# Введение

Микроэкономика для студентов, интересующихся тем, как работает хозяйственный механизм, самый подходящий и наиболее интересный предмет. Ясное понимание того, что такое микроэкономика, необходимо для управленческих решений, разработки социальной политики, а в более общем плане для понимания механизма функционирования современной экономики.

Экономика подразделяется на две основные области:

микроэкономику (приставка «микро» происходит от греческого слова «маленький»). Многие из отдельных субъектов невелики, однако лишь по отношению к экономике страны в целом. Например, ежегодный товарооборот фирмы «Дженерал моторс», ИБМ или «Экксон» больше, чем валовой национальный продукт многих стран, и макроэкономику. Микроэкономика связана с деятельностью отдельных экономических субъектов. К ним относятся потребители, рабочие, вкладчики капитала, землевладельцы, фирмы фактически любой индивидуум или хозяйственный субъект, который играет существенную роль в функционировании экономики. Микроэкономика объясняет, как и почему принимаются экономические решения на низшем уровне. Например, она объясняет, как потребители принимают решения о покупке товара и как на их выбор влияют изменения цен и их доходов, каким образом фирмы планируют численность рабочих и как рабочие решают, где и сколько им необходимо работать.

Другим важным аспектом микроэкономики является взаимодействие субъектов экономики в процессе образования более крупных структур рынков в отраслях промышленности. Микроэкономика помогает понять, например, логику исторического развития американской автомобильной промышленности, как взаимодействуют между собой производители и потребители на автомобильном рынке. Она объясняет, как устанавливаются цены на автомобили, какие средства автомобильные компании инвестируют на строительство новых заводов и сколько автомобилей производится ежегодно. Изучая, деятельность отдельных фирм и потребителей, микроэкономика вскрывает, как функционируют и развиваются отрасли промышленности и рынки, каким образом на их деятельность влияют политика правительства и экономические условия других стран.

В отличие от этого макроэкономика связана с совокупностью общих экономических показателей таких, как темпы роста производительности в стране, учетные ставки процента, безработица и инфляция. Но границы между макро- и микроэкономикой в последние годы все больше размываются. Причина заключается в том, что макроэкономика также связана с анализом совокупных рынков, например товаров, услуг, рабочей силы и ценных бумаг. Чтобы понять, как действуют совокупные рынки, надо сначала изучить поведение фирм, потребителей, рабочих, вкладчиков капитала, которые участвуют в функционировании этих рынков. Таким образом, специалисты по макроэкономике все чаще занимаются микроэкономическими обоснованиями, а сама макроэкономика на самом деле является продолжением микроэкономического анализа.

Применение и границы микроэкономической теории

Как и любая наука, экономика связана с объяснением и прогнозированием наблюдаемых явлений. Почему, например, фирмы стремятся нанимать или увольнять трудящихся, когда меняются цены на сырье, потребляемое в процессе производства? Примерно сколько их должно быть принято на работу или уволено фирмой (отраслью промышленности), если цена на сырье возрастет на 10%?

В экономике, как и в других науках, обоснование и прогноз основываются на теоретических положениях, которые используются для объяснения наблюдаемых явлений с точки зрения совокупности основных правил и предложений. Теоретический анализ экономической деятельности фирмы, например, начинается с простого предложения, что она будет стремиться максимизировать свою прибыль. Теория использует данное предложение, чтобы обосновать планы фирм по набору рабочей силы, объему капитальных вложений и сырья для производства определенного количества продукции. Она объясняет, как фирмы планируют свое производство в зависимости от величины цен на основные факторы производства рабочую силу, капитал и сырье, а также и от цен на будущую продукцию. Экономическая теория служит также фундаментом прогнозирования. Она объясняет причину изменения объема выпуска продукции в зависимости от увеличения заработной платы или уменьшения цен на материалы. При применении статистических и эконометрических методов исследования возможно построение моделей, используемых для количественных прогнозов. Модель является математическим выражением, основанным на экономической теории, фирмы, рынка или какого-нибудь другого экономического субъекта. Так, мы можем разработать модель отдельной фирмы и использовать ее для прогнозирования изменения уровня выпуска продукции фирмы в результате, скажем, падения цен на сырье на 10 %.

Ни одна научная теория, в том числе и экономическая, не обладает абсолютной точностью. Полезность и значимость теории зависят от того, насколько успешно она объясняет и прогнозирует изучаемые явления. С этой целью теории постоянно проверяются практикой. В результате подобранной проверки теории нередко модифицируются, усовершенствуются, а иногда от них приходится даже отказываться. Процесс проверки и совершенствования теорий является принципиальным для развития экономики и науки.

При оценке теории важно понимать, что она не может быть справедливой абсолютно для всех случаев. Это относится к любой отрасли науки. Например, закон Бойля (В отечественной литературе закон Бойля—Мариотта: произведение объема данной массы идеального газа и его давления постоянно при постоянной температуре; установлен независимо Р. Бойлем (1662) и Э. Мариоттом (1676).) в физике устанавливает взаимосвязь между объемом, температурой и давлением газа. Закон основан на предположении, что отдельные молекулы газа ведут себя подобно крохотным эластичным биллиардным шарам. В настоящее время физики знают, что в действительности молекулы газа не всегда ведут себя таким образом, и отчасти из-за этого закон Бойля не срабатывает при крайних значениях давления и температуры. Тем не менее, в большинстве случаев он прекрасно определяет динамику температуры газа при изменении давления и объема, а следовательно, является важным инструментом при проведении научных исследований и инженерных расчетов. И в экономике дела обстоят подобным же образом. Например, фирмы не всегда максимизируют свою прибыль. Поэтому, может быть, теория фирмы имела лишь частичный успех в объяснении таких аспектов ее деятельности, как учет фактора времени в оценке эффективности инвестиционных мероприятий. Тем не менее, теория объяснила обширный спектр явлений, касающихся хозяйственной деятельности и эволюции как фирм, так и целых отраслей промышленности. Она является важным инструментом в руках менеджеров и специалистов, ответственных за разработку политики фирм.

**Часть 1**

# Спрос и эластичность спроса

**Ры­нок и за­кон спро­са**

*Ры­нок* — кос­вен­ное, опо­сре­до­ван­ная взаи­мо­связь ме­ж­ду про­из­во­ди­те­ля­ми и по­тре­би­те­ля­ми про­дук­ции в фор­ме ку­п­ли-про­да­жи то­ва­ров, сфе­ра реа­ли­за­ции и то­вар­но-де­неж­ных от­но­ше­ний, а так­же вся со­во­куп­ность средств, ме­то­дов, ин­ст­ру­мен­тов, ор­га­ни­за­ци­он­но-пра­во­вых норм, струк­тур т.д., обес­пе­чи­ваю­щих функ­цио­ни­ро­ва­ние та­ких от­но­ше­ний. Ры­нок — это един­ст­вен­ная сис­те­ма от­но­ше­ний ку­п­ли-про­да­жи, струк­тур­ны­ми эле­мен­та­ми ко­то­рой яв­ля­ют­ся рын­ки то­ва­ров, ка­пи­та­лов, ра­бо­чей си­лы, цен­ных бу­маг, идей, ин­фор­ма­ции и т.д. Ры­нок — ос­но­ва ры­ноч­ной эко­но­ми­ки.

Ры­нок — это ин­ст­ру­мент, или ме­ха­низм, сво­дя­щий вме­сте по­ку­па­те­лей (предъ­я­ви­те­лей спро­са) и про­дав­цов (по­став­щи­ков) от­дель­ных то­ва­ров и ус­луг, Од­ни рын­ки яв­ля­ют­ся ло­каль­ны­ми, то­гда как дру­гие но­сят ме­ж­ду­на­род­ный или на­цио­наль­ный ха­рак­тер. Не­ко­то­рые от­ли­ча­ют лич­ный кон­такт ме­ж­ду предъ­я­ви­те­лем спро­са и по­став­щи­ком, а дру­гие яв­ля­ют­ся без­лич­ны­ми — на них по­ку­па­тель и про­да­вец ни­ко­гда не ви­дят или во­все не зна­ют друг дру­га,

Со­стоя­ние рын­ка оп­ре­де­ля­ет­ся со­от­но­ше­ни­ем ве­ли­чи­ны спро­са и пред­ло­же­ния

*Спрос и пред­ло­же­ние* — взаи­мо­за­ви­си­мые эле­мен­ты ры­ноч­но­го ме­ха­низ­ма, где спрос оп­ре­де­ля­ет­ся пла­те­же­спо­соб­ной по­треб­но­стью по­ку­па­те­лей (по­тре­би­те­лей), а пред­ло­же­ние — со­во­куп­но­стью то­ва­ров, пред­ло­жен­ных про­дав­ца­ми (про­из­во­ди­те­ля­ми); со­от­но­ше­ние ме­ж­ду ни­ми скла­ды­ва­ет­ся в об­рат­но про­пор­цио­наль­ную за­ви­си­мость, оп­ре­де­ляя со­от­вет­ст­вую­щие из­ме­не­ния в уров­не цен на то­ва­ры.

