

**Б.И. ГЕРАСИМОВ, Т.М. КОНОВАЛОВА,
Е.В. НИЖЕГОРОДОВ**

**МИКРОЭКОНОМИКА:
ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

**Тамбов
◆ Издательство ГОУ ВПО ТГТУ ◆
2010**

УДК 330.101.542 (075.8)
ББК У 012.1я73 / Г-371
Г371

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор,
директор академии «Экономика и предпринимательство»
ГОУ ВПО ТГУ им. Г.Р. Державина
В.И. Абдукаримов

Доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой «Бухгалтерский учёт и аудит»
ГОУ ВПО ТГТУ
Л.В. Пархоменко

Герасимов, Б.И.

Г371 Микроэкономика: введение в экономический анализ : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, Е.В. Нижегородов ; под ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. – Тамбов : Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. – 80 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-8265-0919-7.

Рассматриваются базовые микроэкономические категории, интерпретирующие рыночное поведение различных экономических субъектов: домашних хозяйств, организаций.

Предназначено для студентов 1 курса специальностей 080105, 080109 очной формы обучения.

УДК 330.101.542 (075.8)
ББК У 012.1я73 / Г-371

ISBN 978-5-8265-0919-7

© Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Тамбовский государственный технический
университет» (ГОУ ВПО ТГТУ), 2010

Министерство образования и науки Российской Федерации

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Тамбовский государственный технический университет»**

**Б.И. ГЕРАСИМОВ, Т.М. КОНОВАЛОВА,
Е.В. НИЖЕГОРОДОВ**

МИКРОЭКОНОМИКА: ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

*Утверждено Учёным советом университета
в качестве учебного пособия для студентов
1 курса специальностей 08015, 080109 очной формы обучения*



Тамбов
Издательство ГОУ ВПО ТГТУ
2010

Учебное издание

ГЕРАСИМОВ Борис Иванович,
КОНОВАЛОВА Тамара Михайловна
НИЖЕГОРОДОВ Евгений Валерьевич

МИКРОЭКОНОМИКА: ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Учебное пособие

Редактор И.В. Калистратова
Инженер по компьютерному макетированию М.А. Филатова

Подписано в печать 14.05.2010
Формат 60 × 84/16. 4,65 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ № 272

Издательско-полиграфический центр ГОУ ВПО ТГТУ
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

ВВЕДЕНИЕ

Профессиональный экономист должен не только знать общие тенденции развития организации в новых экономических условиях, но и понимать, каким образом действия основных экономических законов проявляются на уровне конкретного хозяйствующего субъекта. Он должен хорошо владеть современными методами экономических исследований и уметь применять их на практике.

В настоящем учебном пособии излагаются как теоретические основы, так и прикладные вопросы экономического анализа, в соответствии с новым государственным стандартом по данной дисциплине.

Для эффективного использования экономических ресурсов и потенциала общества необходимо изучение сущности процессов и явлений, происходящих в экономике. Экономическая жизнь общества многообразна и разнообразна, поэтому изучение явлений, в целом, крайне затруднено.

В связи с развитием производительных сил и производственных отношений, возникает необходимость в экономическом анализе. Экономический анализ занимает значительное место в системе знаний общества и широко используется для изучения закономерностей развития экономики.

Существует тесная взаимосвязь между экономической теорией и экономическим анализом. Экономическая теория изучает экономические законы, механизмы их действия, создает теоретическую основу для развития всех экономических дисциплин. При проведении аналитических исследований необходимо учитывать действия этих законов. В то же время экономический анализ определённым образом содействует развитию экономической теории. Проведение аналитических исследований позволяет накапливать сведения о проявлении тех или иных экономических закономерностей. Изучение этих сведений позволяет формулировать новые, ранее неизвестные законы, делать прогнозы развития экономики.

1. ВЗАИМОСВЯЗЬ МИКРОЭКОНОМИКИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

1.1. МИКРОЭКОНОМИКА: ПОНЯТИЕ, СУБЪЕКТЫ, ПОЗИТИВНЫЙ И НОРМАТИВНЫЙ УРОВЕНЬ

Микроэкономика изучает экономические отношения отдельных рыночных субъектов. **К рыночным субъектам** относят: домашние хозяйства (семья, состоящая из одного или большего количества лиц), организации, органы государственной и муниципальной власти. Таким образом, поведение отдельной фирмы или потребителя можно отнести к области микроэкономического анализа. Под **экономическими отношениями** принято понимать отношения, связанные с производством, распределением, обменом и потреблением различных товаров и услуг. Взаимодействие рыночных субъектов микроэкономики можно представить в виде следующей схемы (рис. 1.1).

Когда мы говорим о микроэкономике необходимо разделять теоретический и естественный уровень. **Естественный уровень** представляет собой реальные экономические отношения микроэкономических субъектов, например, покупка домашним хозяйством блага или продажа организацией различных товаров. Естественный уровень микроэкономики является частью нашей жизни и базисом для создания теоретических постулатов. Именно на естественном уровне происходят различные события, которые ложатся в основу теоретического микроэкономического анализа.

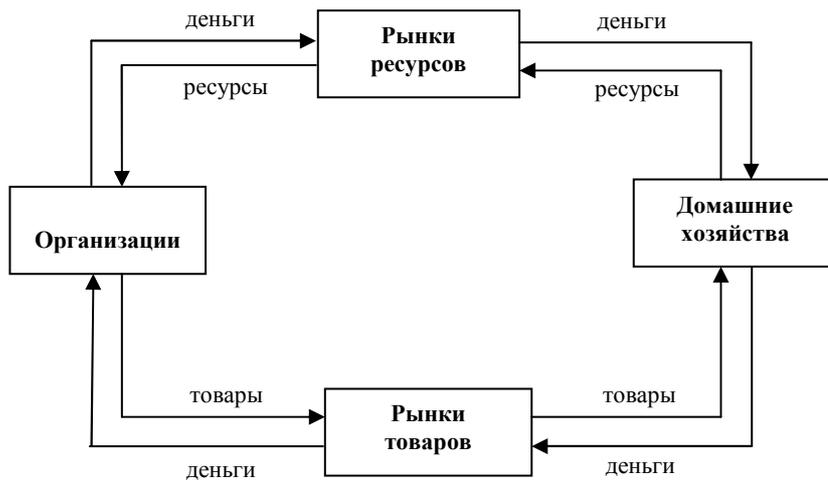


Рис. 1.1. Модель взаимодействия рыночных субъектов

Теоретическая микроэкономика представляет собой совокупность теорий, интерпретирующих экономическое поведение рыночных субъектов. Формирование таких теорий позволяет определить базовые закономерности поведения рыночных субъектов, что повышает результативность и эффективность управления ими. К основным теоретическим категориям и понятиям микроэкономики можно отнести: ресурсы, потребности, спрос, предложение эластичность, закон убывающей предельной полезности, закон убывающей производительности и т.д.

Кроме того, микроэкономике делят на позитивную и нормативную. **Позитивная** микроэкономика включает факты и причинно-следственные зависимости. Она включает описание, разработку теорий, а затем их проверку. **Нормативная** микроэкономика отражает субъективные суждения отдельных лиц относительно каких-либо проблем и необходимых действий.

Результат функционирования рыночных субъектов определяется кривой производственных возможностей, которая представлена на рис. 1.2. Сложение частных векторов приводит экономику в ту или иную точку кривой производственных возможностей. Для того чтобы увеличить производство какого-либо товара, необходимо пожертвовать другим, в этом проявляется проблема **альтернативного выбора**.

Например, для увеличения производства товара X на 7 единиц и перехода из точки B в точку C , экономике придется отказаться от производства 3 единиц товара Y .

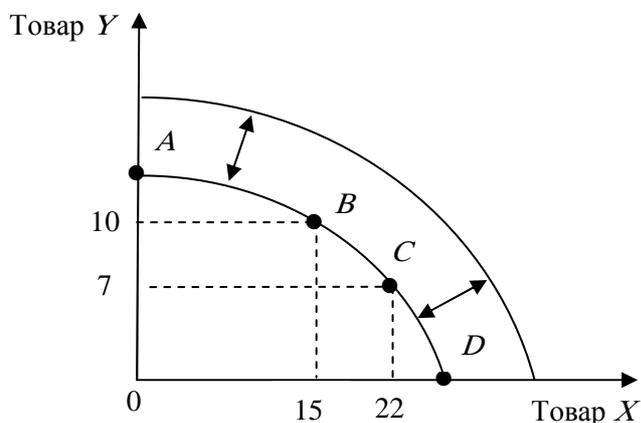


Рис. 1.2. Кривая производственных возможностей

Кривая производственных возможностей имеет динамичный характер. Сдвиг кривой вправо означает увеличение производительных сил рыночных субъектов и наоборот. Например, финансово-экономический кризис последних лет снизил производственные возможности большинства мировых экономик на 4 ... 9%.

В последнее время в микроэкономике наиболее актуальным становится **предельный** или **маржинальный анализ**. Суть его сводится к тому, что анализируются выгоды и издержки на дополнительную единицу продукции, услуги или другого блага. Например, стоит ли брать дополнительный урок по экономике или стоит ли этих денег время, потраченное на спортивную секцию и т.д.

1.2. ПРЕДМЕТ МИКРОЭКОНОМИКИ

Предмет микроэкономики состоит в поиске наиболее оптимальных способов использования ограниченных ресурсов на микроэкономическом уровне с целью удовлетворения безграничных потребностей.

В экономике постоянно используются два важнейших показателя, к которым относят: **эффективность** – соотношение между фактическими затратами и полученным доходом или продуктом, другим показателем является **результативность** – соотношение между запланированными и фактическими результатами.

Как мы уже отметили, микроэкономика старается найти наиболее эффективные способы использования ресурсов. Это не только задача конкретного рыночного субъекта произвести больше с минимальными затратами, но и всей экономической системы общества. Особенно она становится актуальной в последнее время, когда всё чаще поднимаются вопросы истощения и ограниченности некоторых видов ресурсов, а также обострение глобальных экологических проблем. Не менее актуальна проблема эффективности и для России: по оценкам специалистов, по этому показателю наша страна отстает от Японии в 6 раз, от США в 3 раза, на отопление квартиры в России уходит, в среднем, в два раза больше ресурсов, чем в соседней Финляндии со схожим экономическим климатом.

Для создания различных благ используются ресурсы. Сегодня в экономической теории принято выделять следующие виды ресурсов: землю, капитал, труд и предпринимательскую способность. Роль ресурсов неоднородна и постоянно меняется. Если двести лет назад главным экономическим ресурсом была земля, то уже сегодня на первый план вышел капитал, а в будущем таким ресурсом будет предпринимательская способность. Соответственно, и успех экономической организации будет зависеть от уровня развития соответствующего ресурса.

К земле относят не только почву, но и различные полезные ископаемые, находящиеся в ней, леса, водные объекты и их обитатели. Обеспеченность земельными ресурсами играет важную, но уже не ключевую роль в экономическом успехе.

Капитал имеет две формы. С одной стороны, это совокупность средств производств, так называемый физический капитал, с другой стороны – это денежные средства, которые относят к финансовому капиталу. Именно этот фактор сегодня в большей степени определяет уровень конкурентоспособности рыночного субъекта, поскольку только при наличии современных средств производства и технологий возможно создавать современные высококачественные товары. Одной из проблем современной промышленности России является высокая степень изношенности и низкая эффективность средств производства, что в совокупности с отсталой технологией делает многие отечественные предприятия неконкурентоспособными как на мировом, так и внутреннем рынке.

Труд включает в себя физические и умственные действия, выполняемые для осуществления различных операций. Развитие науки, создание и внедрение наукоёмкой техники и современных технологий, развитие рыночной инфраструктуры повысили значимость труда как экономического фактора. Известное выражение «кадры решают все», как никогда ранее актуально сегодня. С уверенностью можно сказать, что данная тенденция не только сохранится в будущем, но и будет только нарастать.

Предпринимательская способность представляет собой уникальную способность соединять все другие ресурсы с целью получения прибыли. Так же как и труд, этот вид ресурса выходит на первое место, как в экономическом успехе фирмы, так и в процветании страны.

В отличие от труда, предпринимательская способность направлена на создание чего-то нового, инновационного, именно она является двигателем прогресса и динамичного развития общества.

Вся экономическая система формируется и развивается для обеспечения удовлетворения потребностей людей. **Потребность** – это острая нужда в чём-либо. Особенность потребностей заключается в том, что они удовлетворяются не навсегда, а на определённый период времени. С одной стороны, это требует постоянного потребления ресурсов, с другой – это даёт стабильность экономике.

1.3. МЕТОДЫ МИКРОЭКОНОМИКИ

Под методом науки, в широком смысле, понимают исследование своего предмета.

Всеобщий метод исследования – **метод диалектики**, означающий, что, во-первых, все явления изучаются во взаимосвязи и взаимообуславливаются, во-вторых, все явления изучаются в движении, изменении и развитии.

Составными частями научного метода изучения является:

– **анализ** (от греческого «разделение», «разложение») – изучаемый объект дробится на элементы, составляющие объект и исследуется их самостоятельное функционирование;

– **синтез** – выделенные в анализе элементы объединяются в целое путём установления связей между ними.

Выделяют:

1. **Общетеоретический экономический анализ** – изучает экономические процессы и явления на макроуровне.

2. **Экономический анализ на микроуровне** – изучает закономерности деятельности экономических субъектов.

Среди методов современной науки, применяемых в экономическом анализе, можно выделить:

– **моделирование** – исследуемый объект заменяется другим подобным объектом;

– **эксперимент** – связывает теоретические исследования с практическими результатами, подтверждает или опровергает научные теории;

– **индукция** – движение мысли от отдельных факторов к общему выводу, умозаключения о природе и закономерностях явлений;

– **дедукция** – движение мысли от общего положения к частным выводам;

– **графический метод** – отображает хозяйственные процессы и явления с помощью схем, графиков, диаграмм, таблиц.

– **историко-логический метод** – изучение социально-экономических процессов в их исторической последовательности в сопровождении с логическими обоснованиями.

Экономический анализ при исследовании экономических явлений и процессов использует диалектический подход, который реализуется через систему конкретных процессов и способов, моделирующих состояние объекта.

Основные термины и понятия

Микроэкономика, рыночный субъект, домашнее хозяйство, организация, предельный (маржинальный) подход, нормативная микроэкономика, позитивная микроэкономика, кривая производственных возможностей, альтернативный выбор, эффективность, результативность, предмет микроэкономики, ресурс, потребность, наблюдение, анализ, синтез, индукция, дедукция.

Контрольные вопросы

1. Что такое микроэкономика? Какие виды рыночных субъектов вы знаете? Дайте им характеристику. Какие этапы экономических отношений вы знаете?

2. Как осуществляется взаимодействие между рыночными субъектами?

3. В чём отличие нормативной экономики от позитивной? Приведите примеры.

4. Дайте характеристику кривой производственных возможностей. В чём заключается суть альтернативного выбора?

5. Приведите примеры предельного (маржинального) анализа.

6. В чём состоит предмет микроэкономики? Дайте определения терминам «эффективность» и «результативность».

7. Какие виды ресурсов вы знаете? Дайте им характеристику.

8. Какие методы микроэкономики вы знаете? Охарактеризуйте их.

2. АНАЛИЗ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ИНДИВИДУАЛЬНЫХ РЫНКАХ. ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ

2.1. РЫНОК: ПОНЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ

Развитие рынков является одной из главных черт становления капиталистической системы в экономике, поэтому любое государство заинтересовано, чтобы на его территории успешно функционировало как можно больше разнообразных рынков. Наиболее существенные условия становления и функционирования рынков включают:

- наличие соответствующей законодательной базы;
- отсутствие дискриминации продавцов и покупателей;
- развитая современная инфраструктура.

В общем виде, под «рынком» понимается определённое место, где происходит совершение сделки между покупателем и продавцом товара или услуги.

Существуют различные классификации рынков по многим критериям. Рассмотрим некоторые из них.

1. По охвату территории выделяют: местные рынки, городские, региональные, национальные, международные.
2. По объёму совершаемых сделок: маленькие, средние, большие.
3. По ассортименту продаваемых товаров: специализированные рынки, на которых продаётся какой-то один специализированный товар, и дифференцированные, на которых продаётся широкий ассортимент товаров.
4. По способу взаимодействия покупателя и продавца: традиционные рынки, на которых происходит непосредственное взаимодействие покупателей и продавцов; новые рынки, на которых взаимодействие покупателей с продавцом может осуществляться с помощью каталогов, телефона, Интернета.

2.2. АНАЛИЗ РЫНОЧНОГО СПРОСА

Каждый человек ежедневно совершает различные покупки, может быть, даже не задумываясь об этом, он является важным элементом экономической системы, формируя спрос на различные товары и услуги. Любой предприниматель старается удовлетворить спрос потребителей, чтобы получить максимум прибыли. Именно на долю спроса приходится большая часть Валового внутреннего продукта (ВВП) в любой экономике. Таким образом, спрос является одной из важнейших категорий экономического анализа.

Спрос – это количество товара, купленное по определённой цене.

График спроса традиционно изображается в виде выгнутой линии, как показано на рис. 2.1, однако для облегчения дальнейшего анализа мы будем представлять его в виде прямой линии, как показано на рис. 2.2.

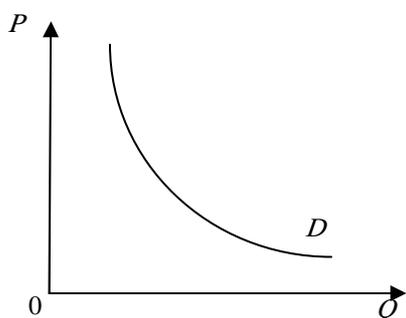


Рис. 2.1. График спроса в виде выгнутой линии

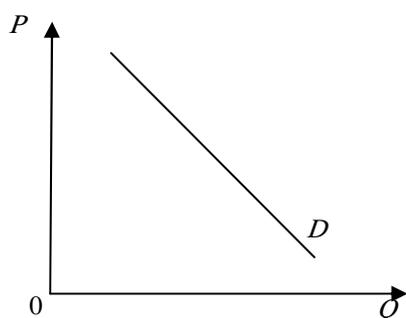


Рис. 2.2. График спроса в виде прямой линии

Кривая спроса (D , от англ. demand), имеет нисходящий характер, что отражает отрицательную зависимость между ценой товара и величиной спроса.

