

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования «Витебский государственный  
университет имени П.М. Машерова»  
Институт повышения квалификации переподготовки кадров  
ВГУ имени П.М. Машерова

**В.А. Янчук**

# **ЭКОНОМИКА:**

**ЗАКОНЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.  
МОДЕЛИ И ПРАВИЛА  
ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

*Методические рекомендации*

*Витебск  
ВГУ имени П.М. Машерова  
2013*

УДК 330.1(075.8)  
ББК 65.011я7  
Я66

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 4 от 20.12.2012 г.

Автор: доцент кафедры экономической теории ВГУ имени П.М. Машерова **В.А. Янчук**

Р е ц е н з е н т :

доцент кафедры экономической теории ВГУ имени П.М. Машерова,  
кандидат экономических наук *С.В. Шахнович*

**Янчук, В.А.**

**Я66** Экономика : Законы рыночной экономики. Модели и правила поведения потребителя : методические рекомендации / В.А. Янчук. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2013. – 54 с.

В данном учебном издании рассматриваются такие ключевые понятия рыночной экономики, как спрос и предложение, раскрывается сущность законов спроса и предложения, анализируется характер их взаимодействия, выясняется содержание закона обмена эквивалентов, определяется содержание закона денежного обращения, дается представление об инфляции, определяются функции, достоинства и границы рыночной экономики в современных условиях. Большое внимание уделяется поведению потребителя в рыночной экономике, раскрываются модели, законы и правила его рационального поведения.

Методические рекомендации адресованы студентам и преподавателям, учителям и учащимся старших классов.

УДК 330.1(075.8)  
ББК 65.011я7

© Янчук В.А., 2013  
© ВГУ имени П.М. Машерова, 2013

## ВВЕДЕНИЕ

Экономика – это среда, которая окружает нас с рождения и до последних дней жизни. Мы имеем дело с товарами, услугами, ценами, сравниваем доходы с расходами и, как можем, стараемся достичь наилучшего соотношения между ними. Таким образом, все люди, хотя бы они того или нет, в той или иной мере являются экономистами. Не разбираясь в экономике, вряд ли можно повысить свой уровень жизни, если, конечно, вы не стали наследником крупного состояния. Да и оно может «растаять», поскольку его надо сохранять и приумножать, а для этого нужно быть в ладах с экономикой. Способность зарабатывать себе на жизнь – это тоже экономика. Лауреат Нобелевской премии по экономике П. Самуэльсон высказал как-то такую мысль: «Человек, который систематически не изучал экономическую теорию, подобен глухому, пытающемуся дать оценку музыкальному произведению».

В предложенном курсе «Экономика» тринадцать тем, которые объединены в пять частей. Познакомившись с этим материалом, вы получите элементарное представление о законах, правилах и принципах рационального поведения человека как в условиях домашнего хозяйства и предприятия, так и в национальной и мировой экономике.

Название уже изданных методических рекомендаций «Потребности. Экономика. Товар» говорит само за себя. В них была рассмотрена взаимосвязь потребностей и экономики, дано представление о ресурсах, используемых человеком в экономике; приведены определения экономики и экономической науки.

Много времени было уделено классификации экономических систем. При этом много места было отведено рыночной экономике и конкуренции в различных ее формах. Показана также эволюция денег, выявлены функции и виды денег в современных условиях.

Данные методические рекомендации посвящены, прежде всего, законам рыночной экономики. В них дается представление о законах спроса и предложения, обмена эквивалентов и денежного обращения. Раскрыты также функции, достоинства и границы рыночной экономики.

Заинтересует читателя и тема «Домашнее хозяйство в рыночной экономике». В ней дается представление о функциях и структуре домашнего хозяйства. Кроме того, раскрываются законы и правила рационального поведения потребителей на рынках однородных и разнородных товаров.

В данном учебном издании широко представлены рисунки, графики, таблицы, схемы, способствующие более глубокому усвоению материала. При этом замечу, что приводила их в соответствующий порядок студентка художественно-графического факультета ВГУ имени

П.М. Машерова Леонова Ирина Юрьевна, за что автор этого учебного издания ей очень благодарен.

По окончании каждой темы приводятся ключевые ее понятия, вопросы, тесты, смысловые задания и задачи. Есть и веселая страничка, где читатель найдет занимательные истории на экономическую тему.

## *ТЕМА 4* **ЗАКОНЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

### В ЭТОЙ ТЕМЕ:

- рассматриваются такие ключевые понятия рыночной экономики, как спрос и предложение, их эластичность;
- раскрывается сущность законов спроса и предложения, анализируется характер их взаимодействия;
- выясняется содержание закона обмена эквивалентов, определяются его функции в условиях рыночной экономики;
- раскрывается сущность закона денежного обращения, приводятся его формулы;
- дается общее представление об инфляции, ее видах, причинах, социально-экономических последствиях и путях преодоления;
- определяются функции, достоинства и границы рыночной экономики в современных условиях.

Одной из главных задач любой науки, в том числе и экономической, является выяснение сути законов изучаемого явления. Поведение покупателей и продавцов на рынке описывается при помощи таких ключевых понятий, как спрос и предложение. Иногда экономисты шутят: «Научите попугая говорить «спрос» и «предложение» — и перед вами экономист».

Что же такое спрос и что такое предложение? По каким законам они развиваются?

### **4.1. СПРОС И ЗАКОН СПРОСА**

На рынке, как мы с вами уже знаем, люди, главным образом, играют две роли: продавцов и покупателей. Одни товар спрашивают, а другие его предлагают. Посмотрим на рынок сначала глазами покупателя и ответим на вопрос: что такое спрос и каковы его виды?

#### **4.1.1. Спрос и его виды**

Прежде всего, заметим, что продавцу интересен не всякий потребитель, а только тот, кто может за товар заплатить. Сказанное означает, что рынок удовлетворяет не любую, а именно *платежеспособную* потребность.

*собную потребность*. Завяжем себе этот узелок на память. И *спрос* — это желание и возможность потребителя купить товар на рынке. В учебниках по экономике между понятиями «покупатель» и «потребитель» часто ставят знак равенства. На самом деле это не совсем так — потребитель превращается в покупателя только в том случае, если приобретает способность покупать товар.

Виды спроса разнообразны. Это может быть, например, нерегулярный спрос, основанный на сезонной, почасовой потребности (недогруженность транспорта днем, перегруженность в часы «пик»). Нерациональный спрос — спрос на вредные для здоровья или антисоциальные товары (сигареты, наркотики, оружие). Есть и другие виды спроса, но нас главным образом будут интересовать спрос индивидуальный и рыночный.

*Индивидуальный спрос* — это спрос, предъявляемый на товар отдельным покупателем. *Рыночным* же будем считать спрос всех покупателей на товар на рынке. Для того чтобы перейти к сути закона спроса, нам еще следует разобраться в таких понятиях, как величина спроса и цена спроса. *Величина спроса* — это такое количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели на каком-либо рынке по определенной цене. *Цена спроса* — это максимальная цена, которую покупатель готов заплатить за определенное количество товара.

Теперь уже можно перейти и к закону спроса.

#### 4.1.2. Закон и линии спроса

Закон спроса выражает связь между величиной цены товара и количеством приобретаемого товара. Не надо быть, очевидно, ученым-экономистом, для того чтобы догадаться, что на большую часть товаров распространяется правило: чем дороже товар, тем меньше его покупают, и наоборот. Закон спроса можно вывести методом индукции. Не забыли? Это рассуждение от частного к общему. Если названное нами правило верно для товара № 1, товара № 2 и т.д., то оно является законом для большинства товаров. *Согласно закону спроса*, между величинами цены и спроса на товар существует обратная зависимость.

Попробуем пояснить эту мысль на самом элементарном примере. Допустим, что связь между величиной цены ( $P_D$ ) и величиной спроса ( $Q_D$ ) на мороженое в классе одной из школ описывается следующим уравнением:

$$P_D = 400 - 50 ( Q_D - 1 ).$$

Данные, полученные с помощью уравнения, представлены в табл. 4.1.

Табл. 4. 1. Величины спроса на мороженое в зависимости от величины цены на порцию

$Q_D$ , порции	1	2	3	4	5	6	7
$P_D$ , ден. ед.	400	350	300	250	200	150	100

Далее, по данным табл. 4.1 построим линию спроса на мороженое  $DD$  (рис. 4.1).

В нашем примере линия спроса  $DD$  имеет вид отрезка, направленного вниз слева направо, однако она может быть описана и с помощью кривой, вогнутой влево. Однако при этом возникает вопрос, чем объяснить направленность линий спроса вниз слева направо? Во-первых, сам «здоровый смысл» нам подсказывает следующее правило: «меньше будет цена — больше купишь». Во-вторых, при уменьшении цены товара, если, разумеется, при этом не уменьшается величина дохода покупателя, возникает «эффект богатства» — при меньшей цене на одну и ту же сумму можно приобрести больше товара.

На положение линии спроса влияют различные неценовые факторы. Их изменение сдвигает линию спроса вправо или влево. Что это за факторы?

В первую очередь назовем *доходы покупателей*. Если их величина возрастает, то линия спроса сдвигается вправо, поскольку увеличивается спрос на товары. Уровень спроса на какой-либо товар зависит и *от цен на связанные товары* — заменители и дополняющие товары. В случае, если повышаются цена на сливочное масло, то домашние хозяйки больше будут покупать маргарин. Подорожание бензина вызовет уменьшение спроса на автомобили. Выделим также *воздействие рекламы, ожидания покупателей, сезонные изменения* и т.д.

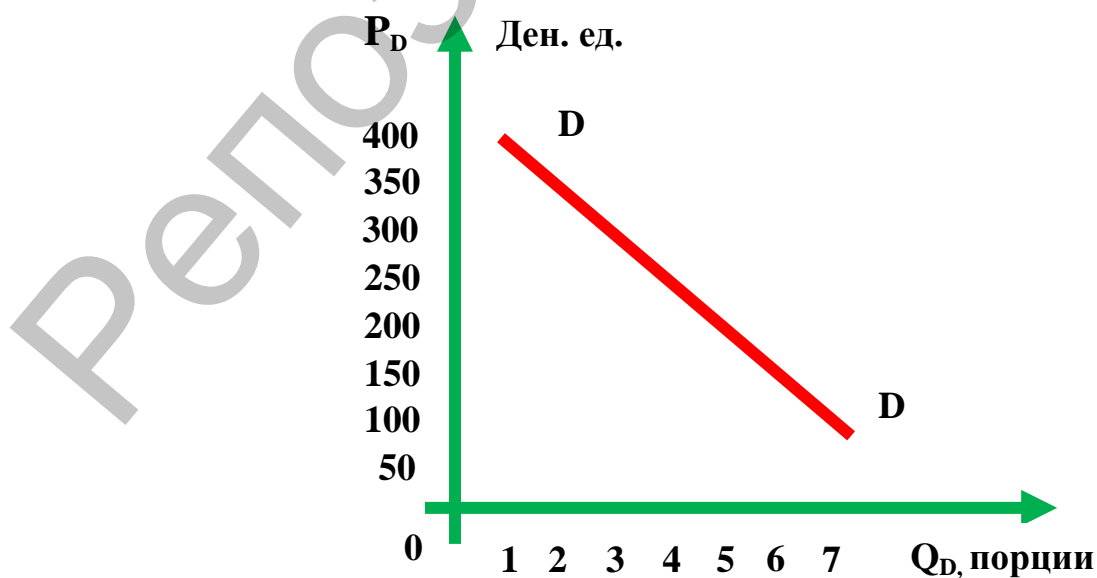


Рис. 4.1. Отрезок спроса на мороженое

Не все товары одинаково значимы для покупателя, а, следовательно, и изменения величины спроса на них в ответ на изменение цены и других факторов различно.

### 4.1.3. Эластичность спроса и ее варианты

Спрос на товары характеризуется и таким показателем, как эластичность. *Эластичность спроса* — это реакция величины спроса на изменение какого-либо фактора. В зависимости от того, какой из факторов вызывает изменение спроса, выделяются следующие виды эластичности спроса: по цене и доходу и перекрестную эластичность. Нас в первую очередь будет интересовать эластичность спроса по цене. Она характеризуется *коэффициентом эластичности* ( $E_D$ ). Он показывает, насколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на товар на 1 %. Его формула имеет следующий вид:

$$E_D = - \% \Delta Q_D / \% \Delta P_D, \quad (4.1)$$

где  $\% \Delta Q_D$  и  $\% \Delta P_D$  — процентное изменение спроса и цены.

Знак минус в формуле означает, что величины цены и спроса на товар меняются в противоположных направлениях. Запомним это обстоятельство, однако в дальнейшем будем пользоваться абсолютными величинами коэффициента эластичности.

Можно выделить пять вариантов эластичности спроса по цене. Эти варианты иллюстрируются соответствующими отрезками спроса (рис. 4.2).

В *первом варианте* спрос совершенно эластичный, то есть коэффициент  $E_D = \infty$ . Этот случай возможен лишь в условиях совершенной конкуренции, когда, при прочих равных условиях, по определенной стабильной цене возможно приобретение любого количества товара. В *втором* — спрос является эластичным, а коэффициент эластичности способен меняться в следующих пределах:  $1 < E_D < \infty$ , например, повышение цены на турпутевки на 1 % снижает величину спроса на 2 %. В *третьем* — спрос обладает единичной эластичностью, т.е.  $E_D = 1$ , например, изменение цены на зонты на 1 % вызвало уменьшение спроса на них тоже на 1 %. *Четвертый вариант* демонстрирует неэластичный спрос, где  $0 < E_D < 1$ , например, повышение цены на бензин на 20 % обусловило уменьшение величины спроса на 5 %. И, наконец, в *пятом варианте* спрос является совершенно неэластичным:  $E_D = 0$ . В этом случае мы имеем ситуацию, когда покупатели согласны приобрести товар по любой цене, например, спрос на некоторые лекарства, без которых человек не может обойтись, совершенно неэластичен.

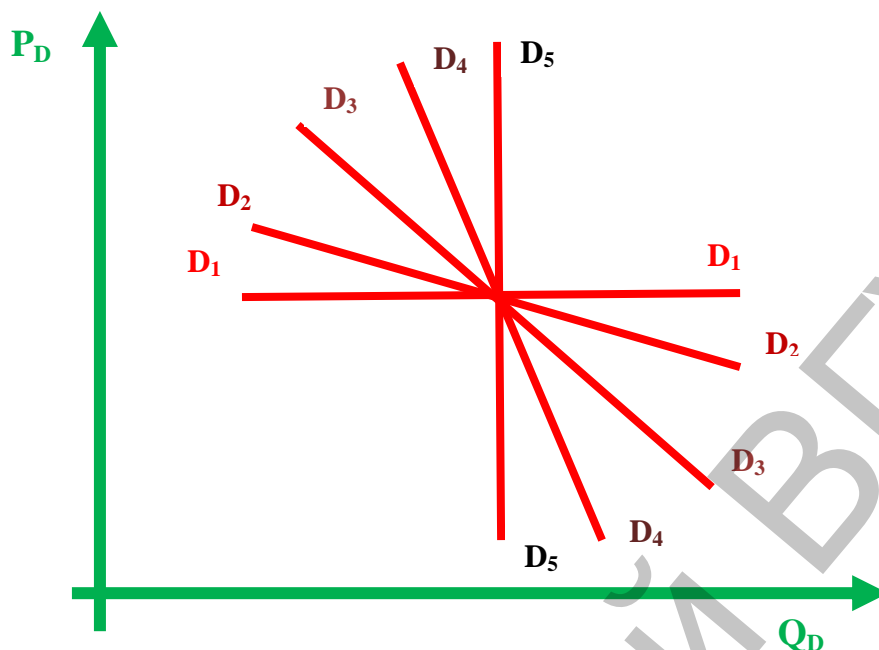


Рис. 4.2. Варианты эластичности спроса по цене

Кроме эластичности спроса по цене, как уже отмечалось, выделяют также эластичность спроса *по доходу* и *перекрестную эластичность*. Первая показывает изменение спроса на товар как реакцию на изменение дохода покупателей. Перекрестная же эластичность ставит изменение спроса на один товар в зависимость от изменения цены на другой товар. При этом возможны три случая. Если это товары взаимосвязанные, то рост цены на товар № 2 вызовет и увеличение спроса на товар № 1. Если товары дополняют друг друга, то рост цены на товар № 2 вызовет падение спроса на товар № 1. Если это независимые товары, то и спрос будет совершенно неэластичным.

