МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра «Экономика предприятия»

О. В. БЫЧКОВА

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебно-методическое пособие

Донецк
ГОУ ВПО «ДонНУ»
2020

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73
Б95

Рекомендовано к изданию ученым советом Донецкого национального университета (протокол № 1 от 31.01.2020 г.)

Рецензенты:
главный научный сотрудник отдела финансово-экономических исследований ГУ «Институт экономических исследований»,
доктор экономических наук, доцент *Р. И. Балашова;*

профессор кафедры экономики предприятия ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»,
доктор экономических наук, профессор *Т. Л. Иванова*

Бычкова О.В.
Б 95 Микроэкономика: учебно-методическое пособие для бакалавриата и специалитета укрупненной группы направлений подготовки и специальностей 38.00.00 Экономика и управление / О. В. Бычкова. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2020. – 143 с.

В учебно-методическом пособии изложены материалы по изучению учебной дисциплины «Микроэкономика»: опорный конспект тем, планы практических занятий, методические рекомендации к выполнению самостоятельной и индивидуальной работы, задания для самостоятельной работы, тестовые задания, критерии оценивания, список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые информационные ресурсы. В книге нашли отражение особенности современных положений изучения микроэкономики.

Для обучающихся в бакалавриате и специалитете по укрупненной группе направлений подготовки и специальностей 38.00.00 Экономика и управление, а также для магистрантов, аспирантов, докторантов, преподавателей, научных и практических работников для получения дополнительных знаний по проблематике микроэкономической теории.

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73

©ГОУ ВПО «ДонНУ», 2020
©Бычкова О. В., 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ……6

ВВЕДЕНИЕ……7

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ТЕМ

Тема 1. ПРЕДМЕТ И МЕТОД МИКРОЭКОНОМИКИ. ПРОБЛЕМА ВЫБОРА……8

1.1. Предмет микроэкономики…….…..8
1.2. Методы экономической теории. Позитивная и нормативная микроэкономика……...10
1.3. Потребности, блага, ресурсы…….……13
1.4. Проблема выбора и ограниченность ресурсов…….....16
1.5. Экономические системы……20

Тема 2. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ……22

2.1. Спрос и величина спроса…….…….……22
2.2. Предложение и величина предложения…….…23
2.3. Влияние на динамику спроса и предложения ценовых и неценовых факторов……24

Тема 3. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ ЦЕН, СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ПРОБЛЕМА СТАБИЛЬНОСТИ В МИКРОЭКОНОМИКЕ……27

3.1. Рыночное равновесие…….……27
3.2. Устойчивость рыночного равновесия……...28
3.3. Государственное регулирование цен и проблема стабильности……29

Тема 4. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ……31

4.1. Понятие эластичности……31
4.2. Эластичность предложения……...…33
4.3. Практическая значимость концепции эластичности спроса…….…34

Тема 5. ТЕОРИЯ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ……36

5.1. Полезность……...36
5.2. Принцип максимизации полезности. Бюджетное ограничение……38
5.3. Эффект дохода и эффект замены……..39
5.4. Приложение теории функции полезности к анализу динамики реального дохода домашних хозяйств……40

Тема 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ И ОСНОВЫ ТЕОРИИ ПРОИЗВОДСТВА……41

6.1. Процесс производства и факторы производства……..41
6.2. Производственная функция……42
6.3. Равновесие производителя и отдача от масштаба производства……...…43

Тема 7. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА……45

7.1.Теория фирмы, краткосрочный и долгосрочный периоды анализа фирмы……..…45
7.2.Издержки производства и их виды……46

7.3.Поведение издержек производства в краткосрочном периоде……..47
7.4.Анализ издержек в долгосрочном периоде. Эффект масштаба производства……49

Тема 8. РЫНОК СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ……51
8.1. Рыночные структуры: типы и определяющие признаки. Рыночная власть……51
8.2. Особенности спроса, предложения и доход на рынке совершенной конкуренции……52
8.3. Модель поведения и равновесие предприятия в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде……..…54
8.4. Долгосрочное равновесие на рынке совершенной конкуренции……...55

Тема 9. МОНОПОЛЬНЫЙ РЫНОК……56
9.1. Типы несовершенной конкуренции. Монополия……56
9.2. Монопольный рынок в краткосрочном периоде……58
9.3. Монопольный рынок в долгосрочном периоде……....58
9.4. Экономические последствия монополизации рынка и антимонопольная деятельность государства……60

Тема 10. ОЛИГОПОЛИЯ, ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ОЛИГОПОЛИИ……62
10.1. Олигополия……62
10.2. Определение цены и объема выпуска олигополистической фирмой ……..……63
10.3. Ценообразование в олигополистической рыночной структуре……...……64
10.4. Дуополия……65

Тема 11. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ТЕОРИЯ, ОСОБЕННОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ……67
11.1. Монополистическая конкуренция……..67
11.2. Неценовая конкуренция……...68
11.3. Эффективность и издержки монополистической конкуренции……..69
11.4. Преимущества и недостатки монополистической конкуренции……70

Тема 12. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКОВ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА……72
12.1. Спрос на факторы……..……72
12.2. Рынок труда……...73
12.3. Рынок природных ресурсов……....74
12.4. Рынок капиталов……...…74

Тема 13. ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЭКОНОМИКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ, ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ БЛАГА……77
13.1. Экономика благосостояния……77
13.2. Хозяйственные мероприятия и их воздействие на домашние хозяйства……...78
13.3. Проблема формализации социального оптимума……82
13.4. Разновидности внешних эффектов и провалы рынка……..83

ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ……86

ЗАДАЧИ……90

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ……...105

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА……..….119

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ РАБОТА…….126

ОЦЕНИВАНИЕ……..133

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ……138

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ……..141

ЗАКЛЮЧЕНИЕ…….142

ПРЕДИСЛОВИЕ

Получение качественного экономического образования предполагает комплексное усвоение знаний и навыков в области теоретических и практических основ экономики, а также наличие умения ориентироваться в современной экономической ситуации. В данном случае особенно актуальным становится ознакомление студентов с категориями, инструментами, методами микроэкономического анализа поведения экономических агентов и применения этих методов; формирование представлений о поведении рыночных экономических субъектов (потребителей, производителей) в рыночных условиях.

В подобных условиях изучение учебной дисциплины «Микроэкономика» является важным и актуальным. Она дает студентам современное представление о микроэкономическом механизме функционирования современного обществ.

Данное учебно-методическое пособие позволяет обучающимся пройти наиболее полную подготовку и успешно освоить все материалы для изучения «Микроэкономики» по профессиональной программе подготовки по укрупненной группе направлений подготовки «Экономика и управление». Данное пособие охватывает все без исключения темы, предусмотренные для изучения.

Основной особенностью данного учебно-методического пособия является желание автора изложить многие актуальные проблемные теоретические и практические вопросы изучения микроэкономических проблем экономики с позиции изучения и обобщения разрозненных взглядов и позиций как отечественных, так и зарубежных авторов – теоретиков микроэкономики. Также актуальным является использование математического метода при изучении положений микроэкономики, что дает большую точность и лаконичность изложения материалов.

ВВЕДЕНИЕ

Целью изучения и преподавания курса «Микроэкономика» в системе высшего профессионального образования является рассмотрение, изучение и усвоение студентами экономических категорий, инструментов, методов микроэкономического анализа поведения экономических агентов и применение их; формирование представлений о поведении рыночных экономических субъектов (потребителей, производителей). В связи с этим актуальным является изучение классических положений микроэкономики.

Материалы учебно-методического пособия изложены с такими целями: ознакомить читателей со сложными экономическими понятиями и моделями, изучаемыми в микроэкономической теории; а также выработать и закрепить навыки анализа экономических предпосылок микроэкономических моделей, их математического описания и геометрической интерпретации.

Настоящее учебно-методическое пособие подготовлено для комплексного изложения материалов предусмотренных для успешного освоения обучающимися учебных материалов, а также ставит целью вооружить читателя знаниями по обеспечению современного методологического и теоретического фундамента практической деятельности магистров в качестве экономистов-практиков высшей квалификации, владеющих теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для подготовки, принятия и реализации эффективных решений, а также экономистов-исследователей. В пособии определен круг основных и дополнительных источников знаний, заданий, требований и критериев оценки полученных знаний.

Учебно-методическое пособие к изучению учебной дисциплины «Микроэкономика» подготовлено в соответствии с образовательной программой подготовки в бакалавриате и специалитете. Учебными планами предусмотрены практические занятия, индивидуальная и самостоятельная работа, цель которых - закрепить теоретический материал и приобрести навыки практической работы по использованию теоретических положений микроэкономической теории, использованием навыков микроэкономического анализа. А также содержат контрольные задания для оценки уровня усвоения знаний.

В пособии приведен опорный конспект тем, который включает наиболее важные положения, касающиеся основных теоретически и практических положений микроэкономической теории.

При изложении планов практических занятий приведены основные вопросы для осуждения и проведения устных опросов, а также определены вопросы для проведения контрольного тестирования и написания контрольных работ, указан перечень книг, Интернет-ресурсов, научных статей для более детального изучения.

Отдельно приведены примеры решения задач, а также задачи для решения на практических занятиях и в ходе самостоятельной подготовки. Также приведены тестовые задания, которые позволяют оценить уровень усвоения материалов студентами.

При изложении положений самостоятельной работы приведён перечень тем для докладов, рефератов, эссе и научных докладов.

Особое внимание в учебно-методическом пособии уделено организации индивидуальной работы, которая по данной дисциплине предполагает выполнение индивидуальной исследовательской работы, написания научной статьи или обзора литературных источников по предложенному перечню тем и соответственно проблем развития микроэкономической мысли.

Для оценки уровня знаний приводятся пример задания модульного контроля, пример экзаменационного билета, а также указываются критерии оценки уровня знаний.

Большое внимание в учебно-методическом пособии уделено формированию списка литераторы (основной и дополнительной) и информационных источников, так как зачастую новые положения микроэкономики содержатся в разрозненных источниках, попытка объединить которые предпринята в данном пособии.

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ТЕМ
ТЕМА 1

ПРЕДМЕТ И МЕТОД МИКРОЭКОНОМИКИ. ПРОБЛЕМА ВЫБОРА

1.1. Предмет микроэкономики
1.2. Методы экономической теории. Позитивная и нормативная микроэкономика
1.3. Потребности, блага, ресурсы
1.4. Проблема выбора и ограниченность ресурсов
1.5. Экономические системы

1.1. Предмет микроэкономики

Современная экономическая наука в наши дни получила более распространенное название – экономическая теория, а в англо-американской литературе – «*экономикс*». Под термином «экономикс», который впервые ввел английский экономист Альфред Маршалл (1842-1924 гг.) в своей книге «Принципы Экономикс», понимается аналитическая наука об использовании ограниченных ресурсов семьи, предприятия и общества в целом для производства различных благ, их распределения и обмена между членами общества в целях в целях удовлетворения человеческих потребностей. Именно А. Маршалл считается «родоначальником» микроанализа.

Макроэкономика, как и микроэкономика, представляет собой раздел экономической теории. В переводе с греческого слово «макро» означает «большой» (соответственно «микро» – «маленький»), а слово «экономика» – «ведение хозяйства».

Таким образом, *макроэкономика* – это наука, которая изучает поведение экономики в целом или ее крупных совокупностей (агрегатов), при этом экономика рассматривается как сложная большая единая иерархически организованная система, как совокупность экономических процессов и явлений и их показателей.

В отличие от *микроэкономики*, которая изучает экономическое поведение отдельных (индивидуальных) хозяйствующих субъектов (потребителя или производителя) на индивидуальных рынках, *макроэкономика* изучает экономику как единое целое, исследует проблемы, общие для всей экономики, и оперирует совокупными величинами, такими как валовой внутренний продукт, национальный доход, совокупный спрос, совокупное предложение, совокупное потребление, инвестиции, общий уровень цен, уровень безработицы, государственный долг и др.

Основными проблемами, которые изучает *макроэкономик*а, являются:
- экономический рост и его темпы;
- экономический цикл и его причины;
- уровень занятости и проблема безработицы;
- общий уровень цен и проблема инфляции;
- уровень ставки процента и проблемы денежного обращения;
- состояние государственного бюджета, проблема финансирования бюджетного дефицита и проблема государственного долга;
- состояние платежного баланса и проблемы валютного курса;
- проблемы макроэкономической политики.

Микроэкономика – составная часть экономической теории, изучающая экономические взаимоотношения между людьми и определяющая общие закономерности их хозяйственной деятельности.

Микроэкономика – это наука о принятии решений, изучающая поведение отдельных экономических субъектов. Ее основными проблемами являются:

- цены и объемы выпуска и потребления конкретных благ;
- состояние отдельных рынков;
- распределение ресурсов между альтернативными целями.

Микроэкономика изучает относительные цены, т.е. соотношения цен отдельных благ, в то время как абсолютный уровень цен изучает макроэкономика.

Этапы развития микроэкономики:

0. Классическая политическая экономия: в рамках исследований классиков политической экономии – Адама Смита, Давида Рикардо, Жана Батиста Сэя, Томаса Мальтуса – рассмотрение микроэкономических аспектов деятельности народного хозяйства было неотъемлемой частью общих экономических рассуждений о причинах формирования богатства.

I. «до 1871 г.» не появилось известного научного труда, предлагавшего новую систему экономического мышления взамен классической. Однако появлялись работы, предлагавшие отдельные подходы, впоследствии вошедшие в инструментарий экономической теории. Так, в 1826 г. немец Иоганн фон Тюнен впервые использовал дифференциальное исчисление в экономической науке и предложил свой вариант дифференциальной ренты в пространственной экономике. Француз Огюст Курно в 1838 г. предложил вариант анализа поведения фирм на рынке («модель Курно»). В 1854 г. Герман Госсен исследовал психологический фактор экономического поведения субъектов и сформулировал законы насыщения потребностей человека.

II. 1871-1880-е гг. «Маржиналистская революция» 1871-1874 гг. (использование в анализе предельных величин и отказ от теории трудовой стоимости австрийцем Карлом Менгером, англичанином Уильямом Стенли Джевонсом и швейцарцем Леоном Вальрасом) привела к формированию новой дисциплины, названной по-английски «economics» («экономической теорией»).

Австрийская школа – Карл Менгер, Эйген фон Бём-Баверк, Фридрих фон Визер открыли принципы предельной полезности и предложили порядковый (ординалистский) подход к ее определению. Модернизировав теорию предельной полезности, американец Джон Бейтс Кларк создал теорию предельной производительности факторов производства. Математическая школа Уильяма Стенли Джевонса и Лозаннская школа Леона Вальраса использовали аппарат дифференциального исчисления для анализа поведения как потребителя, так и производителя в условиях совершенной конкуренции. Одновременно Леон Вальрас, впервые после «Экономической таблицы» Франсуа Кенэ, предложил математическую модель общего экономического равновесия в экономике.

III. 1890-1920-е гг. В 1890 г. английский экономист Альфред Маршалл публикует свою монографию, ставшую основным учебником по микроэкономике первой половины XX века. Он предложил компромиссный вариант определения рыночной стоимости предельной полезностью и затратами производства, сформулировал Закон спроса и предложения. Артур Пигу продолжил исследования Маршалла, проанализировав ситуацию монопольных рынков и вариантов государственного регулирования возникающих рыночных несовершенств с помощью налогов.

Представители математической школы (Вильфредо Парето, Фрэнсис Эджворт) используя математику как инструмент экономических исследований, предложили количественный (кардиналистский) подход к определению предельной полезности, обосновали теорию общего экономического равновесия.

IV. 1930-1960-е гг. Микроэкономика пополняется новыми открытиями. В публикациях 1930-х г. началось активное исследование ситуаций монополистической конкуренции и олигополии (Джоан Робинсон (1933 г.), Эдвард Чемберлин (1933 г.), Генрих фон Штакельберг (1934 г.)).

В 1930-1940-е гг. происходит активное изучение различных микроэкономических моделей. В рамках изучения влияния цен на поведение потребителя Джон Хикс выделяет эффекты дохода и замещения (ранняя работа Евгения Слуцкого была не замечена англоязычными авторами).

В связи с появлением в 1936 г. трактата Дж. М. Кейнса «Общая теория занятости, процента

и денег» экономическая теория разделилась на два крупных блока – микроэкономику и макроэкономику (в дальнейшем отделилась также международная экономика). Одновременно с начала 1930-х г. началось развитие эконометрики.

Выход в 1944 г. работы «Теория игр и экономическое поведение» Джона фон Неймана и Оскара Моргенштерна ознаменовал появление нового теоретического подхода для анализа экономического поведения в рамках микроэкономики – теории игр. Однако только после работ Джона Нэша в начале 1950-х годов новый инструментарий стал входить в практику использования экономистов-теоретиков.

Непосредственным *предметом микроэкономики* являются: экономические отношения, связанные с эффективным использованием ограниченных ресурсов; принятие решений отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора.

В микроэкономике особое значение имеет изучение следующих вопросов:

- экономическое поведение людей, которое закрепляется в адекватных институтах и общественных структурах. В качестве ключевых институтов выступают рынок, собственность и государство;
- принятие экономическими субъектами решений и реализация ими соответствующих экономических действий;
- проблема выбора одного из альтернативных вариантов; она ставит вопрос о редкости благ и их ограниченности.

Микроэкономика исходит из следующих предпосылок:

а) *экономического атомизма*, означающего, что микроэкономика сосредоточивает свое внимание на поведении экономических субъектов, которые принимают и реализуют свои решения в процессе экономической деятельности;

б) *экономического рационализма*, сущность которого состоит в допущении оценки экономическими агентами своих выгод и затрат, сравнение которых в процессе принятия экономических решений дает возможность установить наиболее эффективные действия конкретного экономического агента, обеспечивающие извлечение максимального дохода.

Современная *микроэкономика* состоит из *четырех частей*. *Первая часть* посвящена анализу закономерностей образования потребительского спроса. В этой части микроэкономики развиваются теории предельной полезности. Во *второй части* микроэкономики анализируется предложение в первую очередь с точки зрения изучения поведения отдельной фирмы и формирования ее издержек в конкретных рыночных условиях. *Третья часть* посвящена анализу соотношения спроса и предложения в зависимости от различных форм рынков (рынков совершенной или несовершенной конкуренции). В *четвертой части* – теории распределения – анализируются рынки и проблемы ценообразования факторов производства.

1.2. Методы экономической теории. Позитивная и нормативная микроэкономика

В *экономической теории* широко используются различные *методы* исследования. Ниже приведены основные методы изучения реальной действительности экономической теории.

1. Метод анализа и синтеза – анализ предполагает разделение рассматриваемого объекта или явления на отдельные части и определение свойств отдельного элемента. С помощью синтеза получают полную картину явления в целом.

2. Метод индукции и дедукции – при методе индукции происходит исследование отдельных фактов, принципов и формирование общих теоретических концепций на основе получения результатов (от частного к общему). Метод дедукции предполагает исследование от общих принципов, законов, когда положения теории распределяются на отдельные явления.

3. Метод системного подхода – рассматривает отдельное явление или процесс как систему, состоящую из определённого количества взаимосвязанных между собой элементов, которые взаимодействуют и оказывают влияние на эффективность всей системы в целом.

4. Метод математического моделирования – предполагает построение графических, формализованных моделей, которые в упрощенном виде характеризуют отдельные экономические явления или процессы.

5. Метод научной абстракции – позволяет исключать из рассмотрения отдельные несущественные взаимоотношения между субъектами экономики и концентрировать внимание на рассмотрении нескольких субъектов.

6. Метод функционального анализа – используется зависимость функция-аргумент для проведения экономического анализа и выведения заключений.

7. Метод графических изображений – позволяет оценить соотношение между различными экономическими показателями, их поведение под влиянием изучаемой экономической ситуации.

8. Метод сравнительного анализа – сопоставление частных и обобщающих показателей с целью выявления наилучшего результата.

9. Метод позитивного и нормативного анализа – позитивный метод исследует фактическое состояние экономики; нормативный метод определяет конкретные условия и экономические аспекты, которые желательны, либо нежелательны в обществе.

10. Практические мероприятия – проведение практических мероприятий с целью подтверждения выдвинутой экономической гипотезы.

Функции экономической теории:

1. *Познавательная* – позволяет анализировать отдельные процессы экономики, устанавливает взаимосвязи между этими явлениями, определяет свойства субъектов экономики (финансово-кредитные учреждения, предприятия, государство, население).

2. *Методологическая* – позволяет определять экономическую теорию как основу для развития целого ряда других экономических дисциплин (маркетинг, статистика, менеджмент, ценообразование).

3. *Образовательная* – позволяет формировать у граждан экономическую культуру, логику, основные понятия о рынке.

4. *Практическая* – рекомендации по совершенствованию текущей экономической ситуации, снижению уровня инфляции, увеличению валового национального продукта и т.д., разработка конкретных принципов и способов рационального хозяйства;

5. *Прогностическая* – на основе анализа экономических явлений и процессов разрабатывать направления перспективного развития.

Позитивная микроэкономика изучает факты и зависимости между этими фактами и отвечает на вопрос: что есть или может быть.

Она имеет дело с фактическим состоянием экономики и призвана помогать составлять правильную экономическую политику. То есть она занимается констатацией фактов.

Позитивный подход анализирует:

- к каким последствиям приводит то или иное решение экономического субъекта;
- при помощи каких средств может быть достигнута поставленная цель;
- какова будет цена ее достижения.

Кроме того позитивный подход предполагает:

- объяснение и прогнозирование экономических явлений;
- изучение общеэкономических закономерностей;
- выявление причинно-следственной связи или функциональной связи между явлениями.

Нормативная микроэкономика предлагает рецепты действий, определяет, какие условия экономики желательны или нежелательны, и отвечает на вопрос: что должно быть. Нормативная экономическая теория имеет отношение не только к проблеме справедливости в распределении продукта. Оценочные суждения также возможны по поводу оставшихся трёх основных видов выбора, совершаемого каждой экономической системой: при принятии решения о том, что производить, будет ли справедливым разрешить производство табака и алкогольных напитков, и в то же время запретить производство марихуаны и кокаина? При совершении выбора «как производить» возможно ли позволить людям работать в опасных или вредных условиях, или труд

в этих условиях должен быть запрещён? Решая, кто и какую работу будет выполнять, справедливо ли ограничивать доступ к различным видам работы на основе возраста, пола или расы? Нормативные проблемы охватывают все стороны экономики.

Позитивная теория, не предлагая никаких оценочных суждений, фокусирует свое внимание на процессах, в результате действия которых люди получают ответы на четыре основных экономических вопроса. Эта теория анализирует действие экономики, влияние определенных институтов и политических действий на экономическую систему. Позитивная наука прослеживает связи между фактами, ищет измеримые закономерности в происходящих процессах.

Предназначение экономической теории заключается в том, чтобы, во-первых, описать и объяснить процессы производства и обращения; во-вторых, обеспечить должное экономическое поведение хозяйственных субъектов. В обоих случаях мы сначала имеем дело с позитивной экономикой, а затем – с нормативной. Позитивная экономика описывает факты, условия, отношения в сфере экономики, взаимосвязи между ними, наиболее существенные процессы хозяйственной деятельности и их взаимодействие с другими экономическими и социальными процессами. Одним словом, позитивная экономика занимается раскрытием содержательной стороны явлений и процессов хозяйственной жизни общества, т.е. раскрытием экономических законов и закономерностей.

Нормативная экономика охватывает моральные и стоимостные оценки экономических явлений и процессов, руководствуясь знанием позитивной экономики. Скажем, каков допустимый уровень инфляции или нормы процента? Следует ли через системы налогообложения перераспределять доходы в пользу бедных слоев общества? Какими темпами должны расти или сокращаться расходы на оборону? Ответы на эти вопросы диктуются политическим выбором. В заключение можно сказать, что позитивная экономика занимается познанием и действием экономических законов, тогда как нормативная экономика – их использованием.

Разграничение микроэкономики на позитивную и нормативную является исходным пунктом в *методологии* микроэкономической теории.

Основные *методы* изучения реальной действительности *позитивной* микроэкономической теории следующие:

1. *Предельный анализ,* или маржинализм, суть которого состоит в том, что экономические явления анализируются не только в законченном (изучение общих, средних величин), но и в постоянно изменяющемся виде.

2. *Функциональный анализ,* предполагающий следующую последовательность исследования: вначале выявляется типичное качество явления, затем устанавливаются факторы, влияющие на это качество. И наконец, определяется способ взаимосвязи факторов с ранее установленным качеством – функция. Считается, что величина является переменной, если она меняет свое значение под влиянием тех или иных факторов. Например, y является функцией x и записывается таким образом: $y = f(x)$, где y – функция x, а x – аргумент функции.

3. *Равновесный подход* означает, что микроэкономика изучает состояние относительной стабильности, т. е. когда отсутствуют внутренние тенденции к изменению такого состояния. Если при незначительном изменении внешних условий экономическое положение изменяется существенно, такое равновесие называется неустойчивым. Если же при внешних изменениях в самой системе имеются силы, которые возобновляют в системе прежнее положение, то такое равновесие называется устойчивым.

4. *Метод верифицируемости* (проверяемости) теории, согласно которому теория должна получить частичное или косвенное подтверждение на практике. В том случае, когда теория не согласуется с фактами, то теорию или улучшают, или отвергают и создают новую. Позитивисты считают – нужно объяснять, что и как происходит в экономике, однако давать субъективных оценок не следует.

Приверженцы *нормативного подхода* широко используют моделирование экономических явлений и процессов, т.е. исследование объектов познания осуществляется не непосредственно, а косвенно, путем моделей.

В микроэкономике преобладает идеальное моделирование, которое подразделяется на

знаковое и интуитивное.

Знаковое моделирование предполагает использование формул и графиков. Графические модели обладают значительной объясняющей способностью. Различают два типа графиков: эмпирических зависимостей и теоретических зависимостей. Первые представляют собой эмпирическое отражение зависимости между переменными величинами. Вторые выступают в форме теоретического отображения зависимости между экономическими переменными и применяются с целью пояснения процессов функционирования ирреальных экономических систем либо их составных элементов.

На графиках эмпирических зависимостей каждая точка демонстрирует значения переменных совместно обсервационных наблюдаемых. Графики теоретических зависимостей зачастую показываются в виде сплошных линий, а не в виде множества отдельных точек.

В микроэкономике применяются модели *двух видов* – оптимизационные и равновесные.

Оптимизационные модели используются при изучении поведения отдельных экономических субъектов. В этих моделях основными рабочими категориями являются предельная полезность, предельный продукт, предельные затраты, предельная выручка и т.п.

Равновесные модели применяются при изучении взаимоотношений между экономическими субъектами. Эти модели выступают частным случаем более общего класса моделей взаимодействия экономических субъектов. Посредством равновесных моделей изучаются и равновесное, и неравновесное положение экономической системы. В микроэкономической теории модели рыночного равновесия имеют особое значение потому, что экономические субъекты могут эффективно осуществлять свою хозяйственную деятельность только при условии, что они имеют достоверную информацию обо всех ценах и на потребляемые ими ресурсы, и на предлагаемые им блага. Поскольку каждый отдельный экономический субъект не может иметь такую информацию, то оптимальным способом изучения ценообразующих факторов может стать допущение о равновесном положении и незначительных изменениях одной конкретной цены.

1.3. Потребности, блага, ресурсы

Исходное определения экономики основано на том, что экономическая деятельность людей направлена на удовлетворение их потребностей и поэтому включает в себя такие элементы, как потребности, ресурсы, технологии, продукты и их использование.

При данном подходе к экономике возникают и первые элементарные *экономические проблемы*:

- что производить? (какие потребности удовлетворять);
- как производить? (из каких ресурсов, при какой технологии);
- с какой целью? (для кого производить, направления использования продукта).

Потребности являются исходным пунктом экономической деятельности, а их удовлетворение – конечным результатом.

Необходимость постоянно удовлетворять потребности – свойство человеческого общества, каждого человека. Потребности многообразны.

Потребности можно классифицировать по различным критериям:

- потребности в средствах существования, т.е. благах, удовлетворяющих жизненно важные потребности людей (еде, одежде, жилье и т.д.);
- потребности в социально-культурных средствах жизни человека (образовании, культуре, досуге и т.д.);
- потребности в средствах деятельности (предметы для производства товаров, услуг и т.д.);
- потребности в удовлетворении социально-престижных благ (туристические услуги, предметы роскоши и т.д).

Возможны и другие классификации потребностей: по виду удовлетворения (индивидуальное, коллективное); по альтернативности удовлетворения потребностей и т.д.

С точки зрения экономики особенно важно отметить принципиальное свойство изменения потребностей – с развитием общества происходит возрастание и постоянное изменение

потребностей по их структуре, качеству и количеству. Появляются не только новые потребности, но и отмирают старые, изменяется соотношение между видами потребностей и т.д. Это находит отражение в законе возвышения потребностей.

Возрастание потребностей и их изменение создает сильнейший побудительный мотив для создания благ, предназначенных для удовлетворения потребностей людей.

Возможности для постоянного удовлетворения потребностей создаются лишь благодаря наличию ресурсов у страны, общества, отдельных людей.

Человек, для того, чтобы жить, должен удовлетворять свои потребности, то есть потреблять.

Потребность – это нужда в чем-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития личности, фирмы, коллектива или общества.

В самом общем плане все потребности человека условно можно разделить на:

- первичные (низшего порядка);
- вторичные (высшего порядка).

К первичным относят насущные потребности человека, без удовлетворения которых он не может выжить как физиологическая существо.

К вторичным зачисляются все те потребности, которые не являются первичными.

Удовлетворения человеческих потребностей требует определенных средств, которые называют благами.

Экономическая деятельность людей направлена на удовлетворение их потребностей и включает в себя такие компоненты: потребности, ресурсы, технологии, продукты и их использование. Их взаимосвязь отразим на рис. 1.1.

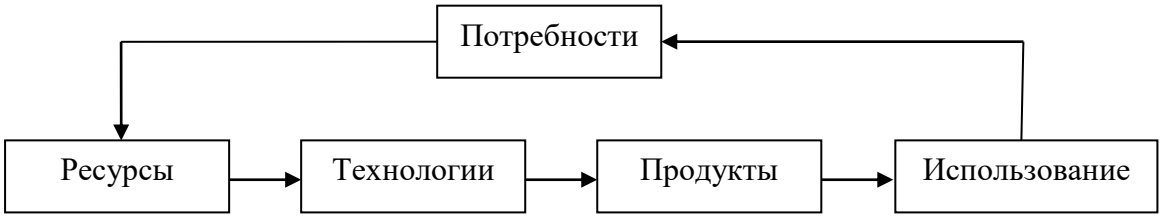


Рис.1.1. Схема удовлетворения потребностей

Последовательность действий при этом является спиралеподобной: удовлетворение одной потребности приводит к формированию новой.

Экономическая деятельность всегда представляет собой конкретное экономическое поведение, осуществляемое в конкретных формах и определенными субъектами. Все экономические субъекты могут заниматься двумя видами деятельности: преобразованием одних объектов в другие и их использованием для собственных нужд. В первом случае они будут производителями, а во втором – потребителями.

Объектами экономической деятельности производителей и потребителей является благо.

Блага – это средства удовлетворения потребностей человека.

Все блага, которые может потреблять население нашей воображаемой страны, делятся на две группы, в зависимости от ограниченности их потребления.

Свободные блага – это блага, которые для потребления не требуют отказа от других благ, и, следовательно, могут потребляться в неограниченном количестве. Например, свободным благом является воздух, человек свободно вдыхает его, даже не задумываясь об этом. Или солнечный свет в безоблачный день. Или вода на берегу моря.

Экономические блага – это блага, которые для потребления требуют отказа от некоторого количества других благ и поэтому не могут потребляться в неограниченном количестве.

Во-первых, это просто редкие блага, которые могут использоваться различными способами. Например, найденная жемчужина может быть использована как украшение и как подарок. Если вы ее подарите, вы не сможете носить ее сами.

Во-вторых, это блага, для производства которых требуются ограниченные ресурсы. Например, чтобы произвести булочку, нужно затратить природные ресурсы и труд, которые могли бы быть израсходованы на производство яблока. Следовательно, вам приходится жертвовать яблоком для приобретения булочки.

Блага могут быть свободными или экономическими в зависимости от условий местности и времени, в которых находится человек. Например, вода будет являться свободным благом на берегу реки и экономическим благом в пустыне.

Большинство известных вам благ являются экономическими по одной простой причине – эти блага человек придумал сам и нигде в природе их обнаружить нельзя. Эти блага требуют производства, для которого и существует хозяйство.

Главный признак экономических благ – их ограниченность по сравнению с потребностями в них. Для того, чтобы производить экономические блага, которые удовлетворяют человеческие потребности, необходимые экономические ресурсы.

Объектами, по поводу которых возникают экономические отношения названных выше субъектов на микроуровне, есть ресурсы и продукты экономической деятельности.

Ресурсы – это имеющиеся возможности для создания благ и удовлетворения потребностей.

Ресурсы многообразны и могут быть классифицированы по-разному:

- Природные ресурсы, т.е. имеющиеся у общества запасы полезных ископаемых, благоприятные условия для сельского хозяйства, выгодное географическое положение.

- Ресурсы, созданные и накопленные предыдущими поколениями для производственной деятельности и потребления, т.е. имеющиеся предприятия, транспортные системы, жилые дома и т.д.

- Людские ресурсы с их опытом, квалификацией, уровнем образования, а также предпринимательскими способностями.

- Денежные, золотовалютные и другие ресурсы.

- Технология и научно-технические ресурсы, т.е. имеющиеся у общества накопления, заделы современного технологического прогресса и т.д.

Возможны и другие классификации ресурсов. Например, по альтернативности возможностей их использования, взаимозаменяемости, исчерпаемости и неисчерпаемости в данный период времени и т.д. Однако независимо от типа классификации все ресурсы имеют общее – они характеризуют исходную и основную предпосылку экономической деятельности: наличие ресурсов необходимого качества и многообразия является исходным условием для создания благ и, следовательно, удовлетворения потребностей.

Человеческие потребности могут быть удовлетворены различными способами и при помощи различных средств.

Первоначально развитие человечества основывалось преимущественно на приспособлении удовлетворения потребностей к естественным условиям (собирание плодов, использование рек в качестве транспортных путей и т.д.). Лишь по мере развития общества выявилась очевидная связь между удовлетворением потребностей и развитием производства, совершенствованием технологий.

В процессе производственной деятельности людей происходит приспособление исходных ресурсов к человеческим потребностям, создание благ, удовлетворяющих те или иные потребности людей. Однако потребности удовлетворяются не только материальными продуктами.

Экономические ресурсы – это человеческие, природные и капитальные блага, которые используют для производства новых экономических благ.

К экономическим относят ресурсы:

1) имеющие обособленное от их владельца существования:

- естественный экономический ресурс «земля», который включает не только землю как таковую, но и недра, воды, леса, фауну и флору, не созданы человеческим трудом;

- капитал – орудия труда и предметы труда, созданные человеком.

2) которые не имеют обособленного от их владельца существования:

- способность к наемному исполнительной труда;

- способность к предпринимательству, то есть к креативной, организаторской, новаторской и управленческой деятельности.

Продуктами экономической деятельности могут быть как средства производства (капитал), так и предметы потребления (в форме вещей и услуг).

По поводу этих объектов между микроэкономическими субъектами возникают рыночные отношения, которые проявляются в определенных поведенческих функциях.

1.4. Проблема выбора и ограниченность ресурсов

Необходимость принимать экономическое решение возникает только тогда, когда, с одной стороны, у экономического субъекта есть возможность совершить определенные экономические действия, а с другой стороны, когда налицо различные варианты таких действий. Различные варианты экономического действия обязательно должны быть альтернативными. Следовательно, можно сделать вывод, что проблема принятия экономического решения, в сущности, является проблемой выбора одного из альтернативных вариантов экономических действий.

Микроэкономика развивается на основе двух фундаментальных фактов:

1. материальные потребности общества неутолимы и безграничные;
2. экономические ресурсы общества ограничены и редки.

Все материальные потребности имеют свойства бесконечности, потому что подчиняются общему экономическому закону роста потребностей.

Все экономические ресурсы имеют одно свойство – *редкость*.

Редкость – ситуация, когда материальные потребности превосходят ограниченные экономические ресурсы, которые способны их удовлетворить.

Хозяйственная деятельность основана на принятии решений экономическими субъектами и представлена процессами производства, распределения, обмена и потребления.

Экономические субъекты – это отдельные индивиды, группы индивидов, общество в целом, организованные соответствующим образом. Основными субъектами в рыночной экономике выступают предприятия, располагающие определенными средствами (такими, например, как: здания и сооружения, оборудование, транспорт, сырье) необходимыми для регулярного осуществления хозяйственной деятельности в сфере производства, товарного оборота или услуг. В роли экономических субъектов выступают также домашние хозяйства, занимающиеся как потреблением, так и осуществлением некоторых видов производственной деятельности.

В современных условиях большое значение на протекание экономических процессов оказывает государство, роль которого в различных странах варьируется в зависимости от размеров государственного сектора. Деятельность ряда предприятий часто выходит за пределы страны и в этом смысле они становятся экономическими субъектами в международном масштабе. В процессе хозяйственной деятельности экономические субъекты используют такие факторы производства, как труд, капитал, землю (природные ресурсы), предпринимательские способности. Собственники факторов производства взамен поставляемых ими ресурсов получают доходы в виде заработной платы, процента, рентных и арендных платежей, прибыли, дивидендов.

Как научная дисциплина, экономика – это наука, занимающаяся исследованием поведения экономических субъектов при использовании ими ограниченных ресурсов, которые могут быть по-разному применены в сфере производства, распределения, обмена и потребления. Существенным элементом этого определения является то, что средства, находящиеся в распоряжении как отдельного экономического субъекта, так и всего общества в целом, ограничены.

Ограниченность отражает разрыв между общей суммой благ, которые необходимы субъектам для удовлетворения своих разносторонних потребностей, и возможностями их производства. Если бы не существовало ограниченности, то не было бы повода к изучению экономики, и, следовательно, к поиску ответа на вопросы «что, как, сколько и для кого» производить, чтобы достичь максимальной экономической эффективности.

Другим элементом определения выступает то, что ограниченные ресурсы могут быть применены по-разному. Если бы при производстве благ всегда существовал только один метод и если бы применялись одни и те же средства, тогда проблема выбора не существовала бы. В действительности всегда в распоряжении находятся много различных методов. Один и тот же продукт может быть произведен при помощи разных инструментов, при использовании разного сырья, материалов и т.п. Поэтому мы говорим об альтернативном использовании материальных и финансовых средств. Часть средств может направляться на реализацию одних целей, а оставшаяся часть на реализацию других. Невозможно одни и те же средства одновременно использовать в разных сферах и достигать разных целей. Каждый экономический субъект, располагающий определенными средствами стремится распределить их так, чтобы получить максимальные экономические эффекты и тем самым как можно лучше реализовать свои цели. Распределение средств между различными конкурирующими целями называется в экономике размещением ресурсов.

Ресурсы производства в каждый конкретный момент времени ограниченны по отношению к потребностям. Эта ограниченность может быть абсолютной (ресурсы вообще невозможно увеличить) либо относительной (ресурсы можно умножить, но в меньшей степени по сравнению с ростом потребностей). В первом случае предполагается недостаточность ресурсов для удовлетворения всех потребностей, во втором – недостаточность ресурсов для решения отдельной задачи.

Ограничителем труда как ресурса является общая численность населения каждой страны и доля в его составе трудоспособных лиц. Средства производства в принципе можно увеличивать до необходимых размеров, однако за короткий срок их нельзя получить бесконечно много, так как для изготовления машин, станков, оборудования требуется некоторое время. Что касается земли и полезных ископаемых, то к настоящему времени осталось ничтожно мало неосвоенных земель, пригодных для сельскохозяйственного производства. Крупномасштабное использование полезных ископаемых привело к их сильному истощению во многих регионах планеты.

Экономические ресурсы – это средства, необходимые для производства товаров и услуг. Они обладают одним общим свойством – «ограниченностью». Понятие *«ограниченности» (или редкости)* является одним из главных в экономической теории. Оно отражает реальное явление, которое «преследует» людей с момента их рождения на Земле.

Ограниченность ресурсов существует во всех странах: развитых и развивающихся, богатых и бедных. В любой стране люди хотят иметь больше благ и услуг, чем они получают. Реально человечество использует далеко не все имеющиеся ресурсы. Однако это не перечеркивает того факта, что на данный момент имеется лишь определенное количество экономических ресурсов. В каждый конкретный период времени имеющиеся ресурсы ограниченны, и это выдвигает проблему выбора.

Ограниченность ресурсов и производственных возможностей общества вынуждают делать выбор и в области ресурсов, и в сфере создания благ и услуг в экономике. В любой момент времени при условии ограниченности ресурсов экономика не может обеспечивать неограниченный выпуск товаров и услуг, так как производственные возможности общества ограниченны.

Различают абсолютную и относительную ограниченность ресурсов. Абсолютная ограниченность означает недостаточность экономических ресурсов для одновременного удовлетворения всех потребностей всех членов общества. Однако для удовлетворения некоторых потребностей людей ресурсов достаточно. Например, многие выпускники средней школы хотят получить высшее образование, но сталкиваются с проблемой конкурсного отбора. Это значит, что ресурсы общества не позволяют одновременно удовлетворить потребности всех абитуриентов. В этом суть абсолютной ограниченности ресурсов. Однако «лучшие из лучших» и «богатейшие из богатых» могут стать студентами. Для удовлетворения их потребностей в данное время производственных ресурсов – зданий, преподавателей, учебников, денежных средств достаточно. Это и есть «относительная» ограниченность ресурсов.

Выбор приходится делать и отдельному человеку (например, при наличии определенной суммы денег пойти в театр или приобрести видеокассету), и фирме (при выпуске дополнительной продукции купить новые станки или нанять дополнительное количество работников), и государству (увеличить армию или построить больницу).

Поскольку потребности безграничны, а ресурсы ограниченны, общество не в состоянии удовлетворить все потребности. Приходится решать, какие блага и услуги необходимо производить, а от каких в определенных условиях следует отказаться. Эта проблема существовала всегда.

Проблема выбора бесконечна. Само слово «выбор» означает, что имеется множество решений, из которых следует выбрать оптимальное, то есть вариант, который обеспечивает получение максимума продукта при минимуме затрат. Выбор как субъективное волеизъявление требует соответствующей материальной силы, которой является производство. Именно производство позволяет реализовать право выбора каждого потребителя и производителя в условиях ограниченности ресурсов.

Имеющихся в наличии у данного потребителя запасов благ может не хватать для удовлетворения данной потребности в полном ее объеме, что чаще всего и имеет место. Но даже если представить себе, что определенная потребность в данный период полностью удовлетворена, то и в этом случае будет совершенно очевидным, что все остальные существующие у данного экономического субъекта потребности, которые также могли бы быть удовлетворены за счет использования тех же самых средств, что и насыщенная потребность, остались неудовлетворенными. Такая ограниченность благ относительно потребностей в них выражается в категории недостаточности благ.

В результате редкость и недостаточность выступают в качестве различных сторон ограниченности благ. А сама ограниченность благ, в том числе ресурсов и технологий, представляется практически универсальным свойством благ, входящих в сферу экономической жизнедеятельности людей.

В результате существования редкости потребители и производители должны осуществлять выбор.

Экономический выбор – выбор лучшего (из возможных альтернативных) варианта использования ресурсов для максимального удовлетворения потребностей определенного уровня затрат.

Экономический выбор можно считать оптимальным, если он сделан на основе рационального поведения экономического субъекта.

Рациональное поведение экономического субъекта – такое поведение, при котором он максимизирует удовлетворение своих потребностей на основании имеющихся в его распоряжении ресурсов.

Экономические субъекты стремятся к максимизации полезности, для потребителя проявляется в удовлетворении своих потребностей; для фирмы – в прибыли; для государства – в уровне благосостояния народа.

Содержание и цель выбора – эффективность, то есть такое использование редких ресурсов, при котором достигается максимальное удовлетворение безграничных потребностей общества.

Критерии выбора – альтернативная стоимость (альтернативные издержки, затраты упущенных возможностей).

Сущность альтернативных издержек заключается в том, что экономические ресурсы, которые используются в одном месте, не могут в то же время быть использованы в другом месте, то есть производство одного товара влечет за собой отказ от возможности производства другого товара.

Альтернативные издержки – это затраты на производство товаров, оценены с точки зрения потерянной возможности использования тех же ресурсов в других целях.

Аксиомы по применению альтернативных издержек:

1. Чем выше альтернативные издержки, тем меньше вероятность, что товар будет производиться.

2. Чем меньше альтернативные издержки, тем больше вероятность, что товар будут производить.

Затратами на получение данного блага будут альтернативные неполученные при этом блага, а наивысшая выгода из отвергнутых при данном действии выгод от альтернативных благ будет составлять издержки данного действия.

Отличие альтернативных затрат от обычно имеющихся в виду производственных затрат может быть изображено на рис. 1.2.

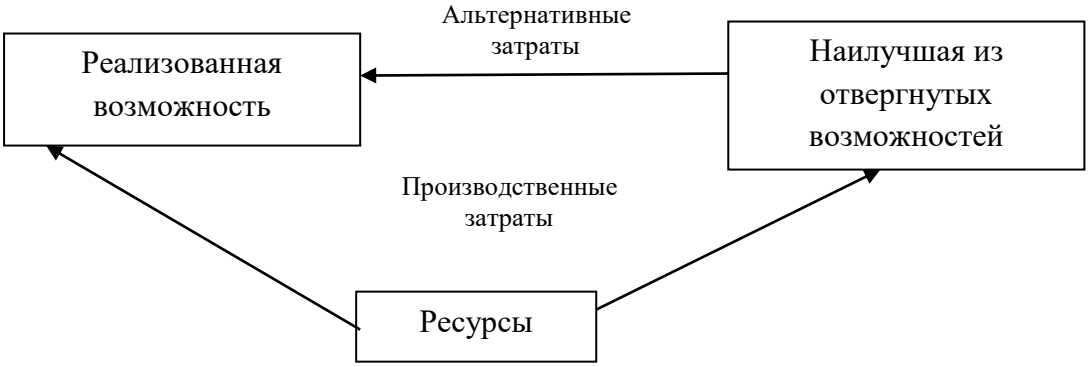


Рис. 1.2. Отличие обычных затрат от альтернативных

Учет альтернативных затрат при экономическом выборе является одним из важнейших принципов микроэкономического анализа.

В условиях ограниченности ресурсов нельзя увеличить потребление одного блага без сокращения потребления другого блага. Предположим: в обществе производятся товары *X* и *У*. Выпуск дополнительных единиц товара *X* может быть налажен путем использования определенного набора факторов производства. Но вследствие ограниченности ресурсов это количество факторов не будет использовано для производства товара *У*.

Все, что общество могло бы получить, но из-за ограниченности ресурсов не получило и упустило такую возможность составляет издержки упущенной возможности. Если для производства *X* необходимо отказаться от трех единиц *У*, то эти не выпущенные три единицы определяют издержки упущенной возможности производства единицы товара *X*.

Величина издержек упущенной возможности (альтернативных затрат) – это денежная выручка от наиболее выгодного из всех альтернативных способов использования ресурсов.

Ограниченность ресурсов порождает фундаментальную экономическую проблему выбора: какие товары и услуги должно производить общество, располагая ограниченным количеством земли, труда и капитала.

Рациональный выбор – это выбор, который делается на основе сопоставления выгод и альтернативных издержек любого решения. При этом выбираются те действия, которые наиболее экономически выгодны – т.е. приносят наибольшие выгоды по сравнению с издержками.

Предельные издержки – дополнительные затраты на приложение дополнительных усилий (или производство дополнительной единицы продукции, если эту единицу можно измерить количественно).