Почему при снижении цены потребитель готов купить больше товара, и наоборот, при повышении цены будет покупать меньше? Ответы на эти вопросы дают следующие зависимости, сформулированные экономистами.

1. Эффект дохода. Согласно эффекту дохода, при снижении цены на товар потребитель может купить большее его количество, не отказывая себе во всех остальных товарах.

2. Эффект замещения. Данная зависимость относится к товарам, которые могут замещать друг друга, например масло и маргарин. Суть эффекта заключается в том, что при повышении цены на один из взаимозаменяемых товаров потребитель может увеличить потребление второго с целью замещения первого. Практика показывает, что обычно так происходит при значительном изменении цены на один из взаимозаменяемых товаров.

3. Закон убывающей предельной полезности. Один из центральных экономических законов. Он основывается на понятии полезности. Более детально полезность рассмотрена в теории потребительского поведения. Сейчас для нас важен тот факт, что многочисленные наблюдения фиксируют следующую зависимость: каждая последующая единица блага, как правило, приносит потребителю всё меньшую полезность. Традиционный пример с водой. Представим караван в пустыне. Его путники проделали большой и трудный путь. Первый стакан воды принесёт им огромную пользу, второй – меньшую, а после пятого жажда будет утолена. Таким образом, по мере удовлетворения потребности полезность блага постепенно снижается, и потребитель готов платить за него всё меньшую цену. Вернемся всё к той же воде. Вода является основным источником жизни, однако сегодня она предоставляется за относительно невысокую плату. Люди поливают ей цветы, огород, моют машины и даже улицы. Всё дело в том, что воды очень много, она в избытке. Как только настанет её дефицит, вода станет самым дорогим благом на земле.

В анализе спроса важное место занимают факторы, влияющие на величину спроса. Обычно, их принято делить на две категории: ценовые и неценовые.

Ценовой фактор – это цена товара. Как показано на рис. 2.3, изменение цены не сдвигает кривую спроса, изменение цены приводит к перемещению по графику от точки A к точке A_1 , и наоборот. **Неценовые факторы** более разнообразны, к ним относят: изменение доходов потребителей, изменение численности потребителей, изменение предпочтений потребителей и т.д. Неценовые факторы спроса приводят к смещению кривой спроса влево или вправо, как показано на рис. 2.4. Смещение вправо считается более выгодным и означает, что по той же цене потребитель готов покупать больше товаров и услуг.

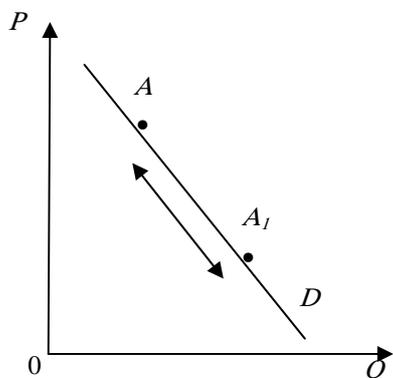


Рис. 2.3. Влияние ценового фактора на изменение спроса

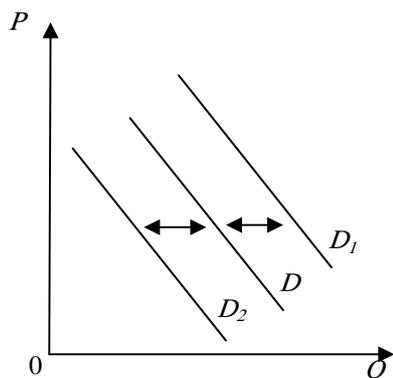


Рис. 2.4. Влияние неценовых факторов на изменение спроса

2.3. АНАЛИЗ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Предложение является ещё одним ключевым фактором экономических отношений. Как правило, предложение формируется различными фирмами, производящими товары и услуги, и в меньшей степени, домашними хозяйствами.

Предложение – это количество товара, которое рыночный субъект предлагает по определённой цене.

График предложения традиционно изображается в виде выгнутой линии, как показано на рис. 2.5, однако для облегчения дальнейшего анализа мы будем представлять его в виде прямой линии, как показано на рис. 2.6.

Кривая предложения (S , от англ. supply) имеет восходящий характер, что отражает положительную зависимость между ценой товара и величиной спроса. Другими словами, при повышении цены предложение будет увеличиваться.

Так же как и у спроса, у предложения можно выделить ценовые и неценовые факторы. **Ценовой фактор** предложения – цена товара. Как показано на рис. 2.7, при изменении цены происходит движение вдоль кривой предложения от точки A к точке A_1 , и наоборот. К **неценовым факторам** предложения принято относить: изменение количества производителей, изменение ожиданий производителей, изменение налогов и дотаций. В результате действия неценовых факторов происходит смещение кривой предложения влево или вправо, как показано на рис. 2.8. Смещение кривой предложения вправо означает, что при той же цене производитель готов предложить больше товаров и услуг на рынке.

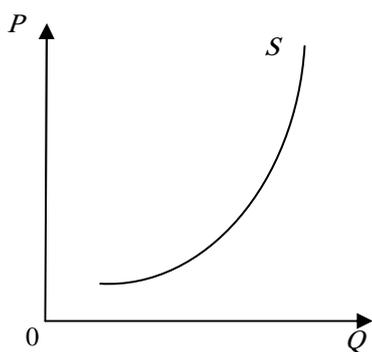


Рис. 2.5. График предложения в виде выгнутой линии

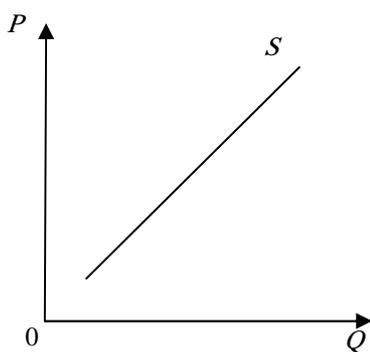


Рис. 2.6. График предложения в виде прямой линии

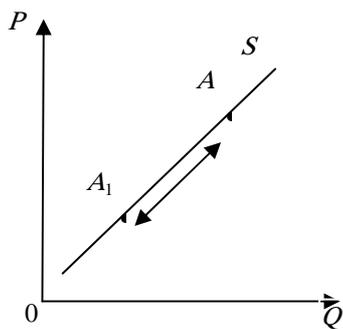


Рис. 2.7. Влияние ценового фактора на изменение предложения

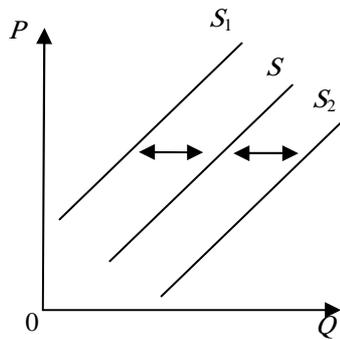


Рис. 2.8. Влияние неценовых факторов на изменение предложения

2.4. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Рыночное равновесие (рис. 2.9) представляет собой ситуацию совпадения спроса и предложения. В экономической науке сложились две точки зрения. Сторонники классического подхода считают, что рыночное равновесие характерно для рыночного хозяйства. Сторонники кейнсианской теории, наоборот, считают, что рыночное равновесие является нестабильным и формируется случайно.

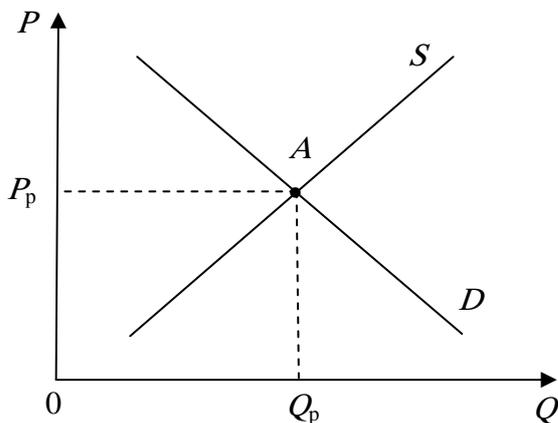


Рис. 2.9. Рыночное равновесие

Точка, в которой пересекаются кривые спроса и предложения, называется точкой равновесия, а соответствующие ей цена и количество, соответственной равновесной ценой и равновесным количеством.

На разных рынках рыночное равновесие ведёт себя неодинаково – на одних оно стабильно, на других постоянно меняется. Можно выделить несколько причин изменения рыночного равновесия.

1. Изменение спроса.

На рис. 2.10 и 2.11 представлены модели изменения спроса, приводящие к изменению рыночного равновесия.

Уменьшение спроса приводит к смещению кривой спроса влево, в результате чего происходит снижение равновесной цены и количества. Данное изменение можно представить в виде следующей зависимости: $\downarrow D = \downarrow P \downarrow Q$. Увеличение спроса приводит к смещению кривой спроса вправо, в результате чего происходит увеличение равновесной цены и количества. Данное изменение можно представить в виде следующей зависимости: $\uparrow D = \uparrow P \uparrow Q$.

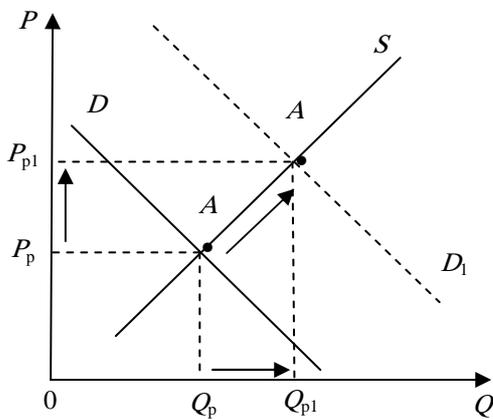


Рис. 2.11. Влияние увеличения спроса на рыночное равновесие

2. Изменение предложения.

На рис. 2.12 и 2.13 представлены модели изменения предложения, приводящие к изменению рыночного равновесия.

Уменьшение предложения приводит к смещению кривой предложения влево, в результате чего происходит увеличение равновесной цены и снижение количества. Данное изменение можно представить в виде следующей зависимости: $\downarrow S = \uparrow P$

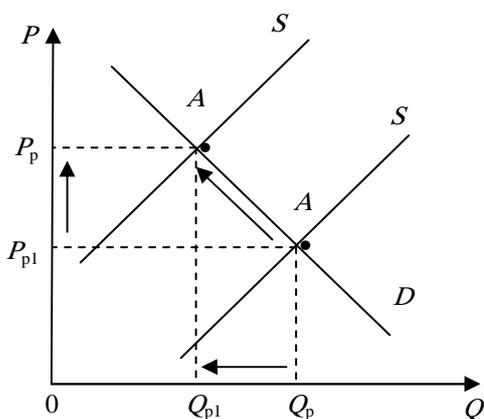


Рис. 2.12. Влияние снижения предложения на рыночное равновесие

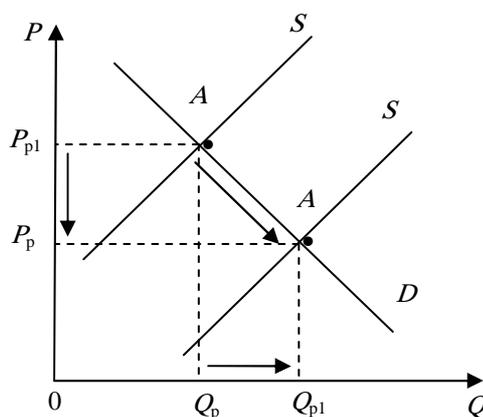


Рис. 2.13. Влияние увеличения предложения на рыночное равновесие

$\downarrow Q$. Увеличение предложения приводит к смещению кривой предложения вправо, в результате чего происходит снижение равновесной цены и увеличение количества. Данное изменение можно представить в виде следующей зависимости: $\uparrow S = \downarrow P$

3. Изменение спроса и предложения.

Выше мы рассмотрели более простые случаи, когда изменялся один из параметров рыночного равновесия. На практике происходит постоянное изменение обоих факторов, что несколько усложняет экономический анализ ситуаций. Обычно выделяют два случая.

3.1. Однонаправленное изменение спроса и предложения.

Для анализа такой ситуации воспользуемся зависимостями, рассмотренными выше.

3.1.1. Однонаправленное увеличение спроса и предложения.

Данную ситуацию можно описать совокупностью следующих зависимостей:

$$\begin{cases} \uparrow D = \uparrow P \uparrow Q, \\ \uparrow S = \downarrow P \uparrow Q \end{cases}$$

Как видно, цены у спроса и предложения имеют разнонаправленный характер, а количества – однонаправленный. На основании этого можно сделать следующие выводы:

а) если масштаб изменения спроса будет превышать масштаб изменения предложения, то увеличение спроса и предложения приведёт к увеличению цены и количества, и зависимость будет выглядеть как: $\uparrow D \uparrow S = \uparrow P \uparrow Q$.

б) если масштаб изменения спроса будет равен масштабу изменения предложения, то увеличение спроса и предложения приведёт только к увеличению количества, при этом цена не изменится, и зависимость будет выглядеть как: $\uparrow D \uparrow S = P - \text{const} \uparrow Q$.

в) если масштаб изменения спроса будет меньше масштаба изменения предложения, то увеличение спроса и предложения приведёт к снижению цены и увеличению количества, и зависимость будет выглядеть как: $\uparrow D \uparrow S = \downarrow P \uparrow Q$.

3.1.2. Однонаправленное уменьшение спроса и предложения.

Данную ситуацию можно описать совокупностью следующих зависимостей:

$$\begin{cases} \downarrow D = \downarrow P \downarrow Q, \\ \downarrow S = \uparrow P \downarrow Q. \end{cases}$$

Как видно, цены у спроса и предложения имеют разнонаправленный характер, а количества – однонаправленный. На основании этого можно сделать следующие выводы:

а) если масштаб изменения спроса будет превышать масштаб изменения предложения, то уменьшение спроса и предложения приведёт к увеличению цены и количества, и зависимость будет выглядеть как: $\downarrow D \downarrow S = \downarrow P \downarrow Q$.

б) если масштаб изменения спроса будет равен масштабу изменения предложения, то уменьшение спроса и предложения приведёт только к снижению количества, при этом цена не изменится, и зависимость будет выглядеть как: $\downarrow D \downarrow S = P - \text{const} \downarrow Q$.

в) если масштаб изменения спроса будет меньше масштаба изменения предложения, то уменьшение спроса и предложения приведёт к увеличению цены и снижению количества, и зависимость будет выглядеть как: $\downarrow D \downarrow S = \uparrow P \downarrow Q$.

3.2. Разнонаправленное изменение спроса и предложения.

В данном случае можно выделить две ситуации.

3.2.1. Увеличение спроса и уменьшение предложения.

Данную ситуацию можно описать совокупностью следующих зависимостей:

$$\begin{cases} \uparrow D = \uparrow P \uparrow Q, \\ \downarrow S = \uparrow P \downarrow Q. \end{cases}$$

Как видно, цена у спроса и предложения имеет однонаправленный характер, а количество – разнонаправленный. На основании этого можно сделать следующие выводы:

а) если масштаб изменения спроса будет превышать масштаб изменения предложения, то увеличение спроса и уменьшение предложения приведёт к увеличению цены и количества, и зависимость будет выглядеть как: $\uparrow D \downarrow S = \uparrow P \uparrow Q$.

б) если масштаб изменения спроса будет равен масштабу изменения предложения, то увеличение спроса и уменьшение предложения приведёт только к увеличению цены, при этом количество не изменится, и зависимость будет выглядеть как: $\uparrow D \downarrow S = \uparrow P Q - \text{const}$.

в) если масштаб изменения спроса будет меньше масштаба изменения предложения, то увеличение спроса и уменьшение предложения приведёт к увеличению цены и снижению количества, и зависимость будет выглядеть как: $\uparrow D \downarrow S = \uparrow P \downarrow Q$.

3.2.2. Однонаправленное уменьшение спроса и предложения.

Данную ситуацию можно описать совокупностью следующих зависимостей:

$$\begin{cases} \downarrow D = \downarrow P \downarrow Q, \\ \uparrow S = \downarrow P \uparrow Q. \end{cases}$$

Как видно, цены у спроса и предложения имеют однонаправленный характер, а количества – разнонаправленный. На основании этого можно сделать следующие выводы:

а) если масштаб изменения спроса будет превышать масштаб изменения предложения, то уменьшение спроса и увеличение предложения приведёт к уменьшению цены и количества, и зависимость будет выглядеть как: $\downarrow D \uparrow S = \downarrow P \downarrow Q$.

б) если масштаб изменения спроса будет равен масштабу изменения предложения, то уменьшение спроса и увеличение предложения приведёт только к снижению цены, при этом количество не изменится, и зависимость будет выглядеть как: $\downarrow D \uparrow S = \downarrow P Q - \text{const}$.

в) если масштаб изменения спроса будет меньше масштаба изменения предложения, то уменьшение спроса и увеличение предложения приведёт к снижению цены и увеличению количества, и зависимость будет выглядеть как: $\downarrow D \uparrow S = \downarrow P \uparrow Q$.

2.5. ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

В экономическом анализе спроса и предложения важным показателем является коэффициент эластичности. Именно на его основе фирмы могут определять, стоит ли изменять стоимость товаров и услуг и если стоит, то на сколько. **Коэффициент эластичности** показывает влияние изменения одной переменной на другую.

Экономисты выделяют эластичность спроса и предложения.

Коэффициент эластичности спроса показывает влияние какого-либо фактора на спрос.

Выделяют следующие факторы, влияющие на эластичность спроса:

– количество заменителей данного товара (чем больше заменителей, тем выше эластичность, поскольку потребители могут легко переключить спрос на товары-аналоги);

– доля данного товара в доходе потребителя (чем выше доля, тем выше эластичность).

Рассмотрим три вида эластичности спроса.

