

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Среднее профессиональное образование

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ**

**РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА**

Работу выполнила Турлянская А.М. 21.12.2019г. А.М. Турлянская  
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Филиал ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г.Тихорецке

Специальность: 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Научный руководитель

Преподаватель Вандрикова О.В. 21.12.2019г. О.В. Вандрикова  
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Тихорецк 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1 Бюджетная линия и кривые безразличия .....	5
2 Понятие спроса и предложения, его факторы .....	8
3 Спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции .....	10
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	17
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	19

## ВВЕДЕНИЕ

Экономика — хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления. Главная функция экономики состоит в том, чтобы постоянно создавать такие блага, которые необходимы для жизнедеятельности людей и без которых общество не сможет развиваться. Экономика помогает удовлетворять потребности человека в мире ограниченных ресурсов.

Результатом индивидуального проекта является основание:

- предмета, метода и функции экономической теории;
- общих положений экономической теории;
- основных микро – и – макроэкономических категорий и показателей, методы их расчета;
- построение экономических моделей;
- основ формирования государственного бюджета;
- рыночных механизмов формирования доходов и проблем социальной политики государства;
- основных направлений экономической реформы России;
- использовать источники экономической реформы, различать основные учения, школы, концепции и направления экономической науки;
- строить графики и схемы, иллюстрирующие различные экономические модели;
- распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления;
- применять инструменты макроэкономического анализа актуальных проблем современной экономики;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе.

Актуальность темы индивидуального проекта обусловлена тем, что жизненные потребности людей представляют собой внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо, проявляется в зависимости от ситуационных факторов.

Предмет исследования индивидуального проекта – жизненные потребности людей .

Для достижения поставленной цели в индивидуальном проекте определены следующие задачи:

- рассмотреть бюджетные линии и кривые безразличия;
- проанализировать понятие спроса и предложения, его факторы;
- исследовать спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции;

## 1 Бюджетная линия и кривые безразличия

Для моделирования потребительского выбора используются кривые безразличия. Использование в экономическом анализе кривых безразличия предложил итальянский экономист Вильфредо Парето (1848-1923).

Кривая безразличия представляет собой множество точек, отражающих разный набор двух товаров, имеющих для потребителя совершенно одинаковую полезность. Она показывает, что в каждой точке есть набор товаров, обеспечивающий одинаковый уровень удовлетворения потребностей покупателя.

Возьмем потребителя, располагающего фиксированным денежным доходом, который он целиком тратит на потребление. Используем метод научной абстракции и предположим, что он покупает только два товара: X и Y. Очевидно, что имеются некоторые комбинации количества этих товаров, которые дают равную общую полезность для потребителя. Например, набор A, включающий X<sub>A</sub> товара X и Y<sub>A</sub> товара Y, имеет такую же общую полезность, как и набор B, в который входят X<sub>B</sub> товара X и Y<sub>B</sub> товара Y и т.д. Отказ от определенного количества одного из товаров компенсируется получением другого товара в большем количестве. Значит, для потребителя безразлично, какой набор этих товаров покупать. Поэтому кривую безразличия называют по-другому линией равной полезности.

Если эти комбинации товаров мы покажем графически, то получим плавную кривую безразличия U<sub>1</sub>.

Если с точки зрения данного потребителя наборы A и B равноценны, то точки A и B лежат на одной кривой безразличия. Кривые безразличия, лежащие выше и правее данной кривой (U<sub>1</sub>), показывают более предпочтительные для данного потребителя наборы товаров. Так, набор содержит такое же количество товара X, что и набор B, но большее количество товара Y. Следовательно, набор C более предпочтителен, чем набор B.

Все наборы на кривой безразличия  $U_1$  равноценны. То же относится к наборам на кривых  $U_2$ ,  $U_3$  и т. д. Поскольку кривая  $U_2$  находится правее кривой  $U_1$ , то любой набор, лежащий на кривой безразличия  $U_2$ , предпочтительнее любого набора на кривой безразличия  $U_1$ , а соответственно, любой набор, лежащий на кривой  $U_3$ , предпочтительнее набора товаров  $X$  и  $Y$  на кривой  $U_3$ .