Спрос изо­бра­жа­ет­ся в ви­де гра­фи­ка, по­ка­зы­ваю­ще­го ко­ли­че­ст­во про­дук­та, ко­то­рое по­тре­би­те­ли го­то­вы и в со­стоя­нии ку­пить по не­ко­то­рой це­не из воз­мож­ных в те­че­ние оп­ре­де­лен­но­го пе­рио­да вре­ме­ни цен. Спрос вы­ра­жа­ет ряд аль­тер­на­тив­ных воз­мож­но­стей, ко­то­рые мож­но пред­ста­вить в ви­де таб­ли­цы. Он по­ка­зы­ва­ет то ко­ли­че­ст­во про­дук­та, на ко­то­рое (при про­чих рав­ных ус­ло­ви­ях) бу­дет предъ­яв­лен спрос при раз­ных це­нах. Спрос по­ка­зы­ва­ет ко­ли­че­ст­во про­дук­та, ко­то­рое по­тре­би­те­ли бу­дут по­ку­пать по раз­ным воз­мож­ным це­нам, *Це­на спро­са* — мак­си­маль­ная це­на, по ко­то­рой по­тре­би­тель го­тов ку­пить дан­ную про­дук­цию.

Ве­ли­чи­ны спро­са долж­ны иметь оп­ре­де­лен­ное зна­че­ние и от­но­сить­ся к оп­ре­де­лен­но­му от­рез­ку вре­ме­ни. Ко­рен­ное свой­ст­во спро­са за­клю­ча­ет­ся в сле­дую­щем: при не­из­мен­но­сти всех про­чих па­ра­мет­ров сни­же­ние це­ны ве­дет к со­от­вет­ст­вую­ще­му воз­рас­та­нию ве­ли­чи­ны спро­са. Бы­ва­ют слу­чаи, ко­гда прак­ти­че­ские дан­ные про­ти­во­ре­чат за­ко­ну спро­са, но это не оз­на­ча­ет его на­ру­ше­ние, а толь­ко лишь на­ру­ше­ние до­пу­ще­ния при про­чих рав­ных ус­ло­ви­ях.

Су­ще­ст­во­ва­ние за­ко­на спро­са под­твер­жда­ют не­ко­то­рые фак­ты:

1. Обыч­но лю­ди дей­ст­ви­тель­но по­ку­па­ют дан­но­го про­дук­та боль­ше по низ­кой це­не, чем по вы­со­кой. Уже тот факт, что фир­мы уст­раи­ва­ют «рас­про­да­жи», слу­жит на­гляд­ным сви­де­тель­ст­вом их ве­ры в за­кон спро­са. Пред­при­ятия со­кра­ща­ют свои то­вар­ные за­па­сы не пу­тем по­вы­ше­ния цен, а пу­тем их сни­же­ния.

2. В лю­бой дан­ный пе­ри­од вре­ме­ни ка­ж­дый по­ку­па­тель про­дук­та по­лу­ча­ет мень­ше удов­ле­тво­ре­ния, или вы­го­ды, или по­лез­но­сти от ка­ж­дой по­сле­дую­щей еди­ни­цы про­дук­та. По­сколь­ку по­треб­ле­ние под­вер­же­но дей­ст­вию прин­ци­па убы­ваю­щей пре­дель­ной полезности, — то есть прин­ци­па, со­глас­но ко­то­ро­му по­сле­дую­щая еди­ни­ца дан­но­го про­дук­та при­но­сит все мень­ше и мень­ше удов­ле­тво­ре­ния, — по­тре­би­те­ли по­ку­па­ют до­пол­ни­тель­ные еди­ни­цы про­дук­та лишь при ус­ло­вии, что це­на его сни­жа­ет­ся.

3. На не­сколь­ко бо­лее вы­со­ком уров­не ана­ли­за за­кон спро­са мож­но объ­яс­нить эф­фек­та­ми до­хо­да и за­ме­ще­ния. Эф­фект до­хо­да ука­зы­ва­ет на то, что при бо­лее низ­кой це­не, че­ло­век мо­жет по­зво­лить се­бе ку­пить боль­ше дан­но­го про­дук­та, не от­ка­зы­вая се­бе в при­об­ре­те­нии ка­ких-ли­бо аль­тер­на­тив­ных то­ва­ров. То есть, сни­же­ние це­ны про­дук­та уве­ли­чи­ва­ет по­ку­па­тель­ную спо­соб­ность де­неж­но­го до­хо­да по­тре­би­те­ля, а по­это­му он в со­стоя­нии ку­пить боль­шее ко­ли­че­ст­во дан­но­го про­дук­та, чем пре­ж­де. Бо­лее вы­со­кая це­на при­во­дит к про­ти­во­по­лож­но­му ре­зуль­та­ту. Эф­фект за­ме­ще­ния вы­ра­жа­ет­ся в том, что при бо­лее низ­кой це­не у че­ло­ве­ка по­яв­ля­ет­ся сти­мул при­об­ре­сти де­ше­вый то­вар вме­сто ана­ло­гич­ных то­ва­ров, ко­то­рые те­перь от­но­си­тель­но до­ро­же. По­тре­би­те­ли склон­ны за­ме­нять до­ро­гие про­дук­ты бо­лее де­ше­вы­ми. Эф­фект до­хо­да и за­ме­ще­ния со­вме­ща­ют­ся и при­во­дят к то­му, что у по­тре­би­те­ля воз­ни­ка­ет спо­соб­ность и же­ла­ние по­ку­пать боль­шее ко­ли­че­ст­во про­дук­та по бо­лее низ­кой це­не.

### Кри­вая спро­са

Об­рат­ную за­ви­си­мость ме­ж­ду це­ной про­дук­та и ве­ли­чи­ной спро­са мож­но изо­бра­зить в ви­де про­сто­го двух­мер­но­го гра­фи­ка, по­ка­зы­ваю­ще­го ве­ли­чи­ну спро­са на го­ри­зон­таль­ной оси, а це­ну на вер­ти­каль­ной оси.

По­ме­ще­ние це­ны на вер­ти­каль­ной оси и ве­ли­чи­ны спро­са на го­ри­зон­таль­ной — это эко­но­ми­че­ская тра­ди­ция. Ма­те­ма­тик по­мес­тил бы це­ны на го­ри­зон­таль­ной оси, а ве­ли­чи­ну спро­са на вер­ти­каль­ной, так как це­на — это не­за­ви­си­мая пе­ре­мен­ная, а ве­ли­чи­на спро­са — за­ви­си­мая пе­ре­мен­ная.

**график спроса**

**P**

**D**

5

4

3

**Ц**

**е**

**н** 2

**а**

1  **D**

0 **q**

10 20 30 40 50 60 70 80

**Величина спроса**

Ка­ж­дая точ­ка гра­фи­ка пред­став­ля­ет со­бой кон­крет­ную це­ну и со­от­вет­ст­вую­щее ко­ли­че­ст­во про­дук­та, ко­то­рое по­тре­би­тель ре­шил ку­пить по дан­ной це­не. Гра­фик от­ра­жа­ет все воз­мож­ные ва­ри­ан­ты со­от­но­ше­ния це­ны и ве­ли­чи­ны спро­са в сво­их при­де­лах. За­кон спро­са на­хо­дит от­ра­же­ние в нис­хо­дя­щем на­прав­ле­нии кри­вой спро­са. Гра­фик по­зво­ля­ет чет­ко пред­ста­вить оп­ре­де­лен­ную связь це­ны и спро­са, а так­же ма­ни­пу­ли­ро­вать раз­лич­ны­ми ее ком­би­на­ция­ми.

Ин­ди­ви­ду­аль­ный и ры­ноч­ный спрос.