1. Эластичность спроса по цене (ценовая эластичность спроса).

Коэффициент эластичности спроса по цене (E_d) показывает, насколько изменится спрос на данный товар при изменении цены на него.

$$E_d = \frac{\Delta \% Q_d}{\Delta \% P}. \quad (1)$$

Коэффициент E_d может принимать несколько значений:

$E_d > 1$ – это означает, что спрос эластичный (например, при увеличении цены на 1% спрос снизится на 3%);

$E_d = 1$ – это означает, что у спроса единичная эластичность (например, при снижении цены на 7% спрос увеличится на 7%);

$E_d < 1$ – это означает, что спрос неэластичный (например, при увеличении цены на 1% спрос уменьшится на 0,5%);

$E_d = \infty$ – это означает, что спрос абсолютно эластичный (товары имеющие очень большое количество заменителей);

$E_d = 0$ – это означает, что спрос абсолютно неэластичный (товару, у которых нет заменителей, товары жизнеобеспечения от которых человек не может отказаться).

На рисунке 2.14 представлены кривые, имеющие разную степень эластичности.

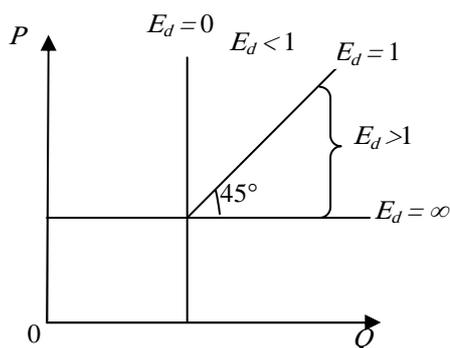


Рис. 2.14. Виды кривых разной эластичности

2. Перекрёстная эластичность спроса.

Коэффициент перекрёстной эластичности спроса (E_{xy}) – показывает насколько изменится спрос на один товар (x) при изменении цены на данный товар (y).

$$E_{xy} = \frac{\Delta\% Q_{dx}}{\Delta\% P_y} . \quad (2)$$

При анализе перекрёстной эластичности выделяют взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары. Для взаимозаменяемых товаров характерны однонаправленные зависимости. Например, масло и маргарин, если цена масла возрастает, то потребители начинают его заменять маргарином, и в результате спрос на маргарин увеличивается. Для взаимодополняемых товаров характерны разнонаправленные зависимости. Например, автомобиль и шины, при увеличении цены на автомобили меньшее количество потребителей будет их покупать, в результате, спрос на шины также упадёт.

Коэффициент E_{xy} может принимать следующие значения:

$E_{xy} > 0$ – это означает, что товары взаимозаменяемые (например, при увеличении цены на масло на 10% может привести к росту спроса на маргарин на 4%);

$E_{xy} < 0$ – это означает, что товары взаимодополняемые (например, при снижении цены на автомобили на 20% приведёт к увеличению спроса на шины на 30%);

$E_{xy} = 0$ – это означает, что между товарами нет связи

3. Эластичность спроса по доходу.

Коэффициент эластичности спроса по цене (E_i) показывает насколько изменится спрос на данный товар при изменении дохода потребителя.

$$E_i = \frac{\Delta\% Q_d}{\Delta\% i} . \quad (3)$$

При анализе эластичности спроса по доходу выделяют товары высшей и товары низшей категории. Деление на такие товары для каждого человека индивидуально и зависит от его вкусов, привычек, дохода и т.д. К товарам высшей категории относятся более качественные товары, услуги, например, посещение ресторана или кругосветное путешествие. Для товаров высшей категории характерны однонаправленные зависимости. Например, если раньше потребитель покупал мясо один раз в неделю, то после увеличения дохода на 50% стал покупать три раза в неделю. К товарам низшей категории относятся, как правило, товары повседневного спроса. Для товаров низшей категории характерны разнонаправленные зависимости. Например, если потребитель покупал сосиски два раза в неделю, то после повышения дохода, будет покупать их один раз в неделю или вообще откажется от их приобретения, заменяя их мясом или рыбой.

Коэффициент E_i может принимать следующие значения:

$E_i > 0$ – это означает, что товар высшей категории (например, при увеличении дохода на 10%, потребление товара увеличивается на 3%);

$E_i < 0$ – это означает, что товар низшей категории (например, при снижении дохода на 7%, спрос увеличится на 5%);

Спрос формируют все рыночные субъекты, предложение, как правило, – организации. Поэтому для любого хозяйствующего субъекта имеет большое значение чёткое понимание эластичности предложения (E_s).

Коэффициент эластичности предложения показывает на сколько изменится предложение на данный товар при изменении цены на него.

$$E_s = \frac{\Delta\% Q_s}{\Delta\% P} . \quad (4)$$

Главным фактором, влияющим на эластичность предложения, является время. Чем больше времени у производителя, тем более гибко он может отреагировать на изменение внешних факторов. В связи с этим, выделяют три временных периода.

Краткосрочный период, в течение которого производитель не может изменить ни интенсивность использования ресурсов (например, нанять или уволить рабочих), ни объём производственных мощностей (например, купить новое оборудование или построить новое здание).

В связи с этим, в краткосрочном периоде кривая предложения производителя абсолютно не эластична, это означает, что объём предложения постоянен, а цена определяется только изменением спроса (рис. 2.15).

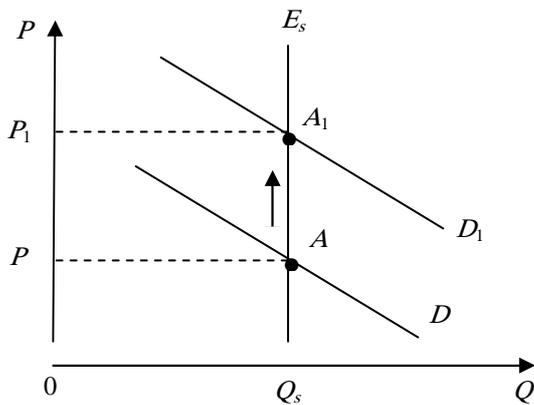


Рис. 2.15. Эластичность предложения в краткосрочном периоде

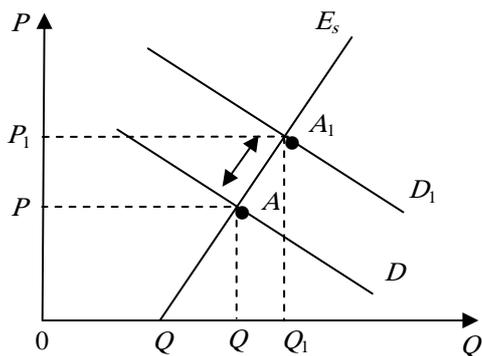
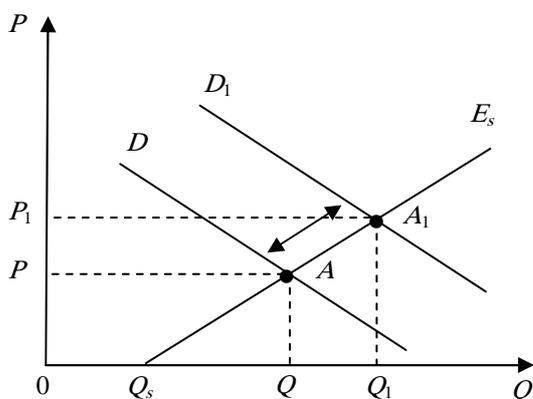


Рис. 2.16. Эластичность предложения в среднесрочном периоде

Среднесрочный период, в течение которого производитель может изменить интенсивность использования ресурсов, но не может изменить объём производственных мощностей. Производитель может реагировать на изменение внешних факторов, поэтому в среднесрочном периоде кривая предложения более эластична по сравнению с краткосрочным, изменению подвержены как цена, так и количество (рис. 2.16).

Долгосрочный период, в течение которого производитель имеет возможность изменять и интенсивность использования ресурсов, и объём производственных мощностей, в результате чего кривая предложения становится ещё более эластичной по сравнению со среднесрочным периодом. Производитель имеет возможность очень гибко реагировать на изменения внешних факторов так, что преимущественно будет меняться не цена, а количество (рис. 2.17).

Рис. 2.17. Эластичность предложения в долгосрочном периоде
Основные термины и понятия



Рынок, спрос, эффект дохода, эффект замещения, закон убывающей предельной полезности, ценовые и неценовые факторы спроса, предложение, ценовые и неценовые факторы предложения, рыночное равновесие, эластичность, эластичность спроса, эластичность спроса по цене, перекрестная эластичность спроса, эластичность спроса по доходу, эластичность предложения.

Контрольные вопросы

1. Что такое рынок? Какие виды рынков вы знаете?
2. Дайте характеристику спроса. Постройте график спроса. Какие факторы объясняют нисходящий характер кривой спроса?
3. Какие ценовые и неценовые факторы спроса вы знаете? Как они влияют на положение кривой спроса?
4. Что такое закон убывающей предельной полезности и как он действует? Приведите примеры.
5. Дайте характеристику предложения. Постройте график предложения. Что означает прямая зависимость между ценой и количеством?
6. Какие ценовые и неценовые факторы предложения вы знаете? Как они влияют на положение кривой предложения?
7. При каком условии формируется рыночное равновесие?
8. Как влияет изменение спроса на рыночное равновесие?
9. Как влияет изменение предложения на рыночное равновесие?
10. Как влияет однонаправленное изменение спроса и предложения на рыночное равновесие?
11. Как влияет разнонаправленное изменение спроса и предложения на рыночное равновесие?
12. Что такое эластичность? Какие виды эластичности вы знаете?
13. Какие виды эластичности спроса вы знаете?
14. Чем отличаются краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды друг от друга?

3. ТЕОРИЯ И АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

3.1. КАРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

Кардиналистская, или количественная теория потребительского выбора появилась первой. Она базируется на теории полезности. Каждый человек индивидуален, поэтому для каждого из нас разные товары и услуги будут приносить разную полезность. Например, для спортсмена большую полезность будет иметь спортивный инвентарь, а для учёного – книги. **Полезность** (U) направлена на удовлетворение потребностей человека, и от того насколько сильно она их удовлетворяет, будет и зависеть ценность того или иного блага.

Экономисты выделяют несколько видов полезности. **Общая полезность** (TU) – это совокупная полезность от потребления блага. Она определяется как сумма полезностей всех единиц потреблённого блага. Можно предположить, чем большее количество блага мы потребляем, тем выше общая полезность. Это не совсем так. Действительно, при увеличении потребления блага общая полезность будет расти, однако так будет продолжаться не всегда, с определённого момента она начнёт падать. Это связано с тем, что достигнув определённого предела, благо может приносить отрицательную полезность.

Средняя полезность (AU) – это средняя полезность блага. Она определяется по следующей формуле:

$$AU = \frac{TU}{Q} \quad (5)$$

Динамика изменения средней полезности определяется динамикой изменения предельной полезности. Заметим, что они носят однонаправленный характер.

Предельная полезность (MU) – полезность дополнительной единицы блага. Определяется по формуле:

$$MU = \frac{TU_1 - TU_0}{Q_1 - Q_0} \quad (6)$$

Предельная полезность имеет важное аналитическое значение. По сути, любой потребитель при выборе оценивает именно то, какую полезность ему принесёт конкретная единица блага, поэтому предельная полезность занимает центральное место в современном анализе.

Приведём пример того, как определяются различные виды полезностей (табл. 3.1). Пусть человек потребляет, например, яблоко.

Как видно, общая полезность растёт до потребления 6 единицы блага. После этого потребление благ начинает приносить отрицательную предельную полезность, в результате, снижается и общая полезность. Графически, данная ситуация представлена на рис. 3.1

3.1. Изменение полезностей при потреблении яблока

Количество	Общая полезность (TU)	Средняя полезность (AU)	Предельная полезность (MU)
0	–	–]50
1	50	50]45
2	95	47,5]30
3	125	41,7]15
4	140	35]5
5	145	29]0
6	145	24,2]–5
7	140	20]–15
8	125	15,6]–15

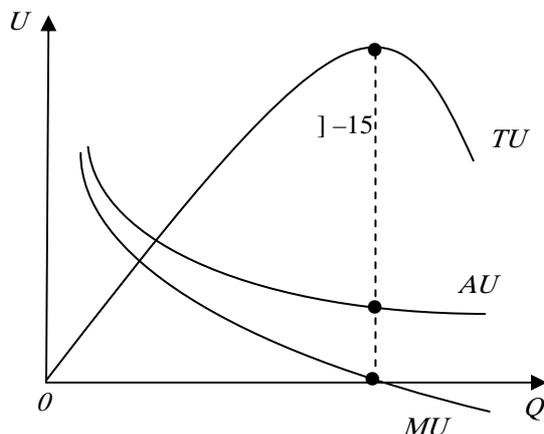


Рис. 3.1. Кривые общей, средней и предельной полезности

Для определения потребительского выбора аналитики разработали следующую формулу (7):

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}. \quad (7)$$

В соответствии с данным подходом, потребитель сравнивает предельные полезности товаров с их стоимостями и, исходя из этого, определяет, какой из товаров предпочтительнее. Например, потребитель решает, что ему купить: компьютер, который он оценивает в 30 000 ютилей и который стоит 30 000 р. или мобильный телефон, который он оценивает в 10 000 ютилей и который стоит 5 000 р. В соответствии с формулой, получим соотношение $1 < 2$, поэтому потребитель предпочтёт мобильный телефон.

Потребительский выбор в кардиналистской концепции подвержен частым колебаниям в результате изменения полезности товара и его цены. Например, если потребителю дарят мобильный телефон на день рождения, то предельная полезность мобильного телефона для него снизится, что может изменить его потребительские предпочтения.

3.2. ОРДИНАЛИСТСКАЯ ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

Несмотря на огромный прогресс в понимании потребительского поведения, который был сделан кардиналистской теорией, ряд её положений носили сугубо теоретический характер и никак не могли быть применены на практике. В частности, до сих пор не изобретён прибор, который мог бы измерять предельную полезность, которую приносит потребителю данный товар или услуга. В результате, со временем появилась другая теория, получившая название ординалистской. Эта теория базируется на построении соотношении кривых потребительского выбора, к которым относятся: кривая безразличия и бюджетная линия.

Часто потребитель сталкивается с проблемой выбора из нескольких товаров. При этом у него существует несколько вариантов комбинаций из выбираемых товаров. Для анализа таких ситуаций потребительского поведения используют кривые безразличия. **Кривая безразличия** – это линия, которая показывает различные сочетания двух товаров, приносящие потребителю одинаковую полезность.

Как показано на рис. 3.2, кривая безразличия имеет нисходящий вид. Нисходящий характер кривой безразличия объясняется альтернативными издержками, возникающими при перемещении из одной точки к другой. Коэффициент, показывающий от какого количества одного товара готов отказаться потребитель, чтобы увеличить производство другого, называется **предельной нормой замещения (MRS)**.

$$MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{Y_1 - Y_0}{X_1 - X_0}. \quad (8)$$

Например, если домашнее хозяйство находится в точке A (30 единиц товара Y , 10 единиц товара X) и хочет увеличить потребление товара X на 10 единиц, т.е. перейти к точке B , то $MRS = \frac{30-15}{10-20} = 1,5 = 1,5$. Коэффициент 1,5 означает, что для увеличения потребления товара X на единицу потребитель готов отказаться от 1,5 единиц товара Y .

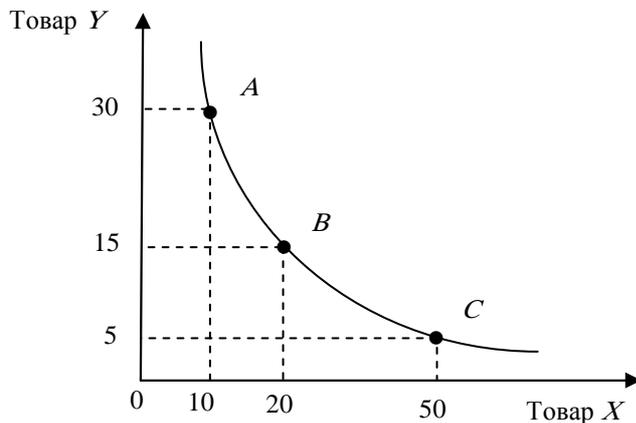


Рис. 3.2. График кривой безразличия

Наличие одинаковой полезности в любой из точек кривой безразличия выражается следующим равенством, например, для трёх точек A , B и C : $TU(A) = TU(B) = TU(C)$. Другими словами, потребитель получает одинаковую полезность от 30 единиц товара Y и 10 единиц товара X , или от 15 единиц товара Y и 20 единиц товара X , или от 5 единиц товара Y и 50 единиц товара X .

Кривая безразличия может смещаться влево и вправо, в результате получается совокупность кривых безразличия, как показано на рис. 3.3.

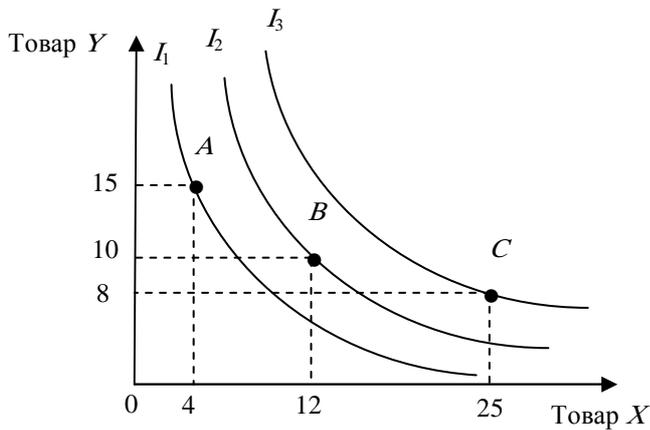


Рис. 3.3. Графики кривых безразличия

Сдвиг кривой безразличия влево приносит потребителю меньше полезности, а вправо – больше, это значит что: $TU(A) < TU(B) < TU(C)$.

