

И. С. Шавкунова

Микроэкономика. Конспект лекций

Учебное пособие для иностранных студентов

Министерство образования и науки Российской Федерации
Байкальский государственный университет

И. С. Шавкунова

Микроэкономика. Конспект лекций

Учебное пособие для иностранных студентов

Иркутск
Издательство БГУ
2018

УДК 330.341.2 (075.8)
ББК С 65.010.11 я 7
Ш14

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета

Рецензенты канд. экон. наук, доц. И. В. Анохов
канд. экон. наук, доц. В. А. Рудяков

Шавкунова И. С.

Ш14 Микроэкономика. Конспект лекций [Электронный ресурс] : учеб. пособие для иностр. студентов / И.С. Шавкунова. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2018. – 97 с. – Режим доступа: lib-catalog@bgu.ru.

Представляет собой конспект лекций по микроэкономике. Содержит конспекты лекций, задачи, тесты, вопросы для самостоятельной подготовки по курсу «Микроэкономика», краткий словарь основных экономических категорий, понятий и терминов.

Предназначено для иностранных студентов.

УДК 330.341.2 (075.8)
ББК С 65.010.11 я 7

© Шавкунова И. С., 2018
© Издательство БГУ, 2018

Оглавление

Предисловие	4
Часть 1. Конспекты лекций	5
Тема 1. Микроэкономика: предмет и методология. Общие принципы экономической организации общества	5
Тема 2. Рынок: общая характеристика и механизм его функционирования	12
Тема 3. Теория поведения потребителя	21
Тема 4. Теория фирмы. Теория производства, издержек, прибыли	30
Тема 5. Конкурентная структура рынка	43
Тема 6. Рынки факторов производства	55
Часть 2. Практические задания для самоподготовки	64
2.1. Перечень вопросов для самоподготовки по курсу «Микроэкономика»	64
2.2. Тесты	65
2.3. Примеры решения задач	79
Словарь экономических категорий, понятий и терминов	87
Список рекомендуемой литературы	96

Предисловие

Учебное пособие представляет собой краткий конспект лекций по основным темам курса «Микроэкономика» и состоит из двух разделов.

В первом разделе пособия представлены краткие конспекты лекций, в конце каждого конспекта лекции приведены вопросы для самоконтроля.

Во втором разделе представлены примеры решения задач, тесты, вопросы для самоподготовки по курсу.

Учебное пособие содержит краткий словарь основных экономических категорий, понятий и терминов.

Особенностью данного учебного пособия является краткость и системность изложение материалов курса, что обусловлено основной задачей пособия – помощь в самоподготовке по курсу «Микроэкономика» иностранным студентам.

Учебное пособие предназначено для иностранных студентов.

Часть 1. Конспекты лекций

Тема 1. Микроэкономика: предмет и методология. Общие принципы экономической организации общества

Ключевые вопросы темы

Объект, субъект, предмет, задачи и функции микроэкономики. Содержание и структура курса. Методология и методы изучения курса.

Основные проблемы экономической организации. Две основные проблемы экономики: безграничность потребностей и ограниченность ресурсов. Кривая производственных возможностей. Принцип альтернативных затрат.

Экономические системы. Типы экономических систем: традиционная экономика, рыночная экономика, административно-командная экономика, экономика смешанного типа.

Микроэкономика – это раздел экономической теории, изучающий экономические процессы и явления на уровне отдельного экономического субъекта (потребителя или производителя).

Предмет микроэкономики – экономические отношения, связанные с эффективным использованием ограниченных ресурсов; принятие решений отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора.

Объектами микроэкономического анализа являются: отдельные индивиды, домохозяйства, фирмы, собственники первичных производственных ресурсов, крупнейшие корпорации, связанные с другими фирмами внутри страны и за ее пределами.

Структура микроэкономики:

- *Теория потребительского поведения и спроса* – анализ закономерностей формирования потребительского спроса;
- *Теория фирмы* – анализ создания и функционирования фирмы как одного из экономических субъектов;
- *Теория производства* – анализ процесса производства;
- *Теория издержек и прибыли* – анализ формирования издержек и прибыли фирмы в конкретных рыночных условиях;
- *Конкурентная структура рынка* – анализ соотношения спроса и предложения в зависимости от различных форм рынков (рынков совершенной или несовершенной конкуренции);
- *Рынок факторов производства* – анализ функционирования рынков и проблем ценообразования факторов производства.

Основы микроэкономики создавались австрийской школой, основными представителями которой были К. Менгер, Ф. Визер, Э. Бем-Баверк. Значи-

тельный вклад в развитие микроэкономики внесли английские экономисты А. Маршалл, А. Пигу, Дж. Хикс, американский экономист Дж. Б. Кларк, итальянский экономист В. Парето, швейцарский экономист Л. Вальрас и др.

В микроэкономике используются общенаучные и специально-экономические методы (табл. 1).

Таблица 1

Методы экономической теории

Методы	Краткая характеристика
Сравнение	определяет сходство или различие явлений и процессов
Аналогия	метод познания, основанный на переносе одного или ряда свойств с известного явления на неизвестное
Метод научной абстракции	предполагает, что в процессе познания исследователь отвлекается от второстепенных сторон явлений, чтобы выявить то, что в них существенно и постоянно повторяется. Позволяет раскрыть сущность экономических явлений и процессов, сформировать логические понятия, отражающие реальную экономическую действительность в ее развитии, в результате чего возникают такие общие понятия, как производство, потребности, распределение, обмен и др.
Анализ	метод познания, состоящий в мысленном расчленении изучаемого явления на составные части и исследовании каждой из этих частей отдельно
Синтез	метод познания, состоящий в соединении отдельных частей в единое целое
Индукция	метод познания, основанный на умозаключениях от частного к общему, он обеспечивает переход от изучения единичных фактов к общим положениям и выводам
Дедукция	метод познания, основанный на умозаключениях от общего к частному, он делает возможным переход от наиболее общих выводов к относительно частным
Исторический метод	это метод исследования явления в форме конкретных исторических событий, позволяет конкретно и наглядно представить все особенности различных экономических систем. Используя данный метод, экономическая теория изучает экономические процессы и явления в той последовательности, в которой они возникали и развивались в действительности
Логический метод	предполагает изучение экономических процессов и явлений в соответствии с внутренней логикой их развития
Метод экономико-математического моделирования	Предполагает построение модели, изучаемого явления или процесса, позволяет в формализованной форме определить причины изменений экономических явлений, закономерности этих изменений, их последствия, возможности и издержки влияния на ход изменений, а также делает реальным прогнозирование экономических процессов
Функциональный анализ	предполагает анализ функциональных взаимосвязей изучаемых явлений и процессов
Позитивный анализ	предполагает анализ экономических явлений и процессов такими, какие они есть на самом деле, того, что было или что может быть. Позитивные утверждения не обязательно должны быть верными, но любой спор относительно позитивного утверждения можно решить проверкой фактов

Методы	Краткая характеристика
Нормативный анализ	основан на исследовании того, что и как должно быть. Нормативное утверждение чаще всего выводится из позитивного, но объективные факты не могут доказать его истинность или ложность.

Общие принципы экономической организации общества.

В основе любой человеческой деятельности, в т.ч. экономической лежат потребности.

Потребность – это нужда в чем-либо. В экономической литературе представлены самые разнообразные классификации потребностей. Базовая классификация потребностей предполагает их разделение на 2 группы:

- *первичные потребности* – то без чего не возможна жизнь человека;
- *вторичные потребности* – удовлетворяются лишь после того как удовлетворены первичные потребности.

Подобное деление потребностей весьма условно, с изменением условий жизни, как отдельного человека, так и общества в целом, потребности из категории вторичных могут попасть в категорию первичных и наоборот.

Закон возвышающихся потребностей гласит – потребности безграничны, удовлетворение одной потребности порождает множество новых.

Для удовлетворения потребностей необходимы блага.

Благо – это все то, что способно удовлетворить одну или несколько потребностей человека (любое средство, как материальное, так и нематериальное, способное удовлетворять потребности). Экономисты различают неэкономические и экономические блага.

Неэкономические блага – не являются результатом человеческого труда, находятся в неограниченном количестве, конкуренции (соперничества) за их использование не возникает (воздух, вода, солнечный свет и т.д.) Неэкономические блага не являются предметом экономического анализа.

Экономические блага – являются результатом человеческого труда, находятся в ограниченном количестве, возникает конкуренция за их использование (автомобили, разного рода услуги, одежда и т.п.) Предметом экономического анализа являются экономические блага. Подобная классификация благ условна, меняются условия жизни общества и блага из категории неэкономических может перейти в категорию экономических, например, вода в пустыне и на берегу оз. Байкал.

Основой любого производства являются ресурсы, которыми располагает общество. ***Ресурсы*** – имеющиеся у общества возможности для создания благ и удовлетворения потребностей. Ресурсы, участвующие в производстве товаров и

услуг, называют *факторами производства*.

Выделяют следующие группы факторов производства:

1. *труд* – способность человека к целенаправленной деятельности;
2. *земля* – условия производства (ресурсы) природного происхождения;
3. *капитал* – материальные условия производства (ресурсы) созданные трудом человека;
4. *предпринимательские способности* – специфическая способность человека к организации процесса производства;
5. *информация*.

Факторы производства являются собственностью различных экономических субъектов, готовых предоставить их за определенную плату для производственного использования.

Плата за использование земли – рента, капитала – процент, труда – заработная плата, предпринимательской способности – прибыль. Все экономические ресурсы ограничены, что приводит к проблеме выбора.

Экономический выбор – это выбор наилучшего из возможных вариантов использования ограниченных ресурсов.

Графическое отображение проблемы экономического выбора – **Кривая производственных возможностей** показывает максимально возможный объем одновременного производства двух благ при заданных ресурсах и технологиях, которыми располагает данное общество.

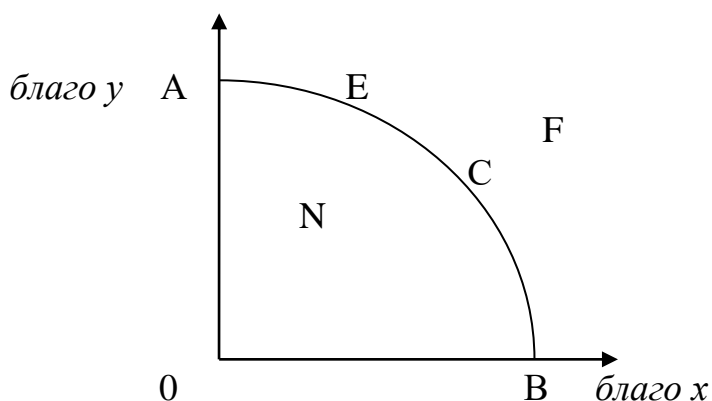


Рис. 1. Кривая производственных возможностей

Для простоты анализа рассматривается экономика полной занятости (все ресурсы вовлечены в производство), закрытого типа, располагающей всего двумя ресурсами и производящее всего два блага.

Все точки на кривой показывают различные комбинации производимых благ. Экономика эффективна, когда все точки возможных комбинаций производства двух благ находятся на границе производственных возможностей (А, В, С, Е). Экономическая система неэффективна, когда различные комбинации производства двух благ находятся левее границы производственных возможно-

стей (точка N). В этом случае ресурсы общества заняты не полностью, т. Е показывает недостижимый на данном этапе объем производства. Кривая производственных возможностей вогнута от начала координат т.е. увеличение производства одного блага, возможно только за счет одновременного уменьшения производства другого блага.

Содержание проблемы выбора заключается в том, что если экономический ресурс, используемый для удовлетворения потребностей общества ограничен, то всегда существует возможность альтернативного его применения.

Альтернативные издержки любого блага – количество другого блага, которым надо пожертвовать, чтобы получить дополнительную единицу данного блага.

Экономическая система – это совокупность взаимосвязанных экономических элементов, образующих определенную целостность, экономическую структуру общества; единство отношений, складывающихся по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ. Выделяют доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную экономические системы. Границами, отделяющими экономические системы друг от друга, являются промышленная и научно-техническая революции.

Доиндустриальная экономическая система – господствовало натуральное сельскохозяйственное производство. Человек был включен в биологические циклы природы, был вынужден подстраиваться под них, соизмерять свои действия с биологическим ритмом сельскохозяйственного производства. Направление деятельности, характер ее организации, масштабы производства были predetermined для человека заранее той локальной группой, к которому данный человек принадлежал. Поэтому производство в доиндустриальную эпоху всегда носило ограниченный, более или менее замкнутый, локальный характер. Отсутствие общественного разделения труда, замкнутость, изолированность от внешнего мира, самообеспеченность ресурсами, а также удовлетворение всех потребностей за счет собственных ресурсов составляют главные черты натуральной формы хозяйства. Технические изобретения и передовые производственные навыки распространялись крайне медленно, т.к. в условиях господства натурального хозяйства уровень производительности труда одного хозяйства почти не оказывал влияние на другое. Непосредственные производители опирались на силу традиции. Личная зависимость охватывала не только отношения производства, она распространялась и на отношения распределения, обмена и потребления. Принадлежность к тому или иному коллективу (общине, касте, сословию, классу) predetermined место человека не только в производстве, но и в обществе, а, следовательно, отражалась в его образе жизни.

Индустриальная экономическая система – промышленная революция означает качественный скачок в развитии производительных сил, замену естественных производительных сил общественными в качестве ведущего и опре-

деляющего типа. В процессе перерастания мануфактурного производства в фабричное происходят глубокие изменения в содержании и характере труда. Мастерство ремесленников заменяется однообразным механическим трудом. Индустриальный труд вытесняет аграрный, город теснит деревню. Стремительными темпами растет урбанизация населения. Товарно-денежные отношения приобретают всеобщий характер. Промышленная революция раскрепощает индивида: на смену личной зависимости приходит личная независимость. Каждый товаропроизводитель хозяйствует на свой страх и риск и сам определяет, что, как и сколько производить, кому, когда и при каких условиях реализовать свою продукцию. Но эта формальная личная независимость имеет в качестве своей основы всестороннюю вещную зависимость от других товаропроизводителей. Овеществление отношений между товаропроизводителями выступает как зародыш отчуждения труда. В ходе развития техники происходят изменения ее элементов, структуры и функций. Углубляется разделение труда, развиваются его специализация (предметная и функциональная), кооперация и комбинирование. Тем самым создаются предпосылки для ослабления зависимости не только от внешней природы, но и от ограниченных биологических возможностей самого человека. Все это предъявляет новые требования к формам организации бизнеса, рациональному использованию всех ресурсов, развитию научной организации труда, производства и управления.

Постиндустриальная экономическая система – в экономике преобладает инновационный сектор с высокопроизводительной промышленностью, индустрией знаний, с высокой долей в ВВП высококачественных и инновационных услуг. И с конкуренцией во всех видах экономической и иной деятельности. Инновационная промышленность насыщает потребности всех экономических субъектов, потребителей и населения, постепенно снижая темпы своего роста и наращивая качественные, инновационные изменения. Научные разработки становятся главной движущей силой экономики – основой индустрии знаний. Наиболее ценными качествами являются уровень образования, профессионализм, обучаемость и творческий подход работника. Главным интенсивным фактором развития постиндустриальной экономики является человеческий капитал, наука и знания во всех видах экономической инновационной деятельности.

Различают четыре типа экономических систем: традиционная, рыночная, административно-командная, смешанная.

Ключевые понятия

1. Потребность
2. Закон возвышающихся потребностей гласит
3. Ресурсы
4. Факторы производства
5. Благо
6. Экономическая система
7. Неэкономические блага
8. Экономические блага

9. Кривая производственных возможностей
10. Доиндустриальная экономическая система
11. Индустриальная экономическая система
12. Постиндустриальная экономическая система

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. Предмет и методология микроэкономики.
2. Какова практическая значимость микроэкономических исследований?

Приведите примеры.

3. В чем заключается проблема экономического выбора? Как можно графически показать экономический выбор общества?

4. Как изменится вид кривой производственных возможностей страны, если в ней начнется демографический рост?

5. Сравните основные характеристики экономических систем разного типа.

6. Какой тип экономической системы наиболее жизнеспособен в условиях современной экономики и почему?

7. Почему людям все время приходится делать выбор в сфере экономики?

8. Почему реализация принципа уравнительности в распределении благ замедляет рост благосостояния всех граждан страны?

9. Известны ли вам случаи из истории России или других стран, когда изменение экономической системы сопровождалось сопротивлением тех, кто был заинтересован в ее сохранении?

10. Когда коллекционеры марок меняются друг с другом, то с какой формой обмена мы здесь сталкиваемся?

11. Выгодно ли хранить сокровища в форме кладов и почему? Ответ объясните.

Тема 2. Рынок: общая характеристика и механизм его функционирования

Ключевые вопросы темы

Понятие рынка и его функции. Структура и инфраструктура рынка.

Спрос. Предложение. Рыночное равновесие. Нарушение равновесия.

Вмешательство государства в механизм спроса и предложения. Эластичность.

Рынок как явление экономическое существовал не всегда.

Рынок – это результат развития обмена. *Условиями возникновения рынка являются:*

- общественное разделение труда и специализация.
- экономическая обособленность товаропроизводителей, в основе которой частная собственность.
- необходимость снижения транзакционных издержек.

Транзакционные издержки – это издержки в сфере обращения, связанные с передачей прав собственности.

Рынок – общественная форма организации и функционирования экономики; совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями, продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег.

