

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.101.5

Г.Н. ИСМАГИЛОВА,
кандидат экономических наук, доцент,
Казанский (Приволжский) федеральный университет

АНАЛИЗ ТОВАРОВ В ПРОСТРАНСТВЕ ЦЕНЫ, КАЧЕСТВА И КОЛИЧЕСТВА

Аннотация. Актуальность темы исследования данной статьи определяется тем, что, с одной стороны, богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как огромное скопление однородных товаров, использование которых в теории затруднено из-за их качественной неоднородности, а с другой – необходимостью развития теории спроса на товары переменного качества, что предполагает уточнение термина экономической категории «товар переменного качества», создание как качественно-количественной модели, так и геометрической трехмерной модели в пространстве цены, качества и количества. К. Маркс предвидел будущее развитие товара так: «открыть различные стороны, а следовательно, многообразные способы употребления вещей есть дело исторического развития. То же самое следует сказать об отыскании общественных мер для количественной стороны полезных вещей». А отыскание таких мер для качественной стороны товара было отложено на неопределенный, долгий срок, чему способствовало и принятие в неоклассической экономике постулата «о качественной однородности товара».

Предложено следующее определение термина «товар». Товары – блага и услуги переменного качества и количества, произведенные для общественного потребления и обмена.

В соответствии с этим определением сформулирована наиболее полная и исходная модель товара, **определение** – единство качества и количества.

Предложено трехмерное товарное пространство, образуемое плоскостями цены – качества, цены – количества и качества – количества.

Ключевые слова: товар переменного качества и количества, качественно-количественная модель, товарное пространство, цена – качество, цена – количество и качество – количество.

Актуальность темы исследования данной статьи определяется тем, что «богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как огромное скопление товаров, а отдельный товар – как элементарная форма этого богатства». Это положение, сформулированное К. Марксом, все еще сохраняет свою актуальность в части его применения к качественно неоднородным товарам. Он предвидел будущее развитие товара так: «открыть различные стороны, а следовательно, многообразные способы употребления вещей есть дело исторического развития. То же самое следует сказать об отыскании общественных мер для количественной стороны полезных вещей». А отыскание таких

мер для качественной стороны товара было отложено на неопределенный, долгий срок, чему способствовало и принятие в неоклассической экономике постулата «о качественной однородности товара».

«Если по отношению к потребительной стоимости товара имеет значение лишь качество содержащегося в нем труда, то по отношению к величине стоимости имеет отношение лишь количество труда, уже сведенного к человеческому труду» [8]. Потребительная стоимость одной единицы (одного) товара, определяемая его качеством, осуществляется лишь при использовании или потреблении, а цена качества одного товара пока еще не определена. Таким образом, с одной стороны, благосостояние на-

селения определяется потреблением огромного количества товаров, а с другой – качественная теория товаров разработана недостаточно в связи с наличием большого разнообразия потребляемых и новых товаров переменного качества, определяемых сильными качественными различиями, вертикальной дифференциацией и изменчивостью качества продукта в процессе обмена и потребления. Все это также определяет актуальность темы данной статьи.

Определение термина и построение модели товара

С.И. Ожегов определяет товар как «продукт труда, изготовленный для обмена и продажи» [9]. В «Большой экономической энциклопедии» товар определяется как «материальное изделие, предлагаемое рынку с целью его приобретения, использования или потребления» [2]. Ф. Котлер дает следующее определение: «Товар – это все, что может быть предложено на рынке для привлечения внимания, ознакомления, использования или потребления и что может удовлетворять нужды или потребности» [4].

В определениях термина «товар» и моделях, соответствующих этим определениям, встречаются некоторые неточности. Например, следующее определение – «товар (commodity) – продукт, произведенный для потребления» – в словаре [9] является расплывчатым. Данное словосочетание – «продукт, произведенный для потребления» – не раскрывает экономической сущности товара. В такой редакции товар может быть истолкован как «продукт, произведенный для личного потребления». Тогда он не является товаром. Если «продукт» произведен для общественного пользования – только тогда он становится товаром. Поэтому считаем целесообразным следующую редакцию указанного определения термина «товар» – «продукт, произведенный для общественного потребления».

Отметим, что продукты или блага в личном и натуральном хозяйстве или в плановой экономике, «производимые и распределяемые согласно установленным традициям или по разработанному в масштабе всего общества плану, не могут считаться товарами» [12].

