



Лектор:
**Молчанов
Игорь
Николаевич,**
д.э.н., доцент
кафедры
экономики
социальной
сферы
экономического
факультета МГУ
имени
М.В.Ломоносова,
9392940@mail.ru



Экономика общественного сектора Тема 2. «Причины существования и функции общественного сектора». Занятие № 1.

<http://socsfera.narod.ru/>



1. Понятие общественного блага, его основные свойства.
2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.
3. Проблемы переполнения и теория клубных благ.
4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.

1. Понятие общественного блага, его основные свойства



В предыдущей лекции были рассмотрены теоретические аргументы в пользу государственного вмешательства в действие рыночной экономики. Это были аргументы с позиций экономической эффективности и с позиций социальной справедливости, т.е. как экономические, так и неэкономические аргументы. Естественно, что в экономической теории большее внимание уделяется экономическим аргументам. Они связаны с концепцией сбоев рынка, среди которых важнейшими являются проблемы общественных благ, внешних эффектов, асимметричной информации. В табл. 1.1 приведены сбои рынка с позиций экономической эффективности и основные пути корректировки этих сбоев в рамках государственного вмешательства в экономику.

1. Понятие общественного блага, его основные свойства



Таблица 1.1

Сбои рынка и направления государственного вмешательства в экономику

<i>Сбой рынка</i>	<i>Определение сбоя</i>	<i>Примеры</i>	<i>Направления государственного вмешательства</i>
Общественные блага	Блага, обладающие свойствами несоперничества, неисключаемости	Оборона, уличное освещение	Обеспечение благ государством
Внешние эффекты	Воздействие рыночных сделок на третьи лица, недоучет издержек или полезности благ в цене блага	Загрязнение окружающей среды, вакцинация	Налоги или государственные субсидии

1. Понятие общественного блага, его основные свойства



Асимметричная информация	Стороны в сделке (покупатели и продавцы) имеют различную информацию	Здравоохранение, страхование, рынок лекарств	Контроль качества, обязательное социальное страхование
Неполные рынки	Сбой в обеспечении частными благами	Региональная стагнация	Общественное планирование и программирование
Несовершенная конкуренция	Ограничение производства, неэффективность	Рыночная и естественная монополия, олигополия	Регулирование рыночной и естественной монополии, государственная собственность
Макроэкономическая нестабильность	Неэффективность в использовании ресурсов экономики в целом	Безработица, недогрузка производственных мощностей, инфляция	Бюджетно-финансовое и денежно-кредитное регулирование

1. Понятие общественного блага, его основные свойства



Главная сфера деятельности общественного сектора связана с общественными благами. Концепция общественного блага была выдвинута в 1954 г. американским профессором П.Самуэльсоном и впоследствии развита его соотечественником профессором Р.Масгрейфом, который предложил концепцию социально значимого блага («заслуженного блага»).

В соответствии с концепцией общественного блага ему присущи два основных свойства (критерия), которые позволяют его отличать от альтернативного частного блага – **неконкурентность и неисключаемость.**

1. Понятие общественного блага, его основные свойства



Неконкурентность (совместность, неизбирательность, несостязательность) общественного блага означает, что его потребление одним человеком не исключает потребления другим человеком, поскольку данное благо потребляется *совместно*.

Потребление и использование общественного блага одним человеком не ухудшает положение с потреблением и использованием другими людьми, не препятствует их использованию и потреблению. Типичный пример неконкурентности, совместности потребления – национальная оборона, услуги которой, как общественного блага, используются всем населением страны совместно, включая новорожденных.

1. Понятие общественного блага, его основные свойства



Неисключаемость (неделимость) общественных благ означает, что потребление благ одним гражданином не исключает из потребления других граждан. Различают **техническую невозможность и экономическую нецелесообразность исключения** из потребления общественных благ. Если общественное благо абсолютно (технически) неделимо, как например, национальная оборона, государственное управление, то практически невозможна его исключаемость. Если же затраты на достижение исключаемости общественного блага слишком высоки, т.е. осуществление контроля за допуском людей к общественному благу связано с огромными издержками, тогда исключаемость экономически неоправданна.

