# Содержание

###### Введение стр. 3

Глава 1. Совокупный спрос и его структура стр. 4

Глава 2. Совокупное предложение стр.12

Глава 3. Равновесие: реальный объем производства

 и уровня цен стр.19

Заключение стр.22

Библиографический список стр.23

##### Введение

Изучение процессов совокупного спроса и совокупного предложения как факторов, влияющих на экономическое равновесие, является важнейшей задачей для экономистов любой страны.

Данные категории являются одними из важнейших в макроэкономике, они освещаются практически в любом пособии, посвящённом макроэкономическому анализу, как отечественных, так и зарубежных экономистов.

Модели совокупного спроса и совокупного предложения, в отличие от модели спроса и предложения для одного товара, позволяют ответить на многие принципиальные вопросы: Почему вообще увеличиваются или уменьшаются цены? Почему общий уровень цен остается относительно постоянным в одни периоды и резко повышается в другие? Что определяет все равновесное количество определенных товаров на внутреннем рынке, то есть реальный объем национального производства? Почему реальный объем национального производства уменьшается в определенные периоды по сравнению с предшествующим уровнем, а в другие быстро увеличивается?

Для такого ответа нужно объединить – или агрегировать – все отдельные рынки страны в единый общий рынок. Точнее, нужно объединить тысячи отдельных цен – на персональные компьютеры, золото, металлопрокат, зерно, нефть, алмазы и т.д. - в единую совокупную цену, или уровень цен. То же нужно сделать и для производства, собрав воедино равновесное количество отдельных товаров и введя в рассмотрение понятие реального объема национального производства.

Подобные агрегированные показатели и являются объектом исследования данной работы.

# Глава 1. Совокупный спрос и его структура

Издавна замечено, что количество благ, которое покупа­тели запрашивают у продавцов для приобретения (назовем его величина спроса), прямо зависит от уровня цены, по которой такая покупка возможна. *Величина спроса — это количество товара конкретного вида (в натуральном измерении), которое покупатели готовы приобрести на протяжении того или иного периода времени (месяца, года) при определенном уровне цены этого товара.* Зави­симость величины покупок на товарном рынке от уровней цен экономисты назвали спросом. *Спрос — сложившаяся в определенный период времени зависимость величины спроса на товарном рынке от цен, по которым товары могут быть предложены к продаже.* Спрос характеризует состояние рынка, а точнее одну из его важнейших составля­ющих — экономическую логику поведения покупателей. Реально эта логика проявляется в том, какой оказывается величина спроса (количество покупок) при том или ином уровне цены.

Изучая, как покупатели реагируют на изменения цен то­варов, экономисты сформулировали закон спроса. *Суть закона спроса* состоит в том, что *повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, а снижение цен — к ее увеличению* (при прочих равных условиях).

Проявление закона спроса связано с рядом важных об­стоятельств. Подавляющее большинство благ люди покупа­ют, оценивая соотношение цена - полезность» по каждо­му конкретному благу. Если потребность человека в этом благе удовлетворена не полностью, то снижение цены ведет к росту оценки относительной желанности блага. А значит, ведет к росту спроса на него. Эта закономерность измене­ния желанности товара (блага) ведет к тому, что хотя сни­жение цены позволяет покупателю приобрести большее ко­личество товара, но желанность каждой дополнительной единицы становится все меньше и меньше из-за постепенно­го насыщения потребности покупателей в этих товарах.

Какие еще факторы, кроме полезности товара и его цены, влияют на формирование спроса? Таких факторов пять: доходы покупателей; цены на дополняющие или заме­няющие товары; ожидания относительно динамики цен в будущем; численность и возраст покупателей; привычки, вкусы, традиции и предпочтения покупателей. Кроме того, на спрос могут влиять и некоторые другие факторы (сезон­ность, правительственная политика, равномерность распре­деления доходов, реклама и др.).

Теперь перейдем непосредственно к понятию совокупного спроса. Можно сказать, что совокупный спрос (*AD*) - сумма всех индивидуальных спросов на конечные товары и услуги, предлагаемые на товарном рынке. Из этого вытекает также следующее: совокупный спрос - модель, представляющая различные объёмы товаров и услуг (т.е. реальный объём производства ), которые потребители могут и готовы приобрести при любом уровне цен.