Предельная выгода – дополнительная выгода от приложения дополнительных усилий (или прибыль от продажи дополнительной единицы продукции).

Наглядное представление проблемы ограниченности ресурсов и необходимости выбора дает кривая производственных возможностей (рис. 1.3).

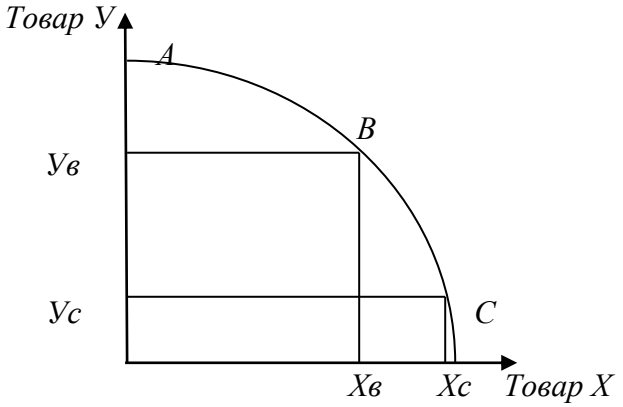


Рис. 1.3. Кривая производственных возможностей

При помощи кривой можно продемонстрировать проблему выбора и альтернативные издержки, можно продемонстрировать закон возрастания альтернативных издержек, продемонстрировать полную занятость, продемонстрировать состояние безработицы, неэффективное использование ресурсов, продемонстрировать экономический рост.

1.5. Экономические системы

Экономические системы – это совокупность взаимосвязанных экономических элементов, образующих определенную целостность, экономическую структуру общества, единство отношений, складывающихся по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ.

В любой экономической системе первичную роль играет производство в совокупности с распределением, обменом, потреблением. Во всех экономических системах для производства требуются экономические ресурсы, а результаты хозяйственной деятельности распределяются, обмениваются и потребляются. В то же время в экономических системах есть также элементы, которые отличают их друг от друга:

- социально-экономические отношения;
- организационно-правовые формы хозяйственной деятельности;
- хозяйственный механизм;
- система стимулов и мотиваций участников;
- экономические связи между предприятиями и организациями.

Критерии классификации экономических систем – это признаки, какие-то особенности, на основании которых производится классификация экономических систем. В качестве таких критериев можно использовать различия в той или иной структуре, характеризующей экономическую систему, в частности, различия в материально-технической структуре, в социально-экономической или в организационно-хозяйственной структуре.

Выделяют рыночную, командную, смешанную и традиционную экономики. Лучше всего изучена рыночная экономика, которая характеризуется как система, основанная на частной собственности, свободе выбора и конкуренции, опирается на личные интересы, ограничивает роль правительства.

Проблема координации в рыночных условиях анализируется с помощью модели кругооборота и модели спроса и предложения.

Модель кругооборота (рис. 1.4) разделяет экономику на два сектора: домашние хозяйства и фирмы. Домашние хозяйства используют доходы, которые они получают от продажи своих ресурсов – труда, капитала и земли, для покупки товаров и услуг от фирм. Фирмы используют деньги, которые они получают от продажи товаров и услуг, для покупки ресурсов у домашних хозяйств.

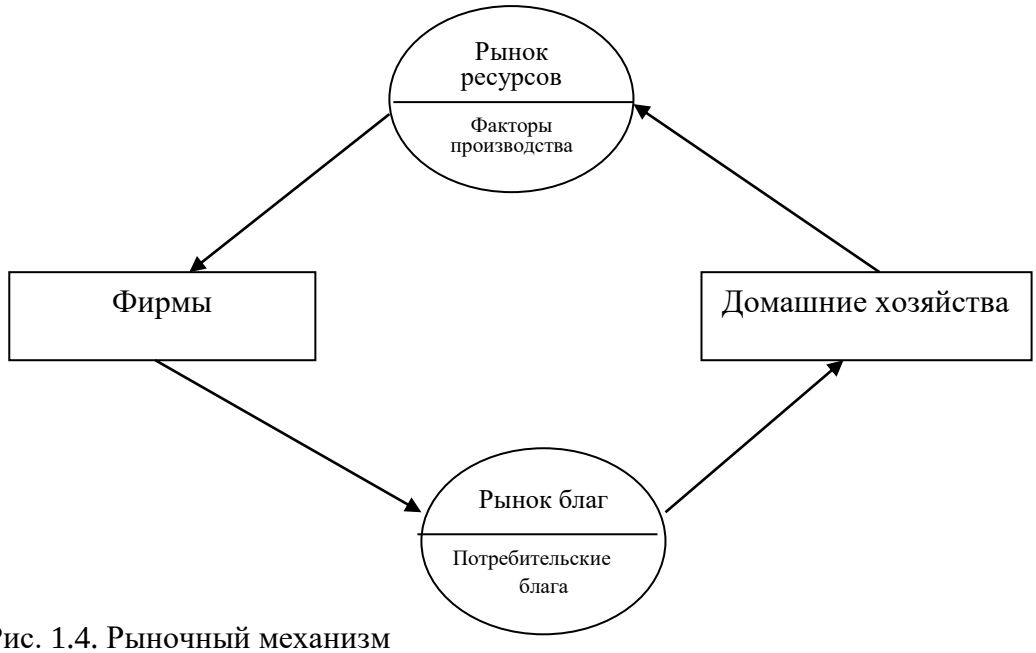


Рис. 1.4. Рыночный механизм

Экономическая эффективность – результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам. Складывается как интегральный показатель эффективности на разных уровнях экономической системы и является итоговой характеристикой функционирования национальной экономики.

На микроэкономическом уровне – это отношение произведённого продукта (объём продаж компании) к затратам (труд, сырье, капитал) минус единица.

Главным критерием социально-экономической эффективности является степень удовлетворения конечных потребностей общества, и прежде всего потребностей, связанных с развитием человеческой личности. Социально-экономической эффективностью обладает та экономическая система, которая в наибольшей степени обеспечивает удовлетворение многообразных потребностей людей: материальных, социальных, духовных, гарантирует высокий уровень и качество жизни. Основой такой эффективности служит оптимальное распределение имеющихся у общества ресурсов между отраслями, секторами и сферами национальной экономики.

Эффективность экономической системы зависит от эффективности производства, социальной сферы (систем образования, здравоохранения, культуры), эффективности государственного управления. Эффективность каждой из этих сфер определяется отношением полученных результатов к затратам и измеряется совокупностью количественных показателей.

Рекомендуемая литература

1. Васильева Е. В. Экономическая теория: конспект лекций / Е. В. Васильева, Т. В. Макеева. – Москва: Юрайт, 2009. – 39с.

2. Вечканов Г.С. Макроэкономика: учебник для вузов / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – [4-е изд.] Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.

3. Гальперин В.М.. Микроэкономика: В 2т. / В.М. Гальперин В.М., С.И. Игнатьев, В.И. Моргунов. / Под ред. В.М.Гальперина. – СПб.: Экон.шк., 1994. – Т.1. – 349с.

4. Емцов Р.Г. Микроэкономика: Учебник. 2-е изд. / Р.Г. Емцов, М.Ю. Лукин. - М.:МГУ им. М.В. Ломоносова. Издательство «Дело и Сервис», 1999. -320 с.

5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: В 2т. / Пер. с англ. 2-го изд. – М.: Республика, 1992. - Т.2. – 400с.

6. Тарасевич Л.С. 50 лекций по микроэкономике: учебное пособие /Л. С. Тарасевич, В. М. Гальперин, С.М. Игнатьев. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2000. – 860 с.

ТЕМА 2

ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

2.4. Спрос и величина спроса

2.5. Предложение и величина предложения

2.6. Влияние на динамику спроса и предложения ценовых и неценовых факторов

2.1. Спрос и величина спроса

Спрос на какой-либо товар характеризует наше желание купить то или иное количество этого товара. Именно «желание купить» отличает спрос от простого «желания» заполучить то или иное благо, чем бы оно ни диктовалось – настоятельной необходимостью удовлетворить жизненно важную потребность, требованиями комфорта или стремлением выглядеть не хуже других. Наличие спроса на какой-то товар предполагает чье-то согласие уплатить за него определенную цену, а значит, и согласие пожертвовать «в обмен» на покупку данного товара покупкой некоторого количества других товаров и услуг на ту же сумму. Следовательно, на спрос оказывают влияние не только вкусы и предпочтения покупателей, их желания, но и размеры их денежных доходов и сбережений, а также цены предлагаемых товаров. Объемом спроса на какой-либо товар называют количество этого товара, которое согласно купить отдельное лицо, группа людей или население в целом в единицу времени (день, месяц, год) при определенных условиях.

Величина спроса – количество конкретного товара или услуги, которое покупатель может купить по предлагаемой цене в течение определенного периода времени. Величина спроса зависит от доходов покупателей, цен на товары и услуги, ожиданий покупателей, их вкусов и предпочтений.

Кривая спроса отражает обратно пропорциональную зависимость между ценой и количеством блага, которое покупатели хотят и могут приобрести в единицу времени.

Функция спроса – функция, отражающая зависимость объема спроса на отдельные товары и услуги (потребительские блага) от комплекса факторов, влияющих на него. Другими словами – функция спроса выражает взаимозависимость между спросом на товар и ценой этого товара при условии, что другие факторы, влияющие на величину спроса, признаются постоянными.

Функция спроса – функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него различных факторов. Важнейшим из них является цена на единицу блага в данный момент. Чем ниже цена, тем выше спрос, и наоборот.

На спрос влияют не только цены, но и иные неценовые) факторы.

суммарное влияние которых можно выразить функцией:

Шкала спроса – таблица, в которой показано изменение количества того или иного блага, которое покупатели желают и способны приобрести в данное время в зависимости от изменения цены блага.

Закон спроса – количество товара, на которое предъявляется спрос, возрастает при снижении цены и сокращается при ее повышении. При этом нет строго одинакового соотношения между снижением цены и повышением спроса.

Под законом спроса понимается обратная зависимость между ценой и величиной спроса на блага в течение определенного периода.

Рассмотрим взаимосвязь рыночного и индивидуального спроса.

Рыночный спрос характеризует общий объем спроса всех потребителей при каждой данной цене данного блага.

Индивидуальный спрос – спрос конкретного потребителя; это соответствующий каждой данной цене объем благ, который тот или иной потребитель хотел бы купить на рынке.

2.2. Предложение и величина предложения

Предложение – это возможность и желание производителей предложить свои товары на рынке для продажи по определенным ценам в течение конкретного периода времени. Предложение зависит от существующих цен на факторные услуги (заработную плату, процент, ренту); производительности труда; ожидания производителей, экономической политики (налоги, субсидии, стимулы). Так повышение цен на определенные факторы может вызвать резкое снижение предложения товаров, в производстве которых участвуют эти факторы. Рост производительности труда ведет к снижению издержек и увеличению предложения.

Факторы, определяющие величину рыночного предложения называют детерминантами предложения. Это такие параметры рынка, которые определяют возможность производителей осуществлять рыночное предложение. При этом затраты на производство экономического блага не должны превышать рыночную цену данного блага.

Функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов. Функция предложения описывает зависимость между рыночной ценой товара и его предложением на изолированном рынке этого товара. В общем случае следует исходить из того, что рассматриваемый продукт производится на достаточно большом количестве конкурирующих между собой предприятий. В такой ситуации естественно считать, что каждый производитель стремится к наибольшей прибыли, и его индивидуальный выпуск продукта увеличивается по мере роста цены на этот продукт. Но тогда и общее предложение товара на рынке, как сумма индивидуальных выпусков, является возрастающей функцией цены.

Повышение цен на факторы производства означает сокращение предложения, то есть сдвиг кривой S в положение S_1. Наоборот, в случае понижения цен на факторы производства произойдет увеличение предложения, что приведет к сдвигу кривой S в положение S_2.

Аналогично *закону спроса*, в рыночной экономике действует и *закон предложения*.

Закон предложения выражает прямую зависимость между ценой и величиной предложения блага в течение определенного периода.

Закон предложения гласит: с повышением цен соответственно возрастает и величина предложения; со снижением цен сокращается также и предложение.

На величину предложения оказывают влияние как ценовые, так и неценовые факторы.

Закон предложения имеет две формы выражения:

- шкала предложения;
- кривая предложения.

Шкала предложения – это табличное выражение связи между рыночной ценой блага и тем количеством, которое по этой цене будут предлагать продавцы.

Кривая предложения – это графическое выражение связи между рыночной ценой блага и тем количеством, которое по этой цене будут предлагать продавцы.

Рассмотрим взаимосвязь индивидуального и рыночного предложения.

Индивидуальное предложение – предложение отдельного производителя. Индивидуальное предложение – это соответствующее каждой данной цене количество товара, которое готов предложить к продаже на рынке тот или иной производитель (продавец). Предложение разных производителей (продавцов) может измениться с разной степенью интенсивности при изменении цены.

Чем сильнее изменяется предложение в ответ на равное изменение цены, тем более полого выглядит на графике линия индивидуального предложения. При горизонтальном ее расположении зависимость изменения объема от изменения цены стремится к бесконечности. На оборот, вертикальный вид линии предложения говорит о «нечувствительности» функции предложения к

любым изменениям цены.

Рыночное предложение – совокупность индивидуальных предложений данного товара. Рыночное предложение находится чисто арифметически, как сумма предложений данного товара разными производителями по каждой возможной цене. График рыночного предложения определяется путем горизонтального суммирования графиков индивидуального предложения. Основными факторами предложения являются цена блага и неценовые факторы.

Переход к рыночному предложению аналогичен переходу от индивидуального к рыночному спросу. При этом возможно использование обоих методов: табличного и графического.

Пусть на рынке имеются только две фирмы производителя А и В. Зависимость их индивидуального предложения от цены представлена на двух первых графиках. Наклон кривой рыночного предложения зависит от количества производителей (продавцов) и общего объема их предложения.

Рыночная кривая предложения наклонена менее круто, чем кривые отдельных продавцов, поскольку рынок откликается на повышение цены большим абсолютным увеличением объема предложения.

Объем рыночного предложения зависит от факторов, которые определяют предложение отдельных продавцов: цены товара, цен на ресурсы, используемых для производства товара, уровня технологий и ожиданий, а кроме того, от количества поставщиков.

2.3. Влияние на динамику спроса и предложения ценовых и неценовых факторов

Конъюнктура рынка или рыночная конъюнктура – это конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени.

Понятие рыночной ситуации включает:

-степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения);

- сформировавшиеся, наметившиеся или изменившиеся тенденции развития рынка;
- уровень устойчивости или колебаний основных параметров рынка;
- масштабы рыночных операций и степень деловой активности;
- уровень коммерческого (рыночного) риска;
- силу и размах конкурентной борьбы;
- положение рынка в определенной точке экономического или сезонного цикла.

Главная цель изучения конъюнктуры рынка – определить характер и степень его сбалансированности, прежде всего соотношения спроса и предложения. Суть действия рыночного механизма проявляется в стремлении спроса и предложения к равновесию. Однако этот процесс, имеющий стохастический характер, происходит под постоянным воздействием множества противоречивых факторов, что и обусловливает наличие постоянных колебаний и отклонений от основной тенденции развития рынка. Анализ возможных диспропорций спроса и предложения предупреждает об изменении рыночной ситуации. Оценки состояния рынка способны варьировать от отметки, «ясно» до отметки «шторм»; и носят информационно-предупреждающий характер, как для предпринимателей, так и для органов управления.

Цена является самым важным фактором, определяющим величину спроса, т.е. объем покупаемых товаров. Однако существуют и другие факторы, влияющие на объем покупок, т.е. на спрос. Сюда относятся неценовые факторы, которые оказывают влияние на изменение спроса и этим самым сдвигают кривую спроса вправо (если спрос растет) или влево (если спрос падает).

Важнейшими *неценовыми факторами* изменения спроса (т.е. независимо от изменения цены) являются:

1. Вкусы и предпочтения потребителей. Изменение потребительских вкусов может быть вызвано рекламой, изменением моды, появлением новых продуктов в связи с новыми технологиями и т.д.

2. Число покупателей. Увеличение на рынке числа покупателей обуславливает повышение спроса и сдвиг кривой спроса вправо. Напротив, уменьшение числа покупателей сокращает спрос и сдвигает кривую спроса влево.

3. Рост и снижение доходов населения. Повышение денежных доходов приводит к тому, что спрос на большинство товаров повышается. И, наоборот, при снижении доходов спрос на такие товары падает. Товары, спрос на которые растет при увеличении доходов потребителей и падает при их уменьшении, называется товарами «высшей категории» или «нормальными товарами». Они могут относиться как к предметам первой необходимости, так и к предметам роскоши. Товары, спрос на которые изменяется в противоположном направлении с доходами, называется товарами «низшей категории».

4. Динамика цен на товары-заменители и сопутствующие товары. Взаимозаменяемые товары – это такие пары товаров, для которых рост цен на один товар приводит к росту спроса на другой товар.

5. Ожидания потребителей. Потребительские ожидания относительно возможного повышения цен или увеличения доходов могут побудить потребителей к увеличению покупок и уменьшению ограничений на текущие расходы. И наоборот, возможное понижение цен или уменьшение доходов могут побудить потребителей к уменьшению покупок и увеличению ограничений на текущие расходы.

На динамику *величины предложения* кроме цен могут влиять следующие факторы:

1. Цена на ресурсы. Существует тесная связь между издержками производства товаров и предложением этим товаров. Снижение цен на ресурсы снижает и издержки производства. Поэтому при неизменной цене на производимые товары их будет произведено и предложено больше. Это приведет к смещению кривой предложения вправо. И наоборот, если цены на ресурсы повысятся, то предложение товаров сократится, а кривая предложения сдвинется влево.

2. Уровень технологии производства. Совершенствование технологии позволяет снижать издержки. Это оказывает такое же влияние, как и снижение цен на ресурсы.

3. Государственная политика налогообложения и дотаций. Повышение налогов увеличивает издержки производства, а, следовательно, уменьшает предложение. Напротив, дотации государства на производство какого-либо товара ведут к снижению издержек. Следствием этого является увеличение предложения и сдвиг кривой предложения вправо.

4. Изменение цен на другие виды продукции. Если, например, увеличивается цена на кукурузу, а цена пшеницы, остается прежней, то предложение пшеницы уменьшится, а кукурузы – увеличится. В таком случае часть посевных площадей, на которых прежде возделывалась пшеница, будет засеяна кукурузой.

5. Ожидаемое изменение цены продукции. Здесь возможны различные варианты. Например, при ожидании роста цен фермеры могут задержать вывоз пшеницы текущего урожая на рынок. С другой стороны, ожидание предстоящего повышения цен способно побудить фирмы увеличить производственные мощности и тем самым вызвать увеличение предложения.

6. Изменение числа производителей. Чем больше в данной отрасли продавцов, тем больше будет и рыночное предложение. И наоборот, меньшее количество фирм сокращает предложение.

Воздействие неценовых факторов как бы нейтрализует влияние цены, во всяком случае изменения количества закупаемых товаров происходят при неизменяющихся ценах, а зачастую и независимо от их движения.

Рекомендуемая литература

1. Бутук А. И. Экономическая теория: учеб. пособие / А.И. Бутук. – К.: ВШ, 2000. – 208 с.

2. Васильева Е. В. Экономическая теория: конспект лекций / Е.В. Васильева, Т.В. Макеева. – М.: Юрайт, 2009. – 39 с.

3. Вечканов Г. С. Макроэкономика: учебник для вузов / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – [4-е изд.] Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.

4. Емцов Р. Г. Микроэкономика: Учебник. 2-е изд. / Р.Г. Лукин, М.Ю. Лукин. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова. Издательство «Дело и Сервис», 1999. – 320 с.

5. Максимова В. Ф. Микроэкономика: Учебно-методический комплекс / В.Ф. Максимова, Л.В. Горяинова. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 204 с.

6. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов / Р.М. Нуреев. – [2-е изд.]. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 572 с.

7. Тарасевич Л. С. 50 лекций по микроэкономике: учебное пособие /Л.С. Тарасевич, В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – 860 с.

8. Экономическая теория / Под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена; Пер с англ. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 944 с.

ТЕМА 3

РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ ЦЕН, СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ПРОБЛЕМА СТАБИЛЬНОСТИ В МИКРОЭКОНОМИКЕ

3.1. Рыночное равновесие
3.2. Устойчивость рыночного равновесия
3.3. Государственное регулирование цен и проблема стабильности

3.1. Рыночное равновесие

Рынки передают информацию в форме цен людям, которые покупают и продают товары и услуги. Продавцы и покупатели на этой основе информации планируют свою деятельность, взаимодействуют друг с другом с целью определения рыночной цены и количества реализуемой продукции. Эти рыночные взаимодействия продавцов и покупателей происходят с прямо противоположными целями – продавцы хотят продать как можно больше товара *(Q_{max})* по высокой цене *(P_{max})* , а покупатели – купить подешевле *(P_{min})* большее количество товара *(Q_{max})*.

Указанное можно изобразить на рис 3.1.

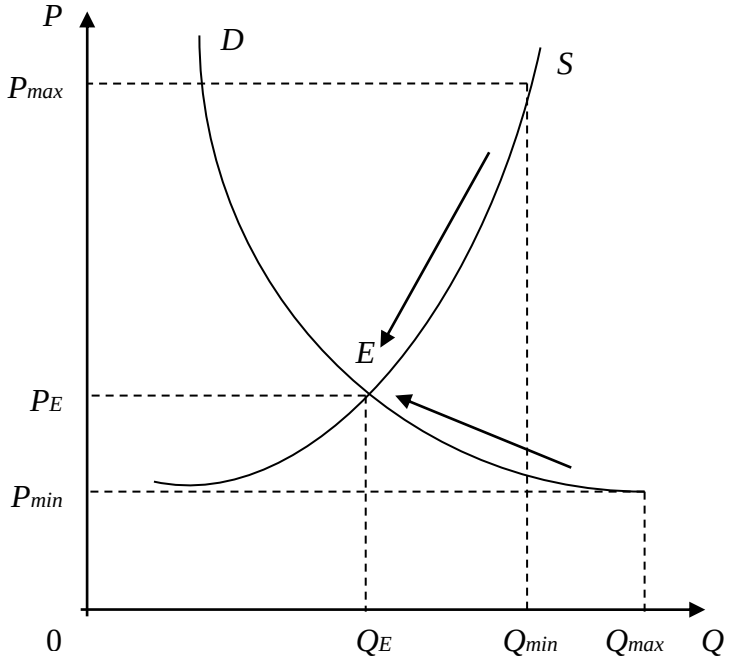


Рис. 3.1. Установление рыночного равновесия

Как видно интересы покупателей и продавцов находятся в крайних точках кривых *S* и *D* и не совпадают. Но так как покупатели и продавцы заинтересованы в заключении сделки, то они идут на взаимные уступки, что графически можно изобразить движением по кривым *S* и *D*. Соответственно покупатели начинают повышать цены, видя, что продавцы не продают товар по минимальной цены. А продавцы соглашаются снижать цены, видя, что покупатели не покупают товар по максимальной цене. Такое движение по кривым будет осуществляться до тех пор, пока покупатели и продавцы не достигнут точки совпадения интересов (точки пресечения кривых спроса и предложения *(E)*, которая называется точкой рыночного равновесия с координатами (P_E, Q_E).

Рыночное решение в данном случае носит название цены равновесия (P_E), то есть цены, по которой продавцы согласны продать, а покупатели купить тот или иной товар или услугу. Отсюда, *цена равновесия* – это такая цена, при которой количества спроса и предложения равны.

Правила взаимодействия спроса и предложения:

1) Увеличение спроса возникает спрос равновесной цены и равновесного количества товара.

2) Уменьшение спроса возникает падение и равновесной цены и равновесного объема товара.

3) Увеличение предложения влечет за собой уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товара.

4) Сокращение предложения влечет к увеличению равновесной цены и уменьшение равновесного количества товара.

3.2. Устойчивость рыночного равновесия

Проследим за процессом определения равновесных параметров рынка. Прежде всего, нам надо ясно представлять себе, что рынок далеко не всегда находится в состоянии равновесия. Рассмотрим в качестве аналогии нашу ходьбу. Очевидно, что пока мы не начали движение, мы находимся в равновесном состоянии. Затем мы наклоняем наше туловище и тем самым выводим себя из прежнего равновесного положения. Фактически мы начинаем падать, и только переставив ногу вперед и опираясь на нее, мы предотвращаем наше падение и переходим в новое устойчивое положение. Так мы делаем первый шаг, а затем все повторяется. Резюмируя, мы можем сказать, что наша ходьба представляет собой ряд последовательно сменяющих друг друга равновесных состояний и переходов от одного такого устойчивого положения к следующему. Точно таким же образом мы можем охарактеризовать и соответствующие развертывающиеся на рынке процессы.

В силу самых разных причин, рыночные цены могут отклоняться от равновесных. В этих условиях рынок становится разбалансированным. Такой рынок может быть охарактеризован либо дефицитом, либо излишком. Важнейшей особенностью рыночной экономики является способность рыночного механизма автоматически возвращаться к состоянию равновесия.

Избыток – это такая ситуация на рынке, когда величина предложения товара при данной цене превышает величину спроса на него. В этом случае между производителями возникает конкуренция, т е борьба за покупателя. В выигрыше остается тот, кто предлагает более выгодные условия реализации товара.

Дефицит – в этом случает величина спроса на товар по данной цене превосходит предлагаемее количество товара. В данной ситуации возникают соревнования уже между покупателями (возможность приобрести дефицитный товар). Побеждает тот кто предлагает большую цену за данный товар. Возросшая цена привлекает внимание производителей, которые начинают расширять производство, увеличивая тем самым предложение на товар. И тем самым система возвращается в состояние равновесия. Таким образом цена выполняет уравновешивающую функцию, стимулирует расширение производства и предложение товара при дефиците и сдерживая предложение, избавляя рынок от излишки.

Избыточный спрос или дефицит сопутствующий ценам ниже цены равновесия свидетельствует, что покупателям необходимо платить более высокую цену, чтобы не остаться без продукта. Растущая цена будет:

1) побуждать фирмы к перераспределению ресурсов в пользу производства данного товара;

2) вытеснять некоторых потребителей с рынка.

Избыточное предложение, или излишки продукции, возникающие при ценах выше цены равновесия, будут побуждать конкурирующих друг с другом продавцов снижать цены, чтобы избавиться от лишних запасов. Падающие цены будут:

1) подсказывать фирмам, что необходимо сократить ресурсы, затрачиваемые на производство данной продукции;

2) привлекут на рынок дополнительных покупателей.

Конкуренция продавцов – это тип взаимоотношений между продавцами по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке, проявляющийся в их соперничестве за наиболее выгодные условия сбыта товаров (в данном случае – банковских услуг) и получении на этой основе максимальной прибыли.

Конкуренция покупателей – это тип взаимоотношений покупателей по поводу формирования цен и объема спроса на рынке, проявляющийся в соревновании между ними за доступ к необходимым товарам и наиболее выгодные условия покупки.

Концепция потребительского излишка дает возможность усилить анализ рыночного равновесия, мероприятий государственного регулирования рынка, эффективности производства.

Концепция потребительского излишка используется для оценки налогового бремени и для определения выгод от субсидий.

Излишек производителя – это дополнительный доход, который получат производители, обеспечивающие производство блага с предельными издержками ниже равновесной рыночной цены.

Излишек производителей формируется в виде суммарной разницы между равновесной ценой и той ценой, по которой они готовы были продавать созданное ими благо.

3.3. Государственное регулирование цен и проблема стабильности

Равновесные цены не всегда соответствуют интересам потребителей, поэтому государство может законодательно установить фиксированные цены, которые бывают двух видов.

1. Максимальные цены. Общество может быть недовольно ценами вследствие их завышения. В этом случае государство снижает эту планку, предоставляя покупателям возможность удовлетворения потребностей.

2. Минимальные цены. Если равновесная цена оказывается слишком низкой, возникает дефицит товаров. Это связано с тем, что производители не желают продавать свой продукт за бесценок, так как производство не будет окупаться и фирма может оказаться на пороге разорения.

Поэтому необходимо *государственное вмешательство* с целью установления справедливости и оптимального равновесия на рынке.

Негативным последствием установления фиксированной цены является «черный» рынок, который представляет собой систему нелегального бизнеса. Кроме того, он провоцирует возникновение дефицита. Появление «черного» рынка связано с тем, что покупатель готов переплатить за товар, который отсутствует в ассортименте официального рынка.

Дело в том, что существуют ситуации, основанные на принципе «время – деньги», или же дефицит товара является побудительным мотивом для его подорожания. Такая практика имелась в России, когда во время гайдаровских реформ с повышением цены на картофель спрос на него тоже увеличивался, и во время перестройки, когда производилась выдача продуктов строго по карточкам и через очереди. На рынке несовершенной конкуренции государство осуществляет борьбу с фирмами-монополистами через антимонопольное законодательство. В этом случае оно заменяет рыночный механизм в условиях его блокирования, устанавливает собственный уровень цен, близкий по своему значению к равновесному состоянию. Это позволяет сгладить все противоречия рыночной деятельности и устранить дефицит, если таковой имеется.

Таким образом, рыночное равновесие, в крайнем случае, может быть установлено только посредством государственного вмешательства. Итак, государственное вмешательство в механизмы функционирования рынка – крайняя и вместе с тем необходимая мера, направленная на устранение недостатков экономики.

Государственное вмешательство в ценообразование реализуется на основе сочетания прямых и косвенных методов регулирования цен.

Прямое регулирование цен – административное вмешательство государства в действующие цены, участие государства в формирование уровней, структуры и движения цен, установление определенных правил ценообразования. Основные формы:

- общее замораживание цен (применяется крайне редко при чрезвычайно сильном инфляционном развитии экономики) и замораживание цен на отдельные товары;
- установление фиксированных цен и тарифов;
- установление пределов возможного роста цены за определенный период времени или предельного уровня цены (минимального или максимального);
- установление предельного норматива рентабельности;
- установление предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок;
- декларирование цен;
- установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции; установление паритетных цен.

Имеется перечень услуг транспортных, снабженческо-сбытовых и торговых организаций, по которым органам исполнительной власти субъектов федерации предоставляется право вводить государственное регулирование тарифов и надбавок. Это снабженческо-сбытовые и торговые надбавки к ценам на продукцию и товары, реализуемые в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях с ограниченными сроками завоза грузов; наценки на продукцию, реализуемую на предприятиях общественного питания при общеобразовательных школах, средних специальных и высших учебных заведениях; торговые надбавки к ценам на продукты детского питания, перевозки пассажиров и багажа железнодорожным транспортом в пригородном сообщении по согласованию с Министерством путей сообщения (железными дорогами) при условии возмещения убытков, возникающих вследствие регулирования тарифов за счет соответствующих бюджетов субъектов федерации, перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по внутриобластным и межобластным маршрутам, включая такси и др.

В целом перечень товаров и услуг, по которым допускается прямое регулирование цен, за последние годы существенно сокращен.

Косвенное регулирование цен – вмешательство в ценообразование, которое обеспечивается применением совокупности способов и средств, способствующих расширению товарного предложения на рынке, увеличению рыночного спроса, управлению доходами населения, регулированию налогов. Косвенное регулирование – это регулирование не самих цен, а факторов, влияющих на них. Осуществляется с помощью учетной ставки процента, налогов, дотаций, доходов, валютного курса, экспортно-импортных пошлин и квот.

Рекомендуемая литература

1. Бутук А. И. Экономическая теория: учеб. пособие / А.И. Бутук. – К.: ВШ, 2000. – 208 с.
2. Васильева Е. В. Экономическая теория: конспект лекций / Е.В. Васильева, Т.В. Макеева. – М.: Юрайт, 2009. – 39 с.
3. Вечканов Г. С. Макроэкономика: учебник для вузов / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – [4-е изд.] Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.
4. Емцов Р. Г. Микроэкономика: Учебник. 2-е изд. / Р.Г. Лукин, М.Ю. Лукин. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова. Издательство «Дело и Сервис», 1999. – 320 с.
5. Максимова В. Ф. Микроэкономика: Учебно-методический комплекс / В.Ф. Максимова, Л.В. Горяинова. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 204 с.
6. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов / Р.М. Нуреев. – [2-е изд.]. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 572 с.
7. Тарасевич Л. С. 50 лекций по микроэкономике: учебное пособие / Л.С. Тарасевич, В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – 860 с.
8. Экономическая теория / Под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена; Пер с англ. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 944 с.

ТЕМА 4

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

4.1. Понятие эластичности
4.2. Эластичность предложения
4.3. Практическая значимость концепции эластичности спроса

4.1. Понятие эластичности

Эластичность – степень реагирования одной переменной величины в ответ на изменение другой, связанной с первой величиной.

Понятие «эластичность» ввел в экономическую литературу А. Маршалл (Великобритания), его идеи были развиты Дж. Хиксом (Великобритания), П. Самуэльсоном (США) и др.

Способность одной экономической переменной реагировать на изменение другой может быть проиллюстрирована различными методами исходя из выбранных единиц измерения. В целях унификации выбора единиц измерения используется метод измерения в процентах.

Количественную меру эластичности можно выразить посредством коэффициента эластичности.

Коэффициент эластичности – это числовой показатель, отражающий процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной. Эластичность может изменяться от нуля до бесконечности.

Выделяют следующие виды эластичности:

- эластичность спроса по цене;
- эластичность спроса по доходу;
- эластичность предложения по цене;
- перекрестная эластичность спроса по цене;
- точечная эластичность спроса;
- дуговая эластичность спроса;
- эластичность соотношения цен и заработной платы;
- эластичность технического замещения;
- эластичность прямой линии.

Формы эластичности. Эластичность спроса по цене выступает в следующих основных формах:

- эластичный спрос *(ED > 1).* Ситуация, при которой величина спроса изменяется в большей степени, чем цены. Например, рост цены на 1% вызывает снижение величины спроса на 4%;

- неэластичный спрос *(ED < 1).* Ситуация, при которой величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цена. Например, рост цены на 1% приводит к снижению спроса лишь на 0,3%;

- единичная эластичность спроса *(ED = 1).* Она возникает в том случае, когда на каждый 1 % изменения цены количество спроса изменяется на 1%;

- совершенно эластичный спрос *(ED = ∞).* Ситуация, при которой величина спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены. В этом случае кривая спроса строго горизонтальна;

- совершенно неэластичный спрос *(ED = 0).* Ситуация, при которой величина спроса абсолютно не меняется при изменении цены. Такой спрос представлен вертикальной кривой спроса.

Эластичность спроса по цене – оценка изменения величины спроса на товар при изменении цены. Точнее, эластичность спроса по цене – это процентное изменение величины спроса, деленное на процентное изменение цены.

Эластичность спроса по цене представляет собой величину, используемую для измерения чувствительности объема спроса к изменению цены товара при условии, что остальные факторы, влияющие на спрос, неизменны.

Эластичность спроса по цене у разных товаров может значительно различаться. Спрос на предметы первой необходимости (продукты питания, обувь) неэластичен, поскольку они необходимы для жизни и, несмотря на повышение цены, отказаться от их потребления нельзя. Предметы роскоши, наоборот, имеют более высокую эластичность к изменению цены.

Эластичность спроса по цене зависит от следующих *факторов*:

- наличие товаров-субститутов (заменителей). Спрос на товары будет изменяться, если изменяются цены на другие товары, каким-либо образом связанные с данным товаром. В этой связи необходимо провести различие между взаимозаменяемыми и дополняющими товарами.

Взаимозаменяемые товары – это группа товаров, удовлетворяющих аналогичные потребности. Например, различные средства для стирки белья, те или иные виды прохладительных напитков и т. д. В случае если значительно увеличится цена на стиральные порошки, спрос на мыло вырастет, так как оно окажется относительно дешевле. Тогда кривая спроса на мыло сдвинется вправо.

Дополняющие товары – это товары, которые не могут потребляться один без другого. Примерами дополняющих товаров могут служить фотоаппараты и фотопленка, магнитофоны и кассеты, теннисные ракетки и теннисные мячи и т.д. Если увеличится цена на теннисные ракетки, то спрос на мячи упадет. Тогда кривая спроса на теннисные мячи сдвинется влево.

Чем больше товаров-субститутов, удовлетворяющих сходную потребность человека, тем выше эластичность. Товары, не имеющие заменителей (например, инсулин), неэластичны;

- время приспособления к изменению цены. В долгом периоде спрос обычно более эластичен, поскольку только с течением времени люди получают возможность находить больше заменителей. В коротком периоде спрос очень неэластичен;

- доля потребительского бюджета, отведенного на продукт. Небольшие доли бюджета, идущие на потребление благ первой необходимости, при повышении цен на них могут не влиять существенно на их потребление. К таким товарам относятся, например, туалетная бумага, соль и т.п.

Чтобы *измерить эластичность*, нужно установить, насколько изменяется спрос при изменении цены.

Различают несколько *форм эластичности спроса по цене*:

- эластичный спрос, если абсолютное значение эластичности колеблется в пределах от 1 до бесконечности;
- неэластичный спрос, если абсолютное значение эластичности изменяется от 0 до 1;
- единичная эластичность, если эластичность равна -1, а ее абсолютное значение равно 1;
- совершенно неэластичный спрос, если эластичность спроса по цене равна нулю;
- совершенно эластичный спрос, когда абсолютное значение эластичности равняется бесконечности.

Коэффициент эластичности спроса по доходу – это показатель эластичности спроса по доходу, посредством которого измеряется данный вид эластичности.

Коэффициент эластичности спроса по доходу есть отношение относительного изменения объема спроса на благо к относительному изменению дохода потребителя.

Он рассчитывается по формуле:

Перекрестная эластичность спроса по цене выражает относительное изменение объема спроса на одно благо при изменении цены на другое благо при прочих равных условиях.

Различают три вида перекрестной эластичности спроса по цене: положительная, отрицательная и нулевая.

Положительная перекрестная эластичность спроса по цене относится к

взаимозаменяемым товарам (товарам-субститутам). Например, масло и маргарин являются товарами-заменителями, они конкурируют на рынке. Повышение цены на маргарин, которое удешевляет масло по отношению к новой цене маргарина, вызывает рост спроса на масло. В результате увеличения спроса на масло кривая спроса на него сместится вправо, и его цена поднимется. Чем больше взаимозаменяемость двух благ, тем больше величина перекрестной эластичности спроса по цене.

Отрицательная перекрестная эластичность спроса по цене относится к взаимодополняемым благам (сопутствующим, комплементарным благам). Это блага, которые используются совместно. Например, обувь и гуталин являются взаимодополняемыми благами. Повышение цены на обувь вызывает сокращение спроса на нее, что, в свою очередь, уменьшит спрос на гуталин. Следовательно, при отрицательной перекрестной эластичности спроса с ростом цены одного блага сокращается потребление другого блага. Чем больше взаимодополняемость благ, тем больше будет абсолютное значение отрицательной перекрестной эластичности спроса по цене.

Нулевая перекрестная эластичность спроса по цене относится к благам, которые не являются ни взаимозаменяемыми, ни взаимодополняемыми. Этот вид перекрестной эластичности спроса по цене показывает, что потребление одного блага не зависит от цены на другое.

4.2. Эластичность предложения

Эластичность предложения показывает степень реакции производителя на изменение величины какого-либо фактора.

Эластичность предложения по цене – показатель степени чувствительности, реакция предложения на изменение цены товара.

Основным фактором эластичности предложения является время, поскольку оно позволяет производителям отреагировать на изменение цены товара.

Выделяют три временных периода:

- текущий период – период времени, в течение которого производители не могут приспособиться к изменению уровня цен;
- короткий период – период времени, в течение которого производители не успевают в полной степени приспособиться к изменению уровня цен;
- долгий период – период времени, достаточный для того, чтобы производители могли полностью приспособиться к изменению цен.

Различают следующие формы эластичности предложения:

- эластичное предложение – величина предложения изменяется на больший процент, чем цена, когда эластичность больше единицы *(Es > 1)*. Эта форма эластичности предложения характерна для долгого периода;
- неэластичное предложение – величина предложения изменяется на меньший процент, чем цена, когда эластичность меньше единицы *(Es < 1)*. Эта форма эластичности предложения присуща короткому периоду;
- абсолютно (совершенно) эластичное предложение имеет место тогда, когда величина предложения бесконечно изменяется при малом изменении цены *(Es = ∞)*. Эта форма эластичности предложения свойственна долгому периоду, а кривая предложения строго горизонтальна;
- абсолютно неэластичное предложение имеет место тогда, когда величина предложения абсолютно не меняется при изменении цены *(Es = 0)*. Эта форма свойственна текущему периоду, а кривая предложения строго вертикальна.

Понятие «эластичное предложение» применимо к таким переменным, как ставка процента, уровень заработной платы, цены на сырье и полуфабрикаты, применяемые при производстве нужного блага.

Для большинства промышленных товаров эластичность предложения по отношению к

ценам на сырье отрицательна, поскольку повышение цены на сырье приводит к увеличению издержек фирмы, что при прочих равных условиях вызывает сокращение выпуска продукции.

4.3. Практическая значимость концепции эластичности спроса

Введение эластичности в экономический анализ имеет огромное значение:

- с одной стороны, коэффициент эластичности – это инструмент статистических измерении, в том числе активно используемый в маркетинговых исследованиях;
- с другой стороны, концепция эластичности служит важным инструментом экономического анализа, поскольку в науке недостаточно только измерить, необходимо еще и уметь объяснить полученный результат.

Сегодня нет ни одного раздела экономики, где бы не использовалось понятие эластичности: анализ спроса и предложения, теория фирмы, теория экономических циклов, международные экономические отношения (МЭО), экономические ожидания и т.д.

Теория эластичности имеет важное значение для определения экономической политики фирм и правительства. Основные формы использования эластичности в микроэкономическом анализе:

- анализ поведения потребителя;
- определение ценовой политики фирмы;
- определение стратегии фирм и деловых предприятий, максимизирующей их прибыль;
- выработка мероприятий государственного регулирования экономики, особенно политики занятости населения;
- разработка структуры налогообложения;
- прогнозирование изменений в расходах потребителей и в доходах продавцов из-за изменения цены благ.

Основные формы использования эластичности в микроэкономическом анализе**:**

- анализ поведения потребителя;
- определение ценовой политики фирмы;
- определение стратегии фирм и деловых предприятий, максимизирующей их прибыль;
- выработка мероприятий государственного регулирования экономики, особенно политики занятости населения;
- разработка структуры налогообложения;
- прогнозирование изменений в расходах потребителей и в доходах продавцов из-за изменения цены благ.

Рекомендуемая литература

1. Вечканов Г. С. Макроэкономика: учебник для вузов / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – [4-е изд.] Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.
2. Гальперин В.М. Микроэкономика: В 2-х т. / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов; под общ. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2006. – Т. 1. – 352 с.
3. Ивашковский С.Н. Микроэкономика: Учеб. – 3-е изд., испр. / С.Н. Ивашковский. – М.: Дело, 2002. – 416 с.
4. Новикова И.В. Микроэкономика: учеб. Пособие / И.В. Новикова, Ю.М. Ясинский, А.О. Тихонов и др.; под ред. И.В. Новиковой и Ю.М. Ясинского. – Мн: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006. – 261 с.
5. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов / Р.М. Нуреев. – [2-е изд.]. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 572 с
6. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002.- 608 с.
7. Селищев А.С. Микроэкономика / А.С. Селищев. – СПб.: Питер, 2002. – 448с.

8. Тарасевич Л. С. 50 лекций по микроэкономике: учебное пособие / Л.С. Тарасевич, В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – 860 с.

9. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение / Д.Н. Хайман; под ред. С.В. Валдайцева. – М.: «Финансы и статистика», 1992. – 384 с.

10. Хорошун К.Н. Микроэкономика / К.Н. Хорошун. – Минск, БГУ 2005. – 321 с.

11. Чеканский А.Н., Фролова Н.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень: Учебное пособие / А.Н. Чеканский, Н.Л. Фролова. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 389 с.

12. Черемных Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень: Учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 843с.

ТЕМА 5

ТЕОРИЯ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ И ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

5.1. Полезность
5.2. Принцип максимизации полезности. Бюджетное ограничение
5.3. Эффект дохода и эффект замены
5.4. Приложение теории функции полезности к анализу динамики реального дохода домашних хозяйств

5.1. Полезность

Перед каждым потребителем стоят три вопроса: 1.Что купить? 2. Сколько стоит? 3. Хватит ли денег, чтобы осуществить покупку? Чтобы ответить на первый вопрос, надо выяснить полезность вещи для потребителя, чтобы ответить на второй – исследовать цену, чтобы решить третий вопрос – определить доход потребителя. Эти три проблемы – полезность, цена и доход – и составляют содержание теории поведения потребителя.

Потребитель, руководствуясь своими предпочтениями, выбирает лучший товарный набор из числа ему доступных или стремится получить наибольшее удовлетворение своих потребностей при заданном доходе, или максимизирует полезность при ограниченном доходе. Этот критерий рациональности сформулирован, как «выбор лучшего из доступного». Данный критерий очень близок к критерию «затраты - выгоды», ведь идея обоих критериев одинакова: потратить имеющиеся деньги наиболее эффективным образом. При этом речь идет о выборе, «лучшем» с точки зрения субъективной оценки данного индивида и не подлежащего каким-либо нормативным оценкам со стороны экономистов; последние лишь учитывают шкалу предпочтений индивида как некую данность.

В этой связи выделяют так называемые *аксиомы потребительского выбора*, которые призваны объяснить предпочтения рационального потребителя:

1. Аксиома сравнимости (или аксиома полной упорядоченности), согласно которой, если дан некий набор товаров *A*, то любой другой набор товаров, например, набор *B*, может быть либо лучше набора *A*, либо хуже набора *A*, либо равноценен ему.

2. Аксиома транзитивности, согласно которой, чтобы принять определенное решение и реализовать его, потребитель должен последовательно переносить предпочтения с одних благ и их наборов на другие. Предположение о транзитивности гарантирует рациональность (согласованность) предпочтений.

3. Аксиома рефлексивности, согласно которой каждый набор товаров по меньшей мере не хуже себя самого. Отсюда следует, что каждый набор товаров *A* принадлежит по меньшей мере одному множеству безразличия – тому, которое содержит как минимум сам набор *A*.

4. Аксиома ненасыщения (чем больше, тем лучше), согласно которой из двух наборов *A* и *B* первый предпочитается второму, если в наборе *A* содержится по крайней мере одного из товаров больше, чем в *B*, а другого - не меньше, чем в *B*.

5. Аксиома непрерывности, согласно которой множество безразличия – это непрерывные кривые. Это означает, что для того, чтобы потребитель оставался на данной кривой безразличия, любое уменьшение количества одного товара в наборе должно всегда сопровождаться определённым увеличением другого товара. Пропорция, в которой потребитель, стремящийся остаться на данной кривой безразличия, готов обменять товар, количество которого откладывается на вертикальной оси, на товар, количество которого откладывается на горизонтальной оси, характеризуется понятием предельной нормы замещения.

6. Аксиома строгой выпуклости множеств безразличия к началу координат, согласно которой лежащие на кривой безразличия различные наборы товаров одинаковы хороши для потребителя.

Потребитель стремится получить на свои деньги максимум удовлетворения. Это предположение носит название гипотезы о рациональности потребителя. Если мы назовем это удовлетворение словом «полезность», то гипотеза о рациональном поведении может быть сформулирована следующим образом: потребитель ведет себя так, чтобы максимизировать полезность при ограниченном доходе.

Прежде чем говорить о *полезности*, отметим, что такое потребности и что такое экономические блага. Потребность - это нужда или недостаток чего-либо необходимого для поддержания жизнедеятельности и развития личности и общества в целом. Потребности выступают как побудительный мотив человеческой деятельности.