#### 4.1.4. Исключения из правила

Из всякого правила есть исключения. Так и закон спроса охватывает действием не все товары.

**Исключение № 1** получило название *эффекта Гиффена*. Английский экономист XIX в. Роберт Гиффен, исследуя кварталы для бедноты в Лондоне, пришел к выводу, что потребление хлеба у бедняков возрастает с увеличением цены на него. И в современных условиях в странах с недостаточно высоким уровнем экономического развития бедняки поступают аналогичным образом, когда дело касается таких товаров, как хлеб, сахар, соль, а в Беларуси — и картофель.

**Исключение № 2** относится к некоторым высококачественным предметам роскоши. При снижении цены на них спрос не растет, а снижается. Оказывается, что престижные товары покупают не только ради их потребительских свойств. Через их обладание стремятся под-



черкнуть высокий индивидуальный статус (модель одежды, автомобиль, дорогой дом и т.д.). Снижение рыночной цены на подобные товары уменьшает их привлекательность для «снобов», их социальный имидж. Это *эффект сноба*, или *эффект Веблена* (по имени американского экономиста и социолога Торнстейна Веблена).

**Исключение № 3** связано с аномальной реакцией спроса в кратковременном периоде, когда за ростом цены наблюдается и рост спроса. В этом случае срабатывает механизм потребительских ожиданий (завтра будет еще хуже), влияние цен на другие товары.

Со спросом в рыночной экономике тесно связано и предложение. Их, как магнитом, притягивает друг к другу.

## 4.2. ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЕГО ЗАКОН

### 4.2.1. Предложение и его виды

В рыночной экономике покупатели спрашивают какой-либо товар, а продавцы его предлагают. Что же такое *предложение*? Это материальная и нематериальная продукция, предназначенная для продажи.

По аналогии со спросом, можно выделить индивидуальное и рыночное предложение. Индивидуальное предложение — это предложение товара на рынке отдельным продавцом, а рыночное — это предложение товара всеми продавцами на определенном рынке.

Предложение, прежде всего, характеризуется такими понятиями, как величина предложения и цена предложения. *Величина предложения* — это количество товара, которое могут и хотят продать продавцы на рынке по определенной цене. *Цена предложения* — это минимальная цена, по которой продавцы согласны продавать определенное количество какого-либо товара.

Между величиной цены и величиной предложения существует связь, получившая название *закона предложения*.

### 4.2.2. Закон и линии предложения

В основе закона предложения лежит простое правило: чем выше цена на товар, тем больше его предлагают на рынке. Далее воспользуемся методом индукции. Если указанное правило верно для товара № 1, товара № 2, товара № 3 и т.д., то оно является верным для большинства товаров, т.е. оно — один из законов рыночной экономики.

Таким образом, согласно *закону предложения*, между величиной цены на товар и величиной его предложения существует прямая зависимость, т.е. с ростом цены товара увеличивается и объем предложения товара, и наоборот. Теперь поясним суть закона предложения с помощью уже приведенного примера по спросу на мороже-

ное. Допустим, что связь между величиной цены ( $P_S$ ) и величиной предложения мороженого ( $Q_S$ ) описывается следующим уравнением:  $P_S = 100 + 50(Q_S - 1)$ .

С помощью уравнения рассчитаем комбинации величин предложения и цены и поместим их в табл. 4.2.

Табл. 4.2. Величины цен и предложения на мороженое

$Q_S$ , порции	1	2	3	4	5	6	7
$P_S$ , ден.ед.	100	150	200	250	300	350	400

Затем по данным табл. 4.2 построим отрезок предложения мороженого (рис. 4.3). В нашем примере линия предложения  $SS$  представляет собой отрезок, направленный вверх слева направо. Но такое бывает не всегда, так как линия  $SS$  может быть изображена также с помощью кривой, вогнутой направо.

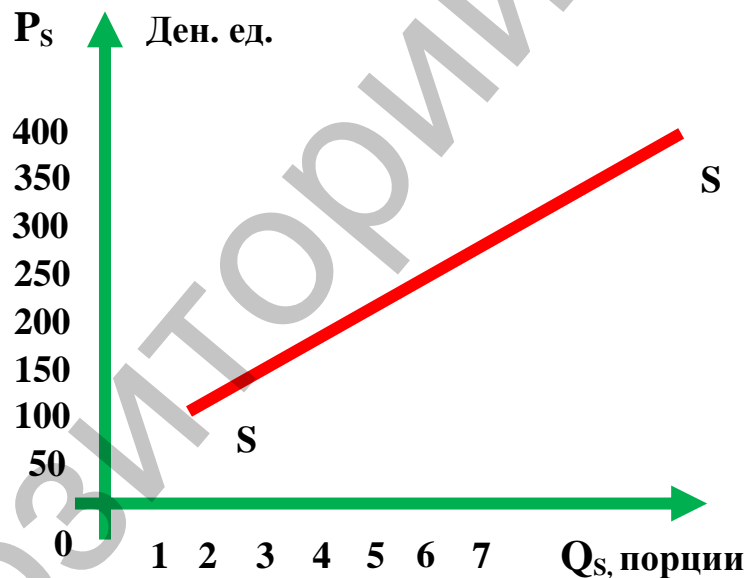


Рис. 4.3. Отрезок предложения мороженого

На положение линии предложения влияют различные неценовые факторы. Их изменение сдвигает линию предложения вправо или влево. Что это за факторы? Во-первых, выделим такой фактор, как **изменение цен на ресурсы**, используемые в производстве. Их уменьшение стимулирует рост производства продукции, и линия предложения сдвигается вправо, а в противоположном случае сдвиг происходит влево.

Во-вторых, на уровень предложения влияют и **изменения в технологии производства**. Они позволяют, например, производить продукцию с меньшими затратами, что увеличивает предложение, сдвигает линию предложения вправо.

В-третьих, большую роль играют **налоги и субсидии**. Рост налогового бремени приводит к увеличению издержек производства и уменьшает уровень предложения. *Субсидии же* — предоставляемые государством безвозмездные пособия — способствуют снижению издержек на производство продукции и увеличивают уровень предложения.

В-четвертых, уровень предложения определенных товаров также зависит и **от цен на другие товары**. Их увеличение, например, вызывает перелив ресурсов и выход фирм из отрасли, что уменьшает предложение. На уровень предложения влияют также ожидания и количество продавцов, природные условия (стихийные бедствия) и т.д.

Предложение различных товаров отличается и по эластичности.

### 4.2.3. Эластичность предложения

*Эластичность предложения* — это его реакция на изменение какого-либо фактора. Выделяют два вида эластичности предложения: по цене и перекрестную эластичность. Эластичность предложения по цене характеризуется *коэффициентом эластичности* ( $E_S$ ). Он показывает, насколько процентов изменится величина предложения при изменении цены на 1 %. Его формула имеет следующий вид:

$$E_S = \% \Delta Q_S / \% \Delta P_S, \quad (4.2)$$

где  $\% \Delta Q_S$  и  $\% \Delta P_S$  — процентное изменение предложения и цены.

Возможные варианты эластичности представлены на рис. 4.4.

Коэффициент эластичности предложения по цене, в отличие от коэффициента эластичности спроса по цене, имеет положительные значения, так как величины цены на товар и его предложение меняются в одном направлении.

*В первом варианте* предложение *совершенно эластично* и, следовательно,  $E_S = \infty$ . Такая ситуация реализуется на рынке совершенной конкуренции. *Во втором* — предложение является *эластичным*, а значения коэффициента эластичности находятся в следующих границах:  $1 < E_S < \infty$ . Это означает, например, что рост цены на товар на 1 % вызывает, допустим, увеличение предложения на 2 %.

*Третий вариант* демонстрирует единичную эластичность предложения. В этом случае  $E_S = 1$ , например, увеличение цены на 5 % вызывает аналогичное возрастание предложения. *В четвертом случае* — мы имеем неэластичное предложение с коэффициентом эластичности, расположенном в следующих границах:  $0 < E_S < 1$ . В этом случае рост цены опережает увеличение предложения. И в пятом — предложение совершенно неэластично и  $E_S = 0$ . Это значит, что предложение абсолютно не реагирует на любые изменения цены, например, предложение земли в мире не меняется, хотя цена на нее неуклонно повышается.

**Перекрестная эластичность** предложения показывает, как изменяется предложение одного товара в ответ на изменение цены другого товара.

Впервые ввел понятие эластичности и обосновал его применение на практике английский экономист *Альфред Маршалл* (1842—1924). Анализ данных об эластичности необходим при принятии решений по изменению цен, как на уровне отдельной фирмы, так и государства. Фирмы могут проанализировать, как изменятся объемы продаж при изменении цены на их продукцию, в каком случае выручка от реализации продукции будет для них наиболее выгодной. Понятие эластичности может быть использовано на практике и правительством при выработке мероприятий государственного регулирования. В этом случае важно знать, насколько изменение цен на различные товары отразится на уровне жизни населения страны.

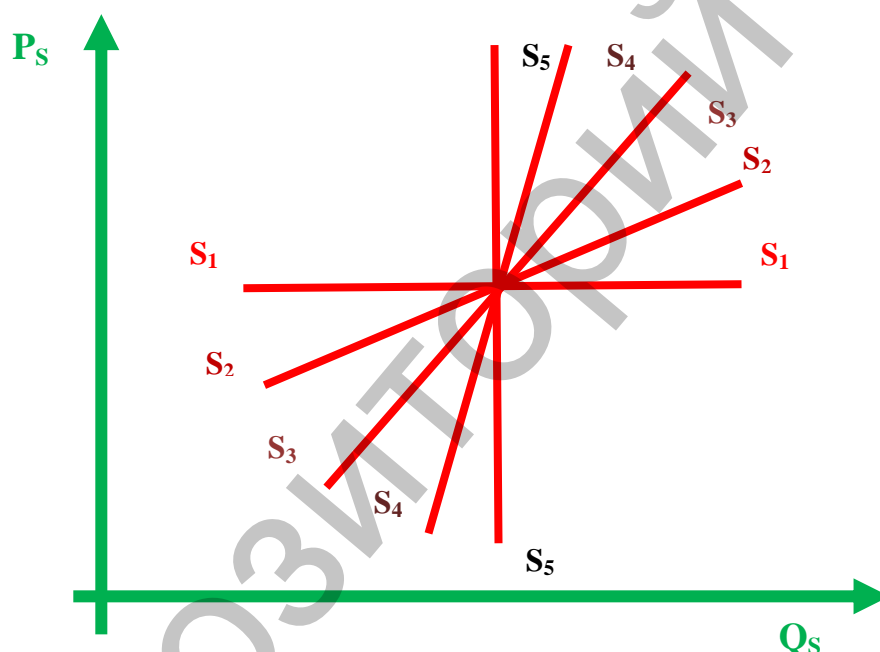


Рис. 4.4. Варианты эластичности предложения по цене

Основные направления использования показателя эластичности на практике следующие:

- анализ реакции потребителя на изменение цен;
- подготовка производства к изменению спроса;
- определение ценовой политики фирм;
- принятие решений о маркетинговой политике фирмы;
- разработка структуры налогообложения;
- проведение различных операций на внешнем рынке (экспортно-импортные операции), на валютном рынке;
- выработка мероприятий государственного регулирования экономики.

Не слишком ли много внимания уделено эластичности? Возможно, но мы еще раз хотели показать практическое значение экономической теории. Не зря иногда говорят: «Нет ничего практичнее хорошей теории». А вы с этим не согласны?

### 4.3. ЗАКОН ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

До сих пор мы рассматривали спрос и предложение независимо друг от друга. В реальной же экономике они взаимодействуют и связаны между собой прочной нитью. Спрос и предложение, считал А. Маршалл, можно уподобить двум лезвиям ножниц. Отсюда, кстати говоря, проистекают образ и модель «ножниц Маршалла». Оба лезвия необходимы и образуют единое целое. Но подобно тому, как одно лезвие более активно в зависимости от того, как держать ножницы, так либо спрос, либо предложение могут играть более активную роль. Это зависит от периода времени. В краткосрочном периоде — именно изменения в спросе влекут за собой увеличение либо уменьшение цены. В долгосрочном же периоде определяющую роль играет предложение.

#### 4.3.1. Равновесие и неравновесие на рынке

Между спросом и предложением на рынке существуют как прямая, так и обратная связи:  $D \Leftrightarrow S$ . В самом деле, если на рынке есть спрос на какой-либо товар, реальная возможность его произвести и продать по выгодной для производителя цене, то будет и предложение. Однако и само предложение, например, нового товара, ранее не известного потребителю, тоже может вызвать спрос. Цена же любого товара, в конечном счете, определяется результатом полного или частичного совпадения спроса и предложения. Взятые сами по себе, по отдельности, ни спрос, ни предложение ее породить не могут. Поэтому закон спроса и предложения часто называют законом цен.

На рынке возможны три соотношения между спросом и предложением. Лучшее из них — для покупателей, разумеется, и продавцов — равновесие между спросом и предложением. От состояния равновесия на рынке возможны два отклонения. Во-первых, если спрос превышает предложение, то на рынке возникает дефицит товара. Во-вторых, в противоположном случае имеет место избыток товарной массы.

Проиллюстрируем изложенное нашим примером с мороженым, доведем его до логического конца, а данные по спросу и предложению мороженого сведем в табл. 4.3. Обратим особое внимание на точку  $E$  — это точка равновесия. Ее координаты образуют цена равновесия ( $P_E$ ) и равновесное количество товара ( $Q_E$ ). Равенство спроса и предложения говорит о том, что платежеспособная потребность покупателей удов-

летворяется полностью. Кроме того, удовлетворен и продавец — он реализовал весь товар по выгодной для себя цене.

Табл. 4.3. Величины спроса и предложения и цены на мороженое

$Q_D$ , порции	7	6	5	<b>4</b>	3	2	1
$P$ , ден. ед.	100	150	200	<b>250</b>	300	350	400
$Q_S$ , порции	1	2	3	<b>4</b>	5	6	7

Теперь, учитывая величины спроса и предложения и их цены, построим отрезки спроса и предложения (рис. 4.7).

В нашем примере ( $P_E$ ) и ( $Q_E$ ) легко находятся по табл. 4.3:  $P_E = 250$  ден. ед. и ( $Q_E$ ) = 4. Координаты точки равновесия можно найти и иным путем, решив следующую систему уравнений:

$$\begin{cases} P_D = 400 - 50(Q_D - 1), \\ P_S = 100 + 50(Q_S - 1). \end{cases}$$

Как решается эта система? Очень просто. В точке равновесия  $P_D = P_S$  и  $Q_D = Q_S$ , следовательно, перед нами система двух уравнений с двумя неизвестными. Решение системы предоставляем читателю, тем более, что ответ нам уже известен.