Покупателями на рынке благ являются четыре макроэкономических субъекта: домохозяйтсва, фирмы, государство и заграница. Следовательно, необходимо определить объём спроса каждого из них.

Спрос домашних хозяйств доминирует на рынке благ. На него приходится объём больше половины конечного совокупного спроса. Выде-ляют следующие факторы, определяющие спрос домохозяйств на рынке благ:

1. доход от участия в производстве,
2. налоги и трансфертные платежи,
3. размер имущества,
4. доход с имущества,
5. степень дифференциации населения по уровню доходов и размеру имущества,
6. численность населения.

Два первых фактора объединяются в понятие «располагаемый доход». Два последних в коротком периоде являются экзогенными параметрами. В зависимости от того, какой фактор считать наиболее значительным, можно построить разные виды функции спроса домашних хозяйств на рынке благ, которая называется «функцией потребления».

Дж.М. Кейнс вывел четыре правила совокупного потребления:

1. Он исходил из так называемой гипотезы абсолютного дохода, в соответствие с которой потребление домашних хозяйств зависит от абсолютной величины их текущего дохода.
2. Величина предельной склонности к потреблению (*Су* = *ΔС/Δу*) показывает, на сколько увеличится потребление при увеличении текущего дохода на единицу и находится в пределах от 0 до 1, т.е. *0<Cу< 1.*
3. По мере роста располагаемого дохода снижается средняя норма потребления ( доля потребления в доходе - *С/у* ) ( рис. 1 ).

Отсюда следует, что расширение производства потенциально содержит в себе возможность возникновения перепроизводства, так как уменьшение средней нормы потребления означает, что всё меньшая часть произведённой продукции потребляется домохозяйствами.

 *С/y*

 *C/y*

 *у*

 Рис. 1. График средней нормы потребления как функции от дохода

4) С ростом дохода предельная склонность к потреблению падает.

Таким образом, характер зависимости потребления от величины текущего дохода Кейнс выводит из «основного психологического закона», который он формулирует так: «люди склонны, как правило, увеличивать свое потребление с ростом дохода, но не в той же мере, в какой растёт доход». И эта функция имеет вид:

*C = C0 + Cу y; C0 > 0; 0 < Cу < 1,*  (1)

где *С0* - величина автономного (независимого от текущего дохода) потребления (при *у* = 0 автономное потребление осуществляется за счёт сокращения имущества), которое зависит от изменения процентной ставки и от инфляционных ожиданий, (численные значения *С0* и *у*, как правило, однопорядковые величины); *Cу* - предельная склонность к потреблению.

Для упрощения записи в формуле (1) и последующих формулах вместо *уv* (располагаемый доход) используется у ( весь доход ) на том основании, что при заданной ставке подоходного налога (*Ту*) существует пропорциональность между этими величинами: *уv =(1- Ту)у.*

Практическая проверка функции (1) показала, что она хорошо аппроксимирует статистические данные о доходах и потреблении домашних хозяйств в коротком (2-4 года) периоде. Так, в России зависимость между потреблением и доходом в период между 1985 и 1990 гг. выражалась формулой ( в млрд. руб.)

*С = 80.35 + 0.62у.*

В то же время расчёты, проводившиеся за более продолжительные промежутки времени, не показывают снижения средней нормы потребления. В случае долгосрочного планирования функция потребления должна иметь вид *С* = *Су у*, не соответствующий «основному психологическому закону».

По мнению сторонников абсолютного дохода, функция потребления c постоянной средней формулой неприменима, что проистекает из того, что «действительная» функция потребления типа (1) с течением времени сдвигается вверх (рис. 2). Точки *M*, *N*, *L* относятся к разным функциям потребления, а луч *OL*, соответствующий выражению *С* = *Суу*, не является графиком функции потребления.

 *С C t+2*

 *Сt+2 LC t+!*

 *N Ct*

 *Сt+1*

 *Сt M*

  *0 Уt Уt+1 Уt+2 У*

 Рис. 2. Временные сдвиги графика функции потребления.

