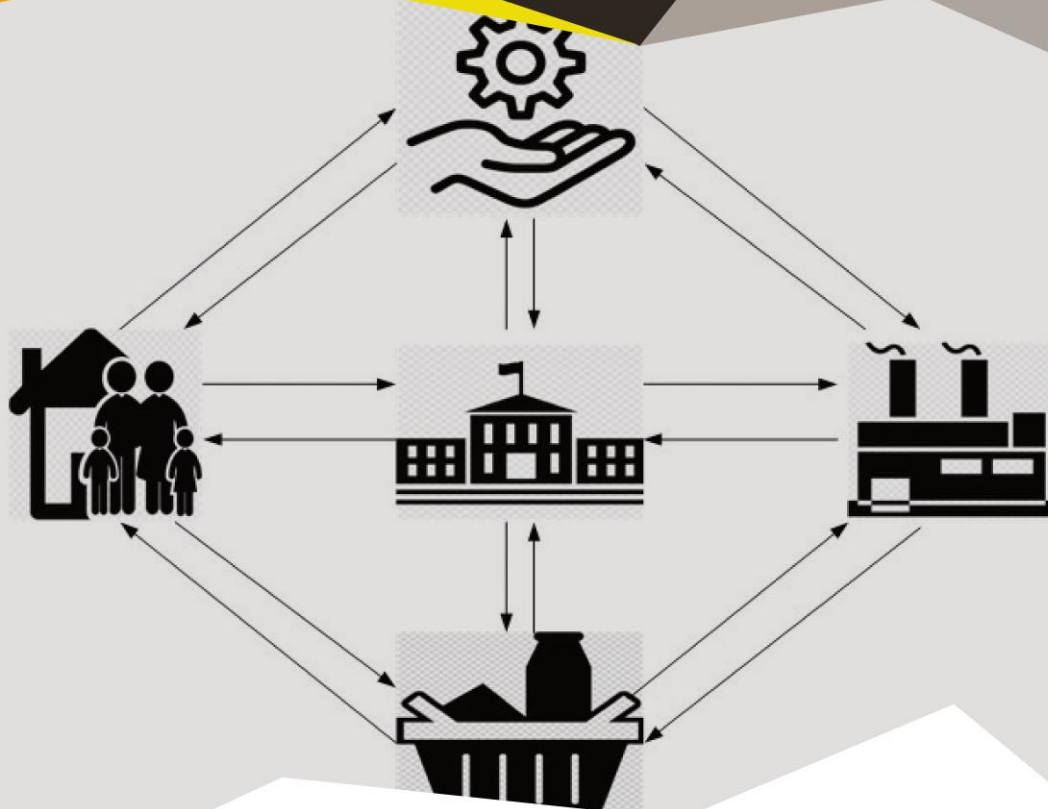




СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY

МИКРОЭКОНОМИКА

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ



ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

УДК 330.101.542(07)
ББК 65.012.1я73
М597

Рецензенты: Н.М. Ибрагимов, кандидат экономических наук, доцент кафедры применения математических методов в экономике и планировании, заместитель декана экономического факультета Новосибирского государственного университета;

Т.А. Рудзитис, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева

Авторы: Е.П. Севастьянова, Т.П. Малинова, Н.Н. Кузьмина, Д.И. Кузьмин, Е.Н. Таненкова

М597 **Микроэкономика** : учеб. пособие / Е.П. Севастьянова, Т.П. Малинова, Н.Н. Кузьмина [и др.]. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. – 208 с.
ISBN 978-5-7638-4075-9

Освещены базовые разделы современной микроэкономической теории, отдельные темы промежуточного уровня, представлены решения типовых задач, ответы на некоторые задачи. Традиционные аналитические задания дополнены задачами, содержащими элементы промежуточного уровня, направленными на развитие экономического мышления учащихся. Это позволяет использовать пособие как в процессе прохождения курса микроэкономики, так и при подготовке студентов к олимпиадам по микроэкономике и экономической теории («Я-профессионал» (НИУ ВШЭ), «Фундаментальная экономика» (МГУ) и другие).

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика».

Электронный вариант издания см.:
<http://catalog.sfu-kras.ru>

УДК 330.101.542(07)
ББК 65.012.1я73

ISBN 978-5-7638-4075-9

© Сибирский федеральный университет, 2020

Оглавление

Введение	5
Глава 1. Базовые концепции маржинализма и анализ рыночного механизма.....	6
1.1. Ограниченность ресурсов и проблема выбора в экономике. Граница производственных возможностей общества	6
1.2. Спрос и предложение как категории рынка. Рыночное равновесие и механизм его достижения. Методы государственного воздействия на рынок и его последствия	16
Глава 2. Теория потребительского выбора.....	43
2.1. Основные положения и этапы развития теории потребительского выбора. Система предпочтений и равновесие потребителя в кардиналистском варианте. Концепция кривых безразличия. Бюджетная линия и оптимальный выбор потребителя в ординалистском варианте. Эффект замещения и эффект дохода по Хиксу и Слуцкому.....	43
2.2. Индивидуальный и рыночный спрос. Эластичность рыночного спроса	70
Глава 3. Теория производства, издержек, прибыли и рыночное предложение	84
3.1. Модель поведения фирмы в рыночной экономике. Производственная функция в краткосрочном периоде. Природа и экономический смысл издержек производства. Функция издержек и ее анализ в краткосрочном периоде	84
3.2. Производство в долгосрочном периоде. Выбор оптимальной комбинации факторов производства. Эффект масштаба	99
Глава 4. Типы рыночных структур.....	110
4.1. Рыночная структура: понятие, критерии классификации. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции. Условия максимизации прибыли. Равновесие совершенного конкурента в коротком и длительном периодах	110
4.2. Несовершенная конкуренция. Монополия и ее виды. Максимизация прибыли в условиях монополии. Ценовая дискриминация. Особенности поведения фирм на рынке олигополии и монополистической конкуренции.....	125