Потребности обычно подразделяются на первичные, удовлетворяющие жизненно важные потребности человека (пища, одежда, жилище и др.), и вторичные, к которым относятся все остальные потребности (например, потребности досуга: кино, театр, спорт и т.д.). Первичные потребности не могут быть заменены одна другой, вторичные – могут.

Полезность выражает меру удовлетворения, которое получает субъект от потребления блага или выполнения какого-либо действия. *Полезность* – понятие сугубо индивидуальное: полезное для одного субъекта может быть бесполезно для другого. Полезность зависит от потребительских свойств благ и от самого процесса потребления, от того, кто и как удовлетворяет свои потребности. Сама полезность меняется с увеличением или уменьшением конкретного блага. В первом случае она убывает, во втором – увеличивается. Полезность имеет свойство порядковой измеримости, когда альтернативы могут быть ранжированы, но не имеет свойства количественной измеримости.

1. *Общая (совокупная) полезность* (*TU* − англ. *total utility*) – это удовлетворение, которое получают потребители от потребления всех единиц блага. Общая (совокупная) полезность изображена на рис. 5.1.

2. Каждая дополнительная единица товара приносит потребителю дополнительную полезность, которая называется *предельной полезностью данного блага* (в экономической теории слова «предельный» и «дополнительный» являются синонимами, т.е. имеют один и тот же смысл). Таким образом, под предельной полезностью (*MU*) понимается добавочная полезность, получаемая потребителем из одной дополнительной единицы продукции.

Количественный подход (кардиналистский) к измерению полезности. Кардиналистскую (количественную) теорию предельной полезности предложили независимо друг от друга У. Джевонс (1835–1882 гг.), К. Менгер (1840–1921 гг.) и Л. Вальрас (1834–1910 гг.) в последней трети XIX в. В основе этой теории лежало предположение о возможности соизмерения полезности различных благ.

Полезность в теории потребления выступает, прежде всего, не как объективное свойство вещи, а как субъективное отношение людей к товарам. При этом полезность от потребления зависит лишь от количества потребляемых единиц данного товара. Количественная теория стремится измерить полезность в условных единицах полезности «ютилы» (от англ. utility).

Ординалистская (порядковая) полезность – субъективная полезность, или удовлетворение, которую потребитель получает из потребляемого им блага, измеренная по порядковой шкале.

Ординалистскую (порядковую) теорию полезности предложили английский экономист и статистик Ф. Эджуорт (1845–1926 гг.), итало-швейцарский социолог и экономист В. Парето (1848–1923 гг.), американский экономист и статистик И. Фишер (1867–1947 гг.). В 30-х гг. XX в. после работ Р. Аллена и Дж. Хикса эта теория приобрела завершенную форму и по настоящее время остается наиболее распространенной.

Функция полезности – это функция, показывающая убывание полезности блага с ростом его количества.

Следовательно, чем большим количеством блага обладает индивид, тем меньшую ценность имеет для него каждая дополнительная единица этого блага. А это значит, что цена блага определяется не обшей, а предельной его полезностью для потребителя.

Кривая безразличия показывает различные комбинации двух экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя.

Предельная норма замещения (MRS) – количество, на которое потребление одного из двух благ должно быть увеличено (или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу.

5.2. Принцип максимизации полезности. Бюджетное ограничение

Кривые безразличия позволяют выявить потребительские предпочтения, однако при этом не учитываются: цены товаров и доход потребителя. Они не определяют, какой именно набор товаров потребитель считает для себя наиболее выгодным. Эту информацию дает нам *бюджетное ограничение*, показывающее все комбинации благ, которые могут быть куплены потребителем при данном доходе и данных ценах.

Бюджетная линия (линия бюджетного ограничения) – это прямая, точки которой показывают наборы благ, при покупке которых доход потребителя тратится полностью.

Равновесие потребителя – точка, в которой потребитель максимизирует свою общую полезность или удовлетворение от расходования фиксированного дохода.

Если кривая безразличия показывает, что потребитель хотел бы купить, а бюджетная линия - что потребитель может купить, то в своем единстве они могут ответить на вопрос, как обеспечить максимальное удовлетворение от покупки при ограниченном бюджете. Кривые безразличия и бюджетная линия используются для графической интерпретации ситуации, когда потребитель максимизирует полезность, получаемую им от покупки двух разных благ при имеющемся бюджете.

Оптимальный набор потребительских благ должен отвечать двум требованиям:

а) находиться на бюджетной линии;

б) предоставить потребителю наиболее предпочтительное сочетание.

Данные условия и их реализация обеспечивают оптимальный выбор точки на бюджетной линии. Для этого необходимо наложить бюджетную линию на карту кривых безразличия.

Итак, равновесие потребителя достигается в точке, в которой бюджетная линия касается наивысшей кривой безразличия. В этой точке норма замещения потребителя точно равна наклону бюджетной линии.

Решив задачу оптимального выбора потребителя можно найти количества товаров X и Y, максимизирующие полезность потребителя при данном бюджетном ограничении. Эти количества (X^* и Y^* – координаты точки оптимума потребителя) отражают спрос потребителя на указанные товары. Определим характер зависимости спроса, проследив динамику изменения спроса на товар при изменении цен и дохода. Рассмотрим две пары кривых: «доход-потребление» и кривая Энгеля; «цена – потребление» и кривая спроса. Кривые, образующие каждую из пар, строятся по одним и тем же данным и дают одну и ту же информацию в отношении спроса на товар, но в разных формах.

Изменение дохода потребителя вызывает параллельный сдвиг бюджетной линии. Уменьшение дохода смещает бюджетную линию к началу координат (при этом предполагается, что цены фиксированы). Смещение бюджетной линии приводит к новой точке равновесия, поскольку при каждом уровне дохода потребитель выбирает наиболее полезный набор благ. Связывая все точки равновесия на карте кривых безразличия, соответствующие различным величинам дохода *(E_1, E_2, E_3)*, получаем *кривую «доход – потребление».* Она показывает, как при фиксированных ценах меняется потребление индивида по мере роста его бюджета.

Кривая «доход – потребление» для нормальных, некачественных и нейтральных (независимых) благ имеет различный наклон.

Кривая для нормальных благ имеет положительный наклон, поскольку с увеличением дохода увеличивается потребление обоих благ *X* и *Y*.

Кривая «доход – потребление» для некачественных благ имеет отрицательный наклон. После достижения определенного уровня дохода дальнейшее его увеличение приводит к сокращению потребления блага. При достижении этого уровня дохода кривая «доход – потребление» принимает отрицательный наклон. При увеличении доходов выше определенного уровня потребители будут отказываться от потребления некачественных благ.

Кривая «доход – потребление» для нейтральных (независимых) благ вертикальна.

Кривые «доход – потребление» используются для построения *кривых Энгеля*, которые приводят в соответствие с уровнем дохода количество потребляемого товара. Зависимость объема спроса на благо от дохода потребителя в условиях стабильных цен, представленную в графическом виде, называют *кривой Энгеля* по имени немецкого статистика XIX в. Э. Энгеля, который первым провел углубленный анализ структуры расходов домашних хозяйств. Он считал, что с ростом семейного дохода доля расходов на питание сокращается, одежду и жилье – не изменяется, на образование – увеличивается.

5.3. Эффект дохода и эффект замены

Влияние изменения цены на величину спроса обусловлено двумя видами эффектов: эффектом дохода и эффектом замещения.

Эффект замещения показывает, как изменение цены влияет на величину спроса на товар в результате его подорожания или удешевления относительно других благ. Понижение цены товара вызывает рост объема спроса на него. Более низкая цена одного блага при неизменных ценах на другие повышает его привлекательность, стимулирует потребителей заменить подешевевшим товаром другие товары, оказавшиеся относительно более дорогими.

Эффект дохода показывает, как изменение цены влияет на величину спроса на товар в результате повышения или понижения реального дохода потребителя. Если денежный доход потребителя неизменен, то повышение цен означает уменьшение реального дохода, выражающего действительное количество товаров, которое можно приобрести на его денежный доход. Когда цена некоторого блага растет при неизменном денежном доходе, то реальный доход потребителя понижается, и он будет сокращать потребление почти всех благ.

В микроэкономической теории возникает проблема, которая состоит в количественном разграничении этих эффектов, в определении того, насколько общее изменение величины спроса, вызванное изменением цен, обусловлено эффектом дохода и эффектом замещения.

В зависимости от определения неизменного реального дохода различают два подхода к разграничению эффектов дохода и замещения. Согласно подходу Е.Е. Слуцкого, только тот уровень денежного дохода, который достаточен для приобретения одного и того же набора или комбинации товаров, обеспечивает и неизменный уровень реального дохода.

Согласно подходу Дж. Хикса, отвечающему основным положениям ординалистской теории, реальный доход измеряется полезностью благ, на которые расходуется денежный доход, разные уровни денежного дохода, обеспечивающие один и тот же уровень удовлетворения, представляют одинаковый уровень реального дохода.

Сравнив два подхода, можно увидеть, что метод Хикса предполагает знание потребительских предпочтений, кривых безразличия, тогда как метод Слуцкого базируется на наблюдаемых и регистрируемых фактах поведения потребителя на рынке.

Эффект замещения является всегда отрицательным, понижение цены одного блага стимулирует потребителей увеличивать его потребление, уменьшая потребление другого блага; повышение цены стимулирует потребителей замещать это благо другими, относительно подешевевшими.

Разграничение эффекта дохода и эффекта замещения имеет важное значение для понимания закономерностей ценообразования в условиях рыночной экономики и позволяет определить изменение спроса при росте или падении цен на товары и услуги.

При выделении эффекта замены по Хиксу из общего эффекта изменения цены определяется приращение бюджета потребителя, необходимое для сохранения его благосостояния неизменным. Это приращение называют *компенсационным изменением дохода.* Его величину можно рассчитать, умножив вертикальное расстояние между двумя параллельными бюджетными линиями на цену товара, располагаемого на оси ординат. Для упрощения примем цену этого товара за единицу.

5.4. Приложение теории функции полезности к анализу динамики реального дохода домашних хозяйств

Для оценки изменения стоимости жизни в текущем периоде по сравнению с базисным следует определить индексы номинального дохода и цен.

Однако ни тот ни другой индекс не дают верного представления об изменении цен, поскольку они не учитывают влияния этого изменения на структуру потребления.

Индекс реального дохода характеризует изменение покупательной способности номинального дохода. Если при расчете индекса цен цены товаров взвешиваются по объемам их приобретения в базисном или текущем периоде, то при расчете индекса реального дохода, наоборот, объемы потребления каждого периода взвешиваются по ценам базисного или текущего периода.

Рекомендуемая литература

1. Вечканов Г. С. Макроэкономика: учебник для вузов / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. – [4-е изд.] Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.
2. Гальперин В.М. Микроэкономика: В 2-х т. / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов; под общ. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2006. – Т. 1. – 352 с.
3. Ивашковский С.Н. Микроэкономика: Учеб. – 3-е изд., испр. / С.Н. Ивашковский. – М.: Дело, 2002. – 416 с.
4. Новикова И.В. Микроэкономика: учеб. Пособие / И.В. Новикова, Ю.М. Ясинский, А.О. Тихонов и др.; под ред. И.В. Новиковой и Ю.М. Ясинского. – Мн: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006. – 261 с.
5. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов / Р.М. Нуреев. – [2-е изд.]. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 572 с
6. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002.- 608 с.
7. Селищев А.С. Микроэкономика / А.С. Селищев. – СПб.: Питер, 2002. – 448с.
8. Тарасевич Л. С. 50 лекций по микроэкономике: учебное пособие / Л.С. Тарасевич, В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – 860 с.
9. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение / Д.Н. Хайман; под ред. С.В. Валдайцева. – М.: «Финансы и статистика», 1992. – 384 с.
10. Хорошун К.Н. Микроэкономика / К.Н. Хорошун. – Минск, БГУ 2005. – 321 с.
11. Чеканский А.Н., Фролова Н.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень: Учебное пособие / А.Н. Чеканский, Н.Л. Фролова. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 389 с.
12. Черемных Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень: Учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 843с.

ТЕМА 6

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ И ОСНОВЫ ТЕОРИИ ПРОИЗВОДСТВА

6.4. Процесс производства и факторы производства
6.5. Производственная функция
6.6. Равновесие производителя и отдача от масштаба производства

6.1. Процесс производства и факторы производства

Производство – это процесс использования рабочей силы и оборудования в сочетании с природными ресурсами и материалами для изготовления необходимых товаров и выполнения услуг.

Процесс производства невозможен без определенных ресурсов. Группировка по содержанию затрачиваемых ресурсов формирует факторы производства.

Факторы производства – ресурсы, которые участвуют в процессе производства товаров и услуг. Они включают природные ресурсы, человеческие ресурсы, капитал и предпринимательство, или предпринимательскую способность, в последнее время в отдельную группу выделяют новый вид ресурсов – это информация. Каждый фактор имеет свою конкретную функцию и в отдельности не может произвести продукт и принести доход.

Фактор *«человеческие ресурсы»*, или «труд» – физические и умственные усилия, которые человек затрачивает в процессе производства. Цена, выплачиваемая за труд, называется заработной платой.

Фактор *«природные ресурсы»*, или «земля» – это естественные блага, созданные природой, которые используются для производства товаров и услуг. К ним относятся: живая природа, минеральные, лесные и водные ресурсы. Цена, выплачиваемая за пользование природными ресурсами, называется рентой. Рента составляет доход тех, кто владеет природными ресурсами.

Фактор *«капитальные ресурсы»*, или «капитал» – создаются людьми для производства товаров и услуг (фабрики, машины, оборудование, инструменты). Цена, выплачиваемая за использование капитальных ресурсов, определяется через теорию альтернативных издержек и называется «процентом», поскольку деньги, потраченные на приобретение капитальных ресурсов, могут быть использованы другим альтернативным способом, например, положены в банк под определенный процент.

Фактор *«предпринимательская способность»* – управленческие и организаторские навыки, необходимые для организации производства товаров и услуг. Предприниматель сводит вместе три вышеназванных фактора производства (капитал, труд, земля). В случае успеха предприниматель получает прибыль в качестве оплаты за то, что он вложил в дело свои предпринимательские способности, в противном случае – несет убытки. Вознаграждение предпринимателя за риск, новые идеи и усилия, которые он вкладывает в бизнес, – это нормальная (средняя) прибыль.

Количество одних факторов производства (например, земли) может оставаться неизменным в течение достаточно длительного периода времени. Так, фермер не покупает новые земельные участки каждый месяц. Зато он может нанимать ежемесячно по одному дополнительному рабочему для обработки имеющегося у него участка земли. Таким образом, количество трудозатрат будет изменяться в продолжение данного периода времени.

Постоянные факторы производства – это такие факторы, которые используются предприятием в одном и том же количестве в течение определенного периода времени, т.е. их количество не меняется с изменением объема выпуска.

Переменные факторы производства – это такие факторы, которые используются предприятием в различных количествах в течение определенного периода времени, т.е. их количество изменяется и в силу этого изменяется объем выпускаемой предприятием продукции.

Кратчайшим (мгновенным) периодом производства называется такой период времени, в течение которого все факторы производства остаются постоянными по объему. Однако данный период не представляет интереса ни для теоретического анализа, ни для хозяйственной практики, поэтому упоминание о нем крайне редко встречается в учебниках по экономике. Действительно, если не изменяется количество используемых факторов производства, значит, не изменяется и объем выпуска предприятия, так как последний зависит от количества отработанных человеко-часов, машино-часов и т.д. Так как ничего не изменяется, то и анализировать нечего. Иное дело, краткосрочный и долгосрочный периоды.

Краткосрочным периодом производства называется такой период времени, в течение которого несколько (или хотя бы один) из факторов производства являются постоянными, тогда как другие (или хотя бы один) факторы являются переменными. Таким образом, в краткосрочном периоде существуют как постоянные, так и переменные факторы производства.

Долгосрочным периодом производства называется такой период времени, в течение которого изменяется количество всех используемых в производственном процессе факторов производства. Таким образом, в долгосрочном периоде нет постоянных факторов производства, все факторы производства являются переменными.

6.2. Производственная функция

Для определения эффективного с точки зрения результативности соотношения факторов производства в экономике используются производственные функции.

Производственная функция характеризует техническую зависимость между количеством применяемых ресурсов и объемом выпускаемой продукции в единицу времени (день, месяц, год). Производственная функция описывает множество технически эффективных способов производства.

Производственная функция обладает свойствами, которые определяют соотношение между объемом производства и количеством используемых факторов. Для разных видов производства производственные функции различны, тем не менее, все они имеют общие свойства. Можно выделить два основных *свойства*:

1. Существует предел для роста объема выпуска, который может быть достигнут ростом затрат одного ресурса при прочих равных условиях.

2. Существует определенная взаимная дополняемость (комплектарность) факторов производства, однако без уменьшения объема выпуска вероятна и определенная взаимозаменяемость данных факторов производства.

В теории краткосрочного периода объем выпускаемой предприятием продукции часто называют *совокупным (общим) продуктом* переменного фактора производства (в нашем случае – труд) и обозначают TP_L. Если величина всех вводимых факторов производства, кроме одного, остается неизменной, то общий продукт будет расти или уменьшаться с увеличением или уменьшением количества переменного ресурса.

Однако в микроэкономическом анализе важны не столько общие показатели, сколько средние и предельные величины.

Средний переменный продукт фактора производства – это отношение совокупного продукта переменного фактора к использованному количеству этого фактора.

Предельный продукт труда (MP_L) показывает, как изменится общий продукт труда при изменении трудозатрат на одну единицу и при прочих равных условиях:

Уменьшение предельного продукта переменного ресурса получило название *закона уменьшающейся предельной производительности переменного фактора производства*, который гласит: если некоторые или хотя бы один из факторов производства, которые используются в производственном процессе, являются фиксированными в течение некоторого промежутка времени (например, количество станков предприятия может не изменяться в течение года), тогда предельная производительность переменных факторов производства либо сразу, либо начиная с определенного момента, непременно начнет снижаться. В нашем случае переменным фактором производства является труд, так как мы изменяем количество затрачиваемого труда, нанимая дополнительных работников. Последовательное привлечение дополнительных работников при фиксированном количестве станков хотя и будет увеличивать выпуск продукции предприятия, однако этот прирост продукции от работы каждого следующего нанимаемого работника окажется меньше по сравнению с тем приростом продукции, который был получен фирмой от работы предыдущего нанятого ею работника. Это означает, что предельная производительность, т.е. продукт последнего нанятого работника (предельный продукт труда) убывает по мере увеличения числа работников на предприятии.

Графически каждый способ производства может быть представлен точкой, координаты которой характеризуют минимально необходимые для производства данного объема выпуска количества ресурсов L и K, а производственная функция – линией выпуска, или *изоквантой***,** подобно тому, как в теории потребления кривая безразличия характеризует один и то же уровень удовлетворения, или полезности различных комбинаций потребительских благ.

На карте выпуска каждая изокванта представляет множество минимально необходимых комбинаций производственных ресурсов или технически эффективных способов производства определенного объема продукции. Чем дальше от начала координат расположена изокванта, тем больший объем выпуска она предоставляет. При этом в отличии от кривых безразличия каждая изокванта характеризует количественно определенный объем выпуска.

Динамика предельной нормы технологического замещения при изменении технологического способа производства испытывает влияние закона убывающей отдачи: в меру насыщения производства каким-нибудь фактором его предельная производительность спадает. Эта тенденция получила название *закона снижения предельной нормы технологического замещения*: с увеличением применения в производстве какого-нибудь фактора предельная норма технологического замещения единицы этого фактора другим снижается, и наоборот. Анализ долгосрочной функции производства имеет важное практическое значение, особенно для планирования развития фирмы.

Поскольку каждый предприниматель на приобретение ресурсов может выделить ограниченную сумму денег, то по аналогии с бюджетной линей можно построить изокосту.

Изокоста обладает следующими свойствами:

- точка пересечения изокосты с осью абсцисс отвечает максимально возможному расходу труда (точка B). Соответственно, точка A – максимально возможный расход капитала (рис. 6.3);
- при увеличении издержек производителя изокоста сдвигается параллельно самой себе от начала координат, а при уменьшении издержек – к началу координат;
- при пропорциональном увеличении цен на оба ресурса, изокоста параллельно сдвигается влево, а при снижении цен – вправо;
- при изменении цены труда при неизменной цене капитала (и наоборот) изокоста изменяет свой наклон.

6.3. Равновесие производителя и отдача от масштаба производства

Перед фирмой стоит задание найти такую комбинацию труда и капитала, которая при существующих ценах ресурсов обеспечила бы *минимальные совокупные расходы* на заданный фиксированный объем производства. Технологически эффективные комбинации для заданного уровня выпуска показывает изокванта. Следовательно, геометрически задача сводится к поиску

точки, которая находится на фиксированной изокванты и одновременно общая с менее всего отдаленной от начала координат изокостой, что обеспечивает самую низкую сумму совокупных расходов производства.

Совместив карту изокост с фиксированной изоквантой (рис. 6.4), видим, что две изокости имеют общие точки с изоквантой, но изокоста с минимальными расходами будет касательной к изокванти, а параметры точки касания (Е) покажут оптимальную комбинацию факторов производства. В этой точке угол наклона изокванты совпадает с углом наклона изокосты.

Таким образом, *равновесие (оптимум) производителя* – ситуация, при которой производитель не может увеличить общий выпуск продукции исходя из данных издержек производства, расходуя меньше денег на покупку одного ресурса и больше на покупку другого ресурса.

Изменение масштаба производства – это пропорциональное увеличение расходов труда и капитала.

Отдача от изменения масштаба производства – это относительное изменение объема производства, вызванное изменением масштаба производства. Она зависит от относительного увеличения расходов ресурсов и свойств производственной функции.

Производственная функция называется *однородной*, если при увеличении расходов обоих ресурсов в n раз выпуск увеличивается в n^a раз (a характеризует степень однородности функции).

Для однородных производственных функций существует три *типа отдачи от масштаба производства:*

1. Если степень однородности *равна 1*, то отдача от масштаба *постоянная* – выпуск продукта увеличивается во столько же раз, во сколько раз увеличен расход каждого ресурса.
2. Если степень однородности *меньше 1*, то отдача от масштаба *убывающая* – объем выпуска продукта увеличивается в меньшее число раз по сравнению с увеличением расхода ресурсов.
3. Если степень однородности *больше 1*, то отдача от масштаба *возрастающая* – объем выпуска продукта увеличивается в большее число раз по сравнению с увеличением расхода ресурсов.

Рекомендуемая литература

1. Маховикова, Г. А. Микроэкономика: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Г.А. Маховикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 281 с.
2. Микроэкономика: учебник для бакалавров / И.Э. Белоусова, Р.В. Бубликова, Е.В. Иванова [и др.]; под ред. Г.А. Родиной, С.В. Тарасовой. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 263 с.
3. Приходченко, Т. А. Микроэкономика: Учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины / Т.А. Приходченко. – К.: Изд-во Европ. ун-та, 2007. – 335 с.
4. Савицкая, Е. В. Курс лекций по микроэкономике: учебное пособие / Е.В. Савицкая. – М.: МФТИ, 2002. – 302 с.

ТЕМА 7

ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА

9.5. Теория фирмы, краткосрочный и долгосрочный периоды анализа фирмы

9.6. Издержки производства и их виды

9.7. Поведение издержек производства в краткосрочном периоде

9.8. Анализ издержек в долгосрочном периоде. Эффект масштаба производства

7.1. Теория фирмы, краткосрочный и долгосрочный периоды анализа фирмы

Сущностная характеристика фирмы и ее поведения как важнейшего объекта микроэкономического анализа определяется теорией, положенной в ее основу.

Основным подходом к представлениям о фирме выступает *неоклассический* (А. Смит, К. Маркс), согласно которому фирма рассматривается как производственная единица, целостный самостоятельный субъект, трансформирующий ресурсы в продукты по определённой технологии с учетом показателей оптимального поведения. Целью фирмы является максимизация прибыли путем выбора оптимального объёма производства, когда разница между общей выручкой и издержками фирмы достигает наибольшей величины.

Альтернативу неоклассическому подходу составляют следующие теории фирмы:

- *Институциональная* (Р. Коуз, О. Уильмсон), которая рассматривает фирму как альтернативу рынку, как один из типов институциональных соглашений (институтов), с помощью которых минимизируются трансакционные издержки (издержки поиска информации, издержки измерения и т. п.).

- *Неоинституциональная* (М. Дженсен, У. Меклинг, Дж. Барней) – представляет фирму как коалицию владельцев факторов производства, связанных между собой сетью долговременных контрактов. Под контрактом здесь понимаются правила, упорядочивающие в пространстве и во времени обмен между экономическими агентами прав и взятых обязательств. Такой подход к фирме, по мнению многих исследователей, обеспечивает минимизацию не только производственных, но и трансакционных издержек.

- *Бихевиористская* (Дж. Ньюстром, К. Дэвис и др.), согласно которой фирмы не всегда преследуют цели максимизации прибыли, а поведение фирмы рассматривается в контексте взаимоотношений «принципал-агент» (т.е. собственник-менеджер) и направлено на снижение издержек оппортунистического поведения.

- *Институционально-эволюционная* (Й. Шумпетер, Р. Нельсон, С. Уинтер и др.) – акцентирует внимание на эволюции фирмы под воздействием внешних и внутренних факторов. При этом поведение фирмы меняется в зависимости от рыночной ситуации, сложившихся традиций и исторического опыта фирмы.

- *Предпринимательская* трактует фирму, как сферу приложения предпринимательской инициативы. В центре – предприниматель-новатор, склонный к риску, адаптирующийся к внешней среде, либо ее формирующий.

Таким образом, в соответствии с приведенными выше подходами фирма рассматривается, с одной стороны, как организация, а со второй – как институт.

Фирма как организация является организационно-экономической системой, которая расходуя экономические ресурсы, производит продукцию и услуги, а затем реализует их индивидуальным потребителям и компаниям.

Фирма как институт представляет собой совокупность взаимовыгодных контрактов,

механизм реализации рыночных отношений, в основе которого лежат хозяйственные сделки (трансакции).

В существующем многообразии подходов к определению поведения фирмы в современных условиях превалирующими являются все же идеи неоклассической школы, когда *фирма* – это субъект рынка, деятельность которого описывается производственной функцией и направлена на получение прибыли. Она обладает обособленным имуществом, самостоятельно принимает решения, касающиеся привлечения (мобилизации) ресурсов, определения объема выпуска продукции и установления цен на нее.

Для производственно-технологической характеристики фирмы используется понятие «предприятие». Когда речь идет о предприятии, обычно указывается, какой товар оно выпускает, какая технология используется, каков объем выпуска, какое применяется сырье, каково количество и структура персонала.

В своей деятельности фирма сталкивается с различными ситуациями, которые диктуют ей принятие управленческих решений. В этом контексте в микроэкономическом анализе фирмы различают два периода, в течение которых исследуется ее поведение: *краткосрочный – SR* и *долгосрочный – LR*. Их различие определяется тем, что краткосрочном периоде фирма может изменить только один из параметров производственной функции, а в долгосрочном – все, вплоть до смены технологии.

Краткосрочный период (SR) – это промежуток времени, в течение которого фирма варьирует объемы производства, не изменяя количества некоторых вводимых факторов производства.

Неизменяемые факторы производства называются постоянными. Они включают: капитальное оборудование, землю, услуги высококвалифицированных специалистов. Факторы производства, которые по мере колебаний выпуска товаров и услуг могут изменяться в краткосрочном периоде, называются переменными. К ним относят: услуги наемных рабочих, сырье, вспомогательные материалы, электро- и теплоэнергию и т.п.

Долгосрочный период (LR) – это промежуток времени, в течение которого в условиях существенных трансформаций рыночной ситуации фирма изменяет объемы всех используемых факторов производства. Например, в долгосрочном периоде принимаются решения, касающиеся вопросов вхождения фирмы в новую отрасль, расширения (сокращения) масштабов деятельности, перемещения (модернизации, реорганизации) производства.

Следует подчеркнуть, что краткосрочный и долгосрочный периоды не должны ассоциироваться с длительностью периода времени. Эти периоды различаются только тем, какие факторы производства меняет фирма, выпуская тот или иной объем товаров и услуг. В отдельных отраслях (например, энергетической) краткосрочный период может длиться свыше 10 лет, в то время как в других отраслях (к примеру, в аэрокосмической промышленности) долгосрочный период имеет протяженность всего 2-3 года.

7.2. Издержки производства и их виды

Осуществление любого вида деятельности немыслимо без затрат на приобретение факторов производства, что приводит к возникновению издержек.

Издержки являются одной из важнейших категорий экономической теории и микроэкономики, поскольку оказывают четко выраженное влияние не только на величину прибыли и возможности расширения производства, но и на перспективы стабильной работы фирмы на рынке.

В общем смысле *издержки* представляют собой денежное измерение суммы ресурсов, использованных с какой-либо целью.

Издержки производства (TC) – выраженные в денежной форме затраты, обусловленные потреблением факторов производства.

Понятие издержек перекликается с категориями «затраты» и «расходы». В экономической литературе сложились два полярных мнения относительно характера этой взаимосвязи.

Экономические издержки бывают явные и неявные.

Явные издержки – это затраты в денежной форме, которые фирма осуществляет в пользу поставщиков факторов производства.

Неявные издержки – это альтернативные издержки использования ресурсов, принадлежащих самому производителю, которые недополучены в обмен на явные денежные платежи. Иначе их называют упущенными возможностями или издержками упущенной выгоды, которые равны по величине доходам от лучшего из других вариантов развития бизнеса. Например, альтернативной стоимостью рабочего времени, которое затрачивает предприниматель для организации работы своей фирмы, выступают доходы, которые мог бы он получить, если бы занялся какой-нибудь другой деятельностью, но отказался от нее ради своего предприятия. Альтернативная стоимость вложения средств в деятельность фирмы определяется наибольшей возможной прибылью, которая могла бы быть получена от иного варианта вложения этих средств.

В бухгалтерском учете неявные издержки не отражаются, поскольку бухгалтер регистрирует фактические издержки, которые имели место в прошлом периоде, определяет фактические совокупные издержки в денежной форме. Явные (бухгалтерские) и неявные издержки в совокупности образуют экономические издержки, принимаемые в расчет при осуществлении экономического выбора фирмы.

По признаку принадлежности факторов производства издержки классифицируются на внешние и внутренние.

Внешние издержки – это выплаты фирмы, которые осуществляются для приобретения ресурсов, находящихся в собственности тех, кто не является владельцем предприятия. К ним относятся расходы на труд, сырье, материалы, топливо, энергию, транспорт и т.д. Эти затраты станут доходами поставщиков ресурсов.

Внутренние издержки – это издержки, связанные с использованием собственной продукции. К внутренним издержкам относят расходы, связанные с использованием личных ресурсов и предпринимательских усилий собственника фирмы. Подобные издержки являются неоплаченными, поскольку не приобретают ценовую форму и не являются денежными выплатами, а представляют собой утраченную выгоду.

7.3. Поведение издержек производства в краткосрочном периоде

Деятельность фирмы сопряжена с постоянным принятием управленческих решений, ориентированных на максимизацию прибыли при расходовании наименьшего количества ресурсов. Принятие этих решений осуществляется в контексте краткосрочного и долгосрочного периода функционирования фирмы, который в том числе влияет и на структуризацию издержек.

Как известно, краткосрочным является такой период, в рамках которого невозможно изменить количество всех ресурсов, использующихся в производстве. В этом смысле издержки краткосрочного периода, как и ресурсы, подразделяются на постоянные и переменные.

Постоянные издержки (*FC*) – это издержки, величина которых не зависит от объема производства фирмы (заработная плата управленческого персонала, арендные платежи и т.д.).

Переменные издержки (*VC*) – это издержки, величина которых изменяется прямо пропорционально изменению объема производства. Это означает, что при росте (сокращении) объема производства, к примеру, на 5%, общая величина переменных издержек также возрастает (снижается) на 5%. Графически эта взаимосвязь можно проиллюстрировать с помощью прямой линии , а математически – с помощью уравнения прямой:

Сумма постоянных *(FC)* и переменных *(VC)* издержек образует *совокупные (общие) издержки (TC)*.

В условиях рынка фирма должна не только осуществлять учет издержек производства, но и уметь адаптироваться к динамичным имениям внешней среды. Анализ издержек производства в

краткосрочном периоде предполагает, что количество некоторого ресурса (например, производственных мощностей) изменяться не может, а изменяется только количество некоторого другого отдельного ресурса. Вследствие этого возникает вопрос: как будет меняться количество производимой продукции при неизменности одного ресурса (мощностей) и изменяемости другого (затрат труда), т.е. какова будет динамика объема производства при сочетании постоянного и переменного факторов производства?

Ответ на этот вопрос дает *закон убывающей предельной отдачи*: начиная с определенного момента времени, последовательные добавления одинаковых единиц переменного ресурса (например, труда) к постоянному (например, производственным мощностям) дает уменьшающуюся отдачу в виде снижения дополнительного или предельного продукта в расчете на каждую последующую единицу переменного ресурса.

Для анализа поведения издержек с точки зрения данного закона используются категории средних и предельных величин.

Издержки на единицу продукции краткосрочного периода представляют собой средние издержки, которые в свою очередь подразделяются на три вида:

Средние совокупные (общие) издержки (*ATC*) – величина совокупных издержек, приходящаяся на единицу выпускаемой продукции.

Средние постоянные издержки (AFC) – величина постоянных издержек, приходящаяся на единицу выпускаемой продукции.

Средние переменные издержки (AVC) – величина переменных издержек, приходящаяся на единицу выпускаемой продукции.

Предельные или маржинальные издержки (*MC*) представляют собой прирост издержек производства при увеличении объема выпускаемой продукции на одну дополнительную единицу продукции. Динамику предельных издержек выводят либо из совокупных, либо из переменных издержек фирмы.

При осуществлении эмпирических исследований используется показатель *дискретных предельных издержек,* который может быть определен, как уровень предельных издержек производства, например, второй, третей, пятой, *n*-ой и т.п. единицы продукции. Определить уровень предельных издержек на основе этого показателя можно по формуле $MC_n = TC_n - TC_{n-1}$ или $MC_n = VC_n - VC_{n-1}$. Это будут предельные издержки производства *n*-ой единицы продукции.

Показатель предельных издержек *MC* выполняет очень важные функции в микроэкономическом анализе. Он позволяет фирме контролировать изменение издержек производства в краткосрочном периоде. Так, предельные издержки дают представление о том, сколько фирма сэкономит, если уменьшит объем производства продукции на единицу, а также показывает, на сколько увеличатся издержки производства при увеличении выработки на единицу.

Соотношение средних и предельных издержек подчинено некоторым закономерностям:

– по мере роста производства *AFC* снижаются, так как на единицу продукции приходится меньше затрат, не зависящих от объема производства;

– *ATC* находится выше *AVC* и с ростом производства *ATC* и *AVC* сближаются, поскольку средние общие издержки (*ATC*) больше средних переменных (*AVC*) издержек на величину средних постоянных (*AFC*), которые с ростом объема производства убывают;

– *ATC, AVC* и *MC* обычно имеют *U*-образную форму – сначала падают, а потом, начиная с некоторого момента, растут (это следствие действия закона убывающей отдачи);

– когда *AVC* уже начинают расти, *ATC* еще какое-то время падают, поскольку средние постоянные издержки (*AFC*) снижаются;

– кривые *ATC* и *AVC* начинают расти с момента пересечения с кривой *MC*, потому что: а) если *ATC (AVC)* меньше *MC*, то *ATC (AVC)* снижаются; б) если *ATC (AVC)* больше *MC*, то *ATC (AVC)* растут.

Таким образом, использование в микроэкономическом анализе рассмотренных выше показателей издержек производства позволяет обосновать поведение фирмы в краткосрочном периоде, определив результативность наращивания объема производства. В частности для

определения максимального выпуска продукции, который может осуществлять фирма в краткосрочном периоде, рассчитывают предельные издержки.

Вместе с тем, другая интерпретация закона убывающей отдачи, получившая название *закона возрастающих альтернативных издержек (возрастающих затрат)* гласит: в краткосрочном периоде, когда хотя бы один из факторов производства остается неизменным, прирост каждой дополнительной единицы продукции с определенного момента требует все больших затрат экономического ресурса. В этой связи поведение фирмы должно быть рассмотрено и с точки зрения долгосрочной перспективы.

7.4. Анализ издержек в долгосрочном периоде. Эффект масштаба производства

Долгосрочный период характеризуется тем, что фирма в состоянии изменить все используемые факторы производства, поскольку обладает временем, достаточным для изменения любого из применяемых ресурсов. Следовательно, все издержки выступают в качестве переменных, а закон убывающей отдачи прекращает своё действие.

Переменный характер всех факторов производства в долгосрочном периоде позволяет фирме рассматривать все существующие технологии как альтернативные варианты решения стоящих перед ней задач. Выбор оптимальной альтернативы происходит на основе анализа долгосрочных средних издержек.

Долгосрочные средние издержки (*LATC*) – это издержки на единицу объема выпуска, которые можно изменять оптимальным образом.

Кривая долгосрочных средних издержек (LATC) представляет собой кривую, огибающую бесконечное число кривых краткосрочных средних издержек производства, которые

Дугообразный характер кривой *LATC* (наличие убывающего и возрастающего участков) можно объяснить при помощи закономеростей, называемых эффектами масштаба.

Эффект масштаба – это влияние размера предприятия на себестоимость единицы его продукции (*LATC*).

Положительный эффект масштаба производства (от Q_1 до Q_2) проявляется в снижении средних издержек в долгосрочном периоде *LATS* с ростом производственных мощностей предприятия.

К причинам действия положительного эффекта масштаба производства относят:

- разделение труда и специализация работников, которые приводят к росту производительности труда;
- применение более совершенной техники, более эффективного специализированного оборудования;
- сокращение расходов на содержание административно-управленческого персонала в расчете на единицу выпускаемой продукции;
- оптовые скидки при покупке производственных ресурсов (сырья и материалов);
- преимущества при получении банковских кредитов и займов.

Дальнейший рост масштаба производства (от Q_2 до Q_3) вполне может сопровождаться тем, что минимальные издержки не будут меняться, и это выражается в неизменном уровне *LATC*. В такой случае говорят о *постоянном эффекте масштаба производства.*

Однако дальнейшее укрупнение предприятия может привести к отрицательному эффекту масштаба производства. Так, при достижении некоторого размера предприятия (от Q_3 и больше) средние долгосрочные издержки начинают расти. Тогда говорят о существовании *отрицательного эффекта масштаба производства*, который проявляется в росте средних издержек в долгосрочном периоде с ростом производственных мощностей предприятия.

Причинами действия отрицательного эффекта масштаба производства выступают:

- трудности эффективного управления крупным предприятием: возникает довольно сложная многозвенная система управления, теряется гибкость при принятии решений, сложнее осуществлять контроль за выполнением принятых решений.

- ослабление стимулов к эффективному труду, так как исчезает наглядная связь между результатом труда работника и результатом работы предприятия.

Оптимальным же размером фирмы (количество используемого оборудования, число рабочих и т.д.) является такой, при котором средние издержки в долгосрочном периоде достигают минимума.

Рекомендуемая литература

9. Сулейменова, Г. К. Теория фирмы: основные подходы исследования / Г.К. Сулейменова // АльПари. – №1. – 2005. – С. 55-61

10. Максимова, В. Ф. Микроэкономика: Учебно-методический комплекс / В.Ф. Максимова, Л. В. Горяинова. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2009. – 204 с.

11. Білецька, А. В. Економічна теорія: політекономія, мікроекономіка, макроекономіка / А.В. Білецька, О.В. Білецький, В.І. Савич. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 652 с.

12. Мизиковский, И. Е. Генезис управленческого учета на отечественных предприятиях / И.Е. Мизиковский. – М.: Экономистъ, 2006. – 199 с.

13. Лапыгин, Ю. Н. Управление затратами на предприятии: планирование и прогнозирование, анализ и минимизация затрат [Текст]: практическое руководство / Ю.Н. Лапыгин, Н.Г. Прохорова. – М.: Эксмо, 2011. – С. 10-12.

14. Ерохина, Т. И. Основы экономической теории / Т.И. Ерохина. – Донецк: ООО «Юго-Восток Лтд», 2005. – 244с.

15. Иванова, Ж. А. Анализ поведения переменных и постоянных затрат / Ж.А. Иванова // Вестник тамбовского государственного технического университета. – Выпуск 4. – Том 16. – 2010. – С. 982-992

16. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов / Р.М. Нуреев. – [2-е изд.]. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 572 с.

ТЕМА 8

РЫНОК СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

8.1. Рыночные структуры: типы и определяющие признаки. Рыночная власть

8.2. Особенности спроса, предложения и доход на рынке совершенной конкуренции

8.3. Модель поведения и равновесие предприятия в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

8.4. Долгосрочное равновесие на рынке совершенной конкуренции

8.1. Рыночные структуры: типы и определяющие признаки. Рыночная власть

Под *рыночной структурой* принято понимать совокупность множества специфических признаков и черт, отражающих особенности организации и функционирования того или иного отраслевого рынка.

В зависимости от содержания каждого признака и их сочетания формируются разные типы отраслевых рынков (разные модели рынка) – совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и чистой монополии (табл. 8.1).

Таблица 8.1

Модели рынка и их характерные признаки

Характеристика	Модели рынка			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм в отрасли	Очень много	Много	Несколько	Одна или две (дуополия)
Размер фирм	Мелкий	Мелкий или средний	Большой	Различный (чаще большой)
Характер продукции	Стандартизированный товар	Дифференцированный продукт	Дифференцированный или стандартизированный	Уникальный
Число покупателей	Много			Различное (до одного)
Условия вступления в отрасль	Входные барьеры отсутствуют	Сравнительно легкие	Вход в отрасль блокирован	
Наличие неценовой конкуренция	Отсутствует	Главный резерв для повышения выручки и получения экономической прибыли	Типична, особенно для отраслей, производящих дифференцируемый продукт	Нетипична. Может прибегнуть к рекламе в рамках мероприятий по связям с общественностью
Доступ к рыночной информации	Свободный		Ограничен	Блокирован
Примеры рынков	Сельскохозяйственные рынки, фондовые биржи, Форекс (международный валютный рынок)	Рынок пищевой промышленности, фармацевтический рынок, рынки одежды, обуви	Автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов	Местные телефонные компании, предприятия ЖКХ, метрополитен

Исходя из представленных характеристик можно дать определения различных типов рыночных структур:

- *совершенная конкуренция* – модель рынка, для которой характерна ценовая конкуренция между не способными повлиять на рыночное равновесие и рыночную цену производителями стандартизированной продукции.

Рыночная структура, для которой не выполняется хотя бы одно из условий совершенной конкуренции, является рынком несовершенной конкуренции. Рынки несовершенной конкуренции, в свою очередь, представлены рынками чистой монополии, монополистической конкуренции, олигополистическими рынками;

- *чистая монополия* – тип рыночной структуры, характеризующийся отсутствием конкуренции, что предполагает господство на закрытом входными барьерами рынке одной фирмы, выпускающей уникальный продукт и контролирующей цену;

- *монополистическая конкуренция* – тип рыночной структуры, в рамках которой продавцы дифференцируемой продукции конкурируют между собой за объемы продаж, а в качестве главного резерва достижения конкурентного преимущества на рынке выступает неценовая конкуренция;

- *олигополия* – тип рыночной структуры, в рамках которой несколько взаимозависимых и зачастую взаимодействующих фирм конкурируют между собой за долю рынка (объемы продаж).

Каждая из этих рыночных структур отличается разной степенью рыночной власти отдельного производителя, которая находится в обратной зависимости от степени развития отношений конкуренции на рынке.

Рыночная власть – способность производителя или потребителя оказывать влияние на ситуацию на рынке, в первую очередь на рыночную цену. Если рыночная власть будет проявляться со стороны спроса, то речь следует вести о рыночной власти покупателя.

Рыночная власть отдельного продавца будет обусловлена особенностями организации рыночной структуры и зависима от следующих факторов:

- доли данной фирмы в общеотраслевом предложении. Чем больше доля данной фирмы в рыночном предложении, тем больше у нее возможности, меняя собственное предложение, повлиять на общеотраслевое (рыночное) предложение, а значит, и на рыночную цену;

- степени ценовой эластичности спроса на продукцию фирмы. Чем менее эластичным является спрос, тем меньше фирма опасается отрицательной реакции со стороны потребителей своей продукции, тем больше у нее возможности для ценового маневра, тем выше ее рыночная власть;

- наличия у данного товара заменителей, так как чем больше у товара заменителей, тем выше степень эластичности спроса по цене. А высокая эластичность будет ограничивать рыночную власть данной фирмы;

- особенностей взаимодействия фирм, функционирующих в отрасли, которые могут послужить причиной возникновения рыночной власти у функционирующих в отрасли производителей. Такая ситуация возможна, если фирмы могут вступить в сговор и достичь соглашения о разделе рынка и о рыночной цене.

Таким образом, рыночная власть производителя заключается в наличии или отсутствии у него возможности влиять на отраслевую (рыночную) цену производимой продукции за счет изменения объемов выпуска.

8.2. Особенности спроса, предложения и доход на рынке совершенной конкуренции

Рассмотрим признаки рынка чистой конкуренции. Рынок совершенной конкуренции характеризуется следующими *условиями:*

1. Продукция фирм однородна, так что потребителям безразлично, у какого производителя ее покупать. Все товары отрасли являются совершенными заменителями, а перекрестная эластичность спроса по цене для любой пары фирм стремится к бесконечности.

Это означает, что любое сколь угодно малое повышение цены одним производителем сверх рыночного уровня ведет к сокращению спроса на его продукцию до нуля. Таким образом, разница в ценах может быть единственной причиной предпочтения той или иной фирмы.

2. Неценовая конкуренция отсутствует. Это связано с тем, что на рынке совершенной конкуренции все товары однородные, а неценовая конкуренция основывается на дифференциации товаров.

3. Количество экономических субъектов на рынке неограниченно велико, а их удельный вес столь мал, что решения отдельной фирмы (отдельного потребителя) об изменении объема ее продаж (покупок) не влияют на рыночную цену продукта. При этом, естественно, предполагается отсутствие сговора между продавцами или покупателями для получения монопольной власти на рынке. Рыночная цена является результатом совместных действий всех покупателей и продавцов.

4. Свобода входа и выхода на рынке. Отсутствуют какие-либо ограничения и барьеры – нет патентов или лицензий, ограничивающих деятельность в данной отрасли, не требуются значительные первоначальные капиталовложения, положительный эффект масштаба производства крайне незначителен и не препятствует входу в отрасль новых фирм, отсутствует государственное вмешательство в механизм спроса и предложения (субсидии, налоговые льготы, квотирование, социальные программы и т.п.). Свобода входа и выхода предполагает абсолютную мобильность всех ресурсов, свободу их перемещения территориально и из одного вида деятельности в другой.

5. Совершенное знание всех субъектов рынка. Все решения принимаются в определенности. Это означает, что все фирмы знают свои функции доходов и издержек, цены всех ресурсов и все возможные технологии, а все потребители имеют полную информацию о ценах всех фирм. При этом предполагается, что информация распространяется мгновенно и бесплатно.

Данные характеристики являются настолько строгими, что практически нет реальных рынков, которые полностью бы им удовлетворяли.

Тем не менее, модель совершенной конкуренции:

- позволяет исследовать рынки, на которых большое количество малых фирм продают однородную продукцию, т.е. рынки, близкие по условиям с данной моделью;
- проясняет условия максимизации прибыли;
- является стандартом для оценки эффективности реальной экономики.

Следует различать кривую рыночного спроса и кривую спроса на продукцию конкурентной фирмы. В отличие от рыночного спроса, кривая спроса, с которой сталкивается отдельный конкурентный производитель, абсолютно эластична, ведь сколько бы продукции он не предлагал к продаже, это никак не повлияет на рыночную цену.

