

эффективнее. Умные деньги, на котором цены эволюционно и без вмешательства транслируют любую информацию, которая имеется у агентов. На таком рынке нет Парето-улучшений, потому что цены уже транслируют все возможные возможности. Это неэффективно. Все, что делает реальные рынки эффективными. Это неправильные стимулы: жесток, асимметрия информации, реализация рыночной власти, или просто отсутствие рыночных цен. Во всех этих случаях цены уже не отражают информацию агентов, она бывает «скрыта». А значит, есть возможность для проведения Парето-улучшения.

Стимулы. Люди реагируют на стимулы. И меняют свое поведение так, что мы не можем делать выводы, исходя из прошлого поведения. Мы не можем сказать, что люди будут такое аккуратно есть, ноа, что их спасет ремень безопасности. Мы не можем ожидать, что агенты будут иметь те же ожидания монетарных действий властей, что и в прошлом (пример с кривой Филлипса). Потому что деньги всегда рационально реагируют на вновь поступающую информацию (рациональные ожидания).

Принцип безразличия: в конкурентной экономике множество агентов уравнивают привлекательность альтернатив. Если один вид деятельности является более предпочтительным, чем другой, то люди будут переключаться на него до тех пор, пока он не перестанет быть предпочтительным (или же пока BCE не переключается только на него). Пример - PPP (purchasing power parity), он же - реальный валютный курс - один и те же товары должны стоить одинаково разных валютах с учетом номинальных валютных курсов. Индекс Биг-Мага, иначе - возможность Парето-улучшений (купил дешевле, продал дороже) - через них происходит корректировка цен. Выводы: 1. Возможно получение только нормальной прибыли в конкурентной среде (чистая выгода) отражает лишь альтернативные затраты, поэтому все выборы безразличны 2. Обладатели основных ресурсов (чего-то уникального) получают экономические выгоды.

Предельный анализ. Часто в количественной задаче к нужному ответу приводит ПОШАГОВАЯ реализация идеи предельного анализа (шаг принимаем, когда он предельно выгоден) так, чтобы не оставалось Парето-улучшений. Примеры:

- максимизация выручки от Q или от L
- минимизация TC на n заводах в непрерывном и дискретном случае
- пошаговое построение КПВ по множеству доступных альтернатив (от крайней точки вначале самые дешевые, потом все более дорогие)

Принципо-следственные связи VS корреляции. В экономике нужно быть аккуратным с направлением причинных связей. Часто «случайные» связи являются ложными, а сама связь направлена в другую сторону ИЛИ: обе переменные зависят от набора третьих переменных, которые определяют поведение рассматриваемых двух.

Конкуренция приводит к эффективности. Метафора невидимой руки. Если нет, то есть возможность для Парето-улучшения.

Асимметрия информации. Приводит к сдвигу цен (ухудшающий оборот) Кому интересно решение проблемы: информированной стороне (делает проссигналы с помощью создания правильных стимулов) + «хорошей»

информированной стороне (подает сигналы). Кому неинтересно: «плохой» информированной (пытается спонировать сигналы хорошей стороны).

Асимметрия есть не только у покупателей, но и у фирм (не знают тип покупателя). Возможность дискриминации не ухудшает положение фирмы.

Рыночная власть. Провал рынка, потому что P не отражает MC (w не отражает MC_C). Потому что для монополии MR=P (для монополии $w > MC_C$).

Качественное объяснение: монополия снижает цену для продажи дополнительного q, но при этом вынуждена снизить цену и для предыдущих q. Это делает предельный доход от этого шага <P (такое монополия вынуждена увеличивать w не только для последнего наняттого, но и для предыдущих).

Формальное доказательство: $MR = (P \cdot Q)' = P'_Q \cdot Q + P = P(1 + \frac{1}{\epsilon})$ - откуда можно получить формулу

Лернера

Регулирование рынков:

- будет приводить к реализации Парето-улучшений, когда агенты приобретают правильные стимулы. Когда рынок становится более похожим на конкурентный. Пример: потолок на монопольном рынке может увеличить объем продаж, пол на рынке монополии может увеличить L. Тогда как на конкурентном рынке полы и потолки не могут увеличить Q или L.
- будет приводить к DWL, когда стимулы агентов нарушены (классический потовый налог или субсидия)

Информация. Очень важный концепт. Она обычно асимметрична и скрыта. Но можно создавать механизмы (дизайн механизмов) для извлечения неискаженной информации. Как? Создать для агента правильные стимулы.

Реализация versioning (как и других форм дискриминации) может быть Парето-улучшением для системы «покупатели-фирма». Фирме лучше, а покупателям не хуже.