Другое объяснение данного феномена дается на основе гипотезы относительного дохода Дж. Дьюзенбери (1949), в соответствии с которой потребление отдельного домашнего хозяйства ( *Сi* ) определяется покупками его ближайших соседей,т.е. не его абсолютным доходом ( *уi* ), а отношением его дохода к среднему доходу (‾*у* ) того социального слоя, к которому принадлежит данный субъект. Формально это выглядит так:

 *Сti / уti = а0 + а1 уt / уti ; a0 > 0; a1 > 0.*  (2)

Если растёт доход *i*-го субъекта, то его средняя норма потребления снижается; если доход растёт у всех в одинаковом темпе, то доля потребления в доходе у субъекта не меняется. Кроме того, Дьюзенбери включил в число аргументов функции потребления привычку субъекта к достигнутому уровню потребления, в результате чего изменение в потреблении не находится в постоянной пропорции к доходу в коротком периоде.

Эта гипотеза имеет свои недостатки. Во-первых, в краткосрочном периоде данная функция потребления описывается только при падении производства и уменьшении располагаемого дохода, не рассматривая возможный рост экономики. Во-вторых, эта теория не рассматривает случаи длительного спада в располагаемом доходе.

Ещё одно объяснение факту относительной стабильности средней нормы потребления в длительном периоде даётся в теории перманентного дохода Фридмена (1957г.) посредством введения понятия перманентного дохода ( *уP* ), под которым понимается средневзвешенная величина из всех доходов, ожидаемых субъектом в будущих периодах. В целях упрощения возьмём только два периода с доходами *у1* и *у2*. Тогда *уP* = *у1* + *θ* ( *у2* - *у1* ) = *θу2* + ( 1 - *θ* ) *у1*; 0 < *θ* < 1, где *θ* - доля приращения дохода в будущем, присоединяемая к текущему доходу.

Если текущий доход растёт, то перманентный тоже растёт, но с меньшей скоростью. Параметр весов *(θ )* принимает большее значение тогда, когда доход устойчиво растёт, чем тогда, когда уровень дохода колеблется. При стабильном доходе, т.е. при *у1* = *у2* = *у\** , *уP* = *у\**.

В соответствии с гипотезой перманентного дохода

*Сt = Сt (уP) = Cyθ уt + Сy ( 1 - θ ) уt-1.*  (3)

Отсюда легко объяснить, почему предельная склонность к потреблению в коротком периоде меньше, чем в длительном: при повышении дохода в текущем году на единицу потребление увеличится на *Сyθ* единиц в текущем году и ещё на *Сy*(1 - *θ*) единиц в следующем году.

Нужно заметить, что в концепции перманентного дохода имущество и доход не существуют сами по себе. Перманентный доход рассматривается как усреднённый доход от всех видов имущества, в том числе и от «человеческого капитала». С другой стороны, имущество есть не что иное, как источник дохода, и ценностную оценку этот источник получает через капитализацию дохода. Так, величина человеческого капитала есть приведённая к данному моменту посредством дисконтирования сумма всех ожидаемых доходов от труда.

Итак, посредством гипотез относительного и перманентного доходов делается попытка логически обосновать наблюдаемый факт постоянства средней нормы потребления в длительном периоде при её изменчивости в коротком периоде.

Тем не менее функция потребления, построенная в соответствии с гипотезой абсолютного дохода, сегодня считается чрезвычайно упрощенной. Один из современных вариантов подходов к построению функции потребления заключается в том, что различают три вида этой функции: краткосрочную, долгосрочную и функцию потребления с учётом разных доходов населения (подоходная функция).

Краткосрочное потребление вполне описывается кейнсианской функцией потребления: *С = С0 + Су у*. Долгосрочная функция потребления имеет вид *С = Су у* , т.е. средняя и предельные нормы потребления равны.

При построении всех рассмотренных до сих пор разновидностей функции потребления использовались две общие предпосылки:

1) доход домашних хозяйств является экзогенной величиной;

2) доля потребления в доходе определяется на основе привычек, традиций, психологических склонностей экономических субъектов.

Экономисты классической школы и современные неоклассики используют принципиально иной методологический подход при построении функции потребления. В концепции классической школы доход является для домашних хозяйств эндогенным параметром. Экономический субъект сам определяет, какова будет величина его дохода, путем распределения календарного времени на рабочее и свободное, исходя из критерия максимизации полезности.

