



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Н. М. Розанова

# МИКРОЭКОНОМИКА

## РУКОВОДСТВО ДЛЯ БУДУЩИХ ПРОФЕССИОНАЛОВ

### ТОМ 1

УЧЕБНИК ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

2-е издание, переработанное и дополненное

*Рекомендовано Учебно-методическим отделом  
высшего образования в качестве учебника для студентов  
высших учебных заведений, обучающихся по экономическим  
направлениям и специальностям*

Книга доступна в электронной библиотечной системе  
[biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)



Москва ■ Юрайт ■ 2015

УДК 33  
ББК 65.012.1я73  
Р64

*Автор:*

**Розанова Надежда Михайловна** — доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Департамента теоретической экономики факультета экономики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

**Розанова, Н. М.**

Р64 Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов. В 2 т. Т. 1 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Розанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 477 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-5025-0

ISBN 978-5-9916-5062-5 (т. 1)

В учебнике всесторонне, детально и глубоко анализируются все темы современной микроэкономики как фундамента экономического образования самого высокого уровня. Изложение материала дается в увлекательной форме по оригинальной методике автора. Теоретические положения иллюстрируются бизнес-примерами, образцами решения задач и направлениями исследовательской работы. Теория и практические задания ранжируются по степени сложности — от простых, доступных тому, кто сталкивается с экономикой впервые, до продвинутых, анализ которых будет интересен хорошо подготовленному читателю.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Для студентов экономических специальностей (бакалавров и магистров), а также аспирантов, молодых исследователей, научных работников.*

УДК 33  
ББК 65.012.1я73

ISBN 978-5-9916-5025-0  
ISBN 978-5-9916-5062-5 (т. 1)

© Розанова Н. М., 2011  
© Розанова Н. М., 2013, с изменениями  
© ООО «Издательство Юрайт», 2015

# Оглавление

<i>Предисловие</i> .....	9
--------------------------	---

## Часть I Основы экономической теории

<b>Глава 1. Экономическая теория сегодня: дорожная карта или открытое произведение? .....</b>	<b>15</b>
1.1. Границы экономической теории .....	16
1.2. Экономическая теория как язык экономиста-профессионала.....	18
1.3. Экономическая теория как инструмент познания .....	19
1.4. Экономическая теория как образ мышления.....	22
<i>Чему учит данная глава .....</i>	24
<i>Контрольные вопросы .....</i>	24
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	25
<b>Глава 2. Базовые понятия экономической теории.....</b>	<b>27</b>
2.1. Представление об экономике и экономической теории. Микроэкономика и макроэкономика .....	28
2.2. Экономическая система и экономические агенты.....	30
2.3. Проблема экономического выбора .....	35
2.4. Ресурсы и результаты: кривая производственных возможностей .....	47
<i>Чему учит данная глава .....</i>	62
<i>Контрольные вопросы .....</i>	62
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	63

---

<b>Глава 3. Спрос и предложение. Равновесие на рынке.....</b>	<b>65</b>
3.1. Спрос в микроэкономике.....	66
3.2. Предложение в микроэкономике .....	72
3.3. Равновесие на продуктовом рынке .....	75
3.4. Преимущества рыночного обмена .....	85
3.5. Государственное регулирование рынка: «потолок» и «пол» цен .....	90
<i>Чему учит данная глава .....</i>	94
<i>Контрольные вопросы .....</i>	94
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	95
 <b>Глава 4. Ценовая эластичность как базовая характеристика спроса и предложения .....</b>	<b>96</b>
4.1. Ценовая эластичность спроса.....	97
4.2. Ценовая эластичность предложения .....	105
4.3. Многообразие мира эластичностей .....	107
4.4. Эластичность и рыночное равновесие .....	119
<i>Чему учит данная глава .....</i>	130
<i>Контрольные вопросы .....</i>	130
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	130

## **Часть II**

### **Потребитель как объект микроэкономического анализа**

<b>Глава 5. Предпочтения потребителя и функция полезности .....</b>	<b>135</b>
5.1. Предпосылки анализа поведения потребителя.....	136
5.2. Функция полезности потребителя .....	145
5.3. Виды предпочтений .....	153
5.4. Особые случаи предпочтений.....	165
<i>Чему учит данная глава .....</i>	169
<i>Контрольные вопросы .....</i>	169
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	170

<b>Глава 6. Выбор потребителя в условиях определенности .....</b>	<b>171</b>
6.1. Бюджетное ограничение потребителя .....	172
6.2. Сложные виды бюджетного ограничения.....	176
6.3. Оптимальный выбор потребителя: максимизация полезности.....	181
6.4. Маршаллианские функции спроса для разных видов предпочтений .....	190
6.5. Косвенная функция полезности .....	197
Чему учит данная глава .....	205
Контрольные вопросы .....	206
Упражнение для самостоятельной работы .....	207
<b>Глава 7. Двойственная задача в теории потребительского выбора.....</b>	<b>208</b>
7.1. Выбор потребителя с целью минимизации расходов .....	209
7.2. Функция расходов потребителя.....	214
7.3. Лемма Шепарда .....	218
7.4. Тождество Роя .....	219
7.5. Сравнение компенсированного и некомпенсированного спроса .....	221
Чему учит данная глава .....	229
Контрольные вопросы .....	229
<b>Глава 8. Исследование равновесных состояний: эффект дохода и эффект замещения .....</b>	<b>231</b>
8.1. Кривые «цена-потребление» и функции спроса .....	231
8.2. Кривые «доход-потребление» и кривые Энгеля.....	236
8.3. Эффект дохода и эффект замены по Слуцкому .....	239
8.4. Эффект дохода и эффект замены по Хиксу.....	244
8.5. Уравнение Слуцкого.....	251
8.6. Тождества эластичности .....	257

8.7. Потребитель как продавец: динамика запаса .....	260
Чему учит данная глава .....	271
Контрольные вопросы .....	271
Упражнение для самостоятельной работы .....	272
<b>Глава 9. Альтернативные способы измерения благосостояния потребителя.....</b>	
9.1. Потребительский излишек и его динамика ...	275
9.2. Эквивалентная вариация дохода.....	277
9.3. Компенсирующая вариация дохода .....	280
9.4. Соотношение вариаций дохода для разных видов товаров.....	283
9.5. Теория выявленных предпочтений .....	287
Чему учит данная глава .....	297
Контрольные вопросы .....	298
Упражнение для самостоятельной работы .....	299
<b>Глава 10. Выбор потребителя в условиях неопределенности и риска.....</b>	
10.1. Описание неопределенности и риска .....	300
10.2. Ожидаемая полезность .....	305
10.3. Типы индивидов по отношению к риску.....	308
10.4. Оптимальный выбор в условиях неопределенности и риска.....	313
10.5. Способы снижения риска .....	317
10.6. Роль государства в ситуациях неопределенности и риска.....	323
Чему учит данная глава .....	325
Контрольные вопросы .....	325
Упражнение для самостоятельной работы .....	326

## **Часть III**

### **Микроэкономический анализ фирмы**

<b>Глава 11. Фирма как особый экономический агент .....</b>	<b>329</b>
11.1. Характеристики фирмы.....	329