Кривые безразличия могут быть проведены через любую точку пространства совокупности товаров, однако все они имеют отрицательный наклон и никогда не пересекаются. Совокупность всех кривых безразличия, каждая из которых отражает различный уровень полезности, образует карту безразличия.

Кривые безразличия позволяют выявить предпочтения потребителя и возможность замены одного блага другим. Но они не показывают, какой именно набор товаров потребитель считает для себя наиболее предпочтительным.

Естественно потребитель стремится приобрести товарный набор, расположенный на наиболее удаленной от начала оси координат кривой безразличия. Но он ограничен в средствах. Не всякий товарный набор ему доступен. Для изображения множества доступных товарных наборов используется бюджетная линия, которая графически показывает множество наборов двух продуктов, приобретение которых требует одинаковых затрат. С помощью бюджетной линии можно увидеть, какой набор товаров может купить потребитель, исходя из имеющегося у него количества денег.

Формально бюджетное ограничение может быть записано следующим образом:

$$I = P_x X + P_y Y, (1.2)$$

где  $I$  - доход потребителя;

$P_x$ ,  $P_y$  - цены товаров  $X$  и  $Y$ .

Все товарные наборы, соответствующие точкам на бюджетной линии, по стоимости равны доходу и являются доступными для потребителя. Все

наборы, расположенные выше и правее бюджетной линии, стоят дороже и поэтому недоступны для него.

Все наборы товаров, расположенные ниже и левее бюджетной линии, не являются оптимальными, так как имеется неизрасходованный доход. Таким образом, бюджетная линия ограничивает сверху множество доступных для потребителя наборов.

## 2 Понятие спроса и предложения, его факторы

Спрос на какой-либо товар или услугу - это желание и возможность потребителя купить определенное количество товара или услуги по определенной цене в определенный период времени.

Различают:

- индивидуальный спрос - это спрос конкретного субъекта;
- рыночный спрос - это спрос всех покупателей на данный товар.

Объем спроса - это то количество товара или услуги, которое потребители согласны купить по определенной цене в течении определенного периода времени.

Изменение в величине спроса - это движение вдоль кривой спроса. Происходит при изменении цены товара или услуги при прочих равных условиях.

Закон спроса: при прочих равных условиях, как правило, чем меньше цена товара, тем больше потребитель готов его купить, и наоборот, чем больше цена товара, тем меньше потребитель готов его купить.

Какие факторы влияют на спрос?

Факторы, оказывающие влияние на спрос:

- доходы потребителей;
- вкусы и предпочтения потребителей;
- цены на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары;
- запасы товаров у потребителей (ожидание потребителей);
- информация о товаре;
- время, затраченное на потребление.

При изменении прочих факторов и постоянной цене товара произойдет изменение самого спроса. В результате изменения спроса потребители готовы покупать больше (или меньше) товаров, чем раньше, при той же цене, или готовы платить за прежнее количество товаров более высокую цену.



Что такое предложение?

Предложение какого-либо товара или услуги - это готовность производителя продать определенное количество товара или услуги по определенной цене за определенный период времени.

Объем предложения - то количество товара или услуги, которое готовы продать продавцы по определенной цене в течение определенного периода времени.

Зависимость между объемом и ценой предложения выражается в законе предложения: при прочих равных условиях объем предложения товара увеличивается, если цена на товар возрастает и наоборот.

Какие факторы влияют на предложение?

Факторы, оказывающие влияние на предложения:

- изменение цен на факторы производства;
- технический прогресс;
- сезонные изменения;
- налоги и субсидии;
- ожидания производителей;
- изменение цен на сопутствующие товары.

