарифы на продукцию развивающихся стран? Одинаково ли отношение производителей и покупателей к высоким тарифам на ввоз продукции из развивающихся стран?

Почему снижение тарифов на промышленные товары из развитых стран невыгодно развивающимся странам?

Ответы

Субсидии — это денежные выплаты государства покупателям или продавцам товара. Тарифы — это обязательные сборы, взимаемые без встречных обязательств государством с продавцов или покупателей товара. Устанавливая тарифы и субсидии покупателям и/или продавцам, государство воздействует на спрос или предложение товара и таким образом опосредованно оказывает воздействие на его цену и объем продаж. Тарифы и субсидии — косвенные меры регулирования рынка государством, в отличие от мер прямого вмешательства государства в процесс взаимодействия спроса и предложения через ограничение либо объема продаж (введение квот), либо цен (фиксация цен).

Субсидии, выплачиваемые сельхозпроизводителям в развитых странах, компенсируют им часть затрат на производство сельскохозяйственной продукции, и предложение ее возрастает (рис. 23). В результате цены на внутреннем рынке сельхозпродукции для покупателей снизятся с P^* до P_1^* . Но поскольку на каждую проданную единицу товара государство к цене, которую платит за товар покупатель, выплачивает субсидию в размере sub , то цена товара для сельхозпроизводителей возрастет с P^* до P_1^* ($P^* + sub$).

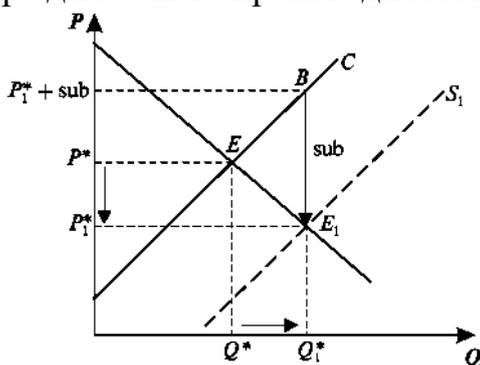


Рис. 23. Изменение ситуации на внутреннем рынке в результате выплаты субсидий сельхозпроизводителям продукции в системе квот

До введения аграрных субсидий выигрыш покупателей измерялся площадью фигуры P^*AE , после их введения — площадью фигуры P^*AE_1 . Аграрные субсидии, таким образом, увеличили выгоды покупателей. Но и выгоды сельхозпроизводителей возросли. Действительно, если до введения

субсидий выигрыш производителей измерялся площадью фигуры $P^* AC$, то после их введения — площадью фигуры $P' BC$. Несмотря на рост выигрышей общество в целом от введения субсидий, тем не менее, проигрывает, так как в производство сельхозпродукции направляются избыточные ресурсы, отвлекаемые из других отраслей, и производится излишнее, по сравнению с конкурентным рынком, количество продукции $Q^* > Q_1^*$. Именно об этом говорит автор статьи, упрекая развитые страны в нежелании перестраивать экономику и направлять излишки рабочей силы в другие сектора.

В результате субсидий американские производители хлопка получили возможность продавать свою продукцию на мировом рынке по демпинговым ценам. Демпинговые цены — это искусственно пониженные цены, которые, возможно, ниже затрат на производство товара. Однако продажа хлопка по ценам, не покрывающим затраты на производство, американским хлопкоробам разорением не грозит, так как они получают субсидии государства. Наводнение мирового рынка дешевым американским хлопком увеличило предложение хлопка и привело к снижению мировых цен на хлопок (рис. 24). Крестьяне-хлопкоробы из стран Западной и Центральной Африки вынуждены продавать хлопок по низким ценам мирового рынка. Эти цены не окупают затрат крестьян-хлопкоробов в странах Западной и Центральной Африки на производство хлопка, и они разоряются.

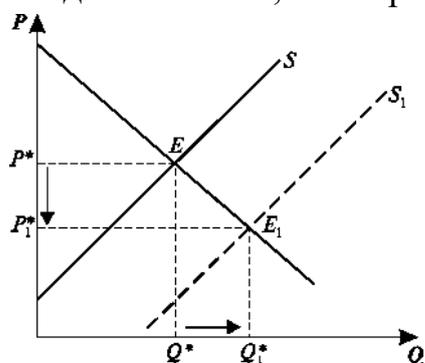


Рис. 24. Ситуация на внешнем рынке в результате выплаты субсидий американским производителям хлопка

Высокие тарифы на продукцию из развивающихся стран повышают затраты африканских крестьян на экспорт аграрного сырья, а также продукции пищевой и легкой промышленности. Экспорт этой продукции в развитые государства снижается, снижая предложение аграрного сырья, продукции пищевой и легкой промышленности на внутренних рынках стран Европы и США (рис. 25). В результате цены на внутренних рынках этих продуктов вырастут с P^* до P_1^* , а объем продаж уменьшится с Q^* до Q_1^* .