Развитие товара у нобелевского лауреата Дж. Хикса сводится к тому, что в этом качестве он рассматривает процесс обращения, где деньги, полученные за товар, вновь обмениваются на товар. Поэтому при построении кривых безразличия для одного «товара» в качестве второго он использует «деньги» [13]. Хикс общую покупательную способность называет «маршалловыми деньгами». Он объясняет это тем, что «аналогичным образом (поскольку условия превращения денег в любые товары заданы) ничто не мешает нам построить определенную систему кривых для любого товара X и денег или общей покупательной способности». Последняя – «общая покупательная способность» – используется в качестве второго товара. В связи с этим Хикс утверждает, что при построении кривых безразличия в качестве второго товара можно использовать деньги как товар наряду с любым товаром. Это свойство денег делает их потребительским благом длительного пользования [13]. На наш взгляд, деньги, будучи товаром, также выступают и как измеритель качества. Следует упомянуть о существовании различных определений термина «товар». Нам представляется, что в учебном пособии «Общая экономическая теория», изданном в МГУ под редакцией А.А. Пороховского, содержится наиболее точное определение товара, которое в дополнение к известным определениям включает в себя «исторические условия развития товара» [10]. В данном пособии авторы указывают, что ими «в дальнейшем товар будет браться без каких-либо «примесей» и преимущественно в форме материального предмета потребления, обращающегося на каком-либо отраслевом рынке».

В результате проведенного анализа приходим к следующему определению термина «товар» – это «блага или услуги переменного качества и количества, произведенные для общественного потребления и обмена, являющиеся объектами как максимизации удовлетворенности качеством и полезности количеством потребителей при их бюджетном ограничении, так и максимизации прибыли производителей по качеству и количеству при ограничениях ресурсов».

Профессор А.В. Сорокин в рамках теории трудовой стоимости вводит следующую важную количественную модель товара: «товар – единство потребительной стоимости и стоимости»:

$$\text{Товар} \begin{matrix} \text{Потребительная стоимость} \\ \text{Стоимость} \end{matrix} \text{ или } T_{\text{СТ}}^{\text{ПС}}. [11]$$

А формула стоимости единицы товара (СЕТ) в этой модели представляет «отношение стоимости товарной массы к потребительной стоимости». Вследствие этого СЕТ не является стоимостью одной единицы товара, напротив, она является средним значением величины стоимости этого товара. Поэтому требуется введение уточненного определения такого термина, как «стоимость одной единицы товара или стоимость одного товара (СОТ)».

По определению А.В. Сорокина, потребительная стоимость – это «вещь с полезными свойствами, удовлетворяющая общественную потребность. Единица измерения – собственная единица измерения вещи (литры, метры, штуки и т. п.)». Однако указанные количественные меры – «собственные единицы измерения» – не охватывают определение всех многообразий характеристик товара. Количественные меры не являются единственными и всеобъемлющими мерами товара. Наряду с ними товар имеет и качественные параметры, которые также удовлетворяют общественную потребность. Как известно, любой товар обладает своим индивидуальным качеством, определяющим его бытие. Однако в известных нам работах качественное определение модели товара ограничено согласно постулату неоклассической экономики «при прочих равных условиях», что означает постоянство качества или «изокачество» товара. При введении более общей, фундаментальной модели товара необходимо изначально учитывать и то, что товар является носителем переменного качества. А это связано с разделением понятий количества товара и его качества, что актуально для всякой теории, в том числе для издержек производства и полезности потребителя, спроса и предложения, являющихся как функциями переменного качества, так и функциями переменного количества. Также важно уметь провести сравнение и ранжирование товаров по уровням переменного качества.

Следует особо отметить, что современные экономисты К. Ланкастер [17, 18, 19], Х. Хайтаккер [14, 15] и Ж. Тироль [20] внесли существенный вклад в развитие теории товара переменного качества.

Такие стоимостные характеристики товара, как потребительная стоимость, стоимость и меновая стоимость являются зависимыми переменными не только от фактора количества (q), но и от фактора качества (v) товара. При этом цена одной единицы товара должна определяться его качеством. Забегая вперед, отметим, что впоследствии с использованием цены одной единицы товара или так называемой начальной цены будут определяться такие важнейшие экономические категории, как рыночное равновесие, спрос и предложение.

В связи с этим имеется настоятельная потребность во введении начальной качественной модели товара, являющейся базовой для всех следующих категорий – производства, обмена и потребления.