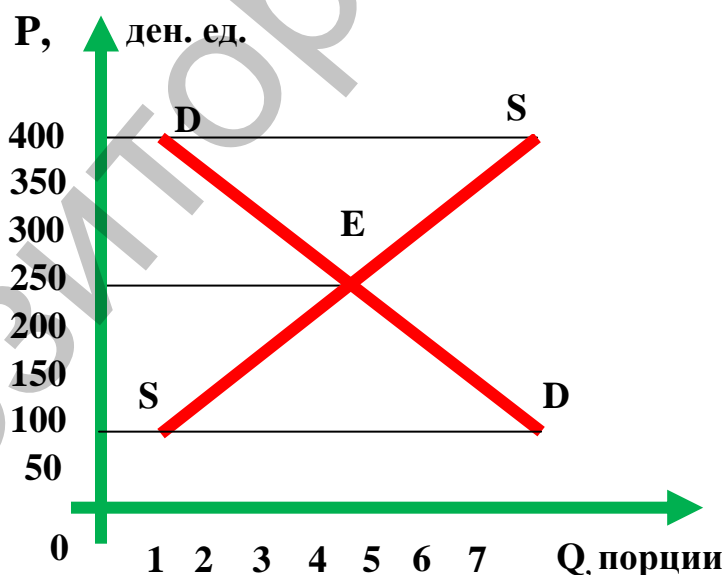


Рис. 4.5. Отрезки спроса и предложения мороженого

Отклонение рыночной цены от цены равновесия возможно в двух направлениях. Если рыночная цена выше цены равновесной, то на рынке возникает избыток продукции, а в противоположной ситуации — дефицит.

Далее возникает естественный вопрос: как рынок справляется с трудностями неравновесия?

### 4.3.2. Варианты и границы рыночного саморегулирования

Идеальным для покупателя является рынок совершенной конкуренции. На нем — при прочих равных условиях — цены стабильные, так как длительное время сохраняется равновесие между спросом и предложением.

Рынок успешно восстанавливает положение равновесия и в том случае, если коэффициент эластичности спроса по цене больше коэффициента эластичности предложения по абсолютной величине. Читатель может убедиться в этом, если начертит соответствующий график.

Первый тревожный звонок, свидетельствующий о неспособности рынка справиться с ситуацией и восстановить равновесие, раздается в том случае, если неравновесие на рынке возникает при равенстве коэффициентов эластичности спроса и предложения по цене.

Но еще хуже, когда на рынке эластичность предложения по цене выше эластичности спроса по абсолютной величине. Тогда амплитуда колебаний рыночной цены вокруг цены равновесия нарастает, как на виртуальных американских горках. Представьте себе, уважаемый читатель, дорогу, на которой глубина ям становится все больше и больше. И если водитель автомобиля упрям, то в скором времени от транспортного средства могут остаться металлические рожки да ножки. Так и в рыночной экономике. В некоторых случаях вмешательство государства просто неизбежно, так как в противном случае может развиться экономический кризис.

Таким образом, *согласно закону взаимодействия спроса и предложения*, при превышении спроса над предложением цены на товар растут, а в обратной ситуации — уменьшаются. Этот закон — своеобразный экономический барометр, показывающий равновесие или неравновесие на рынке. Его еще называют *законом изменения цен*. Вместе с тем он не отвечает на вопрос, почему вообще и на какой основе происходит обмен товаров? Ответ на него вы найдете в следующем параграфе.

## 4.4. ЗАКОН ОБМЕНА ЭКВИВАЛЕНТОВ И ЕГО ФУНКЦИИ

Для того чтобы понять суть механизма функционирования рыночной экономики, надо иметь полное представление о конкуренции, спросе и предложении и их законах. Но и этого знания недостаточно. Остается неясным, что же лежит в основе обмена товара на другие товары, либо на определенное количество денег. Ответ на поставленный вопрос и дают законы обмена эквивалентов (закон стоимости) и денежного обращения.

#### 4.4.1. Закон обмена эквивалентов (закон стоимости) и его роль в рыночной экономике

Мы с вами уже знаем, что в основе рыночной экономики лежит обмен результатами производства. Но почему одни товары обмениваются на другие или же на определенное количество денег? С одной стороны, они, очевидно, должны отличаться друг от друга по потребительной стоимости. В противном случае сам обмен превращается в бессмыслицу. В самом деле, вряд ли человек в здравом уме будет обменивать, например, 1 кг сахара на точно такой 1 кг сахара. Из этого простого рассуждения вытекает вывод о том, что необходимым условием обмена товаров является их отличие по потребительной стоимости (полезности).

Но, с другой стороны, не удастся обменять, и, допустим, лопату на телевизор, хотя, понятно, каждый из этих товаров обладает определенной потребительной стоимостью. Обмен между этими товарами не может состояться по той причине, что они не равноценны по стоимости.

Таким образом, в основе обмена товаров на рынке лежат, по меньшей мере, два условия: 1) товары должны отличаться по потребительной стоимости; 2) быть равноценны по стоимости.

Классическим примером такого рода обмена являются бартерные сделки. Они не исчезли и в наши дни. В начале 90-х годов прошедшего века в России накануне экономических реформ, да и в Беларуси тоже, дефицит товаров стал настолько острым, что покупательная способность денег резко уменьшилась — торговля в основном шла бартерным способом. И тут же, как по мановению волшебной палочки, появились товары-эквиваленты (бензин, цемент, мясо), на которые можно было выменять все, что нужно. Один автомобиль КАМАЗ, например, обменивался на 1150 т цемента или 485 куб. м древесины, или 270 т бензина, или 20 т мяса, или 305 тыс. штук красного кирпича.

Обмен эквивалентов — это не только бартерные операции, но и обмен товара на деньги, и наоборот. Обмен можно выразить несколькими формулами. Бартерную сделку характеризует формула  $T_1 = T_2$ , покупку товара за деньги —  $D = T$ , продажу товара —  $T = D$ . Кроме того, можно также деньги одного государства обменять на деньги другого государства.

Итак, *сущность закона обмена эквивалентов состоит в том, что товары обмениваются на другие товары или на определённое количество денег тогда, когда они являются эквивалентами по стоимости, но отличаются по потребительной стоимости.*

Американские социальные психологи Р. Хьюсман и Д. Хэтфилд пришли к выводу о том, что закон обмена эквивалентов действует не



только в экономике, но и в межличностных отношениях вообще. Они определили его как закон *равенства вклада и отдачи*. «Золотое» правило отношений между людьми состоит в том, чтобы «делать для других то, что ты бы хотел, чтобы другие делали для тебя». Неэквивалентность вклада и отдачи приводят к двум противоположным последствиям: переоценка вклада вызывает чувство вины, а недооценка заставляет людей испытывать обиду. Хорошему менеджеру без этого правила не обойтись. А разве не об этом писал А. Смит в XVIII веке: «Дай мне то, что хочу я, и ты получишь, что хочешь ты»?

#### 4.4.2. Функции закона обмена эквивалентов

Закон обмена эквивалентов в рыночной экономике выполняет определенные функции, которые и дают право называть его основным законом рыночной экономики.

*Во-первых*, действие закона обмена эквивалентов *дифференцирует товаропроизводителей по стоимости продукции*. Проиллюстрируем эту и последующие функции названного закона следующим примером. Предположим, что в обувной отрасли три предприятия, и все они производят совершенно одинаковую мужскую обувь, а некоторые результаты их хозяйственной деятельности представлены в табл. 4.4.

О чем говорят данные таблицы? Они свидетельствуют о существенной дифференциации предприятий по стоимости одной пары обуви. При этом лучшим является первое предприятие, а худшим — третье. Причины дифференциации могут быть разные. Предприятия отличаются по оборудованию, по квалификации работников и другим параметрам. Первое предприятие, естественно, получает и наибольшую прибыль, второе — только среднюю прибыль, а третье несет убытки от реализации каждой пары обуви в размере 40 тыс. руб.

**Табл. 4.4. Стоимость и цена пары обуви на предприятиях отрасли; в тыс. руб.**

Предприятие	Стоимость одной пары	Рыночная цена одной пары	Прибыль с одной пары обуви
1	160	200	+ 80
2	200		+ 40
3	240		— 40

*Во-вторых*, этот закон *стимулирует предприятия к снижению стоимости* единицы продукции, так как в этом случае возрастет разница между рыночной ценой и стоимостью продукции, а, следовательно, больше будет и прибыль с единицы реализованной продукции.

*В-третьих*, в условиях свободной конкуренции действие закона обмена эквивалентов приводит к *монополизации производства* в отрасли. Почему так происходит, тоже понятно. Обратимся еще раз к данным приведенной таблицы и немного пофантазируем. В следующем году, скорее всего, первое предприятие «съест» третье предприятие и захватит его рынок. Через год конкурировать уже будут первое и второе предприятия и, при прочих равных условиях, разумеется, первое будет первым и на экономическом финише.

Таким образом, свободно развивающаяся рыночная экономика со временем способна уничтожить сама себя. Фантазии? Нет. В конце XIX века капитализм уже был монополистическим. Каков же выход? Государство должно создавать условия для здоровой конкуренции между товаропроизводителями. Необходимость же вмешательства государства в процесс развития рыночной экономики свидетельствует о границах эффективности экономики, основанной на рыночных отношениях.

*В-четвертых*, закон обмена эквивалентов также *лежит в основе цен на товары и является регулятором производства*. Снижение цены на товар предполагает уменьшение его стоимости, а для этого, в свою очередь, необходимо повышать производительность труда. Ясно также и то, что в условиях рыночной экономики капитал, прежде всего, устремляется в те отрасли, где есть возможность получить наибольшую прибыль. К. Маркс в «Капитале» приводит высказывание одного из журналистов XIX века: *«Капитал боится отсутствия прибыли или слишком маленькой прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10 процентов, и капитал согласен на всякое применение, при 20 процентах он становится оживленным, при 50 процентах положительно готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает все человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы»*. Но если в отрасль вкладывается больше капитала, то, следовательно, больше производится и продукции, и наоборот. Таким образом, объем производства в рыночной экономике либо увеличивается, либо уменьшается.

Частным случаев закона обмена эквивалентов является закон денежного обращения.

## **4.5. ЗАКОН ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ИНФЛЯЦИЯ**

### **4.5.1. Закон денежного обращения и его формулы**

Действие закона денежного обращения осознается многими людьми, даже если они и не изучали экономическую теорию. Совер-

шенно очевидным является то обстоятельство, что выпуск денег в обращение наталкивается на определенные границы, которые зависят, в свою очередь, от количества товаров и услуг и их стоимости. Иначе говоря, *суть закона денежного обращения состоит в том, что количество денег должно соответствовать объему товаров и услуг в обращении.*

Роль денег в рыночной экономике, конечно, нельзя недооценивать, но вредна и другая крайность — переоценка их значимости. По мнению некоторых экономистов-монетаристов, «только деньги имеют значение». Но тогда возникает вопрос: «Хвост (деньги) должен вертеть собакой (товаром), или собака — хвостом»? Вопрос риторический. Плохо, понятно, когда денег в обращении не хватает, так как возрастает удельный вес бартерных операций и замедляется экономический кругооборот вообще. Однако гораздо хуже противоположная ситуация — избыток денег в обращении. Как же найти золотую середину и рассчитать нужное для обращения товаров количество денег? Экономисты-теоретики предлагают использовать вытекающие из закона денежного обращения различные формулы. В самом общем виде одна из них нами уже приводилась:  $D = T$ , где  $T$  — стоимость всех товаров в обращении;  $D$  — количество денег; необходимое для обращения товаров.

Американский экономист *Ирвинг Фишер* (1867—1947) в 1911 году вывел следующее уравнение обмена:

$$M \cdot V = P \cdot Q, \quad (4.3)$$

где  $M$  — количество наличных денег в обращении;  $V$  — скорость обращения денег;  $P$  — средний уровень товарных цен;  $Q$  — количество проданных товаров.

Перепишем теперь это уравнение в следующем виде:

$$M = (P \cdot Q) / V. \quad (4.4)$$

В результате такой операции мы получили формулу, которая описывает закон денежного обращения более конкретно. *Согласно этому закону, количество денег в обращении прямо пропорционально уровню товарных цен и количеству проданных товаров и обратно пропорционально скорости обращения денег.*

В учебниках по экономической теории, как правило, эта формула и приводится и, казалось бы, приоритет И. Фишера в этом теоретическом разделе налицо. Но не все так просто. Дело в том, что К. Маркс в первом томе «Капитала» еще в 1867 году предложил формулу закона денежного обращения. В символике И. Фишера ее можно записать следующим образом:

$$M = (P \cdot Q - Kp - Vn + Pl) / V, \quad (4.5)$$

где  $K_p$  — сумма цен товаров, проданных в кредит;  $B_p$  — сумма взаимопогашающихся платежей;  $Пл$  — сумма цен товаров, по которым наступил срок платежей.

Нетрудно заметить, что «знаменитое» уравнение обмена И. Фишера является частным случаем формулы К. Маркса, раскрывающей суть закона денежного обращения более глубоко.

Какое практическое значение имеют формулы закона денежного обращения? Во-первых, они показывают, что именно количество денег зависит от количества товаров и услуг в обращении, а не наоборот. А во-вторых, они позволяют ответить на вопрос: «Какое количество денег необходимо для полноценного функционирования обращения?».

Нарушение требований закона денежного обращения в проведении денежно-кредитной политике может привести к инфляции.

#### **4.5.2. Инфляция и ее социально-экономические последствия**

Слово инфляция произошло от латинского *inflatio* — вздутие. Она возникает тогда, когда объем бумажных денег в обороте превышает потребности товарного обращения, т.е. нарушается требование закона денежного обращения. *Инфляция* — это снижение покупательной способности денег, вызванное избытком денег в обращении, и проявляющееся в росте цен на товары и услуги.

Инфляция — явление сложное и поэтому существует несколько классификаций ее видов. В экономической теории для выделения классификации видов инфляции используются различные критерии оценки.

**По характеру протекания** выделяют открытую и подавленную инфляции. *Открытая инфляция* проявляется в росте цен на товары вследствие падения покупательной способности денежной единицы. Этот вид инфляции искажает, но не нарушает механизм рыночной экономики. Рынок сам борется с инфляцией. *Подавленная инфляция* возникает тогда, когда правительство борется с ней неэкономическими методами, административными, например. Они могут сводиться, предположим, к замораживанию цен и доходов. Последствия такой политики общеизвестны: возникает дефицит товаров, снижается их качество, «вымывается» дешевый ассортимент, растут цены на теневом рынке. Примером такой ситуации может быть экономика СССР конца 80-х годов XX века.

**По темпам роста цен** различают умеренную («ползучую») инфляцию, галопирующую и гиперинфляции. Инфляция считается *умеренной*, если рост цен в стране достигает 10 % в год. Такая инфляция экономике не страшна, деньги в ней продолжают выполнять свои функции. При *галопирующей инфляции* цены в росте могут достигать

до 200 % в год, ее результатом является ускоренный перевод денег в товары, или «бегство от денег».