Глава 5. Рынки факторов производства	146
Глава 6. Общее равновесие и общественное благосостояние	160
6.1. Общее равновесие и эффективность	160
6.2. Провалы рынка: теория внешних эффектов (экстерналий) и государственное регулирование	170
6.3. Производство общественных благ. Роль государства в обеспечении предложения общественных благ	182
Методические рекомендации по выполнению курсовой работы	195
Ответы на некоторые задачи	198
Библиографический список	202
Приложения	204

Глава 1

Базовые концепции маржинализма и анализ рыночного механизма

1.1. Ограниченность ресурсов и проблема выбора в экономике. Граница производственных возможностей общества

Современная экономическая теория основным противоречием, лежащим в основе всех экономических проблем, считает противоречие между безграничностью потребностей и ограниченностью возможностей их удовлетворения. *Потребность* – нужда в чем-либо – может быть физиологической, социальной, духовной. Если физиологические потребности могут быть ограничены – например, потребность в еде ограничена размерами нашего желудка, то социальные, духовные потребности безграничны.

Ограниченность ресурсов – это данность, на основе которой строятся модели поведения людей – потребителей и производителей. Ограниченность ресурсов проявляется на всех уровнях экономической жизни, во всех ее сферах: на уровне отдельного индивида, на уровне семьи, района, города, региона страны, государства, региона мира и на уровне планеты Земля в целом. Ограниченность ресурсов может проявляться не только в недостатке какого-то сырья или материалов, денег, но и в недостатке трудовых ресурсов, пространства, времени.

Разумеется, ограниченность ресурсов надо воспринимать как относительное явление. Во-первых, она всегда рассматривается относительно потребностей человека, которые все время растут. Во-вторых, она относительна в том смысле, что может ощущаться в разной степени субъектами с разным уровнем достатка. Выражение сатирика

«в Греции все есть», слетевшее когда-то с экранов телевизоров, стало шутливым обозначением дефицита в нашей стране по сравнению с другими странами.

Ограниченность ресурсов неизбежно порождает необходимость выбора. Отдельный индивид, сталкиваясь с недостатком денег или, к примеру, времени, вынужден выбирать, что необходимо сделать в первую очередь, а от чего придется отказаться. Местные и федеральные власти испытывают большие трудности, распределяя бюджеты, выбирая приоритетные направления расходов, поскольку удовлетворить все нужды страны оказывается невозможным, и т. д.

Предполагается, что экономические субъекты ведут себя рационально: они выбирают такой вариант, при котором дополнительные выгоды максимально превышают дополнительные затраты. Предположение о том, что люди, делая выбор, сравнивают не общие, а дополнительные затраты и выгоды, делает ключевым понятием «дополнительные», или, как их принято называть, «предельные» величины. Поэтому при описании поведения потребителя мы будем сталкиваться с понятием «предельная полезность», то есть «дополнительная», полученная от потребления последней единицы блага, а при описании поведения фирмы – с понятиями «предельные издержки», «предельный доход», что означает соответственно издержки, связанные с производством последней единицы блага, и доход, полученный от реализации последней единицы выпуска.

Универсальной моделью, отражающей ограниченность ресурсов и необходимость выбора, является модель, которую называют «*граница производственных возможностей*». Как любая модель, граница производственных возможностей (или кривая производственных возможностей, или линия PPF) – это абстрактное представление действительности, отражающее какую-то одну, особо важную с точки зрения изучаемого предмета, сторону явления (рис. 1.1).

Модель «граница производственных возможностей» строится графически в двух осях координат, и в ее основе лежит идея о том, что в экономике создается всего два блага. Такая идея будет выглядеть более реалистичной, если эти блага представить высоко агрегированными, то есть обобщенными.

Например, если взять такие блага, как апельсины и сапоги, и представить, что все ресурсы используются либо для производства только апельсинов, либо только сапог, либо в каком-то сочетании и того и другого, картина будет малореалистичной.

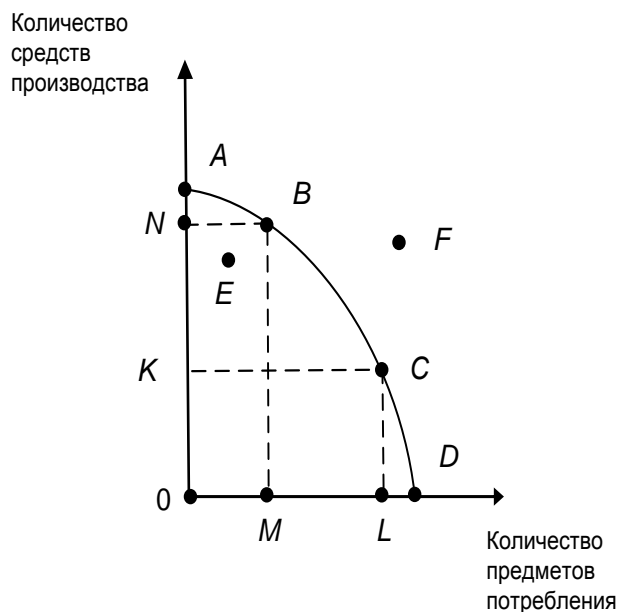


Рис. 1.1. Кривая производственных возможностей

Если же мы возьмем два агрегированных блага, например предметы потребления и средства производства, модель окажется весьма жизненной.