Кривая безразличия имеет следующие основные свойства: не пересекается; имеет выпуклую форму по отношению к началу координат; имеет отрицательный наклон.

Своеобразным сдерживающим фактором в потребительском выборе является уровень доходов. Чтобы учесть его, экономистами было сформулировано понятие – **кривая бюджетной линии**, под которой понимается определённая комбинация товаров, которая может быть приобретена при данном уровне дохода и представлена на рис. 3.4.

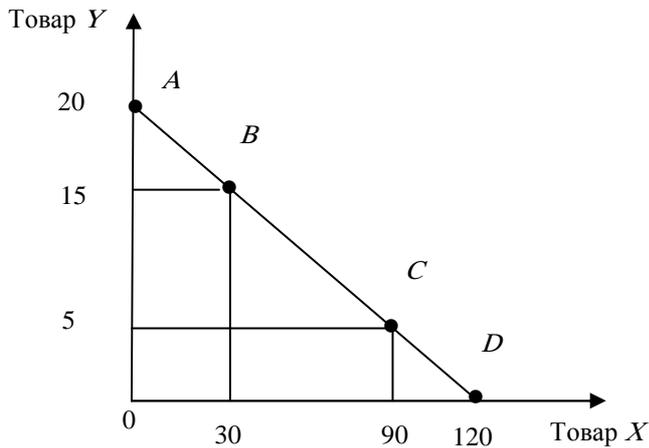


Рис. 3.4. График бюджетной линии

Уравнение бюджетной линии представляет собой сумму произведений количества товара на его цену и приравняется к уровню дохода потребителя и описывается формулой

$$I = P_x Q_x + P_y Q_y \tag{9}$$

Бюджетная линия может изменять своё положение в результате изменения цены на товары или в результате изменения дохода потребителя. При повышении цены бюджетная линия будет смещаться вниз или влево по оси соответствующего товара, а при понижении – вверх и вправо (рис. 3.5). При увеличении дохода потребителя бюджетная линия будет смещаться вправо, а при уменьшении – влево (рис. 3.6).

Для определения оптимального потребительского выбора в ординалистской теории производят наложение кривых безразличия на бюджетную линию (рис. 3.7).

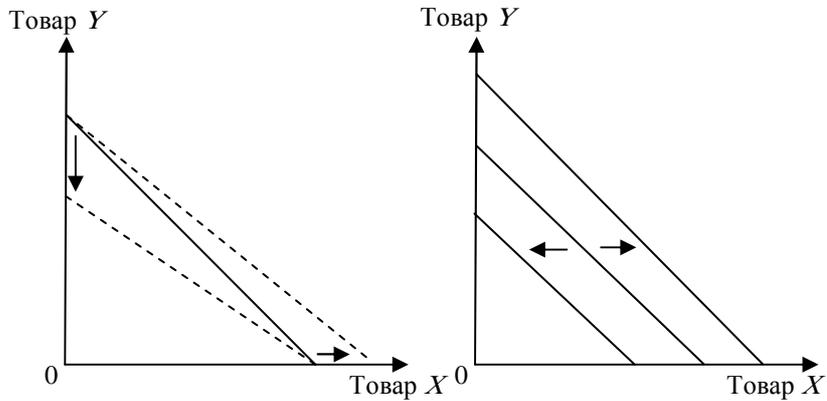


Рис. 3.5. Изменение бюджетной линии при изменении цены на товары

Рис. 3.6. Изменение бюджетной линии при изменении дохода потребителя

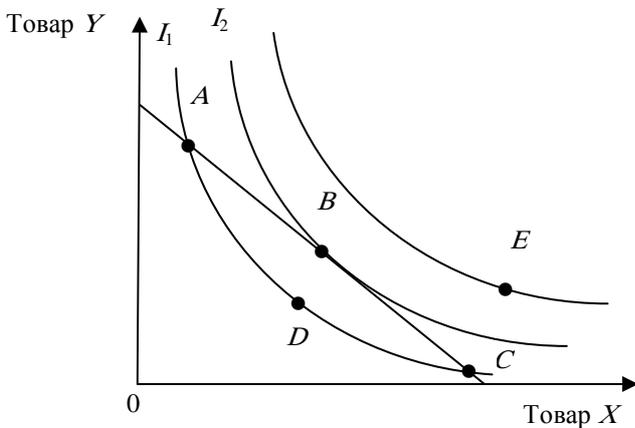


Рис. 3.7. Оптимальный выбор потребителя

Кривая бюджетной линии пересекает кривые безразличия в трёх точках, при этом $TU(A) = TU(C) < TU(B)$. В точке E полезность комбинации товаров будет больше, чем в точке B , однако у потребителя недостаточно денег, чтобы выбрать эту комбинацию товаров. Таким образом, оптимальный выбор потребителя в ординалистской теории будет соответствовать точке B .

Основные термины и понятия

Кардиналистская теория, ординалистская теория, полезность, общая полезность, средняя полезность, предельная полезность, кривая безразличия, бюджетная линия, предельная норма замещения.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение полезности. Какие виды полезностей вы знаете? Укажите соответствующие формулы и постройте соответствующие графики.
2. Чему будет равна общая полезность, когда предельная полезность становится равной нулю? Поясните ответ.
3. Как изменяется средняя полезность при уменьшении (росте) предельной полезности?
4. В чём суть кардиналистской формулы потребительского выбора? Приведите примеры её использования.
5. В чём сильные и слабые стороны кардиналистской теории потребительского выбора?
6. Что такое кривая безразличия? Постройте график кривой безразличия.
7. Что такое предельная норма замещения? Приведите соответствующую формулу.
8. Постройте совокупность кривых безразличия. Объясните наиболее оптимальный потребительский выбор при разных комбинациях товаров.
9. Что такое бюджетная линия? Дайте определение и постройте график. Какие факторы могут изменить положение бюджетной линии.
10. Опишите формулу бюджетной линии.
11. Объясните принцип определения оптимального потребительского выбора в ординалистской теории.

4. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА

4.1. ПОНЯТИЕ ИЗДЕРЖЕК

Для анализа функционирования предприятия как экономического субъекта, большое значение имеет понятие издержек, поскольку прибыль фирмы определяется путём разницы выручки и издержек. Таким образом, фирма может повысить свою производительность либо за счет увеличения выручки, либо за счёт сокращения издержек.

Издержки (C) – расходы необходимые для осуществления производственной деятельности. Выделяют два вида издержек: внешние и внутренние. **Внешние издержки** – это затраты на ресурсы, не принадлежащие фирме. Например, закупка сырья, приобретение оборудования или выплата заработной платы. **Внутренние издержки** – это издержки, возникающие в результате возможности альтернативного использования ресурсов, принадлежащих фирме. Например, у фирмы есть 1 млрд. р. и имеется пять способов использования этих денежных средств, которые представлены в табл. 4.1.

4.1. Внутренние издержки фирмы

Виды операций	Доход в процентах	Внутренние издержки в процентах
1. Расширение производства	11	6
2. Покупка акций	17	–
3. Покупка валюты	6	11
4. Предоставление кредита	12	5
5. Отсутствие действий	–	17

Для определения внутренних издержек из существующих вариантов выберем самый прибыльный, в нашем случае, это покупка акций. Затем из этого варианта вычтем остальные, разница будет равна внутренним издержкам. В реальной жизни определение внутренних издержек затруднено в связи с тем, что количество вариантов альтернативного использования ресурсов может быть очень большим и трудно поддающимся определению и подсчёту, кроме того, уровень дохода по каждой операции постоянно меняется и непредсказуем.

В связи с делением издержек на внешние и внутренние, выделяют и два вида прибыли. **Бухгалтерская прибыль** определяется путём разности общей выручки и общих издержек, но в общие издержки включаются только внешние издержки. **Экономическая прибыль** определяется путём разности общей выручки и общих издержек, но в общие издержки включаются и внешние, и внутренние издержки. Таким образом, бухгалтерская прибыль всегда либо больше, либо равна экономическим издержкам. Заметим, что в официальной статистике учитываются именно внешние издержки и бухгалтерская прибыль. Это то, к чему мы привыкли. Экономические издержки и экономическая прибыль рассчитывается в локальных масштабах и при специфических ситуациях.

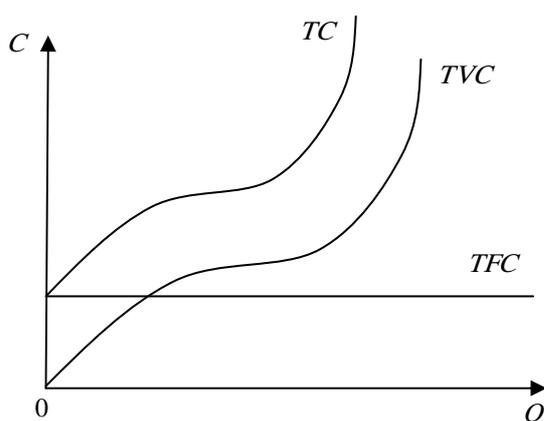
4.2. ИЗДЕРЖКИ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

Для анализа издержек принципиально выделить временной период. **Краткосрочный период** – период, в течение которого фирма не может изменить ни интенсивность использования ресурсов, ни объём производственных мощностей. Интенсивность использования ресурсов представляет собой количество ресурсов, используемое за единицу времени. Например, количество преподавателей работающих в учебном заведении. Объём производственных мощностей – то, на основе чего создаётся товар или услуга, и на разных предприятиях разный, например, в учебном заведении количество аудиторий; у автотранспортного предприятия – количество автомобилей или автобусов; у промышленного предприятия – количество станков и т.д.

В краткосрочном периоде выделяют: общие, средние и предельные издержки.

Общие издержки (TC) представляет собой сумму общих постоянных (*TFC*) и общих переменных издержек (*TVC*) (рис. 4.1). **Общие постоянные издержки** – это издержки, которые не зависят от изменения объёмов производства. Например, отопление производственного

Рис. 4.1. Графики общих издержек



здания, его освещение, платежи за аренду земли и т.д. **Общие переменные издержки** – издержки, зависящие от изменения объёмов производства. Например, если переменные издержки одной единицы продукции составляют 100 р., то при

производстве 10 единиц продукции, общие переменные издержки составят 1000 р., а при производстве 20 единиц продукции – 2000 р.

Средние издержки представляют собой издержки на единицу продукции (рис. 4.2). Средние издержки представляют собой сумму средних постоянных и средних переменных издержек (формула 10).

$$AC = \frac{TC}{Q} = AFC + AVC. \quad (10)$$

Средние постоянные издержки – постоянные издержки на единицу продукции (формула 11).

$$AFC = \frac{TFC}{Q}. \quad (11)$$

Средние переменные издержки – переменные издержки на единицу продукции (формула 12).

$$AVC = \frac{TVC}{Q}. \quad (12)$$

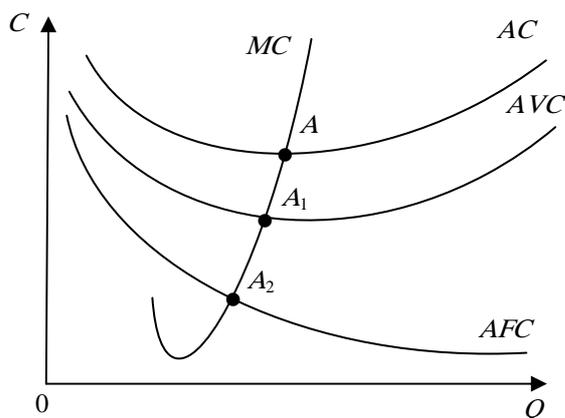


Рис. 4.2. Графики средних издержек

Предельные издержки – изменение издержек, вызванное изменением объёма производства (рис 4.2). Формула (13) предельных издержек выглядит следующим образом:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{TC_1 - TC_0}{Q_1 - Q_0}. \quad (13)$$

4.3. ИЗДЕРЖКИ В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

Долгосрочный период – период, в течение которого фирма может изменить и объём производственных мощностей, и интенсивность использования ресурсов. В связи с этим в долгосрочном периоде все издержки являются переменными, а главным фактором, определяющим уровень издержек, является объём производства, как показано на рис. 4.3.

По характеру влияния изменения объёма производства на средние долгосрочные издержки выделяют положительный, отрицательный и нейтральный эффект масштаба производства, как показано на рис. 4.4.

Положительный эффект масштаба производства проявляется в снижении средних долгосрочных издержек при увеличении объёмов производства. Он объясняется следующими факторами:

- увеличением производительности сотрудников, поскольку при увеличении объёмов производства увеличивается степень специализации;
- развитием современных наукоёмких информационных технологий, которые позволяют хранить, обрабатывать и передавать всё большие объёмы информации за меньший промежуток времени;

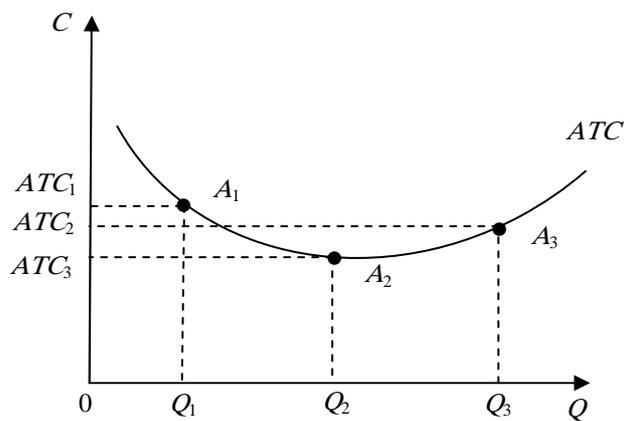


Рис. 4.3. График долгосрочных издержек

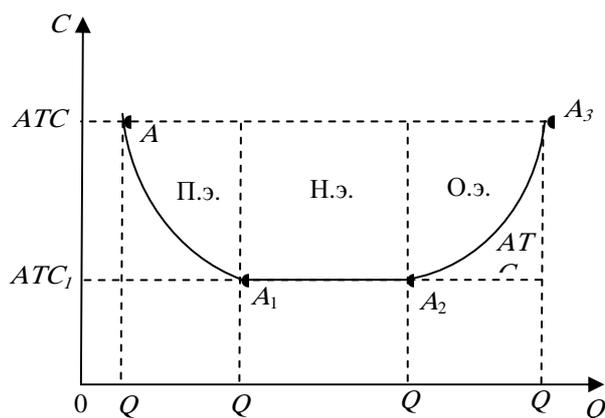


Рис. 4.4. График положительного, отрицательного и нейтрального эффекта масштаба производства

– возможностью получать экономическую прибыль за счёт реализации остатков производственной деятельности.

Отрицательный эффект масштаба производства проявляется в увеличении средних долгосрочных издержек при увеличении объемов производства и объясняется следующими факторами:

- снижением уровня контроля со стороны руководства за подчинёнными при увеличении их количества и увеличении количества производственных операций;
- увеличением нагрузки на руководителей в результате увеличения количества производственных операций и потока информации, что снижает эффективность и производительность его деятельности.

Нейтральный эффект масштаба производства заключается в сохранении средних долгосрочных издержек на прежнем уровне при увеличении объемов производства.

В зависимости от характера кривой средних долгосрочных издержек, выделяют несколько видов возможных отраслей по величине и количеству предприятий.

Если в отрасли минимальные средние долгосрочные издержки достигаются при относительно большом объеме производства, то в такой отрасли преимущественно будет функционировать небольшое количество крупных предприятий. Пример такой ситуации представлен на рис. 4.5. Маленькие предприятия не смогут эффективно функционировать в таких отраслях, поскольку не будут достигать оптимальных объемов производства, что приведёт к относительно более высоким средним долгосрочным издержкам и, следовательно, более высокой стоимости продукции. Кроме того, маленькие предприятия будут значительно проигрывать в объемах реализации. Таким образом, производитель небольшого количества относительно более дорогого товара будет значительно менее конкурентоспособен. К отраслям, в которых издержки минимизируются при относительно больших объемах производства, можно отнести: нефтегазовую отрасль, чёрную и цветную металлургию, автомобилестроение и авиастроение и т.д.

Если в отрасли минимальные средние долгосрочные издержки достигаются при относительно маленьком объеме производства, то в такой отрасли преимущественно будет функционировать большое количество небольших предприятий. Пример такой ситуации представлен на рис. 4.6.

Если крупная фирма захочет войти в такую отрасль, то для неё это будет означать наличие более высоких средних долгосрочных издержек ATC_1 по сравнению с минимальными издержками отрасли ATC_m .

В результате, и цены более крупной фирмы на товары данной отрасли будут более высокими. Отраслям, в которых минимальные средние долгосрочные издержки достигаются при небольших объемах производства можно отнести: отрасли лёгкой промышленности, отрасли сферы услуг, например, торговля, сфера туристических услуг, ресторанный бизнес и т.д.

И, наконец, бывает третий случай, когда в отрасли минимальные средние долгосрочные издержки достигаются как при относительно небольшом, так и при относительно большом объеме производства, как показано на рис. 4.7.