Качественная модель товара трактуется нами так: «товар – это единство качества и количества» или $T_{\text{Качество}}^{\text{Количество}}$ или T_v^q . При определении цены одной единицы товара вышепредставленная модель представляется в следующем виде $T_{v=\text{переменная}}^{q=1}$.

Сформулируем наиболее полное определение термина «начальная модель товара». Начальная модель товара – это единство его качества и количества со всеми имеющимися между ними взаимосвязями: а) философскими категориями перехода количественных соотношений в качественные и наоборот; б) экономическими – линейными и нелинейными взаимосвязями цены и качества и обратными связями качества и цены.

На наш взгляд, полная и начальная модель товара – это единство его качества и количества T_v^q , по этой модели определяются все последующие стоимостные модели товара $T_{\text{СТ}}^{\text{ПС}} = F(T_v^q)$ как функции качества и количества.

Товарное пространство цены, качества и количества

В целях проведения анализа товара имеется определенная потребность в графиках, чтобы наглядно показать взаимосвязи в системе координат трех положительно определенных

значений переменных величин качества количества и цены. Очевидно, такие графики могут быть построены в декартовой системе координат. На рисунке 1 представлена геометрическая модель трехмерного товарного пространства, образованного плоскостями цены – количества (pq), цены – качества (pv) и качества – количества (vq).

Например, нобелевский лауреат П. Кругман в соавторстве с Р. Веллсом и М. Олни в учебнике «Основы экономикс» построению графиков двух переменных цены и количества посвятил целый раздел под заголовком «Использование графиков в экономикс» [5]. По глубине построения и по использованию графических результатов он представляется на сегодня одним из лучших учебников по экономической теории.

Известно, что трехмерная прямоугольная система координат в пространстве состоит из трех взаимно перпендикулярных осей с общим началом, в которой ось абсцисс oq является осью количества, ось ординат ov – осью качества, ось аппликат op – осью цены. Оси качества и количества являются горизонтальными осями, а ось цены – вертикальной. В такой системе координат имеются три квадранта, ограниченные положительными осями: осью цены и качества, осью цены и количества и осью качества и количества. Пространства потребителя и производителя также являются трехмерными, представляющими собой пространство цены, качества и количества товаров

или услуг, потенциально доступных как потребителю, так и производителю. В двумерной системе координат пространство товара состоит всего из одного квадранта, представляющего собой плоскость цены и количества товара. Упомянем о существовании похожего термина – «товарное пространство», отличающего от пространства товара цены, качества и количества, которое используется для описания количества различных товаров. Подобный график показывает различные комбинации двух, трех или большего количества товаров, среди которых потребитель должен сделать свой выбор. В этом пространстве товарный набор представляется точкой [7].

Цена как денежная форма стоимости одновременно выступает измерителем или стоимостной мерой как качества, так и количества товара. В приложениях широко применяется способ нормализации, который позволяет измерять переменные величины в терминах товара – измерителя. Например, если нормированные цены качества заданы вектором цены, то нормированные цены товаров при данном методе нормирования будут описываться системой уравнений (7.19), или набор нормирования цен может быть получен в результате применения формулы (7.20) к ненормированным переменным, представленным в работе [7]. Согласно представлению Мас-Колелла, «товар – измеритель» возникает в связи с анализом избыточного спроса. Качество, будучи определителем бытия товара, может быть только положитель-