Наибольший вред экономике приносит *гиперинфляция*, когда рост цен в год превышает 200 %. При такой инфляции деньги перестают выполнять свои функции. Для экономики становятся характерными бартер, разрушение сложившихся связей и натурализация производства. В качестве примера гиперинфляции обычно приводят Германию 20-х годов XX века, где пачки банкнот по 1000 марок служили игрушками для детей, а одно яйцо стоило около миллиона марок. В Боливии в 1985 году цены возросли в 80 раз, но вряд ли стоит ходить за примерами так далеко. В Беларуси за один 1994 год цены увеличились в 23,2 раза, и только в 2005 году инфляция стала умеренной (8%). Минимума рост цен в нашей стране достиг в 2006 году (6,6%), однако в 2011 году цены выросли уже на 108,7 %, что, главным образом, объясняется резким увеличением цен на импортируемые из России энергоносители. В 2012 году уровень цен вырос на 21,8%.

**По критерию ожидаемости** инфляция бывает ожидаемой и неожиданной. *Ожидаемая инфляция* может прогнозироваться заранее, поэтому у продавцов и покупателей есть время встретить ее во всеоружии, скорректировать свое поведение и уменьшить возможные последствия. При *неожиданной инфляции* потери более значительные. Такая инфляция ведет к существенному перераспределению доходов населения, например, в начале 90-х годов XX века обесценились вклады на всем постсоветском пространстве. Инфляция может быть неожиданной не только для простых обывателей... По прогнозу главы правительства России в 1992 году цены в стране должны были увеличиться в 3—4 раза, а на самом деле реальная экономика опрокинула предположение внука известного писателя Е. Гайдара, и цены выросли в 26 раз.

**Происхождение инфляции** объясняют по-разному. И в каждом рассуждении есть свое рациональное зерно. Главная причина очевидна: денег в обращении находится больше, нежели требуется по закону денежного обращения. Разница между фактическим количеством денег в обращении и необходимым по закону денежного обращения называется *инфляционной денежной массой*. Избыток денег в обращении приводит к превышению спроса над предложением, что, в свою очередь, уже согласно закону взаимодействия спроса и предложения, вызовет рост цен.

Причины появления инфляционной денежной массы разнообразны. Это может быть увеличение заработной платы, превышающее прирост производительности труда. В качестве второй причины можно назвать рост прибыли фирм не за счет снижения издер-

жек производства, а из-за повышения цен. В-третьих, это могут быть безвозвратные кредиты различным субъектам хозяйствования. В-четвертых, укажем на пресс налогов, многие из которых увеличивают затраты на производство и реализацию продукции и т.д.

Каковы **социально-экономические последствия инфляции?**

Во-первых, обесцениваются личные сбережения граждан.

Во-вторых, снижаются реальные доходы населения и его благосостояние в целом. При этом наиболее уязвимыми оказываются работники с фиксированными доходами, например, ученые, учителя, врачи. Страдают также люди пенсионного возраста, студенты.

В-третьих, при инфляции становится невыгодно копить и давать в долг, вследствие чего замедляется приток капитала в производство, морально и физически стареют средства труда, тормозится научно-технический прогресс.

Галопирующая инфляция и гиперинфляция, в конечном счете, разрушают экономику, вызывают рост безработицы и обнищание народа. Кроме того, инфляция — питательная среда коррупции; расстраивает финансовую систему государства; расширяется сфера натурального обмена и т.п.

Плохо от инфляции не всем. Недаром говорят: если кто-то теряет, то кто-то находит. В период инфляции выгодно занимать деньги, поскольку инфляция сама съедает часть долга. Выигрывают и те, кто вкладывает деньги в недвижимость, драгоценности.

#### **4.6. РЫНОК В ЭКОНОМИКЕ: ФУНКЦИИ, ДОСТОИНСТВА, НЕДОСТАТКИ**

До сих пор речь шла, главным образом, о рыночной экономике в ее чистом виде, где регулирующее воздействие законов рынка реализуется наиболее полно, что возможно в условиях совершенной конкуренции. Однако уже в экономике с несовершенной конкуренцией их действие начинает деформироваться. Примем во внимание и то обстоятельство, что в современной экономике всевозрастающую роль играет социальный фактор. В Конституции Республики Беларусь, например, сказано о том, что «Республика Беларусь — унитарное демократическое социальное правовое государство». Поэтому важно выявить основные функции рынка, вытекающие из сущности его законов, и увидеть границы эффективности рыночного саморегулирования.

##### **4.6.1. Функции рынка**

Важнейшей функцией рынка является **соединение производства и потребления** и обеспечение непрерывности общественного производства. Рынок непосредственно объединяет обо-

собленных производителей и потребителей. Через рынки от производителей к потребителям движутся огромные потоки различных товаров и услуг, а от потребителей к производителям направляются денежные средства, необходимые для продолжения процесса производства.

Рынок непосредственно **регулирует объемы производства продукции** в соответствии с соотношением между спросом и предложением: если спрос выше предложения, то объем производства растет, при обратной ситуации он снижается.

Рынок обладает также **ценообразующей функцией**, так как именно на рынке покупатели договариваются с продавцами относительно цен на приобретаемую продукцию.

Выше, в связи с действием закона обмена эквивалентов, уже были рассмотрены такие функции рынка, как **дифференциация товаропроизводителей по стоимости продукции, стимулирование снижения стоимости единицы продукции и монополизация производства**.

Выделим **информационную** функцию рынка. Рынок информирует производителей о потребностях покупателей, выполняя общественную оценку произведенной продукции. *С одной стороны*, реализация продукции превращает ее в товар и свидетельствует о том, что потребности покупателя удовлетворены. *С другой* — реализация товара по цене, возмещающей полную стоимость продукции, означает также, что покупатель признал необходимость возмещения затрат на производство и реализацию продукции. Если же продукция оказалась не проданной, то она не превратилась в товар. В этом случае производитель должен либо сократить объем производства продукции, либо ликвидировать его вообще. Цены на рынке как раз и служат той информацией, которая необходима и потребителям для принятия решения о способах удовлетворения своих потребностей. При высоких ценах на модную одежду, например, для потребителя может оказаться более выгодным ее пошив в ателье.

Рынок выполняет и **социальную функцию**, то есть расслаивает общество на классы по имущественному положению. Профессор Северо-Западного университета США Филип Котлер, известный специалист по маркетингу, дает такое определение класса: «Общественные классы — сравнительно стабильные группы в рамках общества, располагающиеся в иерархическом порядке и характеризующиеся наличием у их членов схожих ценностных представлений, интересов и поведения». В США, по его мнению, существуют шесть общественных классов.

В *высший высший* класс (менее 1 % населения) входит элита общества, живущая на наследуемое богатство. *Низший высший* класс

(около 2 %) составляют лица свободных профессий или бизнесмены, получающие высокие доходы в силу своих исключительных способностей.

*Высший средний* класс (12 %) образуют делающие карьеру лица свободных профессий, управляющие, бизнесмены. Они проявляют заботу об образовании, духовной жизни, культуре и гражданских делах. Костяк *нижнего среднего* класса (30 %) составляют служащие, мелкие предприниматели, средний инженерно-технический состав предприятий.

*Высший низший* класс (35 %) состоит из мелких служащих, квалифицированных и полуквалифицированных рабочих. И, наконец, на дне американского общества находится *низший низший* класс (20 %), который образуют неквалифицированные рабочие, лица живущие на пособия.

У экономики, направляющей силой которой является рынок, есть несомненные достоинства, которые нельзя не учитывать в экономической политике государства.

#### **4.6.2. Достоинства рыночной экономики**

У рыночной экономики много достоинств. Среди них:

1. *Способность эффективно распределять ограниченные ресурсы.* Они направляются в первую очередь на производство той продукции, которая способна превратиться в товар, полезна покупателю.

2. *Ориентация на минимум затрат ресурсов на производство и реализацию продукции.* Рынок заставляет покупателя и продавца рационально использовать каждую денежную единицу.

3. *Высокая адаптивность к изменяющимся условиям.* В 70-е годы прошлого века, например, резко повысились цены на энергоносители, тогда в странах с современными рыночными отношениями были разработаны альтернативные источники энергии, внедрены ресурсосберегающие технологии, введены режимы жесткой экономии энергоносителей. В результате чего была ослаблена зависимость от стран-экспортеров энергоресурсов. В наши дни наблюдается похожая ситуация.

4. *Оптимальное использование достижений НТП* в экономической деятельности. Товаропроизводители, стремясь получить максимум прибыли, повышают эффективность производства, идут на риск, разрабатывают новые товары, вводят новейшие технологии, что позволяет им иметь временные преимущества перед конкурентами.

5. *Нацеленность товаропроизводителей на удовлетворение разнообразных платежеспособных потребностей населения.* Фирмы, стараясь оставаться конкурентоспособными, стремятся расширить ассортимент товаров, повышать их качество и т.д.



6. *Успешное функционирование при наличии ограниченной информации.* Во многих случаях субъекту рыночных отношений достаточно иметь данные о цене и затратах ресурсов на производство и реализацию продукции. Фермеру, например, производящему молоко, совсем не обязательно знать, сколько молока потребляют дети, сколько другие фермеры выращивают коров молочной породы, сколько денег покупатели тратят на молоко. Ему достаточно информации о ценах на молоко и корма, о затратах на различные породы скота, электроэнергию, рабочую силу.

7. *Свобода выбора для покупателей и продавцов.* Они во многом независимы в принятии решений, заключении сделок и т.д. Тем самым рынок обеспечивает условия для развития экономической демократии.

Вместе с тем, как об этом свидетельствует история экономики, реформаторы часто не учитывают оборотной стороны медали рыночной экономики.

#### **4.6.3. Границы рыночной экономики**

Рыночная экономика наделена не только достоинствами, но и существенными недостатками. Она:

1) *не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов.* Предпринимателю, как носителю рыночных отношений, в принципе неважно, насколько лет у человечества осталось газа, нефти, угля, — главное прибыль;

2) *не решает проблем окружающей среды.* Предприниматель, к примеру, добровольно не станет тратить деньги на создание дорогостоящих экологически чистых производств, поскольку снизится конкурентоспособность его продукции из-за возросших затрат. И только сила государства способна вынудить его сделать это;

3) *не регулирует использование ресурсов, принадлежащих всему человечеству,* например, рыбных богатств морей и океанов;

4) *не ограничивает производство товаров, вредных для здоровья людей,* снижающих продолжительность их жизни. При этом речь идет не только о наркотиках, оружии, сигаретах, алкогольных напитках. Некоторые компании развитых стран для хранения продовольствия используют консерванты, отрицательно влияющие на здоровье людей;

5) *не создает стимулов для производства товаров и услуг совместного пользования,* например, дорог, дамб, портов, общественного транспорта;

6) *не гарантирует права человека на такие социально важные блага,* как на труд и справедливое вознаграждение, отдых и досуг, об-

разование и медицинские услуги, защиту от безработицы. Рыночная экономика воспроизводит социальное и имущественное неравенство;

7) *не обеспечивает фундаментальных научных исследований.* Почему? Все дело в том, что перспектива использования их результатов становится ясна не сразу и не дает немедленной отдачи.

Кому-то, возможно, покажется, что краски относительно рыночной экономики несколько сгущены, поэтому предоставлю слово авторам популярного на Западе пособия по экономике Роберту Хайлбронеру и Лестеру Тароу: «Она (рыночная система — В.Я.) эффективна и динамична, но совершенно лишена моральных ценностей. Она не признает иных прав на получение товаров и услуг, кроме прав богатства и дохода. Те, кто обладает богатством или доходом, имеют право на получение товаров и услуг, производимых экономикой; те, кто не имеют дохода, не получают ничего... Если твердо придерживаться рыночной системы распределения, мы бы должны были спокойно наблюдать, как вокруг нас люди мрут с голоду».

Итак, не стоит смотреть на рыночную экономику сквозь розовые очки: она обладает и плюсами, и минусами. И правительство, проводя определенную экономическую политику, должно учитывать как лицевую, так и оборотную стороны рыночной медали.

#### **4.6.4. Современная экономика: рыночная или нерыночная?**

Часто современную экономику считают только рыночной, но это не совсем так. Двухзначная логика не дает правильного ответа на этот вопрос.

Рынок экономически эффективен, когда речь идет о *производстве товаров индивидуального потребления*. К ним, например, относятся продукты, одежда, обувь. Достаточно эффективно и рыночное *производство товаров смешанного потребления*, например, холодильников, телевизоров.

Вместе с тем эффективность рынка падает, когда речь заходит о товарах *совместного потребления*. К ним относятся, в частности, услуги учреждений образования и здравоохранения, общественного пассажирского транспорта. Городской пассажирский автобусный и электрический транспорт, как правило, дотируется за счет местных бюджетов. Это означает, что рыночным он является уже не полностью. Другое дело легковой пассажирский транспорт, который вполне может быть эффективным и в условиях рынка.

Если же полностью на рыночные отношения перевести такие отрасли народного хозяйства, как образование и здравоохранение, то на практике это будет означать, что получение их услуг будет поставлено в зависимость от толщины кошелька покупателя, а не от необходимости в них. Сколько детей в таком случае не смогут получить об-

разование, остается только догадываться. Между тем один из основателей всемирно известной фирмы «Сони» Ибука, фанатик образования, в книге «Детский сад — это слишком поздно» подчеркивает, что образование должно начинаться с рождения и не заканчиваться до самой смерти. Доступными, очевидно, должны быть и услуги медицины, если возникает угроза здоровью человека. Сказанное вовсе не означает, что рыночный сектор не имеет право на существование в сфере образования и медицинского обслуживания. Наоборот: он должен развиваться достаточно быстро, поскольку тогда в этих отраслях народного хозяйства появится конкуренция и возникнет дополнительный источник их финансирования. Однако в любом случае должен быть реализован принцип доступности этих жизненно важных для населения услуг, если в них возникает необходимость.

И, наконец, в реальной действительности производятся также *общественные блага и услуги*. Они неделимы по своей природе, то есть в принципе не могут быть реализованы индивидуальным покупателям. Как, например, продать свет фонарей на освещенных улицах населенных пунктов, услуги, производимые для водного транспорта маяком, министерством обороны отдельному жителю государства?

В итоге же, на основе сказанного, можно сделать следующий вывод: современная экономика состоит из рыночного и нерыночного секторов, и задача каждого правительства состоит в том, чтобы найти оптимальное отношение между ними.

## ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

*Спрос. Величина спроса. Закон спроса. Эластичность спроса. Предложение. Величина предложения. Закон предложения. Эластичность предложения. Закон взаимодействия спроса и предложения. Закон обмена эквивалентов (стоимости). Закон денежного обращения. Уравнение обмена. Формула К. Маркса. Инфляция. Подавленная и открытая инфляции. Умеренная и галопирующая инфляции. Гиперинфляция. Рыночный и нерыночный сектора.*

## ПРОВЕРИМ СЕБЯ

### ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Чем отличаются спрос и величина спроса?
2. Какие неценовые факторы сдвига линии спроса вы знаете?
3. Какие факторы сдвига линии предложения вы знаете?
4. Что такое инфляционная денежная масса?
5. Какие категории населения страдают от инфляции больше других?
6. Чем отличаются рыночный и нерыночный сектора экономики?

## ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Если повысится цена на свинину, то кривая спроса на говядину:  
а) сдвинется влево; б) сдвинется вправо; в) ее положение не изменится.
2. Если вырастут цены на бензин, то линия спроса на микролитражные автомобили сдвинется: а) влево; б) вправо; в) ее положение не изменится.
3. Если увеличатся доходы населения, то кривая спроса на хлеб: а) сдвинется влево; б) сдвинется вправо; в) ее положение не изменится.
4. Рост цен на удобрения сдвинет линию предложения пшеницы: а) влево; б) вправо; в) сдвиг не произойдет
5. Если цена на товар возрастет на 10 %, а предложение — на 5 %, то предложение на товар по цене: а) эластично; б) неэластично; в) совершенно эластично.
6. Если инфляция за год была 50 %, то это была инфляция: а) умеренная; б) галопирующая; в) гиперинфляция.

## РЕШИМ ЗАДАЧИ

1. Допустим, что цена спроса на 1 кг картофеля (в руб.) на микрорынке описывается уравнением  $P_D = 3000 - 50(Q_D - 1)$ , а цена предложения —  $P_S = 1000 + 150(Q_S - 1)$ .

Определите выручку от реализации картофеля, если он продается по цене равновесия.

2. Предположим, что в течение года стране было произведено и реализовано товаров и услуг на 100 трлн. руб., 75% из них было продано по безналичному расчету, а 20 % — в кредит. Платежи за предыдущие годы оцениваются в 3 трлн. ден. ед. Скорость обращения денежной единицы в год равна 4. В обращении находится наличных денег на 4 трлн. руб.

Определите величину инфляционной денежной массы в стране.

3. Количество денег за год в стране увеличилось на 50 %, цены выросли — на 25 %, а скорость обращения денег осталась неизменной.

На сколько процентов вырос реальный объем производства товаров и услуг в стране?

## ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

### КАК ПРОДАВАТЬ ОЧКИ

Владелец оптического магазинчика учит своего сына, как выжимать деньги из покупателей:

— Сынок, после того как ты подберешь покупателю очки и он спросит, сколько они стоят, ответь: «Десять долларов». Затем подожди немного и смотри. Если он не вздрогнет, говори: «Это за оправу. Стекла стоят еще десять долларов». Выжди еще, но поменьше, и если покупатель опять не вздрогнет, добавь: «За каждое».

## ТЕМА 5 ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

### В ЭТОЙ ТЕМЕ:

- говорится о домашнем хозяйстве, его функциях и структуре;
- дается представление о семейном и минимальном потребительском бюджетах, как показателях домашнего хозяйства;
- описываются модель и правила рационального поведения потребителя на рынках однородных товаров;
- раскрывается сущность поведения потребителя на рынках товаров-заменителей и разнородных товаров.

### 5.1. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО, ЕГО ФУНКЦИИ И СТРУКТУРА

Под домашним хозяйством впредь будем подразумевать хозяйство, которое ведет семья или отдельный индивид. В рыночной экономике, как об этом наглядно свидетельствует рис. 5.1, оно играет первостепенную роль.

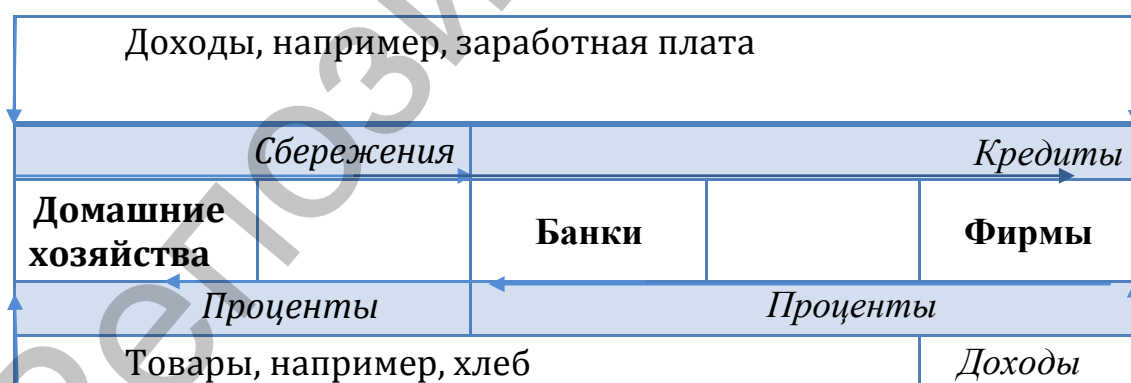


Рис. 5.1. Кругооборот домашних хозяйств с фирмами и банками

Кроме того, именно домашние хозяйства «замыкают» кругооборот в рыночной экономике. Он, напомним, состоит из четырех стадий: производства (П), распределения (Р), обмена (О) и потребления (С) продукции.

Семья, по сути, является конечным потребителем продукции, производимой различными фирмами. И при этом неважно, о какой экономике идет речь: рыночной или нет. Человек поэтому и организует производство продукции, затем распределяет ее, обменивает, чтобы, в конце концов, ее потребить и тем самым удовлетворить свои потребности.

Нередко такие понятия, как «домашнее хозяйство» и «семейное хозяйство» отождествляют. В действительности это не совсем так. Понятие «домашнее хозяйство» по своему объему более широкое, нежели «семейное хозяйство». Дело в том, что вести хозяйство может как семья, так и отдельный человек.

В рыночной экономике каждый человек должен стараться вести себя рационально, поэтому можно дать и более широкое определение *домашнего хозяйства*. Это элементарная экономическая ячейка общества в составе одного человека или нескольких членов семьи, собственников ресурсов производства, стремящихся максимизировать удовлетворение потребностей.

Какие функции выполняют домашние хозяйства в современной экономике?

### 5.1.1. Основные функции домашнего хозяйства

*Главная функция* домашнего хозяйства, естественно, **репродуктивная**. Ее еще называют функцией деторождения и воспроизводства населения. В Беларуси, к примеру, в первом квартале 2013 года насчитывалось около 9 млн. 461 тыс. человек.

*Вторая функция* состоит в том, что именно в семье, главным образом, **воспроизводится важнейший экономический ресурс** — *рабочая сила*, или физические и интеллектуальные способности человека к производительной деятельности. В первом квартале 2013 г. у нас в стране численность занятых в экономике составляло 4,540 млн. человек. Кроме того, в распоряжении или во владении некоторых семей находятся и средства производства.

На рынках ресурсов домашние хозяйства продают ресурсы, которыми располагают, и получают за это соответствующие доходы: наемные работники — заработную плату; предприниматели — прибыль; владельцы земли, если они сдают ее в аренду, — арендную плату, собственники средств производства — процент.

Фирмы, в свою очередь, выступают на рынках ресурсов в качестве покупателей. При этом обратим внимание на то обстоятельство, что доходы домашних хозяйств в то же время являются расходами фирм. Это значит, что в рыночной экономике действует **закон равенства доходов и расходов**. Вам непонятно, о чем идет речь? Тогда приведем такой пример. Предположим, что в магазине вы купили

продукции на 20 тыс. руб. Для вас эта сумма денег означает величину потребительских расходов, а магазин же получил, благодаря вашей покупке, 20 тыс. руб. дохода.

*Третья функция* домашних хозяйств заключается в том, что для фирм они являются еще **источником денежных средств** (рис. 5.1). Как это происходит?

Полученные от продажи ресурсов доходы домашние хозяйства могут использовать двояким способом. Большая их часть, естественно, предназначена для приобретения потребительских товаров, она составляет так называемые потребительские расходы (С). Оставшаяся часть доходов и образует сбережения (S). Располагаемый доход (РД), говоря другими словами, подразделяется на потребительские расходы и сбережения:

$$РД = С + S. \quad (5.1)$$

Люди сберегают деньги по-разному. Некоторые граждане хранят их дома. Однако пользы от такого сбережения денег нет ни себе, ни другим людям. Гораздо лучше положить деньги на вклад в коммерческий банк. Выгода в этом случае будет двойная. Во-первых, сам вкладчик получит доход в виде процента. А во-вторых, коммерческий банк сможет превратить сбережения граждан в кредитные ресурсы для фирм. Деньги, используемые для получения дохода, превращаются в капитал. В связи с этим *завяжем еще один узелок на память*: деньги, лежащие мертвым грузом, — не капитал, так как не приносят дохода.

*Четвертая функция* домашних хозяйств заключена в том, что **они покупают потребительские товары и, следовательно, являются потребителем № 1.**

### 5.1.2. Структура домашних хозяйств

Структура домашних хозяйств состоит, как минимум, из трех элементов:

- *Потребления продукции*, приобретенной на рынке, например, одежды.
- *Производства предметов потребления* из продукции, купленной на рынке, например, из муки, фарша и т.п. можно изготовить пельмени.
- *Производства предметов потребления* из продукции домашних хозяйств. В землепользовании домашних хозяйств в Беларуси находится 1,3 млн. га земли, или 15% от всех пахотных земельных угодий. В стране насчитывается 1 млн. 265 тыс. личных подсобных хозяйств. В них задействована почти половина взрослого населения. В подсобных хозяйствах производят 32% молока, 26% мяса, почти 90% картофеля, 80% овощей, ягод и фруктов.

Далее выясним такие показатели домашних хозяйств, как семейный и минимальный потребительский бюджеты и прожиточный минимум.

## 5.2. СЕМЕЙНЫЙ И МИНИМАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ БЮДЖЕТЫ. ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ

Важнейшим показателем эффективности домашнего хозяйства является *семейный бюджет*, или баланс доходов и расходов семьи. Это своеобразный финансовый семейный «бассейн» с двумя трубами (рис. 5.2). В одну из них он наливается, заполняется доходами, а через вторую выливается, поскольку доходы превращаются в расходы на приобретение потребительских товаров.



Рис. 5.2. Модель финансового «бассейна» семьи

Семейный бюджет дает достаточно полное представление об эффективности ведения домашнего хозяйства. Различают три его вида: сбалансированный, дефицитный и избыточный (профицитный). В первом случае расходы равны доходам. Во втором — расходы превышают доходы, если, например, семья купила квартиру и «залезла» в долги. Профицитным же считается такой бюджет, когда доходы превышают расходы. Этот случай является наиболее благоприятным для граждан, так как появляется возможность сберегать часть доходов и превращать их в кредитные ресурсы банков. В таком случае деньги граждан «работают» не только на них самих, но и на фирмы, и на государство.

Под доходами семей будем подразумевать сумму денежных и материальных благ, полученных домашними хозяйствами за определенный период времени, например, за месяц. Доходы могут существо-



вать не только в денежной, но и в натуральной форме, например, в виде овощей.

Более полное представление о структуре доходов и расходов домашних хозяйств дает таблица 5.1.

*Табл. 5.1. Примерная структура месячного семейного бюджета, в %*

Доходы	%	Предполагаемые расходы	%
Заработная плата	50	Налоги и другие обязательные платежи	6
Доходы от предпринимательской деятельности	20	Питание	50
Социальные трансферты, например, пособия	18	Одежда, белье, обувь,	15
От подсобного хозяйства	6	Предметы культурно-бытового и хозяйственного назначения	6
От ценных бумаг, например, дивиденды	0,5	Оплата жилья и коммунальных услуг	5
Проценты на депозиты в коммерческих банках	1	Бытовые услуги, транспорт, связь	5
От недвижимости, например, арендная плата	0,5	Предметы санитарии, гигиены, лекарства	2
Прочие доходы	4	Прочие расходы	11
Итого	100	Итого	100

Основным источником доходов, очевидно, у большинства жителей нашей республики является заработная плата, но в последнее время в Беларуси существенно возросли поступления от предпринимательской деятельности. Это говорит о том, что в обществе быстро формируется слой экономически активного населения, который сам зарабатывает себе на жизнь.

Велика еще в семейном бюджете доля социальных трансфертов, или поступлений из государственного бюджета в виде стипендий, пенсий, пособий. Предоставление льгот наиболее незащищенным категориям граждан — важнейшая составляющая государственной социальной политики. Нуждаются в поддержке со стороны государства в Беларуси ветераны войны и труда, инвалиды, чернобыльцы, многодетные семьи и др. Для большинства из них компенсации расходов на транспорт, лечение, жилищно-коммунальные услуги зачастую не просто помощь, а неперемное условие выживания.

В последние годы заметно возросла роль использования различных объектов собственности граждан для получения доходов, например, от сдачи в аренду жилых помещений, гаражей и т.д.

Вместе с тем пока еще явно небольшой удельный вес доходов населения от ценных бумаг и депозитов в коммерческих банках, что главным образом объясняется недостаточно высоким уровнем развития рынка ценных бумаг.

Другой составной частью семейного бюджета являются расходы. Наибольший удельный вес в них занимают затраты на питание, одежду, белье, обувь, но явно недостаточно денег расходуется на приобретение предметов культурно-бытового и хозяйственного назначения.

**Второй показатель** домашних хозяйств — *минимальный потребительский бюджет (МПБ)*. Он представляет собой расходы семьи на приобретение наборов потребительских товаров и услуг для удовлетворения основных физиологических и социально-культурных потребностей человека.

МПБ разрабатывается для различных социально-демографических групп: в среднем на душу населения и на одного члена семьи различного состава. Он применяется как социальный норматив для прогнозирования изменения уровня жизни населения, усиления социальной поддержки нуждающихся граждан. В Республике Беларусь стандартная величина МПБ рассчитывается один раз в квартал в средних ценах последнего месяца квартала. Структура МПБ, принятая с 1 мая по 31 июля 2013 г., представлена в таблице 5.2. В основе определения МПБ лежит так называемая *потребительская «корзина» (ПК)*. Это научно обоснованный сбалансированный набор товаров и услуг, которые удовлетворяют потребности человека.

**Табл. 5.2. Структура МПБ для семьи из четырех человек в Беларуси с 1 мая по 31 июля 2013 г.; в %**

Питание	Одежда, белье, обувь	Жилищно-коммунальные услуги	Бытовые услуги, транспорт, связь	Предметы санитарии и гигиены, лекарства	Предметы кул.-быт. и хоз. назначения	Взносы и платежи	Кул.-просвет. мероприятия и отдых
53,5	22,6	5,4	5,0	2,2	8,3	1,3	1,7

Ниже приводятся данные по минимальным потребительским бюджетам для различных социально-демографических групп населения, выраженные в денежных величинах (таблица 5.3).

Потребительская «корзина» включает в себя: хлеб и хлебобулочные изделия; картофель, фрукты и овощи; мясо и мясопродукты; молоко и молочные продукты; рыбу и рыбопродукты; яйца; растительные и прочие жиры; сахар и кондитерские изделия; чай; соль и т.д.

«Ну и что, — спросите Вы, — плох он или хорош этот самый МПБ»? Да и вообще, какой должна быть структура расходов семьи?

Оптимум структуры расходов определить не так-то просто, но про его прогрессивные изменения сказать можно. Дело в том, что еще во второй половине XIX в. прусский статистик Эрнст Энгель (1821 — 1896) сформулировал правило, согласно которому *с ростом доходов семьи уменьшается удельный вес расходов на питание, доля расходов на одежду, жилищно-коммунальные услуги практически не меняется, а доля расходов на предметы роскоши увеличивается.*

**Табл. 5.3. Минимальные потребительские бюджеты для социально-демографических групп населения в Беларуси с 1 мая по 31 июля 2013 г.**

№	Минимальные потребительские бюджеты в расчете на месяц для:	В руб.
1	Семьи из четырех человек	1 527 270
2	Трудоспособного населения	1 955 940
3	Студентов	1 505 010
4	Молодой семьи с одним ребенком	1 623 590
5	Пенсионеров	1 519 840

В таблице 5.4 приводятся данные по структуре расходов семьи горожан в некоторых высокоразвитых странах в начале XXI-го века. Попробуем сравнить эти данные со структурой МПБ для различных групп населения Беларуси (таблица 5.2). Легко заметить, что удельный вес расходов на питание в Беларуси в три раза превышает аналогичные расходы в развитых странах. Однако в этих странах выше затраты на транспорт и связь, на содержание жилья.

