

УДК 330

¹*Н. В. Алексеева, ²Т. Н. Барсова, ²Н. А. Грешневи́кова*

¹МИРЭА - Российский технологический университет, г. Москва

²Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет), г. Москва, email: natars2002@yandex.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ ЭЛАСТИЧНОСТИ В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Ключевые слова: ценовая эластичность спроса, ценовая эластичность предложения, ценовая политика, перекрестная эластичность, эластичность спроса по доходу, факторы ценовой эластичности.

Статья посвящена исследованию современной экономической категории ценовая эластичность товаров и анализу возможностей ее использования в практической деятельности предприятий. В статье подробно рассматриваются два направления этой категории: ценовая эластичность спроса и ценовая эластичность предложения. Приводятся расчетные формулы соответствующих коэффициентов, а также основные количественные критерии, устанавливающие эластичность спроса и предложения, а также уровень этой эластичности. Актуальность и новизна исследования заключается в комплексном подходе к понятию ценовой эластичности как со стороны потребителя, так и производителя, которые предприятие должно учитывать при разработке ценовой политики. Целью исследования является определение особенностей современной категории ценовая эластичность товаров и услуг и научного их использования в процессе реализации перспективных планов развития. Методической основой исследования служат современные научные наработки в области управления, экономики предприятия; управления маркетингом. Проводится анализ перекрестной эластичности, приводятся расчетные формулы, критерии оценки и интерпретация полученных результатов. Рассматривается классификация товаров с точки зрения перекрестной эластичности. Подчеркивается также важность анализа эластичности спроса по доходу, имеющего особо важное значение в кризисных и посткризисных условиях экономики. Дается количественная оценка данной эластичности. Практическое значение этих расчетов заключается в возможности прогнозирования расширения или сужения производства отдельных видов продукции. Изучение всех видов ценовой эластичности является важной информационной составляющей для выработки предприятием обоснованной ценовой политики с учетом перспективных экономических интересов предприятия.

1 N. V. Alekseeva, 2 T. N. Barsova, 2 N. A. Greshnevikova

¹MIREA-Russian Technological University, Moscow

²Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow, email: natars2002@yandex.ru

IMPROVEMENT OF THE PRICE POLICY OF ENTERPRISES BASED ON THE THEORY OF ELASTICITY IN THE POST-CRISIS PERIOD

Keywords: price elasticity of demand, price elasticity of supply, price policy, cross elasticity, elasticity of demand by income, factors of price elasticity.

The article is devoted to the study of the modern economic category price elasticity of goods and the analysis of the possibilities of its use in the practical activities of enterprises. The article discusses in detail two areas of this category: the price elasticity of demand and the price elasticity of supply. The calculation formulas of the corresponding coefficients are given, as well as the main quantitative criteria that establish the elasticity of supply and demand, as well as the level of this elasticity. The relevance and novelty of the research lies in a comprehensive approach to the concept of price elasticity on the part of both the consumer and the manufacturer, which the enterprise should take into account when developing a pricing policy. The purpose of the study is to determine the features of the modern category of price elasticity of goods and services and their scientific use in the implementation of long-term development plans. The methodological basis of the research is modern scientific developments in the field of management, enterprise economics; marketing management. The analysis of cross-elasticity is carried out, calculation formulas, evaluation criteria and interpretation of the obtained results are given. The classification of goods from the point of view of cross-elasticity is considered. The importance of analyzing the elasticity of demand by income, which is particularly important in the crisis and post-crisis conditions of the economy, is also emphasized. A quantitative assessment of this elasticity is given. The practical significance of these calculations lies in the possibility of predicting the expansion or curtailment of production of certain types of products. The study of all types of price elasticity is an important information component for the development of a reasonable pricing policy by the enterprise, taking into account the prospective economic interests of the enterprise.

В посткризисный период в экономике страны возникает проблема регулярного колебания цен на товары и услуги под воздействием различных объективных и субъективных факторов в основном в сторону повышения. В этот период в зависимости от изменения доходов населения и финансового состояния предприятий происходит изменение спроса на товары и услуги.

Экономическая категория ценовая эластичность непосредственно вытекает из законов спроса и предложения. В связи с этим различают:

- ценовую эластичность спроса;
- ценовую эластичность предложения.

Ценовая эластичность спроса определяет взаимосвязь отношения потребителя к изменению цены продукции.