Сущность рынка проявляется в его функциях:

– саморегулирования товарного производства – за счет действия рыночного механизма осуществляется автоматическое согласование производства и потребления, поддерживается сбалансированность спроса и предложения по объему и структуре (при росте спроса объемы производства расширяются, при снижении – уменьшаются);

– стимулирующая функция – рынок побуждает производителей создавать необходимые товары с наименьшими затратами, чтобы при существующих на рынке ценах получать более высокую прибыль. Если отдельный производитель не способен оказать воздействие на рыночную цену, то получить большую прибыль он может только за счет снижения издержек и внедрения нововведений. Таким образом, рынок стимулирует развитие эффективного производства;

– информационная функция – рынок дает объективную информацию о затратах на производство товаров, о количестве, ассортименте и качестве всех товаров и услуг, поставляемых на рынок, об объемах спроса на них и предложения;

– посредническая функция – заключается в том, что экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда находят друг друга на рынке и посредством рынка обмениваются результатами своей деятельности;

– регулирующая функция – рынок устанавливает оптимальные пропорции между фирмами, отраслями, регионами, т. е. на микро- и макроуровне, за счет расширения или сужения спроса и предложения как на отдельных рынках, так и в рамках всей экономической системы;

– санирующая функция – рынок устраняет неэффективно функционирующих экономических субъектов.

Рынок можно классифицировать по целому ряду признаков и оснований:

1. По объектам продаж:

- рынок благ;
- рынок капитала;
- рынок земли;
- рынок ценных бумаг и т.д.

2. По субъектам продаж:

– рынок продавцов – на данном рынке спрос превышает предложение, т.е. покупатели конкурируют между собой за право купить товар, продавцы находятся в предпочтительном положении и диктуют свои условия рынку;

– рынок покупателей – на данном рынке предложение превышает спрос, т.е. продавцов больше чем покупателей, продавцы конкурируют между собой за право продать товар, покупатели диктуют свои условия рынку.

3. В соответствии с действующим законодательством:

- легальный (законный) рынок;
- нелегальный рынок.

4. По пространственному (территориальному) признаку:

- мировой рынок;
- региональный рынок;
- национальный рынок;
- местный (локальный) рынок.

5. По степени развития конкуренции:

– рынок совершенной конкуренции;

– рынок несовершенной конкуренции: монополия; монополистическая конкуренция; олигополия.

6. По характеру продаж:

- оптовый;
- розничный;
- экспортный;
- импортный.

7. По степени государственного регулирования:

– регулируемый рынок;

– нерегулируемый рынок;

– теневой – скрытый от возможностей государственного контроля;

– деформированный рынок – нарушение рыночного механизма в результате чрезмерного государственного регулирования.

Инфраструктура рынка – это совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм и организаций, обеспечивающих успешное функционирование всех видов рынка. *Элементы инфраструктуры рынка:*

- биржи (товарные, фондовые и т.д.);
- предприятия торговой и розничной торговли;
- аукционы, ярмарки, посреднические фирмы;
- банковская система и банки;
- страховые компании, небанковские кредитно-финансовые учреждения (сберегательные учреждения, пенсионные фонды);
- служба занятости и переподготовки кадров;
- СМИ, службы рекламы;
- консалтинговые фирмы;
- аудиторские компании.

Механизм рынка – механизм взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены.

Спрос (D) – это количество товаров, покупаемое на рынке по определенной цене, в определенный момент времени. **Функция спроса** – функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Функция спроса $Q_D = f(P)$, где Q_D – величина спроса, P – цена.

Факторы спроса:

- *ценовые* – цена товара;
- *неценовые* – мода, вкусы, предпочтения потребителей; величина дохода; цены на другие товары – товары субституты (зависимость обратная), комплементарные товары (зависимость прямая); ожидания потребителей; сезонные изменения; количество покупателей на рынке.

Обратная зависимость между ценой и величиной спроса называется **законом спроса**.

Кривая спроса – кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени. *Кривая спроса* – это графическое отображение закона спроса, имеет отрицательный наклон.

Движение вдоль кривой спроса отражает изменение в объеме спроса как результат изменения только цены. Изменение спроса означает движение всей кривой спроса в ответ на изменение неценовых факторов. Смещение кривой спроса вправо-вверх из положения D в положение D_1 , графически показывает увеличение спроса, смещение влево-вниз в положение D_2 – уменьшение спроса.

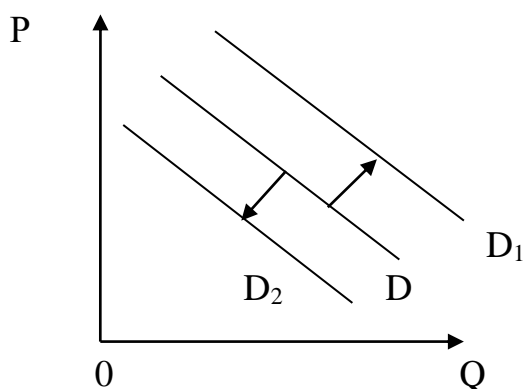


Рис. 2. Кривая спроса

Индивидуальный спрос – спрос, предъявляемый отдельным покупателем.

Рыночный спрос – совокупность индивидуальных спросов.

Предложение (S) – количество товаров, предлагаемое на рынок по определенной цене в определенный момент времени.

Функция предложения – функция, определяющая предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов. Функция предложения: $Q_s = f(P)$, где Q_s – величина предложения, P – цена.

Факторы предложения:

- ценовые – цена товара;
- неценовые – количество продавцов на рынке; технология производства; цены на ресурсы; сезонные изменения; ожидания (ценовые и дефицитные) потребителей; налоги и дотации.

Прямая зависимость между ценой и величиной предложения называется законом предложения.

Кривая предложения – кривая, которая показывает, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени, имеет положительный наклон. Кривая предложения – это графическое отображение закона предложения.

Изменение цены графически показывается движением вдоль кривой предложения. Изменение предложения под влиянием не ценовых факторов графически показывается смещением кривой предложения вниз-вправо до положения S_1 , при увеличении предложения и вверх-влево из положения S в положение S_2 при уменьшении предложения.

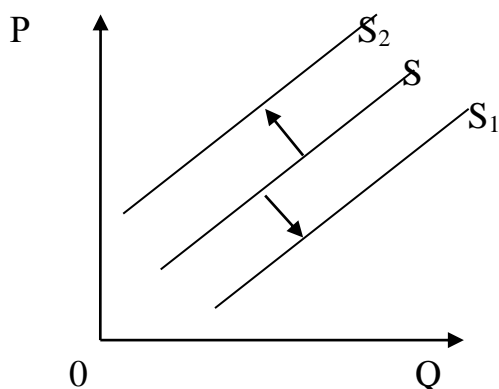


Рис. 3. Кривая предложения

Индивидуальное предложение – количество товаров, предлагаемое на рынок одним производителем.

Рыночное предложение – совокупность индивидуальных предложений данного товара. Рыночное предложение находится арифметически, как сумма предложений данного товара разными производителями по каждой возможной цене.

В условиях рыночной экономики конкурентные силы способствуют синхронизации цен спроса и цен предложения, что приводит к равенству объемов спроса и объемов предложения, т.е. к состоянию равновесия (рис. 4). Изменение рыночного спроса и предложения приводит к изменению рыночного равновесия.

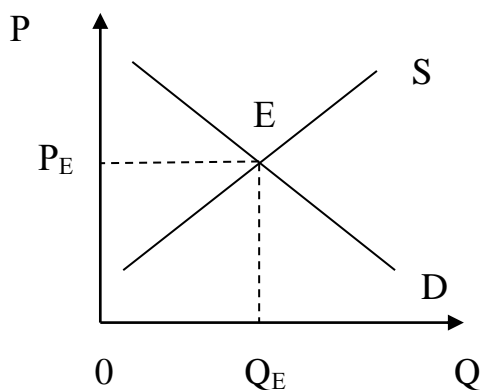


Рис. 4. Равновесие спроса и предложения

Равновесная цена (P_E) – цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил. Рынок стихийно, автоматически способствует формированию равновесных цен.

Государство может вмешиваться в механизм рыночного равновесия, устанавливая фиксированные цены, выше или ниже цены равновесия, вводя налоги или предоставляя дотации. Если установленная государством максимальная цена (потолок цены) находится ниже равновесного уровня, то образу-

ется дефицит товаров, если государство устанавливает минимум цены выше равновесного уровня (так называемая субсидируемая цена), то образуется излишек товаров (рис. 5).

Фиксация государством цен означает отключение механизма рыночной координации. Установившееся рыночное равновесие позволяет продавцам и покупателям получать дополнительную и взаимную выгоду от обмена. В этом проявляется общественная польза от установления равновесной цены.

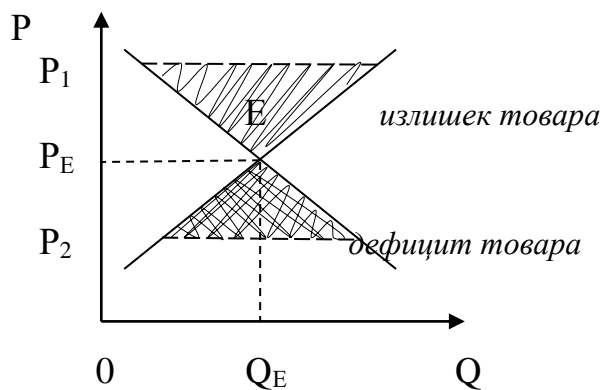


Рис. 5. Дефицит и излишек товаров на рынке

Функции равновесной цены:

- информационная – служит основанием для принятия производителем решений о производстве товаров, а потребителем – решения о покупке.
- стимулирующая – стимулирует производителя снижать издержки производства, применять наиболее эффективные технологии в целях максимизации прибыли, владельцев экономических ресурсов к поиску наиболее эффективных сфер их приложения, что в итоге приводит к повышению эффективности распределения факторов производства, потребителей – искать пути оптимального использования своего ограниченного дохода.
- распределительная – распределение товаров между потребителями, ограниченных ресурсов между производителями.

Излишек (выигрыш) потребителя – дополнительная выгода потребителя от приобретения продукции по цене равновесия, разность между рыночной ценой, по которой потребитель приобретает товар, и максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за данный товар.

Излишек (выигрыш) производителя – дополнительная выгода производителя от продажи продукции по цене равновесия, разность между текущей рыночной стоимостью товара и минимальной ценой, по которой производитель готов продать свой товар.

Чистый общественный выигрыш – общая выгода от обмена, получаемая обществом, определяются как сумма излишков потребителя и производителя.

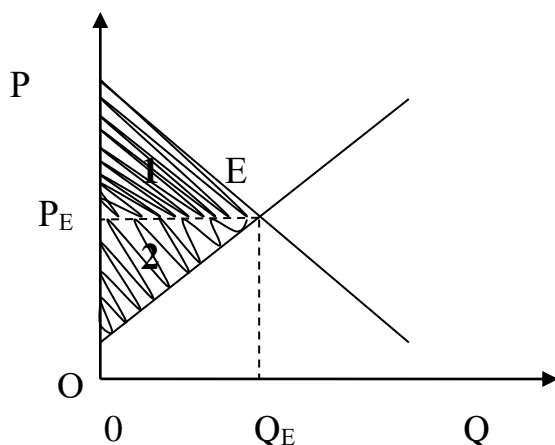


Рис. 6. Излишек (выигрыш) потребителя и производителя

Площадь прямоугольника PP_EE (1) – излишек (выигрыш) потребителя.
 Площадь прямоугольника P_EOE (2) – излишек (выигрыш) производителя.
 Площадь прямоугольника POE (1+2) – чистый общественный выигрыш.

Эластичность спроса относительно цены показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на один процент. Практическое значение при этом имеют не абсолютные величины, а относительные.

Степень чувствительности потребителей к изменению цены измеряют с помощью коэффициента ценовой эластичности спроса (E_D):

$$E_D = (\Delta Q/Q) / (\Delta P/P).$$

Если $E_D > 1$ – спрос эластичный (это означает, что спрос изменяется быстрее изменения цены).

Если $E_D < 1$ – спрос не эластичный (спрос изменяется медленнее, изменения цены).

$E_D = 1$ – имеет место спрос с единичной эластичностью, т. е. снижение цены на 1 % приводит к росту объема спроса тоже на 1 %. Иными словами, изменение цены товара в точности компенсируется изменением спроса на него.

Если изменение цены не вызывает никакого изменения спроса, то $E_D = 0$ – абсолютно не эластичный спрос, если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечное расширение спроса, то $E_D = +\infty$ – абсолютно эластичный спрос.

Эластичность предложения по цене показывает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цены на один процент.

$$E_s = (\Delta Q/Q) / (\Delta P/P).$$

Если $E_s > 1$ – предложение эластично, если $E_s < 1$ – предложение не эластично.

$E_s = 1$ – предложение с единичной эластичностью.

Если изменение цены не вызывает никакого изменения предложения, то $E_s = 0$ – абсолютно не эластичное предложение, если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечное расширение предложения, то $E_s = +\infty$ – абсолютно эластичное предложение.

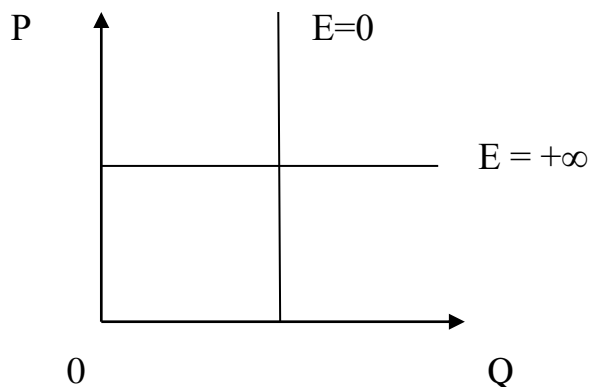


Рис. 7. Крайние случаи эластичности спроса и предложения

Факторы, влияющие на эластичность:

- наличие заменителей – чем больше товаров-субститутов, тем эластичнее спрос на данный товар.
- удельный вес товара в бюджете потребителя – обычно, чем выше удельный вес, тем выше ценовая эластичность спроса.
- размер дохода.
- качество товара – является ли данный товар предметом роскоши (спрос на такие товары, как правило, эластичен) или предметом необходимости (спрос на большинство из которых неэластичен).
- размеры запаса – чем больше запас, тем более эластичен спрос.
- ожидания потребителя – в коротком периоде спрос и предложение не эластичны, в длительном – эластичны.

Ключевые понятия

1. Рынок
2. Инфраструктура рынка
3. Трансакционные издержки
4. Механизм рынка
5. Спрос
6. Закон спроса
7. Кривая спроса
8. Индивидуальный спрос
9. Предложение
10. Закон предложения

11. Кривая предложения
12. Индивидуальное предложение
13. Эластичность
14. Равновесная цена
15. Излишек (выигрыш) потребителя
16. Излишек (выигрыш) производителя

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. Дайте классификацию рынка по типам, видам и структуре.
2. Охарактеризуйте основные элементы механизма рынка.
3. Что представляет собой спрос?
4. Тождественны ли понятия «изменение в спросе» и «изменение величины спроса»?
5. Назовите неценовые факторы, влияющие на спрос.
6. Какие исключения из закона спроса вам известны?
7. Что такое предложение?
8. Чем может быть охарактеризовано равновесное состояние рынка?
9. Какие модели рыночного равновесия Вам известны?
10. Рассмотрите основные инструменты вмешательства государства в механизм спроса и предложения, какие из них являются наиболее эффективными и в каких случаях?
11. Что такое эластичность спроса?
12. Какие виды эластичности спроса вам известны?
13. Каковы неценовые факторы эластичности спроса?
14. Как определяется эластичность спроса?
15. Чем отличаются точечная и дуговая эластичности спроса?

Тема 3. Теория поведения потребителя

Ключевые вопросы темы

Понятие полезности. Кардиналистский и ординалистские подходы к анализу поведения потребителя. Кривые безразличия. Бюджетные ограничения потребителя. Оптимум потребителя. Изменение дохода и линия «доход-потребление». Кривые Энгеля. Изменение цены и линия «цена-потребление».

Теория потребительского поведения (выбора) исследует особенности поведения потребителей на рынке, механизм потребительского выбора, что имеет принципиально важное значение для продавцов, т.к. позволяет им оказывать целенаправленное влияние на потребителей, с целью увеличения продаж и максимизации прибыли.

Теория потребительского поведения учитывает ряд ограничений, которые не дают людям возможности приобретать все, что они хотят. Одно из таких ограничений – бюджетное. Денежные доходы всех потребителей ограничены и приобрести они могут ограниченное количество благ. Следующим ограничением являются цены благ. Все представленные на рынке блага имеют заданную цену, определяемую величиной издержек производства этих благ.

Механизм потребительского поведения и теория потребительского поведения опирается на ряд положений (постулатов):

1. *Множественность* – каждый потребитель желает потреблять множество разнообразных благ.

2. *Суверенитет* – каждый потребитель принимает индивидуальное решение о покупке того или иного блага и не может оказать решающего воздействия на их производителей, но рыночный механизм суммирует эти индивидуальные решения множества потребителей и доводит это совокупное решение до производителя. Если выбор потребителей сделан в пользу определенного блага и потребители приобрели его, уплатив определенную цену, то производитель данного блага получает прибыль и право на дальнейшее развитие производства. Суверенитет потребителя предполагает его способность воздействовать на производителя.

3. *Рациональность* – важным фактором, определяющим выбор потребителя, является его система предпочтений. Одни и те же блага будут приносить разную полезность разным людям. Не существует какой-то объективной шкалы, позволяющей определить полезность того или иного блага, но каждый потребитель имеет свою субъективную шкалу предпочтений. Поведение человека рационально, если он знает, какой набор благ ему необходим, может сравнить различные наборы благ и выбрать самый предпочтительный для себя.