Изменение объема предложения происходит, если все определяющие предложение товара факторы остаются постоянными, а изменяется только цена рассматриваемого товара. Таким образом, если изменяется цена, то происходит движение вдоль линии предложения.

При изменении других факторов, определяющих предложение, и постоянной цене товара происходит изменение самого предложения, и линия предложения на графике сдвигается.

### 3 Спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции

Поскольку объем продаж фирмы в условиях совершенной конкуренции составляет лишь малую долю от общего рыночного предложения, сокращение или увеличение объема производства фирмы не будет влиять на рыночную цену продукции. Если, например, мы предлагаем 1% от всего количества продаваемых на рынке яблок, то увеличение этой доли до 2% никак не повлияет на рыночную цену.

Отсюда можно сделать вывод, что спрос на продукцию отдельной фирмы в условиях чистой конкуренции является абсолютно эластичным. Если цена 1 кг яблок составляет  $P_0$ , то кривую спроса на них можно изобразить в виде горизонтальной линии  $D$ , показывающей, что любое количество предлагаемой нами продукции будет продаваться по цене  $P_0$  (рис. 1. 1, а). Напротив, график рыночного спроса на яблоки будет наклонным, отражая готовность потребителей приобрести различное количество яблок при всех возможных уровнях цен (рис. 1. 1, б); при цене  $P_0$  будет приобретено  $Q_0$  яблок.

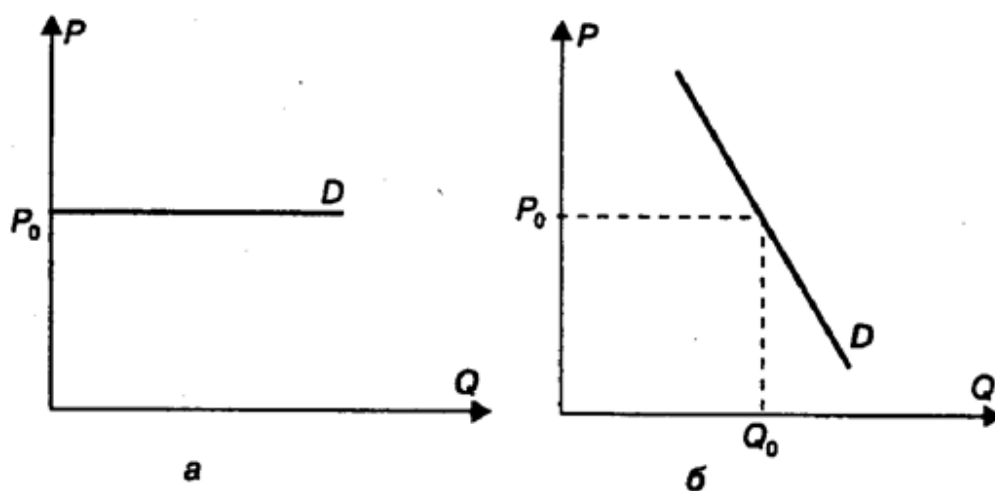


Рис. 1.1. Спрос на продукцию конкурентной фирмы (а) и отраслевой спрос (б)

Поскольку цена продукции конкурентной фирмы задана извне и не зависит от объема продаж (производства), общий (валовой) доход фирмы  $TR$  будет равен произведению цены на количество проданной продукции  $P \cdot Q$ . При этом предельный доход  $MR$  - прирост дохода, связанный с выпуском (продажей) каждой дополнительной единицы продукции - будет равен цене продукции. Средний доход (валовой доход, деленный на количество проданных товаров) фирмы в условиях совершенной конкуренции также будет равен цене.

Например, мы продали на рынке 5 кг яблок по рыночной цене 7 руб. за 1 кг. Общий (валовой) доход составит  $5 \cdot 7 = 35$  руб., средний и предельный доходы будут равны 7 руб. На графике кривые среднего и предельного доходов совпадают между собой, а также с горизонтальной линией спроса на продукцию конкурентной фирмы; валовой доход линейно зависит от объема проданной продукции (рис. 1.2).

