



УДК 519.866:338.5

МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ МАРГІНАЛЬНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ З СУСПІЛЬНИМ ПРОДУКТОМ ТА В ЕКОНОМІЦІ З ПРОДУКТОМ ОСОБИСТОГО КОРИСТУВАННЯ

Студ. К.О. Лагута, гр. БМР 1-15

Наук. керівник доц. О.Л. Блохін

Київський національний університет технологій та дизайну

Перед будь-яким суспільством актуальними залишаються два завдання: виробництво і розподіл матеріальних благ.

Як створити більше благ, які роблять життя людини більш комфортним? Як розподілити витрати на ці блага? Що зробити, щоб витрати були мінімальними, а прибуток отримати максимальний? Тому актуальним залишається питання визначення маргінального прибутку (обсяг виручки від продажу).

Шведський економіст Ерік Ліндаль (1891-1960), передбачив колективне обговорення і приймання рішень щодо частки кожного платника в загальній сумі податків, а також обсягу наданого блага.

У моделі добровільного обміну передбачається дві категорії платників податків: багатша і бідніша. Проблема полягає в установленні пропорції, в якій ціни суспільних благ для кожної з категорій співвідносяться між собою. Іншими словами, в моделі ставиться питання про розподіл загальної вартості благ колективного споживання між заданими групами платників податків.

Аналогом системи конкурентного ціноутворення в економіці з суспільним продуктом може бути система індивідуальних цін на суспільний продукт, так звані *цінами Ліндаля*.

Загальне визначення системи цін Ліндаля: $c(y) = c \cdot y$ при всіх y , враховуючи, що $(p_1, \dots, p_n; y)$ - рівновага Ліндаля, а також при виконанні умов:

для усіх $i = 1, \dots, n$, маємо:

$$u_i(w_i - p_i \cdot \bar{y}, \bar{y}) = \max_{y \geq 0} u_i(w_i - p_i \cdot y, y) \quad \text{і} \quad \sum_{i=1}^n p_i = c$$

Перша умова говорить про те, що запит будь-яких агентів (бідних, багатших) на суспільний продукт однаковий, а друга умова – витрати повністю покриваються. При адаптації цього визначення у випадку довільної технології утримується пайова рівновага.

Також, будь-якому агенту приписується фіксована пропорція реальних витрат на виробництво суспільного продукту (його доля).

Маргінальне ціноутворення із продуктом індивідуального користування:

$$E = (u_1, \dots, u_n, w_1, \dots, w_n; c)$$

зберігає основну децентралізовану властивість конкурентної рівноваги: кожен агент обирає свій розподіл незалежно, на основі цінового сигналу.

Використання вищезазначених методів ціноутворення на продукти (блага, послуги) для різних рівнів споживачів можуть служити і основою розподілу податкового тягаря.