4. *Денежный потребителя ограничен;*

5. *Потребители стремятся максимизировать совокупную полезность.*

Полезность – способность блага удовлетворять одну или несколько потребностей человека, понятие субъективное.

Функция полезности – соотношение между объемами потребляемых благ и уровнем полезности, достигаемой при этом потребителем. Математически функция полезности выглядит следующим образом:

$$U = f(Q_x, Q_y),$$

где f – символ функции; U – уровень полезности; Q_x, Q_y – количество товаров X и Y , потребленных за определенный период. В данную функцию можно включить любое количество переменных. Функция демонстрирует, что полезность, получаемая человеком, зависит только от количества потребляемых благ.

Общая (совокупная) полезность – удовлетворение, получаемое потребителем от потребления данного количества благ за определенный промежуток времени, увеличивается по мере потребления все большего количества благ, но, как правило, со все меньшей скоростью. Если дальнейшее потребление блага приносит вред (предельная полезность отрицательна), то общая полезность снижается (рис. 8, а).

Совокупная полезность определяется суммированием показателей предельной полезности и рассчитывается следующим образом:

$$TU = MU_1 + MU_2 + \dots + MU_n,$$

где TU – совокупная полезность; MU – предельная полезность.

Предельная полезность – дополнительная полезность, получаемая потребителем от потребления дополнительной единицы блага (рис. 8, б), определяется как отношение изменения величины совокупной полезности к изменению количества потребленного блага:

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{TU_2 - TU_1}{Q_2 - Q_1},$$

где TU_1 и TU_2 – первоначальная и новая величина совокупной полезности; Q_1 и Q_2 – первоначальное и новое количество блага.

Закон убывающей предельной полезности (первый закон Госсена) гласит, что по мере потребления дополнительных единиц блага предельная полезность каждой последующей единицы будет меньше, чем предыдущей (рис. 9).

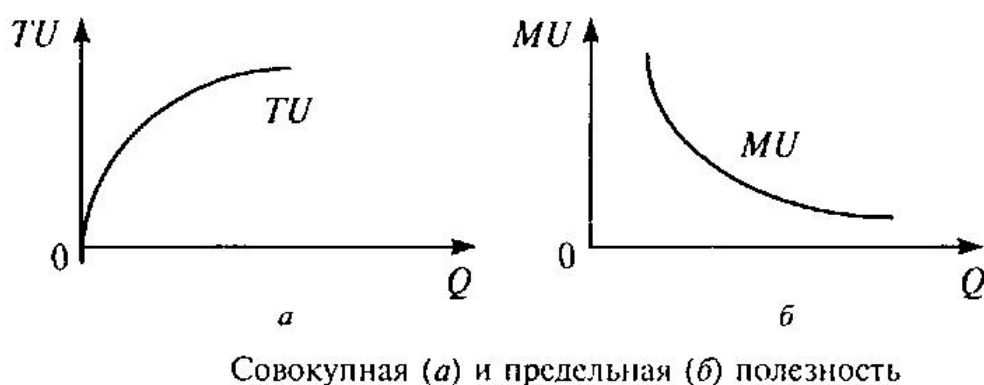


Рис. 8. Совокупная (общая) и предельная полезность

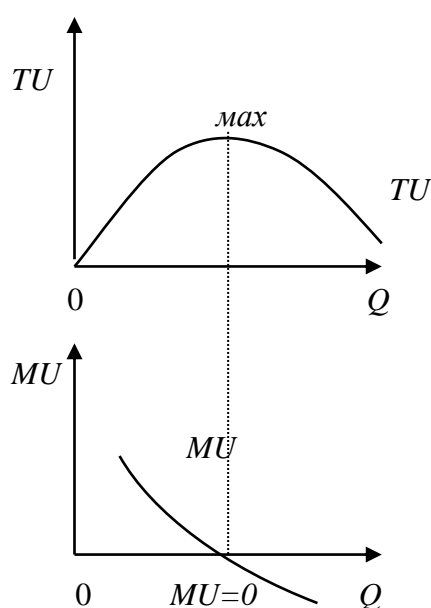


Рис. 9. Первый закон Госсена

Закон убывающей предельной полезности лежит в основе определения спроса и объясняет, почему кривая спроса является нисходящей. Чем большим запасом блага обладает потребитель, тем меньшую ценность для него имеет каждая следующая дополнительная его единица. Если каждая последующая единица блага обладает все меньшей и меньшей предельной полезностью, то потребитель станет покупать дополнительные единицы блага лишь при условии падения их цены.

В теории полезности существуют два направления: кардиналистское и ординалистское. Исторически и методологически кардиналистская теория потребительского поведения предшествовала ординалистской.

Кардиналистская (количественная) теория потребительского поведения – при решении поставленной задачи предполагает возможность теоретической измеримости полезности блага. Сторонники теории (К. Менгер,

Л. Вальрас) полагали, что полезность можно измерить в условных единицах – ютилях (от англ. utility – полезность). Количественная измеримость полезности позволяет потребителю измерить полезность любой дополнительной единицы блага (предельная полезность) и оценить величину общей полезности данной совокупности благ.

Основополагающее положение этой теории – постулат об убывании предельной полезности благ. Опираясь на этот постулат, можно сформулировать правило равновесия потребителя.

Потребительский выбор – это выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (денежного дохода).

Потребительское равновесие – ситуация, когда потребитель, ограниченный данным бюджетом, не может увеличить общую полезность, расходуя меньше средств на приобретение одного блага и больше – на приобретение другого. Каждый потребитель использует множество разнообразных благ и для каждого из них действует закон убывающей предельной полезности. Рациональный потребитель будет приобретать в первую очередь блага, приносящие наибольшую полезность и будет наращивать потребление каждого блага до тех пор, пока предельные полезности этих благ не станут равны. Это правило поведения потребителя получило название **второго закона Госсена**: $MU_1 = MU_2 = \dots = MU_n$.

В ситуации потребительского равновесия полезности денежных единиц, затраченных на приобретение различных благ, должны быть равны. Правило максимизации полезности, заключается в том, что денежный доход потребителя должен быть распределен таким образом, чтобы последняя денежная единица, затраченная на приобретение каждого вида блага, приносила бы одинаковую предельную полезность:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} ,$$

где P_1, P_2, P_n – цена блага 1, 2, n.

MU_1, MU_2, MU_n – предельная полезность соответственно блага 1, 2, n.

Таким образом, потребитель будет предъявлять спрос на данное благо до тех пор, пока предельная полезность этого блага в расчете на одну денежную единицу, не станет равной предельной полезности на одну денежную единицу, потраченную на приобретение другого блага. Используя это правило, потребитель, не выходя за пределы своего бюджета, приобретает набор товаров и услуг, приносящий ему наибольшую сумму полезности.

Если равенство не выполняется, то произойдет некоторое перераспределение потребительских расходов между благами в пользу блага с более высоким уровнем предельной полезности в расчете на денежные единицы, что приведет к увеличению совокупной полезности для потребителя. Действительно,

если цена на второе благо понизилась, то равновесие нарушается: $MU_1/P_1 < MU_2/P_2$, т.е. последняя денежная единица, затраченная на второе благо, стала приносить большую полезность, чем последняя денежная единица, затраченная на первое благо. Для восстановления равновесия, исходя из закона убывающей предельной полезности, существуют два пути. В первом случае необходимо увеличить предельную полезность первого блага, для чего следует сократить потребление этого относительно дорогого товара. Во втором случае следует уменьшить предельную полезность второго блага, увеличив потребление этого относительно дешевого блага. Поступая таким образом, покупатель будет действовать в точном соответствии с законом спроса и вновь достигнет состояния потребительского равновесия и сможет максимизировать получаемую полезность.

Функция полезности максимизируется, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждая последняя денежная единица (рубль и т.д.), затраченная на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность.

Ординалистская (порядковая) теория потребительского поведения – полезность категория субъективная и поэтому принципиально не верно пытаться измерить ее с помощью абсолютной шкалы, поэтому абсолютная шкала была заменена относительной, а поведение потребителя было предложено описывать с помощью предпочтения или ранжирования.

Аксиомы ординалистского подхода:

1. *Множественность видов потребления* – потребности разнообразны и каждый потребитель желает потреблять множество разнообразных индивидуальных благ.

2. *Ненасыщенность* – потребитель стремится иметь большее количество любых товаров и услуг, он не пресыщен ни одним из них. Предельная полезность всех экономических благ всегда положительна.

3. *Транзитивность* – теория потребительского выбора исходит из постоянства и определенной согласованности вкусов потребителя. Логически это может быть выражено следующим образом: если А, В и С являются комбинациями каких-либо благ и потребитель безразличен в выборе между наборами А и В и между В и С, то он также безразличен в выборе между А и С.

4. *Субституция* – потребитель согласен отказаться от небольшого количества блага А, если ему предложат взамен большее количество блага-субститута.

5. *Убывающая предельная полезность* – предельная полезность какого-либо блага зависит от его общего количества, которым располагает данный потребитель.

Основными инструментами анализа в ординалистском подходе являются кривые безразличия и линии бюджетного ограничения.

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

Свойство кривых безразличия:

- чем правее и выше расположена кривая безразличия, тем большее удовлетворение приносят представленные ею комбинации двух благ.
- множество кривых безразличия на плоскости называется **картой кривых безразличия**.
- имеют отрицательный наклон;
- выпуклы относительно начала координат;
- никогда не пересекаются друг с другом.

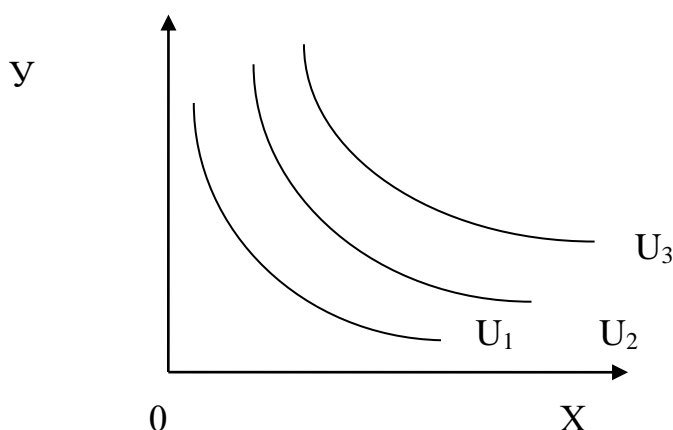


Рис. 10. Карта кривых безразличия

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.

$$MRS_{xy} = -\Delta X / \Delta Y,$$

Кривые безразличия лишь показывают возможность замены одного блага другим, но они не определяют, какой именно набор товаров потребитель считает для себя наиболее выгодным.

Бюджетное ограничение (линия цен, прямая расходов) – показывает, какие потребительские наборы можно приобрести за данную сумму денег.

$$I = XP_x + YP_y \text{ – уравнение бюджетного ограничения,}$$

где I – доход потребителя, P_x – цена блага X , P_y – цена блага Y , X и Y составляют соответственно купленные количества благ.

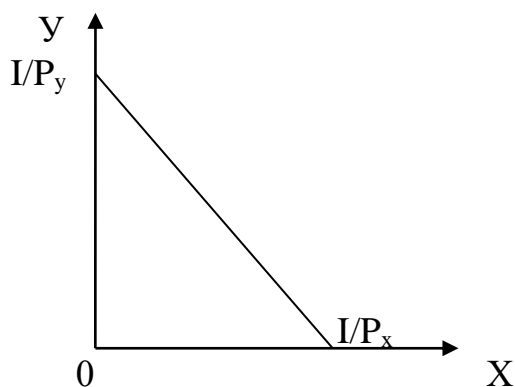


Рис. 11. Линия бюджетного ограничения

Точка касания кривой безразличия и линии бюджетного ограничения (т. Е на рис. 12) означает равновесие потребителя.

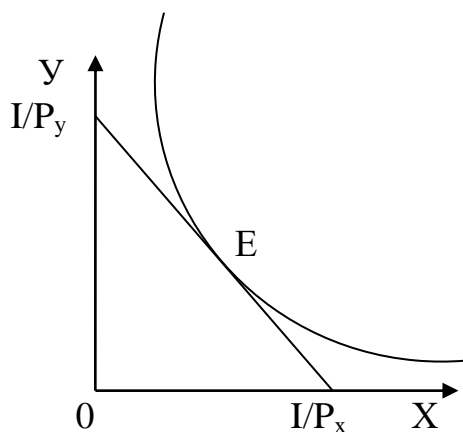


Рис. 12. Равновесие потребителя

Увеличение денежного дохода потребителя на графике показывается параллельным смещением линии бюджетного ограничения вверх и вправо. Аналогичное смещение кривой имеет место при снижении цен обоих товаров, что также означает увеличение реального дохода. При уменьшении денежного дохода или росте цен товаров линия бюджетного ограничения сдвигается влево вниз. Изменение дохода потребителя или изменение цен товаров во времени на графике отражается смещением точки оптимума потребителя. Соединив все точки оптимума получаем кривую «**доход-потребление**» (кривая Хикса, кривая уровня жизни). Кривая «доход-потребление» всегда выходит из начала координат, но ее конфигурация может быть различной.

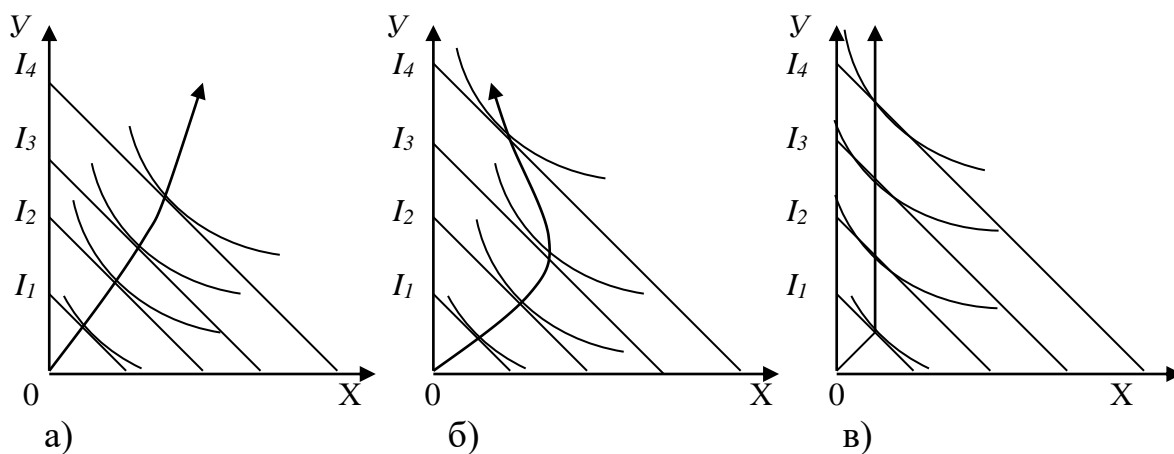


Рис. 13. Кривая «доход – потребление»

Рис. 13, а – кривая «доход-потребление» имеет восходящий характер в том случае, если оба товара являются нормальными

Рис. 13, б – кривая «доход-потребление» имеет убывающий характер для некачественного товара X

Рис. 13, в – кривая «доход-потребление» имеет вертикальный характер для товаров, потребление которых не зависит от дохода

Кривая Энгеля показывает соотношение между доходом и объемом покупаемых товаров при заданных прочих факторах, влияющих на спрос. Кривая Энгеля может быть получена из кривой «доход-потребление». Форма кривой Энгеля отражает информацию о реакции потребителя на изменение дохода.

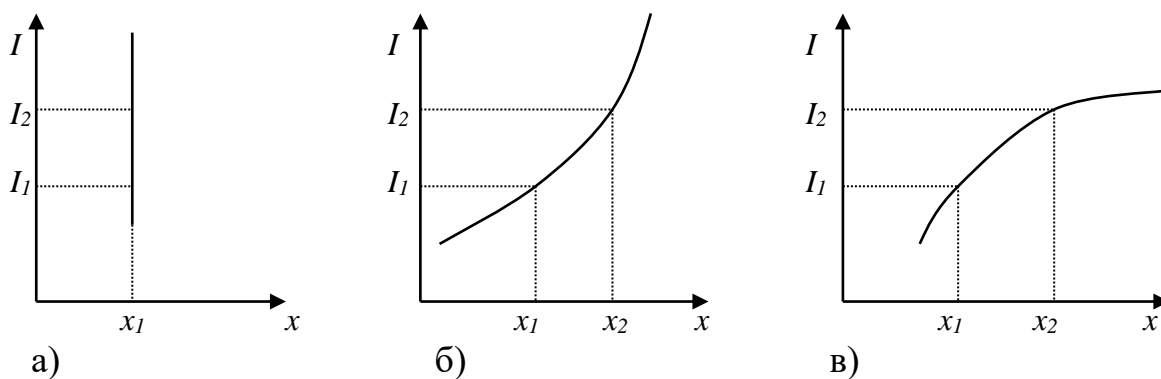


Рис. 14. Кривые Энгеля

Рис. 14, а – кривая Энгеля для товара, который потребляется независимо от уровня дохода потребителя

Рис. 14, б – кривая Энгеля для нормального товара x имеет восходящий характер

Рис. 14, в – кривая Энгеля для предметов роскоши

Закон Энгеля – с ростом реального дохода потребителя потребление им вторичных благ возрастает быстрее, чем благ первой необходимости. Прежде всего, происходит насыщение продовольственными товарами, затем промышленными товарами стандартного качества и лишь позднее – высококачественными товарами и услугами. Отмечена любопытная закономерность: даже после перехода к потреблению высококачественных товаров и услуг происходит новый всплеск спроса на промышленные товары стандартного качества, которые используются потребителем для повседневных нужд.