На лю­бом рын­ке вы­сту­па­ет мно­го по­ку­па­те­лей, по­это­му це­ле­со­об­раз­но го­во­рить о ры­ноч­ном спро­се. Пе­ре­ход от шка­лы ин­ди­ви­ду­аль­но­го спро­са к шка­ле ры­ноч­но­го спро­са мо­жет быть лег­ко осу­ще­ст­в­лен по сред­ст­вам сум­ми­ро­ва­ния ве­ли­чин спро­са, предъ­яв­ляе­мо­го ка­ж­дым по­тре­би­те­лем при раз­ных воз­мож­ных це­нах. Мы про­сто со­вме­

Кривая рыночного спроса — сумма кривых индивидуального спроса.

**P P P P**

**+ + =**

**3**

**D 1**  **D2 D3 D**

**Q Q Q Q**

**26**  **35** **39** **100**

Графическое выражение спроса конкурентной фирмы (рыночный и индивидуальный спрос).

**P** **Фирма P Отрасль**

**p** **D p**

**D**

**Q q Q**

ща­ем кри­вые ин­ди­ви­ду­аль­но­го спро­са по го­ри­зон­та­ли, что­бы вы­вес­ти об­щую кри­вую спро­са.

### Из­ме­не­ние в спро­се

Це­на слу­жит са­мой важ­ной де­тер­ми­нан­той ко­ли­че­ст­ва лю­бо­го по­ку­пае­мо­го про­дук­та, но су­ще­ст­ву­ют и дру­гие фак­то­ры, ко­то­рые влия­ют на по­куп­ки. Они на­зы­ва­ют­ся не­це­но­вы­ми де­тер­ми­нан­та­ми. Ко­гда они дей­ст­ви­тель­но из­ме­ня­ют­ся, про­ис­хо­дит сдвиг кри­вой спро­са. По­это­му их так­же на­зы­ва­ют фак­то­ра­ми из­ме­не­ния спро­са. Из­ме­не­ние од­ной из де­тер­ми­нант из­ме­ня­ет по­ло­же­ние кри­вой спро­са. Ес­ли по­тре­би­те­ли об­на­ру­жи­ва­ют же­ла­ние и спо­соб­ность по­ку­пать боль­шее ко­ли­че­ст­во дан­но­го то­ва­ра по ка­ж­дой из воз­мож­ных цен, то про­изош­ло уве­ли­че­ние спро­са и кри­вая спро­са сме­сти­лась впра­во. Умень­ше­ние спро­са про­ис­хо­дит то­гда, ко­гда из-за из­ме­не­ния в од­ной его де­тер­ми­нан­те (или бо­лее) по­тре­би­те­ли по­ку­па­ют мень­шее ко­ли­че­ст­во про­дук­та по ка­ж­дой из воз­мож­ных цен, это вле­чет со­кра­ще­ние спро­са и сме­ще­ние кри­вой спро­са вле­во.

Рас­смот­рим влия­ние не­це­но­вых де­тер­ми­нант:

**1. По­тре­би­тель­ские вку­сы.** Бла­го­при­ят­ное для дан­но­го про­дук­та из­ме­не­ние пот по­тре­би­тель­ских вку­сов или пред­поч­те­ний, вы­зван­ное рек­ла­мой или из­ме­не­ни­ем мо­ды, бу­дет оз­на­чать, что спрос воз­рос по ка­ж­дой це­не. Не­бла­го­при­ят­ные пе­ре­ме­ны в пред­поч­те­ни­ях по­тре­би­те­лей вы­зо­вут умень­ше­ние спро­са и сме­ще­ние кри­вой спро­са вле­во. Тех­но­ло­ги­че­ские из­ме­не­ния в ви­де про­яв­ле­ния но­во­го про­дук­та спо­соб­ны при­вес­ти к из­ме­не­нию по­тре­би­тель­ских вку­сов. *При­мер: фи­зи­че­ское здо­ро­вье ста­но­вит­ся все бо­лее по­пу­ляр­ным, а это по­вы­ша­ет спрос на крос­сов­ки и ве­ло­си­пе­ды.*

**2. Чис­ло по­ку­па­те­лей.** Уве­ли­че­ние на рын­ке чис­ла по­ку­па­те­лей обу­слав­ли­ва­ет по­вы­ше­ние спро­са. А умень­ше­ние чис­ла по­тре­би­те­лей на­хо­дит от­ра­же­ние в со­кра­ще­нии спро­са. *При­ме­ры: япон­цы со­кра­ща­ют им­порт­ные кво­ты на аме­ри­кан­ское те­ле­ком­му­ни­ка­ци­он­ное обо­ру­до­ва­ние, тем самым, по­вы­шая спрос на та­кое обо­ру­до­ва­ние; сни­же­ние уров­ня ро­ж­дае­мо­сти умень­ша­ет спрос на об­ра­зо­ва­ние.*

**3. До­ход.** Воз­дей­ст­вие спрос из­ме­не­ния де­неж­но­го до­хо­да бо­лее слож­но. В от­но­ше­нии боль­шин­ст­ва то­ва­ров по­вы­ше­ние до­хо­да при­во­дит к уве­ли­че­нию спро­са.

То­ва­ры, спрос на ко­то­рые из­ме­ня­ет­ся в пря­мой за­ви­си­мо­сти с из­ме­не­ни­ем де­неж­но­го до­хо­да, на­зы­ва­ют­ся то­ва­ра­ми выс­шей ка­те­го­рии, или нор­маль­ны­ми то­ва­ра­ми.

То­ва­ры, спрос на ко­то­рые из­ме­ня­ет­ся в про­ти­во­по­лож­ном на­прав­ле­нии, то есть воз­рас­та­ет при сни­же­нии до­хо­дов, на­зы­ва­ют­ся то­ва­ра­ми низ­шей ка­те­го­рии.

*При­ме­ры: уве­ли­че­ние до­хо­дов по­вы­ша­ет спрос на та­кие нор­маль­ные то­ва­ры, как сли­воч­ное мас­ло, ома­ры, фи­ле, и сни­жа­ет спрос на та­кие то­ва­ры низ­шей ка­те­го­рии, как ка­пус­та, ре­па, вос­ста­нов­лен­ные ши­пы и но­шен­ная оде­ж­да.*

**4. Це­ны на со­пря­жен­ные то­ва­ры**. При­ве­дет ли из­ме­не­ние це­ны на со­пря­жен­ный то­вар к по­вы­ше­нию или сни­же­нию спро­са на рас­смат­ри­вае­мый про­дукт, за­ви­сит от то­го, яв­ля­ет­ся ли этот род­ст­вен­ный то­вар *за­ме­ни­те­лем* на­ше­го про­дук­та (взаи­мо­за­ме­няе­мым то­ва­ром) или *со­пут­ст­вую­щим* ему (взаи­мо­до­пол­няю­щим то­ва­ром). Ко­гда два про­дук­та взаи­мо­за­ме­няе­мы, ме­ж­ду це­ной на один из них и спро­сом на дру­гой су­ще­ст­ву­ет пря­мая связь. Ко­гда два то­ва­ра яв­ля­ют­ся взаи­мо­до­пол­няю­щи­ми, ме­ж­ду це­ной на один из них и спро­сом на дру­гой су­ще­ст­ву­ет об­рат­ная связь. Мно­гие па­ры то­ва­ров яв­ля­ют­ся не­за­ви­си­мы­ми, са­мо­стоя­тель­ны­ми то­ва­ра­ми, из­ме­не­ние це­ны на один очень ма­ло по­влия­ет или во­все не по­влия­ет на спрос на дру­гой. *При­ме­ры: сни­же­ние та­ри­фов на пас­са­жир­ские авиа­пе­ре­воз­ки со­кра­ща­ет спрос на по­езд­ки ав­то­бус­ным транс­пор­том (взаи­мо­за­ме­няе­мые то­ва­ры); со­кра­ще­ние це­ны на ви­део­маг­ни­то­фо­ны по­вы­ша­ет спрос на ви­део­кас­се­ты.*

**5. Ожи­да­ние.** По­тре­би­тель­ские ожи­да­ния от­но­си­тель­но бу­ду­щих цен на то­ва­ры, на­ли­чие то­ва­ров и бу­ду­ще­го до­хо­да спо­соб­ны из­ме­нить спрос. Ожи­да­ние па­де­ния цен и сни­же­ния до­хо­дов ве­дет к со­кра­ще­нию те­ку­ще­го спро­са на то­ва­ры. Об­рат­ное ут­вер­жде­ние так­же вер­но. *При­мер: не­бла­го­при­ят­ная по­го­да в Юж­ной Аме­ри­ке по­ро­ж­да­ет ожи­да­ния в бу­ду­щем бо­лее вы­со­ких цен на ко­фе и тем са­мым по­вы­ша­ет те­ку­щий спрос на не­го.*

Уве­ли­че­ние спро­са, при про­чих рав­ных ус­ло­ви­ях (не­из­мен­но­сти пред­ло­же­ния), по­ро­ж­да­ет эф­фект по­вы­ше­ния це­ны и эф­фект уве­ли­че­ния ко­ли­че­ст­ва про­дук­та. Умень­ше­ние спро­са об­на­ру­жи­ва­ет как эф­фект сни­же­ния це­ны, так и эф­фект со­кра­ще­ния ко­ли­че­ст­ва про­дук­та. Мы об­на­ру­жи­ва­ем пря­мую связь ме­ж­ду из­ме­не­ни­ем спро­са и вы­те­каю­щи­ми от­сю­да из­ме­не­ния­ми рав­но­вес­ной це­ны и ко­ли­че­ст­ва про­дук­та.