На рис. 1.1 в точке *A* все ресурсы расходуются на производство средств производства (станков, машин, оборудования и т. п.) и их количество соответствует отрезку *OA*. При этом на предметы потребления ресурсы не расходуются совсем, и их количество равно нулю. В точке *D* экономика, наоборот, производит только предметы потребления, расходуя на них все ресурсы. Эти позиции являются иррациональными и используются лишь для создания модели. Если экономика находится в точке *B*, это означает, что имеющиеся ресурсы расходуются на обе группы товаров, при этом производимое количество предметов потребления иллюстрируется отрезком *OM*, а производимое количество средств производства — отрезком *ON*. Если экономика находится в точке *C*, количество производимых предметов потребления увеличивается и отражается отрезком *OL*, следовательно, количество производимых средств производства приходится уменьшить так, что оно будет соответствовать отрезку *OK*.

Следует обратить внимание на то, что уменьшать производство одного блага для увеличения производства другого приходится не всегда, а лишь тогда, когда ресурсы используются полностью. Кривая производственных возможностей — это и есть место точек, которые отражают производство благ при полном использовании

имеющихся ресурсов. Если в экономике есть безработные, если не все освоенные земли засеяны, а заводы работают не на полную мощность, ее положение отражается точкой E , находящейся внутри границы производственных возможностей. Это означает, что можно увеличивать производство средств производства, не уменьшая при этом производства предметов потребления.

Обозначенная на рис. 1.1 точка F – это недостижимый уровень производства благ при имеющихся ресурсах. Он может быть достигнут, если граница производственных возможностей расширится либо за счет вовлечения дополнительных ресурсов (например, освоение новых земель или приток рабочей силы из-за границы и т. п.), либо за счет внедрения технологий, заметно повышающих производительность труда в ключевых отраслях производства.

Вогнутая относительно начала осей координат траектория кривой производственных возможностей неслучайна. Чем больше ресурсов будут вовлекаться в производство одной группы товаров, тем от большего количества товаров другой группы придется отказываться. Модель границы производственных возможностей позволяет иллюстрировать так называемую альтернативную стоимость – то количество блага, от которого приходится отказываться ради производства одной дополнительной единицы другого блага. На рис. 1.1 изображен переход экономики из точки B в точку C – увеличение производства предметов потребления на количество, выраженное отрезком ML сопровождается уменьшением производства средств производства на количество, обозначенное отрезком KN . Если эти отрезки равны, значит, альтернативная стоимость блага равна единице.

Альтернативная стоимость может выражаться не только в единицах произведенной продукции. С альтернативной стоимостью мы сталкиваемся в повседневной жизни, выбирая, например, между воскресной загородной прогулкой и уборкой квартиры. Выбирая уборку квартиры, мы утрачиваем удовольствие и пользу от прогулки на свежем воздухе. Это и будет альтернативной стоимостью нашего выбора. Если же мы выберем прогулку, то альтернативной стоимостью будет утраченное удовольствие от чистоты и порядка в доме. В таком случае будет правильнее определить альтернативную стоимость как утраченную выгоду, которая утрачена из-за того, что был выбран альтернативный вариант использования ограниченного ресурса. В нашем примере ограниченным ресурсом является воскресенье, иначе говоря – свободное время. Свободное время ощущается как ограниченный ресурс несколько не меньше, чем деньги, которых всегда не хватает

в кошельке или на карточке. Очень часто альтернативная стоимость воплощается в утраченном денежном доходе, но не потому, что мы потеряли кошелек, а потому, что, например, пошли учиться и были вынуждены оставить мысль устроиться на работу с окладом 25 тыс. руб. В данном случае утраченный заработок и будет являться альтернативной стоимостью учебы: если обучение рассчитано на 4 года, то, чтобы подсчитать утраченный доход, надо 25 тыс. руб. умножить на количество месяцев:

$$25 \text{ тыс. руб.} \cdot 48 = 1\,200 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, ограниченность ресурсов порождает необходимость выбора. Выбор означает, что от чего-то приходится отказываться. То, от чего мы отказываемся, представляется альтернативной стоимостью. Важно отметить, что если у нас было несколько вариантов расходовать ограниченный ресурс, то альтернативной стоимостью будет выступать наилучший из отвергнутых вариантов.

Примеры задач с решениями

Задача 1

Молодая мама получает 6 тыс. руб. как пособие на двоих детей и не работает. Максимально возможный заработок, который она могла бы получать, устроившись на работу, составляет 20 тыс. руб., но тогда ей пришлось бы отдать детей в садик и платить за них 12 тыс. руб. в месяц. Чему равна в этом случае альтернативная стоимость статуса домохозяйки, воспитывающей детей?

Решение

Выделяем альтернативный вариант и определяем его выгоду: мама устаивается на работу и, получая 20 тыс. руб. в месяц, оплачивает садик. В результате выгода данного варианта равна $20 - 12 = 8$ тыс. руб. Эта сумма и будет альтернативной стоимостью статуса домохозяйки, воспитывающей детей.