Ключевые понятия

1. Кардинализм
2. Ординализм
3. Полезность
4. Функция полезности
5. Совокупная полезность
6. Предельная полезность
7. Потребительский выбор
8. Потребительское равновесие
9. Функция полезности
10. Законы Госсена
11. Кривая безразличия
12. Карта кривых безразличия
13. Предельная норма замещения (MRS)
14. Бюджетное ограничение

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. На каких постулатах построена теория потребительского выбора?
2. В чем основная идея кардиналистского подхода к анализу поведения потребителя?
3. Назовите и поясните основные аксиомы ординалистского подхода.
4. В чем основное заблуждение кардиналистов? Ответ поясните.
5. Поясните законы Госсена.
6. Что понимается под рациональным потребителем?
7. Сравните условия оптимума потребителя в кардиналистском и ординалистском подходах к анализу поведения потребителя.
8. В чем заключается парадокс воды и алмаза?
9. Что понимается под предельной нормой замещения?
10. В каких случаях поведение потребителя следует считать рациональным?
11. Почему рациональное поведение не всегда присуще реальным потребителям?
12. Какие из основных постулатов теории потребительского поведения носят абсолютный, вечный характер, а какие – относительный, временный?

Тема 4. Теория фирмы. Теория производства, издержек, прибыли

Ключевые вопросы темы

Понятие производства в экономической теории. Производственные факторы и принципы их классификации. Характеристики фирмы и ее экономические границы. Понятие издержек и прибыли. Индивидуальные и общественные издержки. Явные и неявные издержки. Экономические издержки. Бухгалтерские издержки. Короткий и длительный периоды и издержки производства. Постоянные и переменные издержки. Выручка: общая, средняя и предельная. Прибыль бухгалтерская и экономическая.

Фирма является основным экономическим субъектом, осуществляющим хозяйственную деятельность и способствующим развитию национальной экономики, но универсальной и общепринятой теории фирмы не разработано. Существующие теории фирмы условно можно разделить на теории, основанные на анализе рациональности ее существования, организационной структуры, организационного поведения, и альтернативные теории.

К теориям, основанным на анализе рациональности существования фирмы относят *теорию транзакционных издержек*, разработанную Р. Коузом. Согласно этой теории основой существования фирмы являются транзакционные издержки, величина которых и определяет ее размеры.

«Фирма» и «предприятие» – различные экономические категории, хотя в обыденной действительности и часто в экономической литературе эти понятия рассматриваются как идентичные, как форма организации предпринимательской деятельности. В строгом смысле слова под предприятием следует понимать совокупность факторов производства, расположенных в одном месте и связанных единым технологическим процессом, т.е. форму производственной деятельности. Иначе говоря, *предприятие* – это обособленная хозяйственная единица, осуществляющая производство товаров и услуг в любой отрасли экономики.

Под *фирмой* обычно понимают все или почти все формы организации предпринимательской деятельности. Фирма – это единица предпринимательства, понятие более широкое, чем «предприятие». Фирма представляет собой организацию, осуществляющую хозяйственную деятельность на одном или более предприятиях, т. е. фирма может включать в себя несколько обособленных хозяйственных единиц. Фирма может осуществлять как коммерческую, так и производственную деятельность, в то время как предприятие осуществляет производственную деятельность. Понятия «фирма» и «предприятие» будут идентичны в том случае, если фирма включает одно производственное предприятие.

Часто одна фирма объединяет несколько предприятий в группу. В рамках одной фирмы входящие в ее состав предприятия объединяются по горизон-

тальному или вертикальному принципу, а также на основе конгломератных слияний.

Горизонтальная интеграция предполагает, что в рамках фирмы объединяются предприятия одной и той же отрасли, одного профиля, одной стадии производства.

Вертикальная интеграция имеет место в том случае, когда одной фирме принадлежат предприятия одной отрасли, но разных стадий производства некоторой продукции. Принцип вертикальной интеграции означает объединение предприятий одной технологической цепочки от добычи сырья до сбыта готовой продукции под контролем одной фирмы.

Конгломератные слияния представляют собой объединение предприятий различной отраслевой принадлежности, не связанных между собой технологически.

Фирмы отличаются друг от друга во многих отношениях: они функционируют в различных отраслях, их размеры варьируются от гигантских корпораций до маленьких фирм, они различаются по своему правовому устройству и т.д. Основная цель фирмы – максимизация прибыли.

По рыночной стратегии фирмы классифицируются на коммутанты, пациенты, виоленты, эксплеренты.

Таблица 2

Основные типы рыночной стратегии фирм

Тип стратегии	Профиль производства	Размер фирмы	Устойчивость	Расходы на НИОКР	Факторы силы в конкурентной борьбе
Коммутанты	универсальное	малые	низкая	низкие	гибкость, многочисленность
Пациенты	специализированное	малые, средние, крупные	высокая	средние	приспособленность к особому рынку
Виоленты	массовое	крупные	высокая	высокие	высокая производительность
Эксплеренты	экспериментальное	мелкие, средние	низкая	высокие	опережение в нововведениях

Небольшие фирмы образуют своего рода основу экономики, в первую очередь это относится к связывающей экономику в единое целое роли мелких компаний – *коммутантов*. В рыночной экономике наличие платежеспособного спроса на определенный товар должно автоматически рождать его предложение. Но экономически производство оправдано далеко не в любых условиях. Крупное производство дает отдачу лишь там, где изготавливается масса однотипных продуктов. Коммутанты готовы использовать любую возможность для

бизнеса. Так, специализированное производство при существенно меньших сериях товара выгоднее, чем крупное, но зато возникает там, где сформировались особые и при этом достаточно долговременные потребности. Венчурный (рисковый) капитал готов на любую сферу деятельности, но лишь в том случае, если успех обещает сверхвысокую прибыль.

Без мелких предприятий возникла бы «лоскутная» экономика. Некоторые потребности рынка удовлетворялись бы полностью, другие же игнорировались бы. Напротив, постоянный поиск новых общественных потребностей и непрерывное приспособление к ним – основа стратегии коммутантов. Смысл стратегии *фирм-пациентов* заключается в специализации на производстве продукции, пользующейся ограниченным спросом. Это продиктовано прежде всего стремлением уклониться от прямой конкуренции с ведущими фирмами. В учете специальных (не массовых) запросов потребителя преимущества на стороне той фирмы, которая посвятила всю свою деятельность их изучению и удовлетворению. Успех сопутствует не более сильной, а более приспособленной к конкретной обстановке компании. Рынок товаров, производимых пациентом, слишком узок, чтобы привлекать гиганта.

Виоленты – фирмы, благодаря своей силе прочно закрепленные в сфере массового производства, навязывающие другим предприятиям необходимость борьбы с собой или вытесняющие их в узкие ниши. Это – современная монополия, которая по-прежнему стремится к получению сверхприбыли и успешно достигает этой цели, но добивается своего не путем грубого силового давления на рынок, а через максимальный учет запросов массового потребителя. Такие фирмы больше тратят на НИОКР, рекламу и маркетинг. Размеры пациента не имеют существенного значения. Размеры виолента тесно связаны с тем, удовлетворяет ли он основную или второстепенную рыночную потребность. Ставка – на максимальную эффективность производства. Только дешево и в огромных размерах изготавливая продукцию, можно удовлетворить требования массового остроконкурентного рынка.

Основателями *эксплерентных фирм* являются, как правило, энтузиасты новых направлений техники. Возможности коммерческого использования новых идей первоначально кажутся весьма сомнительными. Масштабная цель и трудный рискованный путь к ней – условия, в которых действуют фирмы-эксплеренты. Они адаптированы именно к этим условиям, что позволяет им обогнать в научно-техническом соревновании крупные концерны. Риск в новом деле неизбежен, и фирмы-эксплеренты идут на коммерчески невыгодные затраты.

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

Отношение между любым набором факторов производства и максимально возможным объемом продукции, производимым из этого набора факторов, описывается **производственной функцией**: $Q = f(K, L, M)$, где Q – максимальный объем продукции, производимый при данной технологии и данном соотношении капитала (K), труда (L) и материалов (M). Производственная функция строится для данной технологии. Улучшение технологии, увеличива-

ющее максимально достижимый объем выпускаемой продукции при любой комбинации факторов, отражается новой производственной функцией. Производственная функция может использоваться для определения минимального количества затрат, необходимого для производства любого данного объема товаров.

Экономически эффективный способ производства какого-либо заданного объема продукции – это такой способ, который минимизирует альтернативную стоимость используемых в процессе производства видов затрат. Возможности изменения способов производства варьируются в зависимости от того, сколько времени требуется фирме, чтобы отреагировать на изменения в рыночной конъюнктуре. Соответственно этому различают краткосрочный и долгосрочный периоды.

Краткосрочный период – это период времени, в течение которого фирма способна изменить лишь некоторые факторы производства, другие остаются неизменными.

Долгосрочный период – это период времени, достаточно продолжительный для того, чтобы фирма была способна изменить все свои факторы производства. В зависимости от характера процесса производства один и тот же астрономический период времени может быть краткосрочным и долгосрочным, например год для сталелитейного производства – короткий период, а для маленькой пекарни – длительный.

Производство в краткосрочном периоде описывается производственной функцией, отражающей зависимость объема выпуска от переменного фактора при неизменных других факторах. Как правило, в краткосрочном периоде труд является переменным фактором, а капитал – постоянным. Для того, чтобы отразить влияние переменного фактора на производство, вводятся понятия совокупного (общего), среднего и предельного продукта.

Совокупный продукт переменного фактора производства (TP) – это количество продукции, производимой при определенном количестве этого фактора и прочих неизменных факторах производства.

Средний продукт переменного фактора (AP) – это отношение совокупного продукта переменного фактора к использованному количеству этого фактора. Например, средний продукт труда AP_L определяется по формуле:

$$AP_L = \frac{TP}{L}.$$

Предельный продукт переменного фактора (MP) – это изменение при прочих равных условиях совокупного продукта переменного фактора в соответствии с изменением его используемого количества. Предельный продукт труда MP_L определяется следующим образом:

$$MP_L = \frac{\Delta TP}{\Delta L}.$$

Для производственной функции $Q = f(K, L, M)$ предельный продукт труда при изменении на очень малую величину затрат труда равен $\partial Q / \partial L$.

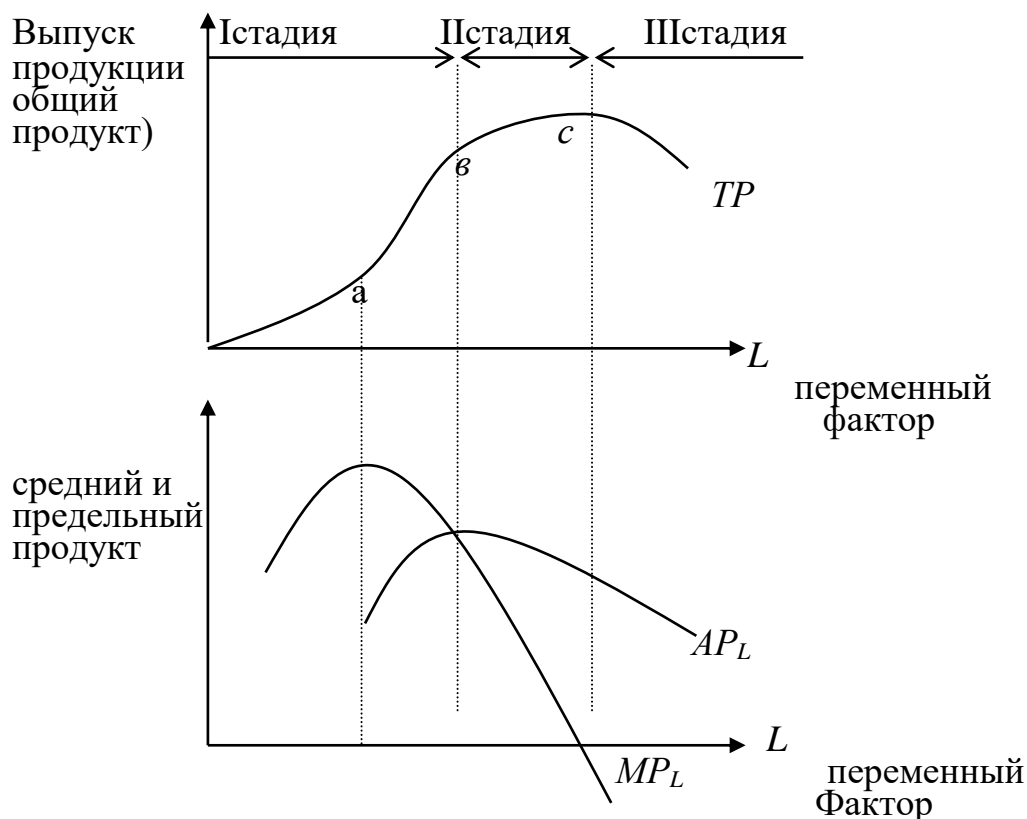


Рис. 13. Общий, средний, предельный продукт

Совокупный продукт (TP) с ростом использования в производстве переменного фактора будет увеличиваться, но этот рост имеет определенные пределы в рамках заданной технологии. В точке c совокупный продукт достигает своего максимума, а предельный продукт труда равен нулю. Предельный продукт вначале растет, а затем, достигнув максимума в точке a , снижается. Такое очертание кривой предельного продукта MP отражает действие **закона убывающей предельной производительности (убывающей отдачи)**, который гласит, что с ростом использования какого-либо производственного фактора (при неизменности остальных) неизбежно наступает момент, когда отдача от каждой последующей единицы переменного фактора начнет снижаться. На I-й стадии отношение труда к капиталу еще далеко от желаемого. Капитал, являясь постоянным фактором производства, на этой стадии находится в избытке. На III-й стадии, наоборот количество переменного фактора слишком велико по отношению к постоянному фактору производства. Целесообразно избежать первой и третьей стадии и остаться во второй стадии производства. Только на ней не

наблюдается избытка эффективно используемых труда или капитала. В пределах второй стадии производства для менеджера не будет необходимости оплачивать неиспользуемое оборудование и другие постоянные факторы производства. Не произойдет и избытка труда над капиталом.

Важные аспекты производства могут быть учтены при рассмотрении только двух групп факторов – труда и капитала. Двухфакторная производственная функция дает возможность графического анализа производства.

Изокванта (кривая постоянного (равного) продукта) – кривая, представляющая бесконечное множество комбинаций факторов производства (ресурсов), обеспечивающих одинаковый выпуск продукции.

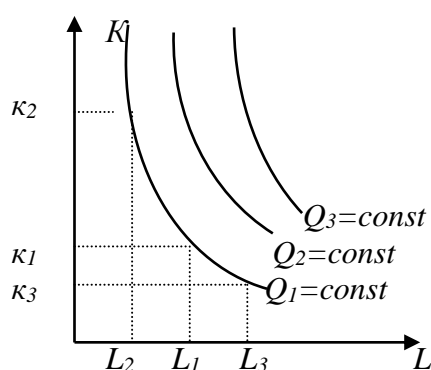


Рис. 14. Карта изоквант

Совокупность изоквант, каждая из которых показывает максимальный выпуск продукции, достигаемый при использовании определенных сочетаний ресурсов, называется картой **изоквант**. **Свойства изоквант**:

- имеют отрицательный наклон;
- выпуклы относительно начала координат;
- не пересекаются друг с другом;
- чем выше и правее расположена изокванта, тем больший объем выпуска она представляет.

Важной характеристикой изокванты является угол ее наклона, который показывает в каком соотношении возможно замещение одного ресурса другим без изменения объема выпуска продукции.

Предельная норма технологического (или технического) замещения трудом капитала (MRTS) определяется величиной капитала, которую может заменить каждая единица труда, не вызывая увеличения или сокращения производства.

$$MRTS = -\frac{\Delta K}{\Delta L} \quad Q = const.$$

Изменение угла наклона изокванты, обусловленное уменьшением предельной нормы технического замещения одного фактора другим, свидетельствует о том, что эффективность использования любого ресурса ограничена.

Совокупные издержки (C) использования какого-либо количества обоих этих факторов составит:

$$C = P_L \cdot L + P_K \cdot K,$$

где P_L – цена труда, P_K – цена капитала.

Максимизировать выпуск при данных издержках позволяет прямая равных издержек, или изокоста – описывается уравнением:

$$K = \frac{C}{P_K} - \frac{P_L \cdot L}{P_K}.$$

Это уравнение прямой представляет комбинации ресурсов, использование которых ведет к одинаковым затратам, израсходованным на производство. Угол наклона изокосты равен отношению цен затрачиваемых факторов, взятому с отрицательным знаком. Касание изокванты и изокосты определяет положение равновесия производителя, поскольку позволяет достичь максимального объема производства при имеющихся средствах, которые фирма может потратить на приобретение ресурсов.

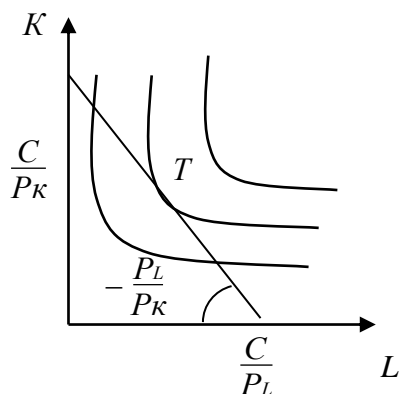


Рис. 15. Равновесие производителя

Учитывая, что в точке касания T изокванты и изокоста технического замещения, можно утверждать, что равновесие производителя достигается при выполнении следующего равенства:

$$-\frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{P_L}{P_K}.$$

При увеличении бюджета производителя или снижении цен ресурсов изокоста сдвигается вправо, касаясь уже другой изокванты, отражающей более

высокий уровень выпуска продукции. Соединив непрерывной линией точки касания изокост с изоквантами, получим «линию развития» фирмы.