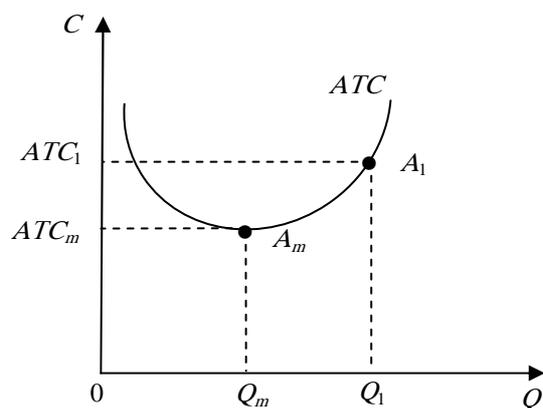


Рис. 4.6. График отрасли, в которой издержки минимизируются при относительно небольшом объеме производства

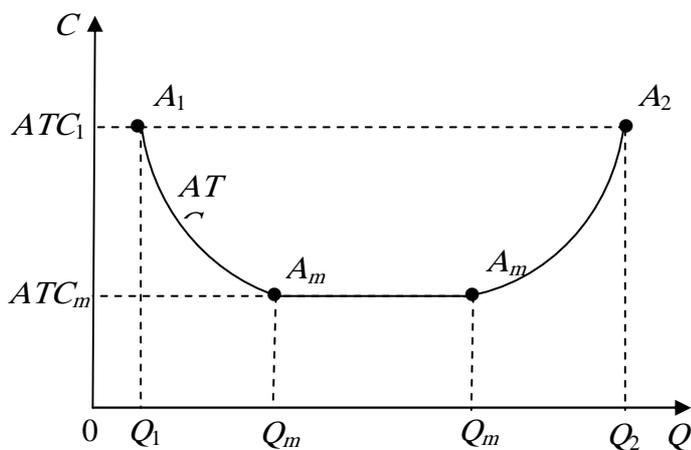


Рис. 4.7. График отрасли, в которой минимальные издержки достигаются как при относительно небольшом, так и при относительно большом объеме производства

В подобных отраслях эффективно могут функционировать как небольшие предприятия, так и крупные фирмы. Как правило, подобное сосуществование достигается за счёт дифференциации продукции и концентрировании на обслуживании конкретного сегмента потребителей.

Основные термины и понятия

Издержки, внешние издержки, внутренние издержки, краткосрочный период, долгосрочный период, бухгалтерская прибыль, экономическая прибыль, общие издержки, общие постоянные издержки, общие переменные издержки, средние издержки, средние постоянные издержки, средние переменные издержки, предельные издержки, положительный эффект масштаба производства, отрицательный эффект масштаба производства, нейтральный эффект масштаба производства.

Контрольные вопросы

1. Что такое издержки? Какие виды издержек вы знаете?
2. Как определяется бухгалтерская и экономическая прибыль? Может ли бухгалтерская прибыль быть меньше экономической? Ответ обоснуйте.
3. Что такое краткосрочный период? Какие виды издержек в краткосрочном периоде вы знаете?
4. Чем отличаются общие издержки от всех остальных видов издержек? Дайте характеристику общих, общих постоянных и общих переменных издержек. Напишите их формулы и постройте соответствующие графики.
5. Чем отличаются средние издержки от всех остальных видов издержек? Дайте характеристику общих средних, средних постоянных и средних переменных издержек. Напишите их формулы и постройте соответствующие графики.
6. Чем отличаются предельные издержки от всех остальных видов издержек? Напишите формулу и постройте график предельных издержек.
7. Дайте характеристику долгосрочного периода. Постройте график издержек в долгосрочном периоде. Что является главным фактором, определяющим уровень издержек в долгосрочном периоде?
8. Что такое эффект масштаба производства? Проведите сравнительную характеристику положительного, отрицательного и нейтрального эффекта масштаба производства.

9. Дайте характеристику положительному эффекту масштаба производства. Покажите его воздействие на издержки с помощью графика. Каковы основные причины положительного эффекта масштаба производства?

10. Дайте характеристику отрицательному эффекту масштаба производства. Покажите его воздействие на издержки с помощью графика. Каковы основные причины отрицательного эффекта масштаба производства?

11. Дайте характеристику нейтральному эффекту масштаба производства. Покажите его воздействие на издержки с помощью графика.

12. Расскажите о ситуации, когда минимальные издержки достигаются при относительно большом объеме производства. Постройте соответствующий график.

13. Расскажите о ситуации, когда минимальные издержки достигаются при относительно небольшом объеме производства. Постройте соответствующий график.

14. Расскажите о ситуации, когда минимальные издержки достигаются как при относительно небольшом, так и при относительно большом объеме производства. Постройте соответствующий график.

5. АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА НА РЫНКЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

5.1. ХАРАКТЕРИСТИКА СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Совершенная (чистая) конкуренция, в строгом смысле, является теоретической моделью, которая в реальной жизни встречается редко и на небольшом временном промежутке. Тем не менее, некоторые рыночные ситуации более всего подходят именно к ситуации совершенной конкуренции. Кроме того, совершенная конкуренция прямо противоположна монополистической ситуации. Таким образом, изучение данной рыночной модели позволяет, с одной стороны, лучше понять не только близкие ей рыночные модели, но и другие.

К основным параметрам совершенной конкуренции относят.

1. Наличие очень большого числа продавцов, это способствует тому, что каждый из них занимает незначительную долю рынка и поэтому не может значительно влиять на рыночную ситуацию, например, появление или исчезновение продавцов сильно не изменит ни объем предложения, ни уровень цены в отрасли;

2. Однотипный товар. Все фирмы предлагают однородные товары, которые легко заменяют друг друга;

3. Отсутствие барьеров входа в отрасль и выхода из отрасли. Под барьерами входа в отрасль понимаются затраты, необходимые для открытия своего дела, законодательные ограничения и т.д. Это один из самых жестких критериев, по которому многие предприятия не соответствуют совершенной конкуренции. Однако в подобных случаях берутся те случаи, когда требуются относительно невысокие затраты на открытие предприятия. Кроме входных барьеров, есть и выходные. Поскольку в совершенной конкуренции входные барьеры отсутствуют или очень незначительны, то и выходных нет, поскольку при незначительных затратах предприниматель может ими легко пожертвовать и быстро или закрыть фирму, или перефилитировать её.

Перечисленные характеристики формируют кривую спроса на товары и услуги предприятия, функционирующего в условиях совершенной конкуренции, которая является абсолютно эластичной (рис. 5.1).

Поясним это на следующем примере (табл. 5.1). Фирма А продает тетради по 10 р. за штуку. При наличии большого количества аналогичных продавцов, для фирмы А цена уже изначально задана. Если фирма будет продавать тетради по более высокой цене, то наличие большого числа продавцов с аналогичными товарами приведет к тому, что покупатели предпочтут покупать у конкурентов и продажи фирмы А могут упасть до нуля, поскольку эластичность спроса абсолютная или близкая к абсолютной. При этом, цена для фирмы А является заданной на весь объем реализуемой продукции. В связи с этим кривая предельной выручки (MR) совпадает с кривой спроса. **Предельная выручка** показывает насколько изменится общая выручка при изменении объема производства и рассчитывается по формуле (14):

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{TR_1 - TR_0}{Q_1 - Q_0}. \quad (14)$$

Таким образом, в совершенной конкуренции значения цены, спроса и предельной выручки совпадают, общая выручка растёт, с каждой единицей объема производства увеличивается на одинаковую величину, равную цене.

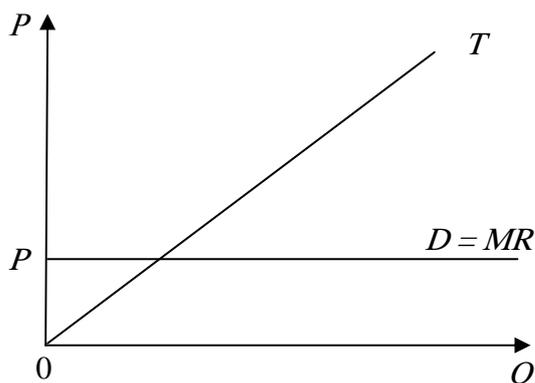


Рис. 5.1. Графики спроса, общей и предельной выручки

5.1. Данные о спросе, общей и предельной выручке на тетради по цене 10 р.

Единица товара, Q	Цена товара, P	Общая выручка, TR	Предельная выручка, MR
0	10	–]10
1	10	10]10
2	10	20]10
3	10	30]10
4	10	40]10
5	10	50]10
6	10	60]10

4. Отсутствие неценовой конкуренции. Поскольку в совершенной конкуренции большое число продавцов, каждый из которых не может существенно влиять на уровень цен и однородная продукция, то каждая фирма очень похожа на другие, нет фирм, которые бы выделялись чем-то, поэтому нет необходимости прибегать к неценовой конкуренции.

К отраслям, в которых присутствует неценовая конкуренция, можно отнести: сельское хозяйство (неввысокие барьеры входа в отрасль, нет требований к специальным знаниям, большое количество индивидуальных крестьянско-фермерских хозяйств, однородная продукция); рыночная торговля; купля-продажа валюты и т.д.

5.2. АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЁМА В СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ С ПОМОЩЬЮ ОБЩИХ ВЕЛИЧИН

Для определения цены и объёма производства на основе соотношения общих величин используют показатели: общей выручки, общих издержек, общих постоянных издержек и общих переменных издержек. Всего выделяют четыре ситуации.

1. Фирма получает максимальную прибыль (рис. 5.2). Для того, чтобы это произошло необходимо превышение общей выручки над общими издержками на каком-то отрезке. В нашем случае это отрезок $Q_1 Q_2$. Разность общей выручки и

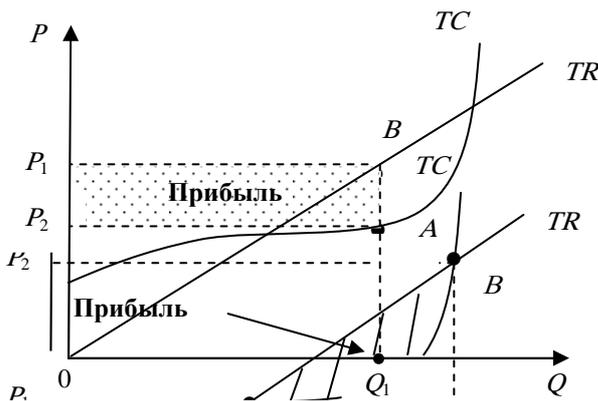


Рис. 5.3. Частный случай максимизации прибыли

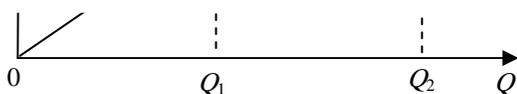


Рис. 5.2. Общий случай максимизации прибыли

общих издержек будет составлять прибыль. При этом фирма ищет такую разность, при которой прибыль будет максимальной. На рис. 5.3. представлен частный случай максимизации прибыли при цене P_1 и количестве Q_1 . Прибыль будет соответствовать площади прямоугольника $P_2 P_1 B A$. Общая выручка будет соответствовать площади прямоугольника $0 P_1 B Q_1$. Общие издержки будут соответствовать площади прямоугольника $0 P_2 A Q_1$.

Подкрепим наши теоретические расчёты практическим примером, данные расчётов возьмём из табл. 5.2. Фирма получает прибыль от 4 до 8 единиц производства. Максимальная разница на данном отрезке между общей выручкой и общими издержками достигается при объёме производства равном шести единицам.

5.2. Данные для расчёта максимизации прибыли

Единица товара, Q	Цена товара, P	Общая выручка, TR	Общие издержки, TC	Общие постоянные издержки, TFC	Общие переменные издержки, TVC	Прибыль/убыток
0	10	–	20	20	–	–20
1	10	10	25	20	5	–15
2	10	20	29	20	9	–9
3	10	30	32	20	12	–2
4	10	40	36	20	16	4
5	10	50	41	20	21	9
6	10	60	46	20	26	14
7	10	70	60	20	40	10
8	10	80	80	20	60	10
9	10	90	105	20	85	–15
10	10	100	120	20	100	–20

2. Фирма получает нулевую экономическую прибыль. Графически подобная ситуация представлена на рис. 5.4. Допустим, внешнеэкономическая ситуация изменилась так, что уровень цены в отрасли снизился до P_3 . В итоге, фирма уже не получает прибыли, но и не несёт убытков. В точке A величина общей выручки равна общим издержкам, что соответствует цене P_3 и объёму производству Q_3 .

В таблице 5.3 представлены данные для расчёта подобной ситуации. Как видно, при любом объёме производства, за исключением пяти единиц, фирма несёт убытки. Таким образом, это и есть искомый объём производства, при котором фирма не получает прибыли и не несёт убытки. Заметим, что в данном случае идёт речь об экономической прибыли, которая, как известно, больше бухгалтерской.

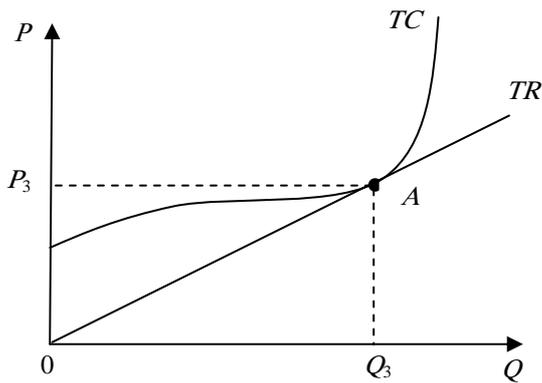


Рис. 5.4. Случай нулевой экономической прибыли

5.3. Данные для расчёта случая безубыточности

Единица товара, Q	Цена товара, P	Общая выручка, TR	Общие издержки, TC	Общие постоянные издержки, TFC	Общие переменные издержки, TVC	Прибыль/убыток
0	8	–	20	20	–	–20
1	8	8	25	20	5	–17
2	8	16	29	20	9	–13
3	8	24	32	20	12	–8
4	8	32	36	20	16	–4
5	8	40	40	20	20	0
6	8	48	50	20	30	–2
7	8	56	60	20	40	–4
8	8	64	80	20	60	–16
9	8	72	105	20	85	–33
10	8	80	120	20	100	–40

3. Фирма снижает убытки. Продолжаем рассматривать наш пример. Допустим, цена снижается ещё ниже. Таким образом, на всем объёме производства общие издержки превышают общую выручку, однако есть ещё такой участок, на котором общая выручка превышает общие переменные издержки, что соответствует цене P_6 и количеству Q_6 (рис. 5.5).

Если фирма продолжит производственную деятельность, то её издержки будут равны площади прямоугольника $P_6P_7A_3A_2$. Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны общим постоянным издержкам, что соответствует площади прямоугольника $P_5P_7A_3A_1$. Таким образом, за счёт продолжения производственной

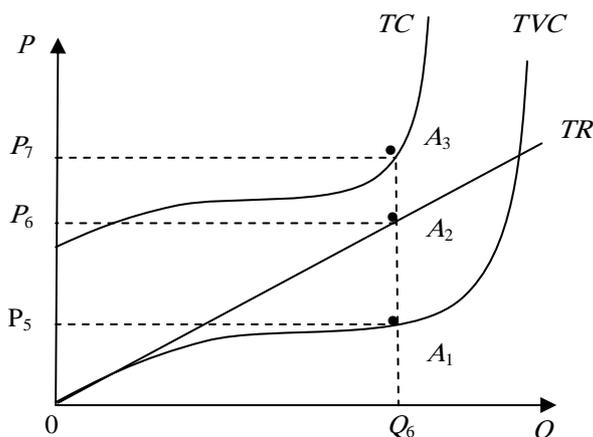


Рис. 5.5. Случай минимизации убытков

деятельности фирма сэкономит издержки равные площади прямоугольника $P_5P_6A_2A_1$.

Рассмотрим данный пример на основе конкретных цифр, которые представлены в табл. 5.4. При всех объёмах производства общие издержки превышают общую выручку, и в то же время при объёме производства от 1 до 7 единиц, общая выручка превышает общие переменные издержки. Максимальная разность между общей выручкой и общими переменными издержками достигается при объёме производства 5 единиц. Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны 20 р. Если фирма продолжит производственную деятельность и остановится на объёме производства 5 единиц, то издержки составят 5 р. Таким образом, за счёт продолжения производственной деятельности общие издержки могут сократиться на 15 р.

5.4. Данные для расчёта случая минимизации убытков

Единица товара, Q	Цена товара, P	Общая выручка, TR	Общие издержки, TC	Общие постоянные издержки, TFC	Общие переменные издержки, TVC	Прибыль/убыток	Разница между TR и TVC
0	7	–	20	20	–	–20	–20
1	7	7	25	20	5	–18	2
2	7	14	29	20	9	–15	5
3	7	21	32	20	12	–11	9
4	7	28	36	20	16	–8	12
5	7	35	40	20	20	–5	15
6	7	42	50	20	30	–8	12
7	7	49	60	20	40	–11	9
8	7	56	80	20	60	–24	–4
9	7	63	105	20	85	–42	–13
10	7	70	120	20	100	–50	–30

4. Случай прекращения производства. Допустим, цена опускается ещё ниже, а переменные издержки повышаются до уровня, когда производство первой единицы товара или услуги будет обходиться дороже, чем общие постоянные издержки. В результате, получается ситуация, когда на всём объёме производства и общие, и общие переменные издержки превышают общую выручку, что представлено на рис. 5.6.

Если фирма продолжит производственную деятельность, то издержки будут равны площади прямоугольника $P_8P_{10}A_3A_1$. Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны общим постоянным издержкам, что соответствует площади прямоугольника $P_9P_{10}A_3A_2$. Таким образом, за счёт прекращения производственной деятельности фирма сэкономит издержки, равные площади прямоугольника $P_8P_9A_2A_1$.

Более подробно рассмотрим этот случай, данные представлены в табл. 5.5. При всех объёмах производства общие издержки и общие переменные издержки превышают общую выручку.

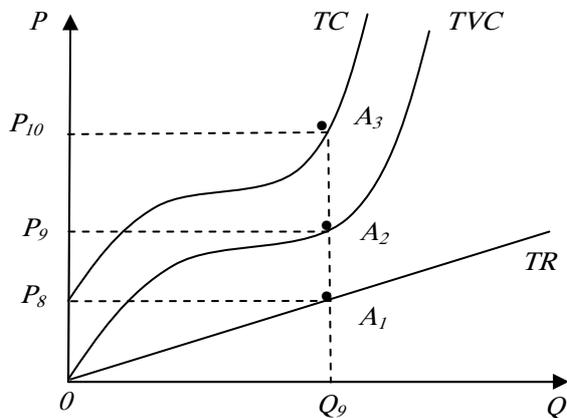


Рис. 5.6. Случай прекращения производства

5.5. Данные для расчёта случая закрытия

Единица товара, Q	Цена товара, P	Общая выручка, TR	Общие издержки, TC	Общие постоянные издержки, TFC	Общие переменные издержки, TVC	Прибыль/убыток	Разница между TR и TVC
0	4	–	20	20	–	–20	–20
1	4	4	46	20	26	–44	–24
2	4	8	51	20	31	–43	–23
3	4	12	66	20	46	–54	–34
4	4	16	71	20	51	–55	–35
5	4	20	86	20	66	–66	–46
6	4	24	90	20	70	–66	–46
7	4	28	100	20	80	–72	–52
8	4	32	110	20	90	–78	–58
9	4	36	125	20	105	–89	–69
10	4	40	140	20	120	–100	–80

Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны 20 р. Если фирма продолжит производственную деятельность и остановится на объёме производства 2 единицы, то издержки составят 23 р. Таким образом, за счёт прекращения производственной деятельности общие издержки могут сократиться на 3 р.

