

КАК ТЕОРЕТИЧЕСКИ ОБОСНОВАТЬ ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ?

Винокуров Е.Ф.

Центральный экономико-математический институт РАН,
Россия, 117418, г. Москва, Нахимовский проспект, 47.
Тел. +7 (495) 421 5430. E-mail: evinokurov@yandex.ru

Одним из первых понятий, с которыми знакомят тех, кто начинает изучать экономику, является кривая производственных возможностей (КПВ), иначе называемая кривой трансформации. Как известно, КПВ – это линия на графике, каждая точка которой соответствует объемам выпуска x и y каждого из двух рассматриваемых продуктов – соответственно X и Y – за определённый период при полном и максимально эффективном использовании имеющихся в стране производственных ресурсов.

Форма КПВ отражает, пожалуй, первый из фундаментальных законов, рассматриваемых в курсе экономической теории, – закон возрастания альтернативной стоимости (альтернативных издержек).

В учебниках экономики закон предложения обычно объясняется просто исходя из здравого смысла. Между тем, обосновать этот закон можно именно на базе закона роста альтернативной стоимости.

Обратившись к КПВ, рассмотрим производную функции

$$y = f(x). \quad (1)$$

участком графика которой она является.

$-f' = -\frac{dy}{dx}$ – это предельные издержки выпуска продукта, или предельная норма трансформации. Эту величину можно трактовать как обеспечивающую максимум прибыли производителя цену продукта X , выраженную в единицах товара Y .

В условиях хождения товарных денег, если продукт Y – это тот товар, который выбран в качестве всеобщего эквивалента (скажем, золото), предельную норму трансформации можно просто назвать ценой товара X . Тогда x – это **величина рыночного предложения**.

Это значит, что функция

$$x = \varphi\left(-\frac{dy}{dx}\right) \quad (2)$$

является ничем иным, как **функцией предложения**.

В силу того, что при $x > 0$ и $y > 0$ вторая производная функции (1) отрицательна, (2) является возрастающей функцией.

Таким образом, для случая двух товаров, одним из которых являются товарные деньги, нами выведен **закон рыночного предложения: при прочих равных условиях с ростом цены товара величина его предложения увеличивается**.