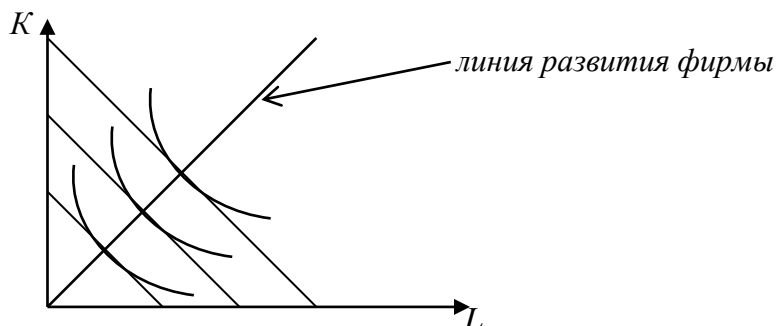


Рис. 16. Линия развития фирмы

За продолжительный период времени могут измениться все факторы производства. Принято считать, что фирма изменяет масштаб производства, когда все используемые факторы изменяются в одной пропорции. Различают:

1. **Положительный эффект масштаба производства**, когда рост выпуска продукции опережает увеличение затрат на ресурсы, вследствие чего долгосрочные средние издержки фирмы падают по мере увеличения выпуска. Существует три основные причины возникновения экономии от масштаба:

- неделимость производства;
- специализация и разделение труда;
- существование технической экономии.

2. **Постоянный эффект масштаба производства**, когда выпуск продукции увеличивается в той же пропорции, что и затраты на ресурсы. Средние издержки фирмы при этом остаются на прежнем уровне.

3. **Отрицательный эффект масштаба производства**, когда объем выпускаемой продукции увеличивается в меньшей степени, чем затраты на ресурсы, в результате с увеличением выпуска долгосрочные средние издержки возрастают. Отрицательная экономия от масштаба производства свидетельствует о том, что минимально эффективный размер предприятия уже достигнут и дальнейшее наращивание производства нецелесообразно, и, прежде всего ввиду значительного роста управленческих расходов при расширении масштабов деятельности.

Издержки производства – это стоимость ресурсов, используемых в процессе производства.

Индивидуальные (частные) издержки – это те затраты, которые несет каждая отдельная фирма. Они включают все элементы затрат отдельного производителя на производство данного объема продукции: сырье, материалы, топливо, электроэнергия, амортизация, зарплата и т.д.

Под **общественными издержками** понимают те затраты, которые несет общество в связи с деятельностью данной фирмы.

Явные издержки представляют собой сумму реальных расходов на оплату использованных в производстве ресурсов (сырья, материалов, топлива, рабочей силы, амортизации и пр.). Под **неявными** понимаются издержки, связанные с потреблением ресурсов, находящихся в собственности самой фирмы: оплата предпринимательской деятельности, процент на собственный капитал фирмы и др. Неявные затраты обычно калькулируются, и их относят к расходам, связанным с эксплуатацией фирмы.

Безвозвратные издержки – издержки, осуществляемые предпринимателями единожды, которые не могут быть возвращены ни при каких обстоятельствах, даже в том случае, когда предприятие полностью прекращает свою предпринимательскую деятельность в данной сфере. Безвозвратные издержки не учитываются в текущих издержках производства предприятия, связанных с его производственной деятельностью.

В коротком периоде издержки производства делятся на постоянные и переменные. В длительном периоде все издержки производства переменные.

Постоянные издержки (FC) – это издержки, величина которых не зависит от объема выпускаемой продукции. **Переменные издержки (VC)** – издержки, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции.

Валовые издержки (TC) – сумма постоянных и переменных издержек, исчисляемая для каждого данного объема производства: $TC = FC + VC$.

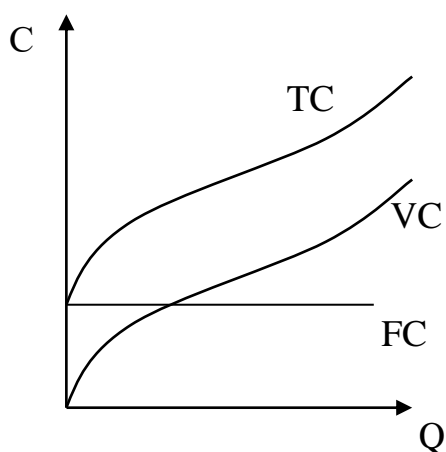


Рис. 17. Постоянные, переменные, общие (валовые) издержки

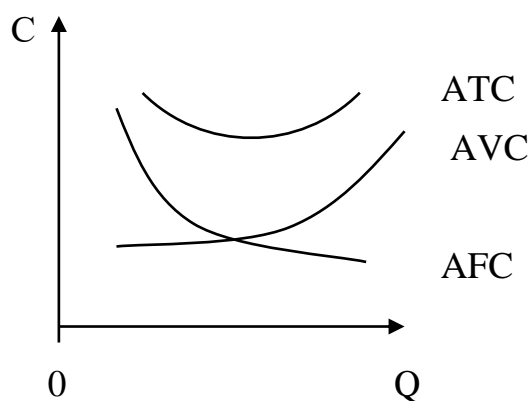


Рис. 18. Средние издержки

Средние постоянные издержки (AFC) – постоянные издержки в расчете на единицу продукции:

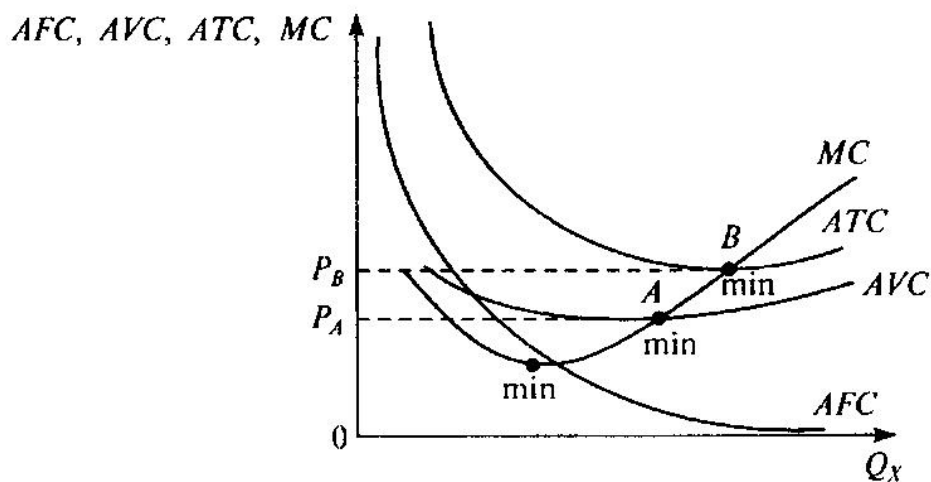
$$AFC = \frac{TFC}{Q_X}$$

Средние переменные издержки (AVC) – переменные издержки в расчете на единицу продукции:

$$AVC = \frac{TVC}{Q_X}$$

Средние общие издержки (ATC) – общие издержки в расчете на единицу продукции:

$$ATC = \frac{TC}{Q_X} \text{ или } ATC = \frac{TFC + TVC}{Q_X} = \frac{TFC}{Q_X} + \frac{TVC}{Q_X} = AFC + AVC$$



Средние и предельные издержки

Рис. 19. Средние и предельные издержки

Предельные издержки (MC) – дополнительные издержки, необходимые для производства каждой последующей единицы продукции:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q_x}$$

Кривая предельных издержек пересекает кривую средних переменных издержек и кривую совокупных издержек в точках их минимального значения.

Особенностью издержек в долгосрочном периоде является то, что все они носят переменный характер – фирма может увеличить или сократить мощности, а также у нее достаточно времени, чтобы принять решение покинуть данный рынок или вступить на него, перейдя из другой отрасли.

Кривые ATC_1 , ATC_2 , ATC_3 , ATC_4 , – кривые средних издержек в коротком периоде, соединив точки их минимума, получаем кривую средних совокупных издержек в долгосрочном периоде LRATC.

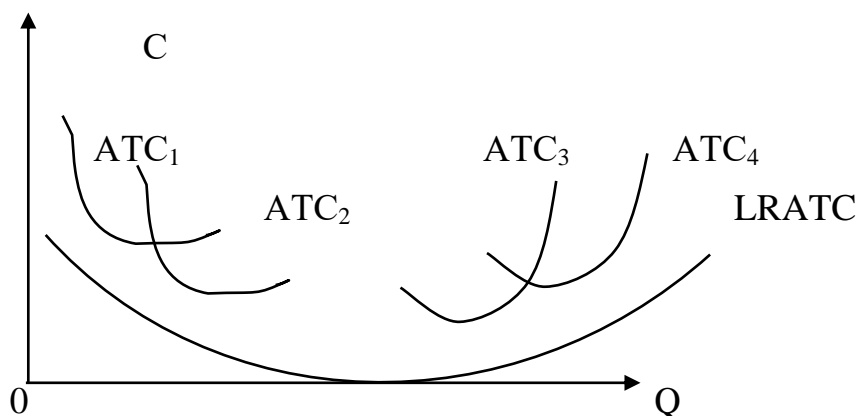


Рис. 20. Кривая средних долгосрочных издержек

Прибыль определяется как разница между выручкой от реализации продукции (валовым доходом) и общими (валовыми) издержками. В форме выручки формируется доход фирмы. Величина выручки зависит от цены и количества реализуемой продукции. Умножая количество проданной продукции на цену, получим **величину совокупной выручки фирмы, или валового (общего) дохода (TR): $TR = PQ$** .

Средний доход (AR) – это доход в расчете на одну проданную единицу товара, рассчитывается как общий доход (TR), отнесенный к объему продаж (Q)

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

Предельный доход (MR) – это изменение общего дохода в результате продажи еще одной дополнительной единицы продукции. Предельный доход может быть подсчитан для любого объема выпуска из следующей формулы:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

Прибыль фирмы – разница между валовым доходом и валовыми издержками – в этом случае будет описываться следующим образом: $\Pi = TR - TC$.

Ключевые понятия

1. Фирма
2. Предприятие
3. Горизонтальная интеграция
4. Вертикальная интеграция
5. Конгломератные слияния
6. Производство
7. Производственная функция
8. Совокупный продукт переменного фактора производства
9. Средний продукт переменного фактора
10. Предельный продукт переменного фактора
11. Закон убывающей отдачи
12. Изокванта
13. Карта изоквант
14. Предельная норма технологического замещения (MRTS)
15. Изокоста
16. Эффект масштаба производства
17. Издержки производства
18. Индивидуальные издержки
19. Общественные издержки
20. Явные издержки
21. Неявные издержки
22. Постоянные издержки
23. Переменные издержки
24. Валовые издержки
25. Средние постоянные издержки
26. Средние переменные издержки
27. Средние общие издержки
28. Предельные издержки
29. Выручка
30. Прибыль

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. В чем принципиальное отличие фирмы от предприятия?
2. Рассмотрите основные теории фирм?
3. Какие подходы к объяснению существования фирмы как явления экономического представлены в экономической литературе?
4. Определите концепцию производственной функции и изобразите производственную функцию в коротком периоде.

5. Используя график, покажите минимальный эффективный масштаб фирмы и объясните, что он означает.

6. Поясните, каким образом разделение труда в производстве повышает экономию от масштаба.

7. Поясните, как цены на факторы влияют на выбор технологии производства.

8. В чем состоит важность закона убывающей предельной производительности для организации производства?

9. Объясните, как уменьшение нормы предельного замещения одного фактора на другой изменяет форму изокванты.

10. Почему изокванты имеют положительный наклон?

11. Назовите основные подходы к определению издержек производства и прибыли.

12. Что понимается под эффектом масштаба производства?

Тема 5. Конкурентная структура рынка

Ключевые вопросы темы

Модель поведения фирмы в условиях совершенной конкуренции. Монополия и ее основные черты. Последствия монополизации. Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции. Олигополия и ее характерные черты. Модели олигополии

Рыночная структура отражает все наиболее важные аспекты рынка – количество фирм в отрасли, тип производимого продукта, возможности для входа и выхода из нее фирм, количество покупателей, способность отдельной фирмы воздействовать на рыночные цены.

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Различают совершенную и несовершенную конкуренцию.

Совершенная конкуренция – это соперничество многочисленных производителей, создающих примерно одинаковые объемы идентичной (совершенно заменяемой) продукции.

Несовершенная конкуренция в отличие от совершенной ограничена влиянием монополий и государства.

Поскольку структура того или иного рынка определяется множеством факторов, то количество рыночных структур является практически неограниченным. Для упрощения анализа выделяют четыре базовых модели рынка:

- совершенной конкуренции;
- монополию;
- монополистической конкуренции;
- олигополию.

Эти модели построены на основе следующих критериев:

- *Количество фирм в отрасли* – критерий описывает количество функционирующих фирм (одна, несколько, много), конкурентные отношения и взаимозависимость между ними;
- *Тип производимого продукта* – однородный, дифференцируемый, уникальный;
- *Степень влияния фирмы на рыночные цены* – определяется относительным превышением рыночной цены фирмы ее предельных издержек;
- *Возможность входа на рынок для новых фирм* – наличие или отсутствие барьеров входа на рынок;
- *Информация* – степень полноты и доступности информации.

Основные признаки рынка совершенной конкуренции:

1. На рынке действует множество небольших по размеру фирм. Объем предложения отдельной фирмы очень незначителен в сравнении с отраслевым объемом предложения.

2. Торговля осуществляется стандартизированным товаром. Это означает, что у потребителей нет основания предпочитать продукцию одной фирмы продукции другого производителя.

3. Отсутствие возможности для одной фирмы влиять на рыночную цену. В условиях совершенной конкуренции фирма ориентируется на цену, установленную в результате взаимодействия рыночного спроса и рыночного предложения. Кривая спроса на продукт отдельной фирмы будет представлять собой линию параллельную оси абсцисс – совершенно эластичный спрос (рис. 19), а также совпадать с линией цен, кривой среднего и предельного доходов фирмы (рис. 20).

4. Отсутствие неценовой конкуренции, что связано с однородным характером реализуемой продукции.

5. Полнота и доступность информации;

6. Отсутствие барьеров входа на рынок.

На практике ни один из существующих рынков не соответствует всем критериям совершенной конкуренции, рынок совершенной конкуренции относится к идеальным рыночным структурам.

Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы представляет собой горизонтальную линию на уровне равновесной цены, сложившейся на рынке в результате взаимодействия рыночного спроса и предложения данного продукта. Горизонтальная кривая спроса означает, что фирма может продавать любое количество продукции, не воздействуя этим на цену и, следовательно, не может проводить собственной ценовой политики. С точки зрения конкурентной фирмы кривая спроса является бесконечно эластичной по цене, т.к. стандартизированный продукт, продаваемый любой конкурентной фирмой, – это прекрасный заменитель товара, производимого любой другой конкурирующей фирмой.

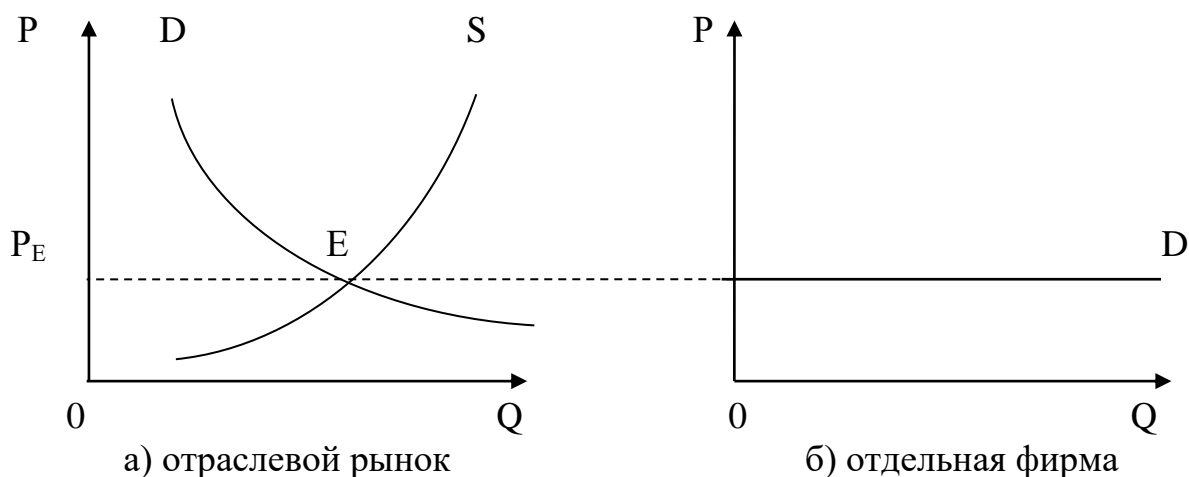


Рис. 21 Спрос на продукцию конкурентной фирмы

Цена вне влияния конкурентной фирмы. Таким образом, конкурентная фирма может влиять на свой доход, только изменяя объем продаж. В условиях совершенной конкуренции предельный доход конкурентной фирмы равен цене товара, т.е. $MR = P$.