**Табл. 5.4. Примерная структура расходов семей горожан Швеции, Японии и США, в %**

Страна	Питание	Одежда, обувь	Жилье	Транспорт, связь	Обучение, лечение	Прочие расходы
Швеция	16	7	31	19	3	24
Япония	15	6	24	10	15	30
США	10	6	26	13	18	27

**Третий показатель домашнего хозяйства** рассчитывается на основе МПБ. Это *бюджет прожиточного минимума (БПМ)*. В Беларуси еще в 1998 г. был принят закон «О прожиточном минимуме». Согласно закону *прожиточный минимум* представляет собой минимальный набор материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека и сохранения его здоровья. Он ис-

пользуется для расчета бюджета прожиточного минимума. Это стоимостная величина прожиточного минимума, а также обязательные платежи и взносы. В бюджет прожиточного минимума входят затраты на:

1. продукты питания, одежду, обувь, предметы общесемейного пользования;
2. лекарства, предметы санитарии и гигиены;
3. жилищно-коммунальные, бытовые и транспортные услуги;
4. услуги дошкольных учреждений.

*Бюджет прожиточного минимума*, как социальный норматив, предназначается для:

- анализа и прогнозирования уровня жизни населения;
- оказания государственной социальной помощи малообеспеченным гражданам (семьям);
- обоснования минимальных государственных социально-трудовых гарантий. Так, например, с нанимателями удерживаются суммы по погашению задолженности по выплате заработной платы, соответствующие 1,5 размера бюджета прожиточного минимума;
- отнесения граждан к малоимущим группам населения, находящимся за «чертой бедности».

От минимального уровня потребления следует отличать *физиологический минимум потребления*, необходимый для физического существования человека.

Степень благосостояния семьи и отдельного человека оценивается такими показателями, как уровень и качество жизни.

### **5.3. УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ. «ЛУК» ЛОРЕНЦА**

*Уровень жизни* – это степень обеспеченности населения материальными и духовными благами в соответствии со сложившимися потребностями. Для оценки уровня жизни, как правило, используется совокупность показателей: величина реальных доходов, потребление основных продуктов питания на душу населения, обеспеченность промышленными товарами (обычно в расчете на 100 семей), структура потребления, продолжительность рабочего времени, величина свободного времени и его структура, развитие социальной сферы и др.

Среди названных показателей важнейшим является показатель *реальных доходов населения*. В свою очередь динамика реальных доходов определяется следующими показателями: уровнем заработной платы во всех сферах народного хозяйства, размером доходов от предпринимательской деятельности и личного подсобного хозяйства, величиной выплат из общественных фондов потребления (социальных трансфертов), налоговой политикой государства, уровнем инфляции.

Среди показателей уровня жизни выделяют интегральные показатели. К ним, прежде всего, относят объем потребляемых благ и услуг и распределение населения по уровню доходов.

Различают функциональное (факторное) и вертикальное (персональное) распределение доходов. Функциональным считается распределение доходов по цене рабочей силы, предпринимательским способностям и объектам собственности (землей, недвижимостью, ценными бумагами, суммой денег).

Вертикальное распределение доходов среди семей показывает степень неравенства в обществе. Разница доходов между семьями определяется разными методами. Один из них получил название «лук», или кривой Лоренца. Наглядное представление о нем дает рис. 5.3.

На рис. 5.3 на оси абсцисс нанесено количество семей (в процентах от общего числа), а на оси ординат — доля в доходе общества. Отрезок биссектрисы ОН характеризует абсолютное равенство в распределении доходов, а кривая Лоренца ОВН, напоминающая боевой лук, показывает фактическое отклонение от него. Заштрихованная часть рисунка показывает степень неравенства в распределении дохода общества. Так, например, на 60% семей приходится 20% дохода. Если бы фактическое распределение доходов было бы абсолютно одинаковым, то «лук» Лоренца бы исчез и превратился в биссектрису.

Для характеристики распределения дохода общества между семьями используется коэффициент Джини (Кдж). Он рассчитывается как отношение площади «лука» Лоренца ОВН ( $S_{овн}$ ) к площади треугольника ( $S_{онм}$ ):

$$Кдж = S_{овн} / S_{онм} . \quad (5.2)$$

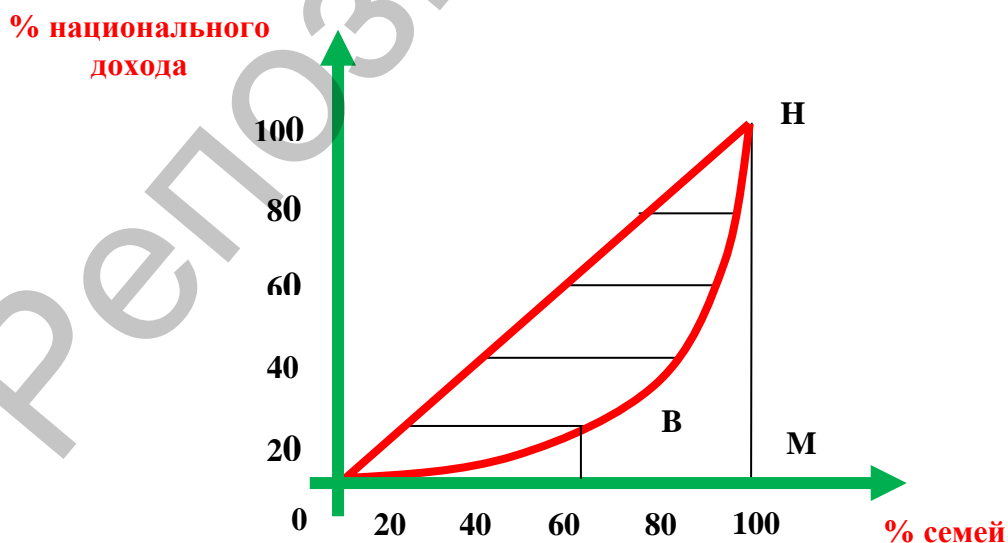


Рис. 5.3. «Лук» Лоренца

Из формулы ясно, что чем больше величина Кдж, тем больше и неравенство в распределении доходов населения в стране.

Для определения дифференциации доходов населения довольно часто используется децильный коэффициент, отношение между средними доходами 10% наиболее высокооплачиваемых граждан и средними доходам 10% наименее обеспеченных.

От уровня жизни следует отличать ее качество. К основным показателям качества жизни относятся: условия и безопасность труда, наличие и использование свободного времени; состояние экологии; здоровье и физическое развитие населения и др. В ООН для оценки качества жизни населения используется такой показатель, как индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП). С его помощью определяется уровень развития страны с учетом, во-первых, ожидаемой продолжительности жизни, во-вторых, уровня образования, и, в-третьих, скорректированного реального дохода на душу населения. По данным доклада ООН за 2013 год, например, в первую десятку по ИРЧП из 187 обследованных стран входили следующие государства: 1. Норвегия; 2. Австралия; 3. США; 4. Нидерланды; 5. Германия; 6. Новая Зеландия; 7. Ирландия; 8. Швеция; 9. Швейцария; 10. Япония. Республики же СНГ, включая, естественно, Беларусь, занимали такие места: 50. Беларусь... 55. Россия ... 69. Казахстан ... 72. Грузия. 78. Украина... 82. Азербайджан... 87. Армения... 102. Туркменистан... 113. Молдова... 114. Узбекистан... 125. Кыргызстан ... 125. Таджикистан. При этом особо отметим, что Беларусь вошла в группу высокоразвитых стран. Здесь же к слову скажем, что в 1990 г. СССР по этому показателю занимал 23-е место, а в 70-е годы СССР по уровню жизни и индексу развития человеческого потенциала входил в первую двадцатку самых развитых стран. Сравните с теми местами, которые занимают республики бывшего СССР в настоящее время.

Уровень жизни отдельного физического лица или семьи в условиях современной экономики зависит главным образом от того, насколько эффективно домашнее хозяйство использует принадлежащие ему ограниченные ресурсы, как делает выбор. Обо всем этом далее и пойдет речь.

#### **5.4. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ ОДНОРОДНОГО ТОВАРА**

Цель рационального покупателя нами уже определена — *максимизация полезности приобретаемого товара, или набора товаров*. Но как ее достичь? Вот в чем главный вопрос и ответить на него не так-то просто. Прежде, чем выяснить суть методики измерения полезности, мы с вами выделим две группы товаров: однородные и разнородные. Первые друг от друга, предполагается, ничем не отличаются, как близнецы-братья, возьмем, к примеру, два совершенно одинаковых яблока. Что же касается вторых, то их, в свою очередь, тоже можно разде-

лить на две группы. Первые могут быть разными, но удовлетворяют одинаковые потребности человека, например, из Минска в Москву можно добраться и поездом, и автобусом, и самолетом. Вторые предназначены для удовлетворения различных потребностей, например, в жилье, в одежде.

Еще в XIX веке известными экономистами Г. Госсеном (1910—1859) и У.С. Джевонсом (1835—1882) были сформулированы правила измерения полезности товаров. Большой вклад в теорию измерения полезности внесли в конце XIX — начале XX вв. представители австрийской школы К. Менгер (1840—1921) и Е. Бем-Баверк (1851—1919). В основу их теории была положена идея, согласно которой ценность товара определяется их полезностью для потребителя. Данный подход принципиально отличается от представлений классической школы, согласно которым стоимость товара определяется затратами труда. В теории же полезности приоритет отдается оценке конечного продукта.

Центральным понятием теории полезности, естественно, является *полезность*. Под ней понимают удовлетворение, которое приносит благо потребителю. Полезность конкретного блага покупатели оценивают по-разному, например, ручка для студента ценнее, нежели для повара в столовой. Кому-то больше нравится молоко, а кому-то — чай. И, тем не менее, можно вывести и общие правила измерения полезности блага. При этом также будем иметь в виду, что полезность однородных и разнородных товаров измеряется разными методами. Начнем с товаров однородных. Как оценить их полезность?

**Для измерения полезности однородных товаров** используется метод, получивший название *количественного, или кардиналистского* (англ. cardinal — количественный). В его основе лежат три правила.

**Согласно первому правилу** по мере потребления однородного блага потребность человека насыщается, достигает максимума и затем уменьшается. Так, допустим, кому-то для полного удовлетворения жажды необходимо выпить апельсиновый сок из трех стаканов.

**По второму правилу** полезность (англ. utility), которую приносит человеку потребление каждой последующей единицы однородного блага, имеет тенденцию к уменьшению. Вот оно, пожалуй, требует уточнения: в самом деле, неужели всегда первая ложка с супом полезнее второй? А если вы еще не распробовали? В этой ситуации, вернее сказать, полезность ложек с супом вначале возрастает, достигает максимума, а затем уменьшается. Другое дело, если в качестве примера берутся сигареты. Ясно, что полезность второй для курильщика меньше, чем первой, но ведь и первая уже вредна для здоровья.

Таким образом, с учетом уточнения **второе правило** можно сформулировать следующим образом: *по мере потребления однородного блага его полезность возрастает до максимума, а затем начинает снижаться*. Завяжем на память очередной узелок.



Суть *третьего правила* в том, что цена партии однородного товара определяется предельной полезностью, или полезностью последней единицы.

Динамику полезности потребляемого однородного блага можно измерить следующими показателями: единичной полезностью ( $U_i$ ); общей полезностью, или полезностью суммы благ ( $TU$ ); предельной полезностью, или полезностью последней единицы блага ( $MU$ ).

Проиллюстрируем сказанное примером. Пусть некто Голубович, например, может купить 6 бананов, полезность которых измеряется в баллах. И наша задача состоит в том, чтобы определить затраты Голубовича на приобретение бананов, как рационального покупателя. Допустим также, что один балл полезности оценивается в 200 руб.

По данным таблицы 5.6 построим кривую единичной полезности бананов и найдем величину общей предельной полезности бананов ( $MTU$ ).

Предельная полезность у четвертого банана, так как уже пятый к общей полезности ничего не прибавляет. Это значит, что предельная полезность в нашем примере равна 3 балла. Из нее покупатель и будет исходить, покупая бананы.

Предельная же общая полезность ( $MTU$ ) четырех бананов рассчитывается по формуле:

$$MTU = Q \cdot MU, \quad (5.3)$$

где  $Q$  — количество бананов.

Табл. 5.5. Единичная ( $U_i$ ), общая ( $TU$ ) и предельная ( $MU$ ) полезности бананов; в баллах

№ банана	$U_i$	Количество бананов	$TU$	$MU$
1	9	1	9	
2	12	2	21	
3	8	3	29	
4	3	4	32	<b>3</b>
5	0	5	32	
6	-2	6	30	

Общая предельная полезность в нашем примере равна 12 баллов, или  $4 \cdot 3$ . На рис. 5.4 она показана площадь прямоугольника  $O3E4$ .



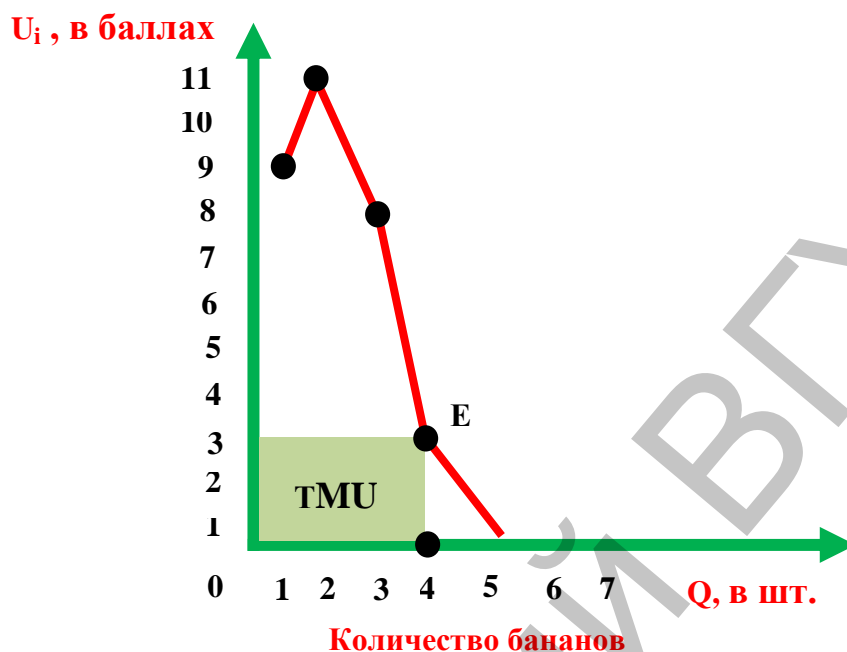


Рис. 5.4. Динамика единичной полезности

Далее легко вычислить и потребительские затраты (С) Голубовича на покупку четырех бананов: 200 руб. · 12 баллов = 2400 руб. А формула для расчета потребительских затрат рационального покупателя имеет следующий вид:

$$C = P \cdot Q \cdot MU, \quad (5.4)$$

где P — цена одного балла полезности.

## 5.5. ПОТРЕБИТЕЛЬ НА РЫНКЕ РАЗНОРОДНЫХ ТОВАРОВ

Среди разнородных товаров выделим рынки относительно независимых товаров и товаров-заменителей, или субституттов.