Распределение дохода между текущим потреблением и сбережением осуществляется субъектом на основе учета, с одной стороны, степени предпочтения им текущего потребления будущему, с другой - сложившейся ставки процента. Рассмотрим бюджетные уравнения домашнего хозяйства в двух смежных периодах:

*y1+b 0 (1+i)=C 1 +b1,*

*y2+b1 (1+i)=C 2 +b 2,*

где *b t -*  реальная ценность облигаций, представляющих в данном случае все имущество субъекта на начало *t-*го периода; *i-*ставка процента. Определив из первого уравнения значение *b1* и подставив его во второе, получим двухпериодное бюджетное уравнение субъекта:

 *С*1*+С*2*/(i+1)=y*1*+y*2*/(1+i)+**b*0 *(1+i)-b*2*/(1+i).* (3)

В левой его части представлена дисконтированная сумма потребления за оба периода, а в правой - дисконтированная сумма имеющихся для потребления средств. В последнюю, кроме доходов, получаемых за оба периода, включается также изменения объема имущества (фонда облигаций).

В концепции неоклассической школы объем потребления домашних хозяйств является убывающей функцией от ставки процента. В целях упрощения примем, что она линейна:

*С(i) = -C0 + уv* - *ai,*

где *С0* - независимый от ставки процента объем потребления; уv - располагаемый доход; *a* - параметр, показывающий на сколько единиц сократится потребление (возрастет сбережение), если ставка процента увеличится на один пункт.

Соответственно неоклассическая функция сбережений есть возрастающая функция от ставки процента:

*S(i) = -C0 + ai*

Графическое отображение неоклассических функции потребления и сбережения представлено на рис.3.

a б

 *i*

 *С(i) S(i)*

####  C S

Рис.3 Графики неоклассических функций потребления (а) и сбережения (б)

**Глава 2. Совокупное предложение**

**|**

Предложение на товарном рынке отражает зависимость между ценой товара и объемами его производства (поставок в торговлю), возможными при различных уровнях цен. Строго говоря, предложение позволяет ответить на два вопроса: «Какова будет величина предложения при различных уровнях цен» и «Как изменится величина предложения при некотором изменении цены?»

Допустим, что рынок характеризуется неизменностью всех факторов, кроме цены. Тогда, как свидетельствует опыт, рост цен будет вызывать увеличение предлагаемых к продаже (изготавливаемых) товаров, а снижение цен — их уменьшение. Такую закономерность поведения производителей (продавцов) на рынках большинства товаров экономисты называют *законом предложения,* суть которого состоит в том, что повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен — к ее уменьшению (при прочих равных условиях).

Что стоит за логикой поведения производителей (продавцов), почему они реагируют на цены именно таким, а не иным образом? Ответ вполне очевиден — чтобы заработать себе на жизнь.

Действительно, изготовление любого блага требует затраты различных ресурсов. Все эти ресурсы, как правило, могут быть получены только путем их покупки на рынке. Поэтому любое благо, предлагаемое к продаже на рынке, обошлось своему производителю в определенную сумму денег. Очевидно, что никто не станет предлагать товар к продаже по цене, не покрывающей хотя бы общей суммы затрат на изготовление этого товара. А раз так, то становится ясно, что важнейший (хотя и не единственный) фактор формирования предложения — затраты на производство товаров. Они образуют нижнюю границу цены.

Затраты по своей природе неодинаковы. Прежде всего, отдельные их виды по-разному изменяются в зависимости от масштабов производства товаров или услуг. Именно подобные различия обусловили классификацию всех видов затрат на две группы: постоянные затраты; переменные затраты.

*Постоянные затраты —* это те затраты, которые практически не меняются при изменении масштабов производства товаров или услуг. К ним относятся, например, арендная плата за помещения, затраты, связанные с использованием оборудования, выплаты в счет погашения ранее полученных ссуд, а также всевозможные административные и иные накладные расходы.

*Переменные затрать/ —* это те затраты, сумма которых изменяется в связи с изменениями масштабов производства. И это естественно, поскольку в эту группу затрат входят затраты на материалы, энергию, комплектующие изделия, заработную плату.