**P** **Увеличение и уменьшение спроса**

**5**

**4**

**3**

**2**

**D3**

**1 D1**

**D2**

**0 Q**

**2 4 6 8 10 12 14 16 18 20**

Величина спроса

**Слож­ные слу­чаи в из­ме­не­нии спро­са и пред­ло­же­ния**

Воз­мож­ны слу­чаи, ко­гда пред­ло­же­ние и спрос из­ме­ня­ют­ся в про­ти­во­по­лож­ных на­прав­ле­ни­ях.

Пред­по­ло­жим, что пред­ло­же­ние уве­ли­чи­ва­ет­ся, а спрос со­кра­ща­ет­ся. В этом при­ме­ре со­вме­ща­ют­ся два эф­фек­та сни­же­ния це­ны, ко­то­рые да­ют боль­шее сни­же­ние це­ны, чем при дей­ст­вии од­но­го из эф­фек­тов. На­прав­ле­ние из­ме­не­ния ко­ли­че­ст­ва про­дук­та за­ви­сит от от­но­си­тель­ных па­ра­мет­ров из­ме­не­ния пред­ло­же­ния и спро­са (ес­ли пред­ло­же­ние боль­ше спро­са, то рав­но­вес­ное ко­ли­че­ст­во уве­ли­чи­ва­ет­ся).

Пред­по­ло­жим те­перь, что пред­ло­же­ние со­кра­ща­ет­ся, а спрос воз­рас­та­ет. На­блю­да­ют­ся два эф­фек­та по­вы­ше­ния це­ны. Ес­ли умень­ше­ние пред­ло­же­ния боль­ше, чем уве­ли­че­ние спро­са, рав­но­вес­ное ко­ли­че­ст­во про­дук­та ока­жет­ся мень­ше, чем оно бы­ло пер­во­на­чаль­но.

Воз­мож­ны так­же слу­чаи, ко­гда пред­ло­же­ние и спрос из­ме­ня­ют­ся в од­ном и том же на­прав­ле­нии.

Сна­ча­ла пред­по­ло­жим, что и спрос и пред­ло­же­ния уве­ли­чи­ва­ют­ся. Что­бы оп­ре­де­лить из­ме­не­ние рав­но­вес­ной це­ны, нуж­но срав­нить два эф­фек­та: эф­фект по­ни­же­ния це­ны в ре­зуль­та­те уве­ли­че­ния пред­ло­же­ния и эф­фект по­вы­ше­ния це­ны в ре­зуль­та­те уве­ли­че­ния спро­са. Ес­ли мас­штаб пер­во­го эф­фек­та боль­ше мас­шта­ба вто­ро­го, то це­на сни­зит­ся. Рав­но­вес­ное ко­ли­че­ст­во од­но­знач­но уве­ли­чит­ся.

Рас­смот­рим од­но­вре­мен­ное умень­ше­ние пред­ло­же­ния и спро­са. Ко­гда мас­шта­бы умень­ше­ния пред­ло­же­ния боль­ше мас­шта­бов со­кра­ще­ния спро­са, рав­но­вес­ная це­на воз­рас­та­ет. Ко­гда си­туа­ция про­ти­во­по­лож­ная, рав­но­вес­ная це­на сни­жа­ет­ся. Рав­но­вес­ное ко­ли­че­ст­во про­дук­та од­но­знач­но умень­ша­ет­ся.

Мо­гут воз­ни­кать осо­бые слу­чаи, ко­гда умень­ше­ние спро­са и пред­ло­же­ния с од­ной сто­ро­ны, и уве­ли­че­ние спро­са и пред­ло­же­ния — с дру­гой, пол­но­стью ней­тра­ли­зу­ют друг дру­га. В обо­их этих слу­ча­ях ко­неч­ное воз­дей­ст­вие на рав­но­вес­ную це­ну ока­зы­ва­ет­ся ну­ле­вым, спрос не из­ме­ня­ет­ся.

### Парадокс Гиффена

При росте цен на определенные товары наблюдался рост спроса, вместо ожидаемого уменьшения. Впервые на эту группу товаров обратил внимание английский экономист Роберт Гиффен (1837-1910). Эти товары получили название благ низшего порядка.

Парадокс Гиффена.

P

D

P1

P2

D1

D2

Q1 Q2 Q3 Q

Количество блага должно было бы сократиться с Q1 до Q2,

но спрос возрос с Q1 до Q3.

### Эффект дохода и эффект замещения

1. Нормативный (стандартный) товар

Эффект замещения Эффект дохода

Общий эффект

2. Низкокачественный товар

Эффект замещения

Эффект дохода

Общий эффект

3. Товар Гиффена Эффект дохода

Эффект замещения

Общий эффект

### Из­ме­не­ние ве­ли­чи­ны спро­са

Из­ме­не­ние ве­ли­чи­ны спро­са оз­на­ча­ет пе­ре­дви­же­ние с од­ной точ­ки на дру­гую точ­ку на по­сто­ян­ной кри­вой спро­са, то есть пе­ре­ход от од­ной ком­би­на­ции “це­на — ко­ли­че­ст­во про­дук­та” к дру­гой ком­би­на­ции. При­чи­ной из­ме­не­ния ве­ли­чи­ны спро­са слу­жит из­ме­не­ние ве­ли­чи­ны дан­но­го про­дук­та.

Спрос на ре­сур­сы.

Спрос на ре­сур­сы яв­ля­ет­ся про­из­вод­ным (за­ви­си­мым) от спро­са на про­дук­цию, из­го­тов­ляе­мую с при­ме­не­ни­ем дан­ных ре­сур­сов. Ина­че го­во­ря, по­след­ние удов­ле­тво­ря­ют по­треб­но­сти не пря­мо, а че­рез го­то­вую про­дук­цию. От­сю­да сле­ду­ет, что из­ме­не­ние спро­са на ре­сур­сы так­же яв­ля­ет­ся ве­ли­чи­ной за­ви­си­мой — пре­ж­де все­го от из­ме­не­ния спро­са на го­то­вую про­дук­цию. На дви­же­ние спро­са на ре­сур­сы влия­ет так­же про­из­во­ди­тель­ность тру­да: ес­ли она рас­тет, их тре­бу­ет­ся боль­ше. Ка­ж­дая до­пол­ни­тель­ная еди­ни­ца ре­сур­сов да­ет при­ра­ще­ние про­дук­тов — пре­дель­ный про­дукт (в де­неж­ном вы­ра­же­нии — пре­дель­ный до­ход). В то же вре­мя до­пол­ни­тель­ные ре­сур­сы вы­зы­ва­ют уве­ли­че­ние из­дер­жек фир­мы — пре­дель­ных из­дер­жек. Но фир­мы стре­мят­ся умень­шить из­держ­ки про­из­вод­ст­ва. По­это­му они бу­дут уве­ли­чи­вать ре­сур­сы до тех пор, по­ка пре­дель­ный до­ход от их при­рос­та не срав­ня­ет­ся с пре­дель­ны­ми из­держ­ка­ми на них. Ес­ли пре­дель­ный доход боль­ше пре­дель­ных из­дер­жек, спрос на дан­ные ре­сур­сы рас­тет, в про­ти­во­по­лож­ной си­туа­ции — умень­ша­ет­ся. На­ко­нец, из­ме­не­ние спро­са на дан­ные ре­сур­сы за­ви­сит от ди­на­ми­ки из­ме­не­ния спро­са по дру­гим ре­сур­сам, то есть от из­ме­не­ния це­ны на за­ме­щаю­щие ре­сур­сы (на­при­мер, труд за­ме­ня­ет­ся ка­пи­та­лом) и на до­пол­ни­тель­ные (на­при­мер, ре­сур­сы на из­го­тов­ле­ние плен­ки и про­грамм­но­го обес­пе­че­ния яв­ля­ют­ся до­пол­ни­тель­ны­ми по от­но­ше­нию к тем, что идут со­от­вет­ст­вен­но на из­го­тов­ле­ние ка­ме­ры и ЭВМ).