Спрос на товар эластичен, если небольшое изменение цены (ΔC) приводит к значительным изменениям в количестве покупаемого товара (ΔK).

И наоборот, если большие изменения в цене (ΔC) приводят к незначительным изменениям в количестве (ΔK) покупаемой продукции, то спрос будет неэластичным.

Соответственно, существуют крайние случаи, когда спрос может быть совершенно эластичен и совершенно неэластичен, например ситуацию, когда фирма продает товар в условиях высокого уровня конкуренции через товарно-сырьевую биржу [1].

Количественной оценкой степени эластичности является коэффициент эластичности ($\mathcal{E}_c$), который определяется [4]:

$$\mathcal{E}_c = \Delta K / \Delta C \text{ где:}$$

ΔK – процентное изменение количества реализованной продукции, т.е. $\Delta K = ((K_2 - K_1) / K_1) * 100\%$;

ΔC – процентное изменение цены, т.е. $\Delta C = ((C_2 - C_1) / C_1) * 100\%$;

K_1 и K_2 – начальное и конечное количество реализованной продукции при изменении цены;

C_1 и C_2 – начальное и конечное значение цены товара.

Полученный результат расчета коэффициента эластичности интерпретируется следующим образом:

1) если $\mathcal{E}_c > 1$ – спрос эластичный или относительно эластичный;

2) если $\mathcal{E}_c < 1$ – спрос неэластичный или относительно неэластичный;

3) если $\mathcal{E}_c = 1$ – наблюдается единичная эластичность, т.е. процентное изменение количества товара равно процентному изменению цены.

В соответствии с законом спроса и предложения цена зависит от объема реализуемой продукции обратно пропорционально, поэтому коэффициент эластичности спроса всегда будет иметь отрицательное значение. Поэтому в экономической практике принято оперировать абсолютным значением этого коэффициента [10].

Чем больше величина коэффициента $\mathcal{E}_c$, тем выше эластичность спроса.

При расчете коэффициента эластичности спроса существует одна важная методическая особенность, когда один и тот же интервал изменения цены и спроса может иметь различные значения коэффициента эластичности, хотя вывод об эластичности спроса будет одинаков.

Для устранения этих разночтений в экономической практике принято в качестве исходной базы вычислять средние уровни цен и количества реализованной продукции на соответствующих интервалах изменения.

В этом случае исходная формула коэффициента эластичности будет иметь вид:

$$\mathcal{E}_c = \Delta K^* / \Delta C^*, \text{ где}$$

$$\Delta K^* = ((K_2 - K_1) / (K_1 + K_2)/2) * 100\%;$$

$$\Delta C^* = ((C_2 - C_1) / (C_1 + C_2)/2) * 100\%;$$

Эластичность спроса на товар может определяться также по показателю общей выручки.

Если располагать кривой спроса на определенный товар на конкретном рынке, то легко можно построить соответствующую ей кривую общей выручки (Q) в зависимости от количества реализуемого товара (K), т.е. функцию $Q = f(K)$, при этом $Q = C * K$.

Возможен также случай, когда увеличение или уменьшение цены оставят общую выручку без всяких изменений. (Потеря выручки при снижении цены будет точно компенсироваться увеличением продаж). Этот случай называется единичной эластичностью.



Рис. 1. Основные группы товаров для исследования перекрестной эластичности

Цель исследования

На ценовую эластичность спроса влияет множество факторов, главные из которых следующие:

1. Заменяемость товара аналогами. Чем большее количество товаров аналогов на рынке, тем эластичнее бывает спрос на него. При этом большое значение имеет количество конкурентов по производству товаров-аналогов, так как чем больше конкурентов, тем разнообразнее заменители товара в текущем периоде и в перспективе.

2. Имидж производителя. При изучении эластичности спроса на товар необходимо учитывать не только его назначение и потенциальное потребление, но часто и фирму производителя. Таким образом, спрос на товары известных брендов производителей всегда является более эластичным, чем спрос на товары других конкурентов.

3. Удельный вес в бюджете потребителя. Чем большее место занимает товар в бюджете потребителя (при прочих равных условиях), тем выше будет эластичность спроса на него.

4. Степень необходимости товара в повседневной жизни (предметы роскоши и предметы первой необходимости). Спрос на предметы первой необходимости обычно является неэластичным, а спрос на предметы роскоши обычно эластичен.