Задача 2

Мебельные фабрики «Биг» и «Нильс» производят только два вида мебели: шкафы и кровати. Их производственные возможности показаны в таблице:

Товар	Фабрика «Биг»					Фабрика «Нильс»				
	0	4	7	9	10	0	10	18	23	25
Кровати, шт.	0	4	7	9	10	0	10	18	23	25
Шкафы, шт.	20	19	15	9	0	10	9	8	5	0

а) Постройте кривые производственных возможностей для фабрик «Биг» и «Нильс». Имеет ли фабрика «Нильс» абсолютное преимущество перед фабрикой «Биг»? Почему?

б) Чему равна альтернативная стоимость производства 9-го шкафа для фабрики «Биг»? Для фабрики «Нильс»?

в) Объясните, на чем следует специализироваться каждой фабрике, используя понятие альтернативной стоимости.

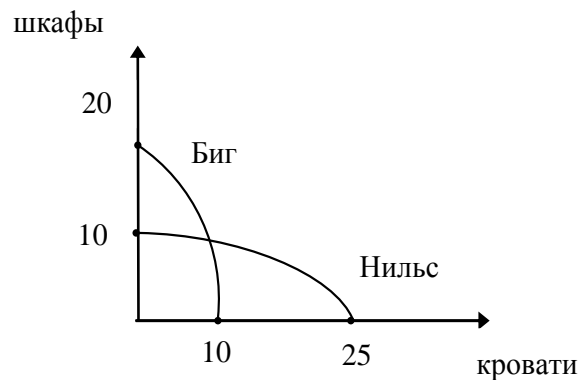


Рис. 1.2. Кривые производственных возможностей для фабрик «Биг» и «Нильс»

Решение

а) Да, фабрика «Нильс» имеет абсолютное преимущество перед фабрикой «Биг», поскольку ее производственное множество больше: при одинаковом выпуске одного товара (10 шкафов и 10 кроватей) другого товара фабрика «Нильс» выпускает больше (25 кроватей против 20 шкафов).

б) Альтернативная стоимость производства 9-го шкафа для фабрики «Биг» – одна девятая часть кровати, поскольку, когда эта фабрика производила 10 кроватей, шкафов не выпускалось вообще, а произведя 9 шкафов, она отказалась от выпуска всего лишь одной кровати. Следовательно, 9-й шкаф стоил одной девятой кровати.

Для фабрики «Нильс» альтернативная стоимость девятого шкафа – 8 кроватей, поскольку, когда эта фабрика выпускала 8 шкафов, кроватей производилось 18, а когда выпустила на 1 шкаф больше, ей пришлось отказаться от производства восьми кроватей.

в) Несмотря на абсолютное преимущество фабрики «Нильс», ей стоит специализироваться на кроватях, поскольку альтернативная стоимость шкафов у нее больше, чем у фабрики «Биг». А фабрике «Биг» стоит специализироваться на шкафах, поскольку их альтернативная стоимость меньше, чем у фабрики «Нильс».

Задачи

1. У студента есть несколько часов свободного времени, которое может быть потрачено либо на подготовку к занятиям, либо на просмотр фильма, либо на уборку квартиры. Студент считает, что важнее всего сейчас подготовиться к занятиям, менее важно – посмотреть фильм и еще менее важно – сделать уборку.

а) Найдите альтернативную стоимость: подготовки к занятиям; просмотра фильма; уборки квартиры.

б) Изменится ли альтернативная стоимость подготовки к занятиям, просмотра фильма и уборки квартиры, если у студента станет больше свободного времени? Объясните ответ.

2. Полицейский в отставке ищет работу. Если он выбирает место в охранном агентстве, где зарплата 25 тыс. руб., а в двух других агентствах обещанный заработок составляет 20 и 18 тыс. руб. соответственно, то чему будет равна альтернативная стоимость выбранного варианта?

3. Для того чтобы добраться из пункта А в пункт В на самолете, требуется 1 ч, а на поезде 5 ч. Предположим, что цена авиабилета составляет 100 долл., а железнодорожного билета – 60 долл. Какое средство передвижения выберет человек, который зарабатывает:

а) 5 долл. в час;

б) 10 долл. в час;

в) 12 долл. в час.

Поясните свой ответ.

4. Американский менеджер получает 50 долл. за каждый час работы. Допустим, что ему необходимо покрасить собственный дом. Он может сделать это либо сам, затратив на покраску 30 ч рабочего времени, либо нанять маляра, который затратит 40 ч на покраску этого дома и возьмет за работу 15 долл./час.

а) Используя понятие альтернативной стоимости, объясните, следует ли менеджеру нанимать маляра. Проведите необходимые расчеты.

б) При каких ценах на услуги маляра ему следует красить свой дом самому?

5. Андрей Николаевич снимает квартиру за 150 тыс. руб. в год, храня свои сбережения в размере 1,5 млн руб. в банке, что приносит ему 12 % годовых. Стоимость квартиры составляет 1,5 млн руб. Следует ли Андрею Николаевичу купить эту квартиру? Почему? Объясните с помощью расчетов. Как изменится его выбор, если ставка процента снизится до 10 %?

6. Рассмотрим две страны – Альфанию и Бетанию. Альфания щедро наделена всеми видами природных ресурсов (запасы воды, леса, полезных ископаемых). Бетания не имеет существенных запасов леса и воды, месторождения полезных ископаемых редки и бедны. Возможно ли более полное удовлетворение потребностей населения в Бетании, чем в Альфании? Поясните свой ответ. Проиллюстрируйте графически.