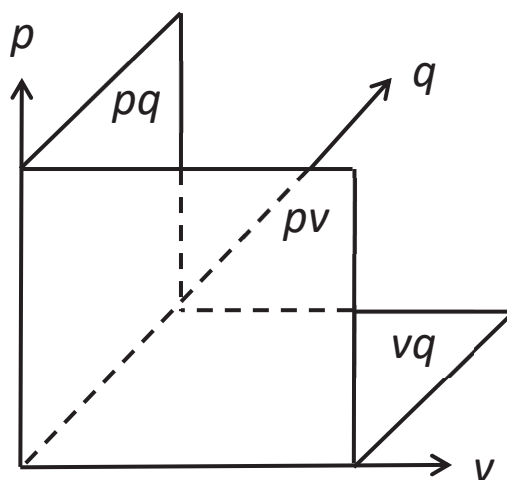


Рис. 1. Геометрическая модель трехмерного товарного пространства

ной и относительной нормированной переменной величиной, изменяющейся в пределах от 0 до 1. А это изменение означает лишь то, что качество измеряется потребителем или производителем во множестве дискретно-делимых или непрерывно изменяющихся единицах. Рассмотрим пределы изменения количества также от 0 до 1. Его положительная определенность объясняется тем, что в практике производства и потребления имеет смысл лишь неотрицательное количество единиц товара. Потребители и производители могут представить себе возможность отсутствия товара как неудовлетворяющего их качества или из-за неподъемно больших издержек производства, высокой цены качества единицы товара по сравнению с их бюджетом. Цена, так же как нормированная переменная величина, изменяется в пределах от 0 до 1, так как выступает измерителем качества единицы товара, являющегося носителем этого качества. Отметим, что одна единица товара кроме собственного качества больше ничего и не имеет. Каждый товар измеряется ценой в бесконечно делимых единицах. В свою очередь, цена выступает мерой или измерителем качества, а также количества в бесконечно делимых единицах. При построении декартовой системы координат качество и количество образуют нормированные горизонтальные оси, а цена – вертикальную. Подобная система удовлетворяет требованиям четырехэлементной модели потребительского выбора, сформулированным в учебнике продвинутого уровня авторов Дж. Джейли и Ф. Рени [3]. Элементами модели являются потребительское множество, допустимое множество, отношения предпочтения и поведенческая предпосылка [3]. Трехмерное пространство переменных величин цены, качества и количества образуется из трех взаимно перпендикулярных положительных определенных полуплоскостей цены – количества, цены – качества и качества – количества.

Экономическое содержание плоскостей pq , pv , и vq

Начнем наше обсуждение с плоскости pq . Нами сохранено традиционное обозначение этой плоскости, принятое в экономической теории. Плоскость образована осью абсцисс, или горизонтальной осью q и вертикальной осью

p . Согласно А. Маршаллу [8] плоскость pq по праву называется плоскостью обмена, или транзакцией. При помощи этой плоскости вначале им, а затем многочисленными его последователями были изучены и проанализированы факторы, влияющие на формирование цены спроса, цены предложения и издержек производства, а равновесная цена спроса и предложения определялась путем совмещения их графиков на плоскости pq . На этой плоскости также были представлены графики предельных издержек и предельной полезности и кривые безразличия. Но все это происходило при ограничениях, касающихся постоянства качества, обоснованного согласно принципу «при прочих равных условиях». Вся совокупность параметров качества и количества и их взаимные связи отделяют один товар от других, поэтому качество является единицей счета количества. Количество является переменной величиной счета товара, являющегося носителем соответствующего постоянного уровня качества.

Ценовая плоскость качества pv образована осью ординат, или горизонтальной осью v и вертикальной осью p . Эта плоскость была введена в обиход Х. Хаутаккером для изучения проблем переменного качества товара наряду с его количеством [14]. На наш взгляд, переменное качество есть единственный фактор, изменяющий цену одной единицей товара и отличающий данный товар от остальных. Это подтверждается следующим философским определением Гегеля: «Качество есть в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что оно есть, когда оно теряет свое качество» [12]. Однако это положение справедливо при соблюдении меры – интервала качества.

Плоскость потребителя и производителя vq . На этой плоскости потребление указывает на факт использования товаров для удовлетворения текущих потребностей, что означает наличие связи между бюджетом потребителя и совокупными расходами на качество и количество товаров. При этом потребительские товары длительного пользования создают поток услуг по мере их использования [14]. Они должны быть включены в потребление. С другой стороны, это плоскость взаимосвязей каче-

ства и количества – количественное изменение параметров качества товара. Изменения качества вызываются физическим и моральным изнашиванием товара в процессе потребления, отношением удовлетворенности потребителей качеством товара, влиянием на товар как изменчивости качества факторов производства, рыночных сигналов, так и эксплуатационных факторов – механических, климатических, радиационных и биологических. Указанные изменения качества должны быть отражены в определении термина «товар длительного пользования». Определение такого вида товара как материального изделия, выдерживающего многократное использование потребителем [1], не является исчерпывающим. На наш взгляд, данное определение должно быть расширено введением и дополнением качественных изменений к имеющемуся термину: «товар длительного пользования – материальное изделие, выдерживающее многократное его использование в пределах интервалов годности цены и качества для потребителя. Интервалы годности цены и качества материального изделия определяются условиями его существования, или бытия [2].

Выводы

Актуальность темы определяется необходимостью развития теории спроса на товары переменного качества, что предполагает уточнение термина экономической категории «товар переменного качества», создание как качественно-количественной модели, так и геометрической трехмерной модели в пространстве цены, качества и количества.