Случай закрытия фирмы является чисто теоретическим расчётом. На практике это не всегда означает её закрытие. Фирма может надеяться на скорое снижение уровня издержек, увеличение уровня цен или на государственную помощь.

5.3 АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЁМА В СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ С ПОМОЩЬЮ ПРЕДЕЛЬНЫХ ВЕЛИЧИН

Для определения цены и объёма производства на основе соотношения предельных величин используют показатели: предельной выручки, предельных издержек, общих средних издержек и средних постоянных издержек.

При анализе с помощью предельных величин необходимо выделять следующие ситуации:

1. если $MR > MC$, это означает, что при увеличении объёма производства на одну единицу, прибыль фирмы превышает её издержки, таким образом, фирме выгоднее увеличивать объём производства;
2. если $MR < MC$, это означает, что при увеличении объёма производства на одну единицу, издержки фирмы превышают её прибыль, таким образом, фирме необходимо сокращать объём производства;
3. если $MR = MC$, это означает, что при увеличении объёма производства на одну единицу, прибыль фирмы становится равной её издержкам, именно к такой ситуации и стоит стремиться фирме для оптимизации объёма производства.

При анализе объёма производства и цены с помощью предельных величин, также выделяют четыре ситуации.

1. Фирма получает максимальную прибыль. Как мы выяснили выше, оптимальной считается ситуация, при которой предельная выручка равняется предельным издержкам, что соответствует точке A_1 , которой соответствует цена P_1 и объём производства Q_1 .

При объёме производства Q_1 средние долгосрочные издержки соответствуют точке A_2 , в которой уровень цены равен P_2 , таким образом, цена больше издержек, в результате, фирма получает прибыль, которая равна площади прямоугольника $P_2P_1A_1A_2$. Общие издержки равны площади прямоугольника $0P_1A_1Q_1$. Общая выручка равняется площади прямоугольника $0P_1A_1Q_1$.

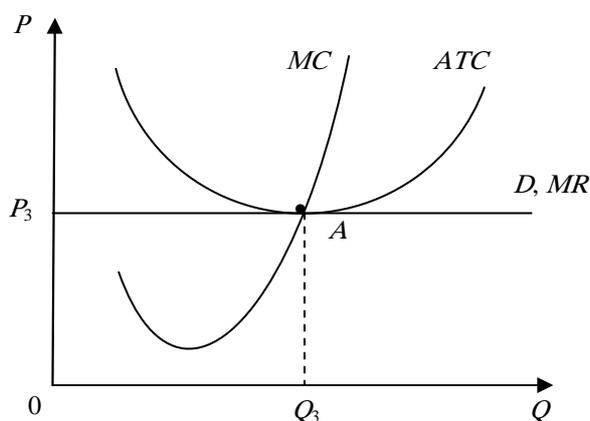
Рассмотрим вариант максимизации прибыли на основе следующего примера. Данные приведены в табл. 5.6. Фирма достигает равенства

предельного дохода и предельных издержек при объёмах производства 6 и 7 единиц. Именно при таких объёмах производства фирма получает наибольшую прибыль.

5.6. Данные для расчёта максимизации прибыли

Q	P	TR	MR	TC	MC	AC	TFC	TVC	Прибыль/ убыток
0	10	–	10	20	15	–	20	–	–20
1	10	10	10	25	14	25	20	5	–15
2	10	20	10	29	13	14,5	20	9	–9
3	10	30	10	32	14	10,6	20	12	–2
4	10	40	10	36	15	9	20	16	4
5	10	50	10	41	15	8,2	20	21	9
6	10	60	10	46	15	7,6	20	26	14
7	10	70	10	56	10	8	20	36	14
8	10	80	10	80	124	10	20	60	10
9	10	90	10	105	125	11,6	20	85	–15
10	10	100	10	120	115	12	20	100	–20

2. Фирма получает нулевую экономическую прибыль. Такая ситуация возникает, когда точке пересечения предельной выручки и предельных издержек, соответствует кривая средних долгосрочных издержек, таким образом, уровень



цены равен средним долгосрочным издержкам (рис. 5.8).

Рис. 5.8. Случай нулевой экономической прибыли

Данные для более углублённого и наглядного анализа случая нулевой экономической прибыли приведены в табл. 5.7. Фирма достигает равенства предельного дохода и предельных издержек при объёмах производства 5 и 6 единиц. Именно при таких объёмах производства фирма получает нулевую экономическую прибыль. При всех остальных ситуациях фирма несёт убытки.

5.7. Данные для расчёта нулевой экономической прибыли

Q	P	TR	MR	TC	MC	AC	TFC	TVC	Прибыль/ убыток
0	8	–	18	20	15	–	20	–	–20
1	8	8	18	25	14	25	20	5	–17
2	8	16	18	29	13	14,5	20	9	–13
3	8	24	18	32	14	10,6	20	12	–8
4	8	32	18	36	14	9	20	16	–4
5	8	40	18	40	14	8	20	21	0
6	8	48	18	48	18	8	20	26	0
7	8	56	18	59	111	8,4	20	36	–3
8	8	64	18	80	124	10	20	60	–24
9	8	72	18	105	125	11,6	20	85	–32
10	8	80	18	120	115	12	20	100	–40

3. Фирма снижает убытки. Фирма может снизить уровень убытков, если уровень цены на её продукцию будет ниже, чем уровень средних долгосрочных издержек, и в то же время выше, чем уровень средних переменных издержек как показано на рис. 5.9.

Если фирма продолжит производственную деятельность, её издержки будут равны площади прямоугольника $P_5P_6A_3A_2$. Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны постоянным издержкам, что соответствует площади прямоугольника $P_4P_6A_3A_1$. Таким образом, если фирма продолжит производственную деятельность, она сэкономит издержки, равные площади прямоугольника $P_4P_5A_2A_1$.

Рассмотрим эту ситуацию на конкретном примере, данные для которого приведены в табл. 5.8. Изменение внешней ситуации снижает цену до 6 р. Фирма несёт убытки при любом объёме производства. Однако продолжение производственной деятельности при некоторых значениях может сократить её издержки. Наиболее оптимальным объёмом производства является 5 единиц. Уровень убытков при котором составляет 10 р. Если же фирма прекратит функционировать,

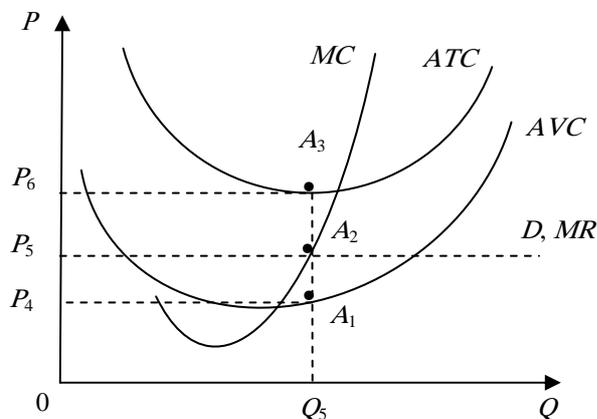


Рис. 5.9. Случай минимизации убытков

то её убытки будут равны уровню общих постоянных издержек, что составляет 20 р. Таким образом, за счёт продолжения производственной деятельности фирма может сэкономить издержки, равные 10 р.

5.8. Данные для расчёта случая минимизации убытков

Q	P	TR	MR	TC	MC	AC	TFC	TVC	AVC	Прибыль/убыток
0	6	–]8	20]5	–	20	–	–	–20
1	6	6		25		25	20	5	5	–19
2	6	12]8	29]4	14,5	20	9	4,5	–17
3	6	18		32		10,6	20	12	4	–14
4	6	24]8	36]3	9	20	16	4	–12
5	6	30		40		8	20	21	4,2	–10
6	6	36]8	48]4	8	20	26	4,3	–12
7	6	42		59		8,4	20	36	5,1	–17
8	6	48]8	80]8	10	20	60	7,5	–32
9	6	54		105		11,6	20	85	9,4	–51
10	6	60]8	120	24	12	20	100	10	–60
					25					
					15					

4. Случай прекращения производства. Если складывается такая ситуация, при которой цена на продукцию меньше, чем средние общие и средние переменные издержки, то фирме выгоднее закрыться, поскольку в этом случае её постоянные издержки будут меньше, чем издержки, при любом объёме производства.

Рассмотрим эту ситуацию на графике рис. 5.10. Если фирма продолжит производственную деятельность, её издержки будут равны площади прямоугольника $P_7P_9A_3A_1$. Если фирма прекратит производственную деятельность, её издержки будут равны постоянным издержкам, что соответствует площади прямоугольника $P_8P_9A_3A_2$. Таким образом, за счёт прекращения производственной деятельности фирма может сократить издержки на величину, равную площади прямоугольника $P_7P_8A_2A_1$.

Рассмотрим данную ситуацию с практической точки зрения. Данные представлены в табл. 5.9. Как видно в последнем столбце, при любом объёме производства издержки фирмы будут выше, чем в случае закрытия. Например, если фирма остановится на производстве 5 единиц продукции, то её выручка составит 10 р., общие издержки 40 р. Таким образом, убытки фирмы составят 30 р., что на 10 р. больше по сравнению со случаем закрытия.

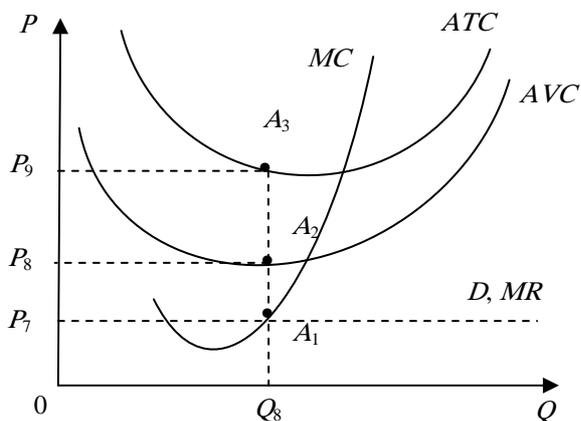


Рис. 5.10. Случай прекращения производства

5.9. Данные для расчёта случая закрытия производства

Q	P	TR	MR	TC	MC	AC	TFC	TVC	AVC	Прибыль/ убыток
0	2	—	18	20	15	—	20	—	—	—20
1	2	2	18	25	14	25	20	5	5	—23
2	2	4	18	29	13	14,5	20	9	4,5	—25
3	2	6	18	32	14	10,6	20	12	4	—26
4	2	8	18	36	14	9	20	16	4	—28
5	2	10	18	40	14	8	20	21	4,2	—30
6	2	12	18	48	18	8	20	26	4,3	—36
7	2	14	18	59	11	8,4	20	36	5,1	—45
8	2	16	18	80	24	10	20	60	7,5	—64
9	2	18	18	105	25	11,6	20	85	9,4	—87
10	2	20	18	120	15	12	20	100	10	—100

Основные термины и понятия

Совершенная конкуренция, предельная выручка, максимизация прибыли, минимизация издержек, случай прекращения производства, однотипные товар, барьеры входа и выхода из отрасли.

Контрольные вопросы

1. Перечислите основные признаки совершенной конкуренции. Приведите примеры отраслей реального хозяйства, соответствующих ситуации совершенной конкуренции.
2. Что такое предельная выручка? Как она определяется?
3. Дайте характеристику спроса, общей и предельной выручки в условиях совершенной конкуренции. Постройте соответствующие графики.
4. Проведите анализ ситуации максимизации прибыли на основе общих величин.
5. Проведите анализ ситуации нулевой экономической прибыли на основе общих величин.
6. Проведите анализ ситуации снижения убытков на основе общих величин.
7. Проведите анализ ситуации закрытия на основе общих величин.
8. Дайте характеристику предельной выручки и предельным издержкам.
9. Проведите анализ ситуации максимизации прибыли на основе предельных величин.
10. Проведите анализ ситуации нулевой экономической прибыли на основе предельных величин.
11. Проведите анализ ситуации снижения убытков на основе предельных величин.
12. Проведите анализ ситуации прекращения производства на основе предельных величин.

6. АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЁМА ПРОИЗВОДСТВА НА РЫНКАХ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

6.1. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКОВ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Несовершенная конкуренция формируется в тех случаях, когда не выполняется хотя бы один из критериев совершенной конкуренции. К рынкам несовершенной конкуренции относят рынки: монополистической конкуренции, олигополии и монополии.

Рынок **монополистической конкуренции** характеризуется следующими признаками:

- большим числом продавцов, количество продавцов меньше чем при чистой конкуренции, но всё же довольно много, соответственно, и доля рынка каждого из продавцов повышается;
- более высокими барьерами входа в отрасль и выхода из неё;
- однотипными или дифференцированными товарами, что связано с необходимостью привлечения потребителя и занятия определённой ниши;
- активным использованием неценовой конкуренции в конкурентной борьбе.

Перечисленные характеристики формируют кривую спроса на товары и услуги предприятия, функционирующего в условиях несовершенной конкуренции, которая имеет отрицательный наклон и представлена на рис. 6.1. Нисходящий характер кривой спроса объясняется необходимостью снижения цены для увеличения объёма реализации продукции. Соответственно, и уровень предельной выручки также будет снижаться при увеличении объёмов реализации. Максимизация общей выручки достигается для объёма производства, при котором предельная выручка будет равна нулю.

К отраслям, в которых функционирует монополистическая конкуренция, можно отнести: торговлю, часть предприятий лёгкой промышленности, многие предприятия сферы услуг.

Для рынка **олигополии** характерны следующие критерии:

- небольшое количество предприятий, которые обладают значительной долей рынка;
- очень высокие барьеры входа в отрасль и выхода из неё, например, необходимость осуществления миллиардных инвестиций для открытия производства;
- однотипный или дифференцированный продукт;
- активное использование методов неценовой конкуренции.

К отраслям, в которых сложилась олигополистическая структура, можно отнести: нефтегазовые отрасли, чёрную и цветную металлургию, авиастроение, автомобилестроение.

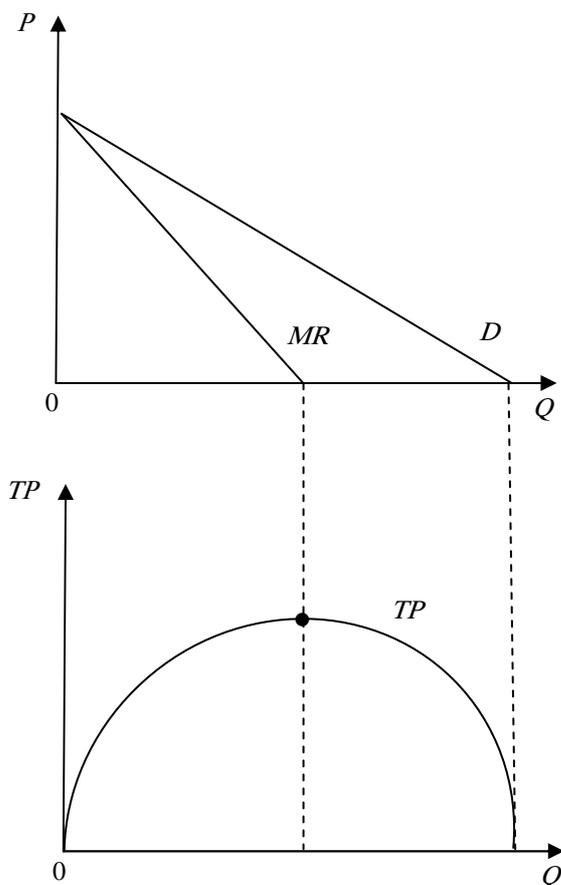


Рис. 6.1. Графики спроса, общей и предельной выручки в условиях монополистической конкуренции

Монополистический рынок характеризуется следующими критериями:

- наличием одной фирмы, которая совпадает с целой отраслью;
- непреодолимыми барьерами вступления в отрасль, что может объясняться, например, экономическими принципами, когда появление дополнительной фирмы вызовет рост средних издержек или законодательными ограничениями;

– предоставлением уникальных товаров или товаров, у которых нет близких заменителей.

Кривые спроса и предельной выручки в условиях олигополии и монополии схожи с аналогичными кривыми в условиях монополистической конкуренции, единственное отличие в угле наклона. У монополии кривые менее эластичны, чем у олигополии, а у олигополии менее эластичны, чем у монополистической конкуренции (рис. 6.2, 6.3).

Рис. 6.2. Графики спроса в монополистической конкуренции,

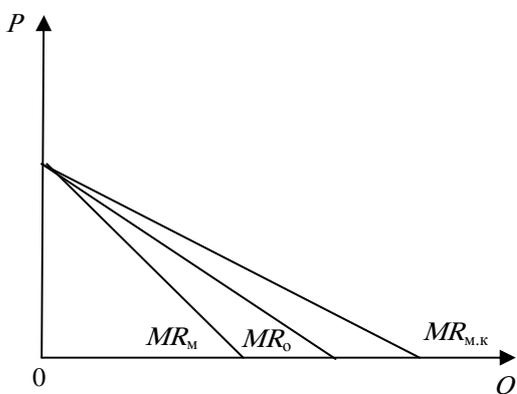
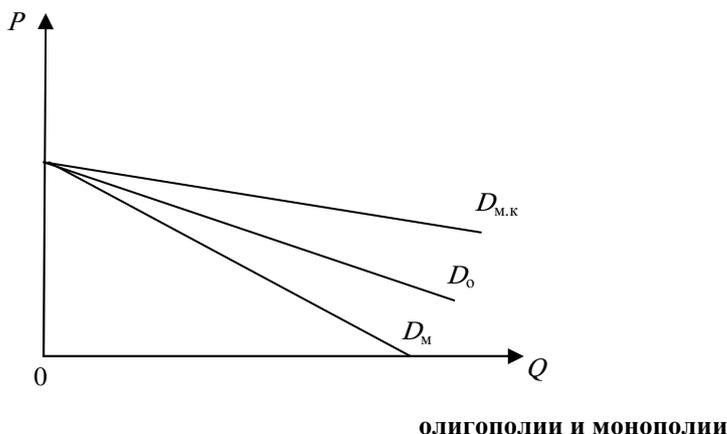


Рис. 6.3. Графики предельной выручки в монополистической конкуренции, олигополии и монополии

К отраслям, в которых сформировалась монополия, можно отнести, например, жилищно-коммунальное хозяйство.