Таким образом, повышение цен на предметы первой необходимости касается всех членов общества и говорить об эластичности спроса на них бессмысленно, с одной стороны. А с другой стороны, повышение цен на предметы роскоши имеет отношение только к небольшому социальному слою потребителей, которые могут без особых последствий исключить эти товары из потребления. Следовательно, степень ценовой эластичности для них также не очень актуальна. Поэтому исследование ценовой эластичности спроса имеет практическое значение для товаров и услуг, отражающих сектор экономики потребления, не включающий предметы самой первой необходимости и предметов роскоши.

5. Срок использования товара (повседневные товары и товары длительного пользования). В общем случае спрос на товары длительного пользования значительно более эластичен, чем на товары повседневного использования. Однако степень этой эластичности может колебаться на отдельные виды товаров рассматриваемых групп в широких пределах в зависимости от специфики товаров, количества заменителей, вкусов потребителей, рынка сбыта и т.д.

6. Фактор времени. В общем случае спрос на товар тем эластичнее, чем больше времени требуется для принятия решения о его приобретении.

В основном это связано со сложившимися привычками каждого конкретного потребителя и необходимостью определенного периода для принятия решения об альтернативных товарах и услугах.

Например, прикладными исследованиями США (Филадельфия) доказано, что «долгосрочная» эластичность спроса на железнодорожные билеты почти в три раза превышает «краткосрочную» эластичность. Т.е. краткосрочная реакция пассажиров (непосредственно в период изменения цен на железнодорожные билеты) неэластична. А долгосрочная реакция пассажиров (за 4-х летний период) становится эластичной.

Материал и методы исследования

Под перекрестной эластичностью понимают изменение спроса на товар А по отношению к изменению цены товара В. Перекрестная эластичность позволяет измерить, насколько чувствителен потребительский спрос на один товар к изменению цены другого товара.

С точки зрения потребления товары условно необходимо разделить на группы, как показано на рис. 1.

Понятие перекрестной эластичности имеет экономический смысл только для взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров, так как сомнительно, что следует ожидать изменения цены масла, если увеличилась цена холодильников [5].

Количественную оценку перекрестной эластичности осуществляют по коэффициенту перекрестной эластичности рассматриваемых товаров А и В ($\mathcal{E}_{A-B}$), который рассчитывается по формуле [2]:

$$\mathcal{E}_{A-B} = \Delta K_A / \Delta \Pi_B$$

где ΔK_A – процентное изменение количества реализованной продукции товара А, т.е. $\Delta K_A = ((K_{2A} - K_{1A}) / K_{1A}) * 100\%$,

где: K_{1A} и K_{2A} – начальное и конечное количество реализованной продукции при изменении цены товара А;

$\Delta \Pi_B$ – процентное изменение цены товара В, т.е. $\Delta \Pi_B = ((\Pi_{2B} - \Pi_{1B}) / \Pi_{1B}) * 100\%$,

Π_{1B} и Π_{2B} – начальное и конечное значение цены товара В.

Полученный результат расчета коэффициента перекрестной эластичности интерпретируется следующим образом:

1) если $\mathcal{E}_{A-B} > 0$ – то товары взаимозаменяемые;

2) если $\mathcal{E}_{A-B} = 0$ – то товары независимые;

3) если $\mathcal{E}_{A-B} < 0$ – то товары взаимодополняющие.

Чем больше $\mathcal{E}_{A-B}$ (коэффициент перекрестной эластичности), тем выше уровень взаимозаменяемости товаров.

На практике это означает, что если цена товара В увеличивается, то потребитель больше покупает товар А, и наоборот.

При отрицательном значении коэффициента перекрестной эластичности товары А и В являются взаимодополняющими, причем, чем больше величина отрицательного коэффициента ($\mathcal{E}_{A-B}$), тем выше уровень взаимной зависимости товаров.

При нулевом коэффициенте оба товара являются независимыми.

Под эластичностью спроса по доходу понимают возможное изменение спроса на товар по отношению к изменению дохода потребителя. Количественно эластичность спроса по доходу определяется с помощью соответствующего коэффициента ($\mathcal{E}_{Cn/D}$), который рассчитывается [2]:

$$\mathcal{E}_{Cn/D} = \Delta K_A / \Delta D, \text{ где}$$

ΔK_A – процентное изменение количества приобретенного товара А, т.е. $\Delta K_A = ((K_{2A} - K_{1A}) / K_{1A}) * 100\%$;

K_{1A} и K_{2A} – начальное и конечное количество реализованной продукции при изменении цены товара А;

ΔD – процентное изменение дохода потребителя, т.е. $\Delta D = ((D_2 - D_1) / D_1) * 100\%$,

D_1 и D_2 – начальное и конечное значения дохода потребителя.