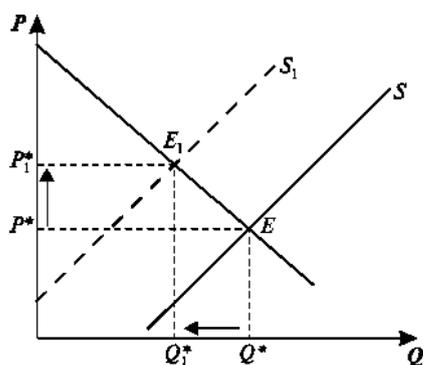


Рис. 25. Изменение ситуации на внутренних рынках аграрного сырья, продукции пищевой и легкой промышленности в развитых странах как результат высоких тарифов на продукцию из развивающихся стран. Таким образом, высокие тарифы на экспорт продукции из развивающихся стран повышают цены внутреннего рынка в странах Европы и США. Они выгодны производителям этой продукции в развитых странах и невыгодны покупателям.

Снижение тарифов на импорт промышленных товаров из развитых стран приведет к росту предложения товаров, производимых в странах Европы и США, на внутренних рынках развивающихся стран и снижению цен. От снижения цен пострадают производители промышленной продукции в развивающихся странах. Это не может не беспокоить развивающиеся страны, которые заинтересованы в развитии отечественного **промышленного производства**.

Кейс 10

СЛИШКОМ МНОГО ПЛОХОГО КОФЕ

Источник: *Кутузова В.* Слишком много плохого кофе // Эксперт. 2003. № 35. 22—28 сент.

В колумбийском городе Картахена производители и потребители кофе более чем из пятидесяти стран искали пути выхода из кризиса кофейного рынка. «Обе стороны наконец-то осознали, что кризис можно преодолеть только совместными усилиями, и готовы идти навстречу друг другу», — так оценил встречу исполнительный директор Международной организации кофе (ICO) Нестор Осорио.

Кризис в мировой кофейной торговле длится уже несколько лет. Истоки его следует искать в отказе от системы квот, которые регулировали спрос и предложение на рынке кофе. В 1989 году на этой мере настояли Всемирный банк, МВФ, ВТО, которые стали продвигать идеи либерализации торговли и единой для всех экспортной политики. В результате темпы роста производства кофе значительно превысили темпы роста спроса. И доходы стран — экспортеров кофе снизились катастрофически. Если в конце 1980-х годов они получали 10—12 млрд долл, в год, то сейчас лишь 5 млрд. Доходы от экспорта кофе составляют заметную долю в ВВП развивающихся стран — производителей кофе: в Колумбии — 2%, в Сальвадоре — 2,5%, в Гватемале — 4,2%, в Никарагуа — 7,2%, в Гондурасе — 8,2%. От кризиса на кофейном рынке пострадала экономика многих стран-производителей, и прежде всего смежные с производством кофе отрасли — торговля, транспорт, финансовая система.

В ряде стран кофейный кризис вышел даже за «экономические» пределы: так, в Гватемале он вызвал политическую нестабильность, а в Эфиопии обернулся гуманитарным кризисом.

На встрече в Картахене делегаты как раз и пытались найти действенные способы выхода из кризиса. Однако договориться так и не удалось. Евросоюз, на долю которого приходится 46% всего кофейного импорта, отказался поддержать предложение стран-экспортеров установить фиксированные минимальные цены на кофе. Разрешение конфликта, по словам президента Европейской федерации кофе Йоппе Ванхорика, связано «не с вопросами цены, а с вопросами качества». И искусственные ценовые механизмы при такой ситуации будут лишь способствовать перепроизводству

Вопросы

Объясните, почему отмена квот привела к снижению доходов стран — экспортеров кофе, ведь, казалось бы, они могли беспрепятственно увеличивать поставки кофе на экспорт.

Какой вывод об эластичности спроса на кофе можно сделать, основываясь на данных, приведенных в статье?

Что такое фиксированная цена на товар? Всегда ли искусственные ценовые механизмы способствуют перепроизводству товара? Рассуждения проиллюстрируйте графически.

Почему, по вашему мнению, Евросоюз отказался поддержать предложение стран-экспортеров установить фиксированные минимальные цены на кофе?

Поясните понятия «выигрыш покупателей» и «выигрыш продавцов» и приведите графическую иллюстрацию. Проанализируйте, как изменились бы выигрыш покупателей и продавцов кофе, если бы были установлены минимальные фиксированные цены.

Ответы

Когда действовала система квот, каждая страна-экспортер поставляла кофе на мировой рынок в объеме, не превышающем величину выделенной ей квоты. Отказ от системы квот привел к росту предложения на мировом рынке кофе и, как следствие, снижению цен на него (рис. 26).