Кроме того, выделяют **естественную монополию**, которая формируется в тех случаях, когда в отрасли по каким-либо причинам может эффективно функционировать только одна фирма.

6.2. АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ, ОЛИГОПОЛИИ И МОНОПОЛИИ НА ОСНОВЕ ОБЩИХ ВЕЛИЧИН

При определении цены и объема производства на основе соотношения общих величин выделяют четыре ситуации.

1. Фирма получает максимальную прибыль (рис. 6.4). Для того, чтобы это произошло, необходимо превышение общей выручки над общими издержками на каком-то отрезке. В нашем случае, это отрезок $Q_1 Q_2$. Разность общей выручки и общих издержек будет составлять прибыль. При этом фирма ищет такую разность, при которой прибыль будет максимальной. На рис 6.5. представлен частный случай максимизации прибыли при цене P_1 и количестве Q_1 . Прибыль будет соответствовать площади прямоугольника $P_2 P_1 A_1 A_2$. Общая выручка будет соответствовать площади прямоугольника $0 P_1 A_1 Q_1$. Общие издержки будут соответствовать площади прямоугольника $0 P_2 A_2 Q_1$.

2. Фирма получает нулевую экономическую прибыль. Графически, подобная ситуация представлена на рис. 6.6. Допустим, внешнеэкономическая ситуация изменилась так, что уровень цены в отрасли снизился до P_3 . В итоге, фирма уже

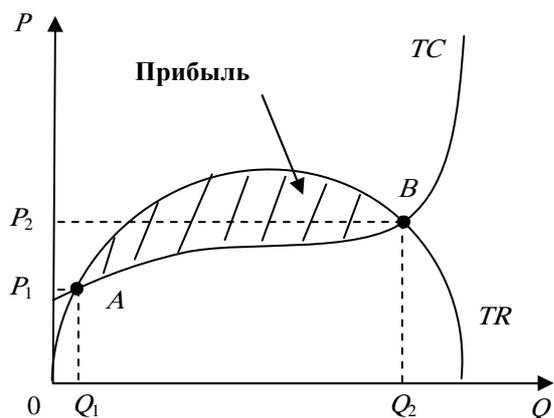


Рис. 6.4. Общий случай максимизации прибыли

не получает прибыли, но и не несёт убытков. В точке A величина общей выручки равна общим издержкам, что соответствует цене P_3 и объёму производству Q_3 .

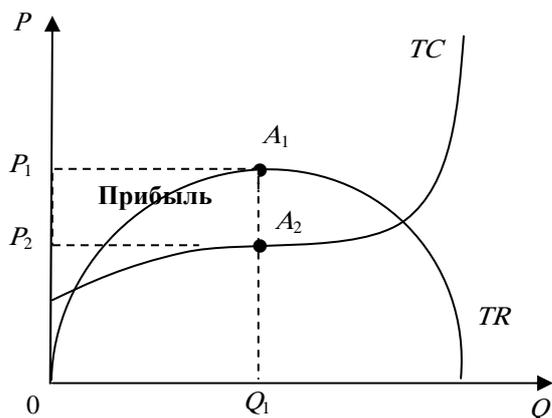


Рис. 6.5. Частный случай максимизации прибыли

3. Фирма снижает убытки. Допустим, цена снижается ещё ниже. Таким образом, на всем объёме производства общие издержки превышают общую выручку, однако есть ещё такой участок, на котором общая выручка превышает общие переменные издержки, что соответствует цене P_6 и количеству Q_6 , рис. 6.7.

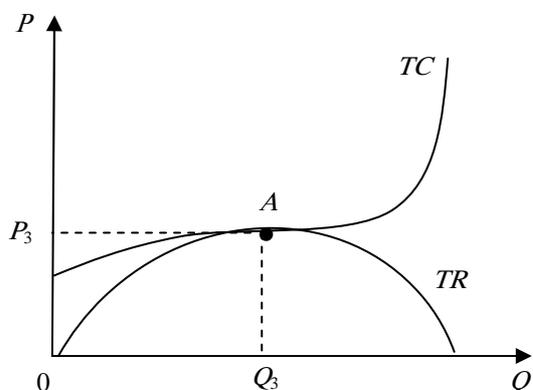


Рис. 6.6. Случай нулевой экономической прибыли

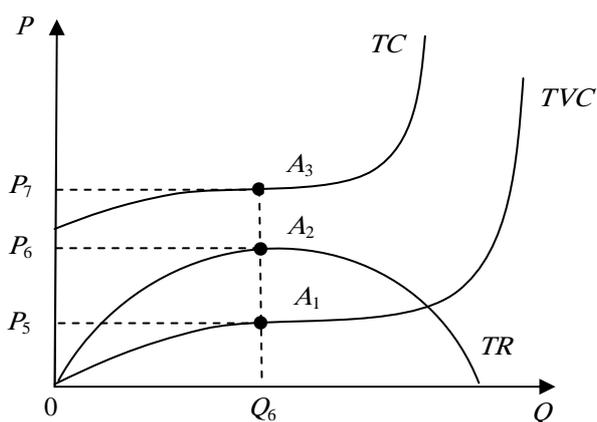


Рис. 6.7. Случай минимизации убытков

Если фирма продолжит производственную деятельность, то её издержки будут равны площади прямоугольника $P_6P_7A_3A_2$. Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны общим постоянным издержкам, что соответствует площади прямоугольника $P_5P_7A_3A_1$. Таким образом, за счёт продолжения производственной деятельности фирма сэкономит издержки, равные площади прямоугольника $P_5P_6A_2A_1$.

4. Случай прекращения производства. Допустим, цена опускается ещё ниже, а переменные издержки повышаются до уровня, когда производство первой единицы товара или услуги будет обходиться дороже, чем общие постоянные издержки. В результате получается ситуация, когда на всём объёме производства и общие, и общие переменные издержки превышают общую выручку, что представлено на рис. 6.8.

Если фирма продолжит производственную деятельность, то издержки будут равны площади прямоугольника $P_8P_{10}A_3A_1$. Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны общим постоянным издержкам, что соответствует площади прямоугольника $P_9P_{10}A_3A_2$. Таким образом, за счёт прекращения производственной деятельности, фирма сэкономит издержки, равные площади прямоугольника $P_8P_9A_2A_1$.

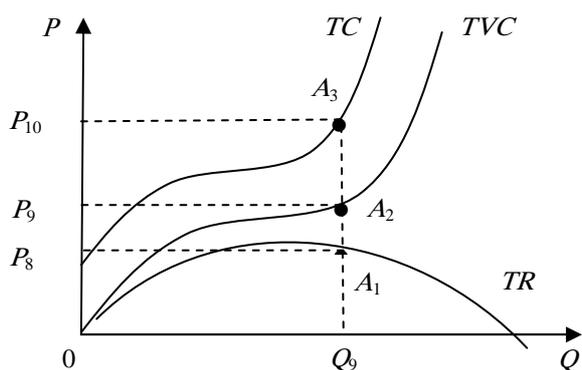


Рис. 6.8. Случай прекращения производства

6.3. АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ, ОЛИГОПОЛИИ И МОНОПОЛИИ НА ОСНОВЕ ПРЕДЕЛЬНЫХ ВЕЛИЧИН

При анализе объема производства и цены с помощью предельных величин выделяют четыре ситуации.

1. Фирма получает максимальную прибыль. Оптимальной считается ситуация, при которой предельная выручка равняется предельным издержкам, что соответствует точке A_1 , которой соответствует цена P_1 и объем производства Q_1 (рис. 6.9).

При объеме производства Q_1 средние долгосрочные издержки соответствуют точке A_2 , в которой уровень цены равен

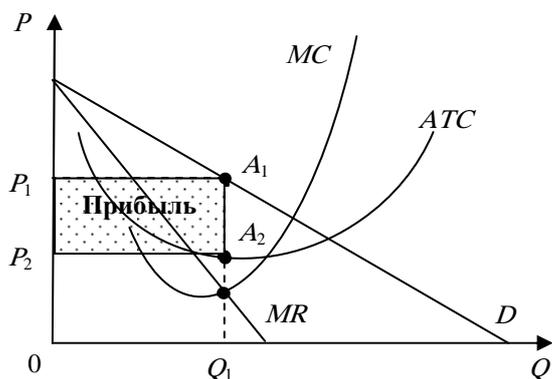


Рис. 6.9. Случай максимизации прибыли

P_2 , таким образом, цена больше издержек, в результате, фирма получает прибыль, которая равна площади прямоугольника $P_2P_1A_1A_2$. Общие издержки равны площади прямоугольника $0P_2A_2Q_1$. Общая выручка равняется площади прямоугольника $0P_1A_1Q_1$.

2. Фирма получает нулевую экономическую прибыль. Такая ситуация возникает, когда точке пересечения предельной выручки и предельных издержек, соответствует кривая средних долгосрочных издержек, таким образом, уровень цены равен средним долгосрочным издержкам (рис. 6.10).

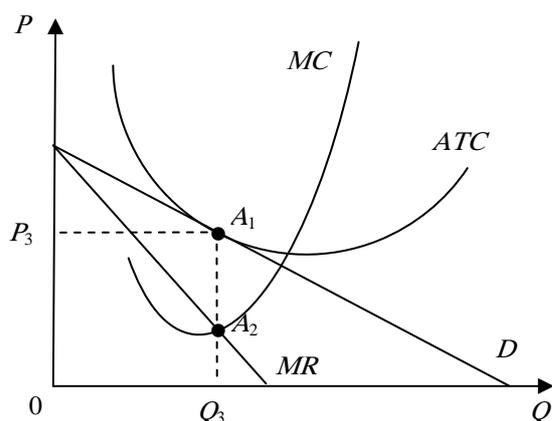


Рис. 6.10. Случай нулевой экономической прибыли

3. Фирма снижает убытки. Фирма может снизить уровень убытков, если уровень цены на её продукцию будет ниже, чем уровень средних долгосрочных издержек, и в то же время выше, чем уровень средних переменных издержек, как показано на рис. 6.11.

Если фирма продолжит производственную деятельность, её издержки будут равны площади прямоугольника $P_5P_6A_1A_2$. Если фирма прекратит производственную деятельность, то её издержки будут равны постоянным издержкам, что

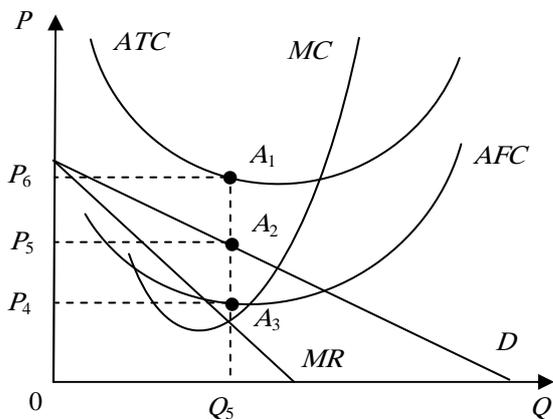


Рис. 6.11. Случай снижения убытков

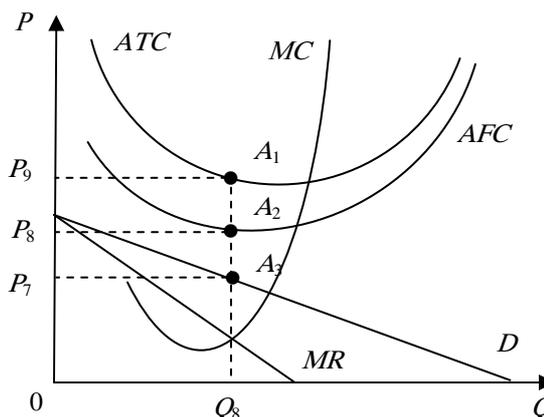


Рис. 6.12. Случай закрытия

соответствует площади прямоугольника $P_4P_6A_1A_3$. Таким образом, если фирма продолжит производственную деятельность, она сэкономит издержки равные площади прямоугольника $P_4P_5A_2A_3$.

4. Случай прекращения производства. Если складывается такая ситуация, при которой цена на продукцию меньше, чем средние общие и средние переменные издержки, то фирме выгоднее закрыться, поскольку в этом случае её постоянные издержки будут меньше, чем издержки при любом объёме производства. Рассмотрим эту ситуацию на графике рис. 6.12.

Если фирма продолжит производственную деятельность, её издержки будут равны площади прямоугольника $P_7P_9A_1A_3$. Если фирма прекратит производственную деятельность, её издержки будут равны постоянным издержкам, что соответствует площади прямоугольника $P_8P_9A_1A_2$. Таким образом, за счёт прекращения производственной деятельности фирма может сократить издержки на величину, равную площади прямоугольника $P_7P_8A_2A_3$.

6.4. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЧИСТОЙ КОНКУРЕНЦИИ И МОНОПОЛИИ

Сравнительный анализ данных двух моделей можно провести по следующим четырём критериям.

1. Цена и объём производства.

На рис 6.13 представлена модель ценообразования в условиях монополии и чистой конкуренции.

Как видно, в условиях чистой конкуренции цена на продукцию ниже, а объём производства выше, чем в монополии.

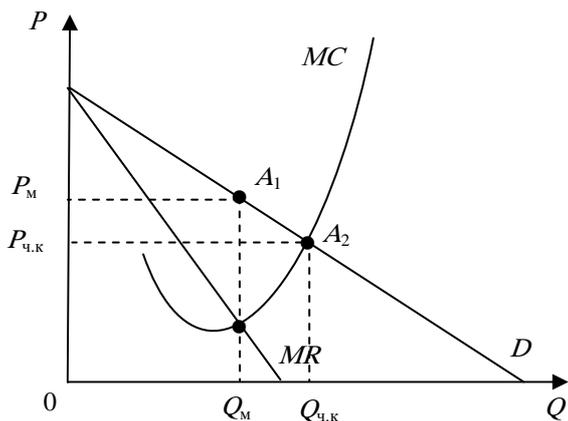


Рис. 6.13. Определение цены и объёма производства в монополии и чистой конкуренции

2. Масштаб производства.

На рисунке 6.14 представлена ситуация влияния масштаба производства на средние издержки и цену в соответствующих рыночных моделях. Поскольку в условиях монополии масштаб производства больше, то и средние издержки будут ниже, что позволяет держать более низкую цену на продукцию по сравнению с чистой конкуренцией.

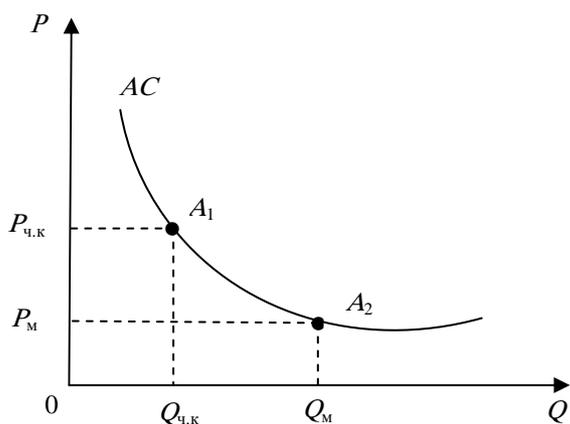


Рис. 6.14. Эффект масштаба производства в монополии и чистой конкуренции

3. X-неэффективность.

X-неэффективность означает разницу между потенциальной и фактической эффективностью функционирования организации. Считается, что в условиях монополии X-неэффективность выше, чем в условиях чистой конкуренции, поскольку у монополии намного меньше стимулов к совершенствованию деятельности из-за отсутствия конкурентов и долгосрочной защищенности.

4. Разработка и внедрение инноваций.

В чистой конкуренции больше стимулов к разработке и внедрению инноваций, однако меньше финансовых возможностей, в монополии – наоборот. Практика показывает, что большая часть научных открытий осуществляется индивидуальными исследователями и небольшими организациями, а свою реализацию они получают в крупных фирмах.

Таким образом, нельзя сделать однозначный вывод, какая из рыночных моделей лучше, всё зависит от конкретных условий.

Основные термины и понятия

Несовершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, естественная монополия, X-неэффективность.

Контрольные вопросы

1. Дайте характеристику монополистической конкуренции. Приведите примеры отраслей монополистической конкуренции.
2. Дайте характеристику олигополии. Приведите примеры олигополистических отраслей.
3. Дайте характеристику монополии. Приведите примеры монополистических отраслей.
4. Проведите анализ спроса и предельного дохода в монополистической конкуренции, олигополии и монополии.
5. Дайте характеристику ситуации максимизации прибыли на основе общих величин.
6. Дайте характеристику ситуации нулевой экономической прибыли на основе общих величин.
7. Дайте характеристику ситуации минимизации убытков и на основе общих величин.
8. Дайте характеристику ситуации закрытия на основе общих величин.
9. Дайте характеристику ситуации максимизации прибыли на основе предельных издержек.
10. Дайте характеристику ситуации нулевой экономической прибыли на основе предельных издержек.
11. Дайте характеристику ситуации минимизации убытков на основе предельных издержек.
12. Дайте характеристику ситуации закрытия на основе предельных издержек.
13. Дайте характеристику понятия X-неэффективность.
14. Проведите сравнительный анализ эффективности чистой конкуренции и монополии.

7. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

7.1. АНАЛИЗ ОБЩИХ ПРИНЦИПОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКАХ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Спрос на фактор производства зависит от цены товара, производимого с его помощью, от производительности фактора производства и может быть представлен в виде формулы 15:

$$D_p = MRP_p = MRP, \quad (15)$$

где MRP_p – предельная производительность ресурса, выраженная в денежных единицах.

График спроса на ресурс представлен на рис. 7.1. График спроса на ресурс имеет отрицательный наклон и означает, что фирма будет нанимать больше ресурсов только при понижении цены на них и наоборот.

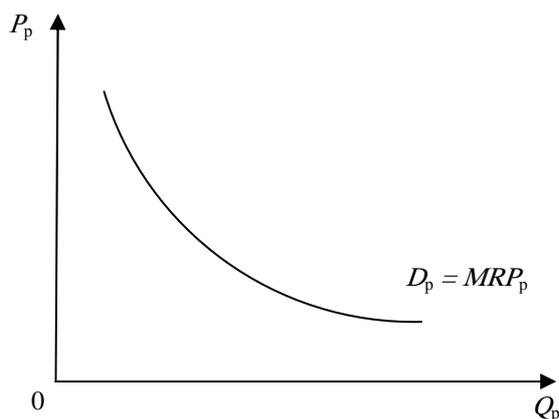


Рис. 7.1. График спроса на ресурс

Оптимальное количество нанимаемого ресурса определяется на основе соотношения показателей MRP и MRC . Если $MRP > MRC$ – это означает, что при увеличении использования дополнительной единицы ресурса, доходы фирмы превышают издержки и ей стоит увеличивать использование количества данного ресурса. Если $MRP < MRC$ – это означает, что при увеличении использования дополнительной единицы ресурса, расходы фирмы превышают её издержки и ей стоит уменьшать использование количества данного ресурса. Если $MRP = MRC$ – это наиболее оптимальная ситуация и означает, что при увеличении использования дополнительной единицы ресурса, доходы фирмы равны её издержкам. Именно к такой ситуации и следует стремиться фирме.

В случае выбора из нескольких факторов производства, наиболее оптимальна ситуация, когда соотношение предельной производительности факторов производства к цене будут равны единице, формула (16):

$$\frac{MRP_L}{P_L} = \frac{MRP_K}{P_K} = 1. \quad (16)$$

При анализе формулы (2), необходимо учитывать два аспекта:

- соотношение предельных производительностей в денежном выражении к ценам ресурсов должны быть равны между собой;
- соотношение предельных производительностей в денежном выражении к ценам ресурсов должны быть равны единице.

7.2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Заработная плата – стоимость использования труда за определённый период времени. **Номинальная заработная плата** – количество денег, получаемых работником за определённый период времени. **Реальная заработная плата** – количество товаров и услуг, которое можно купить на получаемые деньги.

Так же как и на рынке товаров и услуг, на рынке труда можно выделить ситуацию совершенной и несовершенной конкуренции. Совершенная конкуренция представляет собой ситуацию, при которой на рынке существует много домашних хозяйств, предлагающих свой труд, и много фирм, готовых нанять рабочих. Спрос на труд можно представить в форме кривой предельной производительности труда MRP_L . Она абсолютно эластична и проходит параллельно количеству труда (рис. 7.2). Это связано с тем, что на рынке труда есть большое количество фирм, готовых нанять рабочих, и каждая из них не может существенно повлиять на уровень заработной платы. Предложение на труд определяется предельными издержками труда MRC_L . Кривая MRC_L имеет положительный наклон и прямо пропорциональна ставке заработной платы. Это означает, что при увеличении ставки заработной платы, всё большее количество домашних хозяйств готовы предложить свой труд.

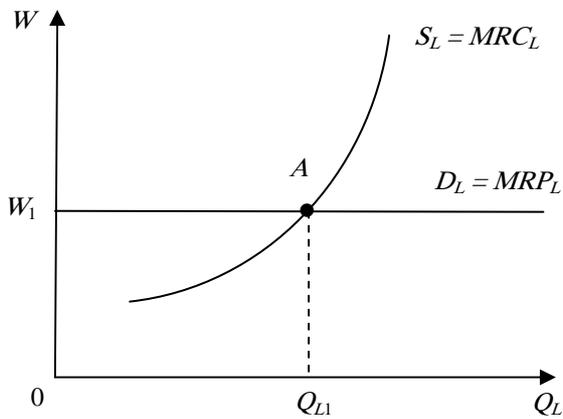


Рис. 7.2. Ценообразование на рынке труда в условиях совершенной конкуренции

В точке *A*, где пересекаются кривые MRP_L и MRC_L , достигается оптимальное соотношение трудовых ресурсов и по ней определяется уровень заработной платы и количество нанимаемого труда.

В несовершенной конкуренции кривая MRP_L имеет нисходящий характер и обратно пропорциональна уровню ставки заработной платы (рис. 7.3). Это связано с тем, что фирмы готовы нанимать больше трудовых ресурсов, при снижении уровня заработной платы и наоборот. В точке *A* кривые MRP_L и MRC_L пересекаются. По данной точке определяется количество нанимаемого труда, а уровень заработной платы определяется по кривой предложения труда, что соответствует точке *B*.

На рынке несовершенной конкуренции труда возможны три ситуации:

- когда много домашних хозяйств, предлагающих свой труд и мало фирм, готовых его нанять (в этом случае уровень заработной платы стремится к точке *A*);
- когда мало домашних хозяйств, предлагающих свой труд и много фирм, готовых его нанять (в этом случае уровень заработной платы стремится к точке *B*);

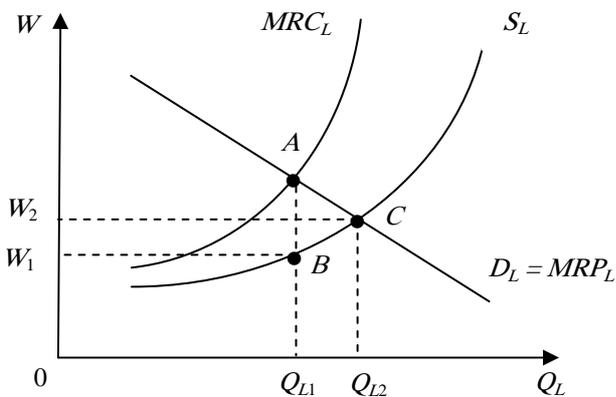


Рис. 7.3. Ценообразование на рынке труда в условиях несовершенной конкуренции

- когда мало домашних хозяйств, предлагающих свой труд и фирм, готовых его нанять (в этом случае уровень заработной платы находится между точками *A* и *B*).

Если сравнить данные рыночные ситуации, то можно сказать, что в условиях совершенной конкуренции уровень заработной платы выше, и количество нанимаемого труда больше по сравнению с несовершенной конкуренцией.

7.3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ПРОЦЕНТА

Процент – стоимость использования денег за определённый период времени.

Уровень процентной ставки определяется на основе соотношения спроса и предложения на деньги. Спрос на деньги делится на две части: спрос на деньги для сделок (рис. 7.4) и спрос на деньги как средства сбережения (рис. 7.5).

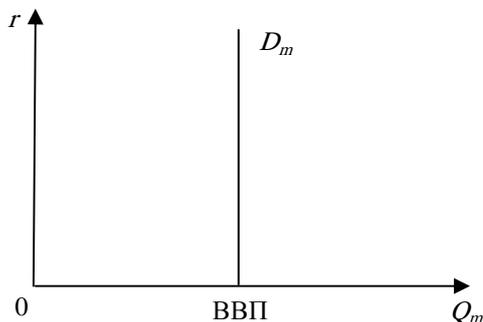


Рис. 7.4. График спроса на деньги для сделок

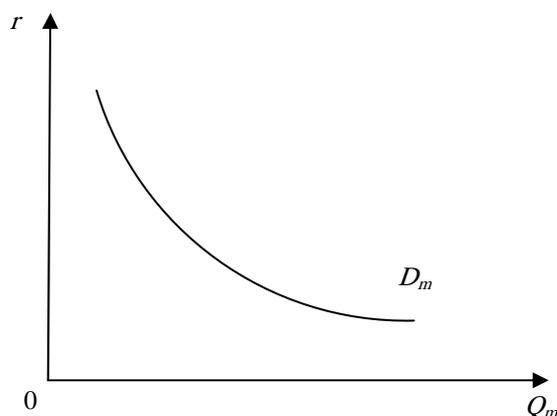


Рис. 7.5. График спроса на деньги как средство сбережения

В первом случае, спрос на деньги прямо пропорционален уровню ВВП. Во втором случае, спрос на деньги обратно пропорционален уровню процентной ставки, поскольку при повышении процентной ставки экономические субъекты предпочитают больше сберегать и меньше тратить, так как сбережения принесут им больше доходов и наоборот. Общий спрос на деньги является суммой этих двух видов спроса. Предложение денег обеспечивается государственными учреждениями. Общее равновесие на денежном рынке представлено на рис. 7.6.

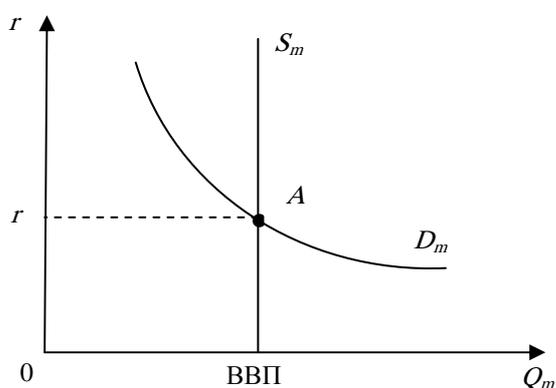


Рис. 7.6. График равновесия на денежном рынке

Уровень процентной ставки может различаться из-за:

- срока выдачи кредита;
- суммы кредита;
- риска.

7.4. ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ РЕНТЫ

Рента – стоимость использования земли или другого имущества. Предложение является фиксированным. Спрос на землю зависит от:

– производительности земли, например, земля, расположенная в более благоприятных климатических условиях будет дороже, чем северные земли; земля, насыщенная нефтью или газом будет дороже, чем просто земля с обычной растительностью;

– месторасположения земли, например, земля в центре города обычно дороже, чем на окраине.

Графически ситуация спроса и предложения представлена на рис. 7.7.

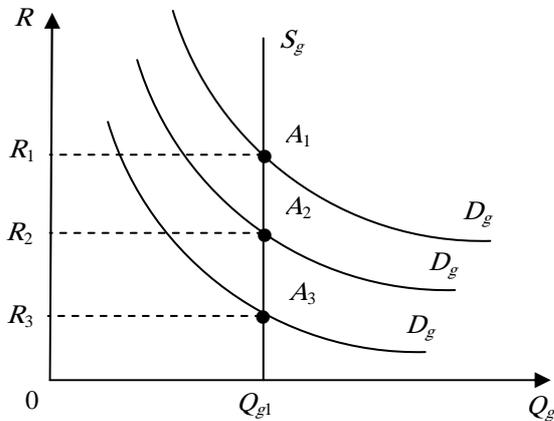


Рис. 7.7. График равновесия на рынке земли

Основные термины и понятия

Предельная производительность ресурса, предельная производительность ресурса в денежном выражении, предельные издержки ресурса в денежном выражении, заработная плата, реальная заработная плата, номинальная заработная плата, предельная производительность труда, предельные издержки труда, процент, рента.

Контрольные вопросы

1. От чего зависит спрос на факторы производства?
2. Почему кривая спроса на ресурсы носит нисходящий характер? Изобразите её график.
3. При каких условиях достигается оптимальное соотношение факторов производства?
4. Что такое заработная плата? Какие виды заработной платы вы знаете?
5. Охарактеризуйте ситуацию формирования заработной платы на рынке совершенной конкуренции.
6. Охарактеризуйте ситуацию формирования заработной платы на рынке несовершенной конкуренции.
7. Проведите сравнительный анализ ценообразования на рынке труда в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
8. Дайте характеристику формирования уровня процента.
9. Дайте характеристику формирования уровня ренты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По мере становления рыночного хозяйства, формирования рыночного образа мышления появляется необходимость осмыслить происходящие изменения в экономике. Это позволяет, с одной стороны, правильно понимать экономические отношения, происходящие с рыночными субъектами, а, с другой стороны, разрабатывать адекватную экономическую стратегию, как на уровне самих субъектов, так и по отношению к ним. Наличие кризисных явлений, глобализация и интернационализация экономических отношений делают эти вопросы еще более острыми и актуальными.

Микроэкономика один из важнейших разделов экономической науки. Она состоит из различных теорий, концепций, закономерностей, которые интерпретируют поведение отдельных рыночных субъектов. Одним из важнейших элементов научных исследований на микроэкономическом уровне является экономический анализ.

К основным разделам микроэкономических исследований можно отнести: спрос и предложение на рынках товаров и услуг, а также на рынках факторов производства, изучение закономерностей поведения отдельных домашних хозяйств и организаций.

К основным теоретическим постулатам микроэкономической науки сегодня относят: закон спроса и предложения, эластичность, закон убывающих предельных издержек, закон убывающей предельной полезности, эффект дохода, эффект замещения и т.д.

Коллектив авторов надеется, что данное учебное пособие послужит хорошим материалом, позволяющим студентам более эффективно и результативно освоить соответствующие разделы экономической науки, более адекватно разбираться в экономических процессах, происходящих на микроуровне и, в конечном счете, поможет формировать грамотную экономическую политику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Экономика : учебник / под ред. А.И. Архипова, А.Н. Нестеренко, А.К. Большакова. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : ПБОЮЛ М.А. Захаров, 2001. – 784 с.
2. Самуэльсон, П.Э. Экономика / П.Э. Самуэльсон, В.Д. Нордхаус ; пер. с англ. – 18-е изд. – ООО Издательский дом «Вильямс», 2007. – 1360 с.
3. Макконнелл, К.Р. Экономика: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 916 с.
4. Микроэкономика. Теория и российская практика / под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. – 2-е изд. – М. : ИТД «КноРус», «Издательство ГНОМ и Д», 2000. – 544 с.
5. Мэнкью, Н.Г. Принципы микроэкономики : учебник для вузов / Н.Г. Мэнкью; пер. с англ. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 592 с.
6. Сломан, Дж. Экономикс. Экспресс-курс / Дж. Сломан. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 608 с.
7. Липсиц, И.В. Экономика: учебник для ВУЗов / И.В. Липсиц. – М. : ОМЕГА-Л, 2006. – 656 с.
8. Экономическая теория : учебник / под ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечелевой. – М. : Изд-во «Экзамен», 2004. – 592 с.
9. Вечканов, Г.С. Микроэкономика : учебник для вузов / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 288 с.
10. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики : учебник для вузов / Р.М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М. : Норма, 2006. – 576 с.
11. Экономика : учебник. / под ред. А.С. Булатова. – 3-е изд. перераб. и доп. – М. : Юрист, 2002. – 896 с.

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

D	–	спрос
P	–	цена
Q	–	количество
S	–	предложение
U	–	полезность
MU	–	предельная полезность
TU	–	общая полезность
AU	–	средняя полезность
E	–	эластичность
E_d	–	эластичность спроса по цене
E_s	–	эластичность предложения
E_{xy}	–	перекрёстная эластичность спроса
E_i	–	эластичность спроса по доходу
i	–	доход
U	–	полезность
TU	–	общая полезность
AU	–	средняя полезность
MU	–	предельная полезность
MRS	–	предельная норма замещения
C	–	издержки
TC	–	общие издержки
TFC	–	общие постоянные издержки
TVC	–	общие переменные издержки
AC	–	средние издержки
AFC	–	средние постоянные издержки
AVC	–	средние переменные издержки
MC	–	предельные издержки
TR	–	общая выручка
MR	–	предельная выручка

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ВЗАИМОСВЯЗЬ МИКРОЭКОНОМИКИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	4
1.1. Микроэкономика: понятие, субъекты, позитивный и нормативный уровень	4
1.2. Предмет микроэкономики	6
1.3. Методы микроэкономики	8
Контрольные вопросы	9
2. АНАЛИЗ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ИНДИВИДУАЛЬНЫХ РЫНКАХ. ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ	10
2.1. Рынок: понятие, классификация	10
2.2. Анализ рыночного спроса	10
2.3. Анализ рыночного предложения	13
2.4. Рыночное равновесие	14
2.5. Оценка эластичности спроса и предложения	19
Контрольные вопросы	24
3. ТЕОРИЯ И АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ	25
3.1. Кардиналистская теория потребительского выбора	25
3.2. Ординалистская теория потребительского выбора	27
Контрольные вопросы	31
4. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА	32
4.1. Понятие издержек	32
4.2. Издержки в краткосрочном периоде	33
4.3. Издержки в долгосрочном периоде	35
Контрольные вопросы	38
5. АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЁМА ПРОИЗВОДСТВА НА РЫНКЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	40
5.1. Характеристика совершенной конкуренции	40
5.2. Анализ цены и объёма в совершенной конкуренции с помощью общих величин	42
5.3. Анализ цены и объёма в совершенной конкуренции с помощью предельных величин	48
Контрольные вопросы	54
6. АНАЛИЗ ЦЕНЫ И ОБЪЁМА ПРОИЗВОДСТВА НА РЫНКАХ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	55
6.1. Характеристика рынков несовершенной конкуренции	55
6.2. Анализ цены и объёма производства в условиях монополистической конкуренции, олигополии и монополии на основе общих величин	58
6.3. Анализ цены и объёма производства в условиях монополистической конкуренции, олигополии и монополии на основе предельных величин	61
6.4. Сравнительный анализ эффективности чистой конкуренции и монополии	64
Контрольные вопросы	66
7. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА	67
7.1. Анализ общих принципов ценообразования на рынках факторов производства	67
7.2. Определение уровня заработной платы	68
7.3. Определение уровня процента	70
7.4. Определение уровня ренты	72
Контрольные вопросы	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	74
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	75
ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ	76