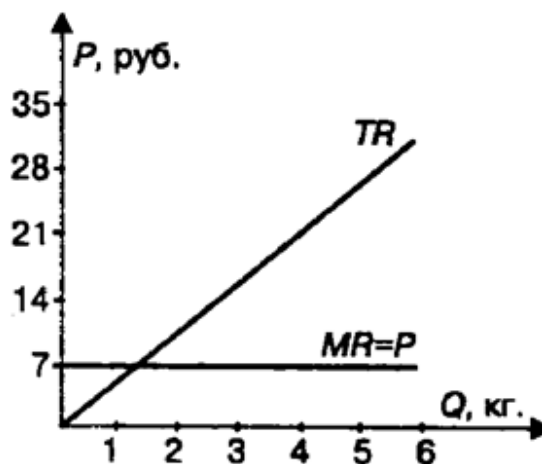


Рис. 1.2. График валового  $TR$  и предельного  $MR$  доходов конкурентной фирмы

Какой объем производства должен быть достигнут, чтобы обеспечить фирме максимальную прибыль при ограничениях в принятии решений, наложенных динамикой издержек фирмы и спросом на продукцию?

Отвечая на этот вопрос, прежде всего следует провести различия в рассматриваемых временных интервалах. Краткосрочным назовем

период, недостаточный для вхождения новых производителей в отрасль или выхода из нее. Долгосрочный период, напротив, является достаточным для вступления новых фирм в отрасль, если представляется возможность получения более высокой прибыли, и выхода из отрасли, если фирма начинает нести убытки.

Как фирма определяет объем производства в краткосрочном временном интервале? Для этого существует два пути. Первый состоит в том, что фирма сравнивает получаемый ею валовой доход при различных объемах выпуска с валовыми издержками, соответствующими каждому из возможных объемов. Фирма выберет вариант, когда разница между валовым доходом и валовыми издержками будет максимальной, иными словами, будет достигнут максимальный объем прибыли (рис. 1.3, а).

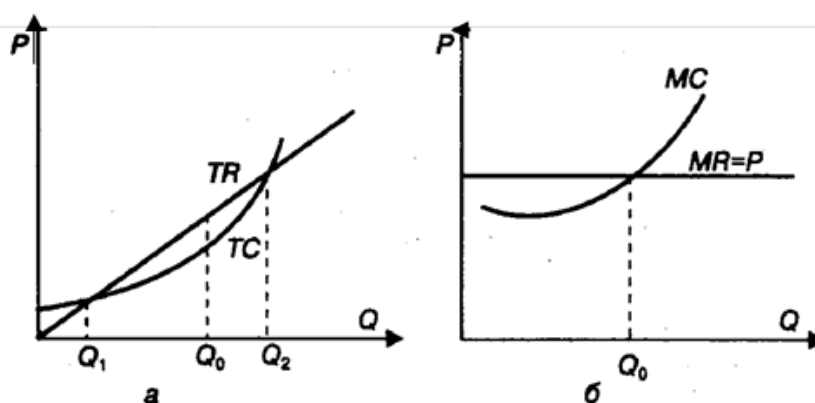


Рис. 1.3. Выбор объема производства фирмой путем сопоставления валовых (а) и предельных (б) доходов и издержек: TC — валовые издержки; TR — валовой доход; MC — предельные издержки; MR — предельный доход

Однако на практике, когда фирма уже занимается производством, перед ней встает вопрос: что ей даст производство еще одной дополнительной единицы продукции? В какой пропорции расширение производства увеличит доход и издержки? Фирма будет сравнивать предельный доход и предельные издержки. До тех пор, пока расширение

производства будет обеспечивать более быстрый рост дохода по сравнению с ростом издержек, фирма будет наращивать производство. Когда же дополнительная продукция будет больше добавлять к издержкам, чем к доходу, фирма прекратит увеличивать объем выпуска. Переломной точкой станет момент, когда будет достигнуто равенство предельного дохода и предельных издержек. То количество продукции, при котором обеспечивается это равенство, и будет выбрано фирмой (рис. 1. 3, б).