---

11.2. Границы фирмы .....	334
11.3. Производственная функция и ее свойства.....	343
11.4. Продукт фактора производства .....	360
11.5. Стадии производства .....	362
11.6. Технический прогресс.....	365
11.7. Классификация видов фирм .....	368
<i>Чему учит данная глава .....</i>	372
<i>Контрольные вопросы .....</i>	372
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	373
<b>Глава 12. Предложение конкурентной фирмы .....</b>	<b>375</b>
12.1. Анализ издержек фирмы.....	375
12.2. Оптимум фирмы как минимизация ее издержек .....	390
12.3. Траектория роста фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах .....	398
12.4. Оптимум фирмы как максимизация ее прибыли .....	399
12.5. Предложение конкурентной фирмы .....	404
12.6. Теория выявленной прибыльности .....	416
12.7. Предложение конкурентной отрасли.....	417
12.8. Регулирование конкурентной фирмы .....	422
<i>Чему учит данная глава .....</i>	425
<i>Контрольные вопросы .....</i>	426
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	427
<b>Глава 13. Альтернативные цели фирмы.....</b>	<b>428</b>
13.1. Фирма и ее цели .....	429
13.2. Индивидуальный собственник и его выбор .....	431
13.3. Проблемы отношений собственников и менеджеров .....	435
13.4. Кредиторы и акционеры: выбор инвестиционного проекта .....	456
13.5. Поведение самоуправляемой фирмы .....	459
13.6. Особенности выбора государственного предприятия.....	471

13.7. Некоммерческая организация: куда уходят деньги .....	472
13.8. Способы гармонизации конфликтующих целей .....	475
<i>Чему учит данная глава .....</i>	476
<i>Контрольные вопросы .....</i>	476
<i>Упражнение для самостоятельной работы .....</i>	476

# Предисловие

Суть дела — не в полноте знания, а в полноте разумения.

*Демокрит, греческий философ, IV в. до н.э.*

Микроэкономический анализ является фундаментальной дисциплиной в подготовке профессиональных экономистов. Важность микроэкономики как особой дисциплины общеэкономического блока настолько велика, что предмет «Микроэкономика» изучается на экономических факультетах университетов всех стран мира неоднократно. Вначале, на первых курсах бакалавриата, преподается вводный курс микроэкономики. Затем, на старших курсах бакалавриата, изучаются промежуточные и прикладные курсы микроэкономического анализа. И наконец, в магистратуре обязательной дисциплиной является продвинутый курс микроэкономики. Кроме того, микроэкономика является одной из частей обязательного кандидатского минимума, который аспиранты всех экономических специальностей сдают на первом году обучения в аспирантуре.

В настоящее время появилось уже довольно много учебников и учебных пособий по микроэкономике и экономической теории вводного уровня. Однако на современном этапе подготовка студентов экономических специальностей и повышение квалификации профессиональных экономистов, работающих как в коммерческих структурах (фирмах и банках), так и в государственных органах управления, требуют углубления и расширения материалов, используемых в вузах. В российской экономической литературе отсутствует полномасштабный учебник микроэкономического анализа, который объединял бы теоретические положения и практические задания всех уровней. Наличие моделей и упражнений разной степени сложности представляется целесообразным в первую очередь для профессиональной подготовки экономистов, поскольку, только обладая перспективным видением ситуации, студент-экономист может адекватно оценить масштаб, глубину и направление развития собственной профессиональной подготовки.

Особенности данного учебника могут быть охарактеризованы следующим образом:

- приводятся задачи, иллюстрирующие проблему;
- дается подробный разбор количественных задач и качественных вопросов;
- приводятся примеры практических ситуаций из жизни бизнеса и практики государственного управления, помогающие понять применимость того или иного теоретического положения в хозяйственной деятельности;
- теоретический материал подкрепляется статистической информацией, охватывающей различные стороны поведения индивидов, фирм и государства;
- содержится современный теоретический материал продвинутого уровня;
- предлагаются оригинальные примеры из современного микроэкономического анализа мирового уровня, которые еще не нашли отражения в имеющихся учебных изданиях по экономике;
- приводятся образцы ответов, что делает обучение более наглядным и конкретным.

Предлагаемый учебник призван заполнить нишу учебных изданий для профессиональных экономистов продвинутого уровня.

В результате работы с учебником студенты и повышающие свою квалификацию экономисты приобретут определенные компетенции. Они будут:

**знать**

- фундаментальные основы экономического мышления в целом и микроэкономики в частности;

**уметь**

- всесторонне анализировать основные микроэкономические концепции и модели, а также содержание микроэкономической политики правительства и центрального банка;

**владеть**

- аналитическим аппаратом исследования микроэкономических проблем, современным инструментарием микроэкономического анализа, навыками решения количественных задач.

Основная цель учебника — дать читателям глубокое понимание принципов экономики, в частности относительно принятия индивидуальных решений как потребителями, так и производителями, в рамках единой экономической системы. Особое внимание

уделяется природе и функциям товарных рынков, а также анализу рынков факторов производства и роли правительства в достижении большей эффективности и равенства в экономике.

Для облегчения понимания формальных моделей приводятся задачи с подробным разбором решения, включающим в себя как техническую, математическую сторону дела, так и содержательный аспект проблемы, ее экономическое приложение и экономическую интерпретацию. Базовые понятия иллюстрируются бизнес-при мерами из хозяйственной жизни российских и зарубежных фирм, домохозяйств и государства. Задания и упражнения для самостоятельной работы ранжируются по степени сложности — от основных концепций для тех, кто ранее не был знаком с экономической теорией, до уровня подготовленного читателя и суперпрофессионала.

В учебнике обобщен опыт преподавания курса «Микроэкономика» в лучших вузах России.

Учебник предназначен в первую очередь для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по следующим специальностям: «Экономика», «Мировая экономика», «Национальная экономика», «Экономика и менеджмент», а также преподавателям, которые ведут курсы по микроэкономике на экономических факультетах вузов. Отдельные темы могут быть использованы в среднем специальном образовании и школьниками, обучающимися по профессиональным экономическим программам (10—11 классы). Кроме того, учебник послужит хорошей базой для подготовки аспирантского экзамена кандидатского минимума для экономических специальностей. Усвоение материала учебника подготовит аспирантов и молодых ученых к восприятию современных научных работ в области микроэкономики и проведению самостоятельных научных исследований, посвященных анализу комплексных экономических проблем нашей жизни.

Перечень и структура тем учебника соответствуют государственному образовательному стандарту по микроэкономике в области экономического образования.

ЧАСТЬ

---

I

**Основы  
экономической теории**

**Л**юбая наука начинается с определения ее предмета и метода. Традиционно экономическая теория (Economics) понималась как отрасль знаний, которая имеет дело с распределением ограниченных (редких) ресурсов между неограниченными возможностями их использования. Однако современные достижения в области техники и технологий, компьютеризация и информатизация бизнес-процессов, с одной стороны, и то изобилие природного материала, которое мы видим вокруг нас, — бесчисленное множество песчинок, капель воды, солнечного света, снега, воздуха, окружающего пространства и т.д., с другой стороны, ставят под сомнение целесообразность акцента на ограниченности как на главном факторе экономической теории. Но даже если ресурсы безмерны и необозримы, это не снижает потребности в наиболее рациональном и эффективном их использовании, таком распределении факторов производства, товаров и услуг, при котором как можно большее число людей получило бы максимальную пользу и наивысшее благо.

---

## ГЛАВА 1

---

# Экономическая теория сегодня: дорожная карта или открытое произведение?

Я давно понял, что Льюисом Кэрроллом  
быть намного интересней, чем Алисой.  
*Джойс Кэрол Отс*

После изучения данной главы студенты будут:

**знать**

— границы экономической теории;

**уметь**

— использовать экономическую теорию как инструмент познания;

**владеть**

— навыками экономической теории как образа мышления.