Зачем нам нужен такой детальный анализ изменения затрат фирмы? Затем, что только на его основе мы можем подойти к пониманию того, как фирмы определяют основу установления цен на свои товары и масштабы производства товаров или услуг. Решения такого рода принимаются на основе изучения закономерностей изменения средних и предельных (маржинальных) затрат фирмы.

*Средние затраты —* это затраты на изготовление единицы продукции, получаемые делением общей суммы затрат за определенный период времени на количество изготовленной за этот период продукции.

*Предельные (маржинальные)* затраты – это величина, на которую возрастает величина общих затрат фирмы при увеличинии количества выпускаемых изделий на единицу.

Теперь перейдем непосредственно к понятию совокупного предложения.

Совокупное предложение - это модель, которая показывает уровень наличного реального объема производства при каждом возможном уровне цен. Более высокие уровни цен создают стимулы для производства дополнительного количества товаров и предложения их для продажи. Более низкие уровни цен вызывают сокращение производства товаров. Поэтому зависимость между уровнем цен и объемом национального продукта, который предприятия выбрасывают на рынок, является положительной.

Три сегмента кривой совокупного предложения определяются как

1. кейнсианский (горизонтальный)
2. промежуточный (отклоняющийся вверх)
3. классический (вертикальный) отрезки.

Форма кривой совокупного предложения отражает изменение издержек на единицу продукции при увеличении или уменьшении объема национального производства. Издержки на единицу продукции можно рассчитать путем деления стоимости общих использованных затрат (ресурсов) на объем продукции. Другими словами, издержки на единицу продукции при данном уровне выпуска продукции - это среднее издержки на данный объем продукции.

 AS

О Оf

Рис.4. Кривая совокупного предложения

**Кейнсианский (горизонтальный) отрезок**. На рисунке 4 Qf обозначает потенциальный уровень реального объема национального производства при полной занятости. При этом объеме национального продукта возникает естественный уровень безработицы. Горизонтальный отрезок кривой совокупного предложения включает реальный объем национального производства, который значительно меньше, чем объем национального производства при полной занятости, Qf. Следовательно, горизонтальный отрезок свидетельствует о том, что экономика находится в состоянии глубокого спада, или депрессии, и что не используется большое количество машин, оборудования и рабочей силы. Эти неиспользуемые ресурсы, как трудовые, так и материальные, можно привести в действие и при этом не оказать или почти не оказать никакого давления на уровень цен. Когда на этом отрезке объем национального продукта начинает увеличиваться, то ни дефицит, ни узкие места в производстве, могущие способствовать повышению цен, не возникают. Так как производители могут приобрести трудовые и другие ресурсы по твердым ценам, производственные издержки при расширении производства не возрастут, а, следовательно, не будет оснований для повышения цен на товары. И наоборот, этот отрезок также предполагает, что если реальный объем производства сократится, то цены на товары и ресурсы останутся на том же уровне. Это значит, что реальный объем производства уменьшится, но цены на товары и заработная плата останутся неизменными.

**Классический (вертикальный) отрезок**. Сдвигаясь вправо по кривой, мы увидим, что экономика достигла полного, или естественного, уровня безработицы при объеме производства, Qf. Экономика при данном объеме производства находится в такой точке кривой своих производственных возможностей, когда за короткий срок невозможно достичь дальнейшего объема производства. Это означает, что любое дальнейшее повышение цен не приведет к увеличению его реального объема, поскольку экономика уже работает на полную мощность. При полной занятости отдельные фирмы могут попытаться расширить производство, предложив более высокую цену на ресурсы, чем другие фирмы. Но ресурсы и дополнительный объем продукта, который получит одна фирма, другая потеряет. В результате этого цены (затраты) на ресурсы и в конечном счете цены на товары увеличатся, но реальный объем производства останется неизменным.

**Промежуточный (восходящий) отрезок**. Наконец, на промежуточном отрезке между Q и Qf мы видим, что увеличение реального объема национального производства сопровождается ростом уровня цен. Это происходит потому, что вся экономика практически состоит из бесчисленного количества рынков товаров и ресурсов и полная занятость возникает неравномерно и неодновременно. Поэтому, когда реальный объем национального производства QQf, в некоторых отраслях промышленности может появиться дефицит и другие узкие места в производстве. Расширение производства также означает, что, когда оно станет работать на полную мощность, некоторым фирмам придется использовать более старое и менее эффективное оборудование. При увеличении объема производства на работу принимают менее квалифицированных рабочих. По всем причинам издержки на единицу продукции увеличиваются, и фирмы должны назначить более высокие цены на товары, чтобы производство было рентабельным. Поэтому на промежуточном отрезке увеличение реального объема национального продукта сопровождается ростом цен.