Предложено следующее определение термина «товар». Товары – блага и услуги переменного качества и количества, произведенные для общественного потребления и обмена.

В соответствии с определением товара сформулирована наиболее полная и исходная модель товара, **определение** – единство качества и количества.

Введено понятие трехмерного товарного пространства, образуемого плоскостями цены – качества, цены – количества и качества – количества.

Литература

1. Бизнес. Толковый словарь / Г. Бетс, Б. Брайндли, С. Уильямс и др.; под общ. ред. И.М. Осадчей. – М.: Инфра-М; Весь мир, 1998.
2. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 4-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.
3. Джейли Дж., Рени Ф. Микроэкономика: продвинутый уровень: учебник / пер. с англ.; под ред. В.П. Бусыгина, М.И. Левина, Е.В. Покатович. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. – 733 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Д. Основы маркетинга / пер. с англ. – 12-е изд. – М.: Вильямс, 2009. – 1072 с.
5. Кругман П., Веллс Р., Олни М. Основы экономики: учебник для вузов / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2011. – 880 с.
6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / пер. с нем. И.И. Скворцова-Степанова. – М.: Политиздат, 1978. – 908 с.
7. Мас-Колелл А., Уинстон М., Грин Дж. Микроэкономическая теория: учебник: в 2 т. / пер. с англ. Ю. Автономова и др.; под ред. М.И. Левина. – М.: Дело, 2016.
8. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3 т. / пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993.
9. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений. – М.: АзъLtd., 1992. – 960 с.
10. Общая экономическая теория. Вводный курс: учебное пособие: в 3 т. / под ред. А.А. Пороховского. – М.: Кодекс, 2010. – Т. 1. – 316 с.
11. Сорокин А.В. Общая экономика или модель рыночной экономики: товар, форма стоимости, процесс обмена // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 1. – С. 357–364.
12. Философия: учебник / под ред. В.Н. Лавриненко. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрист, 1998. – 520 с.
13. Хикс Дж. Стоимость и капитал. – М.: Прогресс, 1988. – 488 с.
14. Houthakker H.S. Compensated Changes in Quantities and Qualities Consumed // Review of Economic Studies. – 1952. – Vol. 19. – Is. 3. – P. 155–164.
15. Houthakker H.S. The calculation of bilateral trade patterns in a Ricardian model with intermediate products and barriers to trade // Journal of International Economics. – 1976. – Vol. 6. – Is.3. – P. 251–288.
16. Ismagilova G.N. Consumer behavior and qualitative selection of goods // Journal of Engineering

and Applied Sciences. – 2017. – Vol. 12. – Is. 19. – P. 4913–4917.

17. Lancaster K. Consumer Demand: A New Approach. – N.Y.: Columbia University Press, 1971.

18. Lancaster K. The “product variety” case for protection // Journal of International Economics. – 1991. – Vol. 31. – Is. 1-2. – P. 1–26.

19. Lancaster K. The measurement of changes in quality // Review of Income and Wealth. – 1977. – Vol. 23. – Is. 2. – P. 157–172.

20. Tirole J., Ray P. Price caps as welfare-enhancing coopetition // Journal of Political Economy. – 2019. – Vol. 127. – Is. 6. – P. 3018–3069.

Информация об авторах

Исмагилова Гульнара Наилевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры территориальной экономики, Казанский (Приволжский) федеральный университет

E-mail: gismagilova_85@mail.ru

G.N. ISMAGILOVA,

*PhD in Economics, Associate Professor,
Kazan (Volga region) Federal University*

ANALYSIS OF GOODS IN THE SPACE OF PRICE, QUALITY AND QUANTITY

Abstract. The relevance of the research topic of this article is determined by the fact that, on the one hand, the wealth of societies dominated by the capitalist mode of production acts as a huge accumulation of homogeneous goods, the use of which in theory is difficult due to their qualitative heterogeneity, and on the other hand, the need to develop the theory of demand for goods of variable quality, which implies clarification of the term of the economic category “goods of variable quality”, the creation of both a qualitative-quantitative model and a geometric three-dimensional model in the space of price, quality and quantity. K. Marks foresaw the future development of the commodity as follows: “to discover these different sides, and, consequently, the diverse ways of using things, is a matter of historical development. The same should be said about finding social measures for the quantitative side of useful things”. And the search for such measures for the quality side of the goods was postponed for an indefinite long period, which was also facilitated by the adoption of the postulate “on the qualitative homogeneity of goods” in neoclassical economics.