Результат расчета коэффициента эластичности спроса по доходу может иметь следующие интерпретации:

если $\mathcal{E}_{Cn/D} > 0$ – то товары нормальные (высшей категории);

если $\mathcal{E}_{Cn/D} < 0$ – то товары «недоброкачественные» (низшей категории).

если $0 < \mathcal{E}_{Cn/D} < 1$, то товары первой необходимости;

если $\mathcal{E}_{Cn/D} > 1$ – то это предметы роскоши.

Для большинства товаров коэффициент эластичности по доходу обычно имеет положительное значение. Эти товары в экономической практике называются нормальными товарами или товарами высшей категории. В эту группу входят все товары, приобретение которых расширяется по мере роста доходов. При этом положительный эффект эластичности может значительно изменяться от одного товара к другому. Если сравнить эластичность спроса по доходу на автомобили, то она находится около +3, а для сельхоз продукции он около +0,2.

Оценка коэффициента эластичности спроса по доходу на основе рыночной информации показывает, является ли товар (услуга) в среднем нормальным или «недоброкачественным».

Практическое значение этого коэффициента заключается в возможности прогнозирования расширения или сужения производства отдельных видов продукции, т.е. высокая положительная эластичность по доходу означает, что предприятие при прочих равных условиях может рассчитывать на экономический рост своего производства. Небольшой положительный или отрицательный коэффициент указывает на перспективу сужения производства.

Оценка эластичности спроса по доходу должна рассматриваться с учетом фактора времени, т.к. возможны значительные изменения расчетных коэффициентов в долгосрочной перспективе относительно краткосрочной [4].

В большинстве случаев коэффициент эластичности по доходу в рамках долгосрочного периода имеет большее значение, чем краткосрочного. Исключения составляют предметы длительного пользования (мебель, автомобили т.д.), так как потребители не всегда их меняют при увеличении доходов.

Под ценовой эластичностью предложения понимают степень чувствительности производителя к изменению цены продукции.

Единственным отличием эластичности предложения от эластичности спроса является то, что вместо количества реализуемой продукции используется количество производимой предприятием продукции ($K_{пр}$).

Эластичность предложения показывает связь между изменениями в ценах на товар и объемах его предложения. Количественной оценкой степени эластичности предложения является соответствующий коэффициент ($\mathcal{E}_{ц/пр}$), расчет которого идентичен коэффициенту эластичности спроса:

$\mathcal{E}_{ц/пр} = \Delta K_{пр} / \Delta \Pi_{ц}$, где
 $\Delta K_{пр}$ – процентное изменение количества выпускаемой продукции;
 $\Delta \Pi_{ц}$ – процентное изменение цены товара.

Важнейшим фактором эластичности предложения является количество времени, имеющееся в распоряжении производителя для того, чтобы отреагировать на данное изменение цены товара [3]. В целом, чем большим временем располагает производитель для адаптации к изменению цен, тем в большей степени он в состоянии повлиять на объемы выпуска товаров, и тем больше соответственно эластичность предложения. Степень этой эластичности, в первую очередь, зависит от специализации предприятия, мобильности производства, резервов производственной мощности, наличия свободных финансовых ресурсов, доступности кредитных ресурсов и множества других факторов.

При анализе эластичности предложения западные экономисты выделяют три периода: кратчайший; краткосрочный; долгосрочный.

В пределах кратчайшего периода производитель не успевает отреагировать на изменение спроса и цены товара на рынке и обычно реализует произведенное количество продукции. Предложение совершенно неэластично.

В пределах краткосрочного периода производственные мощности отдельных предприятий также остаются практически неизменными, однако у них есть время, чтобы использовать свои мощности более интенсивно.

В результате при увеличении спроса и цен производитель увеличивает количество поставляемого на рынок товара. Это означает более высокую эластичность предложения.

В Пределах долгосрочного периода предприятие в состоянии реализовать весь комплекс финансово-экономических мер для увеличения своей производ-

ственной мощности и, соответственно, выпускаемой продукции. Эластичность предложения еще более увеличивается.

Эластичность предложения по показателю общей выручки, также как и эластичность спроса, может определяться по общей выручке (доходу).