7. Допустим, что у фирмы, производящей бумагу и карандаши, есть несколько вариантов производства:

Бумага (кол-во пачек)	0	3	5	7	9	10
Карандаши (кол-во коробок)	12	11	9	7	4	0

а) Постройте границу производственных возможностей для этой фирмы. Укажите область неэффективных вариантов производства и область недостижимых вариантов производства. Выполняется ли для этой фирмы закон возрастания альтернативной стоимости?

б) Рассчитайте, чему равна альтернативная стоимость: 1) расширения производства карандашей с 9 до 11 коробок; 2) расширения производства бумаги с 7 до 9 пачек; 3) производства третьей пачки бумаги; 4) производства шестой коробки карандашей.

8. Пусть экономика страны производит два товара: наручные часы и видеокамеры. На рис. 1.3 изображена кривая производственных возможностей для этой экономики.

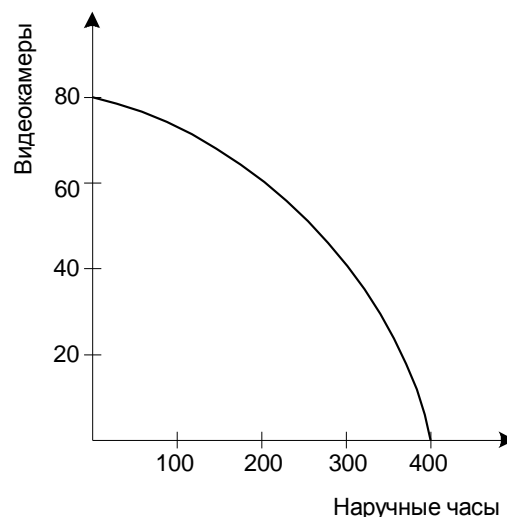


Рис. 1.3. Кривая производственных возможностей

а) Используя график, определите эффективный, неэффективный и невозможный варианты производства:

- 1) 200 часов и 60 видеокамер;
- 2) 60 часов и 80 видеокамер;
- 3) 300 часов и 35 видеокамер;
- 4) 300 часов и 40 видеокамер;
- 5) 58 часов и 250 видеокамер.

б) Предположим, что сейчас в этой экономике производится 300 часов и 40 видеокамер, но спрос на видеокамеры вырос на 20 единиц. На сколько единиц следует изменить производство, чтобы удовлетворить этот рост?

9. На рынке мебели действуют две фирмы – «Альфа» и «Бета». Каждая фирма производит только два вида мебели – столы и стулья. Производственные возможности фирм «Альфа» и «Бета» показаны в таблице:

Товар	Фирма «Альфа»					Фирма «Бета»				
	0	4	7	9	10	0	10	18	23	25
Стол, шт.	0	4	7	9	10	0	10	18	23	25
Стулья, шт.	20	19	15	9	0	10	9	8	5	0

а) Постройте кривые производственных возможностей для фирм «Альфа» и «Бета». Имеет ли фирма «Бета» абсолютные преимущества перед фирмой «Альфа»? Почему?

б) Чему равна альтернативная стоимость производства 9-го стула для фирмы «Альфа»? Для фирмы «Бета»?

в) Объясните, на чем следует специализироваться фирме «Альфа», используя понятие альтернативной стоимости.

10. Экономика страны выпускает молоко и пшеницу. В этом году было произведено 200 тыс. т молока и 300 тыс. т пшеницы. Альтернативные издержки производства 1 тыс. т молока составляют 5 тыс. т пшеницы.

а) Найдите максимально возможный выпуск пшеницы после увеличения выпуска молока на 10 %. Проиллюстрируйте графически.

б) Какие причины могут вызвать сдвиг границы производственных возможностей в сторону расширения? Объясните с помощью примеров.

11. На тропическом острове живут 5 человек, каждый из которых одинаково хорошо умеет ловить рыбу и собирать кокосы. Каждый обитатель острова может в течение дня либо собирать кокосы (не более 20 шт. в день), либо ловить рыбу (не более 10 шт. в день).

а) Постройте границу производственных возможностей для экономики острова (достижимую за 1 день). Имеет ли эта кривая стандартную форму?

б) Рассчитайте альтернативные издержки сбора 1 кокоса и ловли 1 рыбы. Какой товар будет цениться дороже в этой экономике?

в) Пусть теперь островитяне изобрели приспособление, позволяющее собирать по 25 кокосов в день. Изменятся ли от этого границы производственных возможностей и альтернативная стоимость производимых продуктов? Какие выводы можно сделать о влиянии технического прогресса на цены товаров?

12. Пусть в экономике некоей страны производятся кофе и бананы, причем максимально возможный выпуск кофе составляет 20 тыс. т в год, а бананов – 80 тыс. т в год. Кривая производственных возможностей для этой страны представляет собой отрезок прямой линии.

а) Чему равны альтернативные издержки производства кофе и бананов?

б) Каков максимально возможный выпуск кофе при производстве 60 тыс. т бананов?

13. Рассмотрим два товара – рис и лес, которые в различных количествах производятся в трех странах – России, Украине и Китае.

а) Как будут выглядеть границы производственных возможностей по этим товарам для России, Украины и Китая? Изобразите эти кривые схематично на одном графике. Почему эти кривые не совпадают?

б) В каких странах производство риса будет дороже, а в каких – дешевле? Какие выводы из этого можно сделать для международной торговли?

14. Рассмотрим производство двух товаров – компьютеров и нефти – в Японии и Кувейте.