 Форма кривой совокупного предложения вызывает большие споры. Некоторые экономисты, которых называют представителями классической или неоклассической школы, утверждают, что вся кривая является вертикальной, а изменения совокупного спроса сравнительно безобидны, поскольку оказывают влияние только на уровень цен и не затрагивают объема производства и занятость. Другие (кейнсианцы) считают, что кривая совокупного предложения либо горизонтальная, либо восходящая и поэтому такое уменьшение совокупного спроса имеет отрицательные и очень дорогостоящие последствия для производства и занятости.

 Анализ кривой совокупного предложения показал, что реальный объем национального производства увеличивается, когда экономика движется слева направо, проходя кейнсианский и промежуточный отрезки совокупного предложения. Эти изменения в объеме национального производства являются результатом движения по кривой совокупного предложения, то есть мы рассматривали зависимость между реальным объемом национального производства и уровнем цен при прочих равных условиях. Но когда одно или несколько из этих "прочих условий" изменяются, смещается сама кривая совокупного предложения. Смещение кривой от AS1 к AS2 на рисунке 4 указывает на увеличение совокупного предложения. На промежуточном и классическом отрезках кривой совокупного предложения она сдвигается вправо, указывая на то, что все вместе взятые предприятия будут производить больший реальный объем национального продукта, чем прежде, при данном уровне цен. На кейнсианском отрезке кривой совокупного предложения увеличение совокупного предложения означает снижение уровня цен при различных уровнях объема национального производства (нисходящая кривая совокупного предложения).

 AS1  AS2  AS3

Рисунок 5. Изменение совокупного производства

Ниже перечисляются такие "прочие условия", при изменении которых смещается кривая совокупного предложения. Эти факторы называются неценовыми факторами совокупного предложения, потому что все они вместе взятые определяют положение кривой совокупного предложения. Они имеют одну общую черту: при их изменении меняются и издержки на единицу продукции. Предприятия стремятся к прибыли, которая представляет собой разницу между ценой продукта и издержками на единицу продукции. Вследствие повышения цен на товары, то есть более высокого уровня цен, предприятия увеличивают реальный объем производства. А узкие места в производстве означают, что издержки на единицу продукции имеют тенденцию к повышению, когда производство расширяется по направлению к полной занятости. Поэтому кривая совокупного предложения на промежуточном отрезке отклоняется вверх.

 Неценовые факторы совокупного предложения (факторы,

 смещающие кривую совокупного предложения)

1. Изменение цен на ресурсы

 а) Наличие внутренних ресурсов (земля, трудовые ресурсы, капитал, предпринимательские способности);

 б) Цены на импортные ресурсы;

 в) Господство на рынке.

2. Изменение в производительности

3. Изменение правовых норм

 а) Налоги с предприятий и субсидии

 б) Государственное регулирование

 **Глава 3. Равновесие: реальный объем производства и уровня цен**

 В любой экономической модели равновесие отражает такой баланс сил, что переменные, которые стремятся объяснить модель, не увеличиваются и не уменьшаются. Экономическая модель спроса и предложения стремится объяснить цены и количества товаров, обмениваемых на рынке за определенный период. Рыночное равновесие в этой модели существует тогда, когда нет тенденции к изменению рыночной цены ил количества продаваемых товаров. Если рынок находится в равновесии, цена товара такова, что количество товара, которое покупатели хотят приобрести, точно совпадает с количеством товара, которое продавцы хотят предложить. Когда цены достигают равновесной величины, они «нормируют» товары в том смысле, что все покупатели, которые хотят приобрести товары по рыночной цене, получат к ним легкий доступ. В то же время, все продавцы, которые хотят продать продукт (услугу) по данной цене, легко найдут покупателя для своих товаров.

Рассмотрим ситуацию равновесия подробнее.