Перед всеми науками XXI в. ставит новые задачи. Особенно поразительные изменения происходят в области экономической теории. Если в XIX и даже еще в начале и середине XX в. экономическая наука объединяла все, что имело отношение к ведению хозяйства: отдельное предприятие, обособленное домашнее хозяйство, целое государство, то к концу XX в. от когда-то единой экономики стали отпочковываться все более и более мелкие отрасли экономических знаний. Вместо одной экономической теории мир увидел самые разнообразные экономические дисциплины, некоторые из которых очень отдаленно напоминают свою прародину. Микро- и макроэкономика, индустриальная экономика, монетарная экономика, экономика труда, экономика общественного сектора, экономика благосостояния – этот перечень можно продолжать и продолжать.

Возникает закономерный вопрос: осталось ли что-нибудь за экономической теорией? Или некогда занимавшие ее проблемы теперь получили самостоятельное существование в рамках отдельных экономик и экономическую теорию можно «закрыть» за ненадобностью? В какой мере она нужна экономическому сообществу? И что в настоящее время можно подразумевать под теорией, анализирующей экономическую жизнь в целом?

---

## 1.1. Границы экономической теории

Первая проблема, с которой сталкивается экономист сегодня, — это границы поля его деятельности. Для каких явлений современной жизни целесообразно и разумно применять экономический инструментарий анализа? Не будут ли выводы, полученные путем формального экономического анализа, слишком общими, очевидными и прозаичными, чтобы их можно было оценить по достоинству? Или слишком узкими, частными и базирующимися на столь многих предпосылках, чтобы быть полезными для практического применения?

Многие экономисты и сегодня продолжают придерживаться точки зрения Джоан Робинсон, считая, что экономическая теория — это всего лишь сумка с инструментами, которые можно применять для анализа любых ситуаций, где есть выгоды и издержки. Отсюда рождаются экономические исследования выбора партнера на брачном рынке, решений о количестве детей в семье, степени тяжести преступления и числе преступлений в обществе, религиозных верований и душевного комфорта.

Вопрос здесь заключается не в том, можно ли это делать, а в том, зачем и нужно ли это делать. Дает ли эта область что-то новое для понимания природы экономического мира? Или это, пользуясь выражением немецкого писателя Германа Гессе, только «игра в бисер»?

Расширение трактовки предметного поля экономической теории вызывает определенные опасения в целесообразности подобного использования науки экономики там, где она скорее может навредить, чем принести пользу. Этот вред принимает двоякую форму.

Во-первых, человеческие и материальные ресурсы экономистов (в виде сил, знаний, опыта, времени и денег) отвлекаются от реальных проблем и применяются самым непроизводительным образом. В этом случае вместо того чтобы искать наилучшие

способы функционирования экономики, рынков, деятельности государства, теоретики экономической науки тренируют свой ум в разработке все более хитроумных и загадочных моделей того, что имеет весьма отдаленное отношение к экономической жизни общества. Не следует забывать, что экономисты не всемогущи и существуют другие науки, исследующие общественное бытие более компетентно и профессионально.

Во-вторых, прилагая экономический инструментарий к тем явлениям, для которых он не предназначен, экономисты получают привлекательные, но ошибочные выводы, которые могут направить исследование по ложному пути и затруднить нахождение эффективных решений актуальных общественных проблем.

Границы той области, где экономическая теория дает максимальные результаты и где теоретики остаются профессиональными экономистами, как бы мало или как бы много это ни означало, являются нечеткими, неопределенными, расплывчатыми.

Экономическая теория занимается такими взаимосвязями, которые обязательно должны иметь две составляющие:

- альтернативу (альтернативный выбор);
- денежные потоки.

Там, где нет выбора, не имеет смысла говорить об оптимальном распределении ресурсов. Там, где выбор не приобретает денежную форму, нельзя адекватно сопоставить затраты и результаты, выгоды и издержки.

Экономическая теория — это не теория морального выбора, не социальная философия, не религия, она не отвечает за духовное развитие индивида. Экономическая теория не может ответить на вопрос: какой вариант выбора следует предпочесть данному индивиду, данной фирме или данному обществу? Все, что может сделать экономическая теория, это указать на экономические, т.е. денежные, результаты того или иного выбора. А какой именно вариант выберет конкретный потребитель ее услуг — это его личное дело.

Анализируя экономические взаимосвязи, теоретик находит и показывает, во-первых, потенциальную многовариантность поведения хозяйствующего субъекта в различных случаях и, во-вторых, какие последствия его ожидают при движении в том или ином направлении. В этом — цель, задача и ограничение экономической теории.

## 1.2. Экономическая теория как язык экономиста-профессионала

Тот факт, что экономика, экономические явления и экономические действия окружают нас повсюду, не требует особого доказательства. Каждая фирма, банк или малое предприятие, а также каждая семья и каждый индивид сталкиваются в том или ином виде с экономическими знаниями, не говоря уже о профессиональных экономистах, работа которых и заключается в том, чтобы анализировать поступающую экономическую информацию. За многие годы своего существования экономическое сообщество выработало особый язык, который позволяет быстро и точно выразить самые разнообразные черты экономических событий, способствует выявлению значимых факторов и отсеиванию «шума».

Какую бы сферу экономики мы ни рассматривали, как базовые понятия, так и сложные концепции содержат термины, введенные в профессиональный оборот и даже отчасти в повседневную жизнь экономической теорией.

Возьмем, например, бухгалтерский учет и связанные с ним финансовые дисциплины — инвестиционный анализ, финансовый менеджмент. Идеи альтернативных издержек, предельных затрат, анализа выгод и затрат (результата и издержек), точки безубыточности, производственной функции и стадий производства, предельного дохода, рентабельности и прибыльности, сравнения экономической и бухгалтерской прибыли поступили из экономической теории. Краеугольным камнем инвестиционной деятельности фирмы являются понятия межвременной стоимости денег, номинального и реального процента, степени склонности индивида к риску, криевой доходности, арбитража и ликвидности активов. Любой экономист увидит здесь традиционные модели микроэкономики.

Эффективное управление государством базируется на концепции денег и денежных активов, налоговых поступлений и расходов государственного бюджета, экономического роста, циклов деловой активности, валютного курса и международного перелива капитала, которые разрабатываются в рамках макроэкономики. Макроэкономические теории используют также в своей деятельности банки и многообразные финансовые посредники (пенсионные фонды, лизинговые компании, трастовые и паевые фонды, инвестиционные компании).

Маркетологи, создатели рекламы, разработчики цен на продукцию компаний и даже продавцы не могут обойдись без представ-

лений о ценообразовании, рыночном спросе и предложении, равновесных и неравновесных ценах, границах рынка, предпочтениях потребителей, формировании потребительской корзины и оптимальном выборе потребителя, т.е. без того, что предлагает микроэкономическая теория.

Статистики, специалисты по количественному анализу и эконометрике также оперируют понятиями экономической теории, выбирая факторы, оказывающие влияние на издержки, цены, прибыль, спрос и предложение, заработную плату и занятость.

Идеи асимметричной информации, внешних эффектов, общественных благ, чистых потерь благосостояния, монополии и монопсонии, концентрации и конкуренции пронизывают страховое дело, государственное регулирование, кадровую политику фирмы, государственные проекты и фондовый рынок.

Каждый, кто профессионально связан с экономической деятельностью, выбирает ту область и те концепции экономической теории, которые в наибольшей степени соответствуют его должностным обязанностям, применяя ее общие термины к конкретным ситуациям в своей работе. Из сказанного следует, что термины экономической теории позволяют специалистам экономической области эффективно взаимодействовать друг с другом, адекватно выражая свои мысли. Таким образом, экономическая теория выступает в качестве языка общения профессиональных экономистов, и в этом проявляется ее коммуникативная функция.

### **1.3. Экономическая теория как инструмент познания**

Можем ли мы с помощью имеющегося инструментария экономической теории описать реальные события, происходящие на наших глазах, и в какой степени этот инструментарий нуждается в модификации?