В силу однородности продукции и наличия большого количества совершенных заменителей, ни одна фирма не может продавать свой товар по цене, хоть немного превышающей цену равновесия, P_0. С другой стороны, отдельная фирма очень мала по сравнению с совокупным рынком, и она может продать всю свою продукцию по цене P_0, т.е. у нее нет необходимости продавать товар по цене ниже P_0. Таким образом, все фирмы продают свою продукцию по рыночной цене P_0, определяемой рыночным спросом и предложением.

Горизонтальная кривая спроса на продукцию отдельной фирмы и единая рыночная цена ($P_0 = const$) предопределяют форму кривых дохода в условиях совершенной конкуренции.

1. *Совокупный доход (TR)* – общая величина дохода, полученная фирмой от реализации всей своей продукции.

2. Средний доход (AR) – доход от реализации единицы продукции, который определяется рыночной ценой равновесия P_0, а кривая *AR* совпадает с кривой спроса фирмы.

3. Предельный доход (MR) – добавочный доход от реализации одной дополнительной единицы выпуска, который также определяется текущей рыночной ценой при любом объеме выпуска.

Кривая предложения – это связь между ценой и количеством предлагаемого товара.

Предприятие, чтобы максимизировать прибыль, наращивает объём выпуска до тех пор, пока цена не станет равной предельным издержкам. Поэтому кривая предельных издержек отражает взаимосвязь между ценой и количеством предлагаемой продукции. Однако цена

продукции должна превышать средние переменные издержки, иначе предприятие прекратит операции на рынке.

Таким образом, краткосрочная кривая предложения конкурентного предприятия – это часть кривой предельных издержек, расположенная выше минимума средних переменных издержек (AVC_{min}).

В долгосрочном периоде кривая предложения будет иметь более пологий наклон, в отличие от краткосрочной кривой, т.к. предложение в долгосрочном периоде более эластично по сравнению с краткосрочным периодом, и точкой ее начала будет минимум долгосрочных средних издержек (LAC_{min}).

При совершенной конкуренции текущая цена устанавливается рынком, и отдельная фирма не может воздействовать на нее, поскольку является ценополучателем. В этих условиях единственный способ увеличения прибыли состоит в регулировании объема выпуска.

Исходя из существующих в данный момент времени рыночных и технологических условий, фирма определяет *оптимальный объем выпуска,* т.е. объем выпуска, обеспечивающий фирме *максимизацию прибыли* (или минимизацию издержек, если получение прибыли невозможно).

8.3. Модель поведения и равновесие предприятия в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

Рассмотрим с точки зрения предельного подхода возможные условия функционирования предприятия на рынке совершенной конкуренции в краткосрочном периоде.

Выбирая объем производства исходя из правила $MR = MC$, предприятие в краткосрочном периоде может оказаться в 4-х ситуациях.

1. Максимизация экономической прибыли. Предприятие максимизирует прибыль в том случае, когда цена (P_0) больше средних общих издержек (ATC) для объема производства, при котором $MR = MC$.

2. Безубыточное функционирование. Предприятие функционирует безубыточно, если цена равна средним общим издержкам для объема выпуска, при котором $MR = MC$ (рис. 8.8).

В данном случае экономическая прибыль равна нулю, предприятие получает бухгалтерскую прибыль, равную нормальной.

3. Минимизация убытка. Предприятие минимизирует убытки в том случае, если цена ниже средних общих издержек, но выше средних переменных издержек (рис. 8.9). Величина убытка равна площади заштрихованного на рисунке прямоугольника.

4. Прекращение деятельности на рынке. В условиях, когда текущая рыночная цена не приносит в краткосрочном периоде положительной экономической прибыли, фирма становится перед выбором:

- либо продолжать убыточное производство;
- либо временно приостановить свое производство, но понести убытки в размере постоянных издержек (FC) производства.

Решение по данному вопросу фирма принимает исходя из соотношения своих средних переменных издержек (AVC) и рыночной цены.

Когда фирма принимает решение о закрытии, то ее совокупные доходы (TR) падают до нуля, а возникающие убытки становятся равными ее совокупным постоянным издержкам. Поэтому до тех пор, пока цена больше средних переменных издержек $P > AVC$, фирме следует продолжать производство. В этом случае получаемый доход позволит покрыть все переменные и хотя бы часть постоянных издержек, т.е. убытки будут меньше, чем при закрытии.

Если цена равна средним переменным издержкам $P = AVC$, то с точки зрения минимизации убытков фирме безразлично, продолжать или прекращать свое производство. Однако, скорее всего, фирма будет продолжать свою деятельность, чтобы не потерять своих покупателей и сохранить рабочие места служащих. При этом ее убытки будут не выше, чем при закрытии.

И, наконец, если цены меньше средних переменных издержек, то фирме следует прекратить свою деятельность. В этом случае ей удастся избежать ненужных потерь.

Предприятие покинет рынок в том случае, если цена будет ниже средних переменных издержек объема производства, при котором *MR = MC.*

Таким образом, фирма будет продолжать свою деятельность лишь до тех пор, пока рыночная цена больше или равна ее средним переменным издержкам. Только при этих условиях фирма минимизирует свои убытки в краткосрочном периоде, продолжая деятельность.

Рассмотренные ситуации можно также проанализировать с точки зрения совокупного подхода, используя показатели общих и переменных издержек и общего дохода.

8.4. Долгосрочное равновесие на рынке совершенной конкуренции

В отличие от краткосрочного периода в *долгосрочном периоде:*

- все ресурсы являются переменными, что означает возможность для действующей на рынке фирмы изменения размеров производства, внедрения новой технологии, модификации продукции;
- изменение числа предприятий в отрасли (если получаемая фирмой прибыль ниже нормальной и преобладают отрицательные прогнозы на будущее, возможно закрытие предприятия и его уход с рынка, и наоборот, если прибыль в отрасли достаточно высокая, возможен приток новых компаний).

Для упрощения анализа предположим, что отрасль состоит из *n* типичных предприятий, имеющих одинаковую структуру издержек, и что изменение объема производства действующими фирмами или изменение их количества не оказывают влияния на цены ресурсов.

Наличие краткосрочной положительной прибыли приводит к двум взаимосвязанным процессам:

- с одной стороны, уже действующая в отрасли фирма стремится расширить свое производство и получать экономию от масштаба производства в долгосрочном периоде (в соответствии с кривой *LATC*);
- с другой стороны, внешние фирмы начнут проявлять заинтересованность в проникновении в данную отрасль (в зависимости от величины экономической прибыли процесс проникновения будет протекать с различной скоростью).

Большинство экономистов сходятся в том, что при отсутствии технического прогресса наиболее типичными являются отрасли с возрастающими издержками. Отрасли с убывающими издержками встречаются реже всего. По мере роста и созревания отрасли с убывающими и постоянными издержками, скорее всего, превратятся в отрасли с возрастающими издержками. Напротив, технический прогресс может нейтрализовать рост цен на ресурсы и даже привести к их падению, следствием чего будет возникновение понижающейся кривой долгосрочного предложения. Примером отрасли, в которой в результате НТП снижаются издержки, является производство телефонных услуг.

Рекомендуемая литература

1. Котова, Г. А. Микроэкономика: учеб. пособ. / Г.А. Котова, Н.И. Никитина, А.А. Раквиашвили. – М.: Сампринт, 2014. – 193 с.

2. Носова, С. С. Микроэкономика. Макроэкономика: учебник / С.С. Носова. – М.: Кнорус, 2013. – 472 с.

3. Микроэкономика: Промежуточный уровень [Текст]: учебник / Фролова Н.Л., Ряскова М.В., Киреева А.В. и др.; под ред. А.Н. Чеканского, в 2-х частях. Часть 1. – М.: Макс Пресс, 2014. – 360 с.

4. Экономическая теория. Микроэкономика – 1, 2. Мезоэкономика: учеб. для студ. вузов, обуч. по эконом. спец. и напр./ Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова; Ред. Г.П. Журавлева. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Дашков и К°, 2006. – 936 с.

ТЕМА 9

МОНОПОЛЬНЫЙ РЫНОК

9.1. Типы несовершенной конкуренции. Монополия
9.2. Монопольный рынок в краткосрочном периоде
9.3. Монопольный рынок в долгосрочном периоде
9.4. Экономические последствия монополизации рынка и антимонопольная деятельность государства

9.1. Типы несовершенной конкуренции. Монополия

Совершенная конкуренция, хотя и определяет исходную модель для анализа рыночного поведения предприятий, но это абстрактная модель и на практике встречается очень редко. Так как на рынке существуют продавцы и покупатели, которые способны влиять на рыночную цену, то такая конкуренция имеет форму *несовершенной конкуренции.*

Различают три формы несовершенной конкуренции: чистая монополи, олигополия и монополистическая конкуренция. Эти виды несовершенной конкуренции отличаются по количеству фирм в отрасли независимо от того, является продукция стандартизированной или дифференцированной и насколько легко или трудно новым фирмам войти в отрасль (рис. 9.1).

Рис. 9.1. Формы несовершенной конкуренции

Одной из форм несовершенной конкуренции является монополия.

Монополия – рыночная структура, в которой существует только один продавец, контролирующий всю отрасль производства определенного товара, не имеющего близкого заменителя.

Рынок, на котором господствует монополия, представляет, собой полную противоположность конкурентному рынку, где имеется много конкурентов, предлагающих для продажи стандартизированные товары.

Характерными признаками чистой монополии являются:

а) одна фирма и много покупателей, т.е. на рынке имеется единственный производитель, реализующий свой товар множеству мелких покупателей. Если на данном рынке единственному продавцу противостоит и единственный покупатель, то такой рынок называют двусторонней монополией;

б) отсутствие товаров-заменителей, продукция монополиста уникальна;

в) отсутствие свободы входа на рынок (в отрасль), т.е. существуют практически непреодолимые барьеры на входе:

- экономия от масштаба производства (один из наиболее распространенных видов барьеров входа);

- правовые ограничения: патенты, тарифы и квоты в международной торговле;

- высокие издержки входа – экономические препятствия. В некоторых отраслях (например, в авиационной промышленности) начало производства может стоить очень дорого;

- реклама и дифференциация продуктов. Рекламная деятельность способствует формированию уверенности и уважения покупателей по отношению к известным торговым маркам. Дифференциация продуктов, или сама по себе, или в сочетании с расширенной рекламой, способна усиливать рыночную власть существующих производителей и создавать барьеры входа;

- контроль монополистом источников поступления необходимого сырья или других специализированных ресурсов;

- высокие транспортные расходы, способствующие формированию изолированных местных рынков, в результате чего единая в технологическом смысле отрасль может представлять множество локальных монополистов;

г) фирма-монополист устанавливает цену на свой товар, а не принимает ее как данное, как рыночную реальность;

д) совершенная информированность.

Различают *три вида монополии.*

Закрытая монополия – отрасль, защищенная от конкурентов: юридическими ограничениями, патентной защитой, институтом авторских прав.

Открытая монополия – монополия, при которой одна фирма, по крайней мере на определенное время, является единственным поставщиком продукта, однако не имеет специальной защиты от конкуренции. В подобном положении нередко находятся фирмы, которые впервые вышли на рынок с новой продукцией.

Естественная монополия – отрасль, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок целиком. К сферам деятельности субъектов естественных монополий относят такие виды деятельности как транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам, транспортировка газа по трубопроводам, услуги по передаче электрической и тепловой энергии, железнодорожные перевозки, услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов, услуги общедоступной электрической и почтовой связи и др.

У естественной монополии имеются как положительные, так и отрицательные стороны.

К положительным сторонам естественной монополии относятся:

- возможность максимально использовать эффект от масштаба производства, что приводит к снижению издержек на производство единицы продукции;

- возможность мобилизации значительных финансовых ресурсов для поддержания средств производства на должном уровне;

- возможность использования достижений научно-технического прогресса;

- возможность следования единым стандартам на производимую продукцию и предоставляемые услуги;

- возможность замены рыночного механизма, т.е. рыночной экономической организации;

- внутрифирменной иерархией и системой контрактных отношений, что позволит сократить потери, связанные с риском и неопределенностью.

Не смотря на все достоинства, естественная монополия имеют ряд недостатков:

- возможность определять уровень продажной цены, создавать искушение переложить издержки в значительной мере на конечного потребителя, который не в состоянии оказывать обратного влияния на производителя;

- возможность блокировать технический прогресс;

- возможность «экономить» за счет снижения качества производимой продукции и предоставляемых услуг;

- возможность принимать форму административного диктата, подменяющего экономический механизм.

Поскольку предприятие-монополист является единственным продавцом товара, кривая спроса для этого предприятия будет не чем иным, как кривой рыночного спроса. Поэтому и кривая спроса на выпуск продукции монополиста совпадает с кривой рыночного спроса. Особенностью данной кривой является то, что она убывающая: объем продаж можно увеличить только за счет снижения цены.

9.2. Монопольный рынок в краткосрочном периоде

В краткосрочном периоде стремящийся к прибыли монополист будет производить каждую последующую единицу продукции до тех пор, пока ее реализация обеспечивает больший прирост общего дохода, чем увеличение общих расходов. Точнее говоря, предприятие-монополиста будет наращивать производство продукции до такого объема, при котором предельный доход равен предельным издержкам. Поэтому правило предельного выпуска $MR = MC$, которое мы определили для конкурентного предприятия, является универсально необходимым условием максимизации прибыли для всех типов рыночных структур.

Однако проблема максимизации прибыли монополистом решается несколько иначе, чем в случае конкурентного предприятия. Главное отличие заключается в том, что монополист должен принять решение и по объему выпуска, и по цене, тогда как конкурентное предприятие определяет только объем выпуска.

Таким образом, существует два важнейших отличия между современной конкуренцией и чистой монополией:

1. Для конкурентного предприятия цена равна его предельному доходу ($P = MR$), а для монополиста цена выше его предельного дохода ($P > MR$). Поэтому кривая спроса конкурентного предприятия совпадает с кривой предельного дохода, а кривая спроса монополиста располагается выше кривой предельного дохода.
2. Конкурентное предприятие назначает цену равную предельным издержкам ($P = MC$, так как $MR = MC$), а монополист назначает цену выше предельных издержек ($P > MC$, так как $MR = MC$).

9.3. Монопольный рынок в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде поведение монополиста, в отличие от условий совершенной конкуренции, будет определяться задачей не допустить в сферу своей деятельности конкурентов. Поэтому, имея возможность манипулировать ценами, он будет ориентироваться не только на цели максимизации прибыли или минимизации убытков, но и стремиться создать барьеры для

желающих проникнуть в отрасль. Для этого предприятие в условиях открытой монополии может воспользоваться двумя стратегиями ценообразования.

Во-первых, оно может взвинтить цену до уровня, обеспечивающего получение краткосрочной максимальной прибыли, и получать чистую экономическую прибыль до тех пор, пока цена вновь не упадет. В данном случае монополист примиряется с тем, что рано или поздно на рынке появятся конкуренты, и часть прибыли будет доставаться им. Очень часто монополисты так и поступают (например, рынок электроники).

Во-вторых, предприятие может воспользоваться стратегией лимитирующего ценообразования, при которой монопольная цена устанавливается на уровне меньшем, чем дающий возможность получать краткосрочную прибыль. Цель данной стратегии уменьшение вероятности появления конкурентов на рынке.

Закрытая монополия защищена в долгосрочном периоде различного рода юридическими барьерами (патентами, лицензиями и т.п.). Однако, в реальной экономической действительности лишь немногие монополии являются закрытыми, так как их прибыли угрожают:

- разработка товаров-заменителей;
- возможность опротестовать обоснованность юридических барьеров.

В долгосрочном периоде предприятие-монополист может также прибегнуть к методу ценовой дискриминации.

Ценовая дискриминация – монополистическая практика продажи товара данного качества при данных затратах по различным ценам разным категориям покупателей.

Ценовую дискриминацию могут осуществлять только монополии, так как они устанавливают и контролируют цены. В условиях совершенной конкуренции образуется единая цена на товар и предприятие не контролирует цену, а принимает ее как данную, поэтому ценовая дискриминация не возникает.

Монополисты занимаются ценовой дискриминацией в том случае, если посредством ее увеличивают свою прибыль. Дискриминационные цены могут использоваться для расширения производства, обеспечивая тем самым экономию от масштаба производства.

Наиболее благоприятные условия для проведения ценовой дискриминации имеются в сфере услуг, поскольку они, как правило, не могут перепродаваться (например, медицинские услуги).

Основные виды ценовой дискриминации представлены в табл. 9.1.

Таблица 9.1

Основные виды ценовой дискриминации

Название	Критерии дифференциации цен	Примеры
Территори-альная	Территориальная дифференциация покупателей	демпинговые цены; ценовые пояса и зоны; цены офшорных зон; сельские и городские цены и тарифы
Временная	Время приобретения товаров и услуг	дневные и ночные цены; сезонные цены
Товарная	Цель приобретения товаров и услуг	тарифы на производственное или потребительское пользование энергией
	Объем приобретения	оптовые и розничные цены и тарифы
	Качество товаров или услуг	надбавки и скидки за качество, сортность
	Торговая марка	цены на товары ведущих и неизвестных фирм
Персональная	Уровень доходов покупателей	магазины для бедных и богатых покупателей
	Статус покупателя	скидки для постоянных покупателей; скидки для первого покупателя; цена для сотрудников фирмы
	Социальный статус	цены для детей, студентов, взрослых и т.д.

Существуют *три степени ценовой дискриминации,* осуществляемой в условиях монополии.

Ценовая дискриминация первой степени (совершенная дискриминация) связана с возможностью производителя устанавливать цену на каждую единицу блага в соответствии с его ценой спроса. В этом случае каждый покупатель платит за товар свою цену, равную его индивидуальной цене спроса.

Ценовая дискриминация второй степени (по объему покупки) означает, что цены блага одинаковы для разных покупателей, но различаются в зависимости от объема покупок. Блага продаются партиями, на каждую партию назначается своя цена. Это может происходить в скрытом виде, в форме накидки к цене или скидки к ней.

Ценовая дискриминация третьей степени (на сегментированных рынках) означает установление разных цен для разных категорий покупателей – студентов, пенсионеров, детей дошкольного возраста и др.

9.4. Экономические последствия монополизации рынка и антимонопольная деятельность государства

Рассмотрим изменения, которые произойдут на рынке после его монополизации.

Ущербом, приносимым монополией, называют величину, на которую сократится суммарный потребительский излишек покупателей в результате монополизации совершенного рынка.

Равновесие на совершенном рынке достигается в точке пересечения кривой спроса и кривой предложения.

Ущерб, приносимый монополией, можно условно разделить на две составляющие.

Первая составляющая в результате монополизации рынка переходит от покупателей к монополии и служит источникам ее прибыли. Эта составляющая равна площади прямоугольника *FGHE*.

Вторая составляющая ущерба, наносимого монополией, равна площади треугольника *BHE*. Эту составляющую относят к безвозвратным потерям, поскольку покупатели лишаются данного объема потребительского излишка, но в то же время он не поступает в распоряжение монополии. В этом случае ущерб наносится всему обществу.

Следовательно, логическим завершением исследования монопольного рынка должна стать оценка влияния монополизма на экономические процессы в целом. Так, существенными экономическими последствиями чистой монополии являются:

1. Монополист считает рациональным продавать меньший объем продукции по более высокой цене, нежели в условиях конкуренции. Поэтому в условиях монополии, с одной стороны, крайне неэффективно распределяются и используются ресурсы, а необходимая обществу продукция недопроизводится (равновесный объем производства монополиста не совпадает с минимальным уровнем средних издержек); с другой стороны, потребители вынуждены платить своего рода монопольный налог (цена на продукцию монополиста превышает средние издержки).

2. Средние издержки монополиста, как правило, не совпадают со средними издержками конкурентного предприятия. В условиях монополии отсутствуют стимулы к снижению производственных издержек, поэтому фактические издержки чистого монополиста для любого объема производства, как правило, выше, чем минимально возможные. Такое явление называется Х-неэффективностью и объясняется следующими причинами:

- целью монополиста не является минимизация издержек;
- монополист не испытывает конкуренцию, следовательно, становится «вялым» и приостанавливает поиск новых технологий;
- монополист несет огромные расходы, связанные с сохранением и укреплением монопольной власти.

3. Монополия противоречиво влияет на научно-технический прогресс. С одной стороны, масштабы монополии дают возможность выделять значительные средства на проведение научных

исследований и разработку новых технологий. С другой стороны, у чистого монополиста нет постоянных стимулов, как в условиях конкуренции, к внедрению в производство научно-технического прогресса.

4. Монополист имеет возможность проведения ценовой дискриминации.

При оценке роли любой формы монополии в экономике имеются аргументы в пользу и против монополий. Аргументы «за» связаны с тем, что в качестве монополиста обычно выступает крупное объединение, которое имеет возможность:

- применять новейшие технологии, использовать преимущества массового производства и на этой основе производить продукцию с меньшими издержками и снижать цены;
- выделять больше средств для финансирования исследований и разработок новой продукции и технологии, что способствует ускорению научно-технического прогресса;
- противостоять конъюнктурным колебаниям рынка: в периоды кризисов крупные фирмы, а тем более их объединения, более устойчивы, они меньше подвержены риску разорения (и увеличения безработицы), чем мелкие и средние предприятия.

Таким образом, существование монополистических объединений оказывает благотворное влияние на развитие экономики. В то же время монополии имеют возможность:

- увеличивать свои прибыли за счет повышения цен без снижения издержек производства;
- «эксплуатировать» потребителей, завышая цены против их равновесного уровня;
- ослаблять или даже устранять конкуренцию вместе с ее благотворным влиянием на эффективность производства, качество продукции, уровень издержек производства.

Поэтому, монополизм имеет противоречивые экономические последствия. Однако непротиворечивым является тот факт, что он подрывает конкуренцию как основу рыночного саморегулирования. Поскольку деятельность монополий носит антиобщественный характер, то защита свободной конкуренции и ограничение деятельности монополий является одной из важнейших функций государства.

Рекомендуемая литература

1. Басовский, Л. Е. Микроэкономика: Учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: НИЦИНФРА-М, 2013. – 224 с.
2. Микроэкономика: учебное пособие / А.В. Бондарь, В.А. Воробьев, Н.Н. Сухарева; под ред. А.В. Бондаря, В.А. Воробьева. – Мн.: БГЭУ, 2007. – 415 с.
3. Приходченко, Т. А. Микроэкономика: Учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины / Т.А. Приходченко. – К.: Изд-во Европ. ун-та, 2007. – 335 с.
4. Рудий, М. М. Мікроекономіка: навч. пос. / М.М. Рудий, В.В. Жебка. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 360 с.
5. Тарасович, Л. С. Микроэкономика: Учебник для бакалавров \ Л.С. Тарасович, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. – М.: Юрайт, 2013. – 543 с.

ТЕМА 10

ОЛИГОПОЛИЯ, ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ОЛИГОПОЛИИ

10.1. Олигополия
10.2. Определение цены и объема выпуска олигополистической фирмой
10.3. Ценообразование в олигополистической рыночной структуре
10.4. Дуополия

10.1. Олигополия

Олигополией называют ситуацию, когда на рынке несколько производителей и каждый из них может влиять на цену. Если производителей двое, то такую олигополию называют *дуополией*.

Слово «олигополия» (от греч. «oligos»– малочисленный, и «poleo»– продаю, торгую) было введено в оборот английским гуманистом и государственным деятелем Томасом Мором в ставшем всемирно известным романе «Утопия» (1516 г.). «Но если даже количество овец сильно возрастет, – говорит один из персонажей «Утопии», – то цена на шерсть все же нисколько не спадет, потому что если продажу ее нельзя назвать монополией, так как этим занято не одно лицо, то, во всяком случае, это – олигополия. Ведь дело попало в руки немногих и притом богатых людей, которых никакая необходимость не вынуждает продавать раньше, чем это им заблагорассудится, а заблагорассудится им не раньше, чем станет возможным продать, за сколько им заблагорассудится».

Для олигополии характерны три основные черты.

Первая характерная черта олигополии – немногочисленность фирм в отрасли. В настоящее время термин «олигополия» используется экономистами как понятие, обозначающее определенный тип строения рынка, при котором сторона предложения представлена небольшим числом сравнительно крупных предприятий-продавцов однородной продукции или близких субститутов. Отдельные же экономисты определяют олигополию не как рынок немногих, как это делал Т. Мор, а как «конкуренцию немногих», подчеркивая тем самым основную особенность этого типа строения рынка. Крупный размер предприятий-олигополистов – прямое следствие их немногочисленности, точно так же, как малость совершенно конкурентных предприятий является следствием их множественности.

Вторая характерная черта олигополии – высокие барьеры для вступления в отрасль. Они связаны прежде всего с экономией на масштабе производства (эффект масштаба), которая выступает как важнейшая причина широкого распространения и длительного сохранения олигополистических структур. В автомобильной промышленности США в 80-е гг., например, минимально эффективный объем выпуска составлял 300 тыс. машин в год. Поскольку многие предприятия производили не менее двух моделей одновременно, стоимость такого завода обычно превышала 3 млрд. долл. Такие крупные инвестиции доступны далеко не для всех фирм, поэтому создаются объективные предпосылки для сохранения ведущего положения автомобильных заводов-гигантов. Отметим, что если в начале XX в. число американских автомобильных фирм приближалось к 200, то уже в конце 20-х гг. их число не превышало 50, а в настоящее время их можно пересчитать по пальцам.

Третья характерная черта олигополии – всеобщая взаимозависимость. Олигополия возникает в том случае, если число фирм в отрасли настолько мало, что каждая из них при формировании своей экономической политики вынуждена принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов. Подобно тому, как шахматист должен учитывать возможные ходы противника, олигополист должен быть готов к различным (нередко альтернативным) вариантам

развития ситуации на рынке в результате различного поведения конкурентов. Всеобщая взаимозависимость проявляется и в условиях обострения конкурентной борьбы, и в условиях, когда достигается договоренность с другими олигополистами и возникает тенденция превращения отрасли в чисто монопольную.

10.2. Определение цены и объема выпуска олигополистической фирмой

Особенности поведения фирмы-олигополиста.

Участники могут демонстрировать либо некооперативное, либо кооперативное поведение (сговор, картель).

Типы некооперативного поведения можно классифицировать по двум признакам:

1) одновременное принятие решений;

2) последовательное принятие решений (традиционно рассматриваемый тип поведения: один из участников – лидер, остальные подстраиваются к его решению; однако возможны и более сложные цепочки ходов).

Для каждой из указанных гипотез о последовательности принятия решений можно, кроме того, предполагать, что стратегии всех участников (при одновременном принятии решений) или лидера (при последовательном принятии решений) сводятся к назначению либо цен, либо объемов выпуска. Таким образом, получаем четыре типа некооперативного поведения, описываемые моделью Курно, моделью Бертрана, моделью Штакельберга и моделью ценового лидерства.

Модели определения цены и объема выпуска фирмой-олигополистом:

«Ломаная кривая спроса». Модель, получившая название ломаной кривой спроса, была предложена для объяснения поведения олигополистов в 1939 г. П. Суизи и Хэллом и Хитчем. В условиях высокой степени неопределенности олигополисты ведут себя по-разному. Одни пытаются игнорировать конкурентов и действовать, как будто в отрасли господствует совершенная конкуренция. Другие, наоборот, пытаются предвидеть поведение соперников и внимательно следят за каждым их шагом. Наконец, некоторые из них считают наиболее выгодным тайный сговор с фирмами-противниками. В реальной действительности могут одновременно встречаться все эти три варианта рыночного поведения. Поскольку руководство фирмы должно постоянно принимать множество решений, оно практически не в состоянии предсказывать реакцию конкурентов на каждое свое действие. Поэтому по многим тактическим вопросам, касающимся второстепенных аспектов, решения принимаются вполне самостоятельно. С другой стороны, при выработке стратегических решений фирма ведет работу по оптимизации взаимоотношений с соперниками. Задача экономической теории – изучить правила рационального выбора, привлекая аппарат теории игр. Каждый «игрок» ищет такой ход, чтобы максимизировать свою выгоду и одновременно ограничить свободу выбора у конкурента. В поисках наиболее «простого» пути фирмы-соперники могут вступить в прямой сговор, договариваясь о единой политике цен, о разделе рынков сбыта. Последний случай наиболее опасен для общества и, как правило, запрещается нормами антимонопольного законодательства. Первый вариант сводится к совершенной конкуренции, третий – в предельном случае – к чистой монополии. Он может быть изучен как с учетом теории игр, так и без нее. Обычно изучение олигополистического ценообразования начинают с анализа ломаной кривой спроса.

«Дилемма заключенного». В настоящее время все большее значение для анализа олигополистических ситуаций получает теория игр. Теория игр – наука, исследующая математическими методами поведение участников в вероятностных ситуациях, связанных с принятием решений. Предметом этой теории являются игровые ситуации с заранее установленными правилами (типа игры в карты или в домино). В ходе игры возможны различные совместные действия – коалиции игроков, конфликты. Стратегия игроков определяется целевой (платежной) функцией, которая показывает выигрыш или проигрыш участника. Формы этих игр многообразны. Наиболее простая разновидность – игры с двумя участниками. Если в игре участвуют не менее трех игроков, возможно образование коалиций, что усложняет анализ. С точки

зрения платежной суммы игры делятся на две группы – с нулевой и ненулевой суммами. Игры с нулевой суммой называют еще антагонистическими: выигрыш одних в точности равен проигрышу других, а общая сумма выигрыша равна нулю. По характеру предварительной договоренности игры делятся на кооперативные (когда образуются коалиции игроков) и некооперативные (когда каждый играет за себя против всех).

Самый известный пример некооперативной игры с нулевой суммой – рассмотренная выше *модель Курно*, а с ненулевой суммой –*«дилемма заключенного».*

«Дилемма заключенного» наглядно показывает особенности олигополистического ценообразования.

10.3. Ценообразование в олигополистической рыночной структуре

Ценообразование на рынке олигополии зависит от распределения рыночных долей фирм.

Оценка немногочисленности и крупности продавцов. Степень монополизированности рынка олигополии достаточно наглядно демонстрирует показатель индекс Герфиндаля-Хиршмана (*HHI*) (иногда в переводной литературе индекс Херфиндаля-Хиршамана), названный так по именам американских экономистов, независимо друг от друга использовавших его в этих целях. Для расчета данного показателя необходимо определить количество фирм в отрасли и рыночные доли каждой фирмы. Значение индекса представляет собой сумму квадратов рыночных долей всех фирм в отрасли.

Существует ли такая характеристика немногочисленности предприятий-продавцов (в виде определенного числового значения *HHI* или какого-то другого индекса концентрации), которая бы позволила однозначно квалифицировать некоторый рынок как олигополию? Нет, не существует. Обычно считают, что наличия на рынке лишь двух предприятий достаточно для того, чтобы рассматривать его как олигополию, точнее, как ее предельный случай – дуополию.

Верхнего же предела для оценки немногочисленности продавцов на олигопольном рынке не бывает. Говорят, что олигополия существует в том случае, если количество предприятий в отрасли таково, что при формировании своей стратегии, т.е. при установлении или изменении своих цен и размеров выпуска, им приходится учитывать возможную реакцию соперников. В случае многочисленности предприятий решения одного предприятия, как правило, не вызывают ответной реакции со стороны других. Тогда рынок может рассматриваться как совершенно, или монополистически, конкурентный.

Тем не менее, индексы концентрации, в частности индекс Герфиндаля-Хиршмана, могут использоваться и в действительности используются правительственными органами регулирования экономики в качестве легального ориентира антимонопольной или, как называют ее в США, антитрестовской, политики. Так, в США с 1982 г. *HHI* стал основным ориентиром при оценке допустимости разного рода слияния предприятий. Этот индекс (и его изменение) используются для классификации слияний в три широких класса.

1. Если $HHI < 1\,000$, рынок оценивается как неконцентрированный («достаточно многочисленный») и слияние, как правило, беспрепятственно допускается.

2. При $1000 < HHI < 1\,800$ рынок считается умеренно концентрированным, но если $HHI > 1400$, его оценивают как «угрожающе немногочисленный». Это может вызвать дополнительную проверку допустимости слияния Департаментом юстиции.

3. При $HHI > 1\,800$ рынок считается высококонцентрированным, или «немногочисленным». В этом случае действуют две нормы. Если в результате слияния *HHI* увеличивается на 50 пунктов, оно, как правило, разрешается. Если же после слияния *HHI* увеличивается более чем на 100 пунктов, оно запрещается. Рост *HHI* на 61-100 пунктов является основанием для дополнительного изучения допустимости слияния.

10.3. Дуополия

Впервые *модель дуополии* была предложена в 1838 г. французским математиком, экономистом и философом Антуаном Огюстеном Курно (1801-1877 гг.). В модели Курно производители принимают решение относительно объемов производства и принимают эти решения одновременно, исходя из своих предположений о решениях, принятых другими (их конкурентами).

Основные положения модели Курно:

- обе фирмы (А и Б) производят однородные товар.
- обе фирмы принимают решения о производстве одновременно, самостоятельно и независимо друг от друга;
- каждая из фирм предполагает выпуск конкурента постоянным, продавцы не могут иметь точной информации о своих ошибках (действуют «с завязанными глазами»). При этом возможны различные варианты.

Курно предположил, что существуют две фирмы. Каждая фирма владеет источником минеральной воды, который она может эксплуатировать с нулевыми операционными затратами. Свой выпуск (минеральную воду) они продают затем на рынке, спрос на котором задан линейной функцией. Каждый дуополист исходит из предположения, что его соперник не изменит своего выпуска в ответ на его собственное решение. Это значит, что, принимая его, дуополист руководствуется стремлением к максимизации своей прибыли, полагая выпуск другого дуополиста заданным.

Кроме модели Курно есть и иные интерпретации дуополии – модели Бертрана, Эджуорта и Штакельберга.

Дуополия Штакельберга представляет собой теоретико-игроваямодельолигополистического рынкапри наличии информационной асимметрии. Названа в честь немецкого экономиста Генриха фон Штакельберга, впервые описавшего ее в работе «Marktform und Gleichgewicht»– «Структура рынка и равновесие», вышедшей в 1934 г.

В этой модели поведение фирм описывается динамической игрой с полной совершенной информацией, что отличает её отмодели Курно, в которой поведение фирм моделируется с помощьюстатическойигры с полной информацией. Главной особенностью игры является наличие лидирующей фирмы, которая первой устанавливает объём выпуска товаров, а остальные фирмы ориентируются в своих расчетах на нее.

В дуополии Штакельберга предполагается иерархия игроков. Первым свое решение объявляет игрок 1, после этого стратегию выбирает игрок 2. Первый игрок называется лидером, а второй – ведомым.

Таким образом, в равновесии фирма-лидер производит в два раза большее количество продукции, нежели фирма-последователь. Это больше чем выпуск в модели Курно, но меньше, чем при совершенной конкуренции, т.е. имеется неоптимальность.

Рекомендуемая литература

1. Мор Т. Утопия / Т. Мор. – М.; Л., 1947. С. 59.
2. Gravelle H. Microeconomics. London/byGravelle H., ЛеевЛ - New York, 1990. – 309 p.
3. Fellner W. Oligopoly and Similar Market Structures - Competition Among the Few : New York, 1949.
4. Shubic M. Market Structure and Behaviour/ byShubic M., Levttan R.Cambridge, Mass., 1980. 20-32p.
5. Linda R. Competion Policies and Measury of Dominant Power / Mainstreams in Industrial Organization / Ed. by H. de Jong, W. Shepherd. Dordrecht, 1986. B. 2.
6. Sweezy P. Demand under Conditions of Oligopoly / Journ. Polit. Econ. 1939. Vol. 47. Aug. 568-573p.

7. Hall R. Price Theory and Business Behaviour / by Hall R., Hitch Ch. Oxford Econ. Papers. 1939. Vol. 2. May. 12-45p.

8. Стиглер Дж. Ломаная кривая спроса олигополиста и жесткие цены / Теория фирмы. СПб., 1995. 402-431 с. {Вехиэкономическоймысли; Вып. 2).

9. Голиков М.Н. Микроэкономика: учебно-методическое пособие для вузов/Голиков М.Н. – Псков: Изд-во ПГПУ, 2005. − 104 с.

10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. (Книги 1-1П). М., 1993. 255 с.

11. Пихно Д. И. Торгово-промышленные стачки/Пихно Д. И. - Киев, 1885.

12. Шагин В. Л. Теория игр с экономическими приложениями. Учебное пособие/ Шагин В. Л. - М., ГУ-ВШЭ, 2003.

13. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов/ Нуреев Р. М. − Н 90 2-е изд., изм. − М.: Издательство НОРМА, 2000. − 572 с.

ТЕМА 11

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ТЕОРИЯ, ОСОБЕННОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

11.1. Монополистическая конкуренция
11.2. Неценовая конкуренция
11.3. Эффективность и издержки монополистической конкуренции
11.4. Преимущества и недостатки монополистической конкуренции

11.1. Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция – это самый распространенный тип рыночной структуры, в условиях которой конкурируют множество мелких фирм, предлагающих потребителю похожую, но не идентичную продукцию. Монополистическая конкуренция характеризуется свободным входом на рынок и выходом с рынка.

Основы теории монополистической конкуренции заложил Э. Чемберлин в изданной в 1933 году книге «Теория монополистической конкуренции».

Данный тип рынка, с одной стороны схож с положением монополии, поскольку отдельные монополии имеют возможность контролировать цену своих товаров, а с другой – схож с совершенной конкуренцией, так как предполагается наличие множества мелких фирм и возможность появления новых благодаря свободному входу на рынок и выходу из него.

Согласно модели монополистической конкуренции Э. Чемберлина, данной структуре рынка присущи такие черты:

- дифференциация продукции;
- большое количество продавцов;
- относительно низкие барьеры вхождения и выхода из отрасли;
- жесткая неценовая конкуренция.

По Д. Хайману же для рынка с монополистической конкуренцией характерно следующее:

1. Товар каждой фирмы, представляющей его на рынке, является несовершенным заменителем товара, производимого другими фирмами. Продукт каждого продавца обладает исключительными качествами или характеристиками, которые служат тому, чтобы некоторые покупатели предпочли его товар конкурирующим фирмам. Дифференциация товара означает, что предмет, продаваемый на рынке, не является стандартизированным. Дифференциация может происходить из-за действительных качественных отличий между продуктами или из-за предполагаемых отличий, которые проистекают из различий в рекламе, престиже торговой марки или «имидж», связанным с обладанием или использованием этого товара. Такие продукты имеют репутацию качества и степень привлекательности, которая, будучи реальной или созданной рекламой, дает продавцам товаров этих марок степень монопольной власти.

2. На рынке существует относительно большое число продавцов, каждый из которых удовлетворяет небольшую долю рыночного спроса на общий тип товара, реализуемого фирмой и ее конкурентами. При монополистической конкуренции размеры рыночных долей фирм, в общем, превосходят 1%, т.е. процент, который существовал бы при совершенной конкуренции. В типичном случае на фирму приходится от 1% до 10% продаж на рынке в течение года.

3. Продавцы на рынке не считаются с реакцией конкурентов, когда устанавливают цену на свои товары или цель по объему годовых продаж. Данная особенность является следствием относительно большого числа продавцов на рынке с монополистической конкуренцией. Например, если отдельный производитель брюк для того, чтобы продать больше товара,

сокращает свою цену на 10% за одни брюки, то, вероятно, что прирост в объеме его продаж происходит за счет многих, а не нескольких продавцов. В итоге, маловероятно, что какой-то отдельный конкурент понесет большие потери своей доли на рынке из-за уменьшения продажной цены любой другой фирмой. Таким образом, у конкурентов нет причин, чтобы отреагировать на это изменением своей политики, так как решение первой фирмы изменить цену не воздействует в значительной степени на их возможности извлекать прибыль. Фирма знает это и, следовательно, не учитывает какой-либо возможной реакции конкурентов, когда выбирает свою цену или цель по продажам.

4. Существуют условия для свободного входа на рынок и выхода из него. При монополистической конкуренции легко основать новую фирму или покинуть рынок. Выгодная конъюнктура на рынке с монополистической конкуренцией привлечет новых продавцов. Однако вход на рынок не настолько легок, как он был бы при совершенной конкуренции, поскольку новые продавцы часто испытывают трудности со своими новыми для покупателей торговыми марками и услугами. Следовательно, уже существующие фирмы с устоявшейся репутацией могут сохранять свое преимущество над новыми производителями.

11.2. Неценовая конкуренция

Как известно, рынок монополистической конкуренции обладает свойствами, как монополии, так и совершенной конкуренции. Эта двойственность вынуждает фирмы конкурировать не только по цене, но и по неценовым параметрам (фирменная марка, особые качества, условия продажи, реклама, возможность покупки товара в рассрочку, наличие или отсутствие гарантийного ремонта и др.). Неценовая конкуренция позволяет фирме не только расширять свою долю на рынке за счет повышения спроса, но и снижать его эластичность, усиливая тем самым монопольную власть фирмы.

Одним из таких неценовых параметров является *дифференциация продукта*.

Продаваемая или же выпускаемая продукция неоднородна, дифференцирована, так что монополистически конкурентный рынок или отрасль представляют группу продавцов, продающих разные продукты, являющиеся близкими субститутами друг друга.

Неоднородность продукции в модели монополистической конкуренции столь же объемна, как и ее однородность в модели совершенной конкуренции. Иначе говоря, продукт, продаваемый на рынке монополистической конкуренции, дифференцирован по любому различаемому покупателями параметру.

Нередко различают действительную и искусственную дифференциацию продукта. Действительная дифференциация предполагает различия в его физических характеристиках, таких, например, как химический состав различных моющих средств, разных видов пасты для чистки зубов или кремов для бритья.

Искусственная дифференциация предполагает различия в упаковке, торговой марке, ее имидже, обеспечиваемых рекламированием. Более того, совершенно однородные продукты могут оказаться неоднородными с точки зрения местоположения источника продажи и/или услуг, дополняющих их или сопутствующих им.

Согласно модели Чемберлина, где исходным понятием является понятие «продуктовой группы» (аналога понятия «отрасль»), включающей производителей продуктов, являющихся близкими, но не совершенными субститутами, причем в смысле удовлетворения одной и той же потребности при сходных ценах, кривая спроса на дифференцированный продукт должна иметь отрицательный наклон. Если фирма поднимет цену на свой продукт, она потеряет клиентов, но не всех, а если понизит цену, то увеличит продажи, привлекая ряд клиентов других фирм. Таким образом, дифференциация продукта дает фирме некоторую монопольную власть.

Строго говоря, в такой отрасли с дифференцированной продукцией и нисходящей кривой спроса у каждой из фирм должна устанавливаться не единая равновесная цена, а целая группа равновесных цен, отражающих предпочтения потребителей в отношении продуктов разных фирм.

Для того чтобы упростить модель, предположив установление единой равновесной цены в отрасли, Чемберлин вводит две важные предпосылки – одинаковости кривых издержек у всех фирм отрасли и так называемой симметрии.

Симметрия у Чемберлина означает, что при имеющем место в условиях свободы вхождения в отрасль и наличия в ней положительной прибыли вступлении на ее рынок новой фирмы со своей маркой продукта эта фирма забирает клиентов у действующих в отрасли фирм в равной степени, так что в каждый данный момент фирмы отрасли имеют равные рыночные доли. Это, в свою очередь, предполагает упомянутую одинаковость издержек.

11.3. Эффективность и издержки монополистической конкуренции

Экономическая эффективность монополистической конкуренции состоит из эффективного использования ресурсов (равенства цены и предельных издержек) и высокую производственную эффективность (равенства цены с минимальными средними валовыми издержками.

Одна из характерных черт монополистической конкуренции, как и при монополии, является монопольная власть, которая позволяет повышать цены на продукцию, путем создания искусственного дефицита. Но эта власть возникает не из-за барьеров, а из-за дифференциации. Минимизация издержек не является основной целью монополистического конкурента, и в связи с тем, что кривая средних издержек обозначает определенную технологию, это говорит о том, что у фирмы есть избыточные производственные мощности, т.е. незанятые ресурсы. А это значит, что при монополистической конкуренции не выполняются основные условия экономической эффективности.

Типичными примерами служат многие виды мелких предприятий розничной торговли. Поэтому в долговременном периоде в условиях равновесия цена превышает как средние валовые издержки ($P > ATC$), так и предельные издержки ($P > MC$), указывая, таким образом, на то, что дополнительные единицы этого товара общество оценивает выше, чем альтернативные продукты, которые с использованием тех же ресурсов можно было бы произвести. Следовательно, высокие цены в условиях монополистической конкуренции обусловлены наличием избыточных (или незагруженных) производственных мощностей, а точнее, издержками монополистической конкуренции.

Однако, избыточные производственные мощности не обязательно свидетельствуют о неэффективности производства, поскольку цена является не единственным фактором, характеризующим дифференцированный товар. Так как при монополистической конкуренции производится больший объем товара, чем при монополии, но с большими издержками, чем при совершенной конкуренции, у потребителя появляется выбор между широким ассортиментом товара по более высоким ценам или скудный выбор по низким ценам.

Определить неэффективность производства в условиях монополистической конкуренции можно только в случае, если издержки будут больше ожидаемой выгоды, т.к. покупатели предпочитают разнообразие товаров и в этом случае, необходимо сравнивать издержки и выгоды, связанные с процессом дифференциации товара.

В добавление к издержкам, связанным с избыточной мощностью, существуют также издержки, которые несут фирмы на рынках с монополистической конкуренцией тогда, когда фирма стремится убедить потребителей в том, что ее товары отличаются от товаров соперничающих продавцов.

На рынке монополистической конкуренции, также существуют издержки реализации – это все те издержки, которые несет фирма, чтобы повлиять на продажи своего товара. Реклама, жалование продавцов и другие расходы по продвижению товара включаются в издержки реализации. На полностью конкурентных рынках нет стимулов нести издержки реализации. На таких рынках продукция каждой отдельной фирмы является совершенным заменителем продукции любой конкурирующей фирмы. Вероятно, что средние издержки реализации (издержки реализации на единицу выпуска) вначале уменьшаются, а затем возрастают по мере роста

действительных продаж. Средние постоянные издержки снижаются с увеличением продаж, так как издержки, авансированные на реализацию, распределяются на большее число единиц товара. Издержки реализации на единицу товара снижаются также тогда, когда дается больше рекламы, если цена за одно рекламное объявление падает с ростом их числа. Чем больше спрос на товар, тем меньше средние издержки реализации, связанные с продажей на рынке данного количества товара. Следовательно, изменение спроса на товар может сместить кривую издержек реализации. Например, если бы спрос был достаточно велик, означая, что покупатели приобрели бы больше по любой данной цене, то средние издержки реализации данного выпуска при любой цене были бы ниже. При этом нужно, однако, предположить, что сумма рекламных расходов у конкурирующих фирм неизменна. Если бы конкурирующие фирмы больше тратили на рекламу, то средние затраты на реализацию у типичной фирмы увеличились бы. Изменение любого другого фактора, влияющего на спрос на товар фирмы, сместит кривую средних издержек реализации либо вверх, либо вниз.