1. Понятие общественного блага, его основные свойства



Например, общественный парк отдыха можно территориально изолировать, поставить охрану и предоставлять парковые услуги на платной основе, что потребует определенных затрат, возмещаемых за счет стоимости входных билетов. Но в таком случае часть населения, в силу своей невысокой платежеспособности, будет исключена из числа потребителей этого блага. Поэтому для обеспечения равного доступа к услугам общественного парка, как общественного блага, вход в него делается бесплатным, а издержки на его содержание возмещаются за счет местных налогов, сборов, благотворительности.

Альтернативные критерии такие, как *конкурентность* и *неконкурентность*, *исключаемость* и *неисключаемость*, позволяют дифференцировать *частные* и *чистые общественные блага* (рис. 1.1).



1. Понятие общественного блага, его основные свойства

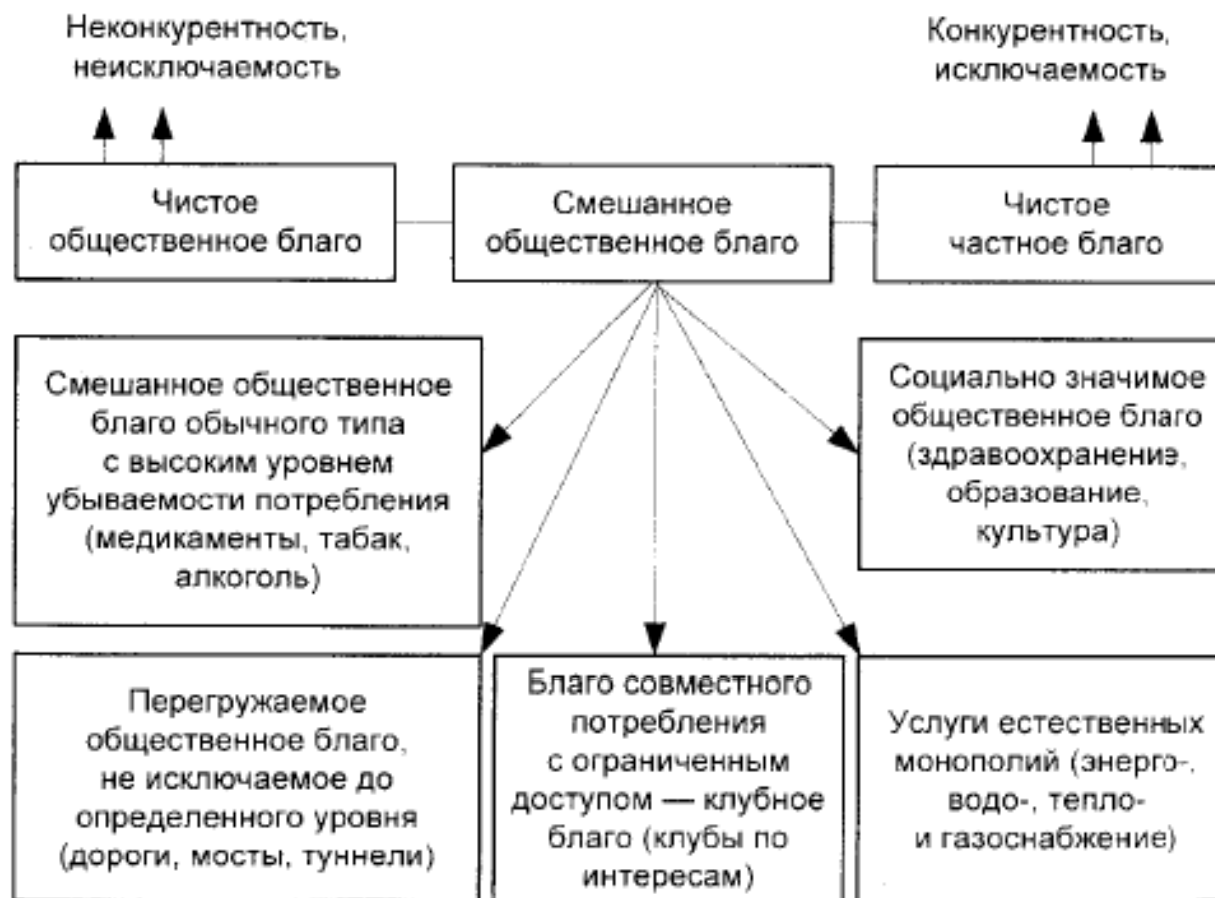


Рис. 1.1. Группировка общественных благ

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Чистое частное благо представляет собой сочетание *конкурентности* и *исключаемости*, а **чистое общественное благо** обладает одновременно двумя свойствами – *неконкурентностью* и *неисключаемостью*. В реальной жизни чистое частное благо и чистое общественное благо можно представить как крайние полюсы шкалы экономических благ, между которыми находятся смешанные блага различного рода, близость расположения которых к тому или иному полюсу определяется доминированием свойств частного или общественного блага. Если **чистые** общественные блага характеризуются совершенной *неубываемостью* и *неуменьшаемостью* их потребления и использования, то **смешанные** блага отличаются *различной степенью исключаемости* и *частичной уменьшаемостью* в процессе их потребления.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Смешанное благо, в отличие от чистого общественного блага, является исключаемым общественным благом, благом совместного потребления с избирательностью, альтернативностью его использования, с убыванием его потребления. Смешанное благо становится объектом купли-продажи, оно представляет собой *платное благо*.