При вве­де­нии в про­из­вод­ст­во за­ме­щаю­щих ре­сур­сов фир­мы по­лу­ча­ют эф­фект двух ви­дов. Пер­вый — *эф­фект за­ме­ще­ния*, свя­зан­ный с тем, что за­ме­на од­но­го ре­сур­са дру­гим из­ме­ня­ет це­ну и спрос (за­ме­ще­ние тру­да ка­пи­та­лом ве­дет к па­де­нию спро­са на труд и уве­ли­че­нию спро­са на ка­пи­тал). Вто­рой — *эф­фект объ­е­ма про­из­вод­ст­ва*; он вы­ра­жа­ет­ся в увеличении из­дер­жек на ка­пи­тал, вы­зы­ваю­щем па­де­ние объ­е­ма про­из­вод­ст­ва и, со­от­вет­ст­вен­но, со­кра­ще­ние спро­са на ре­сур­сы (на ка­пи­тал). Эф­фект за­ме­ще­ния и эф­фект объ­е­ма про­из­вод­ст­ва про­ти­во­по­лож­ны по на­прав­лен­но­сти. По­это­му на прак­ти­ке спрос на за­ме­щаю­щий ре­сурс за­ви­сит от со­от­но­ше­ния этих двух эф­фек­тов: ес­ли эф­фект за­ме­ще­ния боль­ше эф­фек­та объ­е­ма про­из­вод­ст­ва, спрос на за­ме­щаю­щий ре­сурс воз­рас­та­ет, и наоборот. Ес­ли в про­из­вод­ст­во вво­дит­ся до­пол­ни­тель­ный ре­сурс, из­ме­не­ние в его це­не влияет на из­ме­не­ние спро­са на ос­нов­ной ре­сурс в про­ти­во­по­лож­ном на­прав­ле­нии. Ска­зан­ное оз­на­ча­ет, что про­из­вод­ный спрос на ре­сур­сы воз­рас­та­ет, ес­ли: уве­ли­чи­ва­ет­ся спрос на про­дукт, по­вы­ша­ет­ся про­из­во­ди­тель­ность тру­да в вы­пус­ке го­то­вой про­дук­ции, па­да­ет или под­ни­ма­ет­ся це­на за­ме­щаю­щих ре­сур­сов, сни­жа­ет­ся це­на на до­пол­ни­тель­ные ре­сур­сы.

Эла­стич­ность это­го спро­са оп­ре­де­ля­ют три фак­то­ра. Пер­вый — эла­стич­ность спро­са на го­то­вую про­дук­цию: чем она вы­ше, тем бо­лее эла­стич­ным бу­дет и спрос на ре­сурс. Ко­гда по­вы­ше­ние це­ны на то­вар вы­зы­ва­ет зна­чи­тель­ное па­де­ние спро­са на не­го, по­треб­ность в ре­сур­сах умень­ша­ет­ся. В слу­чае, ко­гда, на­про­тив, спрос на из­го­тов­ляе­мую с по­мо­щью дан­ных ре­сур­сов про­дук­цию не­эла­сти­чен, не­эла­сти­чен и спрос на ре­сур­сы. Вто­рой фак­тор — замещаем ость ре­сур­сов. Эла­стич­ность спро­са на них вы­со­ка, ес­ли в слу­чае по­вы­ше­ния це­ны су­ще­ст­ву­ет воз­мож­ность их за­ме­ны дру­ги­ми ре­сур­са­ми (на­при­мер. бен­зи­на — ди­зель­ным то­п­ли­вом) или вне­дре­ния бо­лее со­вер­шен­ной тех­но­ло­гии (бла­го­да­ря ко­то­рой, к при­ме­ру, умень­ша­ет­ся по­треб­ность в бен­зи­не). Тре­тий фак­тор, оп­ре­де­ляю­щий эла­стич­ность спро­са на ре­сур­сы, — их до­ля в об­щих из­держ­ках. Эла­стич­ность спро­са за­ви­сит от удель­но­го ве­са дан­ных ре­сур­сов в об­щих из­держ­ках про­из­вод­ст­ва го­то­вой про­дук­ции. Ес­ли та­кой удель­ный вес ве­лик, а це­на на ре­сур­сы рас­тет. это при­во­дит к па­де­нию спро­са на ден­ные ре­сур­сы. Чем боль­ше до­ля по­след­них в об­щих из­держ­ках про­из­вод­ст­ва, тем вы­ше эла­стич­ность спро­са.

### Изменения в спросе на ресурс

1. Изменение в спросе на продукт

При прочих равных условиях, изменения в спросе на продукт, который производится с помощью определенного вида ресурсов, приведет к сдвигу в спросе на ресурс в том же направлении.

2. Изменение производительности

Изменение в производительности использования ресурсов ведет к однонаправленному изменению в спросе на ресуры. Производительность можно изменять разными путями:

1) Увеличение числа ресурсов, непосредственно связанных с данными ресурсами.

2) Технологические усовершенствования.

3) Повышение качества самого рассматриваемого ресурса.

3. Изменение цен на другие ресурсы (взаимозаменяемые и взаимодополняемые ресурсы).

### Эластичность спроса

*Эластичность спроса* — изменение спроса на данный товар под влиянием экономических и социальных факторов, связанных с изменением цен; спрос может быть эластичным, если процентное изменение его объема превышает снижение уровня цен, и неэластичным, если степень снижения цен выше прироста спроса.

### Ценовая эластичность

Согласно закону спроса, потребители при снижении цены будут приобретать большее количество продукции. Однако степень реакции потребителей на изменение цены может зачительно варьироваться от продукта к продукту.

Экономисты используют концепцию ценовой эластичности для определения чувствительности потребителей к изменению цены продукции. Если небольшие изменения в цене приводят к значительным изменениям в количестве покупаемой продукции, то такой спрос называют относительно эластичным или просто эластичным.

**Эластичный спрос**

**Цена P**

**ΔP**

**D**

**Количество Q**

**ΔQ**

Если существенное изменение в цене ведет к небольшому изменению в количестве покупок, то такой спрос относительно неэластичный или просто неэластичный.

**Неэластичный спрос**

**Цена P**

**D**

**ΔP**

**Количество Q**

**ΔQ**

Когда процентное изменение цены и последующее изменение количества спрашиваемой продукции равны по величине, то такой случай называют единичной эластичностью.

**Спрос с единичной эластичностью**

**Цена P**

**ΔP=** **ΔQ**

**ΔP**

**D**

**Количество Q**

**ΔQ**

Если изменение цены не приводит ни к какому изменению количества спрашиваемой продукции, то такой спрос является совершенно неэластичным.

**Совершенно неэластичный спрос**

**Цена P**

**D**

**Количество Q**

Если самое малое снижение цены побуждает покупателей увеличивать покупки от нуля до предела своих возможностей, то такой спрос является совершенно эластичным.

**Совершенно эластичный спрос**

**Цена P**

**D**

**Количество Q**

### Формула ценовой эластичности

Степень ценовой эластичности или неэластичности определяют с помощью *коэффициента эластичности (Ed)*.

процентное изменение кол-ва спрашиваемой продукции

процентное изменение цены

Ed=

Процентные изменения вычисляются путем деления величины изменения в цене на первоначальную цену, и следующего за этим изменения в количестве спрашиваемой продукции на то количество продукции, на которое спрос предъявлялся первоначально.

изменение кол-ва спрашиваемой продукции изменение цены

первоначальное кол-во спрашиваемой продукции первоначальная цена

Ed=

Использование процентных изменений позволяет избежать ошибок в расчетах при использовании произвольных единиц измерения.

Ценовой коэффициент эластичности всегда будет иметь отрицательный знак (т.к. закон спроса представляет собой обратную зависимость количества продукта от цены), поэтому рассматривается только абсолютная величина коэффициента эластичности.

**Оценка эластичности по показателю общей выручки**

1. Эластичный спрос (Ed>1). Если спрос эластичен, уменьшение цены приведет к увеличению общей выручки. Потому что даже при меньшей цене, уплачиваемой за единицу продукции, прирост продаж оказывается более чем достаточным для компенсации потерь от снижения цены. Верно и обратное: при эластичном спросе увеличение цены приведет к уменьшению общей выручки.

Если спрос эластичен, изменение цены вызывает изменение общей выручки в противоположном направлении.