а) Изобразите схематично границы производственных возможностей по этим товарам для экономики Японии и Кувейта. В чем заключаются основные причины несовпадения этих кривых?

б) В какой стране – Японии или Кувейте – альтернативная стоимость производства нефти будет ниже? Проиллюстрируйте на графике. Как альтернативная стоимость производства товаров влияет на их цены?

15. В 1984 и 1985 гг. британская угольная промышленность практически бездействовала из-за забастовки. Выскажите свои соображения о том, как это могло повлиять:

а) на положение кривой производственных возможностей английской экономики;

б) на место точки по отношению к кривой, отражающей реальное функционирование английской экономики.

16. Мария Ивановна и Дарья Петровна работают домработницами и выполняют только два вида услуг: стирка рубашек и мытье окон. Чтобы выстирать одну рубашку, Марии Ивановне нужно всего 15 мин, а Дарье Петровне 20 мин. Зато Дарья Петровна может вымыть 1 окно за 30 мин, а Мария Ивановна – только за 45 мин. Рабочий день домработниц длится 9 часов.

а) Постройте границы производственных возможностей для Марии Ивановны и для Дарьи Петровны, считая, что они работают независимо друг от друга.

б) Чему равна альтернативная стоимость стирки одной рубашки для Марии Ивановны и Дарьи Петровны? Рассчитайте, сколько окон сможет вымыть Мария Ивановна в течение рабочего дня, если известно, что она обязательно должна выстирать 10 рубашек. Будет ли полученное Вами количество окон больше, если вести аналогичный расчет для Дарьи Петровны?

в) Мария Ивановна и Дарья Петровна решили объединить усилия и работать совместно. Конечно, каждая из них будет стараться делать то, что у нее получается лучше всего. Постройте совместную границу производственных возможностей Марии Ивановны и Дарьи Петровны. Чем объясняется форма полученной Вами кривой?

17. В стране *A* один работник способен произвести или 1 т мяса или 20 ц пшеницы в год, в стране *B* – 2 т мяса или 10 ц пшеницы. В стране *A* в производстве пшеницы и мяса заняты 400 тыс. человек, а в стране *B* – 100 тыс. человек. Правительства стран договорились об экономическом сотрудничестве в производстве мяса и пшеницы. Изобразите кривые производственных возможностей стран до сотрудничества и совокупную кривую производственных возможностей после заключения соглашения. (При решении не учитывается синергетический эффект от кооперации.)

1.2. Спрос и предложение как категории рынка. Рыночное равновесие и механизм его достижения. Методы государственного воздействия на рынок и его последствия

Количество блага, которое потребитель хочет и может купить по конкретной цене называют *объемом спроса*, а количество блага, которое потребитель готов купить по любой возможной цене, – *спросом*.

На графике в осях координат «количество блага – цена» показывается функциональная зависимость количества покупок от цены.

Каждая точка в этих осях координат означает объем (количество) спроса, а соединенные в линию эти точки образуют так называемую кривую спроса.

Обратная зависимость количества покупок от цены представляет собой суть *закона спроса*. Убывание предельной полезности с увеличением количества блага объясняет готовность покупателя платить за каждую последующую его единицу все меньшую цену. Такое объяснение закона спроса тесно связано с пониманием того, что в основе цены лежит предельная полезность.

Кривая *D* имеет отрицательный наклон, что иллюстрирует типичную черту поведения отдельного потребителя на рынке большей части благ: с ростом цены объем покупок уменьшается, с понижением – увеличивается (рис. 1.4).

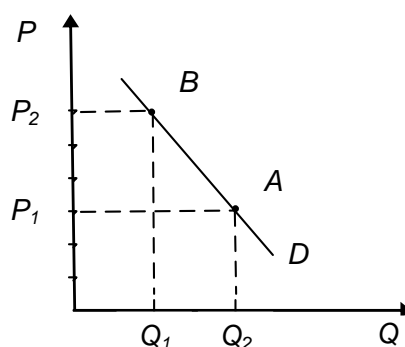


Рис. 1.4. Кривая спроса
(изменение цены блага вызывает изменение объема спроса:
точка движется по кривой)

Отрицательный наклон кривой индивидуального спроса объясняется законом убывающей предельной полезности: ведь с увеличением количества потребляемого блага его добавочная (предельная) полезность уменьшается и потребитель готов покупать следующую единицу только по более низкой цене.

Если кривая *D* иллюстрирует не индивидуальный, а рыночный спрос (поведение всех потребителей на рынке данного блага), то ее отрицательный наклон объясняют тем, что понижение цены делает доступным данное благо большему числу потребителей, и количество покупок тогда увеличивается. И наоборот, с повышением цены данное благо становится доступным меньшему числу потребителей, количество покупок уменьшается.

Такое поведение потребителей связано с двумя эффектами: эффектом дохода и эффектом замещения. Эффект дохода заключается

в том, что при фиксированном доходе с повышением цены люди могут купить меньшее количество данного блага. Эффект замещения заключается в том, что люди заменяют подорожавшее благо неподорожавшим или менее подорожавшим благом и количество покупок данного блага уменьшается.

Как видим, поведение потребителей представляется функцией: количество покупок зависит от цены. Приведем абстрактный пример: пусть на локальном рынке блага N поведение потребителей описывается функцией $Q_d = 800 - 8P$, где Q_d – количество спроса, P – цена данного блага. Это означает, что при цене, равной 100 денежным единицам, не будет куплено ни одной единицы блага, а если цена будет равна нулю, то потребители захотят приобрести бесплатно за определенный промежуток времени 800 единиц данного блага. При цене 10 объем спроса будет равен $800 - 80 = 720$, а при цене 20 он снизится до 640 ($800 - 160$).