Разновидность исключаемого смешанного блага – **перегружаемое общественное благо**. Оно является неисключаемым до некоторого порогового уровня, за которым наступает нехватка этого блага для всех, т.е. возникает его перегрузка. Использование блага за пороговым уровнем одним человеком исключает другого из потребления или уменьшает возможность потребления такого блага другим.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Типичный *пример перегружаемого общественного блага* – шоссе, мосты, туннели. До определенного уровня полезность этих благ у всех потребителей остается одинаковой и вновь появившиеся потребители не ухудшают положение других пользователей, т.к. пока проблема избытка потребителей не стоит. Однако начиная с некоторого момента, например, при использовании шоссе в часы пик, появление новых потребителей ведет к образованию дорожных пробок, уменьшению скорости, к возрастанию опасности движения и к созданию прочих неудобств для всех.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Перегружаемое общественное благо обладает до определенного уровня свойствами и чертами *чистого общественного блага* и доступ к нему для всех членов общества бесплатен, а за пределами этого уровня – свойствами и чертами платного частного блага. С помощью установления платы за предоставление перегружаемых общественных благ регулируется предложение и спрос на них, что обеспечивает рациональное использование материально-технической базы производства такого рода общественных благ и позволяет поддерживать высокое качество их услуг.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Внешний эффект может сочетаться с исключаемым благом совместного потребления и в связи с этим выделяют: **социально значимое благо** («заслуженное благо») и **блага (услуги) отраслей с естественной монополией**. *К социально значимым благам* относятся образование, здравоохранение, культура и услуги других отраслей социально-культурной сферы в силу их весьма высоких социальных эффектов.