2. Неэластичный спрос (Ed<1). Если спрос неэластичен, уменьшение цены приведет к уменьшению общей выручки. Расширение продаж оказывается недостаточным для компенсации снижения выручки, получаемой с единицы продукции, и в результате общая выручка уменьшается. Обратное утверждение тоже верно,

Если спрос неэластичен, уменьшение цены вызывает изменение общей выручки в том же направлении.

3. Единичная эластичность (Ed=1). Увеличение или уменьшение цены оставит общую выручку неизменной.

**Свойства эластичности**

Эластичность и ценовые интервалы. Эластичность варьируется в зависимости от выбранного ценового интервала. Для кривых спроса обычно эластичность оказывается более значительной в верхнем левом углу графика по сравнению с правым нижним. Это арифметическое свойство единиц измерения эластичности. Это связано с первоначальным количеством и ценой, от которых ведется отсчет.

Эластичность и наклон кривой спроса. Внешний вид графика не может служить надежным основанием для суждения об эластичности спроса. Наклон кривой спроса зависит от абсолютных изменений цены и количества продукции, тогда как теория эластичности имеет дело с процентными изменениями цены и количества.

**Изменяющиеся и постоянные эластичные кривые спроса**

Эластичность определяется на заданном интервале. Определение ее на некотором другом интервале может быть таким же или измениться в зависимости от формулы спроса.

Линейная кривая спроса. Эластичность интервалов цен и количества спроса неодинакова на всей прямой, отображающей спрос. Эластичность изменяется по мере движения вниз по кривой спроса.

Кривая спроса постоянной эластичности. Кривая спроса может быть представлена нелинейно. Кривая может иметь такую форму, что эластичность может быть постоянной на любом произвольно взятом интервале.

**Факторы ценовой эластичности спроса**

1. Заменяемость. Чем больше хороших заменителей данного продукта предлагается потребителю, тем эластичнее бывает спрос на него. Эластичность спроса на продукт зависит от того, насколько узко определены границы этого продукта.

2. Удельный вес в доходе потребителя. Чем больше места занимает товар в бюджете потребителя, при прочих равных условиях, тем выше эластичность спроса на него.

3. Предметы роскоши и предметы необходимости. Спрос на предметы необходимости обычно является неэластичным, спрос на предметы роскоши обычно эластичен.

4. Фактор времени. Спрос на продукт более эластичен, чем длиннее время для принятия решений. Это зависит от привычек потребителя , долговечности продукта.

**Перекрестная эластичность**

Концепция перекрестной эластичности позволяет измерять, насколько чувствителен потребительский спрос на один продукт (товар Х) к изменению цены какого-то другого продукта (товар Y).

Exy=

процентное изменение кол-ва спрашиваемого продукта X

процентное изменение цены продукта Y

Эта концепция позволяет понять явления взаимозаменяемости и взаимодополняемости товаров. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса имеет положительное значение, то есть количество спрашиваемой продукции Х варьирует в прямой зависимости от изменения цены продукта Y, то продукты Х и Y являются взаимозаменяемыми товарами. Чем больше положительный коэффициент, тем больше степень заменяемости двух данных товаров. Если коэффициент перекрестной эластичности имеет отрицательное значение, то товары Х и Y являются взаимодополняемыми товарами. Чем больше величина отрицательного коэффициента, тем больше взаимодополняемость двух данных товаров. Нулевой или почти нулевой коэффициент свидетельствует о том, что два товара не связаны между собой, то есть являются независимыми товарами.

### Эластичность спроса по доходу

Эластичность спроса по доходу позволяет измерить процентное изменение количества спрашиваемой продукции, обусловленное тем или иным изменением дохода потребителя.

процентное изменение кол-ва спрашиваемой продукции

процентное изменение дохода

Ei=

Для большинства товаров этот коэффициент будет иметь положительное значение (для товаров высшей категории). Значение коэффициента будет значительно варьироваться от товара к товару. Отрицательное значение коэффициента эластичности спроса по доходу свидетельствует о товаре низшей категории.

Практическое значение коэффициента эластичности по доходу заключается в облегчении прогнозирования того, какие именно отрасли имеют шанс на процветание и расширение, а какие в будущем ожидает застой и сокращение производства. Высокая положительная эластичность по доходу означает, что вклад конкретной отрасли в экономический рост будет больше, чем ее доля в структуре экономики. Небольшой положительный или отрицательный коэффициент указывает на перспективу сокращения производства в отрасли.

Срав­не­ние крат­ко- и дол­го­сроч­но­го ко­эф­фи­ци­ен­тов эластич­но­сти

При ана­ли­зе спро­са и пред­ло­же­ния важ­но вы­де­лять про­дол­жи­тель­ность пе­рио­да вре­ме­ни. Другими словами, необходимо определить период времени, через который мы будем определять изменения. При промежутке менее года — краткосрочный период. В целом кривые спроса и предложения за короткий промежуток времени выглядят совершенно иначе, чем за долговременный.

Для многих товаров спрос более эластичен от цены для длительного, а не для короткого. Это обусловлено тем, что изменение потребительских привычек требует времени, а также тем, что спрос на один товар может быть связан с запасом другого товара у потребителей, который изменяется медленнее.

Пример: *Резкое повышение цен на бензин, уменьшает количество его продаж в краткосрочном периоде, но это влияет на спрос на автомобили, который может изменяться только в долгосрочном периоде*.

Бензин: кривые долгосрочного Автомобили: кривые долгосрочного

и краткосрочного спроса и краткосрочного спроса

P P

Dsr Dsr

Dlr Dlr

Q Q

Для других товаров спрос более эластичен для краткосрочного, а не долгосрочного периода. Это товары длительного пользования, поэтому суммарный запас каждого товара, принадлежащего потребителям велик по сравнению с ежегодным объемом их производства. В результате небольшое изменение в суммарном запасе, которым хотят обладать потребители, может привести к большому в процентном выражении изменению объема покупок.

Эластичность спроса от дохода также различна для долгосрочного и краткосрочного периодов. Для большинства товаров и услуг эластичность спроса от дохода больше в долгосрочном периоде, т.к. люди могут позволить себе увеличение потребления лишь постепенно. Для товаров длительного пользования — обратная картина. Даже незначительное увеличение дохода приводит к резкому увеличению объема текущих покупок. Из-за того, что спрос на товары длительного пользования колеблется очень резко в ответ на краткосрочные изменения дохода, отрасли, производящие эти товары, очень чувствительны к изменению макроэкономических условий. Это касается деловой активности — спадов и бумов. Недаром эти отрасли называют “цикличными” — их сбыт имеет тенденцию увеличивать циклические изменения в ВНП и национальном доходе.

**Часть 2**

***Взаимодействие спроса и предложения***

**Влияние и зависимость спроса от предложения**

Пересечение кривых спроса и предложения определяет цену равновесия (или рыночную цену) и равновесное количество продукции. Любую другую цену конкуренция делает неустойчивой.

Равновесная цена определяется спросом и предложением на рынке

P

Излишки

P\*

S Дефицит D

Q\* Q

Избыточный спрос или дефицит, сопутствующий ценам ниже цены равновесия свидетельствует, что покупателям необходимо платить более высокую цену, чтобы не остаться без продукта. Растущая цена будет 1) побуждать фирмы к перераспределению ресурсов в пользу производства данного товара и 2) вытеснять некоторых потребителей с рынка.

Избыточное предложение, или излишки продукции, возникающие при ценах выше цены равновесия, будут побуждать конкурирующих друг с другом продавцов снижать цены, чтобы избавиться от лишних запасов. Падающие цены будут 1) подсказывать фирмам, что необходимо сократить ресурсы затрачиваемые на производство данной продукции и 2) привлекут на рынок дополнительных покупателей.

### Экономический кругооборот

*Экономический кругооборот* — это циркуляция реальных экономических благ, сопровождающаяся встречным потоком доходов и расходов.

Основными субъектами рыночной экономики являются домохозяйства и фирмы. Домохозяйства предъявляют спрос на потребительские товары и услуги, выступая одновременно поставщиками экономических ресурсов. Фирмы предъявляют спрос на ресурсы, предлагая, в свою очередь, потребительские товары и услуги. Поведение основных экономических агентов может быть выражено кругооборотом спроса и предложения. При всей, условности схемы кругооборота она отражает главное — в развитой рыночной экономике существует постоянное взаимодействие спроса и предложения: спрос рождает предложение, а предложение развивает спрос.