Объем производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам, называется точкой оптимального выпуска.

Используя либо первый подход (сравнение валовых дохода и издержек), либо второй (сравнение предельных дохода и издержек), фирма выберет объем производства  $Q_0$ , который обеспечит ей максимальную прибыль.

Любой объем производства от  $Q_1$  до  $Q_2$  принесет фирме прибыль (см. рис. 1. 3, а), однако лишь в точке  $Q_0$  эта прибыль будет максимальной. Именно при  $Q_0$  предельный доход будет равен предельным издержкам (см. рис. 1. 3, б). На участке  $Q_1—Q_0$  фирма будет недополучать возможную прибыль, а на участке  $Q_0—Q_2$  предельные издержки превысят предельный доход и прибыль снизится.

Выше мы предположили, что фирма работает успешно, получая прибыль, и решает вопрос, сколько продукции надо произвести, чтобы эта прибыль была максимальной. Однако в краткосрочном периоде, как уже отмечалось ранее, фирма может столкнуться с ситуацией убытков, например при снижении рыночной цены. В этих условиях поведение фирмы может быть двояким: либо она продолжит производство, несмотря на убытки, либо прекратит свою деятельность и закроется.

Мы исходим из того, что фирма предпочтет производить продукцию даже в случае возникновения временных убытков, при этом ее задачей станет их минимизация. Закрытие — крайне нежелательный вариант. Возможны три ситуации, с которыми сталкивается фирма в условиях совершенной

конкуренции. Производя продукцию в количестве  $Q_0$ , при котором обеспечивается равенство цены (предельного дохода) и предельных издержек, фирма получает прибыль, поскольку сложившаяся на рынке цена  $P_0$  превышает минимальные средние валовые издержки (рис. 1.4).

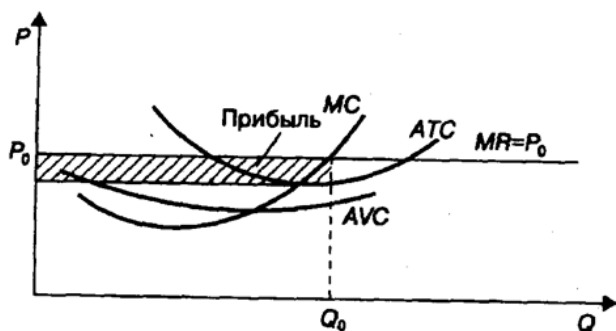


Рис. 1.4. Максимизация прибыли фирмой в условиях совершенной конкуренции

Предположим, что по каким-то причинам рыночная цена продукции снизилась до уровня  $P_1$  и стала ниже минимума средних валовых издержек фирмы, однако выше минимума средних переменных издержек. В этом случае фирма продолжит производство в объеме, который позволит максимально сократить возникшие убытки и хотя бы частично компенсировать постоянные издержки (затраты на аренду помещения, оборудование и т.п.) (рис. 1.5).

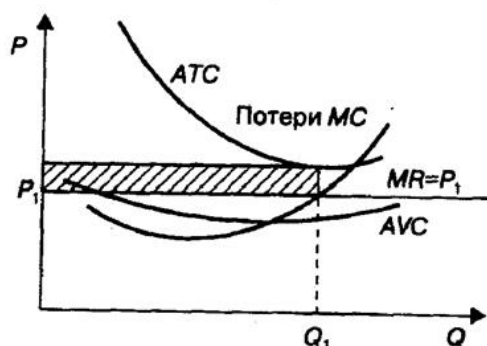


Рис. 1.5. Минимизация убытков фирмой в условиях совершенной конкуренции

Что произойдет, если рыночная цена снизится до уровня  $P_2$  и окажется ниже минимальных средних переменных издержек? В этом случае фирма не сможет компенсировать даже части своих постоянных затрат и единственным приемлемым выходом для нее станет прекращение производства. Подобная ситуация отражена на рис. 1.6.