Социально значимое благо обладает *свойствами частного исключаемого блага и свойствами общественного блага, благодаря положительному внешнему эффекту.*

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Противоречивая природа социально значимого блага создает объективную основу коллизии между текущими индивидуальными и долгосрочными общественными предпочтениями в отношении потребления и использования такого рода благ. Возникает необходимость государственного вмешательства для разрешения этой коллизии в пользу общественных предпочтений и установления обязательного порядка потребления социально значимых благ. В современном обществе конституционно введены обязательное общее образование, установлен обязательный уровень охраны здоровья и социального обеспечения. Государство вынуждено идти на ограничение свободы потребителей ради защиты их от самих себя. В противном случае, при свободе потребительского выбора, нет никаких гарантий, что определенная группа граждан предпочтет расходовать свои средства на текущее потребление, чем на образование и другие социально значимые блага.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Государственный патернализм позволяет смягчить нерациональность индивидуального потребительского поведения и обеспечить более или менее равный доступ к социально значимым благам. Однако с расширением сферы социально значимых благ, с включением в эту сферу трансфертных платежей, ориентированных на справедливое распределение доходов, социальную стабильность, на равенство возможностей, равный доступ всех членов общества к социально-культурным услугам, возникает опасность установления *патерналистского деспотизма*. Как справедливо отметил американский профессор Дж.Ю.Стиглиц, в условиях, когда государство берет на себя большой объем патерналистской ответственности, одна группа граждан может навязать через властные структуры свою волю и предпочтения другим слоям населения, а также свои взгляды в отношении того, как вести себя и что потреблять.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Патернализм ([лат. *paternus*](#) — отцовский, отеческий) (Материал из Википедии — свободной энциклопедии)

- 1) Покровительство, [опека](#) старшего по отношению к младшим, подопечным;
- 2) В трудовых отношениях в некоторых странах — система дополнительных [льгот](#), [субсидий](#) и выплат на предприятиях за счет предпринимателей с целью закрепления кадров, повышения производительности, смягчения напряжения;
- 3) В международных отношениях — опека крупных государств над более слабыми странами, колониями, подопечными территориями.
- 4) Во внутригосударственных отношениях - политика государства в отношении своих граждан, направленная на всестороннее развитие и благополучие всех граждан. Характеризуется провозглашением лозунга "Государство для народа", а так же сверхклассовой (лабиринт между классовыми интересами) политикой. Возможно только при сильной вертикальной власти. Простым языком П. можно назвать как опеку отца (государственной власти) над детьми (гражданами) при удовлетворении потребностей граждан максимально используя политику не вмешательства в сферы бизнеса (особенно мелкого и среднего). В отличие от социализма главная ценность П.- каждая личность, а не общество в целом, но при условии "отцовских" отношений в отношениях между государством и гражданином.

В идейном плане принципы патернализма противостоят идеологии [социального дарвинизма](#).

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Рыночные регуляторы не срабатывают, когда они имеют дело с социально значимыми благами, такими как услуги образования, здравоохранения и культуры, поскольку долгосрочный характер и огромная масштабность их внешнего воздействия обуславливает невозможность количественно оценить и измерить вклад усилий каждого человека в общий внешний эффект. При допущении добровольного сбора средств населения на социально-значимые блага, неизбежно встает проблема «зайцев», вызванная нежеланием отдельных людей нести затраты на содержание учреждений социально-культурной сферы при одновременном стремлении воспользоваться этими услугами. Поэтому производство социально значимых благ требует использования государственных институтов принудительного порядка потребления этих благ и обязательного налогообложения. Но в отличие от чистых общественных благ, они могут предоставляться не только общественным, но и частным образом.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Возможны **различные способы** предоставления социально значимых общественных благ.

Первый способ состоит в том, что государственная организация предоставления социально значимых благ устанавливается до общественно необходимого, закрепленного конституцией уровня, сверх которого предоставление этих благ осуществляется на платной основе негосударственными структурами.

Второй способ предполагает использовать социальные ваучеры, оплаченные посредством налогово-бюджетной системы и предоставляемые каждому члену общества с последующей возможностью ограниченного потребительского выбора.

2. Виды общественных благ, их характеристика. Классификация общественных благ.



Третий способ – организация частного предоставления социально-значимых благ на контрактной основе общественных организаций с частными фирмами, а также путем выдачи им лицензий на экономическую деятельность, связанную с определенными видами смешанных общественных благ (например, сбор и утилизация мусора, таксомоторное и автобусное обслуживание и т.д.).