The following definition of the term “commodity” is proposed. Goods are goods and services of variable quality and quantity produced for public consumption and exchange.

In accordance with the definition of a product, the most complete and initial model of the product is formulated, the definition is the unity of quality and quantity.

A three-dimensional commodity space is proposed, formed by the planes: price – quality, price – quantity and quality – quantity.

Keywords: goods of variable quality and quantity, qualitative and quantitative model, commodity space, price – quality, price – quantity and quality – quantity.

References

1. Business. Explanatory dictionary / Graham Betts, Barry Brindley, S. Williams et al. General editorship: Ph.D. Osadchaya I.M. – M.: “INFRA-M”, Publishing house “Ves Mir”, 1998.

2. The Big Dictionary of Economics / ed. A.N. Azrilian. – 4th ed. add. and revised. – M.: Institute of New Economics, 1999. – 1248 p.

3. Jayley J. A. Philip J. Reni. Microeconomics: advanced level [text]: textbook / trans. from English: under scientific. ed. V.P. Busygina, M.I. Levina, E.V. Pokatovich; State University – Higher School of Economics. – M.: Publishing house. State University – Higher School of Economics, 2011. – 733 p.

4. Ismagilova G.N., Safullin N.Z. Qualitative model of unsaturation of consumption with goods // Kazan Economic Bulletin. – 2016. – No. 4 (24). – P. 5–13.

5. *Kotler F., Armstrong G.* Fundamentals of marketing. Professional edition, 12th ed.: trans. from English. – M.: I.D. Williams, 2009. – 1072 p.
6. *Krugman P., Velle R., Olin M.* Fundamentals of Economics: textbook for universities / trans. from English. – SPb.: Peter, 2011. – 880 p.
7. Maks K. Capital. Criticism of Political Economy / trans. I.I. Skvortsova – Stepanova. – M.: Politizdat, 1978. – 908 p.
8. *Mas-Colell A., Winston M.D., Green J.R.* Microeconomic theory: a textbook in 2 books / [trans. from English: Y. Avtonomov and others]; under scientific ed. M.I. Levina. – Moscow: Delo, Russian Academy of Sciences and RS, 2016.
9. *Marshall A.* Principles of Economic Science, in 3 volumes. Trans. from English. – M.: Progress, 1993. – Vol. 1. – 415 p.; Vol. 2. – 310 p.; Vol. 3. – 351 p.
10. *Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu.* Explanatory dictionary of the Russian language: 72 500 words and 7 500 phraseological expressions / Russian AN Institute in Russian; Russian Cultural Foundation. – M.: Az Ltd., 1992. – 960 p.
11. General economic theory. Introductory course. In 3 books. Book 1. Textbook / ed. A.A. Porokhovskiy. – M.: Code, 2010. – 316 p.
12. Decree of the Government of the Russian Federation of 01.19.1998 No. 55 (as amended on 05.15.2020).
13. *Houthakker H.S.* Compensated Changes in Quantities and Qualities Consumed. Review of Economic Studies, Vol. 19 Is. 1952–53. – P. 155–164.
14. *Houthakker H.S.* Compensated Changes in Quantities and Qualities Consumed // Review of Economic Studies. – 1952. – Vol. 19. – Is. 3. – P. 155–164.
15. *Houthakker H.S.* The calculation of bilateral trade patterns in a Ricardian model with intermediate products and barriers to trade // Journal of International Economics. – 1976. – Vol. 6. – Is.3. – P. 251–288.
16. *Ismagilova G.N.* Consumer behavior and qualitative selection of goods // Journal of Engineering and Applied Sciences. – 2017. – Vol. 12. – Is. 19. – P. 4913–4917.
17. *Lancaster K.* Consumer Demand: A New Approach. – N.Y.: Columbia University Press, 1971.
18. *Lancaster K.* The “product variety” case for protection // Journal of International Economics. – 1991. – Vol. 31. – Is. 1-2. – P. 1–26.
19. *Lancaster K.* The measurement of changes in quality // Review of Income and Wealth. – 1977. – Vol. 23. – Is. 2. – P. 157–172.
20. *Tirole J., Ray P.* Price caps as welfare-enhancing cooptation // Journal of Political Economy. – 2019. – Vol. 127. – Is. 6. – P. 3018–3069.