### 5.5.1. На рынке независимых товаров

Для сопоставления полезности относительно независимых товаров используется *порядковый метод*, или *ординалистский* (англ. ordinal — порядковый). В основе этого метода лежит предположение о том, что разнородные блага, или их наборы, по полезности можно расположить в определенном порядке. Для Иванова, положим, на первом месте среди напитков находится томатный сок, на втором — молоко, третьем — чай и т. д. Такие предпочтения покупателей, ясное дело, должен учитывать и предприниматель, занимающийся реализацией напитков, в противном случае он может и “прогореть”.

Количественный и порядковый методы можно объединить в одной таблице. Впервые это удалось сделать представителю знаменитой австрийской школы экономистов К. Менгеру (1840—1921). Проиллюстрируем его идею своим примером. Предположим, что у нас имеются пять наборов пирожков с разными наполнителями и нам надо сопоставить их полезности (таблица 5.6). Номера наборов обозначим римскими цифрами, а номер одинакового пирожка — арабскими.

Табл. 5.6. **Наборы пирожков с различными наполнителями**

<i>Пирожки с</i>				
<i>мясом</i>	<i>капустой</i>	<i>картошкой</i>	<i>яблоками</i>	<i>повидлом</i>
I	II	III	IV	VI
5	4	3	2	1
4	3	2	1	0
3	2	1	0	
2	1	0		
1	0			
0				

Обратим внимание на правило **равной предельной полезности наборов благ**: полезности последних единиц наборов потребляемых благ равны.

### 5.5.2. На рынке товаров-заменителей

Некоторые виды потребностей человека можно удовлетворить с помощью различных наборов благ-заменителей, например, в качестве фруктов можно использовать и яблоки, и апельсины. Поведение рационального потребителя в этом случае сводится к тому, чтобы *при любых комбинациях этих благ сумма их полезности не менялась*. Именно в этом и состоит суть **правила равной полезности различных наборов благ**. А теперь рассмотрим конкретный пример.

В таблице 5.7 представлены четыре набора яблок и апельсинов с одинаковой полезностью для потребителя.

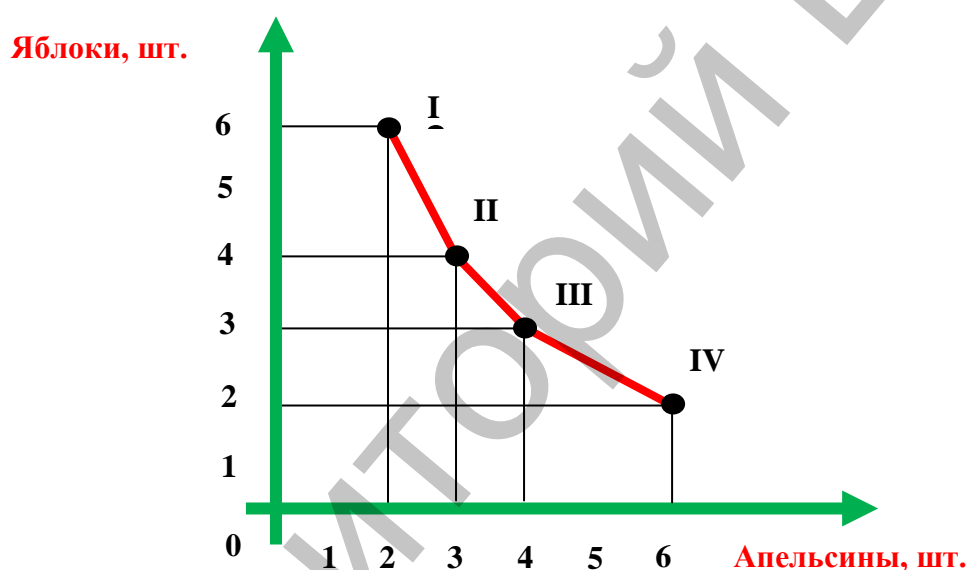
Данные таблицы 5.7 используем для построения кривой равной полезности наборов яблок и апельсинов (рис. 5.5).

Кривая, которую вы видите на рис. 5.5, получила название кривой безразличия. Впервые такие кривые в экономическом анализе стали применяться еще в XIX веке Ф. Эджуортом.

**Табл. 5.7. Комбинации наборов яблок и апельсинов с одинаковой полезностью для потребителя**

№ набора	Яблоки, шт.	Апельсины, шт.
I	6	2
II	4	3
III	3	4
IV	2	6

*Кривая безразличия* — это линия, точки на которой показывают разные наборы благ с одинаковой полезностью.



**Рис. 5.5. Кривая безразличия наборов яблок и апельсинов по полезности**

На рис. 5.5 обратим внимание на то обстоятельство, что площади всех четырех прямоугольников, символизирующих одинаковую полезность, равны по величине. Кроме того, кривые безразличия имеют отрицательный наклон. Объясняется это тем, что между количествами двух благ, в нашем случае это яблоки и апельсины, существует обратная связь. Это означает, что, двигаясь от комбинации I к комбинации IV, потребитель увеличивает полезность от апельсинов и уменьшает полезность от яблок. При переходе от набора I к набору II потребление яблок уменьшается на 2 ед., а количество апельсинов увеличивается на одну ед. Норма замещения 2-х яблок в пользу одного апельсина: —  $2/1 = [2]$ . Это значит, что в данной комбинации полезность приобретаемого апельсина оказывается выше полезности од-

ного яблока. При перемещении из точки III в точку IV норма замещения становится равной 0,5 по абсолютной величине.

Итак, можно сделать вывод о том, что норма замещения при переходе от одной комбинации благ к другой убывает по величине. Это объясняется тем, что готовность потребителя к замещению яблок апельсинами падает. Если вначале он ради одного апельсина был готов пожертвовать двумя яблоками, то, в конечном счете, полезность одного, от которого он отказывается, становится равной полезности двух апельсинов.

Кривые безразличия могут отличаться друг от друга по уровню полезности различных товаров-субститутов. Все множество кривых безразличия в пространстве двух благ-субститутов образует *карту кривых безразличия или карту безразличия*.

Таким образом, карта безразличия в концепции порядкового измерения полезности выполняет ту же роль, что и таблица Менгера в теории количественного измерения полезности.

## **5.6. ХОЧУ ИМЕТЬ «МЕРСЕДЕС», НО ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ КУПИТЬ МОПЕД**

На выбор потребителя оказывают влияние не только его желания, но и множество других факторов: величина дохода, уровень цен на товары, реклама и т.д. У потребителя может быть желание иметь «Мерседес», но есть возможность купить мопед.

Тот доход, которым располагает потребитель, так и назовем: располагаемый доход (РД). Этот доход состоит из потребительских расходов покупателя на приобретение товаров (С) и сбережений (S). Сами же потребительские расходы зависят от величины цены товара (P) и от количества приобретаемого товара (Q) и равны  $P \cdot Q$ . В конечном виде формулу располагаемого дохода по использованию можно записать:

$$РД = P \cdot Q + S . \quad (5.5)$$

Далее предположим, что у некоего гражданина сбережения равны нулю, а доходов, допустим, в талерах, хватает только на хлеб и молоко. Затем, на основе данных таблицы 5.8, построим линию бюджетных ограничений потребителя.

Теперь по данным таблицы 5.8 построим линию бюджетных ограничений. При этом будем исходить из того, что весь недельный располагаемый доход (20 талеров) расходуется только на хлеб и молоко (рис. 5.6).

*Бюджетная линия* показывает различные комбинации двух благ, которые могут быть приобретены при фиксированных величинах дохода и цен.

В общем виде линия бюджетных ограничений может быть описана следующим уравнением:

$$PД = Q_x \cdot P_x + Q_m \cdot P_m. \quad (5.6)$$

Уравнение 5.6 отражает бюджетные ограничения потребителя, его возможности по приобретению наборов товаров двух наименований. Преобразуем это уравнение, поделив обе его части на  $P_x$ .

Табл. 5.8. Комбинации потребительских расходов на неделю на 20 талеров на хлеб ( $C_x = P_x \cdot Q_x$ ) и на молоко ( $C_m = P_m \cdot Q_m$ )

№ комбинации	Хлеб			Молоко			РД; в неделю
	$Q_x$ , кг	$P_x$ , 1 кг	$Q_x \cdot P_x$	$Q_x$ , л	$P_m$ , 1 л	$Q_m \cdot P_m$	
I	0	2	0	5	4	20	20
II	2	2	4	4	4	16	20
III	4	2	8	3	4	12	20
IV	6	2	12	2	4	8	20
V	8	2	16	1	4	4	20
VI	10	2	20	0	4	0	20

В результате сделанных преобразований получим следующее уравнение бюджетной линии:

$$Q_x = aQ_m + b, \quad (5.7)$$

где  $a = P_m / P_x$ ;  $b = PД / P_x$ .

$C_x$ , в талерах,  $Q_x$ , кг

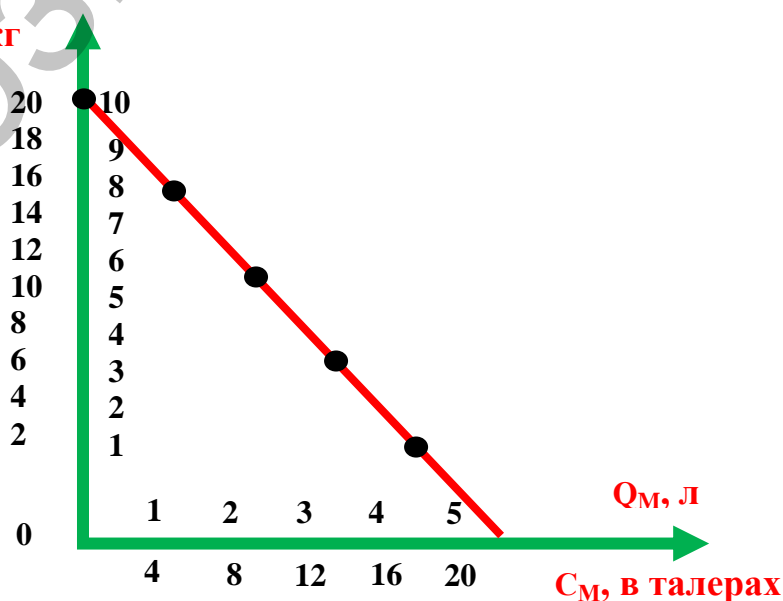


Рис.5.6. Бюджетная линия потребителя

Коэффициент  $a$  определяет наклон бюджетной линии, в нашем случае  $a = 4$  талера / 2 талера = 2. Это означает предположение о том, что, приобретая 1 л молока, потребитель отказывается от двух кг хлеба.

Теперь пришла пора ответить на вопрос, какая из доступных комбинаций молока и хлеба является наиболее для него полезной. С этой целью, по данным таблицы 5.9, совместим на графике бюджетную линию хлеба и молока с картой безразличия (рис. 5.7) Далее, по данным таблицы, используя уравнение бюджетной линии 5.6, построим отрезок бюджетной линии и три кривых безразличия, отличающиеся по уровням полезности:  $U_1 = 8$  баллов,  $U_2 = 12$ ,  $U_3 = 20$ .

Табл. 5.9. Комбинации хлеба и молока, образующие кривые безразличия по уровням полезности; в баллах

Набор	$Q_{x_1}$	$Q_{M_1}$	$U_1$	$Q_{x_2}$	$Q_{M_2}$	$U_2$	$Q_{x_3}$	$Q_{M_3}$	$U_3$
I	8	1	8	8	1,5	12	10	2	20
II	4	2	8	6	2	12	5	4	20
III	2	4	8	4	3	12	4	5	20
IV				3	4	12			

Каков же выбор потребителя? Выбор, очевидно, любой комбинации на кривой безразличия  $U_1$  свидетельствует о нерациональности поведения потребителя, поскольку это наименьшие по полезности наборы благ (8 баллов). Комбинации на кривой безразличия  $U_3$  просто недоступны потребителю по финансовым соображениям. Остается кривая безразличия  $U_2$ . Точку оптимума, в нашем случае, легко найти из следующей системы уравнений:

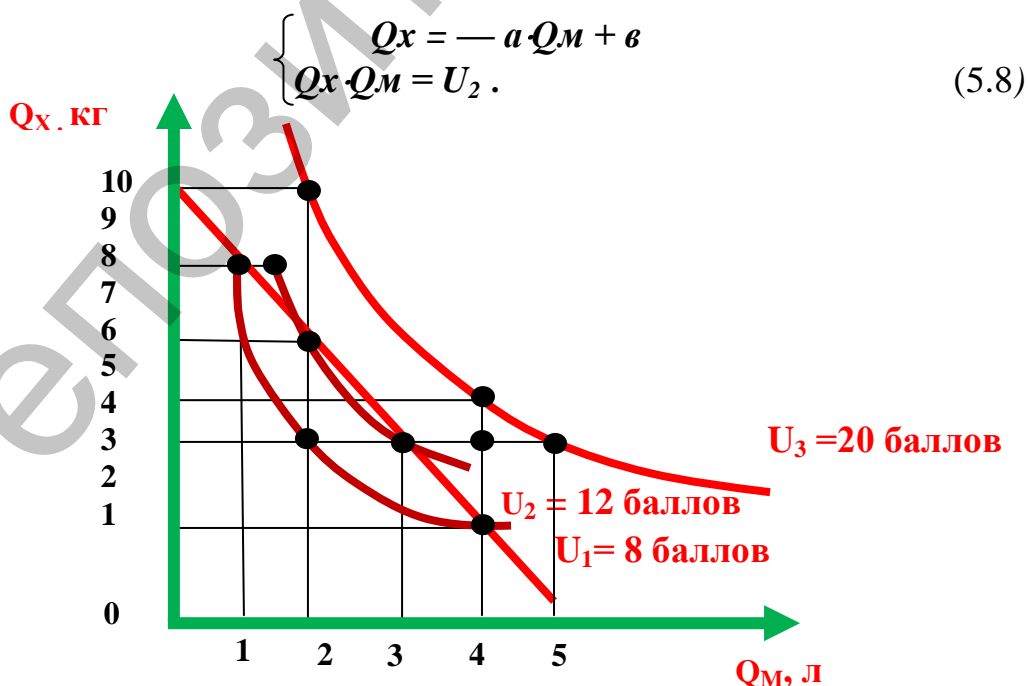


Рис. 5.7. Равновесие и неравновесие потребителя

Подставив в 5.8 соответствующие данные из таблиц 5.9 и 5.10, получим систему уравнений вида

$$\begin{cases} Q_x = -2Q_m + 10 \\ Q_x \cdot Q_m = 12. \end{cases} \quad (5.9)$$

Решение системы уравнений дает нам две точки равновесия  $E_1(6;2)$  и  $E_1^*(4;3)$ . Точку оптимума можно определить и с помощью формулы

$$RS_{x_m} = P_m / P_x, \quad (5.10)$$

где  $RS_{x_m} = -\Delta Q_x / \Delta Q_m = -(6 - 8) / (4 - 3) = 2$ ;  $P_m / P_x = 4$  талера / 2 талера = 2.

Таким образом, в нашем примере не одна, а две точки равновесия. Бывает и такое.