11.4. Преимущества и недостатки монополистической конкуренции

Преимущества рынка монополистической конкуренции:

– Направлен на удовлетворение многообразия индивидуальных запросов и предлагает больший ассортимент товаров благодаря дифференциации продукции. Создает возможность влияния на рыночные цены, т.к. многие потребители сохраняют приверженность к конкретной марке и фирме даже при некотором повышении цен. Однако данное влияние будет относительно небольшим из-за схожести товаров конкурирующих фирм. Косметика, парфюмерия, фармацевтическая продукция, бытовая техника, услуги – примеры дифференцированной продукции. Фирмы, производя дифференцированный продукт, имеют возможность в определенных пределах менять цену продаваемого товара, и кривая спроса отдельной фирмы имеет, как в случае с монополией, «убывающий» характер. Каждая фирма – монополистический конкурент контролирует большую долю отраслевого рынка. Однако дифференциация продукции приводит к тому, что единый рынок распадается на отдельные, относительно самостоятельные части (сегменты рынка). С другой стороны, товары, продаваемые конкурентами, являются близкими заменителями данного, значит спрос на продукцию отдельной фирмы достаточно эластичен и не понижается так резко, как в случае монополии.

– Сильная конкуренция удерживает цены близко к уровню предельных издержек, которые находятся на минимально возможном для дифференцированной продукции уровне (хотя и несколько выше, чем на рынке совершенной конкуренции).

– Постоянное совершенствование производства и реализации новых технологий и появление новых потребностей.

– Неценовая конкуренция, а значит улучшение качества, реклама и стимулирование сбыта.

Недостатки рынка монополистической конкуренции:

1) Равновесная цена монополистического конкурента ниже, чем у монополиста, но выше чем у совершенного конкуренты, т.к. она включает в себя монополистическую прибыль.

2) Производитель не всегда стремится сокращать средние издержки, поэтому такой рынок не стремится к максимуму производственной эффективности.

3) Производственные мощности не полностью загружены, т.к. производитель выбирает ориентацию на ограниченное число покупателей. Это довольно часто встречающийся тип рынка. Он характерен для пищевой промышленности, производства одежды и обуви, мебельной и др. Государство обычно активно поддерживает эту рыночную структуру, ограничивает возможности крупных фирм захватывать и поглощать независимых производителей.

4) Существование свободного входа фирм в отрасль приводит к тому, что в результате конкурентной борьбы становится типичная ситуация, когда предприятия в долгосрочном периоде не получают экономических прибылей, функционируя в точке безубыточности.

5) Фирмы, действующие в условиях монополистической конкуренции, малы как относительно, так и абсолютно. Размер фирм жестко ограничен быстрым появлением убытков от масштаба производства (отрицательный эффект масштаба производства). И если существующие фирмы полностью используют возможности экономии на масштабе производства, то отраслевое предложение вырастет за счет входа в отрасль новых фирм, а не за счет расширения деятельности старых.

Основные недостатки этой рыночной структуры возникают от размеров фирмы:

- Нестабильность рыночных условий и неопределенность малого бизнеса. Слабый рыночный спрос, может привести к банкротству, финансовым потерям, выходу из отрасли. Сильный рыночный спрос – усиливает приток новых фирм в отрасль и ограничивает получение прибылей действующих фирм.

- Малые размеры фирм и жесткое действие рыночных сил ограничивают финансовые возможности для риска и проведения НИОКР и инновационной деятельности (поскольку для НИОКР необходим достаточно высокий минимальный размер предприятия. Большинство малых фирм не являются технически передовыми или инновационными.

Рекомендуемая литература

1. Вечканов. Г.С. Микроэкономика. Учебник для вузов 4е изд. Стандарт третьего поколения/ Вечканов. Г.С., Вечканова Г.Р. – СПб: Питер,2012-464с.

2. Гальперин В.М. Микроэкономика: В 2-х т./ Общая редакция В.М.Гальперина./ Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. - СПб: Экономическая школа, 1996. – 482 с.

3. Григорьев М. Ю. Теория переходной экономики: учебное пособие [для экономических вузов] / Григорьев М. Ю., Григорьева Н. В., Кириллов О. А., [отв. ред. Г. Е. Яковлев], 2008. – 214 с.

4. А.Г. Грязнова. Микроэкономика. Теория и практика. Учебник для студентов, обуч.по экономич. спец.и направл./ А.Г. Грязнова, А. Ю.Юданова. 2-е изд.-М. ИТД"Кно Рус", 2000.-544с.

5. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. Под ред. С.В.Валдайцева. М. «Финансы и статистика», 1992.- 362 с.

6. Чеканский А.Н. Микроэкономика. Промежуточный уровень: Учебник.(Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова)/Чеканский А.Н., Фролова Н.Л. – М.: ИНФРА-М, –.2005. – 685 с.

ТЕМА 12

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКОВ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

12.1. Спрос на факторы
12.2. Рынок труда
12.3. Рынок природных ресурсов
12.4. Рынок природных капиталов

12.1. Спрос на факторы

В отличие от спроса на продукты конечного потребления, спрос на факторы производства имеет производный, вторичный характер. Производный характер объясняется тем, что потребность в факторах производства возникает лишь в том случае, если с их помощью могут быть произведены пользующиеся спросом конечные потребительские блага.

Спрос на любой фактор производства находится в прямой взаимосвязи со спросом на потребительские товары, изготовленные с помощью данного фактора производства. В то же время существует обратная зависимость между спросом на ресурс и его ценой, что является следствием уменьшения предельного продукта ресурса в денежном выражении.

В связи с тем, что все факторы производства, с одной стороны, являются взаимозаменяемыми, а с другой – взаимодополняемыми, спрос на факторы производства – это взаимозависимый процесс, где объем каждого привлекаемого в производство ресурса зависит от уровня цен не только на каждый из них, но и на все остальные, сопряженные с ними ресурсы и факторы.

Величина спроса на экономические ресурсы определяется количеством ресурсов, которые фирмы готовы приобрести при существующих ценах, в данном месте, в данное время.

В отличие от спроса на готовую продукцию, спрос на ресурсы имеет производный характер, поскольку непосредственно зависит не только от цены на ресурс, но и от спроса и цен на готовую продукцию, изготавливаемую фирмой при помощи данного ресурса.

На рынках факторов производства спрос порождает предложение так же, как и на рынках обычных потребительских благ. Однако рынки факторов производства имеют существенные особенности. Здесь предложение во многом зависит от специфики каждого конкретного фактора производства как экономического блага для осуществления производственной деятельности с целью получения дохода. В целом же особенности предложения обусловлены редкостью, ограниченностью экономических ресурсов и прежде всего таких как земля, труд, природные ресурсы и продукты их переработки. Ограниченность, редкость первичных экономических ресурсов и производных от них факторов производства относительны. Они редки и ограничены по сравнению с потребностью производства в них для выпуска необходимых в каждый данный момент конечных благ. Если бы ресурсы не были ограничены, они были бы бесплатными, как воздух, а разнообразные потребности людей были бы раз и навсегда полностью удовлетворены. Однако люди неустанно и заинтересованно отслеживают показатели количества пригодных к использованию земель и цены этого использования: количества трудовых ресурсов, уровня их занятости и оплаты труда; количества добываемого сырья и цен в этой области. На основании этих и сопряженных с ними показателей выявляется динамика, составляются прогнозы, меняется структура производства, а иногда и экономики в целом. Это означает, что предложение факторов производства испытывает на себе действие закона редкости, ограниченности ресурсов. В этом заключается важнейшая особенность всех рынков, в частности рынка предложения любого

фактора производства. На рынках обнаруживается, что предложение каждого конкретного фактора производства имеет различную эластичность. Первопричиной здесь также выступает закон ограниченности, редкости ресурсов, хотя могут иметь место и воздействия других факторов. Так, например, предложение земли чаще всего неэластично, потому что в каждый данный момент ее размеры фиксированы, альтернативного, заменяющего землю ресурса не существует, она представляет собой уникальное, не воспроизводимое экономическое благо. Количество трудовых ресурсов также в каждый данный момент фиксировано и изменяется достаточно медленно» Но эластичность предложения труда рабочей силы может зависеть от конкретной экономической ситуации, реализации возможностей псарной занятости при данных доходах и уровне заработной платы.

В качестве факторов выступают труд, земля, капитал и предпринимательские способности. Каждый из факторов, выступая как элемент производственного процесса, оказывает определенные услуги. Величина цены этих услуг обуславливает доходы собственников факторов производства:

- цена услуг труда (доход наемных работников) определяется заработной платой
- цена услуг капитала (доход собственников капитала) – процентом.
- цена услуг предпринимательской деятельности (доход предпринимателей) – прибылью.

Когда фирмы покупают услуги, оказываемые факторами, предприниматели, как правило, не становятся владельцами этих факторов:

- покупая рабочую силу, предприниматели не становятся владельцами живого человека, а лишь получают право на получение стоимости в результате его труда;
- приобретая капитал, предприниматели имеют возможность использовать оборудование, здание, сырье, денежные средства для создания новой стоимости;
- покупая землю, предприниматели реализуют свое право для производства товаров и увеличения стоимости.

12.2. Рынок труда

Рынок труда – это сфера взаимоотношений покупателей и продавцов трудовых услуг. Как и любой рынок ресурсов, он формируется за счет взаимодействия спроса и предложения. Рынок труда имеет свои особенности. *Спрос на труд* считается вторичным, производным от первичного спроса на готовые продукты, и особенно на потребительские товары. Основным фактором, формирующим спрос на труд, является потребность производства в людских ресурсах. Закон спроса на труд: чем меньше заработная плата, тем больше величина спроса на труд.

Зарплата рассматривается как факторный доход и предстает как цена труда. В широком смысле зарплата – это все вознаграждения, получаемые работником (все виды доходов), в узком смысле зарплата – это ставка зарплаты, т.е. цена, выплачиваемая за единицу труда в течение определенного интервала времени. Номинальная заработная плата (W), реальная заработная плата (W/P) – это то, что мы реально можем купить на эту сумму денег.

Предложение труда– количество труда, которое может быть предложено производству (фирмам) по определенной цене – заработной плате и в определенное время. Закон предложения: чем больше заработная плата, тем больше величина предложения труда. Субъекты спроса на рынке труда – фирмы и государства, а субъекты предложения – домашние хозяйства.

Для рынка труда в условиях совершенной конкуренции характерно:

- взаимодействие на рынке стольких продавцов и покупателей, что никто не может повлиять на ставку зарплаты;
- наличие одинакового уровня квалификации у всех рабочих;
- мобильность рабочих, т. *Е.* нет преград для перехода с одного места работы на другое.

Равновесная ставка заработной платы и равновесный уровень занятости данного вида труда определяется на пересечении кривых спроса и предложения труда.

Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции характеризуется:

- воздействием предпринимателей на спрос на труд, а, следовательно, и на ставку заработной платы;

- влиянием профсоюзов на предложение труда, а значит, и на ставку заработной платы.

Следовательно, рынок труда может быть монополизирован как со стороны спроса (модель монопсонии – как правило, одна фирма – работодатель), так и со стороны предложения труда (модель с профсоюзом).

12.3. Рынок природных ресурсов

Земля, как ресурс, в отличие от других природных ресурсов, имеет многообразное применение. Поэтому спрос на землю функционально многообразен. Многоцелевое использование земли и ее природная дифференциация требует улучшения качества данного фактора производства для приспособления природных участков земли для конкретных видов работ. Однако запасы земли как ресурса строго ограничены и невосполнимы. Именно уникальность земельных ресурсов и ее ограниченность порождают такое явление, как земельная рента.

Рента – это плата за использование уникального, неповторимого или строго ограниченного ресурса, который, как правило, невозобновим. Земельная рента рассматривается как экономическая рента, т.е. как плата за землю.

В экономической теории ренту получает владелец ресурса, однако рента возникает не только при использовании данного фактора. Если собственник сдает землю в аренду, то экономическая рента включается в арендную плату. Для определения размера земельной ренты существует два подхода. Согласно первому подходу, величина ренты определяется в рамках теории предельной производительности факторов производства. Земля выступает как постоянный фактор использования в сочетании с переменными факторами – трудом и капиталом. Соответственно земельная рента рассматривается как факторный доход, т.е. как часть величины предельного продукта, который создается с участием данного фактора производства. Таким образом, с точки зрения теории предельной производительности величина земельной ренты определяется как разность стоимости предельного продукта в денежном выражении и процента за использование капитала в денежном выражении.

В соответствии со вторым подходом, размер земельной ренты определяется соотношением спроса и предложения на рынке услуг земли, подобно равновесной цене на товарном рынке. Однако особенность рынка земли в том, что предложение земли в целом абсолютно неэластично, т.е. предложение земли величина постоянная, а спрос на использование земли, наоборот, является производным от спроса на продукт земли или услуги земли. Если будет расти цена на пшеницу, то будет увеличиваться спрос на посевные площади, если на недвижимость, то на земельные участки под застройку.

12.4. Рынок капиталов

Среди условий производства, обеспечивающих функционирование рыночной экономики и ее непрерывный характер развития, одно из первых мест занимает рынок капиталов, создание которых является одной самых сложных задач для страны, переходящей к рыночной системе хозяйствования.

Рынок капиталов – это рынок денежных или вещественных ресурсов, которые необходимы для функционирования производства. Объекты рынка капиталов могут передаваться или во временное пользование, или продаваться, т.е. менять собственника. Так как капитал может иметь вещественную и денежную форму, различают рынок вещественных активов и рынок денежных капиталов, их существование взаимосвязано. Под капиталом на рынке вещественных факторов производства понимается физический капитал: станки, машины, здания, сооружения, запасы материалов и полуфабрикатов и т.п. в их стоимостном измерении. Но чаще всего под рынком капиталов понимается рынок капитала в стоимостной, денежной форме. По сути, это рынок

ссудного капитала, так как на нем денежные средства передаются во временное пользование. Этот рынок мы и будем рассматривать как рынок денежных капиталов.

Рынок ссудных капиталов представляет собой совокупность взаимоотношений, где объектом сделки выступает денежный капитал и формируется спрос и предложение на него. Он подразделяется на денежный рынок и рынок капиталов. Денежный рынок связан с краткосрочными ссудами сроком до одного года. Рынок капиталов обслуживает среднесрочные и долгосрочные займы.

Функции рынка капиталов определяются его сущностью и той ролью, которую он выполняет в системе общественного хозяйствования.

Выделяют пять основных функций рынка ссудных капиталов:

1) обслуживание товарного обращения через кредит;

2) аккумуляция денежных сбережений юридических, физических лиц и государства, а также иностранных клиентов;

3) трансформация денежных фондов непосредственно в ссудный капитал и использование его в виде капиталовложений для обслуживания процесса производства;

4) обслуживание государства и населения как источников капитала для покрытия государственных и потребительских расходов;

5) ускорение концентрации и централизации капитала для образования мощных финансово-промышленных групп.

Первые три функции стали активно использоваться в промышленно развитых странах лишь в послевоенный период; в первых четырех функциях рынок служит своеобразным посредником в движении капитала; все функции направлены на обеспечение эффективного функционирования системы современной рыночной экономики.

Спрос на рынке капитала определяется функционирующими предпринимателями, предложение – ссудными капиталистами. Спрос на капитал определяется как разница между стоимостью принятых инвестиционных проектов и собственными накоплениями предприятий, а предложение – количеством временно свободных денежных средств в обществе. В краткосрочном периоде, когда количество предлагаемого капитала неизменно, изменение спроса приведет к изменению процентной ставки. В долгосрочном периоде цепу на капитал будет менять стоимость предлагаемого капитала.

На рынке капиталов продавцом являются собственники свободных денежных средств, а покупателем – представители бизнеса, нуждающиеся в этих средствах. Предоставление и получение денег в долг – это основной тип сделок, совершаемых на рынке заемных средств. Этот рынок дает возможность потребителям и фирмам распределять во времени свои расходы наиболее выгодным для себя образом. Процессы на рынке заемных средств оказывают существенное влияние на распределение ресурсов и, следовательно, на экономику в целом.

Цена, уплачиваемая за использование взятых в долг денег, называется ссудным процентом**.** Сами деньги, как известно, не являются всегда производительным ресурсом, но, используя их, можно купить оборудование, материалы, энергию, труд и другие ресурсы, необходимые для производственного процесса. Поэтому, взяв в пользование денежные ресурсы, предприниматель обеспечивает условия развития своего производства. Ставка ссудного процента обычно показывает, какой процент от взятой в кредит суммы будет уплачиваться за пользование этими деньгами. По сути, это доход, который получает собственник временно свободных денежных средств, предоставляя их во временное пользование другому лицу.

В проценте различают номинальную и реальную ставки; реальная ставка всегда равна номинальной минус темп инфляции. Уровень ставки ссудного процента зависит прежде всего от спроса на кредит, но под воздействием множества факторов он дифференцируется. Важное значение имеет степень риска: чем она больше, тем выше ссудный процент. На уровень процента влияют также срок ссуды (долгосрочные ссуды более дорогие), количество ссужаемых денег (как правило, на меньшую сумму выплачивается более высокий процент), конкуренция на денежном рынке.

Рекомендуемая литература

1. Рогавичене Л.И. Дискриминация на рынке труда современной России: автореф. дис. на соискание ученой степени к. э. н.; Санкт–Петербургский государственный университет экономики и финансов – 2009.

2. Носова С.С., Новичкова В.И. Экономическая теория для бакалавров. – М.: КНОРУС, 2009. – с. 142

3. Экономическая теория. Курс интенсивной подготовки / Под редакцией И. В. Новиковой, Ю. М. Ясинского. – М.: ТетраСистемс, 2009. – с. 72

ТЕМА 13

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЭКОНОМИКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ, ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ БЛАГА

13.5. Экономика благосостояния

13.6. Хозяйственные мероприятия и их воздействие на домашние хозяйства

13.7. Проблема формализации социального оптимума

13.8. Разновидности внешних эффектов и провалы рынка

13.1. Экономика благосостояния

Наиболее простой критерий оценки экономической эффективности разработан В. Парето, который утверждал, что любое перемещение ресурсов, вызывающее изменение структуры производимых товаров или их распределение среди потребителей, может рассматриваться как «улучшение», если оно приносит некоторым людям выгоду (по их собственной оценке), не причиняя никому ущерба.

Эффективным по Парето является такое состояние экономики, при котором нельзя улучшить положение хотя бы одного субъекта, не ухудшая положения других.

Парето-предпочтительное состояние экономики – состояние, при котором благосостояние хотя бы одного индивидуума выше, а у всех остальных не ниже, чем в исходном состоянии. Это отношение применимо только к такой паре состояний экономики, когда данную пару точек в пространстве благосостоянии двух индивидуумов можно соединить отрезком прямой с неотрицательным наклоном.

Диаграмма (ящик, коробка) Эджуорта – инструмент микроэкономического анализа в виде четырехугольника, образованного двумя картами безразличия или изоквант в результате поворота одной из них на 180 °.

Кривая производственных возможностей – график, показывающий те сочетания благ, которые могут быть произведены экономической системой исходя из наличных факторов производства и характера используемой технологии.

Кривая потребительских возможностей – совокупность точек, представляющих оптимальные по Парето варианты распределения заданного количества благ между двумя потребителями.

Отказы рынка – неспособность рыночного механизма в определенных условиях обеспечить достижение эффективности по Парето.

Общая теория лучшей из худших альтернатив (теория квазиоптимума) утверждает, что предпочтительнее отойти от эффективности (наиболее эффективного распределения ресурсов) в одном секторе экономики, чтобы сбалансировать диспропорции в других ее секторах, когда эти диспропорции иначе не могут быть устранены.

Первая фундаментальная теорема экономики благосостояниятверждает, что общее конкурентное равновесие является Парето-эффективным,т.е. никакие изменения в производстве и распределении не могут повысить благосостояние хотя бы одного субъекта, без снижения благосостояния других.

В упрощенной форме ее можно изложить следующим образом: если соблюдается условие полноты рынков, если поведение потребителей и производителей является конкурентным, если существует состояние равновесия, то аллокация ресурсов в условиях данного равновесия будет оптимальной по Парето.

Вторая фундаментальная теорема экономики благосостояниятверждает, что если потребители и производители руководствуются своими предпочтениями, нет возрастающей отдачи (кривая производственных возможностей выпукла), то оптимальным по Парето состоянием экономики является конкурентное равновесие любого начального распределения ресурсов.

В отличие от первой теоремы вторая фундаментальная теорема экономики благосостояния требует дополнительной предпосылки об отсутствии возрастающей отдачи.

Следствие: любое Парето-эффективное размещение ресурсов может быть достигнуто в рамках децентрализованного рыночного механизма (при отсутствии «несовершенств рынка»).

Экономическая эффективность – это способ действий, обеспечивающий получение в результате осуществляемых усилий и затрат ресурсов максимального (наилучшего) результата.

Социальная справедливость в сфере экономики – это соответствие системы экономических отношений (преимущественно отношений распределения) потребностям, интересам человека, которые господствуют в данном обществе. Более подробно, под социальной справедливостью понимается обеспечение работой каждого трудоспособного, получение достойной заработной платы, социальное обеспечение инвалидов, детей без родителей, свободный доступ граждан страны к образованию, здравоохранению, спорту, культуре и т.д.

Социальная справедливость в экономической теории – это проблема приемлемой степени неравенства в распределении доходов.

Рыночная система не обеспечивает социальной справедливости. Напротив, многие ее векторы имеют противоположную направленность.

Экономическая эффективность в принципе противоречит социальной справедливости в таких сферах, как перераспределение ресурсов в пользу малоимущих, поддержание всеобщей занятости, решение экономических проблем и др.

Противоречие между экономической эффективностью и социальной справедливостью – это отражение противоречия между производством и потреблением.

Экономическая эффективность, направленная на увеличение общественного продукта, достигается наилучшим образом в рамках рыночной системы с преобладанием частной собственности. Однако такая система неизбежно порождает усиление социальной дифференциации, так как в ней преобладает распределение по факторам производства, если государство устраняется от перераспределения доходов граждан. Социальная справедливость реализуется главным образом через перераспределение доходов между различными группами населения, что ограничивает стихийное действие механизмов рыночной экономики. Развитие современной рыночной экономики предполагает определенную меру выравнивания доходов, создание социальных гарантий и равных стартовых условий для всех слоев населения.

13.2. Хозяйственные мероприятия и их воздействие на домашние хозяйства

1. Идея оптимизации по Парето

В своих исследований Парето установил, что распределение доходов выше определенной величины *X* сохраняет устойчивость.

После изучения достаточно обширного статистического материала Парето пришел к выводу, что параметры этого распределения примерно одинаковы и не различаются принципиально в разных странах и в разное время. «Кривая распределения доходов отличается замечательной устойчивостью, она меняется незначительно, хотя сильно преображаются обстоятельства времени и места, при которых ее наблюдают», – писал Парето в «Социалистических системах».

Во время своих исследований Парето основывался на том, что главенствующим при распределении доходов является принцип неравномерного распределения природных человеческих способностей, а не социальные условия. Форма этой кривой зависит от биологически заданного распределения психологических особенностей людей. Из чего следовал вывод об объективном характере закона Парето и о невозможности изменить принцип

распределения путем социальных преобразований. «Закон Парето» породил обширную экономическую литературу, как критическую, так и интерпретирующую распределение Парето в отношении самых разных приложений: экономических, общественных, биологических, демографических.

Но наиболее известен Парето своим принципом оптимальности, который получил название «оптимум по Парето», который лег в основу так называемой новой экономики благосостояния. Оптимум по Парето гласит, что благосостояние общества достигает максимума, а распределение ресурсов становится оптимальным, если любое изменение этого распределения ухудшает благосостояние хотя бы одного субъекта экономической системы. В ситуации, оптимальной по Парето, нельзя улучшить положение любого участника экономического процесса, одновременно не снижая благосостояния как минимум одного из остальных. Такое состояние рынка называется Парето-оптимальным состоянием. Согласно критерию Парето (критерию роста общественного благосостояния), движение в сторону оптимума возможно лишь при таком распределении ресурсов, которое увеличивает благосостояние по крайней мере одного человека, ни нанося ущерба никому другому.

В 1906 г. Вильфредо Парето создал математическую формулу, описывающую неравный раздел в обладании богатством. В соответствии с данной формулой, двадцати процентам граждан принадлежит 80% богатств. В конце 1940-х гг. Джозеф М. Джуран назвал данное соотношение «принципом Парето». Впоследствии многие специалисты обратили внимание на то, что практически в любой области можно наблюдать подобный феномен. Этот Закон или Правило заключается в том, что 20% деятельности дают 80% результатов.

Правило 20/80 означает, что в любом процессе малое число причин (20%) жизненно важны, а 80% не оказывают существенного влияния на результат. В случае, описанном Парето, это означало, что 20% населения принадлежало 80% благ, что 20% дефектов вызывают 80% проблем. Менеджеры проектов знают, что 20% работы (первые и последние 10%) отнимают 80% времени и ресурсов.

Правило 20/80 можно применить практически к любой сфере деятельности и знаний, начиная от науки управления и до физики.

- 20% товарных запасов занимают 80% склада;
- 80% товарных запасов поставляются 20% поставщиков;
- 80% объема продаж обеспечивается 20% менеджеров по продажам;
- 20% персонала обеспечивают 80% вашего производства.

Ценность Правила Парето заключается в том, что эта идея позволяет вам сосредоточиться на тех 20%, которые действительно важны (рис.13.3). Из всего, что вы делаете в течение дня, только 20% действительно важно. Из этих 20% проистекает 80% ваших будущих результатов. Найдите и направьте ваше внимание на эти 20%. Если вы обнаруживаете, что времени на встречу или завершение проекта не хватает, убедитесь в том, что вы не пожертвовали теми 20%, которые действительно важны.

Кстати, этот закон был еще назван «пивным законом» потому, что 20% пьющих пиво потребляют 80% этого напитка.

Принцип Парето показал многое. Например, одним из главных открытий этого принципа стало то, что он смог донести до человечества тот факт, что существует не так много значимых факторов, оказывающих влияние на результат, и есть огромное количество второстепенных факторов, которые никак не влияют на этот результат, а только отнимают время. Наконец, было установлено, что большая часть усилий, прилагаемых для достижения той или иной цели, на самом деле не приближают к ее осуществлению (кстати, здесь сразу же стоит сравнить себя с известными бизнесменами, вроде Стива Джобса или Ричарда Брэнсона – теперь вам должно быть понятно, почему вы являетесь настоящим трудоголиком, но до сих пор не стали таким же богатым, как эти люди – дело не только в затрачиваемых усилиях). Согласно этому закону большая часть действий реально не приближает к результату, а является бесполезной тратой времени.

Парето разделял любое общество на неэлиту и элиту. Последняя состоит из лиц с наилучшими интеллектуальными, физическими или профессиональными показателями.

Элита делится на правящую и неправящую. Правящая же элита может быть представлена личностями двух типов – вслед за Макиавелли Парето называет их «лисами» и «львами». Первый тип характеризуется преобладанием «остатков комбинаций». Представители этой элиты легко адаптируются к социальным изменениям, в качестве методов управления они используют такие приемы, как обман, убеждение, подкуп. Краткосрочные интересы у них доминируют над долгосрочными, материальные – над идеальными, индивидуальные – над коллективными.

Со временем на смену «лисам» в элите приходят «львы» с их преобладанием «остатка постоянства». Этот тип лидеров характеризуется, напротив, упором на силовое решение проблем, стремлением к поддержанию «status quo», авторитарностью, агрессивностью, бескомпромиссностью, упорством. Постоянный процесс смены элит – «циркуляция элит» по Парето – является необходимым условием существования общества и поддержания социального равновесия и обеспечивает преобладание в правящем слое индивидов с нужными качествами.

Таким образом, циркуляция элит лежит в основе большинства исторических событий. Причем в экономической жизни этим двум типам элит соответствуют типы «спекулянтов» и «рантье». Первые, аналоги «лис» в политике, предпочитают высокую, но рискованную доходность вложений их надежности, склонны к конструированию экономических и финансовых технологий и инструментов, служат причиной экономического развития общества. «Рантье» же, ориентирующиеся на фиксированный надежный доход, представляют собой фактор стабильности и консерватизма в обществе.

2. Частное и общее равновесие. Равновесие на товарном рынке по Л. Вальрасу и по А.Маршаллу

В сущности, паутинообразная модель описывает, как рынок находит точку равновесия при заданном предложении через изменение цен. В нашем примере большой урожай ржи заставляет продавцов предлагать ее по более низкой цене, и только поэтому ее излишки рассасываются. Подобный механизм установления рыночного равновесия – через «нащупывание» продавцами и покупателями требуемого уровня цен методом проб и ошибок – был описан швейцарским экономистом Леоном Вальрасом (1834-1910 гг.) в его книге «Элементы чистой экономической теории» (ряд изданий в 1844-1877 гг.). Суть его в том, что рыночное равновесие устанавливается за счет движения цен.

Альфред Маршалл предложил другое описание механизма рыночного равновесия – через изменение продавцами объема предложения. В ответ на снижение рыночных цен продавцы снижают продажи, а при повышении цен – повышают продажи. Разработанная А.Маршаллом модель *AD – AS* (Aggregate demand – совокупный спрос, Aggregate supply – совокупное предложение) может демонстрировать как равновесие в рамках всей рыночной системы. В последнем случае эта модель, в сущности, лишь обобщает ситуацию. В ней повышение спроса ведет к росту цены, на что рынок отвечает ростом предложения, и наоборот, понижение цены ведет к снижению предложения. При этом равновесное состояние на рынке бывает в разных точках пересечения кривых совокупного спроса и совокупного предложения (сравнивая эти различные равновесные состояния между собой, мы фактически используем метод сравнительной статики**).** Суть этого механизма рыночного равновесия в том, что оно устанавливается за счет изменения предложения.

Позднейшие экономисты пришли к выводу, что оба подхода к механизму равновесия на товарном рынке – вальрасианский и маршаллианский (вальрасианская и маршаллианская модели равновесия на товарном рынке) – отражают реальность. Первый подход характерен для краткосрочного периода, когда продавцы не в состоянии радикально изменить объем предложения (урожай ржи уже собран). Второй подход типичен для среднесрочного и долгосрочного периодов, когда продавцы и производители в состоянии изменить объемы предложения за счет сокращения или наращивания производственных мощностей (в нашем примере это будет сокращение посевных площадей под рожью на следующий сельскохозяйственный год).

3. Рыночный обмен. Модель Эджуорта. Модель «ящика Эджуорта» и паутинообразная модель

Ящик Эджуорта (англ. box diagram – прямоугольная диаграмма) как модель, графически иллюстрирующая основы механизма рыночного обмена и показывающая взаимовыгодность этого обмена, был предложен английским экономистом Фрэнсисом Эджуортом (1845-1926 гг.).

4. Общее равновесие и эффективность

В. Парето, как и Л. Вальрас, более всего сосредоточился на исследовании проблем общего экономического равновесия, исходя, так же как и он, из маржинальных идей экономического анализа. Вместе с тем, качественно новые принципы изучения предпосылок и факторов равновесности в экономике позволяют считать В. Парето (в отличие от Л. Вальраса) маржиналистом «второй волны» и соответственно одним из основоположников неоклассической экономической мысли. Сказанное подтверждается следующими обстоятельствами.

1. Опираясь не на каузальный, а на функциональный подход, В. Парето преодолел присущий Л. Валърасу субъективизм, что позволило ему отказаться от полезности (потребности) как единственной причины обмена и перейти к характеристике экономической системы в целом, где и спрос (потребление), и предложение (производство) рассматриваются как элементы равновесия в экономике.

2. Если в модели общего экономического равновесия Л. Вальраса критерием ее достижения считалась максимизация полезности, которая измерению не поддается, то в модели В. Парето этот критерий заменен другим, а именно оценкой измерения соотношения предпочтений конкретного индивида, т.е., как говорят в математике, выявлением порядковых (ординальных) величин, характеризующих их очередность. Причем данная проблема продолжает интересовать и многих современных ученых, включая В. Леонтьева и М. Блауга.

3. В целях исследования В. Парето рассматривает выбор потребителя в зависимости как от количества данного блага, так и от количества всех других ресурсов, используя «кривые безразличия», которые отражают сохранение суммарных полезностей товаров в различных комбинациях их сочетания и предпочтение одних комбинаций перед другими. В результате появились паретовские трехмерные диаграммы, на осях которых откладываются находящиеся у потребителей неодинаковые количества одного и другого блага. Применяя их, можно проследить порядок (последовательность) ранжирования индивидом своих предпочтений, выявить его «безразличие» в конкретный момент времени между двумя альтернативными благами (т.е. такие их комбинации, которые обеспечивают одинаковый уровень общего удовлетворения), ибо очевидно, что посредством понятия «безразличие» измерить что-либо напрямую невозможно.

4. В своем «Учении политической экономии» В. Парето отказался от традиционных подходов количественной характеристики полезности на основе межличностных сравнений полезности, сформулировав понятие общественной максимальной полезности, т.е. то самое понятие, которое в экономической литературе теперь принято называть «оптимум Парето». Это понятие предназначено для оценки таких изменений, которые либо улучшают благосостояние всех, либо не ухудшают благосостояния всех с улучшением благосостояния по крайней мере одного человека. Концепция «оптимума Парето» позволяет, таким образом, принять оптимальное решение по максимизации прибыли (соответственно и полезности), если теоретическая аргументация оптимальной комбинации потребления базируется на таких предпосылках, как: только личная оценка собственного благосостояния; определение общественного благосостояния через благосостояние отдельных людей; несопоставимость благосостояния отдельных людей.

5. В отличие от модели Л. Вальраса у В. Парето анализируются не только экономика свободной конкуренции, но и различные типы монополизированных рынков, что стало самостоятельным объектом исследования экономистов лишь через несколько десятилетий, т.е. в середине XX в.

Равновесие рынка, достигаемое благодаря механизму свободного ценообразования и конкуренции, как утверждают одни теории, противопоставляется роли государства в

регулировании экономики, рассматриваемой как важнейший элемент стабильности в других школах экономической мысли.

На деле правительства различных стран разнятся в своей экономической политике, а акценты постоянно смещаются от государственного регулирования экономики на базе анализа макроэкономических величин с точки зрения количественных закономерностей в соотношениях между ними до господства свободной конкуренции. Таким образом, и кейнсианство, провозглашающее поддержание эффективного спроса и полной занятости, и школа неоклассицизма, и другие направления, которые находят свое применение и синтезируются в новые теории, нашли свое отражение здесь.

5. Эффективность потребления. Эффективность производства. Эффективность распределения

Экономические агенты стремятся к эффективному использованию имеющихся ресурсов. Но что понимать под «эффективным использованием»? При анализе эффективности обычно используют критерий, выдвинутый итальянским экономистом и социологом Вильфредо Парето (1848-1923 гг.). В общем виде он звучит так: Парето-эффективным (или Парето-оптимальным) называется такое состояние экономики, при котором невозможно изменить производство благ или их распределение, чтобы благосостояние одного или нескольких субъектов выросло без уменьшения благосостояния других. Иными словами, если можно изменить производство или распределение так, чтобы благосостояние Трифона увеличилось без ущерба для Сидора, то исходную ситуацию в экономике нельзя признать Парето-оптимальной. Если же после всех изменений мы пришли к положению, при котором благосостояние Трифона может в дальнейшем расти только за счет Сидора, то в экономике достигнуто Парето-оптимальное состояние.

Парето-эффективность предполагает соблюдение трех условий: эффективность в сфере производства, эффективность в структуре выпуска благ,b эффективность в распределении благ между потребителями (эффективность обмена).

Производственная эффективность достигается тогда, когда невозможно увеличить выпуск одного блага без сокращения выпуска другого. Допустим, некая фирма использует устаревшую технологию, нс позволяющую ей получить наивысшее количество какого- то продукта с использованием имеющихся у нее ресурсов. Парето-оптимальное состояние в этом случае не достигается, поскольку, улучшив технологию, можно либо увеличить выпуск данного блага при тех же ресурсах, не уменьшая производство других благ, либо производить прежнее количество рассматриваемого блага, используя меньше ресурсов. В последнем случае за счет освободившихся ресурсов можно увеличить выпуск других благ.

13.3. Проблема формализации социального оптимума

Социальное неравенство – форма социальной дифференциации, при которой отдельные индивиды, социальные группы, слои, классы находятся на разных ступенях вертикальной социальной иерархии и обладают неравными жизненными шансами и возможностями удовлетворения потребностей.

К. Маркс объяснил существование социального неравенства неравным отношением к собственности и неравным распределением материальных благ. Следовательно, ликвидировав частную собственность, можно уничтожить социальное неравенство. Объяснение и выводы логичны, однако исторический опыт России показал, что и с ликвидацией собственности неравенство остается.

М. Вебер выделил три основных и взаимосвязанных и в то же время в существенных отношениях независимых компонента неравенства: имущественное неравенство, престиж, власть.

Р. Дарендорф (конфликтолог) высказал идею о решающем воздействии фактора власти на возникновение и развитие неравенства в обществе и сделал вывод о неизбежности социального неравенства в любом обществе.

Т. Парсонс, попытавшийся обобщить все теории социального неравенства, распределил страты на социальной лестнице на основе ценностных ориентаций членов общества. Оценивание и приписывание людей к определенным социальным слоям, по Парсонсу, осуществляется по следующим признакам:

- качественным характеристикам членов общества (происхождение и личные качества);
- ролевым характеристикам, т.е. набором тех социальных ролей, которые индивид осуществляет в обществе;
- характеристикам владения материальными и духовными ценностями (деньгами, средствами производства, произведениями искусства и т.д.).

Таким образом, истоки неравенства можно найти в обладании определенным статусом, собственностью, властью и т.д. Неравенство является свойством любого общества и проявляется в отношениях между полами, возрастными группами, классами, внутри малых и больших социальных групп.

13.4. Разновидности внешних эффектов и провалы рынка

Проблема недостатков рынков напрямую связна решением проблем экономической эффективности и социальной справедливости, принцип решения которой состоит в рассмотрение государства как одного из экономических субъектов, предназначенного осуществлять те или иные виды деятельности, предоставлять те или иные виды услуг, обеспечение которых за счет конкурентного рыночного механизма без государственного вмешательства характеризуется неэффективностью или социальной несправедливостью.

Вмешательство государства в сферу рынка и применение административно-правовых рычагов оправдано только тогда, когда рыночный механизм не обеспечивает достижения поставленных целей развития общества.

Несостоятельность рынка или провалы рынка – это ситуация, когда рыночный механизм не в состоянии эффективно разместить ресурсы, или достичь Парето-оптимального распределения: улучшения благосостояния одного члена общества, не ухудшения при этом благосостояния другого члена общества.

Проблемы несостоятельности рынка решаются перераспределением ресурсов или прав собственности, что можно трактовать как ресурс в широком смысле. Перераспределение доходов ведет к социальной справедливости. Государство решает эти проблемы, осуществляя антимонопольную политику, социальное страхование, ограничивая производство товаров с отрицательными внешними эффектами и стимулируя производство и потребление экономических благ с положительными внешними эффектами. Кроме того, эффективное функционирование рыночной системы предполагает равные права для участников. На деле же получается, что права потребителей гораздо менее защищены, чемпроизводителя, которые в силе обернуть ситуацию на рынке в свою пользу. Государство уравновешивает это несоответствия, применяя административно-командные рычаги.

Усугубляет несостоятельность рынка наличие асимметричной информации – ситуации, в которой часть участников рыночных отношений владеет большим объемом важной информацией, которой не владеют другие заинтересованные лица (например, производитель продукта знает о его качестве больше, чем потребитель).

По направлению действия внешние эффекты могут быть разделены на следующие четыре группы:

- «производство-производство» – эффект проявляется в том случае, если имеет место воздействие побочных результатов одного производства на другое;
- «производство–потребление» – действие этого эффекта испытывают потребители (домашние хозяйства) по ходу осуществления производственной активности предприятий;
- «потребление–производство»;
- «потребление–потребление».

Экстерналии могут возникать в процессах производства либо потребления благ. Потребительские внешние эффекты представляют собой влияние потребления одного экономического агента на полезность либо объемы производства других. Технологические внешние эффекты выражаются в зависимости объемов производства или полезности одних экономических агентов от размеров выпуска других.

В частности, к внешним факторам по отношению к индивидуальному выбору можно отнести ряд социальных эффектов, которые влияют на величину спроса потребителя на товары и услуги: эффект присоединения к большинству (мода), эффект сноба (демонстративные размеры потребления), эффект Веблена (престижное потребление с акцентом на цены покупаемых товаров).

По особенностям возникновения (градация предложена Д. Бромли) внешние эффекты могут быть:

- потребительскими внешними эффектами, выражающимися в зависимости полезности одного из экономических агентов от объемов производства или потребления других;
- технологическими внешними эффектами, которые возникают вследствие зависимости объемов производства одного из экономических агентов от размеров выпуска или объемов потребления других;
- денежными внешними эффектами, возникающими вследствие влияния на величину дохода или издержек одного экономического агента со стороны объемов производства, ценовой политики, рекламы и других приемов конкуренции другого экономического агента.

Зачастую причиной возникновения отрицательных натуральных и денежных внешних эффектов служит асимметрия информации у контрагентов, когда высока специфичность производимой продукции или предоставляемых услуг. В частности, особенности внутренней организации и функционирования различных предприятий и организаций вызывают существенную асимметрию информации между менеджерами и структурами, которые их контролируют.

По характеристике контрактных отношений выделяют:

- горизонтальные внешние эффекты, то есть влияние производителя или потребителя соответственно на других производителей или потребителей аналогичной продукции (примером может служить система франчайзинга);
- вертикальные внешние эффекты, то есть влияние потребителя или производителя соответственно на производителей или потребителей аналогичной продукции.

В зависимости от получателя внешнего эффекта (по Д. Бьюкенену):

- внутренние экстерналии, получателями которых являются потребителями или производителями продукции эмитента;
- внешние экстерналии, получателями которых не являются производители или потребители продукции эмитента.

Итак, сущность проблемы внешних эффектов заключается в неэффективном размещении и использовании ресурсов и продуктов в экономике вследствие расхождения частных и общественных издержек, либо частной и общественной выгоды.

Внешний эффект это сбой в функционировании рыночной системы хозяйствования, когда рынок оказывается не в состоянии автоматически превратить внешние эффекты в частные издержки и выгоды.

Интернализация экстерналий – процесс включения экстерналий в рыночный механизм, т.е. превращение экстернальных внешних издержек во внутренние, отражение их в ценах. Одним из методов интернализации внешних эффектов могут служить корректирующие налоги и субсидии по А. Пигу.

Корректирующие налоги – это налоги на выпуск благ, характеризующихся отрицательными экстерналиями, которые повышает предельные частные издержки до уровня предельных общественных. В этом случае интернализация отрицательных внешних эффектов приводит к увеличению цены товара, порождающего этот эффект, и к снижению объема спроса на данный товар.

Экстерналии порождают расхождение частного и социального равновесия, т.е. причиной внешних эффектов становится несовпадение социальных и частных величин. В частности, предположим, что производство некоторого блага, которое осуществляется в условиях совершенной конкуренции, влечет за собой издержки для экономических агентов, не являющихся ни его потребителями, ни производителями.

Рекомендуемая литература

1. Akerlof G. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism» / G. Akerlof // The Quarterly Journal of Economics, Aug 1970. – Vol. 84, Issue 3. – P. 488-500.
2. Spence M. Job Market Signaling / Michael Spence // The Quarterly Journal of Economics. – 1973. – Vol. 87. – No. 3 (Aug., 1973). – PP. 355-374.
3. Stiglitz J. On the Impossibility of Informationally Efficient Markets / J. Stiglitz, S. Grossman // American Economic Review. – 1980. – № 70. – PP. 393-408.
4. Дьячкова А.В. Экономика общественного сектора: практикум [учеб.-метод. пособие] / А.В. Дьячкова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. Федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2013. – 96 с.
5. Курс микроэкономики: учебник / Р.М. Нуреев. – 3 е изд., испр. и доп. – М.: Норма: ИНФРА М, 2014. – 656 с.
6. Микроэкономика: введение в экономический анализ: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, Е.В. Нижегородов; под ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова. – Тамбов: Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2010. – 80 с.
7. Пигу А. Т.1: Экономическая теория благосостояния: пер. с англ. / А. Пигу; общ. ред. С.П. Аукуционек; вступ. ст. Г.Б. Хромушин. – М.: Прогресс, 1985. – 512 с.
8. Сафиуллин А.Р. Экономика благосостояния. Теория и практика: учебное пособие / А.Р. Сафиуллин. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 111 с.
9. Шкалаберда Я.Л. Асимметрия информации в рыночной системе хозяйствования: дис... канд. экон. наук: 08.00.01 / Я.Л. Шкалаберда, Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. – М., 2007. – 224 с.
10. Экономическая теория. Ч.1. Введение в экономику. Микроэкономика: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.С. Косов, В.В. Дробышева, Н.И. Саталкина, Е.В. Нижегородов, А.Ю. Сизикин, С.П. Спиридонов, Г.И. Терехова. – 2-е изд., стер. – Тамбов: ТГТУ, 2009. – Ч. 1. – 232 с.

ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Содержательный модуль 1
Основы спроса и предложения и рациональное поведение потребителя

Тема 1. Предмет и метод микроэкономики. Проблема выбора

Основная цель: изучение предмета микроэкономики; методов, применяемых в микроэкономике; а также этапов становления и развития экономической теории.

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы становления и развития экономической теории.
2. Основные методы экономических исследований.
3. Основные типы экономических систем и их характеристика.
4. Виды экономических моделей. Модели денежного и товарного круговорота в открытой и закрытой экономике.
5. Проблема ограниченности ресурсов и рационального поведения людей. Альтернативные расходы.

Обсуждение ситуаций и проверка знаний студентов по теме.

Литература:

1. Баликов В.З. Общая экономическая теория: Уч. пособие. - Новосибирск, 1996.
2. Барр Р. Политическая экономия: В 2-х т. - М., 1994.
3. Иохин В.Я. Экономическая теория: Введение в рынок и микроэкономический анализ. - М., 1998.
4. Рузавин Г.И. Основы рыночной экономики. - М., 1996
5. Ивашковський В.Г. Микроэкономика. - М., 1999.

Тема 2. Теория спроса и предложения

Основная цель: изучение сущности спроса, предложения, их законов и взаимодействия влиянию разных факторов, изучения сущности эластичности и ее видов и показателей, изучения сущности рыночного равновесия, и ее изменений.

Вопросы для обсуждения:

1. Спрос. Функция спроса. Закон спроса.
2. Предложение. Функция предложения. Закон предложения.
3. Влияние ценовых и неценовых факторов на динамику спроса и предложения.

Решение задач, тестов, обсуждения ситуационных заданий.

Литература:

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Економикс. Принципы, проблемы и политика: В 2-х т., - М., 1993
2. Ивашковський Л. М. Микроэкономика. - М., 1999.
3. Самуэльсон П. Экономика: В 2-х т. - М., 1992
4. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. - М., 1998

Тема 3. Рыночное равновесие цен, спроса и предложения. Проблема стабильности в микроэкономике

Основная цель: изучение законов взаимодействия спроса и предложения влиянию разных факторов, изучения сущности эластичности и ее видов и показателей, изучения сущности рыночного равновесия, и ее изменений.

Вопросы для обсуждения:

1. Рыночное равновесие.
2. Стойкость равновесия.
3. Изменение равновсеия в мгновенном, коротком и длительном периоде
4. Государственная регуляция рынка. Рента покупателя и продавца.

Решение задач, тестов, обсуждения ситуационных заданий.

Литература:

5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Економикс. Принципы, проблемы и политика: В 2-х т., - М., 1993
6. Ивашковський Л. М. Микроэкономика. - М., 1999.
7. Самуэльсон П. Экономика: В 2-х т. - М., 1992
8. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. - М., 1998

Тема 4. Эластичность спроса и предложения.

Основная цель: изучение сущности эластичности и ее видов и показателей, изучения сущности рыночного равновесия, и ее изменений.

Вопросы для обсуждения:

1. Эластичность спроса. Расчет коэффициента эластичности спроса по цене и по доходу
2. Факторы, которые влияют на эластичность спроса
3. Эластичность предложения
4. Факторы, которые влияют на эластичность предложения

Решение задач, тестов, обсуждения ситуационных заданий.