Модель разрабатывается для того, чтобы указать общую форму в различных феноменах. Экономическая теория позволяет произвести оценку существующих взаимосвязей в экономике как устойчивых или неустойчивых и определить возможные направления изменения ситуации.

С помощью экономической теории мы можем на основании тех событий, которые происходят сейчас, прогнозировать их будущее

развитие, поскольку эта теория открывает фундаментальные взаимосвязи между явлениями, не всегда очевидными при поверхностном наблюдении.

Возьмем, например, такой простой инструментарий, как спрос и предложение. Функции спроса и предложения, динамика рынка и концепция равновесия могут быть применены для анализа ситуации в самых различных сферах: продуктые рынки, финансовые рынки, рынки труда, рынки капитала, рынки услуг, валютные рынки — и в разных масштабах: локальные рынки, региональные рынки, национальные рынки, международные и глобальные рынки; рынки микро- и макроуровня.

Различия в ценах на, казалось бы, одни и те же товары и услуги обычно бросаются в глаза, будь то регионы России или другие страны (в пересчете по текущему валютному курсу). Разобраться в том, когда эти различия являются мнимыми, в каких случаях требуют пристального внимания государственных регулирующих органов, а когда достаточно проявить упорство при личном контакте с продавцом, чтобы цена изменилась, поможет экономический анализ ситуации.

Вопросы справедливого или несправедливого расхождения в ценах и связанные с этим проблемы соответствующей оплаты являются предметом экономических и социальных обсуждений, споров и дискуссий. Экономическая теория призвана показать неоднозначность и многогранность оценки и сравнения уровня жизни в любой стране, включая Россию.

Различия в ценах могут быть вызваны либо разной величиной спроса при одной и той же базовой зависимости в виде функции спроса, либо сдвигами самой кривой спроса. Когда сопоставляются краткосрочные периоды или два ряда данных (по ценам и объемам покупки), мы имеем в виду, как правило, саму функцию (линию) спроса, т.е. «движение» вдоль этой линии. Когда же сравниваются длительные периоды времени либо разные рынки, более уместно анализировать сдвиги самой кривой спроса.

Как правило, когда речь идет о региональных различиях, т.е. о различиях в рамках отдельных региональных рынков, то рассматривается равновесная ситуация. В анализ входит не произвольная цена у какого-либо продавца, который может даже не разобравшись в ситуации назначить слишком высокую или слишком низкую цену на рынке и которая случайным образом может совпасть с такой же не обоснованной ценой в другом регионе, а типичная

цена, которой придерживаются большинство продавцов на рынке и с которой согласны большинство потребителей.

То, что интересует экономиста, — это различия в равновесных ценах в разных регионах. Такие различия формируются под действием ряда факторов, как со стороны спроса, так и со стороны предложения, в результате чего и наблюдаются различия равновесных цен на разных рынках.

Но может возникнуть вопрос: почему же, несмотря на высокий уровень конкуренции и мобильности ресурсов, не происходит выравнивания цен на схожие товары, продающиеся в разных регионах, с течением времени?

Во-первых, высокие транспортные расходы. Даже если товар продаётся дешевле в Перми, чем в Москве, не каждый потребитель готов заплатить деньги за авиабилет или терять несколько дней в поезде для этого. Во-вторых, схожесть многих товаров минимая. Качество услуг (например, театральные постановки или парикмахерские салоны) будет неодинаковым в различных городах. Высокая цена может отражать высокое качество услуги, которое невозможно перевезти в другой регион. В-третьих, предпочтения потребителей могут довольно резко различаться. Например, в одних регионах больше употребляют мясные продукты, а в других согласно традициям предпочтение отдают овощам или фруктам. Не говоря уже о том, что в регионах с холодными зимами большей «популярностью» пользуются теплые вещи, чем в городах, где климат мягче в это время года.

Этот маленький пример демонстрирует, как экономическая теория позволяет понять те явления, которые без ее помощи кажутся в лучшем случае хаотическим накоплением фактов или даже присками недоброжелателей.

В то же время каждый раз, когда экономист-теоретик использует тот или иной экономический инструментарий, он адаптирует его к конкретной сфере своего анализа. Если речь идет о спросе и предложении как зависимостях между ценами и объемами покупок и продаж, то в любом конкретном случае это будут свои цены и свои объемы: на рынке денег — процент (цена денег) и объем денежной массы; на валютном рынке — валютный курс (цена национальной валюты) и объемы сделок с национальной валютой; на рынке труда — заработка (цена труда) и объем занятости (количество работников либо часы работы).

## 1.4. Экономическая теория как образ мышления

Следует отметить также структурообразующую функцию экономической теории. Любая теория имеет два аспекта, позитивный и нормативный. Экономическая теория в качестве экономического образа мышления, в противоположность экономической теории как инструменту познания, где проявляется, безусловно, позитивная часть, связана, скорее, с нормативной стороной. Привыкая мыслить в определенных категориях: сравнение предельных (дополнительных, динамических) затрат и предельного (дополнительного) результата, оценка альтернативных издержек и поиски альтернативных вариантов, учет информационной неравномерности и особенностей стратегического поведения агентов на рынке, экономист формирует свой особый образ мышления, который в силу строгости и ясности оказывается более эффективным, чем обывательская точка зрения.

Поскольку экономические явления касаются жизни любого человека, индивид «с улицы» обязательно имеет свое мнение практически по каждому экономическому вопросу. Когда информации мало и ее трудно получить, основные усилия он затрачивает на то, чтобы узнать хоть что-нибудь о тех факторах, которые могут повлиять на его благосостояние. Развитие информационных технологий, удешевление компьютерных ресурсов, автоматизация производства и глобализация информационных потоков благодаря Интернету снимают внутренние и внешние барьеры на пути движения информации. Факты и слухи, домыслы и реальные события, мнения экспертов и высказывания любителей становятся достоянием общественности со скоростью мысли. Теперь задача заключается не в том, чтобы включить информационный поток, а в том, чтобы управлять им, регулируя силу напора и избегая ненужного и опасного информационного шума.

Так или иначе, индивид выбирает свой способ ориентировки в экономическом пространстве, свое объяснение экономическим событиям. Установление человеком причинно-следственных связей становится основой его поведения и как хозяйствующего субъекта, и как гражданина. В какой банк класть деньги, а из какого забирать; доверять или не доверять паевым инвестиционным фондам; какую деятельность рекомендовать детям; в какую сферу бизнеса вложить средства и усилия; за какую партию, за какого депутата голосовать, если есть понимание, что осуществление их про-

грамм реалистично и будет способствовать повышению уровня жизни — перечисленные варианты выбора всегда базируются на экономическом образе мышления человека, даже если он и не вполне отдает себе в этом отчет.

Экономическая теория формирует систематический, логичный, последовательный и адекватный экономический образ мышления, который помогает предпринимателям принимать нестандартные решения и лежит в основе экономической демократии в стране. Когда каждый гражданин видит правильные взаимосвязи между экономическими явлениями, решения принимаются быстро и по делу. Обывательская точка зрения заключает в себе очень большую опасность современного луддизма. Подобно тому как луддиты в начале промышленной революции разбивали машины, обвиняя технику в том, что люди лишаются работы, луддиты сегодня видят в инфляции злую волю властей, а колебания рыночных цен пытаются устраниТЬ жестким государственным вмешательством. Экономическая теория позволяет легко избежать подобных заблуждений. Вопрос не всегда заключается в том, отражают ли концепции экономической теории реальность, а в том, хотим ли мы мыслить в этих категориях для принятия нашего оптимального решения.