Развитие негосударственных форм организации предоставления общественных благ в сочетании с государственными означает, что общественная экономика представляет собой только не сферу действия государственных, политических институтов. Это – экономическое пространство для взаимодействия квазирыночных механизмов и участия государственных, частных структур в предоставлении общественных благ.

3. Проблемы переполнения и теория клубных благ.



Разновидность смешанного блага – это благо совместного потребления с ограниченным доступом, которое принято называть **клубным благом**. Здесь принцип исключаемости применяется *не к отдельному человеку, а к группе людей*. Доступ к потреблению такого рода смешанных благ ограничен уставными требованиями и размерами членских взносов. Типичными примерами организации предоставления смешанных благ ограниченного доступа могут быть клубы по интересам (теннисные и другие спортивные клубы), добровольные ассоциации собственников жилья, садовых участков и другие самоуправляемые общественные организации. Здесь объектом исключаемости является не отдельный член общества, не индивидуальный потребитель, а сообщества людей и группа потребителей.

3. Проблемы переполнения и теория клубных благ.



Полезность благ совместного потребления зависит от численности пользователей. Когда пройдена граница неконкурентности (несоперничества), у потребителей могут нарастать неудобства. Так, например, чтобы избежать чрезмерных затрат на строительство спортивных сооружений, предпочитают терпеть неудобства. При этом потребители делят между собой как издержки, так и выгоды, хотя, при прочих равных условиях, многим желательнее выгоды делить с относительно небольшим числом партнеров, а издержки – с максимально большим их числом.

3. Проблемы переполнения и теория клубных благ.



Поиск оптимума побуждает сопоставлять затраты и выгоды, причем оптимальная численность пользователей смешанного общественного блага не обязательно совпадает с их численностью, при которой не ощущается перегрузка. Решаются два основных вопроса:

- во-первых, при какой численности потребителей достигается наиболее эффективное использование данного количества смешанного общественного блага;
- во-вторых, какое количество общественного блага наиболее соответствует данному числу потребителей.

3. Проблемы переполнения и теория клубных благ.



Ответы на эти вопросы можно получить с помощью **теории клубов**, когда приходится определять оптимальное число членов клуба, соответствующее им по размеру помещению, количеству площадок для игры в теннис, гольф и т.п.

Теория клубов непосредственно соотносится с действиями государственных или местных органов управления, поскольку в их компетенцию входит ответственность за поставку конкретных смешанных общественных благ.



3. Проблемы переполнения и теория клубных благ.

Клубное благо - это смешанное общественное благо, число потребителей которого ограничено, при этом потребители делят между собой как выгоды, так и издержки.

Клубное решение проблемы производства общественного блага возможно только в том случае, если данное благо в какой-то степени обладает свойством исключаемости в потреблении.

Исключение из потребления, его ограничение, могут быть достигнуты установлением цены за пользование благом. Для этого организуются «клубы», производящие общественное благо и решающие проблему «безбилетника». Например, в случае с плавательным бассейном пользование им ограничивается теми, кто платит. По мере увеличения числа желающих пользоваться услугами плавательного бассейна возникает проблема переполнения, которая решается либо путем повышения платы, либо путем расширения бассейна. Объемы производства этого общественного блага в любом случае будут определяться условием равенства предельной выгоды предельным издержкам.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Особенности общественных благ проявляются при формировании спроса на общественные блага, а также при определении условий равновесного объема производства общественных благ. При определении условий равновесного объема производства общественных благ необходимо принимать во внимание такое их свойство, как несоперничество.

В отличие от общественных благ частные блага, наоборот, обладают свойством соперничества в потреблении. Чем выше спрос на частное благо, тем больше должно быть их производство.

Так как частное благо обладает свойством соперничества, то каждая единица блага будет потреблена одним человеком. Предельная польза дополнительной единицы блага представляет собой наибольшее его желание платить за единицу блага.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



В отличие от частных благ общественные блага обладают свойством несоревнования. Разный объем потребления общественного блага осуществляется при одном и том же его количестве. При производстве какого-то количества общественного блага пользу получают все потребители.