Литература:

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Економикс. Принципы, проблемы и политика: В 2-х т., - М., 1993
2. Ивашковський Л. М. Микроэкономика. - М., 1999.
3. Самуэльсон П. Экономика: В 2-х т. - М., 1992
4. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. - М., 1998

Тема 5. Теория предельной полезности и поведения потребителя

Основная цель: изучение категории полезности, общей полезности, предельной полезности, а также общих положении поведения потребителя.

Вопросы для обсуждения:

1. Содержание категории полезности
2. Сущность категории предельной и общей полезности
3. Принципы предельной полезности убыли
4. Правило максимизации полезности
1. Сущность ординалистского подхода к изучению полезности.
2. Кривые безразличия, их свойства.
3. Предельная норма замещения благ.
4. Бюджетная линия и экономическое ограничение выбора потребителя.
5. Потребительское равновесие и точка его оптимума.
1. Изучение реакции потребителя на изменение дохода
2. Линия "доход - потребление". Инфериорные товары
6. Кривые Енгеля.
1. Понятие индивидуального спроса. Линия "цена - потребление"
2. Эффект замещения и эффект дохода
5. Эффект замещения и эффект дохода по Хиксу и Слуцкому

Контрольные вопросы, ситуационные задания, решения задач.

Литература:

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс, 1993.
2. Любимов Л. Л., Ранеева Н.А. Основы экономических знаний: Учебник. - М.: ВИТА ПРЕСС, 2000
3. Гребенников П. И., Леусский А.И., Тарасевич Л. С. Микроэкономика. - М.: 1996.
1. Милль Дж. Основы политической экономики. Т. 2. - М., 1980
2. Рузавин Г.И. Основы рыночной экономики. - М., 1996.
3. Доллан Э.Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель. - СПб.: 1992.
1. Доллан Э.Дж., Линдсей Д. Микроэкономика. - СПб.: 1994.
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. - М., 1996.
4. Баликов В.З. Общая экономическая теория: Уч. пособие. - Новосибирск, 1996.

Содержательный модуль 2.
Теория производства.Виды и типы рынков

Тема 6. Производственная функция и основы теории производства.

Основная цель: изучение основных факторов производства и взаимосвязи между расходами факторов производства и объемом выработанной продукции, а также изучение сущности переменных факторов производства, эффекта масштаба производства, равновесия производителя и траектории развития предприятия.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные факторы производства
2. Взаимосвязь между расходами факторов производства и объемом выработанной продукции
3. Производственная функция. Закон убывающей производительности или убывающей отдачи
4. Переменные факторы производства
5. Изокванта, изокоста
6. Эффект масштаба производства
7. Равновесие производителя и траектория развития предприятия

Проверка знаний студентов - решение тестов, задач

Литература:

1. Основы предпринимательского дела / Под редакцией Осипова Ю.М. - М., 1994
2. Хейне П. Экономический способ мышления.
3. Хизрич Р., Петерс М. Предпринимательство, как ли завести собственное дело и добиться успеха. - М., 1993
4. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. - М., 1998.

Тема 7. Издержки и прибыль

Основная цель: изучение издержек производства, их структуру в разные периоды.

Вопросы для обсуждения:

1. Альтернативный характер явных (бухгалтерских), неявных (экономических), индивидуальных расходов.
2. Структура расходов фирмы в краткосрочном периоде.
3. Особенности расходов фирмы в длительном периоде.
4. Оосбенности формирования прибыли предприятия.

Решение задач, тестов.

Литература:

1. Максимова В.Ф. Рыночная экономика. - М.: Соминтек, 1993
2. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов. - М.: Вид. Группа "ИНФРА-м", 1999

Тема 8. Рынок совершенной конкуренции. Правило максимизации прибыли

Основная цель: изучение основных видов и типов рынков, недостатков и преимуществ рыночной экономики.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность рынка. Основные виды и типы рынков.
2. Недостатки и преимущества рыночной экономики.
3. Условия, которые определяют совершенную конкуренцию.
4. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции.
5. Максимизация прибыли конкурентной фирмы с учетом общего, среднего и предельного дохода.
6. Изменение положения конкурентной фирмы в связи с изменением цены на рынке.

Литература:

1. Хайман Д. Сделанная микроэкономика: анализ и применение. В 2-х т., - М., 1994.
2. Харрод Р. Д. К теории экономической динамики. - М., 1959.
3. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. - М., 1996.

Тема 9. Монопольный рынок. Антимонопольное регулирование

Основная цель: изучение разных структур несовершенной конкуренции, порядка максимизации прибыли и определения цен, изучения деятельности монополий, а также современного развития монополии на рынке

Вопросы для обсуждения:

1. Основные типы рыночных структур несовершенной конкуренции: чистая монополия, олигополия и монополистическая конкуренция
2. Монополистические тенденции и монополии у рыночной экономики. Определение монополий. Формы и виды монополий
3. Монопольная цена. Правило "большого пальца" для ценообразования
4. Барьеры для входа в отрасль
5. Ценовая политика монополиста. Максимизация прибыли монополий. Сдвиги кривой спроса
6. Монопольная власть. Показатели монопольной власти
7. Источники монопольной власти
8. Общественные расходы монопольной власти.

Литература:

1. Закон Украины "Об антимонопольном комитете Украины". - "Голос Украины", 1993. 21 декабря
2. Закон Украины "Об ограничении монополизма и недопущении недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности". - "Правда Украины", 1992.
3. Мороз С. Антимонопольный комитет Украины. - "Закон и бизнес", 1995, - № 38
4. Никитин С., Глазова Е. Государство и проблема монополии / МЭ и МО, 1994. - № 7

Тема 10. Олигополия, особенности функционирования. Ценообразование в условиях олигополии

Основная цель: изучения сущности олигополий, а также разных моделей их, деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Олигополия, ее сущность
2. Ценообразование в условиях олигополии
3. Стратегия поведения при олигополии и теория игр
4. Модели поведения олигополистических фирм
5. Модель дуополии Курной
6. Модель Штакельберга
7. Кривая реагирования

Литература:

1. Райзберг Б.А. Курс экономики. - М.: ИНФРА-м, 2000
2. Любимов Л. Л., Ранеева Н.А. Основы экономических знаний: Учебник. - М.: ВИТА ПРЕСС, 2000
3. Липсиц И.В. Введение в экономику и бизнес. - М.: ВИТАЯ ПРЕСС, 1999

Тема 11. Монополистическая конкуренция: теория, особенность, проблемы эффективности

Основная цель: изучения сущности монополистической конкуренции, а также разных моделей их, деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Монополистическая конкуренции
2. Монополистическая конкуренция, ее черты и условия существования.
3. Неценовая конкуренция.
4. Дифференциация продукта. Реклама.
5. Равновесие монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах.
6. Эффективность и издержки монополистической конкуренции.

Литература:

1. Райзберг Б.А. Курс экономики. - М.: ИНФРА-м, 2000
2. Любимов Л. Л., Ранеева Н.А. Основы экономических знаний: Учебник. - М.: ВИТА ПРЕСС, 2000
3. Липсиц И.В. Введение в экономику и бизнес. - М.: ВИТАЯ ПРЕСС, 1999

Тема 12. Общая характеристика рынков факторов производства

Основная цель: изучение сущности цены факторов производства и деятельности рынков факторов.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности рынка факторов производства. Понятие цены факторов производства
2. Спрос на ресурсы в условиях разных типов рынка
3. Спрос фирмы, отраслевой и рыночный спрос на ресурсы
4. Предложение труда и уровень зарплаты
5. Сущность факторов производства
6. Методологические основы взаимосвязи факторов производства и производственной функции
7. Внедрение новых технологий как главный фактор производства
8. Фиксированное предложение ресурса и экономическая рента. Ссудные средства и процент.

Литература:

1. Баликов В.З. Общая экономическая теория: Уч. пособие. - Новосибирск, 1996
2. Основы рыночной экономики: Уч. пособие для вузов. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999
3. Пруссова А.Г. Основы рыночной экономики. - К.: Производственно-практическое издание. - РПО "Полиграфкнига", 1998
4. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. - М.: 1998

ЗАДАЧИ

Тема 2.

Пример решения задачи

Задача 2.1.

Известны данные об индивидуальном спросе:

$$Q(1) = 80 - 8P \text{ при } P \le 10 \text{ и } 0 \text{ при } P > 10,$$
$$Q(2) = 50 - 10P \text{ при } P \le 5 \text{ и } 0 \text{ при } P > 5,$$
$$Q(3) = 32 - 4P \text{ при } P \le 8 \text{ и } 0 \text{ при } P > 8.$$

Выведите уравнение кривой спроса аналитически.

Решение задачи 2.1:

Для определения функции суммарного спроса при каждом возможном уровне цены необходимо сложить величины функций индивидуального спроса отдельных покупателей.

$$Q^D = \begin{cases} Q(1)+Q(2)+Q(3) = 162-22P & \text{при } 0<P \le 5, \\ Q(1)+Q(3) = 112-12P & \text{при } 5<P \le 8, \\ Q(1) = 80-8P & \text{при } 80<P \le 10, \\ 0 & \text{при } P \le 10 \end{cases}$$

Задачи к решению

Задача 2.2.

До введения налога функция предложения описывалась уравнением:

$$Q^s = -500 + 25P$$

Вывести функции предложения, если:

а) введен только потоварный налог, равный 2 тыс. ден. ед., взимаемый с каждой проданной единицы продукции;

б) введен только налог с продаж в размере 5% к цене проданных товаров;

в) введен только налог на производителей в сумме 15% от выручки;

г) введены все три налога одновременно;

д) увеличен подоходный налог на 10%.

Задача 2.3.

Известно, что еженедельно на рынке продается 120 ед. товара по цене P = 12 ден. ед./ед. При условии равновесия на рынке снижение цены на 1% повышает объем спроса на товар на 0,6%. Определите функцию спроса на данный товар, предполагая, что она линейная.

Задача 2.4.

Функция спроса населения на данный товар имеет вид:

$$Q^D = 14 - 2P$$

Функция предложения данного товара:

$$Q^S = -4 + 2P$$

Определить ставку налога, при которой равновесный объем продаж составит 2 единицы.

Тема 3.

Пример решения задачи

Задача 3.1.

Спрос и предложение фирмы на рынке описываются уравнениями:

$$Qd=200 - 5P;$$
$$Qs=50 + P.$$

Определите параметры рыночного равновесия.

Решение задачи 3.1:

Рыночное равновесие достигается при равенстве объемов спроса Qd и предложения Qs:

$$Qd = Qs$$

Подставив в равенство функции спроса и предложения, получим:

$$200 - 5P = 50 + P$$
$$200 - 50 = P + 5P$$
$$P = 25$$

Для того чтобы определить равновесный объем, необходимо в уравнение спроса или предложения подставить равновесную цену:

$$200 - 5 \times 25 = 75 \text{ ед.}$$

Таким образом, равновесная цена составляет 25 ден. ед., а равновесный объем – 75 ед.

Задачи к решению

Задача 3.2.

Кривая спроса описывается уравнением $Qd = 70 - 2P$, а кривая предложения уравнением $Qs = 10 + P$. Правительство ввело налог на потребителей в размере 9 ден. ед. за единицу.

Определите:

1) как изменятся равновесные цена и объем продукции?

2) каков доход государства от введения этого налога?

3) в какой степени пострадают от введения этого налога потребители и производители?

Задача 3.3.

Предположим, что кривая спроса описывается уравнением $Qd = 400 - P$, а кривая предложения – уравнением $Qs = 100 + 2P$. Правительство ввело налог на производителей в размере 15 ден. ед. за единицу продукции.

Определите:

1) как изменятся равновесные цена и объем продукции;

2) каков доход государства от введения этого налога;

3) в какой степени пострадают от введения этого налога потребители.

Задача 3.4.

Построить графики спроса, предложение огурцов по табличным данным.

Определите:

1) если цена огурцов изменится с 2 ден. ед./кг до 2,5 ден. ед./кг, то как изменится величина спроса?

2) равновесную цену за 1 кг. огурцов и равновесный объем огурцов.

Цена, ден. ед./кг	0,5	1	1,5	2	2,5	3	3,5
Объем спроса	225	200	175	150	125	100	75
Объем предложения	75	100	125	150	175	200	225

Тема 4.

Пример решения задачи

Задача 4.1.

Объясните, имеет ли смысл в данном случае менять цену, определив коэффициент эластичности спроса в интервале между двумя ценами. При цене компьютера 4000 д.е. фирма продает 50 штук. Если цена снизилась до 3500 д.е., объем продаж увеличится до 100 штук

Решение задачи 4.1:

$$Ed = \frac{\frac{100-50}{50}}{\frac{3500-4000}{4000}} = \frac{1}{|-0{,}125|} = 8\, Ed =$$ или 5 (по формуле центральной точки).

Следует уменьшать цену, поскольку $Ed > 1$.

Задачи к решению

Задача 4.2.

Вычислите коэффициенты ценовой эластичности предложения и показатели общей выручки. Заполните таблицу.

Таблица

Данные об объемах предложения на рынке товара *X*

Объем предложения	Цена предложения	Валовая выручка	Коэффициент ценовой эластичности предложения
0	4		
2	6		
4	8		
6	10		
8	12		

Задача 4.3.

Точечная эластичность спроса на благо по цене некоторого индивида равна -2, а точеная эластичность спроса по доходу в этой точке равна 0,5. В данный момент индивид потребляет 20 ед. блага *(Q_0)*. Как изменится величина его спроса *(Q)*, если одновременно цена товара *(P)* вырастет на 4%, а доход индивида *(I)* вырастет на 2%. Найдите изменение *Q,* если сначала произойдет рост цены, а доход индивида вырастет лишь через некоторое время.

Задача 4.4.

Пусть известно, что при I_0 = 1000, покупатель готов приобрести 10 ед. товара А (Q_0), при изменении дохода на 2%, величина спроса изменится на 1 ед. Найдите эластичность спроса по доходу (E^d_i) в данной точке, если известно, что товар А является нормальным.

Тема 5.

Пример решения задачи

Задача 5.1.

1 кг. картофеля по цене 12 д.е. приносит потребителю удовольствие в размере 14 ютилях. Какую полезность в ютилях принесет потребления 1 кг томатов по цене 16 д.е., при условии, что потребитель находится в состоянии равновесия?

Решение задачи 5.1:

MUx / Px = MUy / Py,

14/12 = x / 16, x = 28.

Ответ: 18,6 ютилей.

Задачи к решению

Задача 5.2.

Вы делаете выбор между двумя товарами *X* и *Y*, предельная полезность которых приведена в табл.

Товар *X*		**Товар *Y***	
Единиц товара	**Предельная полезность, ютилей**	**Единиц товара**	**Предельная полезность, ютилей**
1	10	1	8
2	8	2	7
3	6	3	6
4	4	4	5
5	3	5	4
6	2	6	3

а) Сколько единиц каждого товара нужно купить, чтобы максимизировать полезность, если Ваш дневной доход равен 90 д.е., а цена товара *X* равна 20 д.е., товара *Y* - 10 д.е.

б) Определите величину общей полезности, Вы получите.

в) Цена товара *X* упала до 10 д.е. В каких количествах Вы купите товар *X* и *Y*?

г) Нарисуйте кривую спроса на товар *X*.

Задача 5.3.

Потребитель тратит 38 д.е. в месяц на яблоки и апельсины. Предельная полезность яблок для него определяется выражением: *28-2X*, где *X* - количество яблок, кг. Предельная полезность апельсинов составляет *20 – 2У*, где *У* - количество апельсинов, кг. Цены товаров соответственно: $P_X = 4$ д.е., $P_У = 6$ д.е. Какое количество яблок и апельсин приобретет рациональный потребитель?

Задача 5.4.

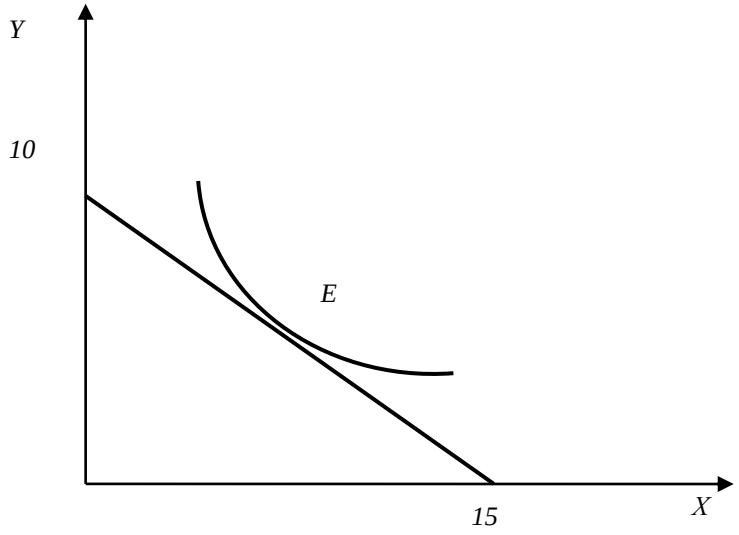
Оксана Петренко ежедневно покупает хлеб и кефир: по цене 12 д.е. за одну буханку хлеба и 14 д.е. за один литр кефира. Она покупает такое количество этих продуктов, предельная полезность их последних единиц составляет соответственно 165 и 110 ютилей:

а) можно сказать, что она покупает лучший или максимизирующий полезность набор хлеба и кефира;

б) если нет, то, как ей перераспределить свои расходы между этими двумя товарами?

Задача 5.5.

На рисунке показана одна из кривых безразличия некоего потребителя и его бюджетная линия. Если цена товара Y = 6 д.е. за штуку, каков доход потребителя? Какова цена товара X? Каков наклон бюджетной линии? Напишите уравнение бюджетной линии.



Задача 5.6

Студент, занимаясь 11 часов в день, может улучшить свою успеваемость. Он должен распределить свое время между тремя предметами: микроэкономикой, теорией вероятности и менеджментом. Дополнительные баллы, которые он может получить, посвящая время тому или иному предмету, обозначенные в табл.

Таблица

Дополнительные баллы

Часы занятий / Дополнит. балы:	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й	7-й	8-й
Микроэкономика	20	18	16	14	12	10	4	0
Теория вероятности	18	10	8	6	4	0	-6	-10
Менеджмент	12	11	10	9	8	7	6	5

Тема 6.

Пример решения задачи

Задача 6.1.

Фирма «Маяк» использует при производстве своей продукции только ручной труд. Необходимо заполнить пустые ячейки таблицы, представленной ниже.

Таблица

Техническая результативность производства в короткий период

L	TP_L	AP_L	MP_L
10	100		–
11			21
12			23
13	175,5		
14			34,5
15		16	

Решение задачи 6.1.:

Таблица

Техническая результативность производства в короткий период

L	TP_L	AP_L	MP_L
10	100		–
11			21
12			23
13	175,5		
14			34,5
15		16	

Задачи к решению

Задача 6.2.

Количество выпускаемой продукции Q и потребление фактора производства X составило:

Q	220	236	248	256	260
X	110	120	130	140	150

Какое количество фактора X будет применять фирма, чтобы добиться максимума прибыли, если цена фактора $Px = 2{,}5$ руб/шт., при условии, что потребление других факторов неизменно? Цена продукции $P_Q = 1$руб/шт.

Задача 6.3.

Обнаружено, что при остановке автоматического станка происходит уменьшение выработки за день с 200 ед. продукции до 180 ед. продукции. В случае невыхода на работу 10 сотрудников уменьшение объема производства составляет с 200 ед. продукции до 190 ед. продукции. Сколько сотрудников можно сократить безболезненно для объема выпуска, если купить дополнительно 1 станок?

Задача 6.4.

Фирма производит продукт в количестве Q, используя два ресурса в количествах X и Y, а ее производственная функция $Q = 2X^{0,2} \cdot Y^{0,8}$. Цены ресурсов $Px = 5$, $Py = 10$. Привести уравнение траектории оптимального роста.

Тема 7.

Пример решения задачи

Задача 7.1.

В таблице дана зависимость общих издержек предприятия от выпуска продукции.

Таблица

Q	0	1	2	3	4	5	6	7
TC	50	90	125	165	230	290	360	460

Определите общие постоянные, общие переменные и предельные издержки.

Решение задачи 7.1.

Таблица

Q	0	1	2	3	4	5	6	7
TC	50	90	125	165	220	290	370	460
FC	50	50	50	50	50	50	50	50
VC	0	40	75	115	180	240	310	410
MC	-	40	35	40	55	70	80	90

Выводы: общие постоянные затраты – это издержки, которые есть у фирмы, когда выпуск равен нулю, поэтому они равны 50. Поскольку они не меняются, то можно заполнить третью строчку. Общие переменные издержки – это разница между общими и общими постоянными

затратами. Предельные издержки – это дополнительные затраты на выпуск дополнительной единицы продукции. Так как прирост продукции постоянно равен 1, то надо сопоставить общие затраты при приросте продукции: 90 – 50 = 40, 125 – 90 = 35 и т.д.

Задачи к решению

Задача 7.2.

Фирма производит электрические бытовые приборы. В текущем месяце переменные издержки на производство одного электрочайника составили 35 ден. ед. Кроме того:

- издержки на оплату труда мастеров и начальника цеха составили 10 000 ден. ед.;
- отчисления на соцмероприятия – 4 100 ден. ед.;
- текущий ремонт автопогрузчиков – 6 000 ден. ед.;
- амортизация автопогрузчиков 20 000 ден. ед.;
- издержки охраны труда 1 500 ден. ед.;
- издержки на подготовку кадров 2 000 ден. ед.;
- издержки на стандартизацию и сертификацию продукции – 20 000 ден. ед.;
- услуги пожарной и сторожевой охраны 4 000 ден. ед.;
- амортизация здания и сооружений цеха – 12 400 ден. ед.

Определите средние общие издержки *(ATC)* на производство 1 электрочайника, при условии, что в текущем месяце фирма выпустила:

а) 1 электрочайник;
б) 1 000 электрочайников;
в) 10 000 электрочайников;
г) 100 000 электрочайников.

Задача 7.3.

Фирма производит и продает шариковые ручки. Переменные затраты на производство одной ручки 3 ден. ед. Фирма может продавать 600 000 ручек по 5 ден. ед. за ручку и иметь прибыль 200 000 ден. ед., либо же реализовать 350 000 ручек по 6 ден. ед. и 200 000 ручек по 4 ден. ед. Какая из альтернатив более выгодна фирме и почему?

Задача 7.4.

Владелец небольшого магазина ежегодно платит 3 тыс. ден. ед. аренды, 20 тыс. ден. ед. заработной платы, 100 тыс. ден. ед. за сырье, 10 тыс. ден. ед. за электроэнергию. Стоимость установленного оборудования составляет 200 тыс. ден. ед., срок его службы 10 лет. Если бы эти средства он положил в банк, то ежегодно получал бы 16 тыс. ден. ед. дохода. Определите бухгалтерские и экономические издержки.

Тема 8.

Пример решения задачи

Задача 8.1.

Предприятие находится в условиях совершенной конкуренции. В табл. представлены издержки производства и выпуск продукции. На рынке цена установилась на уровне 6 руб. Сколько продукции должно производить предприятие, чтобы достичь максимума прибыли? Какой будет прибыль? Ниже какого уровня должна снизиться цена, чтобы производство прекратилось?

Таблица

Исходные данные

Q	0	1	2	3	4	5
TC	20	23	29	38	50	64

Решение задачи 8.1.:

Определим прибыль предприятия в таблице где Q – объем выпуска, TC – общие издержки, TR – совокупный доход, PF – прибыль (убыток), MR – предельный доход, MC – предельные издержки, AVC – средние переменные издержки.

Таблица

Решение задачи

Q	TC	$TR = Q \times P$	$PF = TR - TC$	$MR(P)$	$MC = TC_{i+1} - TC$	$AVC = \frac{TC - FC}{Q}$
0	20	0	-20	6	-	-
1	23	6	-17	6	3	3
2	29	12	-17	6	6	4,5
3	38	18	-20	6	9	6
4	50	24	-26	6	12	7,5
5	64	30	-34	6	14	8,8

I способ (совокупный подход)

Предприятие получает убыток при выпуске любого объема продукции. Оптимальным объемом, который целесообразно производить предприятию является $Q = 2$, так как убыток при этом минимальный $-PF = 17$ ($TR - TC = -PF \to \min$), а предельный доход равен предельным издержкам ($MR = MC$). Предприятие при этом не закроется, так как минимальный убыток меньше постоянных издержек 17 < 20 (–*PF* < *FC*). Постоянные издержки равны $FC = 20$, исходя из условия, что при нулевом объеме выпуска (когда отсутствуют переменные издержки) общие издержки равны $TC = 20$.

II способ (предельный подход)

Оптимальный объем достигается при $MR = MC$ или $P = MC$, то есть $6 = 6$ при объеме производства $Q = 2$ единицы.

Убыток при этом составляет $PF = -17$. Фирме целесообразно продолжать производство, так как *P* > *AVC*, 6 > 4,5. Производство прекратится при условии, что убыток станет больше постоянные издержек (–*PF* > *FC*), или если цена станет ниже минимума средних переменных издержек (*P* < *min AVC*). Таким образом, цена должна стать меньше 3 ден. ед., чтобы производство прекратилось.

Задачи к решению

Задача 8.2.

Функция зависимости издержек (TC) от объема выпуска (Q) для фирмы, работающей в условиях совершенной конкуренции, в краткосрочном периоде описывается формулой: $TC = 2Q^2 + 6Q + 10$. Определите объем выпуска, максимизирующий прибыль фирмы, и саму величину прибыли, если цена единицы продукции равна 46 руб.

Задача 8.3.

Функции рыночного спроса и предложения для совершенно конкурентной отрасли имеет вид: $Q_D = 2000 - 12P$, $Q_S = 400 + 20P$. Функция общих издержек одной из фирм данной отрасли имеет вид: $TC = 600 - 30Q + Q^2$. Найдите равновесную цену и объем продаж на рынке. Определите оптимальный объем производства отдельной фирмы. Сколько фирм в отрасли, если их объем производства одинаков. Определите прибыль или убыток получает фирма в данных условиях в краткосрочном периоде.

Задача 8.4.

Технология изготовления продукции такова, что фирма для производства единицы продукции использует 3 ед. ресурса труда (L) и 1 ед. ресурса капитала (K). Стоимость труда PL = 1 руб., а единицы капитала PK = 2 руб. Напишите формулы функций общих издержек (TC), средних общих издержек (AC) и предельных издержек (MC) для данной фирмы.

Тема 9.

Пример решения задачи

Задача 9.1.

На рынке с функцией спроса $Q^D = 300 - 5P$ действует монополия с функцией затрат $TC = 300 + 20Q + 0{,}3Q^2$. Найти прибыль монополии.

Решение задачи 9.1. Монополия, максимизирующая прибыль, выбирает объем продаж, при котором предельная выручка равна предельным затратам. Обратная функция спроса $P^D = 60 - 0{,}2Q$, так что предельная выручка:

$$MR(Q) = \frac{dTR(Q)}{dQ} = \frac{d[Q \cdot P^D(Q)]}{dQ} = 60 - 0{,}4Q.$$

Приравнивая ее предельным затратам $MC(Q) = 20 + 0{,}6Q$, находим, что максимум прибыли достигается при выпуске $Q = 40$. При этом по условиям спроса устанавливаются цена и выручка

$$P = 60 - 0{,}2 \cdot 40 = 52, \qquad TR = 40 \cdot 52 = 2080.$$

Затраты составляют $TC = 300 + 20 \cdot 40 + 0{,}3 \cdot 40^2 = 1580$, так что прибыль равна $TR - TC = 2080 - 1580 = 500$.

Задачи к решению

Задача 9.2.

Предприятие, действующая в условиях монополии, сталкивается с функцией спроса: $Q_D = 20 - P$ (Q_D – величина спроса; P – цена), а функция совокупных издержек для технологии, которую использует предприятие, описывается уравнением $TC = 30 + Q^2$. Следует определить, чему равна монопольная цена и величина прибыли.

Задание 9.3.

Функция общих затрат монополиста $TC = 100 + 3Q$, где Q – количество единиц продукта, производимое в месяц. Функция спроса на продукцию монополиста $P = 200 - Q$, где P – цена продукта. Монополист выпускает 20 ед. продукции в месяц. Определите общий доход монополиста.

Задание 9.4.

Предприятие является монополистом на внутреннем рынке, где встречается со спросом $Q_D = 200 - 4P$. Она покупает сырье на мировом рынке в условиях совершенной конкуренции по цене $W = 10$. Производственная функция фирмы $Q = 5X$, где X – объем потребляемого сырья. Определите объем производства и прибыль предприятия.

Тема 10.

Задача 10.1. Действуют три фирмы одинакового размера. Предельные издержки каждой фирмы одинаковы, постоянны и равны 298 руб. Спрос на продукцию отрасли представлен следующими данными:

Цена, руб. за ед.	1500	1200	900	600	300
Объем спроса, тыс. шт.	300	600	900	1200	1500

Если фирмы объединяются в картель и делят рынок поровну, какова будет равновесная цена и какое количество продукции произведет каждая фирма?

Решение задачи 10.1:

Для картеля в целом верно условие максимизации прибыли – предельный доход (MR) равен предельным издержкам (MC) : $MR = MC$.

Т.к. по условию MC=298 руб., необходимо выразить MR. Для этого построим график зависимости цены от объема спроса (рис.10.11).

Исходя из полученного графика *цена в любой точке графикаможет быть выражена уравнением* $P = 1800 - Q$.

Предельный доход (MR) равен производной валового дохода (TR), т.е. $MR = TR'$.

В свою очередь $TR = P \times Q$. Найдем TR: $TR = (1800 - Q) \times Q = 1800Q - Q^2$.

$TR' = 1800 - 2Q$.

Тогда$MR = 1800 - 2Q = 298$. Отсюда $Q = 751$ тыс. шт.

Так как фирмы делят рынок поровну, то $q_i = Q/3 = 751/3 = 250$ (тыс. шт.), а цена $P = 1049$ руб.

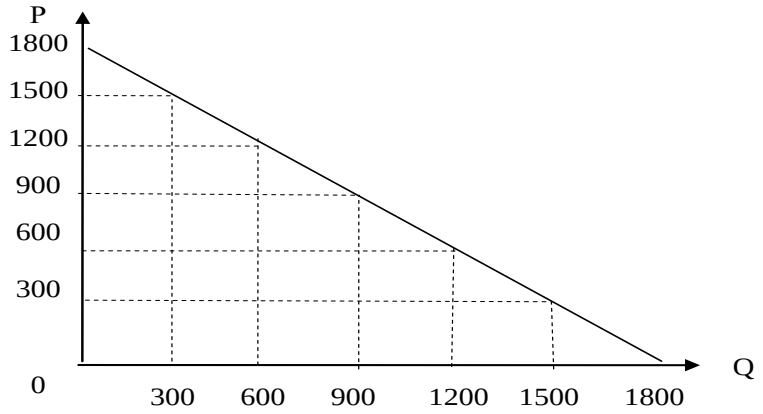


Рис. 10.11. График зависимости цены от объема

Задачи к решению

Задача 10.2. На рынке сложилась олигополия нескольких фирм (см. рис. 10.12).Линия O-Q отражает отраслевую функцию потребительского спроса (из расчета в среднем на одну фирму). Точка *A* показывает сложившуюся на рынке цену и объем продаж. Какова будет функция спроса для одной из фирм?

А) В условиях олигополии производителей немного, поэтому каждая фирма обладает сильным влиянием на спрос, при чем фирмы строго зависят друг от друга, то есть другие фирмы будут всегда следовать за политикой одной из фирм (устанавливать такую же цену), поэтому линия спроса будет соответствовать отраслевой: Линия 0 – 0.

Б) В условиях олигополии цена задается другими участниками рынка, и фирма не может повлиять на цену: Линия 1 – 1.

В) В условиях олигополии все фирмы действуют на общем рынке, но независимо друг от друга, степень влияния каждой из фирм на цену незначительна, поэтому наклон кривой спроса меньше отраслевой: Линия 2 – 2.

Г) В условиях олигополии каждая фирма действует на своем сегменте рынка, не зависимым от других, поэтому степень влияния на цены повышена относительно отраслевой функции спроса: Линия 3 – 3.

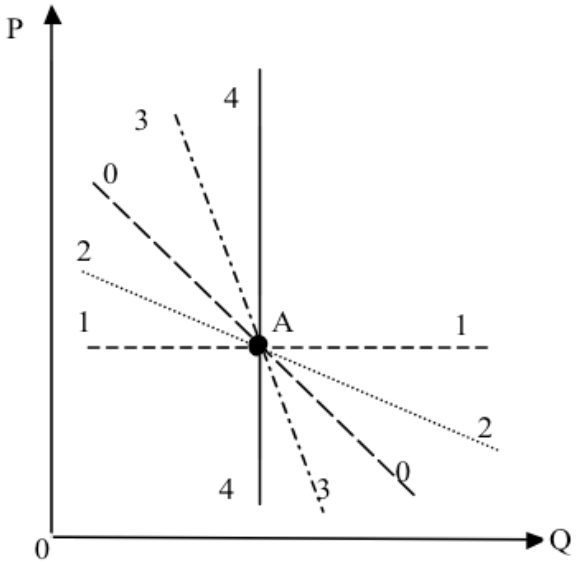


Рис. 10.12. Данные к задаче 10.1

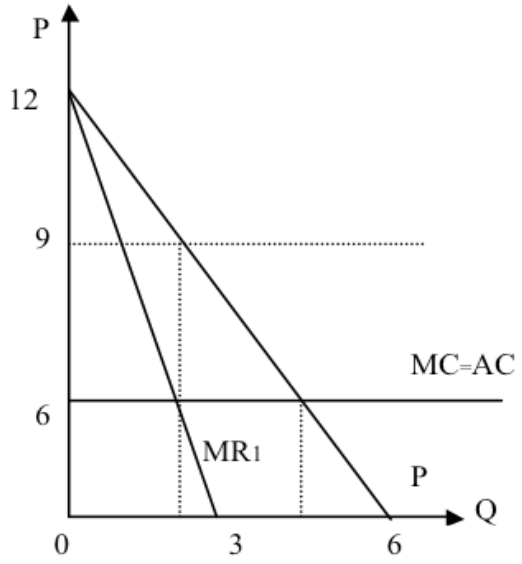


Рис. 10.13. Данные к задачам 10.2 и 10.3

Д) В условиях олигополии все фирмы формально независимы, но наблюдают за действиями друг друга. Если одна фирма повысит цену выше установившейся, то остальные фирмы повысят ее незначительно, и первая фирма потеряет объем продаж, то есть линия спроса пойдет ниже отраслевой. Если фирма понизит цену ниже установившейся, то остальные фирмы будут вынуждены снизить цену и выступят как бы согласованно, поэтому линия спроса совпадет с отраслевой: Линия 2 – 0.

Е) В условиях олигополии доли рынков четко определены, ни одна фирма не может изменить свой объем производства ни при какой цене. Линия 4 – 4.

Задача 10.3. На рис. 10.13 можно показать функцию спроса на продукцию фирмы-олигополиста, являющейся ценовым лидером среди множества мелких фирм, ограниченных минимумом издержек. Из каких линий рис. 10.10 она может быть составлена?

Задача 10.4. Даны функции спроса двух рынков $P_1(q) = 20 - q$, $P_2(q) = 16 - q$. Существуют две фирмы, имеющие средние издержки $ACa,б = 8$, и стандартный объем продаж $Qa,б = 6$. Каждая из фирм может работать на любом рынке, в т.ч. обе на одном. При разделе рынка цена назначается в соответствии со просом на суммарный стандартный объем продаж. Построить матрицу прибылей/убытков фирмы А для разных вариантов действия фирмы А и Б. Решить ее. *Дополнительно*: Показать отсутствие равновесного решения при многоходовых предположениях действий конкурирующей фирмы.

Тема 11.
Пример решения задачи

Задача 11.1.

На рынке монополистической конкуренции действует фирма, которая имеет функцию затрат:

$$TC = Q^3 - a \times Q^2 + 91 \times Q$$

Функция рыночного спроса:

$$Q = 75 - 2 \times P$$

Определите, при каком значении переменной *a* данная фирма будет находиться в состоянии долгосрочного равновесия. Какой уровень цены и объема выпуска она при этом установит?

Решение задачи 11.1.

Условие равновесия в долгосрочном периоде на рынке монополистической конкуренции:

$$AC = P,$$

а также общее для всех рыночных структур равенство предельных издержек и предельной выручки:

$$MC = MR$$

Средние издержки фирмы определим по формуле:

$$AC = TC\,(Q) / Q = (Q^3 - a \times Q^2 + 91 \times Q) / Q = Q^2 - a \times Q + 91$$

Обратная функция спроса имеет вид:

$$P = 37{,}5 - 0{,}5 \times Q$$

Найдем функцию предельных издержек как производную от общих издержек:

$$MC = (TC)' = 3 \times Q^2 - 2 \times a \times Q + 91$$

И наконец, предельная выручка будет равна:

$$MR = (TR)' = (P \times Q)' = (37{,}5 \times Q - 0{,}5 \times Q2)' = 37{,}5 - Q$$

Решим систему из двух уравнений:

$$\begin{cases} AC = P, \\ MC = MR \end{cases}$$

$$\begin{cases} Q^2 - \mathrm{a} \times Q + 91 = 37{,}5 - 0{,}5 \times Q \\ 3 \times Q^2 - 2 \times \mathrm{a} \times Q + 91 = 37{,}5 - Q \end{cases}$$

Умножим первое уравнение системы на 2 и вычтем из второго уравнения первое.

$$Q^2 = 53{,}5,$$
$$Q = \pm\, 7{,}314.$$

Берем ответ с положительным знаком, так как отрицательное значение Q экономического смысла не имеет.

Тогда переменная a будет равна:

$$a = 15{,}13$$

При этом установится цена:

$$P = 37{,}5 - 0{,}5 \times 7{,}314 = 33{,}84$$

Итак, при a = 15,13 фирма будет находится в состоянии долгосрочного равновесия. При этом установиться цена P = 33,84, а объем выпуска Q = 7,314.

Задачи к решению

Задача 11.2.

Функция предельных издержек фирмы выражена формулой: MC=10+Q (руб.). Цена единицы продукции постоянна и равна 600 руб./шт.

Определите объем выпуска, который позволит фирме максимизировать прибыль.

Задача 11.3.

Фирма занимается производством бижутерии (тыс. штук в год) и действует на рынке монополистической конкуренции. Предельный доход этой фирмы описывается формулой MR=20 – 2Q, ее предельные издержки в долгосрочном периоде (на возрастающем участке) – формулой MC = 3Q – 10.

Если минимальное значение долгосрочных средних издержек (AC) составляет 11, то каков будет избыток производственных мощностей у этой фирмы?

Задача 11.4.

У монополистически конкурентной фирмы известна функция цены:

$$P = 1000 - 10 \times Q$$

и функция совокупных издержек:

$$TC = 100 + 5 \times Q$$

1. Определите оптимальный объём выпуска и цену товара у этой фирмы. Чему равна её экономическая прибыль?

2. Если бы данный сегмент рынка был совершенно конкурентным, то сколько продукции производилось бы и по какой цене она бы продавалась?

Тема 12.

Пример решения задачи

Задача 12.1.Определите уровень заработной платы и объем предлагаемых услуг на рынке труда, если функция предложения труда описывается как LS = 10 + 0,5W, а спроса на труд LD = 100 – W. Как изменится оплата труда, если в данной отрасли предложение контролируется профсоюзом?

Решение:

Искомое изменение заработной платы ΔW определим как разность между ставкой заработной платы после вмешательства профсоюза W2 и первоначальной – W1:

$$\Delta W = W2 - W1$$

Определим W1 из условия равновесия на рынке труда: $Ls = LD$,

получим 10 + 0,5W = 100 – W, откуда W1 = 60 ден. ед.

Объем предлагаемого труда равен L1 = 100 – W= 100 – 60 = 40 ед.

При определении W2исходим из того, что профсоюз будет действовать на рынке труда так же, как монополист на рынке блага. Условием максимизации его прибыли является равенство $MRП = MCП$, где $MRП$ – предельный доход профсоюза от найма предпринимателями дополнительного члена профсоюза, а $MCП$ – предельные издержки, которые описываются функцией отраслевого предложения труда.

$$MRП = (LD \,.\, W)' = [L \,.\, (100 - L)]' = 100 - 2L.$$

Функцию предложения труда можно представить в виде: $W = 2L - 20$.

$MRП = MCП \rightarrow 100 - 2L = 2L - 20$,

отсюда $L2 = 30$.

Если профсоюз ограничит величину предложения труда 30 ед., то ставка заработной платы в соответствии с функцией спроса на труд станет $W2 = 100 – 30 = 70$ ден. ед.

Значит, $\Delta W = W2 – W1 = 70 – 60 = 10$ ден. ед.

Ответ:

$W1 = 60$ ден. ед. $L1 = 40$ ед. Ставка оплаты труда возрастет на 10 ден. ед.

Задачи к решению

Задача 12.2. Гражданин вложил в банк 1000 руб на тригода.

Определить сумму вклада к концу срока при начислении 10% годовых:

а) по правилу простого процента;

б) по правилу сложного процента.

Записать формулу определения суммы вклада для обоихслучаев.

Задача 12.3. Предприятие инвестировало 5000 руб.вприобретениетехнологии, в результате чего чистый прирост дохода от выпуска продукции (за вычетом амортизации) оказался равным 250 руб. вгод:

а) определить годовую норму прибыли на инвестированный капитал;

б) если теоретически срок применяемости (моральногоизноса) технологии составляет 5 лет, то какова общая норма прибыли на инвестированныйкапитал;

в) каков приэтом должен быть совокупный годовойприростдохода(без текущих издержек), что бы окупить капиталовложения присохраненииобщейнормыприбыли. Какова будет норма амортизации(квложенномукапиталу).

Задача 12.4. Рыночная ставка аренды земли за сотку составляет 200 р./год. Средний банковский процент по вкладам – 5% в год. Найти рыночную цену земли при отсутствии рисков и конъюнктурныхколебаний.

Тема 13.

Примеры решения задач

Задача 13.1.

Известны следующие данные о среднедушевых доходах.

Исходные данные

Таблица

Среднедушевой доход, тыс. ден. ед., мес	Структура населения, %	Доходы, тыс. ден. ед.,
0 – 7,5	17,3	64,9
7,5 – 11,5	32,6	309,7
11,5 – 15,5	24,5	330,8
15,5 – 21,0	15,7	447,1
21,0 -30,0	7,1	181
30,0 – 50,0	2,8	112

Найти коэффициент Джини и Лоренца.

Решение задачи 13.1.

1) Определение структуры доходов.

Рассчитаем процент доходов для каждого интервала средневзвешенного дохода. Просуммируем общие доходы (1445,0 тыс. ден. ед) и примем их за 100%. Определим доли дохода для каждой группы, результаты занесем в таблицу.

Таблица

Определение структуры доходов

Среднедушевой доход, тыс. ден. ед., мес	Структура населения, %	Доходы, тыс. ден. ед.	Структура дохода, %
0 – 7,5	17,3	64,9	4,5
7,5 – 11,5	32,6	309,7	21,4
11,5 – 15,5	24,5	330,8	22,9
15,5 – 21,0	15,7	447,1	30,9
21,0 -30,0	7,1	181	12,5
30,0 – 50,0	2,8	112	7,7
Итого	100	1445,5	100,0

2) Рассчитаем коэффициент Лоренца.

Коэффициент Лоренца – относительная характеристика неравенства в распределении доходов и рассчитывается по следующей формуле:

$$K_L = \frac{\sum_{i=1}^{n} \left| d_{x_i} - d_{y_i} \right|}{2},$$

где d_{x_i} – удельный вес объема совокупности;

d_{y_i} – удельный вес объема признака.

$$K_L = \frac{|17{,}3-4{,}5|+|32{,}6-21{,}4|+|24{,}5-22{,}9|+|15{,}7-30{,}9|+|7{,}1-12{,}5|+|2{,}8-7{,}8|}{2} = 0{,}255 \text{ или } 25{,}5\ \%$$

3) Рассчитаем коэффициент Джини.

Таблица 13.4

Расчетные данные для определения коэффициента Джини

	x_i	y_i	$x_i \times y_i$	$cum\, x_i$	$cum\, y_i$	$x_i \times cum\, y_i$
1	0,173	0,045	0,008	$cum\, x_1 = x_1$=0,173	$cum\, y_1 = y_1$=0,045	0,008
2	0,326	0,214	0,070	$cum\, x_2 = cum\, x_1 + x_2$=0,499	$cum\, y_2 = cum\, y_1 + y_2$=0,259	0,084
3	0,245	0,229	0,056	$cum\, x_3 = cum\, x_2 + x_3$=0,744	$cum\, y_3 = cum\, y_2 + y_3$=0,488	0,120
4	0,157	0,309	0,049	$cum\, x_4 = cum\, x_3 + x_4$=0,901	$cum\, y_4 = cum\, y_3 + y_4$=0,797	0,125
5	0,071	0,125	0,009	$cum\, x_5 = cum\, x_4 + x_5$=0,972	$cum\, y_5 = cum\, y_4 + y_5$=0,923	0,065
6	0,028	0,077	0,002	$cum\, x_6 = cum\, x_5 + x_6$=1,000	$cum\, y_6 = cum\, y_5 + y_6$=1,000	0,028
	1,000	1,000	0,193			0,430

Коэффициент Джини (коэффициент концентрации доходов) характеризует степень неравенства в распределении доходов населения и рассчитывается по следующей формуле:

$$K_G = 1 - 2\sum_{i=1}^{n} x_i cum\, y_i + \sum_{i=1}^{n} x_i y_i,$$

где x_i – доля населения, принадлежащая к $i-й$ социальной группе в общей численности населения;

y_i – доля доходов, сосредоточенная у $i-й$ социальной группы населения;

n – число социальных групп;

$cum\,y_i$ – кумулятивная доля дохода.

Чем ближе к 1 (100 %) значение данного показателя, тем выше уровень концентрации, при 0 наблюдается равномерное распределение признака по всем единицам совокупности.

$$K_G = 1 - 2 \times (0{,}173 \times 0{,}045 + 0{,}326 \times 0{,}084 + 0{,}245 \times 0{,}120 + 0{,}157 \times 0{,}125 + 0{,}071 \times 0{,}065 + 0{,}028 \times 0{,}028) +$$
$$+ (0{,}173 \times 0{,}045 + 0{,}326 \times 0{,}214 + 0{,}245 \times 0{,}229 + 0{,}157 \times 0{,}309 + 0{,}071 \times 0{,}125 + 0{,}028 \times 0{,}077) =$$
$$= 1 - 2 \times 0{,}430 + 0{,}193 = 0{,}333$$

Ответ: коэффициент Лоренца – 0,225, Джини – 0,333.

Задачи к решению

Задача 13.2.

Фирма производит продукт с предельными частными затратами $MPC = 20 + 5q$ и загрязняет внешнюю среду; предельные внешние затраты, обусловленные загрязнением составляют $MEC = 12$. Предельные общественные выгоды от производства этого продукта $MSB = 80 - 3q$.

1. Каков объем производства без вмешательства государства?

2.Какова должна быть ставка корректирующего налога? Каков при введении налога объем производства продукта?

Задача 13.3.

Население страны состоит из 5 чел., получающих доходы в размере 500 долл., 350 долл., 250 долл., 75 долл., 50 долл. Построить кривую Лоренца для такой экономики из 5 человек, дать необходимые пояснения и рассчитать коэффициент Джини.

Задача 13.4.

Фирма производит продукт с предельными частными затратами $MPC = 12 + 4q$ и загрязняет внешнюю среду; предельные внешние затраты, обусловленные загрязнением составляют $MEC = 6$. Предельные общественные выгоды от производства этого продукта $MSB = 60 - 2q$.