Необходимо отметить, что независимо от степени эластичности или неэластичности цена и выручка производителя всегда изменяются в одном и том же направлении.

Результаты исследования и их обсуждение

Эластичность спроса на товары в практической деятельности используется для:

- измерения степени чувствительности потребителя к изменению цен на товары;
- оценки изменения общей выручки предприятия в зависимости от повышения или снижения цен на товары;
- комплексного анализа спроса с учетом оценки эластичности издержек производства реализуемых товаров (т.е. оценки изменения прибыли при разных уровнях цен и объемов реализации товаров);
- оценки изменения предельных норм замещения продуктов (ресурсов, используемых в процессе хозяйственной деятельности);
- прогнозирования цен на выпускаемую продукцию и используемые виды материальных ресурсов (материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, топливо и энергию и т.д.).

Изучение и анализ спроса всегда носит субъективный характер, т.к. зависит от многих факторов вероятностного характера. Поэтому результаты анализа всегда должны подвергаться проверке и факторному анализу их получения при принятии наиболее важных стратегических решений [2].

Для анализа спроса на исследуемый товар в зависимости от изменения его цены, и дохода потребителей важно использовать следующие особенности:

1. Коэффициенты эластичности обычно бывают разными для краткосрочного и долгосрочного периодов [8]. Для многих товаров спрос обычно бывает тем эластичнее, чем больше пе-

риод времени для принятия решения о покупке. Например, повышение цен на товары длительного пользования может более резко сказаться на их покупке в краткосрочном периоде, но впоследствии с появлением новых, более усовершенствованных товаров рассматриваемого класса, влияние цены на спрос нивелируется. Поведение эластичности от доходов в зависимости от продолжительности рассматриваемого периода по определенным группам товаров очень похоже на изменение ценовой эластичности спроса.

2. Удельный вес расходов потребителя на исследуемый товар в общих его доходах так же оказывает существенное влияние на эластичность спроса. Чем больший удельный вес занимают расходы в бюджете потребителя на определенный товар, тем выше будет эластичность спроса на него. Повышение цен на предметы первой необходимости на 20% (сахар, соль, хлеб и т.д.) минимально повлияют на текущий спрос. Однако то же процентное увеличение стоимости квартир, мебели, дачных участков и т.д. потребует дополнительной мобилизации доходов потребителя и может существенно сказаться на снижении спроса в текущем периоде.

3. Уровень конкуренции на рынке однотипных товаров также в значительной степени влияет на эластичность спроса. Чем выше уровень конкуренции и больше товаров-аналогов присутствуют на рынке, тем, как правило, более эластичен спрос на каждый из них. Однако в этом случае немаловажную роль играют потребительские характеристики товара. Чем выше технико-эксплуатационные характеристики товара, тем более эластичен спрос на него.

4. Эластичность спроса зависит от назначения товара. Товары, производимые предприятиями, укрупнено можно разделить на две группы: товары промышленного назначения (ТПН) и товары народного потребления (ТНП). В этом случае, если оценивать эти две укрупненные группы, то необходимо учитывать, что потребителей ТНП значительно большее количество, нежели ТПН, потребителями которых является ограниченное количество заинтересованных предприятий и фирм. При опре-

делении эластичности спроса на ТНП в значительной степени влияют также элементы потребительских предпочтений (качество товаров, фирма производитель и т.д.), которые требуют специального анализа.

Изучение эластичности спроса на ТПН имеет определенное количество ограничений не только в количестве потенциальных покупателей, но и таких факторов, как: - наличие партнерских отношений предприятия производителя и предприятия потребителя; - уровень цен на импортную продукцию того же назначения; - уровень экспорта продукции предприятия-производителя; - производственные мощности предприятия-производителя по выпуску исследуемого товара и реальные возможности ее увеличения и многие другие.

5. Существенное различие коэффициентов эластичности спроса на предметы первой необходимости и предметы роскоши. Предметы первой необходимости обычно имеют неэластичный спрос, а предметы роскоши – эластичный. Однако это также имеет определенные оговорки, которые зависят от уровня жизни в стране, в частности в посткризисных условиях, наличия устойчивого среднего класса населения, уровня инфляции и других факторов [6].

6. Спрос на взаимозаменяемые товары с изменением цены обычно эластичен. Однако реакция спроса может быть противоположна, т. е. при росте цен на один товар и сокращении его спроса, спрос на заменитель может возрасти. На дополняемые товары при изменении цен спрос изменяется в одном направлении [7].

