

#### 4.1. Микроэкономика как область изучения мелкотоварной экономики

Современная микроэкономика, игнорирует одну ошибку, которая делает непригодной микроэкономику в качестве методологической и теоретической основы теории маркетинга – она описывает рыночное равновесие кустарного производства. Как говорилось в первой главе монографии, на реальном рынке конечный спрос и предложение встречаются только в тех случаях, когда предложение представляет собой мелкокустарное производство, и то в тех случаях, когда объёмы производства способны удовлетворить потребности только одного покупателя – ведь когда экономическая теория описывает поведение потребителя, она говорит об индивидуальном поведении. Поэтому, рассматривать на одном графике взаимодействие спроса и предложения можно только в том случае, когда

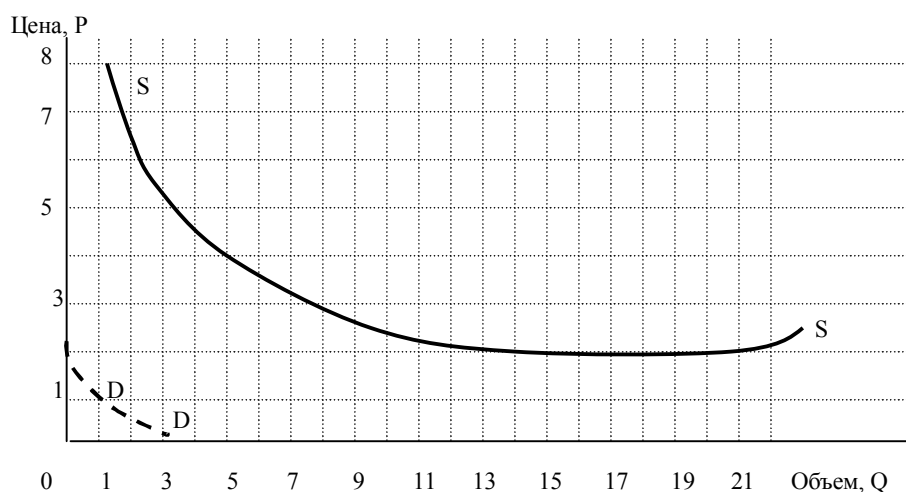


Рисунок 4.1. Кривая конечного спроса на товар D-D и кривая предложения кустарной мастерской S-S

масштабы производства и потребления одинаковы. Случаются ли подобные ситуации в настоящее время? Да. Сегодня эта ситуация характерна, например, для индивидуального пошива одежды портным, изготовления обуви одним сапожником или небольшой сапожной мастерской, индивидуальным изготовлением праздничного торта небольшой кондитерской мастерской и т.п. Всё, что когда-то в бывшем СССР называлось «Индивидуальной трудовой деятельностью», вполне подпадает под теоретическое описание с помощью непосредственного нанесения на график кривых спроса и кривых предложения.

В тех случаях, когда работают сапожные мастерские и пошивочные ателье, которые нацелены на работу по удовлетворению потребностей не одного, а нескольких клиентов, масштабы объема их производства в несколько раз превышают масштабы спроса одного потребителя. И в этом

случае использование на одном графике кривых спроса и предложения уже проблематично. Действительно, если нанести эти кривые на один график, то эти кривые могут и не пересечься (рисунок 4.1). Условно-постоянные затраты мастерской уже так велики, что они делают производство небольшого количества товаров достаточно дорогим. По такой цене потребитель не приобретёт ни одного товара.

Масштабы производства и предложения на рынок товаров современных предприятий сегодня в сотни, тысячи и миллионы раз превышают объёмы индивидуального спроса на товар. Сравнить поведение спроса и предложения на одном графике в этом случае все равно как сравнивать вес московского Кремля и мухи на одних весах. Для производителя, например, обуви только в кошмарных снах может привидеться ситуация, когда к нему будут непосредственно обращаться индивидуальные потребители и торговаться из-за каждой (из миллиона производимых) пары обуви. Если попытаться нанести кривую предложения и спроса в таких условиях на один график, соблюдая все масштабы, то кривая спроса будет на этом графике просто не видна. Она, по сути, превратится в нулевую точку в масштабе предложения.

В реальной жизни производитель и потребитель практически очень редко встречаются на рынках – примеры этого были приведены выше. Даже на бывших «колхозных» рынках в городах России уже не встретишь тех, кто непосредственно выращивает сельскохозяйственную продукцию – продают товар посредники. Редко-редко встретишь российских пенсионеров на перекрёстках и остановках общественного транспорта в городах, которые продают выращенный на своих огородных участках картофель или укроп всем желающим. Эта ситуация конечно же может быть описана с помощью метода нанесения на один график кривых спроса и предложения, но для экономиста такая теория, которая описывает поведение старушек-пенсионерок как участников рынка, не представляет никакого интереса.

С большой условностью можно отразить на одном графике спрос и предложение, если дело касается товаров, например, искусства. Понятно, что каждая из пяти одинаковых картин, написанных художником, обойдётся дешевле, чем только одна, но представить себе, что заказчик торгуется с Боттичелли по поводу количества картин «Рождение Венеры», сложно.

Реальный интерес могут представлять ситуации небольших производств, так как работа отдельных мастерских не редкость в современной экономике. К тому же возможны ситуации, когда, например, одна пекарня обслуживает небольшую деревню или другие аналогичные ситуации мелкотоварного производства. В этом случае можно рассматривать трёхфакторную модель спроса (поверхность спроса) и её пересечение с поверхностью предложения<sup>1</sup>. Понятно, что в этом случае будет получена не равновесная точка, а равновесная кривая. Сама эта кривая будет иметь

---

<sup>1</sup> Светуных С.Г. Модели спроса и предложения в пространстве цена-объём-доход. – Ульяновск: Изд-во УлГУ, 1999 г. – С. 43 – 60.

сложный характер, и лежать в пространстве цена-объём-доход. В настоящее время к.э.н. А.Ю.Нецеевским осуществлено моделирование таких равновесных кривых, и полученные модели использовались в практике ценообразования одной из компаний<sup>2</sup>.

С учётом того, что ситуации непосредственной встречи на рынке спроса и предложения достаточно редки, мы не будем здесь приводить соответствующие теоретические объяснения рыночного поведения сторон в данном случае. Читатель, заинтересованный в этом, может обратиться к цитированной выше литературе или построить трёхфакторные модели сам.

---

<sup>2</sup> Нецеевский А. Ю. О возможности моделирования спроса в системе «цена – объем – доход» с применением методов целочисленного программирования. // Экономические науки: Ученые записки. Аспирантский выпуск № 4 / Ульяновский Государственный университет. – Ульяновск, 2000. – С. 28-34.