Экономическая теория в этом качестве необходима и для развития логических способностей человека. Она показывает, что именно происходит и в какой последовательности, и дает представление об устройстве различных процессов в экономике. Чем лучше дифференцировано сознание, тем обширнее поле альтернатив поведения и тем больше выбор, что позволяет полнее учесть любые нюансы.

Экономическая теория демонстрирует, что одного и того же можно достичь разными путями. И вопрос здесь не сколько в том, сможем ли мы достичь определенного результата, а в том, чего это нам будет стоить и будем ли мы в зависимости от этого наслаждаться им впоследствии.

Экономическая теория формирует искусство видеть различия. И. Гете писал: «Материал видит каждый перед собой, содержание найдет лишь тот, который что-либо в этом понимает, а форма останется тайной для большинства». Поэтому экономическая теория выступает в качестве архитектора экономической жизни государства и страны в целом.

С этой точки зрения роль экономической теории заключается в механизме селекции, т.е. в отборе наиболее важных факторов реальности, ключевых элементов, которые могут привести к кар-

динальным изменениям ситуации. Экономическая теория позволяет осознать, что какие-то проблемы существуют за пределами прикладного мира повседневной хозяйственной жизни, и предлагаёт свое объяснение глобального смысла экономической деятельности.

Экономическая теория в этом качестве занимает определенную нишу в культурной жизни страны. Мы видим, как она эволюционирует вместе с окружающим миром: проходит путь от детерминистского мира с точными формальными моделями и однозначными решениями к пробабилистическому (вероятностному), где возможно все, что можно выразить через теорию игр.

И если раньше, на заре своего существования, экономическая теория скорее напоминала дорожную карту с точной планировкой местности, ясными указателями и четкими ориентирами построек, населенных пунктов, мест дислокации и направлений передвижения, то сегодня она все больше становится похожей на структуру, к которой можно применить термин итальянского филолога Умберто Эко «открытое произведение». В его понимании — это творение, открытое для интерпретаций, поле деятельности, в котором разрешено все, что специально не запрещено. Читатель такой книги одновременно является и ее автором, в том смысле, что именно он выбирает, на каком аспекте слова, выражения или даже ситуации целесообразно сделать акцент.

## Чему учит данная глава

В этой главе показан многосторонний и неоднозначный мир экономической теории. Микроэкономика может выступать в современном мире в качестве философского фундамента познания окружающего мира, как особый инструмент анализа экономической действительности, как сфера деятельности и как образ мышления. Общая характеристика мира микроэкономики демонстрирует сложности данного подхода к исследованию экономических явлений, показывая в то же время специфику взгляда профессионального экономиста на происходящие вокруг нас события.

## Контрольные вопросы

1. Какова роль экономической теории в современном мире?
2. С какими проблемами сталкивается экономическая теория сегодня?
3. Какие пути решения этих проблем можно предложить экономисту?
4. Где используются результаты экономической теории?



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Н. М. Розанова

# МИКРОЭКОНОМИКА

## РУКОВОДСТВО ДЛЯ БУДУЩИХ ПРОФЕССИОНАЛОВ

### ТОМ 2

УЧЕБНИК ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

2-е издание, переработанное и дополненное

*Рекомендовано Учебно-методическим отделом  
высшего образования в качестве учебника для студентов  
высших учебных заведений, обучающихся по экономическим  
направлениям и специальностям*

Книга доступна в электронной библиотечной системе  
[biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)



Москва ■ Юрайт ■ 2015

УДК 33  
ББК 65.012.1я73  
Р64

*Автор:*

**Розанова Надежда Михайловна** — доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Департамента теоретической экономики факультета экономики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

**Розанова, Н. М.**

Р64      Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов. В 2 т. Т. 2 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Розанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 498 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-5025-0

ISBN 978-5-9916-5063-2 (т. 2)

В учебнике всесторонне, детально и глубоко анализируются все темы современной микроэкономики как фундамента экономического образования самого высокого уровня. Изложение материала дается в увлекательной форме по оригинальной методике автора. Теоретические положения иллюстрируются бизнес-примерами, образцами решения задач и направлениями исследовательской работы. Теория и практические задания ранжируются по степени сложности — от простых, доступных тому, кто сталкивается с экономикой впервые, до продвинутых, анализ которых будет интересен хорошо подготовленному читателю.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Для студентов экономических специальностей (бакалавров и магистров), а также аспирантов, молодых исследователей, научных работников.*

УДК 33  
ББК 65.012.1я73

ISBN 978-5-9916-5025-0  
ISBN 978-5-9916-5063-2 (т. 2)

© Розанова Н. М., 2011  
© Розанова Н. М., 2013, с изменениями  
© ООО «Издательство Юрайт», 2015

# Оглавление

## Часть IV

### Теория рыночных взаимодействий

<b>Глава 14. Монополия и конкуренция .....</b>	<b>11</b>
14.1. Рынок и рыночные структуры .....	11
14.2. Монополия в экономике .....	20
14.3. Ценовая политика монополии: единая цена .....	23
14.4. Последствия монопольной власти фирмы .....	31
14.5. Ценовая дискриминация фирмы-монополиста .....	35
14.6. Монополия на рынках промышленных товаров .....	45
14.7. Монополия на рынках потребительских товаров длительного пользования .....	47
14.8. Монополистическая конкуренция .....	51
Чему учит данная глава .....	53
Контрольные вопросы .....	54
Упражнение для самостоятельной работы .....	55
<b>Глава 15. Олигополия .....</b>	<b>57</b>
15.1. Экономическая концентрация и ее измерение .....	58
15.2. Ценовая конкуренция крупных фирм .....	68
15.3. Конкуренция объемов продаж .....	75
15.4. Лидер и последователь на рынке .....	82
15.5. Картельные соглашения фирм .....	87
15.6. Анализ олигополии с использованием теории игр .....	97

---

Чему учит данная глава .....	116
Контрольные вопросы .....	116
Упражнение для самостоятельной работы .....	117
<b>Глава 16. Вертикальная интеграция и вертикальные контракты.....</b>	<b>118</b>
16.1. Вертикальная интеграция в экономике .....	118
16.2. Права собственности и вертикальная интеграция .....	138
16.3. Стимулы к вертикальным контрактам.....	154
16.4. Инструменты вертикальных контрактов.....	157
16.5. Сравнительный анализ воздействия разных видов вертикальных контрактов на общественное благосостояние .....	159
Чему учит данная глава .....	168
Контрольные вопросы .....	169
Упражнение для самостоятельной работы .....	169
<b>Глава 17. Рынки с асимметричной информацией.....</b>	<b>171</b>
17.1. Информация как экономическое благо .....	172
17.2. Асимметрическая информация на рынке товаров и услуг .....	173
17.3. Асимметрическая информация на рынке страхования.....	183
17.4. Асимметрическая информация на рынке рабочей силы.....	190
17.5. Асимметрическая информация в отношении цены товара.....	195
17.6. Асимметрическая информация на рынке кредита .....	200
17.7. Информационные ловушки бизнеса .....	202
17.8. Сайт компании как ее информационное лицо.....	218
Чему учит данная глава .....	235
Контрольные вопросы .....	235
Упражнение для самостоятельной работы .....	236