Почему же рыночный механизм не срабатывает в случае с общественными благами? Как правило, общественные блага, доступные к потреблению многими людьми, требуют больших затрат на их производство. И если каждый из потребителей недостаточно высоко оценивает пользу от потребления блага, а значит, не готов возмещать все затраты на его производство, то рынок не срабатывает, имеет место сбой рынка.

Если нет платежеспособного спроса на общественное благо, то оно не производится. Рынок в данном случае неэффективен.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



До сих пор причины сбоев рынка в отношении производства общественных благ мы рассматривали, опираясь на такое их свойство, как *несоперничество* в потреблении. Обратимся к другому свойству общественных благ - *неисключаемости*. Неисключаемость блага была определена выше как невозможность либо по техническим причинам, либо по причине дороговизны исключить других лиц из сферы потребления общественного блага, т.е. невозможность запретить потребление блага другими лицами. В связи с анализом неисключаемости возникает проблема ***безбилетника (фрирайдера)***.

Проблема безбилетника (фрирайдера) - это проблема потребления общественного блага без соответствующей платы за него.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



В потреблении общественного блага участвует множество людей. При этом у каждого возникает стимул не платить за предоставляемое благо, каждый надеется «проехать без билета». Представим, что каждый считает: его возможная плата за благо мала по сравнению с общей стоимостью общественного блага, и его решение платить или не платить не повлияет на коллективное решение. Нет смысла платить. Кроме того, каждый надеется, что благо все равно будет произведено, если многие, но не он, заплатят. Если все потребители общественного блага рассуждают таким образом, то никто из них не будет платить и общественное благо не будет произведено.

Проблема безбилетника представляет собой пример так называемой **дилеммы заключенного**.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Дилемма заключенного является теоретико-игровой моделью, смысл которой состоит в том, что поведение, отвечающее критерию индивидуальной рациональности, может противоречить критерию коллективной рациональности.

Модель была названа дилеммой заключенного, так как первоначально она базировалась на примере двух заключенных, перед которыми стоит проблема признаваться или не признаваться в совершенном преступлении, причем решение они принимают независимо друг от друга.

В нашем случае каждый потребитель стоит перед выбором - платить или не платить за потребление, а, значит, и за производство общественного блага. В табл. 4.1 представлены два потребителя А и В, варианты платить и не платить, их различные сочетания. Числа означают выигрыш или пользу со знаком (+), потери со знаком (-) для потребителей при принятии того или иного решения. Предположим, что польза от общественного блага для каждого из них равна 8 единицам, а общие затраты на производство блага равны 10.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Таблица 4.1

Дилемма заключенного в случае с общественным благом

		Потребитель <i>B</i>	
		Платить	Не платить
Потребитель <i>A</i>	Платить	+3; +3	-2; +8
	Не платить	+8; -2	0; 0

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Рассмотрим разные варианты принятия решений потребителями общественного блага. Если оба потребителя решили платить (левая верхняя клетка таблицы), то они делят издержки производства блага между собой, поэтому выигрыш каждого равен +3 единицам ($10 : 2 = 5$; $8 - 5 = 3$).

В том случае, когда платит один, он несет на себе все затраты по производству блага, а другой является «безбилетником». Например, если платит потребитель «А» (правая верхняя клетка таблицы), то он теряет -2, а потребитель «В» имеет выигрыш +8 единиц. Если платит потребитель «В», то он теряет -2, а потребитель «А» выигрывает +8.

Если никто не платит (правая нижняя клетка таблицы), то благо не производится, результат для каждого равен нулю.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Выбор каждого с учетом возможных выигрыша и потерь - не платить. Например, если потребитель «В» платит, то в результате он имеет либо выигрыш +3, либо проигрыш -2. Если же он не платит, то он либо выигрывает +8, либо остается без выигрыша, но и без проигрыша.