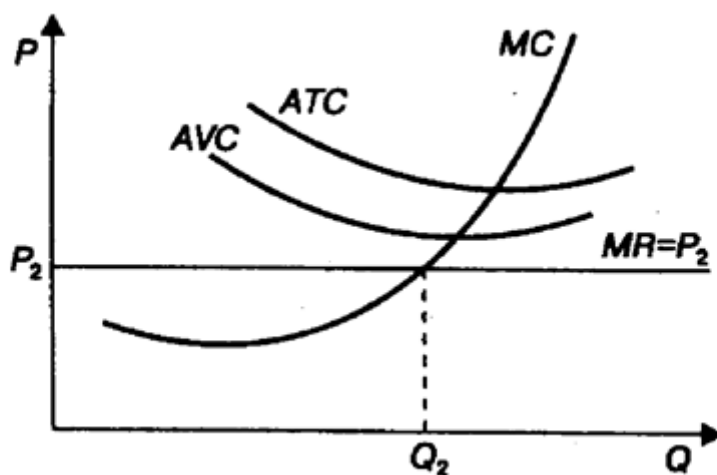


Рис. 1.6. Соотношение цены и издержек, когда единственным выходом для фирмы является прекращение деятельности

Из вышеизложенного можно сделать выводы:

1. Объем производства фирма будет определять, сравнивая валовой доход и валовые издержки либо предельный доход и предельные издержки. В условиях совершенной конкуренции предельный доход равен цене единицы продукции, и фирма будет наращивать производство до того момента, когда предельные издержки станут равны предельному доходу (цене).

2. В краткосрочном периоде фирма продолжит производство даже в том случае, когда она не сможет получать прибыль, при условии, что цена окажется выше минимальных средних переменных издержек. В такой ситуации задачей фирмы станет минимизация убытков, возникших из-за снижения рыночной цены. Если цена окажется ниже

минимальных средних переменных издержек, фирма предпочтет остановить производство и закрыться.

Следует обратить внимание, что на рис. 1.4 и 1.5 при более высокой рыночной цене равенство предельного дохода (цены) и предельных издержек будет достигаться при большем объеме производства данной фирмы. Учитывая это обстоятельство, можно построить график предложения конкурентной фирмы при всех возможных вариантах рыночных цен (рис. 1.7).

Фирма начнет производство при цене не ниже минимума средних переменных издержек  $P_1$  и будет продолжать увеличивать выпуск до  $Q_3$  при цене  $P_3$  минимизируя убытки, затем при росте цены до  $P_4$  и далее до  $P_5$  будет увеличивать выпуск от  $Q_3$  до  $Q_5$  максимизируя прибыль. Отрезок кривой  $X_1 X_5$  будет кривой предложения фирмы при всех возможных ценах от  $P_1$  до  $P_5$ .

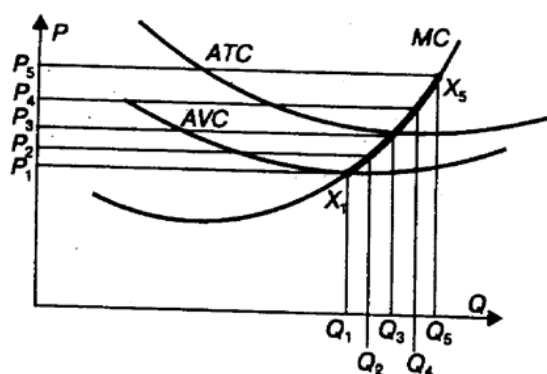


Рис. 1.7. График предложения фирмы в условиях совершенной конкуренции



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель индивидуального проекта поставленные задачи решены:

- рассмотрены бюджетные линии и кривые безразличия;
- проанализировано понятие спроса и предложения, его факторы;
- исследован спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции;