## Часть V

### Рынки факторов производства

<b>Глава 18. Рынок труда.....</b>	<b>239</b>
18.1. Предложение труда.....	239
18.2. Спрос фирмы на труд.....	259
18.3. Рыночный спрос на труд.....	264
18.4. Равновесие на рынке труда.....	265
18.5. Дискриминация на рынке труда.....	278
18.6. Профсоюз на рынке труда.....	281
Чему учит данная глава .....	288
Контрольные вопросы .....	288
Упражнение для самостоятельной работы .....	289
<b>Глава 19. Рынок капитала и земли.....</b>	<b>290</b>
19.1. Особенности экономического выбора на рынках капитала .....	290
19.2. Межвременной выбор индивида и фирмы .....	292
19.3. Роль финансовых посредников в межвременном распределении ресурсов .....	297
19.4. Экономика возобновляемых и невозобновляемых ресурсов.....	307
19.5. Основы инвестирования: анализ инвестиционных проектов .....	312
19.6. Оценка рисков и риск-менеджмент.....	328
19.7. Рынок земли .....	334
Чему учит данная глава .....	350
Контрольные вопросы .....	350
Упражнение для самостоятельной работы .....	351
<b>Глава 20. Инвестиционное поведение на финансовых рынках .....</b>	<b>352</b>
20.1. Портфельный анализ .....	352
20.2. Ставка процента в экономическом анализе .....	366
20.3. Формирующиеся рынки капитала: чему учит мировой опыт .....	376

---

Чему учит данная глава .....	388
Контрольные вопросы .....	388
Упражнение для самостоятельной работы .....	389

## Часть VI

### Теория общего равновесия и сбои в работе рыночного механизма

Глава 21. Общее равновесие в экономике .....	393
--	-----

21.1. Экономика чистого обмена .....	394
21.2. Обмен в денежной экономике.....	401
21.3. Общее равновесие в производстве.....	404
21.4. Экономика Робинзона Крузо.....	409
21.5. Равновесие и эффективность: теоремы благосостояния .....	416
21.6. Критерии оптимальности общественного благосостояния .....	423

Чему учит данная глава .....	433
------------------------------	-----

Контрольные вопросы .....	433
---------------------------	-----

Упражнение для самостоятельной работы .....	434
---	-----

Глава 22. Внешние эффекты экономической деятельности.....	435
--	-----

22.1. Виды внешних эффектов .....	436
22.2. Конкурентный рынок с внешним эффектом..	438
22.3. Подходы к решению проблемы внешних эффектов .....	444
22.4. Проблема общего ресурса .....	457
22.5. Сетевые внешние эффекты и сетевые рынки.....	461

Чему учит данная глава .....	470
------------------------------	-----

Контрольные вопросы .....	470
---------------------------	-----

Упражнение для самостоятельной работы .....	471
---	-----

Глава 23. Производство и распределение общественных благ.....	472
--	-----

23.1. Общественные блага в экономике .....	472
--	-----

23.2. Подход с точки зрения общего равновесия ....	475
23.3. Подход с точки зрения	
частичного равновесия .....	479
23.4. Равновесие Линдаля	
на рынке общественного блага .....	482
23.5. Проблема финансирования	
производства общественных благ .....	486
23.6. Механизм выявления	
истинных предпочтений	
в производстве общественных благ .....	489
23.7. Проблемы общественного выбора .....	492
Чему учит данная глава .....	497
Контрольные вопросы .....	498
Упражнение для самостоятельной работы .....	498

ЧАСТЬ

---

# IV

Теория рыночных  
взаимодействий

**В** предыдущих главах мы проанализировали отдельно поведение потребителя и функционирование фирмы. В центре нашего исследования находились один потребитель и один производитель как репрезентативные (типичные) представители своего класса экономических агентов. Однако в реальном мире действуют многочисленные и разнообразные компании, группы компаний, клиенты и поставщики. Поэтому следующий этап микроэкономического анализа должен включать в себя теорию взаимодействия участников рынка.

Выбор оптимальной стратегии кратко- и долгосрочного развития фирмы и государственное регулирование отраслевой структуры современной сложной и многообразной экономики невозможен без адекватной оценки экономических последствий того или иного поведения многочисленных рыночных агентов, как фирм, так и потребителей. Эта экономическая оценка составляет фундамент рыночных действий компаний и необходимый базис любой политики государства и в первую очередь политики поддержки конкуренции. Конкуренция всегда носит двойственный характер, она способствует развитию отраслей, стимулирует фирмы к инновациям, сопровождается повышением качества продукции и снижением цены единицы товара. В то же время без должного надзора конкуренция способна трансформироваться в недобросовестное поведение отдельных агентов рынка, ведущее к нечестной рекламе, неэтичным методам устранения конкурента и прямого обмана покупателей.

---

## ГЛАВА 14

---

# Монополия и конкуренция

Время скорби не то,  
когда зло страдаем,  
но когда творим зло.

*Иоанн Златоуст,  
византийский священнослужитель IV в.*

После изучения данной главы студенты будут:

**знать**

— особенности принятия решений фирмой-монополистом;

**уметь**

— выделять границы продуктового и территориального рынков;

**владеть**

— навыками исследования ценовой политики монополии.

Для того чтобы охарактеризовать фирму как конкурента или монополиста, необходимо знать, где заканчивается рынок.

---

### 14.1. Рынок и рыночные структуры

Главный вопрос, который решает государство, оценивая наличие и величину рыночной власти какой-либо фирмы, — это границы рынка. В первом приближении рынок может быть определен как

совокупность продавцов и покупателей данного товара. Но что такое «данный товар»? Какое именно число продавцов и покупателей представляет собой конкуренцию на рынке? Следует ли учитывать потенциальных конкурентов, т.е. те фирмы, которые пока не производят товар, но готовы начать его выпуск при малейшем увеличении цены? И как быть с продукцией, которая вроде бы и не во всем похожа на исследуемый товар, но может удовлетворить потребности покупателей, если они сочтут запрашиваемую фирмой цену чрезмерной?

---

### Определение продуктового рынка

---

С экономической точки зрения в состав рынка следует включать тех рыночных агентов, которые оказывают воздействие на

принятие экономических решений рассматриваемой фирмы. Если какой-либо субъект — продавец или покупатель — своими действиями не влияет на поведение данной фирмы, он должен оставаться за пределами рынка. Если же участник изменяет параметры поведения исследуемой компании, он должен находиться в границах рынка.

Эта общая идея может быть детализирована по следующим аспектам.

*Рынок как совокупность продавцов товаров-субститутов.* Известный экономист Джоан Робинсон в 1933 г. дала следующее определение рынка: «Под рынком следует понимать совокупность продавцов товаров, которые расцениваются потребителем как близкие взаимозаменяемые продукты». Степень взаимозаменяемости товаров можно оценить на основе значений перекрестной ценовой эластичности спроса. Как уже отмечалось, перекрестная эластичность показывает, на сколько процентов изменяется спрос на какой-либо товар при увеличении цены другого продукта на 1%:

$$E_X^Y = \frac{\Delta Q_X \%}{\Delta P_Y \%} = \frac{Q_{X_2} - Q_{X_1}}{Q_{X_1}} \cdot \frac{P_{Y_2} - P_{Y_1}}{P_{Y_1}},$$

где  $Q_{X_1}$  — первоначальный объем спроса на товар  $X$ ;  $Q_{X_2}$  — последующий объем спроса на товар  $X$ , возникший после изменения цены товара  $Y$ ;  $P_{Y_1}$  — первоначальная цена товара  $Y$ ;  $P_{Y_2}$  — новая цена товара  $Y$ .

#### Историческая справка

Джоан Робинсон (1903—1983), английский экономист и общественный деятель, член Британской академии с 1958 г. Окончила Кембриджский

университет, где обучалась у таких ведущих экономистов, как Дж. М. Кейнс, А. Маршалл, А. Пигу. Работала в нескольких комитетах правительства Великобритании. В 1926—1927 гг. будучи в Индии участвовала вместе с мужем, экономистом Остином Робинсоном в работе комитета по англо-индийским экономическим отношениям. С 1931 г. преподавала в Кембриджском университете. Робинсон не была человеком «одной идеи», а сделала много фундаментальных открытий в различных областях экономики. Основные работы связаны с теорией несовершенной конкуренции, ценообразованием монополий, теорией занятости, теорией накопления капитала и экономического роста.