Кривую спроса можно позиционировать как геометрическое место точек в осях координат «количество блага – цена блага», каждая из которых означает количество покупок (объем спроса) по конкретной цене. Так что, если меняется цена данного блага, то происходит движение точки по кривой спроса, то есть меняется объем спроса. На рис. 1.4 переход из точки A в точку B вызван повышением цены с P_1 до P_2 , из-за чего объем спроса уменьшился с Q_1 до Q_2 .

Кроме изменения цены данного блага на объем покупок могут воздействовать и другие факторы: изменение доходов потребителей, изменение их вкусов и предпочтений, изменение цен других благ, ожидания потребителей, изменение числа потребителей и др. Все эти факторы условно называются *неценовыми факторами спроса*. Имеется в виду то, что в их перечень не входит цена данного блага.

Рассмотрим воздействие каждого из этих факторов.

1. *Изменение доходов потребителей.* Если доходы потребителей возрастают, то по любой возможной цене может быть куплено большее количество данного блага. На рис. 1.5 кривая D_1 перемещается в положение D_2 .

Это означает, что спрос на данное благо возрос. И наоборот, если доходы потребителей уменьшаются, то по любой возможной цене может быть куплено меньшее количество данного блага. Кривая D_0 перемещается в положение D_1 . Это свидетельствует о снижении спроса на данное благо.

2. *Изменение вкусов и предпочтений.* Если вкусы и предпочтения меняются в пользу данного блага, то его станут покупать больше

по любой возможной цене. На рис. 1.5 кривая D_0 перемещается в положение D_2 . Это означает, что спрос на данное благо возрос. И наоборот: если вкусы и предпочтения меняются против данного блага, то по любой возможной цене люди станут покупать его меньше. Кривая D_0 перемещается в положение D_1 – спрос на данное благо снизился.

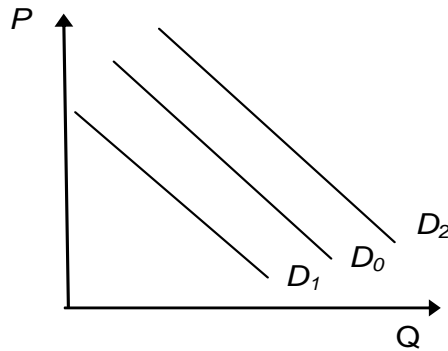


Рис. 1.5. Влияние неценовых факторов на кривую спроса

Например, если в СМИ, ток-шоу, научных публикациях примерно в одно и то же время будет рассказано, что газированная вода очень способствует снижению аппетита, найдутся потребители, которые вместо негазированной воды станут покупать газированную, и тогда спрос на нее возрастет, кривая D_0 переместится в положение D_2 .

3. *Изменение цен других благ.* На количество покупок данного блага влияет изменение цен всех благ, поскольку расходы осуществляются «из одного кошелька». Есть так называемые нейтральные блага, изменение цен на одно из них не сказывается на объеме покупок другого. Например, повышение цен на сигареты не скажется на покупках молочных продуктов некурящими потребителями. Поэтому, прежде всего, речь пойдет об изменении цен товаров-субститутов (взаимозаменяющих) и товаров-комплементов (взаимодополняющих).

Если повышается цена на благо, которое является субститутом по отношению к данному благу, то спрос на последнее поднимется. Например, пусть на рис. 1.5 D_0 – спрос на подсолнечное масло «Идеал». При повышении цены на подсолнечное масло «Злато», которое для многих потребителей является совершенным субститутом масла «Идеал», спрос на «Идеал» увеличится за счет того, что покупатели заменят им подорожавшее «Злато». Кривая D_0 сдвинется в D_2 . И наоборот: если «Злато» станут продавать по акции, со скидкой, покупатели предпочтут его «Идеалу», и спрос на «Идеал» упадет, кривая D_0 сдвинется в D_1 .

Если повышается цена на комплементарное благо, то спрос на благо, которое без него не потребляется, будет уменьшаться. Пусть на рис. 1.5 D_0 – спрос на беговые лыжи. При повышении цен на лыжные ботинки спрос на лыжи упадет, потому что часть покупателей откажется от покупки: скажется так называемый эффект дохода. Кривая D_0 сдвинется в D_1 . И наоборот, понижение цены ботинок будет побуждать к покупке лыж тех, кто раньше не мог себе этого позволить. Кривая D_0 сдвинется в D_2 .

4. *Ожидания потребителей.* Поведение людей на рынках благ во многом зависит от того, как они оценивают изменение цен в будущем и как оценивают изменение своего дохода.

Если в будущем видится ситуация повышения цены на данное благо, люди начнут его заранее, пока не подорожало, покупать, и спрос увеличится. Самореализующееся пророчество – так называют ситуацию, когда, ожидая повышения цены, люди стремятся выгадать, купив благо заранее, происходит эскалация спроса на рынке этого блага, цены повышаются еще раньше и в большей степени. Такую ситуацию мы наблюдали несколько лет назад, когда из-за засухи в южных регионах страны ожидался неурожай многих культур и, в частности, гречихи. Прогноз уменьшения предложения и повышения цены заставил людей делать запасы. Спрос увеличился. Кривая D_0 сдвинулась в D_2 . Цены на гречку повысились «досрочно». Такую же ситуацию мы наблюдаем ежегодно перед Пасхой на рынке яиц.