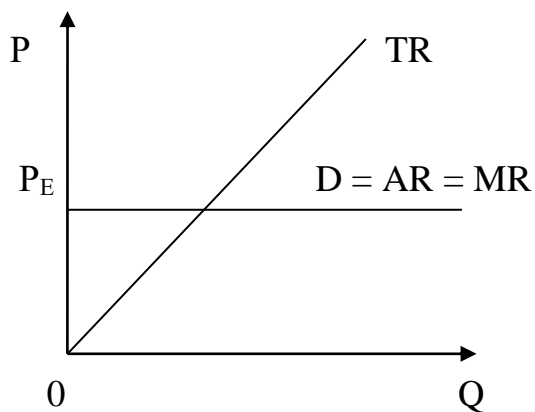


Рис. 22. Кривые валового, среднего и предельного дохода конкурентной фирмы

В краткосрочном периоде конкурентная фирма может быть прибыльной и убыточной. Равенство MR и MC указывает на оптимальный объем выпуска продукции (Q^*), но прибыль или убытки показывает сопоставление цены и средних издержек.

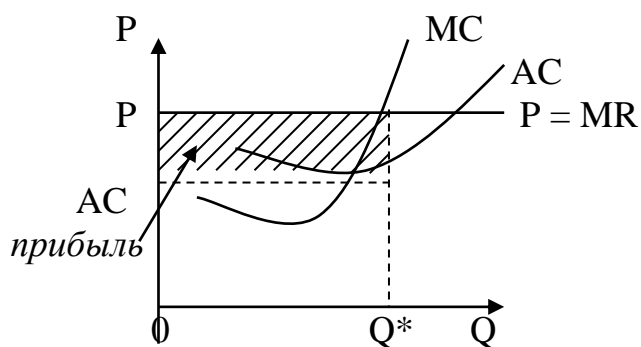


Рис. 23. Конкурентная фирма, максимизирующая прибыль в коротком периоде

Несмотря на убытки, фирме следует продолжать производство, т.к. в случае прекращения производства переменные издержки будут сведены к нулю, а постоянные останутся и перейдут в убытки, и фирма понесет убытки еще большие чем те, которые она несет, продолжая функционировать. При этом цена должна превышать средние переменные издержки, т.е. $P > AVC$. При равенстве $P = AVC_{\min}$ следует прекратить производство.

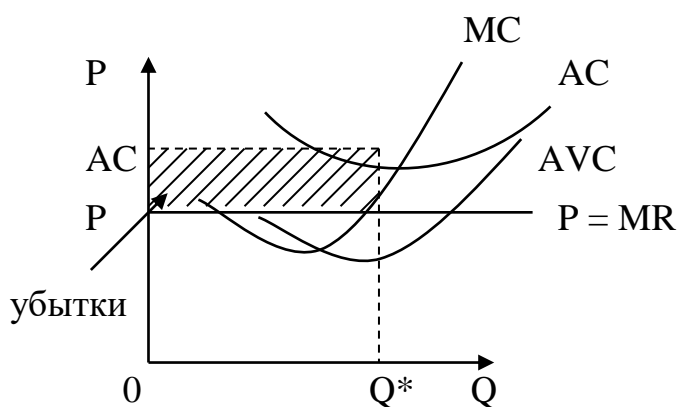


Рис. 24. Конкурентная фирма, минимизирующая убытки в коротком периоде

Таким образом, выбор оптимального объема выпуска продукции в краткосрочном периоде состоит из нескольких этапов:

1. Определить объем выпуска, при котором $P = MC$.
2. Если $P > AVC$, то производить на этом уровне выпуска.
3. Если $P < AVC$, то прекратить производство.

Так как в краткосрочном периоде постоянные издержки не влияют ни на предельные издержки, ни на средние переменные издержки, то изменения в стоимости постоянных факторов не оказывают воздействия на объем предложения в краткосрочном периоде.

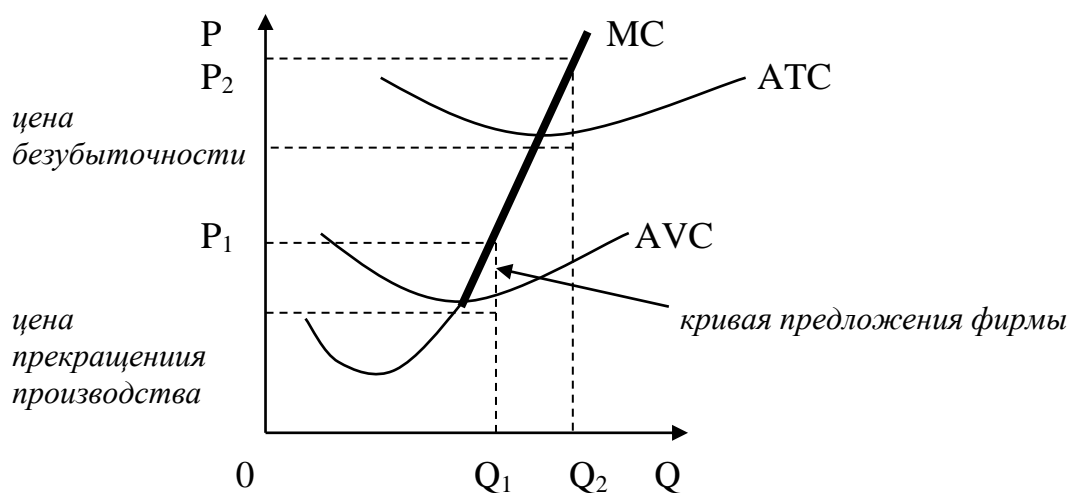


Рис. 25. Кривая предложения фирмы в коротком периоде

Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде, которая представляет собой часть кривой предельных издержек (MC), расположенной выше кривой средних переменных издержек (AVC). Краткосрочная рыночная кривая предложения получается путем горизонтального суммирования объемов предложения всех фирм отрасли.

В долгосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции равновесие устанавливается при соблюдении следующего равенства:

$$P = LRMC = LRATC_{min}.$$

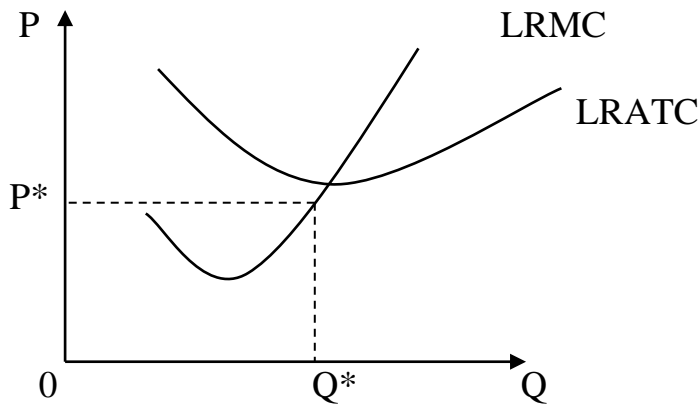


Рис. 26. Равновесие совершенно конкурентной фирмы в длительном периоде

В отрасли с совершенной конкуренцией фирмы могут получать экономическую прибыль только определенное время. Экономическая прибыль становится равной нулю, как только новые фирмы, привлеченные прибылью войдут в отрасль. Это парадокс прибыли: экономическая прибыль приводит в действие механизм перераспределения ресурсов, который, в конечном счете, сводит ее до нуля. Убытки также являются временными. Наличие убытков в краткосрочном периоде вызовет массовый отток фирм из отрасли, что приведет к сокращению рыночного предложения, повышению рыночной цены и ликвидирует убытки.

Абсолютная монополия – рынок, на котором действует только одна фирма, способная оказывать влияние на рыночное равновесие и рыночную цену.

Монополия – рыночная структура, отвечающая следующим условиям:

1. Выпуск товара всей отраслью контролируется одним продавцом этого товара, т.е. фирма-монополист является единственным производителем данного блага и олицетворяет собой всю отрасль.
2. Производимый монополистом товар является особым в своем роде (уникальным) и не имеет близких заменителей, спрос на товар монополиста отличается низкой степенью ценовой эластичности, а кривая спроса на него имеет отрицательный наклон.
3. Барьеры входа на рынок непреодолимы.
4. Фирма-монополист обладает рыночной властью и имеет возможность оказывать влияние на цену продаваемого товара. Единственное ограничение монополистического завышения цен – доходы потребителей.

Возникновение и существование чистых монополий объясняется наличием барьеров для вступления в отрасль. Все барьеры можно разделить на две группы – естественные и искусственно создаваемые.

Среди естественных барьеров можно выделить:

1. *Экономические* – положительный эффект масштаба производства, финансовые ограничения.
2. *Технологические* – наличие уникальной технологии производства.

К искусственно создаваемым барьерам можно отнести:

1. *Юридические* – гарантирование патентных прав на изобретения, предоставление особых привилегий в виде лицензий на выпуск и реализацию продукции, обеспечение секретности некоторых отдельных разработок со стороны правительства могут привести к сосредоточению в руках одной фирмы основной массы патентов и лицензий на производимые в отрасли товары.

2. *Методы недобросовестной конкуренции* – такая организация конкуренции, при которой экономические субъекты прибегают к незаконным методам воздействия на конкурентов: распространение ложных сведений о конкуренте; использование системы демпинговых цен, когда с целью разорить конкурента или вытеснить его с рынка на непродолжительное время устанавливается цена ниже величины средних издержек; криминальные и прочие методы.

Иногда источником монопольной власти может стать коллективное поведение потребителей, которые проявляют устойчивую лояльность к данной торговой марке, предпочитают продукцию именно этой фирмы, что, в конечном счете, может породить рыночную власть данного производителя.

Естественная монополия – отрасль, в которой отраслевой продукт может быть произведен одной фирмой при более низких затратах, чем если бы его производством занималась не одна, а несколько фирм. Естественным монополиям государство обычно предоставляет исключительные привилегии, сохраняя за собой право регулировать действия таких предприятий, не допуская злоупотреблений с их стороны.

Закрытая монополия – рыночная власть и монопольное положение на рынке обусловлено юридическими барьерами, исключающими конкуренцию в отрасли.

Открытая монополия – рыночная власть фирмы-монополиста является результатом новаторских достижений самой фирмы (новый продукт, новая технология, обеспечивающая ярко выраженное конкурентное преимущество, позволяющее вытеснить конкурентов с рынка, и т.п.).

Монопсония – особый тип рыночной структуры, когда рыночная власть концентрируется в руках не продавца, а покупателя.

Двусторонняя монополия возникает в том случае, если монопольная сила продавца сталкивается с монопольной силой покупателя.

Поскольку фирма-монополист выступает как отрасль, то кривая спроса на

весь объем производимого ею товара является и кривой рыночного (отраслевого) спроса. Таким образом, в отличие от совершенной конкуренции, где спрос на товар фирмы абсолютно эластичен и фирма может продавать разные количества товара по одной и той же цене, спрос на продукт монополиста не является абсолютно эластичным. Кривая спроса на его продукцию имеет классический нисходящий вид, причем низкая степень ценовой эластичности спроса на монопольный продукт, порожденная отсутствием товаров-заменителей, будет иметь следствием резко падающий характер этой кривой. Нисходящий характер кривой спроса означает, что монополист вынужден снижать цену производимого товара, чтобы продать дополнительную его единицу. Предельный доход монополиста от любого выпуска зависит от цены товара и эластичности спроса по цене. Если спрос эластичный, то предельный доход будет положительным. Если спрос неэластичный, то предельный доход будет отрицательным. Следовательно, монополист, максимизирующий прибыль, всегда будет регулировать цену таким образом, чтобы обеспечить эластичность спроса на свой продукт.

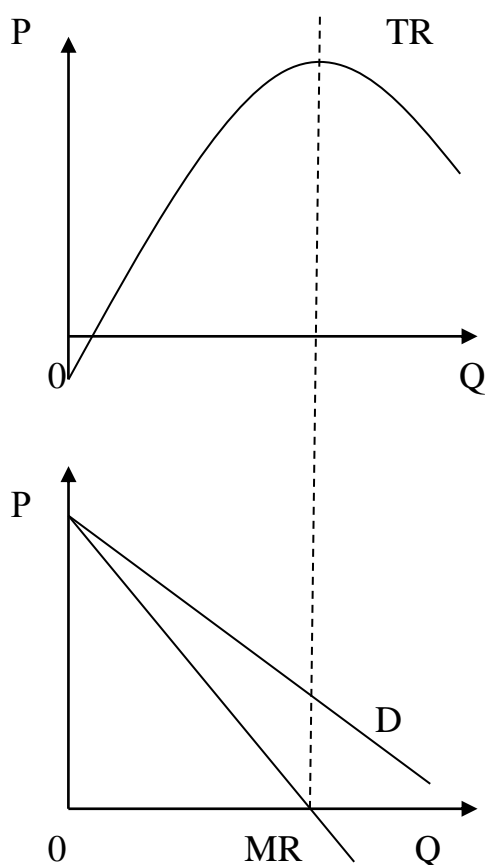


Рис. 23. Кривые спроса, общего и предельного дохода монопольной фирмы

В краткосрочном периоде фирма монополист может работать как с прибылью, так и с убытками.

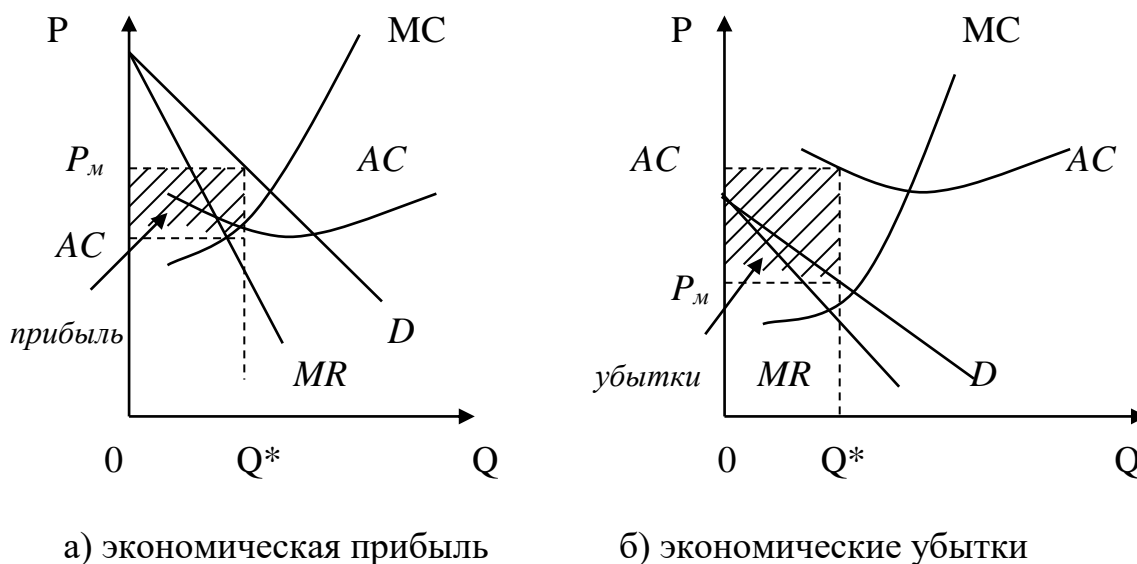


Рис. 24. Монополия в коротком периоде

Монопольная фирма максимизирует прибыль (минимизирует убытки), выпуская объем продукции, соответствующий точке, где $MR = MC$. Монопольное положение не гарантирует получение прибыли. Монополист назначает цену, превышающую его предельные издержки на величину, обратно пропорциональную эластичности спроса на его продукт.

Если монопольная фирма имеет прибыль в краткосрочном периоде, то эта прибыль, скорее всего, сохранится и в долгосрочном периоде, поскольку фирма защищена от появления возможных конкурентов высокими входными барьерами.

Монополистическая конкуренция – рыночная структура, где преобладают черты совершенной конкуренции и имеются отдельные элементы, характерные для чистой монополии.

Особенности рынка монополистической конкуренции:

1. В отрасли функционирует значительное количество небольших фирм, но численно их меньше, чем при совершенной конкуренции.
2. Реализуемый в отрасли продукт носит дифференцируемый характер. Дифференциация продукции принимает следующие формы: разное качество продукции, качество обслуживания, различия в размещении и доступности товаров, мероприятия по стимулированию сбыта (реклама, торговые марки и знаки) и упаковка создают зачастую мнимые различия, которые навязываются потребителям.
3. Единственный значимый барьер входа на рынок – дифференциация продукта, отдельной фирме принадлежит лишь небольшая доля рынка данного товара. Рынок распадается на ряд конкурирующих сегментов, каждый из которых контролирует отдельная фирма, возникает конкуренция между своего рода «мини монополистами».
4. Ограниченный контроль над ценами.

5. Преобладает неценовая конкуренция.

6. Отсутствует возможность сговора фирм и картелизации отрасли (создания отраслевого картеля), т.к. достаточно велико количество конкурирующих на рынке фирм;

Кривая спроса фирмы монополистического конкурента имеет отрицательный наклон, менее эластична, чем при совершенной конкуренции, но более эластична, чем у чистой монополии. Степень эластичности в условиях монополистической конкуренции зависит от числа конкурентов и от глубины дифференциации продукта.

Монополистическая конкуренция достаточно часто встречающийся тип рыночных структур. Такая структура рынка характерна для пищевой промышленности, производства обуви и одежды, мебельной промышленности, розничной торговли, многих видов услуг и ряда других отраслей.