Если товары не связаны между собой, то изменение цены одного продукта не оказывает воздействия на объем покупок другого изделия и перекрестная эластичность будет в этом случае равна нулю. Если товары приобретают качество взаимозаменяемости в глазах потребителя, поскольку они могут удовлетворять одну и ту же потребность, тогда значения перекрестной ценовой эластичности окажутся положительными. Это означает, что при росте цены одного товара (скажем, красных яблок) потребитель переключается на покупки другого продукта (например, желтых яблок). И чем больше положительное значение перекрестной эластичности, тем более выраженной оказывается реакция потребителей и тем более близкими субститутами будут рассматриваемые товары.

Не все потенциальные заменители следует относить к одному рынку. Если расположить продукты одного класса по возрастанию значений перекрестной эластичности, резкий разрыв в цепи субститутов будет свидетельствовать о наличии релевантного рынка.

*Правило пяти процентов.* Многие антимонопольные органы развитых стран мира используют другое правило выделения рынка — правило 5%, или принцип «небольшого, но значимого для потребителя и не временного роста цены» (*small but significant and non-intransient increase in price — SSNIP*). Как работает это правило? Пусть мы увеличиваем цену товара *A* на небольшую величину. Эта величина не должна быть слишком маленькой — иначе потребитель может ее не ощутить. Но не должна быть она и чрезмерно большой, что заставило бы даже самого лояльного покупателя отказаться от приобретения товара. Этот рост не должен также расцениваться потребителями как временное явление, на которое они могут не реагировать, просто выждав какой-то период времени. Опытным путем было установлено, что 5%-ный рост и есть та самая величина, которая отвечает всем этим критериям.

Итак, если цена товара *A* увеличивается на 5%, что может в этом случае произойти на рынке? Если у товара *A* нет близких заменителей, потребители по-прежнему будут покупать данный товар. Совокупная выручка фирмы увеличится. И поскольку здесь изменения издержек не произошло, возрастет также и прибыль компании. Если же потребители находят достаточно хороший взаимозаменяемый продукт, то они легко могут переключиться на другой товар. Выручка и прибыль фирмы в этом случае упадут.

Таким образом, мы получаем критерий для оценки границ рынка. Если при небольшом (5%-ном) увеличении цены товара *A* прибыль фирмы растет, рынок ограничен только продажами данного товара *A* и производящая его фирма является монополистом. Если же прибыль фирма падает (или, по крайней мере, не растет), рынок не может быть ограничен продажей товара *A*. Следует искать товар-заменитель.

*Корреляция цен товаров во времени.* Для некоторых групп товаров мы можем построить временные ряды цен. Если на протяжении значительного периода времени цены нескольких товаров, (предполагаемых субститутов) положительно коррелировали друг с другом, т.е. одновременно повышались или понижались примерно в одной и той же степени, то имеет смысл говорить о границах рынка, охватывающего эти продукты. Если же цены менялись произвольно и мало связаны друг с другом, товары будут отнесены к различным рынкам.

Корреляцию цен товаров в первом приближении довольно просто увидеть на графике (рис. 14.1).

График на рис. 14.1, *а* представляет собой движение цен товаров *A* и *B*, относящихся к одному продуктовому рынку, а график на рис. 14.1, *б* показывает динамику цен продуктов из двух разных отраслей *C* и *E*.

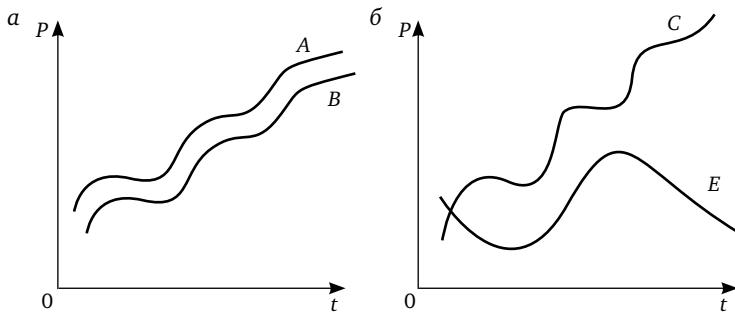


Рис. 14.1. Графики корреляции цен товаров во времени

### Вопрос для размышления

Всегда ли наличие положительной корреляции цен товаров будет свидетельствовать о границах рынка и существовании близких заменителей? Какие опасности таяться в бездумном применении этого правила?

*Заменяемость в предложении.* Иногда удобнее воспользоваться не идеей товаров-субститутов со стороны спроса и потребления, а технологической близостью производства изделий, взаимозаменяемостью продуктов с точки зрения предложения.

Одним из наиболее ярких примеров удачного применения данной концепции служит ситуация на телекоммуникационном рынке Великобритании в конце 1990-х гг. Компания *British Telecom* была обвинена в монополизме на основе того факта, что в сфере предоставления доступа в Интернет по телефонной линии она оказалась единственной компанией — поставщиком этих услуг. Однако в ходе разбирательства было установлено, что доступ в Интернет можно равным образом и с минимальными затратами переключения для производителя предоставить не только через телефон посредством модема, но и по выделенной линии. С точки зрения потребителя комплект (телефон + модем) и выделенная линия не являются близкими заменителями, эти услуги приобретаются по разной цене и различными категориями покупателей. Однако с точки зрения поставщика услуг — фирмы-производителя — оба способа одинаково доступны, просто и быстро взаимозаменяемы, а следовательно, конкурентны. Так как операциями с выделенными линиями занимаются многие фирмы, то компания *British Telecom* не является монополистом на рынке предоставления услуг доступа в Интернет.

В некоторых случаях полезно выделять *рынок* — совокупность продавцов товаров-заменителей (структура с точки зрения спроса) и *отрасль* — совокупность производителей товаров, отличающихся технологической близостью в производстве (структура с точки зрения предложения).

Мы можем говорить о самостоятельном рынке в рамках какой-либо территории (города, региона, области и т.д.) тогда, когда в этих пределах (административных или

---

**Определение  
географически  
ограниченного рынка**

сугубо географических) существуют особый спрос на предлагаемый товар и (или) его особое предложение.

Для выделения географически ограниченного рынка используются следующие критерии:

- большая доля (свыше 75%) потребляемого продукта производится на данной территории;
- большая часть (свыше 75%) производимого продукта потребляется там, где он производится;
- высокие транспортные расходы, как в целом, так и на единицу перевозимого груза;
- цены в различных регионах на один и тот же продукт резко различаются между собой;
- стабильность долей рынка ведущих фирм региона;
- признание региона рынком со стороны ведущих агентов рынка (фирм-производителей и крупнейших покупателей);
- административные ограничения на вывоз или ввоз товара.

---

### Типы рыночных структур

---

Специфические характеристики конкурентных и неконкурентных взаимодействий в рамках крупных рыночных образований

позволяют выделить несколько типов рыночных структур. Под рыночной структурой подразумевают структуру, которая отвечает следующим критериям:

- количество продавцов и покупателей;
- размер продавцов и покупателей (рыночная доля);
- степень однородности продукта;
- наличие и величина барьеров входа на рынок;
- симметрия (асимметрия) информации на рынке;
- воздействие продавцов и покупателей на рыночную цену.

Различные комбинации перечисленных выше факторов дают разнообразные типы рыночных структур.

---

### Схема анализа рынка

---

Для удобства ознакомления с рынком и выделения особенностей поведения фирмы на

нем используют следующую схему анализа, приведенную ниже. Предполагается, что структура рынка зависит в первую очередь от фундаментальных условий, как со стороны спроса, так и со стороны предложения. *Фундаментальные (или базовые) условия* — это то, что определяется самой отраслью, ее особенностями в рамках данной экономики.