Рыночная экономика, которая основана на экономической свободе хозяйствующих субъектов независимо от формы собственности их экономического привлечения к рациональному хозяйствованию, в значительной степени позволяет обществу реализовать сильные стороны товарного производства и рынка в интересах социально-экономического прогресса. Она создает оптимальную (хотя и не абсолютно наилучшую в экономическом и социальном плане) систему привлечения к эффективному, инициативному и ответственному экономическому поведению. В рыночной экономике последнее если и навязывается, то прежде всего экономическими методами. Люди и коллективы ориентируются на собственные интересы и силы, а за негативные последствия хозяйствования сами же и отвечают. Это заставляет бдительно относиться к ресурсам, инициативной, активной, находчивой экономической деятельности.

Одновременно с этим рыночная экономика является довольно жесткой в социальном плане, она не допускает уравниловки и сдерживания, исключает возможность равного распределения доходов и богатства общества, и поэтому характеризуется хронической социальной нестабильностью.

Экономическую основу рыночной экономики составляет обособление хозяйствующих субъектов в качестве собственников. Это означает, что каждый собственник свободен и волен решать, как и для чего использовать принадлежащие ему ресурсы - производить ли нужные обществу товары и услуги самостоятельно, объединяться ли с другими собственниками для этих

целей или, за неимением других возможностей, продавать единственное свое достояние - способность к труду.

Роль рынка в общественном производстве играет большую роль: он подает сигнал производству - что, в каком объеме, и какой структуре следует производить; уравнивает спрос и предложение, обеспечивает сбалансированность экономики; дифференцирует товаропроизводителей в соответствии с эффективностью их работы и нацеленностью на покрытие рыночного спроса; "убирает" неконкурентоспособных предприятий и "свертывает" устаревшее производство.

В рыночной экономике благосостояние каждого определяется тем, насколько успешно он может продать на рынке товар, которым владеет. Тот, кто предложил покупателям наилучший товар и на более выгодных условиях, оказывается победителем в конкурентной борьбе.

Рынок как социальная форма организации экономики, с одной стороны, вызывает в человеке активность (предприимчивость), а с другой - порождает социальное расслоение населения, безработицу, не всегда управляемый рост цен. Вот почему крайне необходима культура экономики, культура рынка и соответствующее развитие их субъектов, а также необходимость государственного вмешательства, которое дополняло бы рыночный механизм, но не вело его к деформации.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Автономов, В.С. Введение в экономику: моногр. / В.С. Автономов. – М.: Вита-Пресс, 2019. – 256 с.
2. Адамов, В.Е. Экономика и статистика: Учебник / В.Е. Адамов, С.Д. Ильенкова, Т.П. Сиротина, С.А. Смирнов; Под ред. С.Д. Ильенковой. М.: Финансы и статистика, 2019. – 287с.
3. Бардовский, В.П. Экономика / В.П. Бардовский. – М.: Изд-во Форум. - Инфра-М. - 2016. – 672 с.
4. Борисов, Е.Ф. Экономика / Е.Ф. Борисов, –М.:ИНФРА-М. 2017. – 256 с.
5. Вахитов, К.И. Экономика. Учебное пособие / К.И. Вахитов. – М. – 2017. – 364 с.
6. Гродский В.С. Экономическая теория. 2017. – 208 с.
7. Войтов, А.Г. Экономика. Общий курс / А.Г. Войтов. – 9-е изд., перераб. и доп.- М.: ИТК Дашков и К. – 2016. – 600 с.
8. Гомола, А.И., Кириллов В.Е. Экономика / А.И., Гомола, В.Е. Кириллов, П.А. Жаннин - М.: Академия. – 2017. – 336 с.
9. Ефимова, Е.Г. Экономика / Е.Г. Ефимова. – М.: ФЛИНТА; Издание 2-е, испр., 2018. – 392 с.
10. Фишер, С. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. – М.: Дело, 2016. – 864 с.