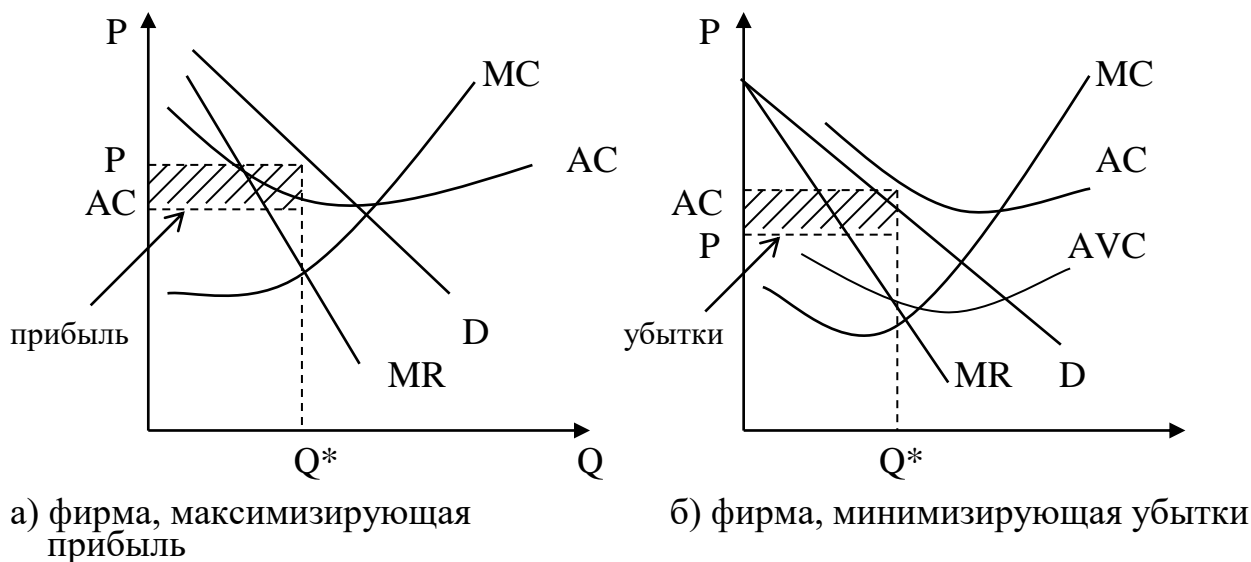


Рис. 25. Монополистическая конкуренция в коротком периоде

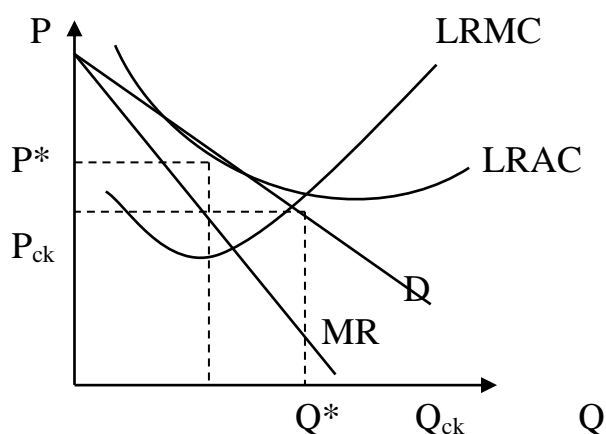


Рис. 26. Монополистическая конкуренция в длительном периоде

Олигополию характеризуют следующие признаки:

1. В отрасли находится несколько крупных конкурирующих фирм. Точного количественного определения олигополии не существует это может быть 2–3 фирмы или 10–12. Тем не менее каждая из фирм-олигополистов обладает достаточно большой долей в общепромышленном выпуске, что обеспечивает олигополистам значительную степень контроля над рынком. Если же несколько олигополистов начнут реализовывать одинаковую рыночную стратегию, то их совместная рыночная власть приблизится к случаю чистой монополии.

2. Особенность олигополистической рыночной структуры связана с тем, что фирмы сталкиваются не только с реакцией потребителей, но и реакцией своих конкурентов. Поэтому каждая фирма-олигополист ограничена в принятии решений не только нисходящим характером кривой спроса на свою продукцию, но и поведением конкурентов.

3. Продукция может производиться как стандартизированная (нефть, алюминий) – чистая олигополия (гомогенная олигополия), так и дифференцированная (например, автомобили) – дифференцированная олигополия (гетерогенная олигополия).

4. Основным показателем олигополии – степень концентрации производства в руках нескольких фирм. Чем она выше, тем меньшая степень конкурентности характеризует отрасль.

Основные причины существования олигополии:

1. Положительный эффект масштаба производства. Например, если технически эффективно производство в объеме, допустим, 200 – 50 единиц продукции, а емкость внутреннего рынка составляет приблизительно 1000 единиц, то закономерно, что в рамках отрасли существуют 4 компании, технологически способные производить указанные 200 – 250 единиц, т.е. реализовавшие положительный эффект масштаба производства. Следует отметить, что достижение такого результата предполагает сокращение числа конкурирующих фирм в результате их банкротства или слияния.

2. Финансовые барьеры – огромные расходы на рекламу и продвижение своей продукции на рынок; другие барьеры – владение патентами и лицензиями, контроль над сырьевыми источниками.

3. Эффект слияния, обусловленный взаимозависимостью фирм. В условиях олигополии изменения в производстве и реализации у одной фирмы вызовет ответную реакцию у ее конкурентов, причем реакцию абсолютно непредсказуемую. Подобные обстоятельства побуждают фирмы к слиянию и приводят к картелизации отрасли, что может обеспечить увеличение доли рынка участвующих в сговоре фирм, увеличить рыночную власть, дать возможность требовать более низких цен на ресурсы, выступая в роли «крупного покупателя».

Общая характеристика рыночных структур

Признаки	Тип рыночной структуры			
	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
количество фирм в отрасли	много мелких	довольно много	3–5 крупных фирм	одна крупная
тип продукта	однородный, стандартизированный	дифференцированный	стандартизированный или дифференцированный	уникальный
контроль над ценой	отсутствует	незначительный	ограниченный взаимной зависимостью, значительный	значительный
барьеры вступления в отрасль	отсутствуют	барьер – дифференциация продукта	значительные барьеры	непреодолимые барьеры
неценовая конкуренция	отсутствует	значительный упор на рекламу, торговые марки и т.д.	есть	отсутствует
Пример	рынок сельскохозяйственных продуктов, иностранной валюты	розничная торговля, производство одежды, обуви	производство стали, автомобилей, сахара, цемента	производство уникальных, запатентованных продуктов или услуг

Ключевые понятия

1. Конкуренция.
2. Совершенная конкуренция.
3. Монополия.
4. Естественная монополия.
5. Закрытая монополия.
6. Открытая монополия.
7. Монопсония.
8. Двусторонняя монополия.
9. Монополистическая конкуренция.
10. Олигополия.

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. Может ли фирма в условиях совершенной конкуренции влиять на величину своего валового дохода? Ответ поясните.
2. При каких условиях фирме – совершенному конкуренту – следует прекратить производство в коротком периоде?
3. Какая зависимость существует между эластичностью спроса на продукцию фирмы и степенью монопольной власти?

4. Какие факторы можно отнести к источникам монопольной власти фирмы?
5. Как можно измерить степень монопольной власти фирмы?
6. С точки зрения устойчивости экономической прибыли разница между краткосрочным и долгосрочным периодами важнее для совершенного конкурента или монополиста?
7. Что понимается под ценовой дискриминацией? Каковы ее цели?
8. При каких условиях рынок можно охарактеризовать как олигополистический?
9. Какая рыночная структура называется монополией?
10. Какие могут быть доводы в защиту монополистической конкуренции с точки зрения потребителя?
11. Какая из рыночных структур является наиболее эффективной с точки зрения потребителя, производителя, общества в целом? Ответ поясните.
12. Рассмотрите различные модели поведения фирм-олигополистов.

Тема 6. Рынки факторов производства

Ключевые вопросы темы

Рынок факторов производства и его специфика. Рынок капитала. Рынок труда. Рентные отношения. Рынок земли. Рынок информационных ресурсов

Рынок факторов производства – сфера товарного обращения рабочей силы, природных ресурсов и капитала. Потребителями ресурсов являются фирмы, собственниками экономических ресурсов, продавцами, в большинстве случаев являются домохозяйства. Для каждого типа и качества производственных ресурсов формируются отдельные рынки: рынок труда, рынок капитала, рынок земли. На этих рынках в результате взаимодействия спроса и предложения формируются цены экономических ресурсов.

Специфика рынков факторов производства:

1. В отличие от товарных рынков, на которых покупатель, приобретая товар, вступает в его полное владение, на рынках факторов производства покупатель приобретает только услуги, которые этот фактор может оказать, т.е. приобретение такого фактора производства, как рабочая сила, вовсе не означает, что ее покупатель становится владельцем работника, обладающего данными знаниями и умениями. В отношении таких факторов производства как капитал и земля, возможно их приобретение как в полную собственность, так и только услуг названных факторов.

2. Специфической чертой спроса на ресурсы является то, что он имеет производный характер, т. е. определяется спросом на готовую продукцию, производимую с помощью данного ресурса. Как правило, чем выше спрос на продукт, тем выше спрос и на ресурсы, необходимые для его выпуска.

3. Особенность спроса на экономические ресурсы состоит в том, что спрос на ресурсы является взаимозависимым. В производственном процессе различные ресурсы взаимодействуют друг с другом. Они взаимозаменяют или взаимодополняют друг друга, иногда конкурируют. Производительность одного фактора производства зависит от эффективности другого. Взаимозависимость ресурсов означает также, что в большинстве случаев невозможно сказать, сколько продукта было произведено каким-либо из производственных ресурсов отдельно от других.

4. Специфика предложения на этих рынках обусловлена редкостью экономических ресурсов и производных от них факторов производства.

Рынок труда.

Заработная плата – цена, выплачиваемая за использование труда наемного работника. В узком смысле слова под заработной платой понимается ставка заработной платы. **Ставка заработной платы** – цена, выплачиваемая за использование единицы труда в течение определенного времени. Различают номинальную и реальную ставку заработной платы. **Номинальная заработная плата** – сумма денег, которую получает работник наемного труда за свой труд.

Номинальная заработная плата дает представление об уровне дохода работника, но не характеризует уровень его благосостояния. *Реальная заработная плата* – количество благ, которые можно приобрести за номинальную заработную плату. Величина реальной заработной платы прямо пропорциональна номинальной и обратно пропорциональна уровню цен. Рассчитывается реальная заработная плата следующим образом:

$$WP = Wh / JP,$$

где WP – реальная заработная плата; Wh – номинальная заработная плата; JP – индекс цен.

На рынке труда объектом купли-продажи является специфический товар – рабочая сила (труд). Предприниматель покупает не самого человека, а его способность трудиться. *Рабочая сила как товар имеет ряд особенностей:*

- рабочая сила создает новую стоимость, заключенную в произведенном товаре. Все прочие факторы производства лишь переносят свою стоимость на производимый товар и являются составной частью издержек его производства;
- труд, в отличие от других товаров, невозможно хранить;
- производительность труда может сильно варьироваться в зависимости от того, насколько эффективно работодатели организуют трудовой процесс. Производительность труда показывает, какое количество продукции производится в единицу времени.

Рынок труда, подчиняясь в целом законам спроса и предложения, является рынком особого рода и имеет ряд существенных отличий от других рынков:

1. Особенностью рынка труда является то, что рабочая сила, будучи товаром, может в то же время активно влиять на соотношение спроса и предложения, на свою рыночную цену. Например, за счет различных мероприятий профсоюзы способствуют сокращению предложения труда, росту спроса на труд и, как следствие, росту ставки заработной платы.

2. Регуляторами рынка труда являются как экономические, так и неэкономические факторы (социальные, национальные и законодательные). Неэкономические факторы могут способствовать как росту спроса на труд и его предложения, так и их снижению.

3. Особенностью рынка рабочей силы является то, что он неоднороден и представляет собой совокупность отдельных рынков труда, каждый из которых обладает своими частными характеристиками. Например, можно выделить субрынок труда музыкантов и дворников. При этом музыканты получают относительно высокую заработную плату. Заработная плата дворников будет относительно низка, так как их труд не требует специальной подготовки. Однако дворники, привлекаемые высокой заработной платой музыкантов, не смогут перейти в другой сегмент рынка труда.

На рынке труда формируются спрос, предложение и цена на рабочую силу. Субъектами предложения на рынке труда выступают домашние хозяйства (отдельные работники и их ассоциации – профсоюзы). Предложение труда – количество часов, которое население желает работать с целью получения дохо-

дов. Количество нанимаемых предпринимателями работников определяется реальной заработной платой. Предложение труда находится в прямой зависимости от величины реальной заработной платы. Кроме того, предложение труда определяется рядом неэкономических факторов:

1. Общая численность населения. О динамике общей численности населения, о сегодняшних и будущих трудовых ресурсах страны судят по показателям рождаемости, смертности, естественного прироста населения, продолжительности жизни.

2. Численность активного трудоспособного населения. *Трудовые ресурсы* – часть населения страны, обладающая физическими и умственными способностями, необходимыми для трудовой деятельности.

3. Количество отработанного времени. Предложение труда зависит от среднего количества часов, отработанных рабочими за определенный период (неделю, месяц, год). Работник сам определяет, сколько времени он хотел бы работать, а сколько отвести для альтернативных видов деятельности (учеба, досуг).

4. Качественные параметры труда. Качественными характеристиками труда являются уровень образования и квалификации работников, производительность труда, специализация и пр.

5. *Миграция трудовых ресурсов* – перемещение трудоспособного населения из одних территорий в другие с переменой места жительства и места приложения труда. Очевидно, что приток иммигрантов трудоспособного возраста в страну увеличивает предложение рабочей силы на рынке труда.

Рынок земли – сфера товарного оборота земельных угодий, которые можно использовать либо для земледелия, либо для строительства зданий, сооружений, объектов инфраструктуры. Под рынком земли понимается оборот земли, включающий как непосредственную ее куплю-продажу, так и иные сделки с землей (аренда земельных участков).

В экономической теории понятие «земля» охватывает все ресурсы, природного происхождения.

Земля как экономический ресурс обладает рядом особенностей:

- земля не имеет издержек производства. Земля имеется в наличии как природный объект. Это бесплатный и невозпроизводимый дар природы;
- ограниченность земли. Все прочие экономические ресурсы (труд и капитал) также ограничены, но их можно накопить или воспроизвести. Изменить размеры земельных угодий невозможно.

Поскольку количество совокупного предложения земли в каждый момент времени увеличить невозможно, то кривая предложения земли абсолютно неэластична. Это означает, что предложение земли не может быть увеличено даже в условиях значительного роста цен на землю. В долгосрочном периоде предложение земли может измениться (например, в результате нерационального природопользования может быть потеряна часть сельскохозяйственных земель, или можно расширить сельскохозяйственные угодья за счет осушения прибрежных районов моря).

Совокупный спрос на землю складывается из сельскохозяйственного и

несельскохозяйственного спроса. На рынке земли действует тот же, что и на всех прочих рынках, механизм спроса и предложения.

Субъектами экономических отношений на рынке земли выступают два типа собственников – полный собственник и собственник по пользованию. Полный собственник (землевладелец) обладает всеми правами собственности на земельный участок и определяет его дальнейшее использование. После заключения сделки по аренде определяется конкретный пользователь земли – землепользователь. Землевладение – владение землей на правах собственности и отдача ее в пользование предпринимателям. Землепользование – пользование землей в установленном законом порядке. Землевладелец может сам заниматься производительным использованием земли, тогда землевладелец и землепользователь едины в одном лице. Пользователь же земли не обязательно является ее собственником.

Особенностью механизма ценообразования на рынке земли является необходимость различать земельный участок как таковой и производственную функцию земли. У землевладельца существует три варианта использования своей собственности: земельный участок можно продать, выручив за него соответствующую цену; на данном участке можно вести хозяйственную деятельность, получая при этом регулярный доход в виде прибыли; земля может быть сдана в аренду, что принесет ее владельцу регулярный доход в виде ренты.

Величина земельной ренты определяется в результате взаимодействия спроса и предложения на рынке земельных участков, сдаваемых в аренду. Предложение земли, а, следовательно, и предложение услуг земли является абсолютно неэластичным. Кривая предложение услуг земли – вертикальная линия. В условиях неэластичного предложения величина земельной ренты определяется величиной спроса на землю. Спрос на землю показывает, какое количество земли арендаторы готовы взять в аренду при различной величине платы за нее. Кривая спроса на услуги земли имеет отрицательный наклон, отражая тот факт, что при высокой арендной плате количество арендуемой земли будет меньше, чем при низкой. Пересечение кривых спроса и предложения услуг земли определит рыночное равновесие и равновесную ренту. В узком смысле слова под рентой понимается цена земли, уплачиваемая арендатором ее собственнику за возможность производительного использования земельного участка.

Земельная рента – доход, получаемый земельными собственниками в виде платы за пользование землей. Земельная рента составляет, как правило, лишь часть суммы (арендной платы), которую арендатор платит земельному собственнику. Эта разница объясняется тем, что в аренду сдается не только сам земельный участок, но и постройки, имеющиеся на нем, прочие сооружения, дороги и т.д.

Арендная плата – самостоятельная форма платежа, учитывающая амортизацию на постройки и сооружения, находящиеся на земельном участке. Таким образом, если земельный участок арендуется для хозяйственного использования с построенными на нем сооружениями, то землевладелец получает и зе-

мельную ренту, и арендную плату.