В конечном итоге общественное благо не производится, поскольку каждый в отдельности решил не платить за его потребление. Каждый рассуждал рационально, но коллективный выбор нерационален. Из табл. 4.1 видно, что если бы каждый заплатил, то общий результат был бы выше (+6), чем в случае с отказом платить, где общий результат равен нулю.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Существуют случаи, когда предпосылка о рациональном поведении потребителя общественных благ как «безбилетника» является неверной. В частности, это относится к поведению людей в небольших коллективах, небольших населенных пунктах. В небольших коммунах люди в большей степени склонны к честному поведению, для них в меньшей степени характерна психология фрирайдера. Они чувствуют себя частью общества, их поведение на виду у всех членов коллектива, оно «контролируется» обществом в разных формах. Жители небольших городов в большей степени чувствуют поощрение со стороны общества за нравственное поведение и осуждение за безнравственные поступки.

Примером такого общественного блага, производство которого не требует государственного вмешательства, может служить организация общественной охраны в небольшом населенном пункте, например в деревне. От общественной охраны выигрывают все жители. Данное благо обладает свойствами неисключаемости и несоперничества в потреблении, оно является общественным благом. При организации общественной охраны всем видно, кто не участвует лично в этом мероприятии или не участвует в финансовой форме, т.е. кто является «безбилетником».

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



В общественном секторе цены играют специфическую роль, которая определяется особенностью формирования спроса и предложения общественных благ с учетом их разновидностей. Это означает, что существуют различия в ценообразовании в зависимости от сегментации общественного сектора.

Порядок установления цен на чистые общественные блага отличается от ценообразования на смешанные общественные блага разного рода (например, от формирования цен на общественные блага, созданные естественными и институциональными монополиями, на социально значимые общественные блага и на перегружаемые общественные блага).

Поскольку чистое общественное благо потребляется всеми и невозможно исключить из потребления тех, кто не готов покупать его, и для всех новых потребителей предельные издержки его потребления равны нулю, то эта разновидность общественных благ не имеет рыночной цены (нулевая цена). Непосредственно потребители не производят денежной оплаты чистого общественного блага, они получают его бесплатно. Бесплатность чистых общественных благ имеет мнимый характер. Их финансирование осуществляется с помощью налогов.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Бесплатность чистых общественных благ означает, что равновесие предложения и спроса на них устанавливается не с помощью механизма цен, а путем *неценового механизма* принятия решений.

Неценовой механизм включает, во-первых, соблюдение бюджетно-финансового равновесия на основе баланса налоговых поступлений и нормативного финансирования, во-вторых, установление режима рacionamento с помощью карточек (талонов, купонов) и очередности получения общественных благ и, в-третьих, использование социального института голосования (с помощью всеобщей избирательной системы или «голосования ногами»). Что касается равновесия спроса и предложения некоторых смешанных общественных благ (в частности, исключаемых и перегружаемых общественных благ), то оно устанавливается с помощью цен. Следовательно, различные сегменты общественного сектора отличаются неодинаковым соотношением неценового и ценового регулирования.

4. Формирование спроса и предложения на общественные и социально-значимые блага. Основы ценообразования в общественном секторе.



Для сегмента общественного сектора, имеющего отношение к чистым и социально значимым общественным благам, характерно неценовое регулирование, а для сегментов общественного сектора, касающихся производства и потребления продукции естественной монополии и исключаемых общественных благ, существенную роль в установлении равновесия спроса и предложения играет ценовое регулирование.

Ценообразование в общественном секторе, за исключением некоторых видов смешанных общественных благ, представляет собой ценообразование в условиях несовершенной конкуренции. Типичным примером является государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий, к которым относятся коммунальные службы по снабжению населения электроэнергией, теплом, водой, газом, телекоммуникации, городской пассажирский транспорт, железная дорога и т.д.

Тема 2. Занятие № 1.



Спасибо за внимание!