Кругооборот спроса и предложения

Потоки спроса

Потоки предложения

Потоки предложения

Потоки спроса

Рынки товаров и услуг

Рынки ресурсов

Домохозяйства

Фирмы

Кругооборот спроса и предложения может быть конкретизирован с учетом ресурсов, потребительских благ и доходов. Спрос домохозяйств выражается в расходах, которые осуществляются на рынках потребительских благ и услуг. Продажа этих благ и услуг составляют выручку фирмы. Покупка ресурсов, необходимых для этого, предполагает издержки фирмы. Домохозяйства, поставляя необходимые ресурсы (капитал, труд, землю, предпринимательскую способность), получают денежные доходы (заработную плату, ренту, проценты, прибыль). Таким образом реальный поток экономических благ дополняется встречным денежным потоком доходов и расходов.

Кругооборот спроса и предложения

Потребительские расходы Выручка

Товары и услуги Товары и услуги

Ресурсы Ресурсы

Денежный доход Издержки

Рынки потребительских товаров и услуг

Рынки ресурсов

Домохозяйства

Фирмы

Эта модель может быть уточнена при помощи включения оборотов внутри секторов. Простая модель кругооборота несколько идеализирует реальную действительность. Во-первых, она не учитывает накопления, как экономических благ, так и денежных ресурсов, а так же то, что какие-то ресурсы могут выпадать из процесса оборота. Например, если потребители начинают сберегать часть полученных доходов, влияние совокупного спроса уменьшается. Такие обстоятельства могут существенно модифицировать модель кругооборота. Самым важным является здесь развитие кредитной системы. Во-вторых, схема абстрагируется от роли государства. Роль государства в современном мире весьма многообразна, поскольку оно влияет как на агентов рыночной экономики, так и на рынки продуктов, факторов производства, кредита.

Домашние хозяйства и фирмы платят в пользу государства налоги, получая от него в свою очередь трансфертные платежи и субсидии. Кроме того, правительство осуществляет на всех рынках крупные закупки как потребительского, так и производственного характера. В-третьих, модель кругооборота может быть уточнена путем включения в нее международной торговли.

Модель экономического кругооборота имеет важное значение не только для понимания механизма функционирования рыночной экономики, но и для исследования специфики функционирования различных экономических систем.

**Изменения, влияю­щие на спрос и пред­ло­же­ние**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Из­ме­не­ния (при про­чих рав­ных ус­ло­ви­ях) | Сдвиг кри­вой спро­са | Дви­же­ние вдоль кри­вой спро­са | Сдвиг кри­вой пред­ло­же­ния | Дви­же­ние вдоль кри­вой пред­ло­же­ния |
| 1. Из­ме­не­ние цен кон­ку­ри­рую­щих то­ва­ров | + |  |  | + |
| 2. Вве­де­ние но­вой тех­но­ло­гии |  | + | + |  |
| 3. Из­ме­не­ние мо­ды на то­ва­ры | + |  |  | + |
| 4. Из­ме­не­ние по­тре­би­тель­ских до­хо­дов | + |  |  | + |
| 5. Из­ме­не­ние цен на сы­рье |  | + | + |  |

**Устойчивость рыночного равновесия**

1. Цена меньше дохода 2. Товар продается без цены

D S P D S

p

r

Q Q

Область дефицита

3. Товар на рынке отсутствует

P

S

D

Q

4. Ситуация на рынке труда. Обратный загиб кривой предложения.

P

D

S

Q

5. Совпадение кривых спроса и предложения на некотором отрезке

а) б)

P P

S

D

S

D

Q Q

**Динамическая спираль или циклические колебания спроса и предложения**

1. Затухающие колебания

P P

Pe

Q Q

Q1 + Qe

2. Постоянные колебания

P P

Pa

P

P1

Q

Q1 Qe Q

3. Незатухающие колебания

P P

S D

Q Qk Q Q

**Часть 3**

***Влия­ние спро­са на эко­но­ми­че­скую стра­те­гию пред­при­ятия.***

Пер­вым на­прав­ле­ни­ем при­ме­не­ния тео­рии спро­са яв­ля­ет­ся ее ис­поль­зо­ва­ние для раз­ра­бот­ки стра­те­гии пред­при­ятия-про­из­во­ди­те­ля на рын­ке го­то­вой про­дук­ции. Для оп­ре­де­ле­ния объ­е­ма про­из­вод­ст­ва не­об­хо­ди­мо оце­нить си­туа­цию на рын­ке, т. е. про­вес­ти ана­лиз спро­са, ана­лиз пред­ло­же­ния и оце­нить уро­вень кон­ку­рен­то­спо­соб­но­сти про­дук­ции, про­из­во­ди­мой дан­ным пред­при­яти­ем.

Раз­мер ре­аль­но­го спро­са за­ви­сит от ре­аль­ной по­ку­па­тель­ной спо­соб­но­сти (спрос все­гда есть пла­те­же­спо­соб­ный спрос), а так­же це­ны на то­вар.

Про­из­ве­сти ана­лиз спро­са тео­ре­ти­че­ски очень слож­но, так как лю­бое изу­че­ние ста­ти­сти­ки, при­вле­че­ние со­цио­ло­ги­че­ских ис­сле­до­ва­ний и пе­чат­ных ма­те­риа­лов да­ет весь­ма при­бли­зи­тель­ный ре­зуль­тат. Лич­ные кон­так­ты с воз­мож­ны­ми по­ку­па­те­ля­ми да­ют воз­мож­ность оп­ре­де­лить их пред­поч­те­ние, вку­сы и тре­бо­ва­ния, но это тре­бу­ет боль­ших за­трат вре­ме­ни и де­нег. В дан­ном слу­чае эф­фек­тив­но при­ме­нить проб­ные про­да­жи, но это не все­гда ре­аль­но осу­ще­ст­вить.

Нуж­но учи­ты­вать, что спрос на тра­ди­ци­он­ные то­ва­ры (на­при­мер, хлеб) прак­ти­че­ски по­стоя­нен, А при вы­пус­ке прин­ци­пи­аль­но но­вых то­ва­ров спрос толь­ко за­ро­ж­да­ет­ся и мо­жет опе­ре­жать пред­ло­же­ние, то есть объ­ем про­из­вод­ст­ва дан­но­го то­ва­ра. Но на­сту­па­ет мо­мент, ко­гда спрос на то­вар на­сы­ща­ет­ся, по­треб­но­сти по­ку­па­те­лей удов­ле­тво­ря­ют­ся, объ­ем про­из­вод­ст­ва на­чи­на­ет пре­вы­шать спрос.

Про­гно­зи­ро­ва­ние спро­са для раз­лич­ных то­ва­ров раз­лич­но по слож­но­сти. На­при­мер, для ав­то­мо­биль­ных ко­ро­бок пе­ре­дач или хи­ми­че­ско­го сы­рья раз­ме­ры спро­са дос­та­точ­но оче­вид­ны. А спрос на то­ва­ры, имею­щие мно­го­функ­цио­наль­ное на­зна­че­ние, не так оче­ви­ден. Еще слож­нее про­гно­зи­ро­вать спрос на по­тре­би­тель­ские то­ва­ры, где на­ря­ду с фак­то­ра­ми, ко­то­рые мо­гут быть весь­ма точ­но оп­ре­де­ле­ны на бу­ду­щее, на­при­мер, из­ме­не­ние ду­ше­во­го до­хо­да, дей­ст­ву­ют фак­то­ры, не под­даю­щие­ся стро­го­му ана­ли­зу и из­ме­ре­нию, на­при­мер, вку­сы и пред­поч­те­ния по­тре­би­те­лей, мо­да де­мон­ст­ра­ци­он­ный эф­фект и т.д. Ни ста­ти­сти­че­ский учет, ни эко­но­ми­ко-ма­те­ма­ти­че­ское мо­де­ли­ро­ва­ние ры­ноч­ной си­туа­ции не в со­стоя­нии дос­то­вер­но оп­ре­де­лить тен­ден­ции из­ме­не­ния спро­са на кон­крет­ный то­вар.

Про­гно­зи­ро­ва­ние мож­но осу­ще­ст­в­лять раз­лич­ны­ми спо­со­ба­ми: мож­но пе­ре­но­сить вы­яв­лен­ные тен­ден­ции про­шло­го на бу­ду­щее. Мож­но учесть воз­мож­ность из­ме­не­ния тен­ден­ций в свя­зи с из­ме­не­ни­ем ка­ко­го-ли­бо фак­то­ра, в ча­ст­но­сти, до­хо­да на ду­шу на­се­ле­ния.