7. Изменение цен на продукцию предприятия при сложившихся ценах на рынке может проявляться в значительном изменении эластичности спроса. При повышении цен относительно среднерыночных, спрос на продукцию может упасть, предприятие сокращает производство товара, повышаются издержки производства и обращения и предприятие теряет долю рынка и прибыль. Снижение цен относительно среднерыночных приводит к ускорению реализации продукции и повышению доли рынка. В последнем случае эластичность спроса будет выше.

8. При анализе эластичности спроса важное значение имеет также «порог реакции потребителя», т.е. небольшое изменение цены может остаться незамеченным потребителем. Например, небольшое снижение цены товара не скажется на величине спроса, но вызовет потери в выручке и прибыли предприятия. Значительное снижение цены товара предприятием может быть квалифицировано как установление демпинговой цены и иметь антимонопольные последствия.

9. Обеспечение устойчивости работы предприятия на рынке требует определения и реализации четко определенных стратегических задач (стабилизация доля рынка, обеспечение лидерства, последовательный рост доли рынка и т.д.). Изучение эластичности спроса является только одной информационной составляющей для выработки предприятием обоснованной ценовой политики с учетом экономических интересов (эластичности предложения).

Выводы

В современный посткризисный период в экономике страны существуют ярко выраженные проблемы изменения цен на товары и услуги под воздействием различных объективных и субъективных факторов в основном в сторону повышения. Доходы населения падают и финансовое положение предприятий ухудшается. На этом фоне происходит снижение спроса на товары и услуги.

Существует огромное количество факторов, непосредственно влияющих на ценовую эластичность спроса: заменяемость товара аналогами, *имидж производителя, степень необходимости товара в повседневной жизни, срок использования товара (повседневные товары и товары длительного пользования, фактор времени и другие.*

При анализе эластичности важное значение имеет **эластичность спроса по доходу, отражающая** возможное изменение спроса на товар по отношению к изменению дохода потребителя. Количественно эластичность спроса по доходу определяется с помощью соответствующего коэффициента.

Для большинства товаров коэффициент эластичности по доходу обычно име-

ет положительное значение. Эти товары в экономической практике называются нормальными товарами или товарами высшей категории.

Под **ценовой эластичностью предложения** понимают степень чувствительности производителя к изменению цены продукции.

При анализе эластичности предложения современные исследователи выделяют три периода: кратчайший; краткосрочный; долгосрочный.

В пределах кратчайшего периода производитель не успевает отреагировать на изменение спроса и цены товара на рынке, поэтому предложение совершенно неэластично.

В пределах краткосрочного периода производственные мощности отдельных предприятий также остаются практически

неизменными, однако у них есть время, чтобы использовать свои мощности более интенсивно.

Необходимо отметить, что независимо от степени эластичности или неэластичности цена и выручка производителя всегда изменяются в одном и том же направлении.

Устойчивость работы предприятия на рынке требует определения и реализации четко определенных стратегических задач (стабилизация доля рынка, обеспечение лидерства, последовательный рост доли рынка и т.д.). Изучение эластичности спроса является важной информационной составляющей для выработки предприятием обоснованной ценовой политики с учетом экономических интересов (эластичности предложения).

Библиографический список

1. Аркадьева Р.Ю. Спрос и предложение в современной российской экономики: эластичность и факторы // Твой день. 2014. № 3. С. 9-12.
2. Брю С. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М.: Высшее образование, 2014. 764 с.
3. Волков А. Эластичность спроса и предложения: ситуация меняется // Мировая экономика и международные отношения. 2014. № 2. С. 29-34.
4. Макконнелл К. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М.: Высшее образование, 2014. 764 с.
5. Нуреев Р. Курс микроэкономики. М.: ИНФРА-М, 2013. 560 с.
6. Пиндайк Р. Микроэкономика. М.: Экономика, 2014. 652 с.
7. Рубинфельд Д. Микроэкономика. М.: Экономика, 2014. 652 с.
8. Сажина М.А. Экономическая теория: Учебник для вузов. М.: НОРМА-ИНФРА-М, 2011. 629 с.
9. Селищев А.С. Микроэкономика: Анализ рынка. Теория цены. Рынок и общество: Учебник. СПб.: Питер, 2012. 447с.
10. Симкина Л.Г. Микроэкономика: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2012. 360 с.