1. Каков объем производства без вмешательства государства?

2. Какова должна быть ставка корректирующего налога? Каков при введении налога объем производства продукта?

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тема 1.

1.1. Рынок – это:

а) средство организации общества, которое отвечает на вопрос: что производить, как производить, кто пользуется выработанным;

б) земля, труд, капитал и предпринимательская способность;

в) экономическая система в большинстве демократических стран;

г) место, где встречаются продавцы и покупатели.

1.2. Какой из приведенных признаков является характерным для потребительского рынка?

а) на этом рынке банки обмениваются краткосрочными займами;

б) это централизовано управляемый рынок;

в) цены на нем формируются фактически после производства товара;

г) домохозяйства берут на себя основной риск, связанный с объемом выработанных товаров.

1.3. Альтернативные расходы сооружения спортивного комплекса – это:

а) оплата его охраны и другого персонала;

б) стоимость строительства комплекса в следующем году;

в) изменение реальной ставки налога, который платится из прибыли;

г) стоимость других товаров и услуг, производство которых принесено в жертву строительству спортивного комплекса.

1.4. Какими двумя основными причинами можно объяснить существование экономических проблем?

а) влияние государства на экономику и рост населения Земли;

б) загрязнением окружающей среды и существование транснациональных корпораций;

в) наличие безработицы и инфляции;

г) неограниченность потребностей людей и ограниченность ресурсов;

д) ограниченность ресурсов для реализации капитальных вложений.

1.5. Экономику в целом лучше всего определить как:

а) взаимодействие решений на макро и микроуровнях;

б) изучение поведения людей и предприятий относительно производства, распределения и потребления ограниченного количества товаров;

в) практическое изучение стоимостных показателей путем использования дедукции и индукции;

г) использование политики опровержения фактов и гипотез;

д) искусство ведения домашних дел.

Тема 2.

2.1. Изменение какого фактора не ведет к сдвигу кривой спроса?

а) вкусов потребителей;

б) величины и распределения национального дохода;

в) цены товара;

г) численности или возраста потребителей.

2.2. Какие товары могут быть выставлены как инфериорные?

а) хлеб, картофель;

б) драгоценности, автомобиль;

в) маргарин, грузинский чай;

г) туристические путевки.

2.3. Функция спроса на товар $Q^D = 9 - P$, функция предложения $Q^S = -2 + 2P$. Представим, что на этот товар введен налог, который платится продавцом в размере 2 ден. ед. за единицу. Какой является цена покупателя?

а) 15;

б) 12;

в) 7;

г) 5.

2.4. Совершенствование технологии сдвигает:

а) кривую спроса вверх и вправо;

б) кривую спроса вниз и вправо;

в) кривую предложения вниз и вправо;

г) кривую предложения вниз и влево.

2.5. Есть уравнение функции спроса на товар «X»: $Q^D = 8 - 2P$ но уравнение функции предложения: $Q^S = -7 + 3P$. Равновесная цена этого товара:

а) 2 тыс. ден. ед.;

б) 5 тыс. ден. ед.;

в) 9 тыс. ден. ед.;

г) 3 тыс. ден. ед.

Тема 3.

3.1. Есть уравнение функции спроса на товар «X»: $Qd = 8 - 2P$, а уравнение функции предложения: $Qs = -7 + 3P$. Равновесная цена этого товара:

а) 2 тыс. ден. ед.;

б) 5 тыс. ден. ед.;

в) 9 тыс. ден. ед.;

г) 3 тыс. ден. ед.

3.2. Функция спроса на товар $Qd = 9 - P$, функция предложения $Qs = -2 + 2P$. Представим, что на этот товар введен налог, который платится продавцом в размере 2 ден. ед. за единицу. Какой является цена покупателя?

а) 15;

б) 12;

в) 7;

г) 5.

3.3. Одновременное уменьшение спроса и предложения всегда приводит к:

а) снижению цены равновесия;

б) росту цены равновесия;

в) уменьшению равновесного количества;

г) уменьшению и цены, и количества в точке равновесия.

3.4. Если предложение и спрос на товар возрастают, то:

а) цена повысится;

б) увеличится общее количество товара;

в) цена останется стабильной;

г) благосостояние общества возрастет.

3.5. Если рыночная цена ниже равновесной, то:

а) появляются избытки товаров;

б) возникает дефицит товаров;

в) формируется рынок покупателя;

г) падает цена ресурсов.

Тема 4.

4.1. Ценовая эластичность вертикальной кривой спроса:

а) равна нулю;

б) бесконечно возрастает;

в) равна 1;

г) равна 0,1.

4.2. При данной величине спроса технический прогресс в производстве продукта *X* повлечет за собой:

а) увеличение равновесной цены на продукт *X* и увеличение равновесного количества;

б) увеличение равновесной цены и уменьшение равновесного объема;

в) уменьшение равновесной цены и уменьшение равновесного объема;

г) уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного объема

4.3. Если на графике цена товара ниже точки пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникает:

а) избыток;

б) дефицит;

в) растет безработица;

г) все варианты неверны.

4.4. Определите, какой должна быть перекрестная эластичность лыж и крепления к ним:

а) $Edxy<1$;

б) $Edxy = -\infty$;

в) $Edxy = +\infty$;

г) $Edxy$=1.

4.5. Если бы эластичность спроса по цене на утюги была нулевой, это означало бы, что:

а) по существующим ценам можно продать любое количество утюгов;

б) данное количество утюгов может быть продан за сколько угодно высоким ценам;

в) покупатели готовы купить любой объем данного блага любой ценой;

г) покупатели не согласятся ни на какие изменения в объемах продаж и ценах утюгов.

4.6. Пусть эластичность спроса по цене Ed = 2. Тогда снижение цены товара X с 30 до 20 рублей приведет к:

а) росту Qd товара X на 14%;

б) снижению Qdx на 20%;

в) повышению Qdx на 40%:

г) повышению Qdx на 80%.

4.7. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:

а) абсолютно неэластичным;

б) абсолютно эластичным;

в) неэластичным;

г) спросом единичной эластичности.

4.8. Товары A и B взаимно дополняют друг друга. Цена товара B возрастает. Какие значения примет перекрестная эластичность Eab?

а) отрицательные;

б) положительные;

в) может быть и положительной, и отрицательной;

г) останется без изменения.

4.9. В каких из приведенных вариантов суммарная выручка фирмы-производителя возрастает:

а) цена увеличивается при неэластичном спросе;

б) цена падает при неэластичном предложении;

г) цена растет при эластичном спросе;

д) все утверждения верны.

4.10. При доходе в 850 тыс. д.е. в месяц домохозяйство потребляет 4 тыс. единиц товара X. Эластичность спроса по доходу Ey = -0,3. Сколько единиц товара X будет потреблять домохозяйство, если доход возрастет на 7%?

а) 4000

б) 2000

в) 3560

г) 3918

Тема 5.

5.1. Возьмем два товара: A и B. При снижении цены товара В перекрестный эффект изменения цены действует в том же направлении, что и перекрестный эффект замещения, но превышает его по абсолютной величине. Это может означать, что:

а) A и B – нормальные блага;

б) A – благо низшей категории;

в) B – благо низшей категории;

г) B – товар Гиффена;

д) A и B – идеально взаимодополняемые блага.

5.2. В 2013 г. индекс цен на товары и услуги, входящие в потребительскую корзину Михаила Сергеевича, был равен 1 по Ласпейресу (базовый 2012 г.). Можно утверждать, что при неизменном номинальном доходе благосостояние Михаила Сергеевича в 2013 г.:

а) выросло;

б) снизилось;

в) не изменилось;

г) неизвестно, выросло или снизилось, но изменилось;

д) для вышеперечисленных утверждений информации недостаточно.

5.3. В чем выражается взаимодействие между общей и предельной полезностью?

а) чем выше предельная полезность, тем выше общая полезность.

б) чем ниже предельная полезность, тем выше общая полезность.

в) когда общая полезность максимальна, предельная полезность равна нулю.

г) рост отрицательной величины предельной полезности при увеличении потребления означает возрастание общей полезности.

5.4. Имеются два товара: *X* и *Y*. По товару *X* эффект замещения меньше эффекта дохода по абсолютному значению и противоположен ему по направлению действия.. Это означает, что товар *Y* – это:

а) товар Гиффена;

б) товар низшей категории;

в) нейтральный товар;

г) нормальный товар;

д) антиблаго.

5.5. Предположим, что *MUa/MUв=7*, а *Pa/Pв* = 5. Это означает, что:

а) потребитель находится в состоянии равновесия;

б) для достижения равновесия следует покупать больше *A* и меньше *B*;

в) для достижения равновесия следует покупать больше *B* и меньше *A*;

г) потребитель достиг максимальной полезности.

5.6. Если и относительная цена одного из двух благ, и *MRS* равны 5, то потребитель может получить максимальную полезность:

а) потребляя лишь одно из этих благ;

б) потребляя оба блага в одинаковых количествах;

в) потребляя оба блага в данных количествах;

г) информации недостаточно;

д) потребляя лишь первый товар.

5.7. Положение и наклон кривой безразличия для отдельного потребителя объясняются:

а) его предпочтениями и размерами дохода;

б) предпочтениями, размерами дохода и ценами товаров, которые покупаются;

в) только его предпочтениями;

г) только ценам и товаров, которые покупаются.

д) только ее полезностью

5.8. Если предельная норма замещения между двумя благами равняется 2/3 при любом уровне потребления, то вы сделаете вывод, что:

а) оба блага являются совершенными субститутами;

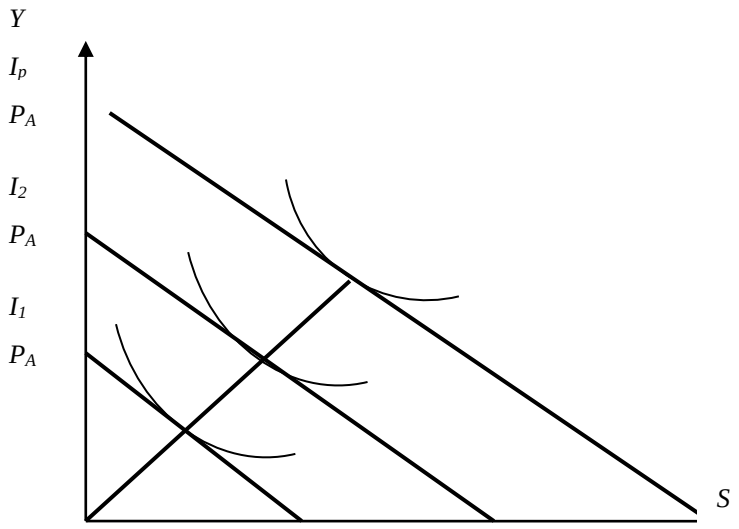
б) блага являются совершенными комплементами;

в) кривая безразличия благ характеризуется нисходящей *MRS*;

г) кривая безразличия благ выгнута наружу от начала координат.

д) оба блага являются совершенными комплементами;

5.9. Рассмотрите график и ответьте на вопрос: какой товар и при каком уровне дохода становится инфериорным?



а) товар *A* при доходе выше I_2.
б) товар *A* при доходе выше I_3.
в) товар *B* при доходе выше I_1.
г) товар *B* при доходе выше I_2.
5.10. Чем определяется эффект замещения?
а) ростом номинального дохода, позволяющим изменить структуру покупок в пользу дорогостоящего блага.
б) изменением вкусов потребителя.
в) изменением относительной цены блага.
г) изменением моды.

Тема 6.

6.1. Какая из формул правильно отражает величину предельного продукта?
а) $AP = \Delta TP/\Delta x$;
б) $MP = \Delta TP/\Delta x$;
в) $MP = dTP/dx$;
г) формулы б) и в).
6.2. Что выражает, предельный продукт?
а) прирост произведенного продукта на величину всех затрат;
б) прирост общего продукта, приходящийся на единицу прироста затрат переменного фактора;
в) возможный прирост произведенного продукта, отнесенный произведенным затратам;
г) общий прирост производства при изменении условий на рынке.
6.3. Что характеризует производственная функция с одним переменным фактором?
а) зависимость объема производства *Q* от цены на фактор *X*;
б) зависимость, при которой фактор *X* изменяется, а все остальные остаются постоянными;
в) зависимость, при которой все факторы изменяются, а фактор *X* остается постоянным;
г) зависимость между факторами *X* и *У*.
6.4. Что характеризует производственная функция?
а) общий объем использованных производственных ресурсов;
б) наиболее эффективный способ технологической организации производства;
в) взаимосвязь затрат и максимального объема выпуска продукции;
г) способ максимизации прибыли при условии минимизации затрат.

6.5. Изокванта:
а) имеет отрицательный наклон;
б) имеет выпуклость, обратную к началу координат;
в) верные ответы – а) и б).
г) не имеет указанных свойств.
6.6. Изокоста – это:
а) линия равных затрат;
б) линия отражающая сочетание затрат двух факторов, при которых затраты производства равны;
в) затраты бюджета предприятия;
г) верны ответы а) и б).
6.7. Если предельный продукт *MP* при определении значения переменного фактора *X* равен нулю, то это означает, что это точка:
а) *TP* принимает максимальное значение;
б) *AP* возрастает;
в) *TP* убывает;
г) *TP* возрастает, а *AP* убывает.
6.8. Если *MP* от данного переменного фактора (*X*) достигает максимального значения, это означает, что в этой точке:
а) *TP* принимает максимальное значение;
б) *AP* возрастает, а *TP* убывает;
в) *AP* убывает, а *TP* возрастает;
г) *AP* возрастает и *TP* возрастает.
6.9. Что означает, если при определенном значении переменного фактора *AP* принимает максимальное значение?
а) *TP* принимает максимальное значение;
б) *TP* начинает снижаться;
в) $AP = MP$;
г) $MP = 0$.
6.10. Что означает для *AP* и *MP*, когда *TP* принимает максимальное значение?
а) *AP* достигает максимального значения, а $MP = 0$;
б) $AP = 0$, а *MP* достигает максимального значения;
в) $MP = 0$, а *AP* убывает;
г) возрастает *AP* и *MP*.

Тема 7.

7.1. Издержки в экономическом смысле слова (экономические издержки):
а) включает явные и неявные издержки, в том числе и нормальную прибыль;
б) включает явные, но не включает неявные;
в) включает неявные, но не включает явные;
г) не включают в себя ни явные, ни неявные издержки.
7.2. В чем различие между бухгалтерскими и экономическими издержками фирм?
а) бухгалтерские исчисляются в денежном выражении, а экономические в натуральном;
б) бухгалтерские – это стоимость израсходованных ресурсов, а экономические – это стоимость альтернативных вариантов затрат;
в) отличаются на величину внешних эффектов;
г) бухгалтерские определяются через бухгалтерский баланс фирмы, а экономические – по формуле $TC = FC + VC$.
7.3. Средние общие издержки производства продукции достигают минимальной величины при том объеме продукции, когда:
а) $AVC = TFC$;
б) прибыль будет максимальной;
в) $MC = AVC$;

г) $MC = ATC$.

7.4. Постоянные издержки фирмы – это:

а) затраты на ресурсы по ценам, действующим в момент их приобретения;

б) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция перепроизводится;

в) неявные издержки;

г) ни один из ответов не является правильным.

7.5. Какие из следующих видов издержек не принимаются во внимание при выработке решения об оптимальном объеме производства фирмы?

а) средние переменные;

б) бухгалтерские;

в) средние постоянные;

г) предельные.

7.6. Какую форму имеет кривая средних постоянных издержки?

а) параболы;

б) гиперболы;

в) постоянно возрастающей кривой;

г) линию параллельную оси абсцисс.

7.7. Какое из этих выражений представляет собой общие издержки?

а) MC;

б) $TVC – TFC$;

в) $TVC + TFC$;

г) $TVC + TFC + MC$.

7.8. Чему равны совокупные издержки на производство 10000 единиц продукции, если при производстве 8000 единиц они составляли 80000 ден. ед., включая 48000 ден. ед. переменных издержек?

а) 80 000;

б) 92 000;

в) 128000.

7.9. В долгосрочном периоде все издержки:

а) являются переменными;

б) являются постоянными;

в) являются переменными и постоянными;

г) выступают как неявные.

7.10. В каком случае долгосрочные средние издержки предприятия падают по мере увеличения выпуска продукции?

а) когда $LATC$ не зависит от объема выпуска;

б) когда отрицательная отдача от масштаба;

в) когда средние общие издержки постоянны;

г) когда наблюдается экономия от масштаба.

Тема 8.

8.1. В каком случае величина суммарной выручки TR превосходит суммарные издержки TC?

а) это наблюдается, когда фирма имеет экономическую прибыль;

б) для этого необходимо, чтобы предельные издержки MC были ниже цены товара P;

в) $TR > TC$, когда $MR > MC$;

г) $TR > TC$, когда цена товара ниже средних суммарных издержек.

8.2. В каком случае фирма, действующая в условиях совершенной конкуренции, должна прекратить производство?

а) если $P < ATC$;

б) если $P < AFC$;

в) если при установившейся рыночной цене она не получает прибыли;

г) если $P < AVC$.

8.3. Предположим, что у фирмы в краткосрочном периоде $MC = AVC$ при 30 тыс. руб., $MC = ATC$ при 50 тыс. руб. и $MC = MR$ при 40 тыс. руб. На основании этих данных можно сделать вывод, что:

а) фирма максимизирует прибыль, которая на единицу продукции составляет 20 тыс. руб.;

б) фирма минимизирует убытки;

в) фирма прекращает существование;

г) фирма имеет нулевую прибыль.

8.4. Предположим, что фирма находится в равновесии в краткосрочном периоде. Пусть ее постоянные издержки возрастают на 10 тыс. руб. В этих условиях фирма должна:

а) сократить объем производства на 10 тыс. руб.;

б) увеличить выпуск товара на 10 тыс. руб.;

в) оставить выпуск товара без изменений;

г) уменьшить использование капитальных ресурсов на 10 тыс. руб. и сократить производство.

8.5. Может ли фирма, действующая в условиях совершенной конкуренции и находящаяся в равновесии в долгосрочном периоде, иметь положительную прибыль?

а) может, если цена товара превосходит средние издержки;

б) не может, т.к. в этом случае все фирмы отрасли имеют нулевую прибыль;

в) может, если она в состоянии снизить средние издержки;

г) не может, поскольку в точке равновесия постоянные издержки превосходят переменные.

8.6. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:

а) значительное число фирм в отрасли выпускают стандартные товары;

б) имеется много покупателей, приобретающих этот товар по текущей цене;

в) все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке;

г) имеет место свободный вход и выход на этот рынок.

8.7. Какое из следующих определений наиболее точно соответствует понятию «нормальная прибыль»?

а) прибыль, получаемая типичной фирмой в отрасли;

б) прибыль, получаемая фирмой при условии $MC = MR$;

в) прибыль, которую фирма получила бы при нормальном ведении дел;

г) минимальная прибыль, необходимая для того, чтобы фирма оставалась в пределах данного направления деятельности.

8.8. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы:

а) имеет отрицательный наклон;

б) горизонтальная линия при данном уровне цены;

в) вертикальная линия при данном объеме предложения;

г) имеет положительный наклон.

8.9. Если цена продукта недостаточна, чтобы покрыть средние затраты на его производство, то фирма должна:

а) остановить производство как можно скорее;

б) продолжать производство товаров на уровне, где $P = MC$, если $P > AVC$;

в) выбрать новую технологию;

г) продолжать производство до тех пор, пока цена покрывает все постоянные издержки.

8.10. Какой из следующих рынков больше всего соответствует условиям совершенной конкуренции?

а) стали;

б) автомобилей;

в) акций и облигаций;

г) бензина.

Тема 9.

9.1. Термин «несовершенный конкурент» в рыночной экономке относится к продавцу, что:

а) действует вне системы специализации и цен;

б) предлагает достаточный объем товаров, чтобы влиять на цены;

в) пытается разрушить существующий стандарт потребительских преимуществ

г) сознательно или бессознательно использует неэффективные средства производства.

9.2. Монополия – это структура рынка, когда:

а) на нем действует много продавцов и только один покупатель;

б) на нем действует только один продавец и много покупателей, вхождению на рынок препятствуют высокие барьеры;

в) небольшая группа фирм-производителей (продавцов) производит значительную часть предложения рынка;

г) большое количество продавцов реализует дифференцированную продукцию на рынке с свободным входом и выходом для новых производителей.

9.3. В отличие от конкурентной фирмы, монополист:

а) имеет однородную продукцию;

б) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных расходов;

в) может произвести любой объем продукции и продать его по любой цене;

г) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, что дает максимум прибыли;

д) сталкивается с вполне эластичной кривой спроса.

9.4. Чтобы получить максимальную прибыль, фирма производит 1000 единиц продукции. Цена продукции составляет 10 ден. ед., средние изменяемые затраты – 5 ден. ед., фиксированные затраты – 200 ден. ед. В этом случае величина прибыли монополиста составит:

а) 5000;

б) 10000;

в) 9800;

г) 4800.

9.5. Кривая предложения монополиста:

а) не существует;

б) имеет наклон;

в) является вертикальной;

г) совпадает с кривой *MC*.

9.6. В случае монополии для состояния долгосрочного равновесия является закономерным то, что:

а) $P = LMC = min\ LATC$;

б) $P > LMC = min\ LATC$;

в) $P < LMC = min\ LATC$;

г) $P = MR = LMC$.

9.7. Почему монополист никогда не будет производить такое количество продукции, при которой эластичность спроса по цене будет меньше 1:

а) в этом случае $P > MC$;

б) в этом случае $MR > MC$;

в) в этом случае $MR < 0$;

г) в этом случае $P < ATC$.

9.8. Ценовая дискриминация – это:

а) продажа по разным ценам одной и той же продукции различенным покупателям;

б) отличия в оплате труда по национальности или по полу;

в) эксплуатация работающих путем установки высоких цен на потребительские товары;

г) повышение цены на товар высшего качества;

д) все предыдущие ответы не верны.

9.9. Абсолютная ценовая дискриминация существует тогда, когда:

а) можно выделить несколько отдельных групп потребителей с разной эластичностью спроса, то есть определить так называемые сегменты рынка;

б) уровень цены устанавливается в зависимости от объемов продаж;

в) каждому потребителю устанавливают индивидуальную цену на уровне его готовности платить за благо;

г) благо можно перепродавать.

9.10. Примером естественной монополии является:

а) ОПЕК – международный нефтяной картель;

б) компания «Рено»;

в) издательство «Известия»;

г) городской метрополитен.

Тема 10.

10.1. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

а) совершенной конкуренцией;

б) монополистической конкуренцией;

в) олигополией;

г) монополией.

10.2. «Дилемма заключенного» – это игра, в которую играют:

а) два заключенных друг с другом;

б) заключенные одной камеры с тюремным надзирателем;

в) заключенный со следователем;

г) все люди на работе.

10.3. Принцип «издержки плюс» описывается формулой:

а) $AVC + AFC$;

б) $AVC \times (1 + k)$;

в) $AFC \times (1 + k)$;

г) $AFC + AVC \times (1 + k)$.

10.4. Что из следующего является примером равновесия Курно?

а) «дилемма заключенного»;

б) картель;

е) рынок труда;

г) монополистическая конкуренция.

10.5. В отрасли действуют три крупные фирмы и 10 маленьких. Крупные фирмы получают экономическую прибыль, а маленькие – только обычную. Каковы источники экономической прибыли крупных фирм:

а) ограбление маленьких фирм;

б) ограбление потребителей;

в) экономия на масштабах производства;

г) завышение цен.

10.6. Олигополия в отличие от монополии предполагает:

а) равенство $MR = MC$ в условиях равновесия;

б) большее количество покупателей;

в) меньшее количество продавцов;

г) отсутствие барьеров для входа в отрасль;

д) правильного ответа нет.

10.7. Ломанная линия спроса для олигополиста обязательно сопровождается:

а) тайным сговором с предприятиями-конкурентами для соблюдения договоренной цены;

б) разрывом кривой предельных издержек;

в) разрывом линии предельной выручки.

г) неэффективной работой фирмы;

д) разрывом линии средней выручки.

10.8. Что из приведенного ниже характеризует олигополию, а не конкурентную рыночную структуру?

а) много покупателей;

б) покупатели хорошо проинформированы;

в) несколько продавцов;

г) фирмы максимизируют прибыль.

10.9. Если в отрасли функционируют лишь 2 фирмы, то этот частный случай олигополия называется:

а) двусторонней монополией;

б) монопсонией;

в) монополией;

г) дуополией.

10.10. Рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых фирм ограничен высокими барьерами – это:

а) картель;

б) ценовая война;

в) олигополия;

г) ничего из вышеперечисленного.

Тема 11.

11.1. В отличие от конкурентной фирмы монополист стремится:

а) производить продукции меньше, а цену устанавливать выше;

б) максимизировать прибыль;

в) устанавливать цену, которая отвечает неэластичной части линии спроса;

г) производить продукции больше и повышать цену.

11.2. Монополист, который желает максимизировать прибыль, всегда производит такой объем продукции, при котором спрос:

а) неэластичен или единичной эластичности;

б) эластичный или единичной эластичности;

в) единичной эластичности;

г) монополист не принимает во внимание эластичность спроса.

11.3. Монополист, который максимизирует прибыль, будет снижать цену на свою продукцию, если:

а) снижаются средние издержки;

б) увеличиваются издержки на рекламу;

в) маржинальный доход от реализации превышает предельные издержки;

г) снижается спрос на его продукцию;

д) предельная выручка превышает средние издержки.

11.4. Что из приведенного ниже характеризует олигополию, а не конкурентную рыночную структуру?

а) много покупателей;

б) покупатели хорошо проинформированы;

в) несколько продавцов;

г) фирмы максимизируют прибыль;

11.5. Наиболее вероятно, что участник картеля увеличит свои прибыли в краткосрочном периоде, если:

а) будет продавать свои товары по более низким ценам;

б) установит более высокую цену, чем другие участники картеля;

в) будет осуществлять не ценовую конкуренцию;

г) увеличит выпуск продукции свыше установленной квоты.

д) будет продавать свои товары по более высоким ценам.

11.6 Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:
а)каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свой продукт
б) выпускаются однородные товары
в) на рынке оперирует множество покупателей и продавцов
г) выпускаются дифференцированные товары
д) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов
11.7 Монополистические соглашения о квотах выпускаемой продукции и разделе рынка сбыта — это
а) тресты
б) концерны
в) синдикаты
г) конгламераты
д) картели
11.8 Предельный доход не ниже рыночной цены у:
а) олигополистов, не участвующих в картеле
б) совершенных конкурентов
в) монополистов
г) монополистических конкурентовд) участников картеля
11.9 Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка ..
а) олигополи
б) совершенная конкуренция
в) монополия
г) монополистическая конкуренция
11.10 На долгосрочном временном интервале:
а) фирмы, оперирующие в условиях монополистической конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль
б) олигополисты и монополисты, оперирующие на неконкурентных рынках, могут получать экономическую прибыль
в) фирмы, оперирующие в условиях совершенной конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль
г) высокие входные барьеры к вступлению на рынок делают возможным получение функционирующими фирмами положительной экономической прибыли

Тема 12.

12.1. Спрос на труд вырастет:
а) при увеличении цены товара;
б) при увеличении цен других ресурсов;
в) при снижении цены товара;
г) при снижении заработной платы;
д) при увеличении производительности труда.

12.2. При определении объема спроса на фактор производства фирма, которая является монополистом на рынке благ и совершенным конкурентом на рынке фактора производства, равна:
а) цене фактора к его средней производительности;
б) предельной производительности фактора к его цене;
в) предельным затратам на приобретение фактора к цене фактора;
г) предельной производительности фактора до предельных издержек его приобретения.

12.3. Изменения в уровне реальной заработной платы можно определить, сопоставляя изменения в уровне номинальной заработной платы с изменениями в:
а) уровне цен на товары и услуги;
б) норме прибыли;
в) ставках налогообложения;

г) продолжительности рабочего времени.

12.4. Если государство установит минимальную заработную плату на конкурентном рынке труда, превышающую равновесную ставку заработной платы, то:

а) возникнет дефицит рабочей силы в отрасли;

б) возникнет избыток рабочей силы в отрасли;

в) спрос на труд увеличится;

г) предложение труда сократится.

12.5. Что из перечисленного ниже не влияет на спрос на труд?

а) спрос на конечные продукты;

б) отношение предельного продукта труда к предельным продуктам других ресурсов;

в) технология производства;

г) изменения в номинальной заработной плате, вызванные инфляционными явлениями.

12.6. По сравнению с конкурентной фирмой фирма– монопсонист будет платить:

а) большую ставку заработной платы и нанимать меньше рабочих;

б) меньшую ставку заработной платы, но нанимать больше рабочих;

в) меньшую ставку заработной платы, нанимая то же количество рабочих;

г) меньшую ставку заработной платы и нанимать меньше рабочих.

12.7. Земельная рента будет расти при прочих равных условиях, если:

а) снижается цена земли;

б) растет спрос на землю;

в) сокращается спрос на землю;

г) предложение земли растет.

12.8. Заработная плата учитывается при расчете:

а) ВНП

б) ВНП по методу потока расходов

в) ВНП по методу потока доходов

г)ВВП

12.9. Международный рынок можно разделить на следующие виды рынков, кроме

а) международный рынок услуг

б) международный рынок капиталов

в) международный рынок производителей

г) международный валютный рынок

12.10. Национальный доход - это:

а) зарплата, процент на капитал

б) рента, зарплата, процент на капитал, доходы от собственности и прибыль корпораций

в) доходы от собственности и прибыль корпораций

г) зарплата за период

Тема 13.

13.1. Эффективность по Парето распределения – это распределение, при котором:

а) нет возможности повысить благосостояния одного из участников сделки, не снижая благосостояния других;

б) возможности совершения взаимовыгодных сделок отсутствуют;

в) отсутствуют варианты взаимовыгодного распределения товаров между участниками сделок;

г) все перечисленное верно.

13.2. Корректирующие налоги, которые рекомендовал использовать А. Пигу для устранения отрицательных экстерналий, должны использоваться:

а) для компенсации ущерба «третьим лицам»;

б) для государственных дотаций малоимущим;

в) на стимулирование защиты окружающей среды;

г) не имеет значения на что.

13.3. Выгоды и издержки, не учитываемые в действующем рыночном механизме ценообразования, существуют вне его, не отражаются в ценах, но затрагивают интересы третьих лиц, не участвующих в рыночной сделке, нанося им ущерб (отрицательный внешний эффект) или принося выгоду (положительный внешний эффект) называются:

а) внешними эффектами, или экстерналиями;

б) общественно полезными затратами или выгодами;

в) корректирующими налогами;

г) корректирующими субсидиями.

13.4. Процесс включения экстерналий в рыночный механизм, т.е. превращение экстернальных внешних издержек во внутренние, отражение их в ценах, называется:

а) минимизацией экстерналий;

б) максимизацией экстерналий;

в) оптимизацией экстерналий.

г) интернализацией экстерналий;

13.5. Статистический показатель степени расслоения общества в зависимости от концентрации доходов, характеризующий степень неравенства в распределении доходов населения:

а) коэффициент Лоренца;

б) коэффициент Джини;

в) коэффициент Стьюдента;

г) коэффициент Лернера.

13.6. Стандартизированный товар-это:

а) товар, который предлагается разными предприятиями, но воспринимается покупателем как однородный во всех случаях;

б) товар, который имеет знак качества;

в) экологически чистый товар;

г) товар, упакованный в стандартную упаковку.

13.7Какой из приведенных видов векселя существует:

а) Хозяйственный вексель;

б) Простой вексель;

в) Сложный вексель;

г) Материальное вексель;

13.8. К какой функции относится изучение конкурентов?

а) аналитической;

б) производственно-сбытовой;

в) управления и контроля;

г) учета.

13.9. Кто является высшим органом управления биржей?

а) общее собрание ее членов-участников;

б) биржевой комитет;

в) исполнительная дирекция;

г) президент биржи;

13.10. Основные методы ценообразования:

а) затратный, рыночный;

б) затратный, нормативный;

в) затратный, нормативный, рыночный;

г) рыночный, нормативный.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Каждый студент дневной формы учебы в течение изучения дисциплины должен

подготовить 1-2 реферата или доклада теоретической или практической направленности, в котором раскрываются научные аспекты решения избранной проблемы микроэкономики. Для этого обрабатывается теоретическая, научно-практическая информация, которая предоставляется в учебниках, учебных пособиях, научных трудах и изданиях, периодической литературе. Доклад или реферат оформляется в соответствии с требованиями стандартов. Доклад или защита реферата проводится на одном из занятий при активном участии всех студентов.

Главное требование к докладам и рефератам - творческий, нестандартный подход. Тема может быть предложена студентом самостоятельно за согласованием с преподавателем или выбран из предлагаемого перечня:

Содержательный модуль 1.

Основы спроса и предложения и рациональное поведение потребителя

1. Становление и развитие микроэкономики как области знаний.
2. История микроэкономической мысли.
3. Эволюция методов микроэкономического анализа.
4. Маржинальная революция и микроэкономика.
5. Редкость ресурсов и альтернативность выбора: микроэкономический анализ.
6. Позитивная и нормативная теоретическая экономика: сущность, принципы, методы.
7. Рыночная система: микроэкономический подход.
8. Микроэкономическая теория как теория цен.
9. Проблемы координирования экономических выборов субъектов ведение хозяйства.
10. Моделирование в микроэкономической теории.
11. Полная и ограниченная рациональность потребителя в объяснении реальных экономических ситуаций.
12. Концепция излишка на рынке потребительских товаров.
13. Анализ влияния изменения цены блага и дохода потребителя на количество и структуру потребления благ.
14. Бюджетное ограничение: сущность, факторы, особенности влияния на выбор потребителя.
15. Почему экономистов так интересует точка касания кривого безразличия и линии бюджета? Какие варианты этого прикосновения встречаются в экономике?
16. Соотношение эффектов дохода и замены для разных товаров.
17. Homo economicus в микроэкономике.
18. Полезность благ в экономическом и физиологичном смысле.
19. Формальная и неформальная рациональность потребителя.
20. Анализ (partial analysis) части и выведение закона спроса.
21. Сочетание вербального, алгебраического и графического способов представления в анализе спроса потребителя.
22. Эластичность спроса и ее практическое приложение.
23. Обычная и компенсированная линия спроса: общие черты и отличия.
24. Индексный анализ в диагностике состояния потребителя (индексы Пааше, Ласпейреса).

Содержательный модуль 2

Теория производства. Рынок факторов производства и распределение доходов

25. Теоретические концепции предприятия: неоклассическая, институциональная, предпринимательская и тому подобное.
26. Динамика внешней среды и его влияние на внутреннюю динамику производства.
27. Понятие: адаптивность, гибкость и гомеостатичность производственно-рыночной системы.
28. Дополняемая, делимость, мобильность и интенсивность использования факторов производства.
29. Понятие: однородные и неоднородные производственные функции.
30. Виды производственных функций: классическая, неоклассическая (Кобба-Дугласа), линейно-ограниченная (Леонтьева-Вальраса), технологические (инжинирингу) производственные функции.
31. Эластичность масштаба и ее связь с эластичностью производства.

32. Пропорциональная вариация факторов производства и функция расходов.
33. Оптимальная производственная мощность фирмы.
34. Минимально эффективный размер производства и структура рынка.
35. Обоснование управленческих решений относительно расширения и свертывания производства.
36. Полиполистический способ поведения субъектов конкурентного рынка.
37. Механизм поддержки долгосрочного равновесия предприятия, отрасли, рынка.
38. Диагностика рыночного равновесия за Маршаллом и за Вальрасом.
39. Рыночное равновесие: единственность и множественность равновесия; мгновенное, кратко- и долгосрочное равновесие.
40. Критерии общественной эффективности определенной рыночной структуры.
41. Последствия государственной регуляции ценообразования для конкурентного предприятия, отрасли.
42. Методы диагностирования рыночной власти.
43. Сдерживание монопольной власти: антитрестовская политика.
44. Реакция монополии на установление ценовых ограничений, налогов и субсидий.
45. Излишек потребителя, излишек производителя и чистые потери для общества при условиях монополии.
46. Способы содержания рыночной власти монополистом в долгосрочном периоде (поиск ренты).
47. Олигополия с позиции теории игр. "Дилемма заключенных" - пример некооперативной игры с ненулевой суммой.
48. Формирование предприятием-олигополистом политики стабилизации цен и маневрирования капитальными расходами.
49. Особенности конкурентной борьбы на олигопольном рынке гетерогенного блага.
50. Модели поведения лидеров и аутсайдеров на олигопольных рынках гомогенных и гетерогенных благ.
51. Игровые модели поведения олигополистов на рынке гетерогенного блага.
52. Последствия неценовой конкуренции для потребителей.
53. Позитивные и негативные аспекты рекламной пропаганды товаров.
54. Сравнительная оценка эффективности разных рыночных структур.
55. Концепция функционирования производства в рыночно-ориентированной экономике и ее практическая реализация.
56. Концепция краткосрочного и долгосрочного рыночного равновесия и ее практическая реализация.
57. Основная экономическая проблема и методы ее решения на уровне предприятия.
58. Развитие экономики предприятия: мотивы, факторы, механизм, показатели, проблемы.
59. Концепция организационно-экономической стойкости предприятия и ее практическая реализация.
60. Экономическое обоснование рыночной политики предприятия.
61. Экономическое обоснование маркетинговой политики предприятия.
62. Экономическое обоснование ценовой политики предприятия.
63. Экономическое обоснование товарной политики предприятия.
64. Обоснование стратегии конкуренции предприятия на товарных рынках.
65. Анализ ценообразования и занятости ресурсов в производстве.
66. Формирование цен на ресурсы и денежные доходы домохозяйств.
67. Эффективное распределение доходов в динамической экономике.
68. Цены на производственные ресурсы и наименее расходное их сочетание в производстве продуктов.
69. Этика распределения доходов через призму рынка ресурсов.
70. Институциональные факторы рынка ресурсов.
71. Заработная плата как важнейшая цена в экономике.
72. Микроэкономический анализ влияния трудовых союзов на уровень и структуру заработной платы.

73. Экономические последствия установления минимального уровня заработной платы.
74. Отличия в уровнях заработной платы: причины, объективные факторы, оценка реалий.
75. Глобализация производства и уровень заработной платы.
76. Ставка заработной платы и уровень занятости.
77. Повышение заработной платы и безработицы.
78. Экономический рост как фактор занятости.
79. Инвестирование в капитал как отложенное потребление.
80. Микроэкономический анализ взаимосвязи инвестиций и процентных ставок.
81. Инвестирование как процесс создания капитала.
82. Процентная ставка и ее влияние на уровень и структуру производства инвестиционных товаров.
83. Экономические и неэкономичные источники "чистой экономической прибыли" предпринимателя.
84. Прибыль как генератор рыночной экономики.
85. Определение цены кредита в микроэкономике.
86. Рента и цены факторов производства как орудия рационального использования ограниченных ресурсов.
87. Текущая стоимость активов в обосновании инвестиционных решений.
88. Заработная плата, процент, рента и прибыль как формы доходов от факторов производства.
89. Теория эффективных налогов (теория Рамсея) и минимизация неэффективности рыночной экономики.
90. Процентная ставка как критерий изделия инвестиционных проектов.
91. Перемещение ресурсов между альтернативными направлениями их использования как следствие механизма ценообразования на рынке ресурсов.
92. Сочетание входных факторов производства и максимизация прибыли предприятия.
93. Эластичность спроса на ресурс и ее практическое приложение.
94. Научно-технический прогресс и инновационные прибыли.
95. Прибыль как вознаграждение за риск предпринимателя.
96. Капитал предприятия и оптимизация его структуры.
97. Амортизационная политика предприятия и спрос на капитал.
98. Оценка будущих доходов и выбор варианта альтернативных капиталовложений.
99. Сельскохозяйственный спрос на землю: особенности, основные факторы.
100. Экономическая и земельная рента: общие черты и отличия.
101. Цена земли как капитализированная рента.
102. Государственная регуляция в сфере аграрной политики: оценка ситуации в Украине.
103. Инвестиционная активность в Украине: объяснение за концепцией текущей стоимости.
104. Спрос на труд и его распределение: глобальная перспектива.
105. Оплата и интенсивность труда: анализ систем оплаты труда.
106. Ограничение мобильности работников и дифференциация заработной платы.
107. Инновационные программы в сфере трудовых отношений и повышения производительности труда.
108. Реальная заработная плата и производительность труда: анализ зависимости.
109. Микроэкономический анализ этичности принципа "каждому - в соответствии с тем, что он создает".
110. Выравнивающие отличия в оплате труда: неденежный аспект.
111. Уровень образования и индивидуальный доход.
112. Инвестиции в человеческий капитал и благосостояние.

Во время самостоятельного изучения отдельных тем студенты дневной формы обучения, а также студенты заочной формы обучения должны принимать к сведению следующие методические рекомендации и практические указания.

Содержательный модуль 1
Основы спроса и предложения и рациональное поведение потребителя

Тема 1. Предмет и метод микроэкономики. Проблема выбора

Во всех учебниках основной части списка рекомендованной литературы представлено авторское виденье сущности, места, роли, предмета, методов микроэкономики. Вместе с тем, учитывая специфику самостоятельной проработки учебного материала, стоит обратить внимание на преподавание вступительных положений в учебнике [3, с. 7-30] - в главе "Экономический образ мышления". Особенно эффективным будет использование этого учебника [то же; с. 7-54] при изучении вступительной темы.

В результате изучения данной темы студент должен:

знать понятие (дополнительно к приведенным в перечне основным срокам); ограниченность ресурсов и альтернативность использования ресурсов, субъекты и объекты экономических отношений на микроуровне, методы микроэкономического анализа, нормативная и позитивная микроэкономика, сравнительная статика и динамический анализ и равновесие;

понимать: сущность и цель микроэкономического теоретического анализа, его концептуальные основы; место микроэкономики в общей теоретической экономике, роль этой отрасли в формировании методологической, терминологической и инструментальной базы прикладной экономики;

уметь: объяснить связь с другими дисциплинами теоретической экономики; показать логично-структурное построение данной дисциплины; определить основные проблемы микроэкономики и основные методы исследования их, которыми пользуется микроэкономика.

Тема 2. Теория спроса и предложения

Важность усвоения модели спроса и предложения требует детального рассмотрения материала, прежде всего за классическим учебником по экономику [6, гл. 4], а также [3, п. 2.1, гл. 2], [9, разд. 4], [11, разд. 5]. Информацию для тех, кто хорошо осведомленный с математическим аппаратом исследований подан в: [2, разд. 2.2, 2.3, 2.4], [4, § 6.2, 6.4], [7, гл. 2].

Тема 3. Рыночное равновесие цен, спроса и предложения. Проблема стабильности в микроэкономике

Важность усвоения модели взаимодействия спроса и предложения требует детального рассмотрения материала, прежде всего за классическим учебником по экономику [6, гл. 4], а также [3, п. 2.1, гл. 2], [9, разд. 4], [11, разд. 5]. Информацию для тех, кто хорошо осведомленный с математическим аппаратом исследований подан в: [2, разд. 2.2, 2.3, 2.4], [4, § 6.2, 6.4], [7, гл. 2].

Тема 4. Эластичность спроса и предложения

Знакомство с эластичностью спроса можно начать за [11, разд. 5А], в более сложной и более глубокой манере изложения - за [4, § 4.1]. Большое количество интересных примеров и ситуаций использования эластичности в микроанализе приведено в [4, § 4.3].

Эту тему также можно изучать по любому учебнику микроэкономики; вопрос эластичности предложения более детально изложен в [5, гл. 7, с. 161-163], [12, гл. 5, с. 85-87].

Тема 5. Теория предельной полезности и поведения потребителя

Наиболее полно тема раскрыта в специальном выпуске журнала "Экономическая школа" [14, вип.2], полностью посвященному потреблению и потребительскому спросу. В главе 12 выпуска дается характеристика количественной полезности и спроса, историческая ретроспектива формирования основных понятий и принципов с ссылками к первоисточникам. Это дает возможность четко сориентироваться относительно принадлежности теоретических разработок их авторам: Д. Бентаму, Г. Госсену, У. Джевонсу, К. Менгеру, Л. Вальрасу, В. Парето то др.

Математическое моделирование поведения потребителя подано в учебнике П. Гребенникова и др. [2, разд. 2.1]: решение задачи выбора, сформулированной за тремя гипотезами количественного измерения полезности, возведено к максимизации функции Лагранжа.

Доступная и достаточно короткая характеристика основных положений темы подана также в базовых учебниках [3, разд. 5.1], [6, гл. 23], [7, § 3, гл. 4], [11, § 1, гл. 3]. Следует отметить, что в учебниках [9], [13] необходимый материал по теме отсутствующей.

Самостоятельный тренинг и контроль решения типичных заданий можно осуществить за пособиями: [27, гл. 6], [18, разд. 3], [32, разд. 2, тема 4], а также за наглядными примерами и заданиями в учебниках: [4, гл. 5], [6, гл. 23], [7, гл. 4, упражнения VII - XIII].

Самостоятельная проработка некоторых нормативных составляющих темы несколько усложнена разнообразным за сущностью и объемом материалом, который подается в основных учебниках. В связи с этим стоит обратить особенное внимание на то, что в учебниках Е.Дж. Долана и Д. Линдсея [3], К. Макконнелла и С. Брю [6] практически не рассматривается отмеченный материал. В учебнике Р. Емцова и М. Лукина [4, гл. 7] подан не только нормативный материал из темы, но и разложение итогового влияния эффектов дохода и замещения за Є. Слуцким и Д.Хиксом. закон Енгеля и закон Енгеля-Швабе как прикладные последствия микроэкономических исследований полнее всего поданы в [14, гл. 15]. Здесь же [14, гл. 16] рассматривается случай "неестественного" отношения потребителей к росту цены - "эффект Гиффена", несколько короче - в [2, гл. 2]. Те, кто владеет техникой интегрирования и не удовлетворяется геометрическими иллюстрациями, могут воспользоваться материалами об излишках потребителя в [14, лекция 17], кое-что упрощено - в [4, гл. 5].

Содержательный модуль 2

Теория производства. Виды и типы рынковв

Тема 6. Производственная функция и основы теории производства

Содержательнее всего теория производства изложена в [1, гл. 7], [2, гл. 1], [12, гл. 8], [13, т. 1 гл. 6]. Доступное изложение отдельных вопросов темы можно найти в [3, гл. 6], [7, гл. 6], [8, гл. 5], [15, гл. 5]. Самостоятельное изучение некоторых нормативных составляющих темы (пропорциональная и изоклинная вариации факторов производства, эластичность масштаба, др.) усложнено из-за отсутствия этого материала во многих базовых учебниках. Однако сложить представление о вариации факторов, эластичности производства, типологию производственных функций можно на [2, гл. 1], [35, гл. 2, 3], [36, ч. 2, гл. 1].

Вопрос влияния технического прогресса на вид изоквант и выбор оптимального пути роста, разложения общего эффекта от изменения цены ресурса на эффект замещения и эффект выпуска, концепция Х-эффективности, подобие и отличие теорий производства и потребления изложено в [1, гл. 7], где широта рассмотрения вопросов сочетает с надлежащей мерой глубины.

Тема 7. Издержки и прибыль

Основные вопросы этой темы можно найти в любом учебнике из микроэкономики. Взаимосвязь производственной функции и функции издержек лучше всего отображен в [1, с. 321-328], там сам[1, с. 338-343] можно ознакомиться с так называемой "новой теорией" расходов (горизонтальные участок кривых средних и предельных расходов, обусловленные предварительно "вмонтированными" резервами мощностей, которые компенсируют колебание спроса). Концепцию минимально эффективного размера предприятия в доступной форме изложено в [6, т. 2, с. 61]; варианты технологического выбора предприятия в процессе выработки долгосрочной стратегии развития представлены в [1, с. 290-309, 321-337], [13, с. 267-273].