Как показано на рисунке 5, на макроуровне пересечение кривых совокупного спроса (AD) и совокупного предложения (AS) определяет равновесный уровень цен и равновесный объем национального производства.

 AS AS

 AD AD

 Q1 Qe Q2 Q1 Qe Q2

Рис. 6. Равновесие а) б)

Сначала рассмотрим рисунок 5а, на котором кривые совокупного спроса и совокупного предложения пересекаются на промежуточном отрезке. Чтобы показать, почему Pe представляет собой равновесную цену, а Qe - равновесный реальный объем национального производства, предположим, что уровень цен выражен величиной Р1, а не Ре. Кривая совокупного предложения показывает, что при уровне цен Р1 предприятия не превысят реальный объем национального продукта, равный Q1. А какой объем реального продукта будут готовы приобрести потребители внутри страны, фирмы и правительство, а также иностранные покупатели при Р1? Кривая совокупного спроса отвечает - Q2. Конкуренция среди покупателей имеющегося реального объема национального продукта взвинтили уровень цен до Ре. Как показывают стрелки на рисунке 5а, повышение уровня цен с Р1 до Ре заставит производителей увеличить объем продукции с Q1 до Qe, а потребителей - уменьшить масштабы желаемых покупок с Q2 до Qe. Когда реальные объемы произведенного и купленного продукта будут равны в экономике наступит равновесие.

 На рисунке 5б кривая совокупного спроса пересекает кривую совокупного предложения на кейнсианском отрезке, то есть там, где кривая расположена горизонтально. В этом конкретном случае уровень цен не играет никакой роли в образовании равновесного реального объема национального производства. Если бы промышленный сектор произвел больший об]ем национального продукта, Q2, его нельзя было бы продать. Совокупного спроса не хватило бы, чтобы скупить на рынке весь национальный продукт. Столкнувшись с нежелательными запасами товаров, предприятия сократили бы производство до равновесного уровня Qe, и рынок бы опустел. И наоборот, если бы фирмы производили объем национального производства, обозначенный Q1, их запасы быстро бы уменьшились, потому что объем продаж был бы больше объема производства. Поэтому фирмы расширили бы производство, и объем национального продукта увеличился.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

 Рассмотрение проблемы экономического равновесия в системе «совокупный спрос – совокупное предложение» позволяет сделать один немаловажный вывод. Действительно, теперь становится легко понять, почему так много принципиальных проблем в области экономической политики остаются до сих пор нерешенными: дело в том, что всякий раз приходится рассматривать очень много вариантов. Существующие концепции зачастую весьма по-разному оценивают факты. И, наоборот, при разной трактовке фактов трудно решить, какой теоретический подход наиболее правильный. При этом, исходя из самого характера экономической науки, невозможно однозначно доказательно проверить эти теоретические изыскания.

Да, невозможно порой достичь истины, хотя все экономисты вроде бы и преследуют одну и ту же правильную цель: добиваться устойчивости цен, экономического роста, высокой занятости, повышения жизненного уровня. Без сомнения, так оно и есть. Но это не единственные цели, движущие поведением граждан или правительственных чиновников. У каждого из нас есть набор целей, которые мы ранжируем в определенном порядке, исходя из ожидаемых плюсов и минусов, связанных с ожидаемым достижением каждой из них.

Все это следует учитывать при построении концепции выхода из того экономического кризиса, в котором оказалась сегодня наша страна. И хотя понятно, что реальная экономика не может быть полностью описана никакой, даже самой предусмотрительной моделью, тем не менее безусловной необходимостью является правильная расстановка акцентов в данном, одном из ключевых вопросов экономической теории.

### Библиографический список

### 1. Макроэкономика. Учебник для ВУЗов/Под ред. Гальперина Е.В. М., 1995.

2. Рыночная экономика. Учебник. Ч.2. /Под ред. Максимовой В.Ф. М., 1992.

3. Макконнелл К.Р, Брю С.А. Экономикс. М., 1995.

4. Хайман Д.Н. Современная макроэкономика: анализ и применение. М., 1992.

5. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Микроэкономика. Спб., 1997.

6. Липсиц И.В. Закономерности формирования спроса и предложения

 /Социально-политический журнал, №№5-6, 1996.