Крат­ко­сроч­ные про­гно­зы спро­са де­лать труд­нее, чем дол­го­сроч­ные. Спрос с тру­дом под­да­ет­ся про­гно­зу, и еще труд­нее це­ле­на­прав­лен­но­му воз­дей­ст­вию.

При оп­ре­де­ле­нии объ­е­мов про­из­вод­ст­ва нель­зя не учи­ты­вать про­из­вод­ст­во это­го же то­ва­ра дру­ги­ми про­из­во­ди­те­ля­ми — кон­ку­рен­та­ми. При ре­ше­нии это­го во­про­са важ­но оп­ре­де­лить ме­ру на­сы­щен­но­сти рын­ка, а так­же на­сы­щен­ность хо­зяй­ст­вен­ной сфе­ры пред­при­ни­ма­тель­ской ини­циа­ти­вой и дея­тель­но­стью. Ес­ли эти по­ка­за­те­ли не­вы­со­ки, то мож­но на­де­ять­ся на ус­пеш­ный по­иск про­из­вод­ст­вен­ной ни­ши. Ме­то­ды оп­ре­де­ле­ния этих мер раз­лич­ны: изу­че­ние спра­воч­ных рек­лам­ных из­да­ний, ста­ти­сти­ки, кон­крет­ный ана­лиз.

Оп­ре­де­лив ожи­дае­мый уро­вень спро­са, не­об­хо­ди­мое и воз­мож­ное пред­ло­же­ние со сто­ро­ны фир­мы мож­но оп­ре­де­лит воз­мож­ный объ­ем про­из­вод­ст­ва. Оп­ре­де­ле­ние це­ны про­дук­ции нуж­но про­из­во­дить с уче­том ря­да фак­то­ров:

— це­на долж­на по­кры­вать за­тра­ты на про­из­вод­ст­во еди­ни­цы про­дук­ции и при­но­сить пред­при­ятию при­быль;

— це­на долж­на ори­ен­ти­ро­вать­ся на це­ны кон­ку­рен­тов, то есть не пре­вы­шать их при со­от­вет­ст­вии функ­цио­наль­ных ха­рак­те­ри­стик и ка­че­ст­ва то­ва­ра, и при воз­мож­но­сти быть ни­же цен кон­ку­рен­тов, что­бы сти­му­ли­ро­вать спрос на про­дук­цию дан­ной фир­мы;

— це­на долж­на со­от­вет­ст­во­вать це­не спро­са, то есть мак­си­маль­ной це­не, ко­то­рую по­ку­па­те­ли долж­ны за­пла­тить за дан­ную про­дук­цию.

Спрос на ре­сур­сы яв­ля­ет­ся за­ви­си­мым от спро­са на го­то­вую про­дук­цию, по­это­му в пер­вую оче­редь оп­ре­де­ля­ют­ся ви­ды про­дук­ции, про­из­вод­ст­во ко­то­рых бу­дет поль­зо­вать­ся наи­боль­шим спро­сом и при­не­сет наи­боль­шую при­быль. По­лу­че­ние наи­боль­шей при­бы­ли оз­на­ча­ет, что про­дук­ция бу­дет про­из­во­дить­ся с мень­ши­ми из­держ­ка­ми. Из­вест­но, что зна­чи­тель­ную часть из­дер­жек со­став­ля­ют за­тра­ты на ма­те­ри­аль­ные ре­сур­сы, то есть ре­сур­сы не­об­хо­ди­мые на про­из­вод­ст­во дан­ной про­дук­ции. По­это­му из оп­ре­де­лен­ных ви­дов про­дук­ции не­об­хо­ди­мо вы­брать те ви­ды про­дук­ции, про­из­вод­ст­во ко­то­рых бу­дет при­но­сить наи­боль­шую удель­ную при­быль, то есть при­быль на еди­ни­цу про­дук­ции. Для это­го пред­ла­га­ет­ся ре­шить за­да­чу о пла­ни­ро­ва­нии про­из­вод­ст­ва. Ис­ход­ны­ми дан­ны­ми для ре­ше­ния за­да­чи яв­ля­ют­ся: ви­ды про­дук­ции, ко­то­рое мо­жет вы­пус­кать дан­ное про­из­вод­ст­во, ви­ды ре­сур­сов, ко­то­ры­ми рас­по­ла­га­ет пред­при­ятие и их за­па­сы, удель­ный рас­ход ка­ж­до­го ви­да ре­сур­са на про­из­вод­ст­во ка­ж­до­го ви­да про­дук­ции, це­на от реа­ли­за­ции еди­ни­цы про­дук­ции, а так­же стои­мость еди­ни­цы ка­ж­до­го ви­да ре­сур­са. В ре­зуль­та­те ре­ше­ния за­да­чи мы по­лу­чим те ви­ды про­дук­ции, ко­то­рые не­об­хо­ди­мо про­из­во­дить и в ка­ком ко­ли­че­ст­ве, а так­же сум­мар­ную при­быль от реа­ли­за­ции всей вы­пус­кае­мой про­дук­ции.

# Выводы

1. Микроэкономика изучает механизм принятия решений отдельными экономическими субъектами: потребителями, трудящимися, вкладчиками капитала, владельцами ресурсов и отдельными фирмами. Она также исследует взаимодействия потребителей и фирм, формирующих рынки и отрасли промышленности.

2. Микроэкономика основывается на применении теории, которая может (упрощенным способом) помочь объяснить действия отдельных экономических субъектов и сделать соответствующий прогноз на будущее. Модели, представляющие собой математическое выражение теории, применяются для иллюстрации данного объяснения и в процессе прогнозирования.

3. Микроэкономика занимается объяснением и прогнозированием экономических явлений. Но микроэкономика важна также и для нормативного анализа, при котором мы отвечаем на вопрос, какая альтернатива лучше—для фирмы или для общества в целом. Нормативный анализ во многих случаях должен сочетаться с отдельными оценочными суждениями, так как здесь могут рассматриваться проблемы равенства и справедливости, так же как и экономической эффективности.

4. К понятию рынка относится совокупность покупателей и продавцов, в результате взаимодействия которых возможность сбыта и приобретения товаров и услуг. Микроэкономика занимается изучением как конкурентных рынков, где один отдельно взятый покупатель или продавец не имеет влияния на цену, так и неконкурентных рынков, где отдельные агенты могут воздействовать на цены.

5. Чтобы элиминировать влияние инфляции, мы используем сопоставимые, а не действующие цены. Сопоставимые цены рассчитывают по агрегированному индексу цен,—такому как ИПЦ.

6. Анализ кривых спроса и предложения является одним из основных инструментов микроэкономики. На конкурентном рынке кривые предложения и спроса указывают, сколько продукции произведено фирмами и каким будет спрос потребителей при определенной цене.

7. Рыночный механизм имеет тенденцию к равновесию (т.е. цена движется к уровню рыночной распродажи), с тем, чтобы не было ни избыточного спроса, ни избыточного предложения.

8. Эластичность характеризует реакцию предложения спроса на изменение цены, дохода и других переменных. Например, эластичность спроса от цены показывает изменение требуемого количества в процентах в результате увеличения цены на 1 .

9. Эластичность относится к тем или иным временным рамкам, и для большинства товаров важно различать кратковременный и долговременный коэффициенты эластичности.

10. Если мы может рассчитать, хотя бы приблизительно, кривые предложения и спроса на определенный товар, мы можем вычислить цену, приравнивая предложение и спрос. Если мы также знаем, насколько предложение и спрос зависят от других экономических переменных величин (таких, как доход или цены на другие товары), мы можем вычислить, как будут меняться равновесные цена и объем продаж при изменении других переменных. Это одно из средств, объясняющих или прогнозирующих поведение на рынке.

11. Простой численный анализ можно выполнить, сопоставляя данные о ценах и количествах кривыми предложения и спроса и оценивая эластичность. По многим рынкам такие данные существуют, и простейшие расчеты могут помочь нам лучше понять характеристики и поведение рынка.

#### Библиографический список

1. «Курс общей экономической теории» под редакцией А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича. Издательство Санкт- Петербургского университета экономики и финансов 1996г.
2. «Экономикс» Кэмбел Р. Макконел, Стэнли Л. Брю. Издательство «Республика», Москва 1993г.

##### Поволжская академия государственной службы

###### Кафедра экономики

Реферат

на тему:

«Микроэкономика: цели, инструменты, механизм и результаты»

Выполнил:

студент первого курса специальности 0610 103 гр. Цветков Р. А.

Проверил:

Доцент кафедры экономики Булгаков В. И.

**Саратов 1998 г.**