Положение равновесия зависит от динамики цен и доходов потребителя. Уменьшение цены на молоко вдвое (с 4-х талеров до 2-х за 1 л) означает, что, и количество приобретаемого молока может увеличиться в два раза при прежних бюджетных ограничениях (недельном доходе потребителя в 20 талеров). Это значит, что изменится и уравнение бюджетной линии, а ее точка пересечения с осью абсцисс сместится вправо и положения  $M_1$  в положение  $M_2$  (рис. 5.8).

К чему такое смещение приведет? Во-первых, изменится уравнение бюджетной линии. Оно примет вид  $Q_x = -Q_m + 10$ . А во-вторых, сместится вправо в положение  $E_2$  (рис. 5.8) и точка равновесия потребителя. Координаты точки  $E_2$  легко найти, решив систему уравнений

$$\begin{cases} Q_x = -Q_m + 10, \\ Q_x \cdot Q_m = 25. \end{cases}$$

Выражаем  $Q_m$  через  $25 / Q_x$  и в результате преобразований получаем следующее уравнение:  $Q_x^2 - 10Q_x + 25 = 0$ . Откуда находим, что  $Q_m = 5$  и  $Q_x = 5$ . В результате чего получаем точку равновесия  $E_2$  с координатами 5 и 5.

Располагаемый доход (РД) потребитель использует для потребительских расходов (С), а если он составляет достаточную величину, то часть его идет на сбережение (S).

Согласно закону Энгеля, с ростом доходов семьи доля расходов на питание уменьшается, но возрастает доля расходов на удовлетворение культурных и других потребностей.

Линия потребительских расходов описывается следующим уравнением:

$$C = Ca + Hn \cdot РД, \quad (5.11)$$

где С — потребительские расходы в определенном году;  $Hn$  — норма потребления или доля РД, которая идет на потребительские расходы.

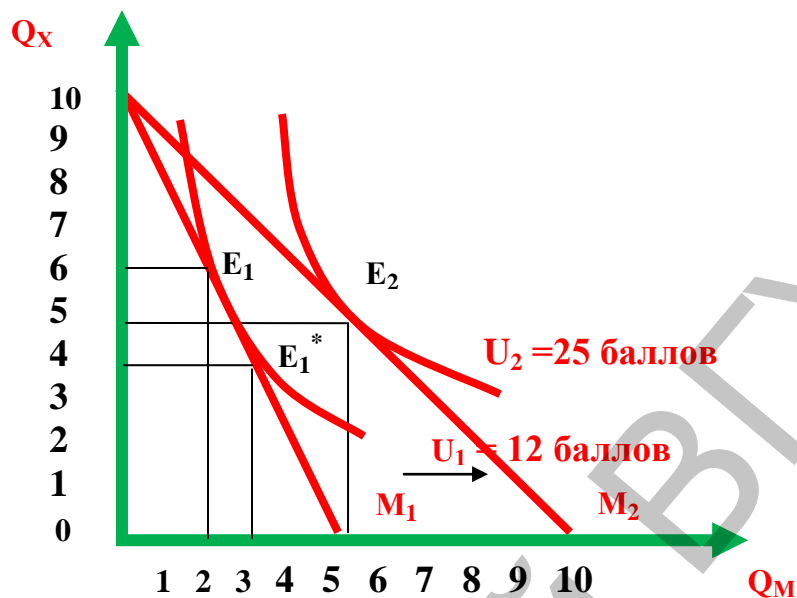


Рис. 5.8. Смещение вправо нижней точки бюджетной линии из положения  $M_1$  в положение  $M_2$

Особо остановимся на автономном потреблении ( $C_a$ ), которое осуществляется за счет накопленного личного имущества, непосредственно не связанного с величиной текущих расходов потребителя. Непонятно? Тогда поясним сказанное конкретным примером. Допустим, что ваше личное богатство оценивается в 600 млн. руб. и каждый год Вы расходуете по 30 млн. руб. (продаете имущество) на потребительские расходы. За двадцать лет в таком случае от вашего богатства, если оно не будет пополняться, останутся “рожки да ножки”.

Динамику располагаемого дохода, потребительских расходов и сбережений, можно проиллюстрировать с помощью рис. 5.9.

Отрезок  $OB$ , как видно из рисунка, представляет собой геометрическое место точек равенства доходов и потребительских расходов населения. В нашем примере потребитель, когда величина его располагаемого дохода превышает 4 млн. руб., часть дохода оставляет на сбережения. Сам смысл уравнения 5.10 покажем на следующем примере. Предположим, что величина автономного потребления составляет 2 млн. руб. в месяц, а норма потребления равна 0,8. Тогда при  $РД = 8$  млн. руб. величина потребительских расходов составит 2 млн. руб. + 0,8·8 млн. руб. = 8,4 тыс. руб. Что же касается величины сбережений, то в нашем примере они будут равны 1,6 млн. руб.



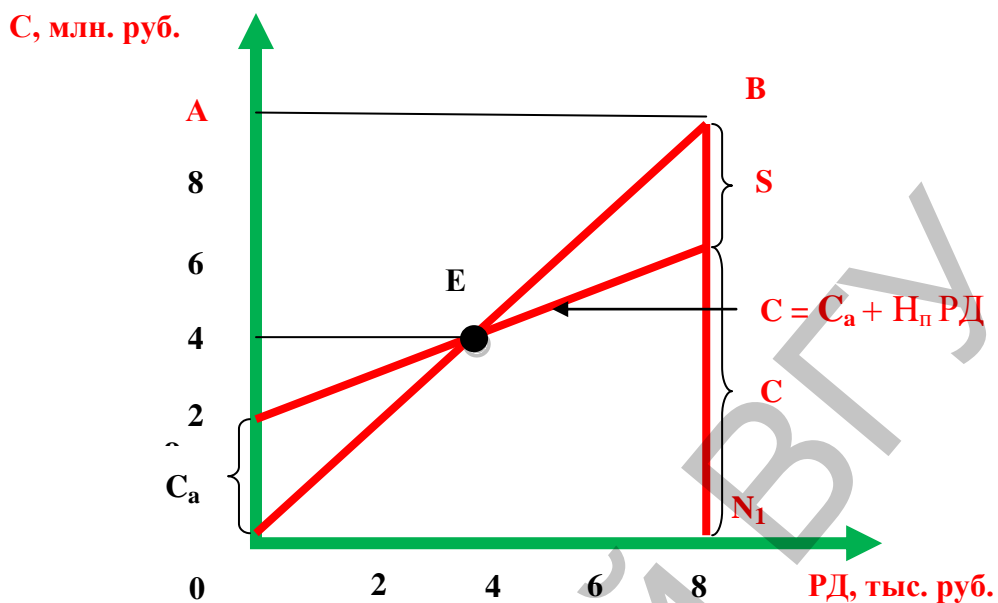


Рис. 5.9. Линия потребительских расходов

Итак, у нас с вами уже есть общее представление о том, что собой представляют домашние хозяйства, и как они ведут себя в условиях рыночной экономики. Теперь настала пора выяснить правила и законы поведения их «слуг» — предпринимателей и фирм, однако это уже будет сделано при ответе на вопросы следующей темы.

### ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

*Домашнее хозяйство. Семейный бюджет. Минимальный потребительский бюджет. Прожиточный минимум. Бюджет прожиточного минимума. Уровень жизни. «Лук» Лоренца. Общая полезность. Предельная полезность. Кривая безразличия. Карта безразличия. Бюджетная линия. Равновесие потребителя. Эффект замены. Эффект дохода.*

### ПРОВЕРИМ СЕБЯ

#### ОТВЕТИМ НА ВОПРОСЫ

1. Определите термин «домашнее хозяйство».
2. Назовите основные функции домашнего хозяйства.
3. Что подразумевают под кругооборотом домашних хозяйств с фирмами и банками?
4. Какова структура месячного бюджета в вашей семье?
5. Какие виды семейного бюджета Вы можете выделить?
6. Дайте определение уровня жизни. Какие показатели используются для измерения уровня жизни?
7. В чем состоит отличие минимального потребительского бюджета (МПБ) от бюджета прожиточного минимума (БПМ)?

8. Какова структура прожиточного минимума в Беларуси?
9. Какие правила измерения полезности однородных товаров вы знаете?
10. Каково практическое значение схемы К. Менгера?
11. В чем состоит правило максимизации полезности наборов потребляемых благ?
12. Что такое бюджетная линия?
13. Что такое автономное потребление?

### ВЫПОЛНИМ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. По правилу Энгеля с ростом доходов семьи удельный вес затрат на жилищно-коммунальные услуги в семейном бюджете: а) практически не изменится; б) вырастет; в) уменьшится; г) такой связи нет.
2. Если ваш располагаемый доход 1,6 млн. руб. в месяц, а потребительские расходы равны 1,2 млн. руб., то норма сбережения будет равна: а) 15%; б) 20%; в) 25%; г) 30%.
3. Предположим, что треугольник абсолютно справедливого распределения доходов населения по площади в 4 раза больше «лука» Лоренца, тогда коэффициент Джини будет равен: а) 0,1; б) 0,15; в) 0,2; г) 0,25.
4. Предположим, что общая полезность яблок меняется следующим образом:

Количество яблок	1	2	3	4	5	6
TU; в баллах	8	14	18	20	20	18

Каковы будут затраты рационального потребителя на покупку яблок, если полезность одного балла оценивается в 200 руб.:

- а) 2000 руб.; б) 1000 руб.; в) 1600 руб.; г) 1200 руб.

### РЕШИМ ЗАДАЧУ

По данным таблицы выделите сбалансированный, профицитный и дефицитный семейные бюджеты:

Доходы в месяц, в млн. руб.	Семья			Расходы в месяц, в тыс. руб.	Семья		
	1	2	3		1	2	3
Заработная плата	3	5	6	Питание	5	5	5
Пенсии, пособия, стипендии	1	2	1	Одежда, белье, обувь	1	2	2
Доходы от подсобного хозяйства	2	1	1	Оплата жилья и жилищно-коммунальных услуг	2	2	3
Прочие доходы	4	3	4	Прочие расходы	3	2	1

## ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА

### ПРЕДПРИИМЧИВЫЙ ЖЕНИХ

Преуспевающий бизнесмен-миллионер встретился с женихом своей дочери и говорит:

— После свадьбы я сделаю тебя совладельцем своего бизнеса. Тебе надо будет ходить на фабрику, и познакомиться с производством товаров, которые я продаю.

Жених:

— Терпеть не могу шум, моторы, производство.

— Хорошо, тогда будешь ходить в контору и вести часть дел.

— Терпеть не могу конторскую работу.

— Подожди, я только что сделал тебе два деловых предложения, а ты не хочешь работать совсем. Что же мне с тобой делать?

— Все очень просто. Выкупите мою долю, — ответил молодой человек.

### КАК МОЙ ДЕДУШКА СТАЛ МИЛЛИОНЕРОМ В АМЕРИКЕ

Внук попросил дедушку рассказать, как он приехал в Америку и стал миллионером.

И вот американский миллионер вспоминает:

— Когда мальчишкой я приехал в Америку, в кармане у меня было 2 цента. Я купил 2 грязных яблока, вымыл их и продал за 4 цента. Потом купил 4 яблока и продал за 8 центов.

— А потом? Что было потом?

— Потом умерла моя тетья и ...

## ОТВЕТЫ

### ТЕМА 4

*Тестовые задания:*

1. б); 2. б); 3. а); 4. а); 5. б); 6. б).

### Решения задач

*Решение задачи № 1:*

1. Приравниваем правые части уравнений и находим  $Q^* = 11$  кг;
2. Далее, находим  $P^* = 2500$  руб. и **выручку: 11 кг·2500 руб. = 27500 руб.**

*Решение задачи № 2:*

1. По формуле К. Маркса находим необходимое для обращения количество денег:

$M_n = 2$  трлн. руб.;

2. Величина инфляционной массы составит **2 трлн. руб.**

*Решение задачи № 3:*

1. По формуле Фишера находим индекс роста объема производства:  $(1,5 \cdot 1) / 1,25 = 1,2$ ;
2. Прирост объема производства составит:  $120 - 100 = 20\%$ .

## ТЕМА 5

*Тестовые задания:*

а). 2. в). 3. г). 4. в).

*Решим задачу*

Первый бюджет *дефицитный*, второй — *сбалансированный*, а третий — *профицитный*.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ТЕМА 4. ЗАКОНЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ</b> .....	4
4.1. СПРОС И ЗАКОН СПРОСА .....	4
4.1.1. Спрос и его виды .....	4
4.1.2. Закон и линии спроса .....	5
4.1.3. Эластичность спроса и ее варианты .....	7
4.1.4. Исключения из правила .....	8
4.2. ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЕГО ЗАКОН .....	9
4.2.1. Предложение и его виды .....	9
4.2.2. Закон и линии предложения .....	9
4.2.3. Эластичность предложения .....	11
4.3. ЗАКОН ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ .....	13
4.3.1. Равновесие и неравновесие на рынке .....	13
4.3.2. Варианты и границы рыночного саморегулирования .....	15
4.4. ЗАКОН ОБМЕНА ЭКВИВАЛЕНТОВ И ЕГО ФУНКЦИИ .....	15
4.4.1. Закон обмена эквивалентов (закон стоимости) и его роль в рыночной экономике .....	16
4.4.2. Функции закона обмена эквивалентов .....	17
4.5. ЗАКОН ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ИНФЛЯЦИЯ .....	18
4.5.1. Закон денежного обращения и его формулы .....	18
4.5.2. Инфляция и ее социально-экономические последствия .....	20
4.6. РЫНОК В ЭКОНОМИКЕ: ФУНКЦИИ, ДОСТОИНСТВА, ГРАНИЦЫ ...	22
4.6.1. Функции рынка .....	22
4.6.2. Достоинства рыночной экономики .....	24
4.6.3. Границы рыночной экономики .....	25
4.6.4. Современная экономика: рыночная или нерыночная? .....	26
ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ .....	27
ПРОВЕРИМ СЕБЯ .....	27
ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА .....	28
<b>ТЕМА 5. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ ..</b>	29
5.1. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО, ЕГО ФУНКЦИИ И СТРУКТУРА .....	29
5.1.1. Основные функции домашнего хозяйства .....	30
5.1.2. Структура домашних хозяйств .....	31
5.2. СЕМЕЙНЫЙ И МИНИМАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ БЮДЖЕТЫ. ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ .....	32
5.3. УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ. «ЛУК» ЛОРЕНЦА .....	36
5.4. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ ОДНОРОДНОГО ТОВАРА .....	38
5.5. ПОТРЕБИТЕЛЬ НА РЫНКЕ РАЗНОРОДНЫХ ТОВАРОВ .....	41
5.5.1. На рынке независимых товаров .....	41
5.5.2. На рынке товаров-заменителей .....	42
5.6. ХОЧУ ИМЕТЬ «МЕРСЕДЕС», НО ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ КУПИТЬ МОПЕД .....	44
ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ .....	49
ПРОВЕРИМ СЕБЯ .....	49
ВЕСЕЛАЯ СТРАНИЧКА .....	51
<b>ОТВЕТЫ</b> .....	51

Учебное издание

**ЯНЧУК** Валерий Александрович

**ЭКОНОМИКА:  
ЗАКОНЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.  
МОДЕЛИ И ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

Методические рекомендации

Технический редактор

*Г.В. Разбоева*

Компьютерный дизайн

*И.В. Волкова*

Подписано в печать .2013. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 3,19. Уч.-изд. л. 2,47. Тираж экз. Заказ

Издатель и полиграфическое исполнение – учреждение образования  
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

ЛИ № 02330/110 от 30.01.2013.

Отпечатано на ризографе учреждения образования  
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.