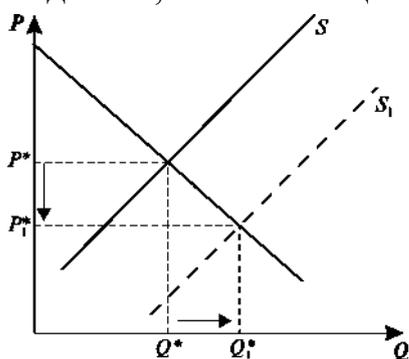


Рис. 26. Изменения ситуации на мировом рынке кофе в результате отказа от системы квот

По низким ценам кофе покупать стали больше, однако рост количества покупок оказался недостаточно большим, чтобы превысить уменьшение цены, поэтому доходы стран-экспортеров снизились.

Поскольку уменьшение цен на кофе привело к снижению доходов стран-экспортеров (цена и совокупная выручка изменились в одном и том же направлении), то можно сделать вывод о неэластичности спроса на кофе в данном диапазоне цен.

Фиксированная цена — это установленная государством цена, выше (ниже) уровня которой рыночные цены не могут подниматься (опускаться). Предположим, что цена кофе фиксируется и не может опускаться ниже P (рис. 27). При цене P величина предложения будет равна

, а величина спроса — только Q_1 , т. е. величина предложения превысит величину спроса. Другими словами, продавцы не могут продать столько, сколько хотят продать по фиксированной цене. Это ситуация перепроизводства товара. Использование искусственных ценовых механизмов не обязательно приводит к перепроизводству. Если цена зафиксирована на уровне ниже равновесного (т. е. установлена минимальная фиксированная цена), то величина спроса Q_d превышает величину предложения Q_1 , и на рынке возникает ситуация дефицита.

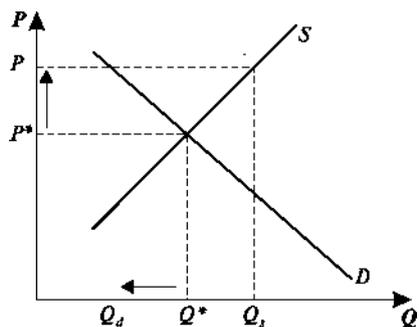


Рис. 27. Ситуация перепроизводства, которая сложилась бы на рынке кофе в результате установления минимальной фиксированной цены

Установление фиксированной минимальной цены приводит к росту цены кофе на мировом рынке, в чем Евросоюз как крупнейший импортер кофе, конечно, не заинтересован. В то же время, по словам президента, Евросоюз готов платить высокую цену за кофе лучшего качества.

Выигрыш покупателей — это разница между максимальной суммой, которую покупатели готовы были заплатить за запрашиваемое ими количество товара, и суммой, которую они платят в действительности. Выигрыш покупателей, другими словами, это суммарные выгоды, получаемые покупателями в результате возможности покупать товары по рыночной цене. До фиксации цены он измеряется площадью фигуры P^*AE , заключенной между кривой спроса и горизонтальной линией, соответствующей значению рыночной цены P^* (рис. 28).

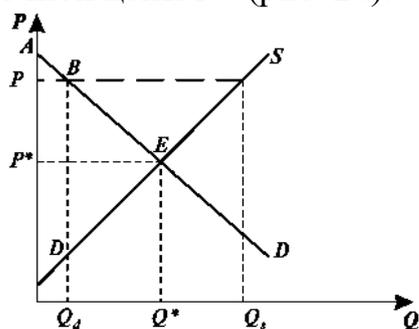


Рис. 28. Изменение выигрыша покупателей и продавцов кофе в результате установления минимальной фиксированной цены

Если бы минимальная фиксированная цена была установлена, то покупатели смогли бы покупать кофе по рыночной цене P , их выигрыш бы уменьшился и стал измеряться площадью фигуры PBA . Но, может быть, от фиксирования цены выиграют продавцы? Ведь теперь они могут продавать кофе по более высокой цене. Но и это не обязательно так.

Выигрыш продавцов представляет собой разницу между суммой, которую продавцы получают в действительности, и минимальной суммой, которую они готовы были получить за предлагаемое ими количество товара. Выигрыш продавца, другими словами, это суммарные выгоды, получаемые продавцами в результате возможности продавать товары по рыночной цене. До фиксации цены он измеряется площадью фигуры CP^*E , заключенной между кривой предложения и горизонтальной линией, соответствующей значению рыночной цены. После установления минимальной фиксированной цены продавцы бы смогли продавать кофе по более высокой рыночной цене P , однако объем продаж кофе уменьшился с Q^* до Q_d . Суммарные выгоды продавцов за продаваемый объем O стали бы измеряться площадью фигуры $CPBD$. Увеличится или уменьшится выигрыш продавцов (т. е. будет ли площадь фигуры $CPBD$ больше площади фигуры CP^*E), зависит от эластичности спроса по цене в данном диапазоне цен на кофе.