**Схема анализа рынка (решения)****Фундаментальные условия отрасли***Со стороны предложения*

- Технология: производственная функция.
- Сырье: наличие, качество, возможность замещения.
- Тип выпускаемого товара.
- Эффект масштаба и эффект разнообразия.
- Местоположение продавцов.
- Наличие специфических активов и специфических инвестиций.

*Со стороны спроса*

- Ценовая эластичность спроса.
- Эластичность спроса по доходу.
- Другие виды эластичности спроса.
- Темпы роста спроса.
- Демографическая структура спроса.
- Местоположение покупателей.
- Способы покупки: магазин, Интернет, каталог, агенты по сбыту.
- Способы оплаты покупки: наличность, потребительский кредит, банковская карта.

**Тип структуры отрасли (рыночной структуры)**

1. Число продавцов и число покупателей.
2. Тип продукта: однородный или дифференцированный.
3. Размер типичной фирмы рынка.
4. Наличие и высота барьеров входа-выхода.
5. Полнота и доступность информации о рыночных процессах.

**Параметры поведения фирмы на рынке**

- Выбор продукта и продуктового разнообразия.
- Оптимальный объем выпуска (продажи).
- Оптимальные закупки ресурсов.
- Величина цены и ее динамика.
- Расходы на рекламу.
- Расходы на НИОКР.
- Инвестиционная политика.
- Отношения с конкурентами.
- Отношения с поставщиками ресурсов.
- Отношения с потребителями.
- Отношения с государством.
- Отношения с обществом (этика бизнеса).

**Результативность функционирования отрасли**

1. Эффективность продукта (качество товара) (степень удовлетворенности спроса).
2. Аллокативная эффективность (эффективность распределения производственных ресурсов).

3. Технологическая эффективность (принцип минимизации издержек).
4. Динамическая эффективность (технический прогресс).
5. Финансовая эффективность (прибыльность фирмы и отрасли).
6. Социальная эффективность (гармонизация интересов бизнеса и общества).
7. Соблюдение принципов добросовестной конкуренции.

#### **Государственная политика регулирования рыночных структур**

- Антимонопольная политика.
- Политика поддержки конкуренции.
- Регулирование барьеров входа-выхода.
- Регулирование инвестиционной деятельности фирм.
- Регулирование отраслевой занятости.
- Налоговая политика.
- Промышленная политика.
- Внешнеторговая политика.
- Макроэкономическая политика.

К фундаментальным условиям отрасли со стороны предложения можно отнести технологию производства, доступность сырьевых ресурсов (вспомним, что нефть и газ добываются только в определенных регионах мира), долговечность товара в зависимости от его характеристик (товары длительного пользования — телевизор, холодильник, компьютер — долговечны, а помидоры и клубнику можно использовать только в течение очень короткого периода после производства), как далеко продавцы и покупатели находятся друг от друга, наличие положительного или отрицательного эффекта масштаба в производстве и разнообразие выпускаемых товаров. Со стороны спроса к ним присоединяется эластичность спроса (реакция потребителей на изменение цены товара и дохода), наличие или отсутствие сезонности в покупках (новогодние подарки продаются круглый год, но в основном покупаются в декабре), темпы роста населения (потенциальных клиентов) и его демографическая структура (не имеет смысла наращивать выпуск детских игрушек в стране с преобладанием пенсионеров), размер заказов, способы покупки (поход в магазин, заказы по каталогу, Интернету или телевизору) и способы оплаты купленной вещи (наличные, кредит, чеки, пластиковые карты).

Эти фундаментальные условия оказывают влияние на *структуру рынка* — число реально действующих и потенциальных продавцов и покупателей. Выделим особо показатель диверсификации производства, которая представляет собой интеграцию в рамках одной фирмы производства разного рода продукции, связанной технологически (например, выпуск легковых, грузовых автомобилей и автобусов в рамках одной фирмы). Диверсификация способствует укреплению позиций данной фирмы на всех рынках и используется как метод проникновения на новые рынки, так как, снижая риск банкротства, она ведет к тому, что временные трудности на одном из рынков могут компенсироваться за счет других рынков.

В свою очередь структура отрасли (рынка) детерминирует *поведение фирм*, параметры которого также можно увидеть на схеме. То или иное поведение фирм приводит к *результативности отрасли*, складывающемуся особенному результату ее функционирования. Здесь можно выделить такие основные компоненты, как: эффективность продукта — в какой мере товар обладает искомым качеством и удовлетворяет потребности покупателей; эффективность распределения ресурсов — минимизируют ли фирмы издержки; технический прогресс — стремятся ли фирмы к усовершенствованию технологического процесса, повышению качества товара и выпуску новых изделий; прибыльность фирм отрасли.

Кроме технологических и поведенческих детерминантов, рыночная структура может определяться самим процессом эволюции отрасли. Было установлено, что даже если взять отрасль совершенной конкуренции с большим числом участников и задать некий стохастический (случайный) процесс, который носит название «процесс Жибра» по имени исследовавшего его ученого, то через определенный промежуток времени (в экспериментах он составляет порядка 100—150 лет) отрасль естественным путем станет более монополизированной и менее конкурентной. На рынке останется не более половины первоначальных агентов. Стохастическая эволюция отрасли может быть объяснена преимуществом первого хода — для очевидных лидеров, которые первыми занялись выпуском какого-либо товара и в силу этого получили преимущества на рынке, а также сложностью выживания под действием конкуренции, изменением технологических процессов и динамики спроса.

И наконец, если данная результативность не устраивает общество в целом, то в дело вступает *государственная промышленная политика*, которая оказывает влияние на разные элементы организации рынков. Так, государство может поддержать одних произ-

водителей или одни виды производств за счет других, предоставляемая тем самым некоторым агентам рынка преимущества в конкурентной борьбе. Государственная антимонопольная политика может вести к ликвидации или, по крайней мере, резкому сокращению рыночной власти продавцов, что будет способствовать становлению конкурентной структуры рынка.

## 14.2. Монополия в экономике

В тех случаях когда фирма обладает рыночной властью, начинают проявляться закономерности, характерные для монопольного рынка, даже если фирма и не является подлинным монополистом. Экономическую основу государственной политики в области монополий и монопольного поведения составляет монопольный рынок, к изучению которого мы сейчас и приступим.

Монополия представляет собой единственного продавца какого-либо товара. В силу того что фирма-монополист представляет собой рынок в целом, она имеет кривую спроса с отрицательным (нисходящим) наклоном. Поэтому монополист не может одновременно назначать и цену, и объем продаж. Монопольная фирма может выбирать либо цену — и тогда объем задается спросом, либо объем продаж — тогда величина цены выбирается потребителями.

Еще один популярный миф о монополии связан с ее возможностью назначать самую высокую цену на свою продукцию. Однако самая высокая цена на рынке — это цена закрытия рынка (или цена открытия рынка), т.е. цена, при которой спрос минимален и стремится к нулю (либо только-только первые потребители начинают проявлять интерес к товару). Эта цена никогда не является предметом интереса монополиста. Любая фирма стремится к получению максимума прибыли, и монопольное положение должно компании в этом помочь. Самая же высокая цена на рынке не может предоставить монополисту (впрочем, как и любому другому агенту) высокую прибыль и тем более максимальную. Для назначения оптимальной цены и выбора оптимального объема продаж монополист руководствуется совсем другими правилами, нежели самая высокая цена на рынке.

### Вопрос для размышления

Какие еще популярные мифы о монополии вы знаете? Убедитесь в ходе анализа поведения монополиста, соответствуют ли они тому, что предсказывает экономический анализ.