Оценка изменения дохода также влияет на текущий спрос. Если ожидается повышение дохода, люди становятся более активными покупателями уже сегодня. Кривая D_0 сдвигается в D_2 . И наоборот, ожидание снижения дохода заставит потребителя «приберечь» деньги. Кривая D_0 сдвинется в D_1 .

5. *Изменение числа покупателей.* Поскольку мы говорим о рыночном спросе, то он тем больше, чем большее число покупателей нуждается в данном благе. В выходные дни продается большее количество благ, чем в будни, потому что большее количество людей отправляется за покупками. Еще А. Смит в XVIII в. отмечал, что в городе сапожнику можно специализироваться только на женской или только на мужской обуви, а в деревне приходится изготавливать и мужскую, и женскую обувь, поскольку изготовление только мужской или только женской обуви не позволит прокормиться – слишком мало будет продаж. В маленьком населенном пункте мы увидим нескольких продавцов, объединенных под одной крышей, поскольку небольшое количество покупателей не дает достаточных доходов для покрытия издержек на «собственную крышу».

Рынок предполагает взаимодействие двух сторон: спроса и предложения. Под *предложением* в современной экономической теории понимается количество благ, которое производители хотят и могут предложить за определенный промежуток времени по любой возможной цене при данном уровне цен на ресурсы. Графически поведение производителя представляют в осях координат «количество блага – цена блага» восходящей кривой S , что отражает прямую зависимость выпуска от цены: с ростом цены производитель заинтересован и может увеличивать выпуск. Однако с увеличением выпуска у производителя могут иссякать ресурсы для дальнейшего его наращивания, и наступит такой момент, когда в ответ на повышение цены он не сможет увеличить выпуск. На кривой S это отразится вертикальным участком (рис. 1.6).

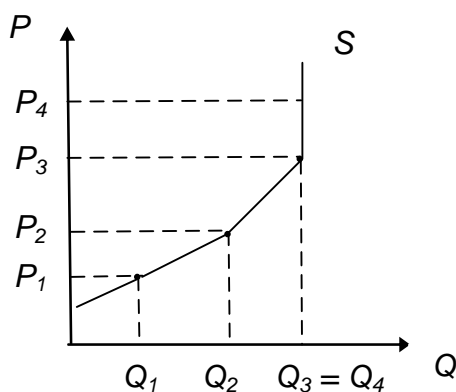


Рис. 1.6. Кривая предложения и объем предложения

Точка на кривой S означает *объем предложения* по конкретной цене. При увеличении цены с P_1 до P_3 объем предложения растет, с P_3 до P_4 – остается прежним, поскольку производителю недоступны необходимые для дальнейшего увеличения выпуска ресурсы.

Таким образом, закон предложения – прямая зависимость между ценой и выпуском – действует не всегда из-за ограниченности ресурсов.

Изменение цены блага вызывает изменение объема предложения. Так называемые *неценовые факторы* влияют на выпуск при всех возможных ценах, то есть на предложение. Графически это иллюстрируется сдвигом кривой предложения вправо вниз, когда предложение увеличилось, и влево вверх, когда предложение уменьшилось (рис. 1.7).

К неценовым факторам, влияющим на предложение, относят изменение цен на ресурсы, изменение технологий производства данного

блага, изменение цен альтернативных благ, институциональные изменения, ожидания производителей, изменение числа производителей.

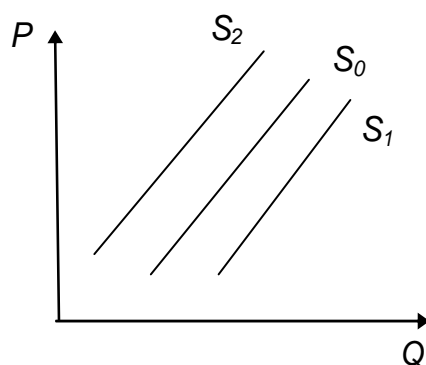


Рис. 1.7. Кривая предложения сдвигается под воздействием неценовых факторов

Этот классический список может быть расширен, но, так или иначе, все факторы можно свести к этим выделенным группам. Надо заметить, что почти все они связаны с изменением издержек производства данного блага. И повышение цен на ресурсы, и институциональные изменения в виде повышения налогов или уменьшения субсидий увеличат издержки производителя. При прочих равных условиях предложение вследствие этого уменьшится. На рис. 1.7 это отразится сдвигом S_0 в S_1 . И наоборот, снижение налогов и увеличение субсидий производителю снизит издержки производства, предложение при прочих равных условиях увеличится. На рис. 1.7 это отразится сдвигом S_0 в S_2 .

Под ожиданиями производителей имеется в виду их оценка будущих прибылей. Если ожидается увеличение прибыли в будущем (увеличится спрос, уйдут с рынка конкуренты и т. п.), то производитель будет наращивать выпуск, если наоборот — будет сокращать. Ожидания производителей зависят не только от объективных обстоятельств, но и от субъективных характеристик, от настроения производителя.

Изменение цен альтернативных благ влияет на предложение данного блага самым непосредственным образом. Под альтернативным благом в данном случае имеется в виду благо, которое производится фирмой наряду с данным благом. Например, фермер выращивает пшеницу и рапс. Цены на рапс стали расти. Тогда для максимизации прибыли фермер больше площадей займет под рапс, сократив посеы пшеницы. Если S_0 на рис. 1.7 — предложение пшеницы, то повы-