Тема 8. Рынок совершенной конкуренции. Правило максимизации прибыли

Основные положения данной темы раскрыты в каждом учебнике из микроэкономики и, как правило, в разных разделах курса: вопрос взаимодействия спроса и предложения и рыночного равновесия - в "Теории спроса и предложения", вопроса функционирования предприятия на товарном в совершенстве конкурентном рынке - в части или разделе "Взаимодействие субъектов

рынка". Два основных подхода к анализу установления равновесной цены (Л. Вальраса и А. Маршалла) доступно изложены в учебниках: В. Гальперина и др. [1, с. 50, 51], Р. Нуреева [8, с. 91-93], более углублено - в [14, вып.1, с. 143-146]. В этих работах также можно ознакомиться с проблемами локальной и глобальной стойкости равновесия, с единичностью и множественностью точек равновесия, паутинообразными моделями и тому подобное. Большое количество интересных примеров последствий государственной регуляции рынка можно найти в [1, с. 66-76], [9, с. 59-62, 263-294], [13, 146-152, 155-173].

Принципы поведения предприятий-производителей в условиях совершенной конкуренции, вопрос рыночного равновесия на рынке совершенной конкуренции в коротко- и долгосрочном периодах очень основательно и в то же время доступно рассмотрено в монографии Е. Райхлина [30, с. 213-259]. Разнообразные типы кривых предложения отрасли в долгосрочном периоде можно выучить за [7, с. 171-173], или [9, с. 251-256], или [13, с. 337-342]; преимущества и недостатки рынков совершенной конкуренции четко определены в [8, с. 221-223].

Тема 9. Монопольный рынок. Антимонопольное регулирование

Все основные вопросы темы рассматриваются в доступном изложении в любом из учебников, рекомендованных для изучения курса [3], [4], [6] - [12], [14], [15]. Реакцию монополии на налоги, которыми облагается ее продукция, вопрос ценовой дискриминации (несовершенной, совершенной с учетом разных сегментов рынков) доступно и в то же время глубоко, с применением интересных примеров изложено в учебнике Д. Хаймана [13, т. 2, с. 30-37]; поведение недискриминационных монополий государственного и негосударственного типов, особенности функционирования монополий при переходе от тоталитарного государственного капитализма к авторитарному смешанному капитализму глубоко, на современной методологической основе рассмотренные в монографии Е. Райхліна [30, с. 279-303].

Тема 10. Олигополия, особенности функционирования. Ценообразование в условиях олигополии

Основные вопросы данной темы раскрыты во всех базовых учебниках по микроэкономики: [3], [5], [6, т. 2, с. 124-141], [7, с. 210-248], [8, с. 260-270, 277-292], [9, с. 391-453], [12, с. 211-224], [13, т. 2, с. 60-87] и др.

С углубленной трактовкой теории олигополии в целом, и в частности ломаной кривой спроса, можно ознакомиться в статьях Дж. Дж. Стиглера [33, с. 371-431]. Подход олигополистов к стабилизации цен путем маневрирования капитальным оборудованием (кривые средних переменных расходов с горизонтальным отрезком) сжато и доступно изложено в [7, с. 232-235]. Координацию при олигополии, сравнении олигополистического и полиполистического способах действия, экскурс в теорию олигополии за Крелле-Оттом детально описано в [36, с. 51-82, 342-380]. Особенности функционирования олигополии при переходе от тоталитарного к авторитарному государственному капитализму и от последнего к смешанному лучше изучать за [30, с. 304-325].

Тема 11. Монополистическая конкуренция: теория, особенность, проблемы эффективности

Основное содержание данной темы также раскрывается в учебниках [2] - [13], [15]. Углубленный теоретический анализ проблем приведен в работах Е. Чемберлина [39, гл. 4, 5, с. 93-163] но Дж. Робинсон (Экономическая теория несовершенной конкуренции. - М.: Прогресс, 1986. - Гл. 3-5. - с. 88-130); сжатый экскурс в историю вопроса - в статье П. Е. Семюелсона [33, с. 354-370]. Анализ с применением математики предложен в книге У. Баумоля (Экономическая теория и исследование операций / Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1965).

Обобщающий анализ и сопоставление эффективности разных рыночных структур четче всего изложен в учебнике [8, гл. 7, с. 221-223, 228-230, 234; гл. 8, с. 264, 267].

Сложить воображение об особенностях поведения предприятия на рынке товара при условиях неопределенности и риска можно за учебниками [9, розд.5, с. 134-158], [15, розд.9], а также за книгой О. Ястремського [41].

Тема 12. Общая характеристика рынков факторов производства

В учебнике Д. Хаймана [13, гл. 13] рассмотрены концептуальные основы теории спроса производителя на ресурсы. Рекомендуем также обратить внимание на достаточно всестороннее освещение программных вопросов, а слишком на определение спроса на ресурс, анализ влияния факторов, в учебнике В. Максимовой [7, гл. 2]. Проблемы формирования производного спроса на ресурсы хорошо анализируются в учебнике С. Фишера, Р. Дорнбуша и Р. Шмалензи [12]. Изложение проблем в учебнике К. Макконнелла и С. Брю [5, розд.13] носит значительно облегченный характер, он может быть использован по большей части для иллюстрации теоретических проблем, чем для их рассмотрения.

Теоретические основы формирования индивидуального спроса на труд особенно удачно рассмотрены в учебнике Д. Хаймана [13, т. 2, гл. 13]. Вопрос вариантности структур на рынке труда стоит изучать за [то же, гл. 14], а также за учебником Р. Пиндайка и Д. Рубинфельда [9, гл. 13]. Следует обратить внимание на тот факт, что материал, изложенный в обоих отмеченных учебниках дополняет друг друга. Для лучшего осознания экономической политики на рынке труда служит приложение к гл. 13 учебника Д. Хаймана, где показано адекватное прикладное применение теории занятости. Богатый спектр вопросов, связанных с современной деятельностью профсоюзов, на достаточном теоретическом уровне разобрано в этих учебниках и в П. А. Семюелсона и В. Нордгауза [11, розд.15]. Определение заработной платы при условиях совершенной и несовершенной конкуренции на облегченном уровне, преимущественно иллюстративно, представлено в учебниках К. Макконнелла и С. Брю [6, т. 2, гл. 30], П. А. Семюелсона и В. Нордгауза [11, розд.14]. Их важным позитивным качеством является доступность рассмотрения проблем неравенства и деятельности государства относительно перераспределения дохода.

Наиболее общее представление о механизме формирования спроса на капитал и принятие инвестиционных решений дают учебники Е.Дж. Долана и Д. Линдсея [3, гл. 11] но П. Семюелсона и В. Нордгауза [11, розд.16].

В учебнике Р. Пиндайка и Д. Рубинфельда [9, гл. 14] также анализируются вопросы, связанные со спросом фирмы на кредиты, однако на более глубоком теоретическом уровне и с удачными примерами. Достаточно основательно для начального введения в курс отражены проблемы, связанные со спросом фирмы на капитал и стоимостью капитальных активов, в учебнике С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи [11, гл. 18].

В учебнике Д. Хаймана, напротив, не очень удачно освещаются вопросы относительно спроса фирмы на капитал и показателей эффективности инвестиций [13, гл. 15]. Однако за ним можно хорошо уяснить механизм формирования предложения капитала - о сохранении домохозяйств и влияние изменения процентной ставки на решение домохозяйства относительно объемов потребления и сбережения.

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ РАБОТА

Индивидуальная работа студентов состоит из решения задач. Каждый студент должен решить задачи из обязательного минимума.

Задание к индивидуальной работе студентов

ЗАДАНИЕ №1

Цена продуктов и одежды одинакова - 10 дол. за единицу. Потребитель с уровнем дохода 400 дол. покупает 25 единиц продуктов и 15 единиц одежды.

а) позже его уровень дохода упал до 336 дол., цена на продукты уменьшилась до 8 дол. за единицу, а цена одежды выросла до 12 дол. за единицу. Он покупает 30 единиц продуктов и 8 единиц одежды. Вырастет ли его благосостояние после изменения цен?

б) Теперь уровень дохода вырос до 500 дол., а цена не изменилась - 8 дол. за продукты и 12 дол. за одежду. Потребитель покупает 32,5 единиц продуктов и 20 единиц одежды. Улучшилось ли его благосостояние сравнительно с периодом, когда доход представлял 400 дол., а цена на каждый из товаров 10 дол.?

ЗАДАНИЕ №2

В таблицы приведенные наборы безразличия двух товаров

Набор	Товар А	Товар Б
1	2	3
1	20	25
II	27	20
1	2	3
III	33	17
1	2	3
IУ	38	15
У	50	12

Выполнить следующие задания:

1. Начертить кривую безразличия.
2. Рассчитать предельную норму замещения товара В на А.
3. Охарактеризуйте динамику предельной нормы замещения.
4. Потребитель имеет 67 гр.од., которые он собирается потратить на товар А по цене 1 гр.од. и товар В по цене 2 гр.од. Определить комбинацию доступных ему товаров и точку равновесия потребителя, используя кривую безразличия. Каким образом изменение цены блага влияет на изменение благосостояния потребителя в рыночной системе?

ЗАДАНИЕ №3

Студент колледжа - любитель музыки - тратит свой доход на компакт -диски (КД) и все другие товары. Этот энергичный студент получает 300 дол. дохода ежемесячно, и он приезжайте в город, где КД стоят по 20 дол. каждый.

а) Проведите черту бюджетных ограничений потребителя и покажите его привилегированный вариант выбора при условии, если студент покупает ежемесячно 10 КД.

б) В настоящее время компания - продавец КД - предлагает особенные льготы: наш студент может купить все КД, которые желает, по цене 10 дол. за каждый после уплаты членского взноса в сумме 100 дол. ежемесячно. Начертите линию бюджетных ограничений, которые согласуются с этим предложением.

в) Или выигрывает студент, если согласится на это предложение? Почему?

г) Относительно части (в): которым будет правильный ответ, если бы он сначала покупал менее как 10 КД ежемесячно?

ЗАДАНИЕ №4

Потребитель распределил для себя полезность трех товаров следующим образом:

Единиц товара	Товар А	Товар В	Товар С
1	15	12	10
2	10	11	8
3	8	10	6
4	7	7	3
5	5	6	1

Имея 25,2 грн., он купил 3 единицы товара А по цене 2 грн., 4 единицы товара В по цене 2,8 грн., 2 единицы товара С по цене 4 грн.

1. Докажите, что потребитель не достиг максимума полезности при своем бюджете.

2. Определите набор товаров, который обеспечивает максимум полезности потребителя при его бюджете.

ЗАДАНИЕ №5

1. Круг чедерского сыра обходится Питеру в 40 дол., а вечер в Бродвей-шоу - 100 дол. (включая оплату за парковку автомобилю). Когда Питер максимизирует полезность, предельная полезность от чедерского сыра для него представляет 8 единиц. Почему равняется предельная полезность посещения Бродвей-шоу для него Питера?

2. Если кривая спроса на арахис определяется формулой Кп = 20.000 - 5Ц, где Кп - измеряется в тонах, а Ц - цена, которая представляет 800 дол. при тоне, за количества спроса 18 тыс. тон, которым будет коэффициент эластичности спроса?

ЗАДАНИЕ №6

Определите коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене. Сделайте вывод о типе товаров.

Вариант	Цена товара А, ден. ед.	Объем спроса на товар В, шт.
а)	17 23	540 620
б)	28 32	74 66
в)	7 21	830 990

ЗАДАНИЕ №7

Как повлияет в краткосрочном периоде на спрос на товар А или на величину спроса при неизменной функции спроса, на предложение или на величину предложения, а также на цену и объем продажи каждый фактор, который рассмотрен отдельно от остальных:

а) технический прогресс в производстве товара А;

б) технический прогресс в производстве товара В;

в) снижение себестоимости производства товара С, который дополняет для товара А;

г) сокращение количества фирм, которые производят товар А, к одной;

д) ожидание того, что цена товара А уменьшится;

е) повышение цен на ресурсы для производства товара А;

є) директивное снижение цены на товар А;

ж) предоставление городскими органами дотаций в размере 50 % цены каждого товара, который выпускается

з) расширение рынка сбыта товара А;

к) сокращение ставок налогов из граждан;

л) снижение цены на товар - заменитель;

м) рост цен на ресурсы для производства товара С, который есть дополнительным для товара А.

ЗАДАНИЕ №8

1. На рынке товара Х установились такие равновесные значения: Ре = 50 тыс. руб. Qе = 100 шт. Под воздействием рыночного механизма спустя некоторое время равновесные значения стали ровными: Ре = 55 тыс. руб, Ое = 110 шт. Подобные изменения обусловлены:

а) увеличение спроса на товар Х;

б) уменьшение предложения на товар Х

в) снижением спроса на товар Х;

г) ростом предложения товара Х;

д) ни спрос, ни предложение не изменились, а состоялось перемещение по кривой.

2. Пусть кривая спроса на товар описывается таким уравнением: Qc = 600 -2P, а кривая предложения - Qs = 300 + 4P, где Qc - объем спроса в месяц, Qs -месячный объем предложения, P - цена товара. Какие равновесны цена и объем товара?

Допустимо, что "потолок" цены товара сложит 10 дол. Подсчитайте дефицит, который возникает в этом случае.

ЗАДАНИЕ №9

Рассчитайте ценовую эластичность спроса на продукцию фирмы, выходя из следующих данных об объеме продажи при разных ценах:

Объем продажи, тыс. шт.	1	2	3	4	5	6	7
Цена, гр.	100	90	80	70	60	50	40

а) сколько продукции будет продавать фирма?

б) насколько целесообразно расширение объема продажа?

ЗАДАНИЕ №10

Используя данные таблицы, рассчитайте эластичность спроса по цене. Что вы можете сказать об эластичности спроса данного товара?

Цена	Объем спроса	Объем предложения
8	70	10
10	60	30
12	50	50
14	40	70
16	30	90
18	20	110

А) Что такое коэффициент эластичности по цене?

Б) Как можно определить коэффициент эластичности спроса в зависимости от прибыли покупателей?

В) Как изменится спрос на товар, если изменится цена на товар-субститут: спрос на уголь (при росте цен на нефть), спрос на чай (при росте цен на кофе)? В каком направлении сдвинется кривая спроса на эти товары, то есть на уголь и чай?

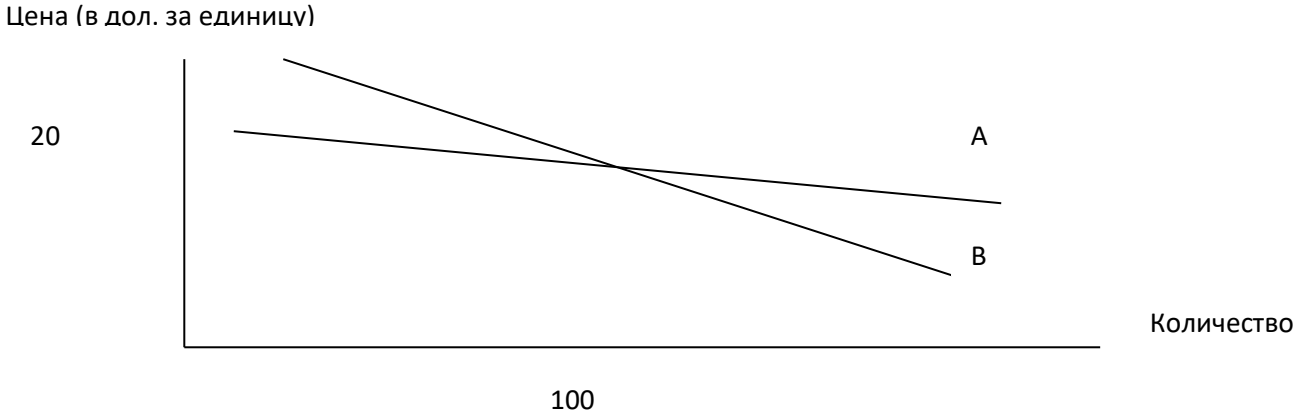
ЗАДАНИЕ №11

1) Согласно рис., какое из сравнений эластичности спроса по цене на кривых Но и В правильное?

а) при Ц = 20 и К = 100 спрос более эластичен на кривой А, чем на кривой В;

б) при Ц = 20 и К = 100 спрос менее эластичен на кривой А, чем на кривой В;

в) при Ц = 20 и К = 100 эластичность спроса на обоих кривых одинаковая;



2) Для которых из приведенных товаров следует ожидать высшего показателя эластичности в краткосрочном периоде сравнительно с долгосрочным?

а) бензин;

б) билеты в кино;

в) автоматические посудомойки;

г) молоко;

д) ни один из приведенных товаров - спрос в долгосрочном периоде всегда более эластичный относительно цены.

ЗАДАНИЕ №12

1. Постройте кривую суммарного спроса на основе данных об индивидуальном спросе:

$Q1 = 100 - 4P$ при $P < 25$;
$Q2 = 80 - 2P$ при $P < 40$;
$Q3 = 50 - P$ при $P < 50$.

2. Функции кривых спроса и предложения имеют вид:

Кп=189-2,25Ц;

Кпр=124+1,5 Ц.

Почему равняется равновесная цена? Реализованное равновесное количество и эластичность спроса по цене?

ЗАДАНИЕ №13

Ниже предоставлена производственная функция фирмы в коротко-срочном периоде:

Количество од. труды (L)	1	2	3	4	5	6	7	8
Выпуск продукции (Q)	12	26	42	52	58	60	60	57

1) Отдача переменного ресурса снижается, начиная:

а) из четвертого работника; б) пятого работника;

в) из шестого работника; г) из второго работника.

2) Предельный продукт повышаются за мерой найма:

а) 2 рабочих; б) 4 рабочих;

в) 3 рабочих; г) 5 рабочих.

3) Средний продукт равняется 13, когда наняты:

а) 3 работника; б) 4 работника;

в) 5 работника; г) 6 работника.

4) Значения предельного продукта восьмого рабочего:

а) невозможно, потому что это противоречит закону убывающей отдачи;

б) возможно и поясняться эффектом масштаба;

в) невозможно, потому что в этом случае нарушится основное условие замещения;

г) возможно в результате действия закона нисходящей отдачи.

ЗАДАНИЕ №14

Рассчитайте средний продукт труда. Постройте график совокупного продукта труда. Объясните, какую информацию дают производителю точки скрещивания кривых среднего и предельного продукта и кривой предельного продукта из осью абсцисс.

Совокупный продукт	Затраты труда	Средний продукт
1	1	
15	2	
30	3	
40	4	
48	5	
54	6	
56	7	

56	8	
54	9	
50	10	

ЗАДАНИЕ №15

Рассчитайте предельный продукт труда. Постройте графику среднего и предельного продуктов труда.

Скупочный продукт	Затраты труда	Предельный продукт
1	2	4
1	1	
15	2	
30	3	
40	4	
48	5	
54	6	
56	7	
56	8	
54	9	
50	10	

Какую зависимость выражают изокванты? Что показывает карта изоквант? Охарактеризуйте свойства изоквант.

ЗАДАНИЕ №16

1. Рассчитайте средний и предельный продукт фирмы, если известные даны:

Число рабочих	Совокупный продукт
1	30
2	70
3	100
4	120
5	130
6	135
7	140
8	140

2. Предельная производительность труда равняется:

а) объем продукции, разделенному на количество трудовых ресурсов;
б) дополнительному количеству продукции от последней единицы рабочей силы;
в) количества трудовых ресурсов, разделенный на капитальный ресурс;
г) количества трудовых ресурсов, необходимый для последней единицы продукции;
д) все ответы неправильны.

ЗАДАНИЕ №17

Заполните пропуски в таблице:

Объем использования ресурса, X	Общий выпуск продукции, Q	Предельный продукт	Средний продукт, AP
3	...	...	30
4	...	20	...
5	130	...	...
6	...	5	...
7	...	...	19,5

ЗАДАНИЕ №18

В таблице приводятся данные об общей полезности разного количества шляп и яблок. Цена шляпы - 2 , цена яблок - 1. Бюджет потребителя - 12.

Количество шляп	Общая полезность	Предельная полезность	Количество яблок	Общая полезность	Предельная полезность
0	0		0	0	
1	100		1	50	
2	190		2	95	
3	270		3	135	
4	340		4	170	
5	400		5	200	
6	450		6	225	
7	490		7	245	

Определите:

1. Общую полезность указанных благ и занесите в таблицу.
2. Сформулируйте и проиллюстрируйте действие закона общей полезности
3. Найдите комбинацию товаров, которая дает наибольшую совокупную полезность. Какое количество шляп и яблок купит потребитель? Определите их общую полезность.

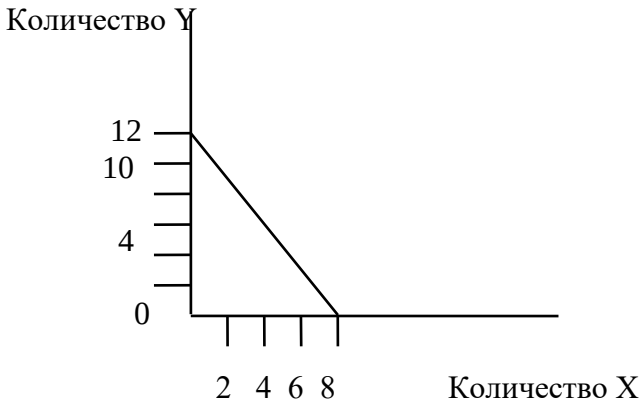
ЗАДАНИЕ №19

Заполните таблицу:

Количество употребленных единиц	Общая полезность	Предельная полезность
0	0	-
1	8	8
2		10
3	25	
4	30	
5		3
6	34	

ЗАДАНИЕ №20

На рис. изображена бюджетная линия хозяйства, которое потребляет 2 товара Х и У.



Дать ответ на следующие вопросы:

1) Если прибыль хозяйства 600 гр. од., то:

а) Рх=75гр.од.; Ру=50 гр.од.;

б) Рх=100 гр.од.; Ру=75 гр.од;

в) Рх и Ру не могут быть однородно определены;

г) Ру/Рх=3/2

2) Если прибыль хозяйства не изменяется, то инфляционное повышение цен товаров Х и В приведет к:

а) обороту бюджетной линии вокруг точки а по часовой стрелке;
б) смещению бюджетной линии вниз;
в) обороту бюджетной линии вокруг точки бы против часовой стрелки;
г) смещению бюджетной линии вверх.

ОЦЕНИВАНИЕ

ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Специальность: 38.05.01 «Экономическая безопасность»,
Специализация: «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»
Программа подготовки: специалитет
Семестр: 2 (нормативный срок обучения)
Учебная дисциплина **«Микроэкономика»**

Промежуточная модульная контрольная работа

ВАРИАНТ № 1

Задание 1 *(верный ответ на теоретический вопрос оценивается максимум в 5 баллов)*
Предмет и метод микроэкономики. Позитивная и нормативная микроэкономика.

Задание 2 *(каждый верный ответ на теста оценивается в 1 балл)*

1. Каким отношением определяется наклон бюджетной линии?
a) MV(x)/MV(y);
b) dy/dx;
c) P(x)/P(y);
d) MY(x)/P(x).

2. Функция спроса на товар "X" имеет вид: Q(dx)=10 - P(x)+0.5P(y). Определить коэффициенты перекрестной эластичности спроса на товар "X", если цена товара "X" - 12 тис. грн., а цена товара "У" - 8 тис. грн.:
a) 0,2;
b) 1,25;
c) 2,0;
d) 4,0.

3. Рынок - это:
a) средство организации общества, которое отвечает на вопрос: что производить, как производить, кто пользуется произведенным;
b) земля, труд, капитал и предпринимательская способность;
c) экономическая система в большинстве демократических стран;
d) место, где встречаются продавцы и покупатели.

4. Рост дохода потребителя графически выражается в:
a) изменении наклона бюджетной линии;
b) параллельном сдвиге бюджетной линии вправо;
c) уменьшении наклона бюджетной линии.

5. Эластичность спроса по доходу выражена неравенством: 0<E<1. Каким товарам это отвечает:
a) эластичным;
b) предметам первой необходимости;
c) предметам роскоши;
d) низкокачественным.

Задание 3 *(верно развязанная задача оценивается максимум в 5 баллов)*

Выразите в алгебраической форме условия равновесия по А. Маршаллу и Л. Вальрасу. Раскройте разницу в этих подходах.

ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Специальность: 38.05.01 «Экономическая безопасность»,
Специализация: «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»
Программа подготовки: специалитет
Семестр: 2 (нормативный срок обучения)

Учебная дисциплина **«Микроэкономика»**

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № n

1 вопрос *(верный ответ на теоретический вопрос оценивается максимум в 15 баллов)*

Динамика долгосрочных издержек

2 вопроса *(верный ответ на теоретический вопрос оценивается максимум в 15 баллов)*

Понятия совокупной и предельной полезности

3 задания *(каждый верный ответ на тест оценивается в 2 балла)*

1. Как барьер для проникновения в отрасль новых производителей могут служить:

a) патенты и лицензии;
b) более низкие затраты большого производства;
c) законодательное оформление исключительных прав;
d) все перечисленное верно.

2. Действие закона убывающей производительности означает, что …

a) …значение предельного продукта (MP) при определенной величине переменного фактора X становится отрицательной величиной;
b) …средний продукт (AP) растет к определенной величине переменного фактора X, а дальше уменьшается;
c) …при постоянном росте переменного фактора X растет, а дальше уменьшается;
d) …производительность труда не может расти без конца.

3. Что характеризует производственная функция ?

a) общий объем использованных производственных ресурсов;
b) наиболее эффективный путь технологической организации производства;
c) взаимосвязь издержек и максимального объема выпуска продукции;
d) путь максимизации прибыли при условиях минимизации расходов.

4. Какое из этих выражений является общими издержками:

a) ΔMC;
b) TVC - TFC;
c) TVC+TFC;
d) TVC+TFC+MC.

5. Что характеризует производственная функция с одним переменным фактором ?

a) зависимость объемов производства Q от цены на фактор X;
b) зависимость, при которой фактор X изменяется, а все другие остаются неизменными;
c) зависимость, при которой все факторы изменяются, а фактор X остается неизменным;
d) зависимость между факторами X и зависимость, при которой фактор X изменяется, а все другие остаются неизменными;
e) зависимость, при которой все факторы изменяются, а фактор X остается неизменным;
f) зависимость между факторами X и Y.

Вопросы модульной контрольной работы (теоретический вопрос) приведены на с. 8-10 данного фонда оценочных средств.

Тестовые задания приведены на с. 10-24 данного фонда оценочных средств.

Практические задания соответствуют типовым заданиям для практических занятий, а также заданиям для самостоятельной работы, приведённым на с.25-33 данного фонда оценочных средств.

Состав модульной контрольной работы:

Состав задания:

Вопросы блока А – 1 теоретический вопрос.

Вопросы блока Б – 5 тестов и задача.

Задачи блока В – нет.

Критерии оценивания задания модульного контроля

При выполнении модульных (контрольных) заданий оценке подлежат теоретические знания и практические умения, которых приобрели студенты после овладения определенным модулем. Модульный контроль состоит из 3 заданий: 1 – теоретический вопрос; 2 – 5 тестовых заданий; 3 – задача. Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий к модульным контрольным работам, составляет 15 баллов.

1. Теоретическое задание в случае полного ответа – 5 баллов; ; ответ дан не больше чем на 75 % − 4 балла, ответ дан не больше чем на 50 % − 3 балла; рассмотрены базовые основы понятия – 2 балла; ответ отсутствует или полностью неправильный – 0 баллов.

3. Каждый правильный ответ на тестовое задание – 1 балл, всего 5 баллов за пять тестов.

2. Выполнение практического задания: правильное решение, сделан полный точный вывод – 5 баллов; правильное решение, но вывод неточен (неполный) – 4 балла; правильное решение, но есть арифметические ошибки в расчетах, вывод не точен (отсутствует) – 3 балла; ошибки в процессе решения – 2 балла; приведены частично формулы или сделаны определенные расчеты – 1 балл; нет решения – 0 баллов.

Варианты модульного контроля формируется по теоретическим вопросам и тестовым заданиям приведенных в рабочей программе и утверждаются кафедрой.

Написание и проверка модульных (контрольных) заданий проводится согласно расписанию факультета. В случае невыполнения определенных элементов текущего контроля по объективным причинам, студенты имеют право сложить их до последнего практического занятия. Время и порядок складывания определяет преподаватель.

Критерии оценивания экзаменационного задания

Критерии оценивания:

- каждый вопрос (верный и полный ответ – 15 баллов, неточный ответ – 10 баллов, неточный и неполный ответ – 5 баллов, неверный ответ – 0 баллов);
- тестовые задания (верный ответ на 1 тестовое задание оценивается в 2 балла, неверный ответ – 0 баллов).

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Для определения степени усвоения студентами материала по дисциплине «Микроэкономика» предвиден текущий, модульный и итоговый контроль знаний. Для оценки качественного уровня знаний студентов используется комплекс методов контроля: устный опрос, тесты, коллоквиумы, экономические диктанты, модульные контрольные работы, защита индивидуальных заданий, экзамен.

Заданием текущего контроля является проверка понимания и усвоение материала, выработанных умений самостоятельно прорабатывать тексты, способности осмыслить содержание темы или раздела, умений публично или в письменном виде представить определенный материал.

Текущий контроль осуществляется в форме:

- коллоквиумов на лекциях;
- устного опроса на практических занятиях;
- проведение экспресс-контроля;

- принятие защиты индивидуальных заданий, выполненных самостоятельно;
- написание рефератов;
- выполнение модульных контрольных работ №1 и №2, что рассматривается как определенное обобщение ранее проведенного текущего контроля;
- научной работы;
- выполения индивидуальных творческих заданий.

Также оценивается:

- научная работа, которая может быть представлена в виде научных статей и тезисов докладов на научных конференциях, которые готовятся под руководством преподавателей кафедры (5 баллов);
- индивидуальное творческое задание, которое может быть представлено в виде литературного исследования по разработанному плану под руководством преподавателя (5 баллов).

Выполнение всех заданий текущего контроля оценивается от 0 до 60 баллов.

Итоговый контроль оценивается от 0 до 40 баллов, в который входит экзамен.

Подсчет баллов по элементам итогового контроля осуществляется по такой схеме:

- Экзамен проводится в форме выполнения заданий (2 вопроса и 5 тестовых заданий) сформированных согласно вопросов и тестовых заданий приведенных в рабочей программе.

Очная форма

Объектами текущего контроля знаний студентов являются следующие факторы.

- Систематичность и активность работы на практических занятиях.

Оценке подлежат уровень знаний продемонстрирован в ответах и выступлениях, результатах опросов (6 баллов).

- Выполнение заданий для самостоятельной проработки.

Оценке подлежат проработанные самостоятельно задания в виде рефератов, докладов научных статей (по 1 баллу при условии защиты в ходе собеседования с преподавателем).

- Индивидуальная работа.

Оценке подлежат индивидуально подготовленные материалы студентами, которые содержатся в дополнительных литературных источниках (2 балла).

- Выполнение модульных (контрольных) заданий (15 баллов).

Распределение баллов, получаемых студентами

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно следующим критериям:

Содержательные модули	**Вид работы**	**Баллы**
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	6
	Индивидуальная работа	2
	Самостоятельная работа	2
	Модульная контрольная работа	15
	Итого	**25**
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	6
	Индивидуальная работа	2
	Самостоятельная работа	2
	Модульная контрольная работа	15
	Итого	**25**
Дополнительно оцениваемая работа	Научная работа	**5**
	Индивидуальное творческое задание	**5**
Экзамен		**40**
Общий итог		**100**

Организационно-учебная работа студента в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (вопросы лектору по теме лекционного материала, участие в обсуждении пройденного материала, решение задач у доски и т.п.).

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС и ИРС) максимально оценивается в 4 баллов по каждому содержательному модулю. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Заочная форма

Выполнение всех заданий текущего контроля оценивается от 0 до 60 баллов.

Объектами текущего контроля знаний студентов являются следующие факторы.

- Систематичность и активность работы на практических занятиях (6 баллов).

Оценке подлежат уровень знаний продемонстрирован в ответах и выступлениях, результатах опросов, присутствие на занятиях.

- Выполнение заданий для самостоятельной проработки (12 баллов).

Оценке подлежат проработанные самостоятельно задания в виде докладов (по 1 баллу при условии защиты в ходе собеседования с преподавателем).

- Индивидуальная работа (12 баллов).

Оценке подлежат индивидуально подготовленные материалы студентами, которые содержатся в дополнительных литературных источниках, развязанные задачи.

Итоговый контроль оценивается тоже от 0 до 40 баллов.

- Экзамен проводится в форме выполнения заданий (2 вопроса и 5 тестовых заданий) сформированных согласно вопросов и тестовых заданий приведенных в рабочей программе.

Распределение баллов во время оценивания результатов контроля знаний студентов заочного отделения приведено в таблице:

Содержательные модули	**Вид работы**	**Баллы**
Содержательный модуль 1,2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	6
	Индивидуальная работа	12
	Самостоятельная работа	12
	Контрольная работа	30
	Итого	**50**
Дополнительно оцениваемая работа	Научная работа	**5**
	Индивидуальное творческое задание	**5**
Экзамен		**40**
Общий итог		**100**

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	зачет
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

1. Микроэкономика: учебное пособие / О. В. Бычкова, Я. С. Давлианидзе, В. В. Краснова и др.; под общей редакцией В. В. Красновой. - Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2017. - [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://library.donnu.ru/el/ed/2383_LJ8Y.pdf

Дополнительная

2. Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень: современный подход учебник / Х.Р. Вэриан. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 767 с. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа (полнотекстовый доступ): http://freakonomics.ru/
3. Тарасевич Л.С. 50 лекций по микроэкономики: учебное пособие / Л.С. Тарсевич, В.М.Гальперин, С.М. Игнатьев. – М.: Экономическая школа, 2000. – 868 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа (полнотекстовый доступ): http://50.economicus.ru/
4. Ивашковский С.Н. Микроэкономика / С.Н. Ивашковский. – М Дело, 2002. – 416 с. – Режим доступа (полнотекстовый доступ): https://institutiones.com/download/books/1524-mikroekonomika-ivashkovskij.html
5. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики : Учеб. для вузов / Р. М. Нуреев. - 2-е изд. - М. : НОРМА, 2005. –803 с. – Режим доступа (полнотекстовый доступ): https://institutiones.com/download/books/1256-kurs-mikroekonomiki.html
6. Клишова, Е. В. Микроэкономика : учебное пособие / Е. В. Клишова, И. В. Колесник ; Донецкий национальный университет, Учетно-финансовый факультет, Кафедра экономической теории. - Донецк : ДонНУ, 2011. - 180 с.
7. Максимова, В. Ф. Микроэкономика : учебник / В. Ф. Максимова. - 5-е изд. - Москва : Маркет ДС, 2007. - 362 с.
8. Микроэкономика : теория и рос. практика / А. Г. Грязнова, А. Ю. Юданов, О. В. Карамова и др. ; Под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова ; Фин. акад. при Правительстве РФ. - 7-е изд. - М. : КНОРУС, 2007. - 624 с.
9. Микроэкономика : теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А.Ю. Юданова; Фин. акад. при Правительстве Рос. Федерации. - 8-е изд. - Москва : КНОРУС, 2008. - 619 с.
10. Микроэкономика: учебное пособие для слушателей и студентов вузов МЧС России, обучающихся по неэкономическим специальностям и направлениям / [В. С. Артамонов и др.] ; под ред. В. С. Артамонова и С. А. Иванова ; Санкт-Петербургский ун-т гос. противопожарной службы МЧС России. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер : Питер Пресс, 2009. - 320 с.
11. Микроэкономика. Теория и российская практика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Мировая экономика", "Налоги и налогообложение" / [А. Г. Грязнова, А. Ю. Юданов, О. В. Карамова и др.] ; под ред. А. Г. Грязновой, А.Ю. Юданова ; Федер. гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Фин. акад. при Правительстве Рос. Федерации". - 9-е изд. - Москва : КНОРУС, 2011. - 619 с.
12. Микроэкономика: практический подход (Manadgerial Economics) : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 060400 "Финансы и кредит", 606500 "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", 060600 "Мировая экономика", 351200 "Налоги и налогообложение" / [авт. кол.: А. Ю. Юданов (руководитель) и др.] ; под ред. А.Г. Грязновой, А. Ю. Юдановой ; Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - 6-е изд. - Москва : КНОРУС, 2011. - 702 с.
13. Микроэкономика: практический подход (Managerial Economics) : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 060400 "Финансы и кредит", 060500 "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", 060600 "Мировая экономика", 351200 "Налоги и налогообложение" / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова ; Финансовая акад. при Правительстве Рос. Федерации. - 4-е изд. - М. : КНОРУС, 2008. - 701, [1] с.

14. Тарануха, Ю. В. Микроэкономика : учебник по специальности "Менеджмент организации" / Ю. В. Тарануха, Д. Н. Земляков. - 3-е изд. - Москва : КноРус, 2013. - 320 с.
15. Тарануха, Ю. В. Микроэкономика : учебник по специальности "Менеджмент организации" / Ю. В. Тарануха, Д. Н. Земляков. - 2-е изд. - Москва : КноРус, 2011. - 320 с.
16. Тарасевич, Л. С. Микроэкономика : учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский ; Санкт.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов (ФИНЭК). - 6-е изд. - Москва : Юрайт, 2009. - 541 с.
17. Тарасевич, Л. С. Микроэкономика : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский ; Санкт.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов (ФИНЭК). - Москва : Юрайт, 2003. - 374 с.
18. Тарасевич, Л. С. Микроэкономика : учебник для вузов по экон. специальностям / Л.С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский ; Санкт.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов (ФИНЭК_. - 5-е изд. - М. : Юрайт, 2007. - 391 с.
19. Вечканов, Г. С. Микроэкономика : Пособие для подготовки к экзамену / Г. С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. - СПб. : Питер, 2000. - 255 с.
20. Вечканов, Г. С. Микроэкономика : Пособие для подготовки к экзамену / Г. С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. - 4-е изд. - СПб. и др. : Питер, 2003. - 255 с.
21. Вечканов, Г. С. Микроэкономика : Учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 060800 "Экономика и управление на предприятии машиностроения" / Г.С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. - СПб. : Питер, 2003. - 368 с.
22. Гальперин, В. М. Микроэкономика : В 2 т. : Учеб. для студентов вузов, обучающ. по экон. спец. Т. 1 / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов ; Под общ. ред. В. М. Гальперина ; Ин-т "Открытое об-во". - СПб. : Экон. шк., 1999. - 349 с.
23. Гальперин, В. М. Микроэкономика : В 2 т. : Учеб. для студентов вузов, обучающ. по экон. спец. Т. 2 / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов ; Под общ. ред. В.М. Гальперина ; Ин-т "Открытое об-во". - СПб. : Экон. шк., 1999. - 503 с.
24. Гребенников, П. И. Микроэкономика : Учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" / Гребенников П. И., Леусский А. И., Тарасевич Л. С. ; Общ. ред. Л. С. Тарасевича. - СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1996. - 350 с.
25. Долан, Э. Дж. Микроэкономика / Долан Э. Дж., Линдсей Д. Е. ; Пер. с англ. В. Лукашевича и др. - СПб. : СПб. оркестр, 1994. - 447 с.
26. Долан, Э. Дж. Микроэкономика / Долан Эдвин Дж., Линдсей Дэйвид Е. ; Пер. с англ. В. Лукашевича и др. - СПб. : Литера плюс, 1997. - 448 с.
27. Емцов Р. Г. Микроэкономика : Учеб. / Р. Емцов, М. Лукин ; Под общ. ред. Сидоровича А. В. - М. : ДИС, 1997. - 318 с.
28. Емцов Р. Г. Микроэкономика : Учеб. / Р. Емцов, М. Лукин ; Под общ. ред. Сидоровича А. В. - 2-е изд. - М. : Дело и Сервис, 1999. - 320 с.
29. Ивашковский, С. Н. Микроэкономика / Ин-т бизнеса и делового администрирования ; АНХ при Правительстве РФ ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД РФ. - М. : Дело, 1998. - 416 с.
30. Ивашковский, С. Н. Микроэкономика : Учебник / С. Н. Ивашковский ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД Рос. Федерации ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд. - М. : Дело, 2001. - 415 с.
31. Климов, С. М. Микроэкономика : Учеб. пособие / С. М. Климов, А. П. Селин, Т.А. Федорова ; О-во "Знание" Санкт-Петербурга и Ленингр. обл. ; С.-Петерб . ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права. - СПб. : ИВЭСЭП, 2003. - 349 с.
32. Максимова, В. Ф. Микроэкономика : Учебник / В. Ф. Максимова. - 4-е изд. - М. : Маркет ДС, 2005. - 560 с.
33. Микроэкономика : Теория и рос. практика / Авт. коллектив.: А. Ю. Юданов (рук.), А.Г. Грязнова, О. В. Карамова и др. ; Под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова ; Финансов. акад. при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд. - М. : ИТД Кно-Рус, 2000. - 543 с.

34. Микроэкономика : Теория и рос. практика / А. Ю. Юданов, А. Г. Грязнова, О. В. Карамова и др. ; Под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова ; Финансов. акад. при Правительстве РФ. - 2-е изд. - М. : ИТД Кно-Рус, 2001. - 544 с.
35. Микроэкономика : Учеб. для студентов вузов / Авт. коллектив: Е. Б. Яковлева (рук.), М.А. Ланец, Н. В. Нещерет и др. ; Под ред. Е. Б. Яковлевой. - 5-е изд. - М. : Поиск ; СПб., 2002. - 367 с.
36. Микроэкономика : Учеб. пособие / Под ред. Т. Л. Ивановой ; В. Д. Жидченко, П.Ф. Чубенко, Т. Л. Иванова и др. ; Донец. гос. акад. управления. - Донецк : Алан, 2002. - 282 с.
37. Микроэкономика в контексте : Учеб. для вузов / Н. Р. Гудвин, Т. Э. Вайскопф, Ф. Аккерман, О. И. Ананьин ; Пер. с англ. под ред. О. И. Ананьина ; Рос. гос. гуманит. ун-т. - М. : РГГУ, 2002. - 639 с.
38. Микроэкономика в таблицах и графиках : Учеб. для студентов техн. спец. вузов / Б.В. Прыкин, Т.Б. Прыкина, Н.Д. Эриашвили, С.В. Захаров ; Под ред. Б.В. Прыкина. - М. : Финансы : ЮНИТИ, 1999. - 503 с.
39. Микроэкономика: практический подход : (Managerial Economics) / Финансовая акад. при Правительстве Рос. Федерации ; Под ред. А. Г. Грязновой и А. Ю. Юданова. - М. : Кнорус, 2004. - 659, [1] с.
40. Микроэкономика: практический подход : (Managerial Economics) / [А. Г. Грязнова, А.Ю. Юданов, О. В. Карамова и др.] ; Под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова ; Финансовая акад. при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд. - М. : Кнорус, 2005. - 660 с.
41. Пиндайк, Р. С. Микроэкономика : [Учебник] / Роберт С.Пиндайк, Дэниел Л. Рубинфельд ; Пер. с англ. Березнева Т.Д. и др. - М. : Дело, 2000. - 807 с.
42. Рыночная экономика : Учеб. : В 3 т. Т. 1 : Теория рыночной экономики, Ч. 1 / Редкол.: Ю.Б. Рубин (отв. ред.) и др. ; Ассоц. экон. вузов. ; В. Ф. Максимова. - М. : Соминтэк, 1992. - 168 с.
43. Симкина, Л. Г. Микроэкономика : Учеб. для вузов / Л. Г. Симкина, Б. В. Корнейчук. - СПб. и др. : Питер, 2002. - 464 с.
44. Симкина, Л. Г. Микроэкономика : Учеб. пособие по специальности 060800 "Экономика и упр. на предприятии (по отраслям)" / Л. Г. Симкина, Б. В. Корнейчук. - 2-е изд. - СПб. : Питер ; М. и др., 2003. - 432 с.
45. Тарануха, Ю. В. Микроэкономика : Учебник / Ю. В. Тарануха, Д. Н. Земляков ; Под общ. ред. А. В. Сидоровича ; Моск. гос. ун-та им. М. В. Ломоносова. - М. : Дело и Сервис, 2002. - 303 с.
46. Тарануха, Ю. В. Микроэкономика : Учебник / Ю. В. Тарануха ; под общ. ред. А.В. Сидоровича. - М. : Дело и сервис, 2006. - 634 с.
47. Теория переходной экономики : Учеб. пособие. Т. 1 : Микроэкономика / Герасименко В. В., Радаев В. В., Бузгалин А. В. и др. ; Под ред. В. В. Герасименко ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Экон. фак. - М. : ТЕИС, 1997. - 318 с.
48. Франк, Р. Х. Микроэкономика и поведение : Учеб. для студентов вузов, обучающ. по экон. спец. / Роберт Х. Франк ; Корнелльский ун-т ; Пер. с англ. Калгин В.Н. и др. - М. : ИНФРА-М, 2000. - 696 с.
49. Чечевицына Л. Н. Микроэкономика : Экономика предприятия (фирмы) / Л. Н. Чечевицына. - Ростов н/Д : Феникс, 2000. - 381 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1.	Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ.	– Режим доступа:	http://ef.donnu-support.ru
2.	Библиотека Донецкого национального университета.	– Режим доступа:	http://library.donnu.ru
3.	Виртуальная экономическая библиотека.	– Режим доступа:	http://econom.nsc.ru/jep
4.	Научная электронная библиотека.	– Режим доступа:	http://cyberleninka.ru
5.	Бесплатная электронная библиотека.	– Режим доступа:	http://www.libereya.com
6.	Электронная библиотека экономической и деловой литературы	– Режим доступа:	http://www.aup.ru/library
7.	Проект Института «Экономическая Школа»	– Режим доступа:	http://economicus.ru
8.	Проект «Корпоративный менеджмент»	– Режим доступа:	http://www.cfin.ru
9.	«IE: Экономика. Институциональная экономика».	– Режим доступа:	http://institutional.narod.ru/

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение учебных материалов данного учебно-методического пособия по курсу микроэкономики позволит обучающимся: получить новые знания по закономерностям функционирования современной экономики на микроуровне; узнать основные результаты новейших исследований; узнать современные методы экономического анализа; узнать и освоить современные методы микроэкономики.

Полученные в ходе изучения знания позволят обучающимся уметь: изучить актуальные положения микроэкономики, выявлять практические направления экономических исследований; анализировать и использовать различные источники информации для решения экономических задач; обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость изучаемых проблем и тем научных исследований, представить результаты изучения микроэкономики преподавателю и студентам в виде статьи или доклада; готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений и формировать прогнозы развития конкретных экономических процессов на микроуровне; ориентироваться в актуальных достижениях экономической теории и находить пути их приложения к конкретно-экономическим проблемам.

Важным результатом обобщения полученных теоретических знаний в области микроэкономики позволит овладеть: методикой и методологией проведения научных исследований в профессиональной сфере; способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой, разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, предложить мероприятия по реализации разработанных проектов и программ; навыками составления экономических расчетов, прогнозов основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона, определения тенденций развития конкретных экономических процессов на микроуровне.

Все вышеуказанное становится возможным при изучении и усвоении материалов данного учебно-методического пособия.

Учебно-методическое издание

Бычкова Ольга Владимировна

Микроэкономика

Учебно-методическое пособие

В авторской редакции

Усл.-печ. л. 8,1

Донецкий национальный университет.
83000, г. Донецк, ул. Университетская, 24.