Ограниченность земли вынуждает вовлекать в производство как лучшие, так средние и худшие земли. Производительность земли может быть различной в зависимости от ее плодородия и местоположения. Если говорить о землях сельскохозяйственного назначения, то лучшими будут плодородные и близко расположенные к рынкам сбыта земельные участки. Если говорить о землях не-сельскохозяйственного назначения, то лучшими участками будут, например, те, которые находятся в центре города. Более высокая доходность одних земельных участков и низкая доходность других – следствие различий в естественном плодородии и местоположении. На лучших и средних землях цена единицы продукции будет значительно ниже ее рыночной стоимости. Предприниматели на лучших и средних землях при одинаковых затратах труда и капитала будут получать больше дохода, чем предприниматели на худших землях. Данный доход определяется различиями в плодородии и местоположении земель и называется в экономической теории разностным доходом или дифференциальной рентой.

Дифференциальная рента – устойчивая добавочная прибыль, полученная как результат разной производительности одинаковых затрат труда на участках различного плодородия и местоположения. На лучших и средних землях образуется дополнительный доход, который и является дифференциальной земельной рентой. На худших землях дифференциальная рента не образуется, но ее собственники получают арендную плату за землю и использование хозяйственных и иных построек, на ней находящихся.

Кроме двух основных форм ренты, чистой и дифференциальной, существует еще монопольная рента. **Монопольная рента** образуется на участках, обладающих особыми почвенно-климатическими условиями, на которых производятся продукты с исключительными потребительскими свойствами. Монопольная рента – особая рента, образующаяся при продаже определенных видов благ по монопольно высокой цене, значительно превышающей их стоимость. Разность между монопольной и рыночной ценой данного сельскохозяйственного продукта образует монопольную земельную ренту.

Цена земли – цена собственности на участок земли. Особенностью земли как товара является то, что покупается не сама земля, а доход, который она приносит. Земельная рента определяет цену земли. Чем выше рента от услуг участка земли, тем выше цена земли. Цена на землю определяется путем капитализации ренты.

Капитализация фактора производства заключается в оценке его стоимости в том случае, если будет принято решение о его покупке, т.е. предприниматель сделает его своим собственным активом. Капитализация позволяет установить соотношение между доходом фактора производства и его ценой в качестве объекта собственности. Капитализированное значение ренты – суммарная величина всех будущих арендных платежей, которые способен принести данный участок земли. Таким образом, цена земли равна сумме денег, положив кото-

рую в банк, бывший собственник земли получал бы аналогичный процент на вложенный капитал. Цена земли рассчитывается следующим образом:

$$PN = R/i,$$

где PN – цена земли; R – годовая рента; i – ставка ссудного процента. Из формулы видно, что цена земли будет расти, если увеличивается размер ренты, и падать, если повышается норма процента.

Капитал – как особый фактор производства объединяет любые производительные ресурсы, созданные людьми для того, чтобы с их помощью осуществлять производство будущих экономических благ ради получения прибыли. Различают:

- *физический (технический) капитал* – совокупность материальных средств, которые используются в различных фазах производства и увеличивают производительность человеческого труда;
- *финансовый (денежный) капитал* – совокупность денежных средств и ценных бумаг в определенных ценах;
- *юридический капитал* – совокупность прав распоряжения некоторыми ценностями, причем эти права дают их обладателям доход без соответствующих затрат труда;
- *человеческий капитал* – это те вложения, которые увеличивают физические или умственные способности человека.

Основной капитал – это капитал, который участвует в процессе производства на протяжении нескольких производственных циклов и переносит свою стоимость на создаваемые товары по частям. Каждый элемент основного капитала имеет законодательно установленный срок службы, в соответствии с которым предприниматели накапливают перенесенную на производимые товары и услуги стоимость в форме амортизационных отчислений.

Оборотный капитал – сырье, материалы, электроэнергия, вода – участвует в производственном цикле лишь один раз и свою стоимость полностью переносит на созданные продукты. При реализации товаров деньги, затраченные на элементы оборотного капитала, полностью возвращаются предпринимателю и могут быть снова использованы для приобретения факторов производства.

Рынок информации в настоящее время является одним из самых самым динамично развивающихся рынков.

Информацией (информационным продуктом, интеллектуальным продуктом, продуктом нематериального производства и т. п.) является продукт или услуга, которые:

- предназначены их производителем для доставки определенного знания получателю;
- способны пополнить знания последнего без проведения им каких-то специальных, нетипичных для него познавательных действий, то есть как пра-

вило, знания должны восприниматься непосредственно: чтением, наблюдением, слушанием.

Только те данные являются информацией для потребителя, которые восприняты им, понятны ему и полезны, хотя бы потенциально, для решения какой-то задачи или проблемы. В настоящее время информация в воспроизводственном процессе имеет тройственную природу:

- информация необходима для функционирования всех стадий процесса воспроизводства. Для организации производства используется различная информация: технологии, стандарты, процессы. При распределении и обмене необходимо обладать информацией о том, кому передаем товары и услуги. И даже при потреблении необходима информация о том, что и в каких количествах потребляется;

- сама информация может выступать специфическим экономическим благом, которое производится, распределяется, обменивается и потребляется. В процессе овеществления информации происходит создание новых технологий, разработка новых товаров, оборудования, других нематериальных предметов;

- информация является связующим звеном между всеми стадиями воспроизводства. Без налаженных информационных потоков эффективный воспроизводственный процесс невозможен. Функционирование информационных потоков является условием жизнеобеспечения фирмы, ее многомерного информационного пространства, которое доносит до каждой клеточки фирмы, как живого организма, информацию, как «питание», а через механизм обратных связей – информацию как «интерес».

Рынок информации – это совокупность экономических отношений по поводу оказания информационных услуг; сбора, обработки, систематизации информации, ее купли-продажи конечному потребителю. Рынок информации делится на:

1. Рынок первичной или оригинальной информации – это уникальный товар, имеющийся в одном экземпляре, доступный одному или нескольким, не связанным между собой субъектам;

2. Рынок тиражированной информации. Информацию можно произвести лишь однажды, то есть это единичный процесс, а тиражирование и распространение её – другие процессы, схожие с производством однородных промышленных товаров.

Характерные черты рынка первичной информации:

- максимально индивидуализирован;
- минимальное количество участников (чаще всего с одним покупателем и одним продавцом);
- конкуренция ограничена, во многих случаях отсутствует;
- цена не является главным регулятором спроса и предложения;
- неценовые факторы спроса, в первую очередь – риск, с которым сталкивается потенциальный покупатель, определяют цену и тем самым регулируют

ют рынок.

Рынок информации подразделяется на два сегмента: гражданский и деловой.

Информация в гражданском сегменте – научно-технические, политические, экономические, справочные, культурные и другие сведения – имеет относительно низкую цену. Сведения же для бизнеса обладают высокой стоимостью. Особенно когда это конфиденциальная информация.

Рынок информационных продуктов условно может быть разделен на пять секторов:

1. Рынок информации для специалистов:

- профессиональная информация;
- научно-техническая информация;
- доступ к первоисточникам.

2. Рынок деловой информации:

- биржевая и финансовая информация;
- статистическая информация;
- коммерческая информация.

3. Рынок потребительской информации:

- новости;
- потребительская информация;
- развлекательная информация.

4. Рынок информационных услуг образования:

5. Рынок инфокоммуникационных технологий (ИКТ);

- цивилизованный рынок ИКТ;
- теневой рынок ИКТ.

Информационное предпринимательство – это процесс создания и продвижение на рынке информационных товаров, услуг, формы и наполнение, которых постоянно изменяются, под влиянием требований инновационной экономики и её рыночного спроса.

Спрос на информацию порождается желанием субъекта снять или уменьшить риск или неопределенность той или иной ситуации и растет с возрастанием степени риска.

Предложение информации связано с тем, что продавцом движет желание извлечь доход посредством снятия или уменьшения беспокойства у потребителя. Предложение также имеет прямую зависимость от степени риска, которому подвержен потенциальный потребитель.

Основной особенностью рыночного ценообразования на информацию как товар является то, что реальный процесс формирования цен происходит не в среде производства, а в среде реализации продукции, т.е. на рынке под воздействием спроса и предложения.

Ключевые понятия

1. Рынок факторов производства.

2. Рынок труда.
3. Заработная плата.
4. Ставка заработной платы.
5. Рабочая сила.
6. Рынок земли.
7. Земельная рента.
8. Арендная плата.
9. Дифференциальная рента.
10. Монопольная рента.
11. Капитал.
12. Рынок информации.
13. Информация.

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. В чем состоит специфика оценки факторов производства?
2. От чего зависит спрос на факторы производства и почему его называют производным спросом?
3. Что может вызвать рост спроса на ресурс?
4. Почему кривая спроса на ресурс имеет отрицательный наклон?
5. Как спрос отрасли на ресурс связан со спросом на ресурс со стороны каждой отдельной фирмы?
6. Почему нельзя просто суммировать все будущие доходы, создаваемые активом, вычесть общие издержки и принять результат за цену, которую мы были бы готовы платить за этот актив?
7. Что такое информация?
8. В чем специфика функционирования информационного рынка?
9. Что понимается под инвестиционной активностью и какие факторы оказывают на нее влияние?
10. С каким из видов физического капитала (основного или оборотного) связана категория амортизации?
11. В чем заключается метод дисконтирования и какова цель его применения?
12. В чем состоит полезность труда? Что произойдет, если полезность любого часа труда работника окажется ниже его издержек?

Часть 2. Практические задания для самоподготовки

2.1. Перечень вопросов для самоподготовки по курсу «Микроэкономика»

1. Микроэкономика: предмет и методология.
2. Рынок: функции, классификация: по типам, видам и структуре.
3. Механизм рынка – общая характеристика.
4. Равновесие. Сдвиги равновесия. Равновесие в мгновенном, коротком и длительном периодах.
5. Инструменты вмешательства государства в механизм спроса и предложения.
6. Эластичность спроса и предложения.
7. Конкуренция. Модель пяти сил конкуренции Портера.
8. Информация и человеческий капитал – главные факторы развития постиндустриальной экономики.
9. Предпринимательская деятельность: черты, функции и условия развития.
10. Кардиналистская теория измерения полезности.
11. Ординалистская теория измерения полезности.
12. Кривая безразличия и ее свойства. Предельная норма замещения и ее виды.
13. Бюджетное ограничение потребителя. Равновесие потребителя.
14. Функциональный и нефункциональный спрос. Эффект сноба и эффект подражания большинству.
15. Структура потребительского спроса под влиянием изменения цены и дохода. Кривая Энгеля и ее экономический смысл.
16. Эффект замены и эффект дохода для нормальных и некачественных товаров.
17. Поведение потребителя в условиях неопределенности и риска.
18. Природа фирмы, ее основные черты.
19. Классификация фирм общая и по рыночной стратегии.
20. Микро- и макросреда фирмы.
21. Изокванта и ее свойства. Предельная норма технологического замещения.
22. Изокоста и равновесие фирмы.
23. Эффективность на уровне фирмы. Краткосрочный и долгосрочный путь развития фирмы.
24. Понятие издержек производства. Альтернативные издержки. Издержки бухгалтерские и экономические.
25. Общие, средние и предельные издержки в краткосрочном и долгосрочном периоде.
26. Производственная функция. Общий, средний и предельный продукт.
27. Выручка: общая, средняя и предельная. Прибыль экономическая и бухгалтерская. Нормальная прибыль.
28. Рынки факторов производства. Спрос фирмы на производственные факторы.

- 29. Предложение на рынке капитала.
- 30. Основной и оборотный капитал.
- 31. Долгосрочное инвестирование и дисконтированная стоимость.
- 32. Процентная ставка. Роль реальной процентной ставки в развитии экономики.
- 33. Рынок труда и его основные черты. Спрос и предложение на рынке.
- 34. Равновесие на рынке труда. Средняя и минимальная заработная плата.
- 35. Роль профсоюзов на рынке труда.
- 36. Монополия на рынке труда.
- 37. Спрос и предложение на рынке земли. Цена земли и арендная плата.
- 38. Земельная рента. Дифференциальная и чистая.
- 39. Экономическая рента. Политическая рента и ее роль в экономике.
- 40. Информация: понятие, сущность, виды. Информация и риски.

2.2. Тесты

Тест 1

Выберите единственный верный ответ.

- 1. Какие факторы сдвигают кривую производственных возможностей влево?
 - а) открытие новых месторождений полезных ископаемых;
 - б) рост численности населения;
 - в) уменьшение численности населения;
 - г) международная торговля;
 - д) научно-технический прогресс.
- 2. Банк начисляет процент по вкладу как на первоначально внесенную сумму, так и на сумму ранее начисленных процентов. Такая схема начисления процентов называется:
 - а) простым процентом;
 - б) сложным процентом;
 - в) процентом по кредиту;
 - г) выгодным процентом;
 - д) нет верного ответа.
- 3. У человека, который имеет возможность получить работу с оплатой от 100 до 150 р./ч., альтернативные издержки одного часа досуга равны (р./ч.):
 - а) 100;
 - б) 125;
 - в) 150;
 - г) 200;
 - д) нет правильного ответа.

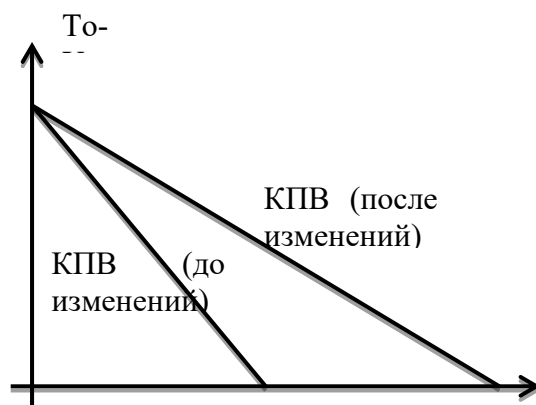
4. Акция «купи товар и получи второй такой же бесплатно» эквивалента скидке:

- а) 10 %;
- б) 20 %;
- в) 50 %;
- г) 100 %;
- д) 200 %.

5. При неизменности дохода увеличение суммы налогового сбора быстрее средней ставки налога возможно при налогах, относящихся к категории:

- а) прогрессивных;
- б) регрессивных;
- в) пропорциональных;
- г) аккордных;
- д) такая ситуация вообще невозможна.

6. На графике изображены две кривые производственных возможностей рабочей бригады, которая состоит из работников одинаковой квалификации, до и после некоторых изменений. Какое событие могло привести к сдвигу кривой производственных возможностей?



- а) уменьшение средних издержек производства товара X;
- б) увеличение средних издержек производства товара X и увеличение количества работников в бригаде;
- в) увеличение количества работников в бригаде;
- г) уменьшение средних издержек производства товара Y;
- д) уменьшение средних издержек производства товара Y и увеличение количества работников в бригаде.

7. В микроэкономическом анализе под производством понимается:

- а) процесс преобразования производственных ресурсов в блага;
- б) процесс создания материальных благ;
- в) процесс, посредством которого решается проблема редкости благ;
- г) процесс создания благ, отвечающих требованиям рыночного спроса;

д) процесс создания благ, отвечающих максимизации полезности потребителей.

8. В некоторой стране производятся два товара – крестики и нолики. В стране есть 10 областей, и КПВ каждой из них в производстве крестиков и ноликов линейна. Известно, что во всех областях наклон КПВ различный. В настоящий момент производство крестиков и ноликов осуществляется в стране эффективно. Тогда

- а) в каждой из областей производятся либо только крестики, либо только нолики;
- б) в каждой из областей производятся и крестики, и нолики;
- в) найдется максимум одна область такая, что в ней производятся и крестики, и нолики;
- г) найдутся 0, 1 или 2 области такие, что в каждой из них производятся и крестики, и нолики;
- д) нет верного ответа.

9. Для студентов альтернативную ценность обучения в университете отражает:

- а) размер стипендии;
- б) максимальный заработок, который можно получать, бросив учебу;
- в) затраты государства на образование среднестатистического специалиста;
- г) затраты родителей на содержание студента;
- д) все ответы верны.

10. Если в экономике вместо денежного обращения используется бартерный обмен, то:

- а) увеличатся транзакционные издержки обращения;
- б) увеличатся запасы денег у населения;
- в) снизятся транзакционные издержки обращения;
- г) уменьшатся запасы денег у населения;
- д) транзакционные издержки обращения не изменяться.

Ответы:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
в	б	в	в	д	а	а	в	б	а

Тест 2.

Выберите все верные ответы.

1. К средствам ведения неценовой конкуренции не относят:

- а) организацию выставок, проведение ярмарок;
- б) сезонные скидки;
- в) организацию рекламной деятельности;

г) улучшение качества конкурентоспособной продукции.

2. Эластичность спроса по цене отрицательна для следующей группы товаров:

- а) обычные товары;
- б) товары Гиффена;
- в) элитные товары;
- г) товары низшей категории;
- д) товары-заменители.

3. Обратная функция спроса для $q = 80 - 4p$ имеет вид:

- а) $q = 1 / (80 - 4p)$;
- б) $q = 4p - 80$;
- в) $p = 80 - 4q$;
- г) $p = 20 - 0,25q$;
- д) $q = 20 - 0,25p$.

4. Падение цен на 30 % и последующее увеличение на 50 % означают, что в итоге:

- а) цены остались неизменными;
- б) цены выросли на 5 %;
- в) цены выросли на 15 %;
- г) цены выросли на 20 %;
- д) цены выросли на 40 %.

5. Коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А по цене товара В имеет отрицательное значение. Это означает, что:

- а) А и В являются товарами-субститутами;
- б) А и В являются комплементарными товарами;
- в) А и В являются независимыми товарами;
- г) спрос на товар А неэластичен по цене;
- д) коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А по цене товара В не может иметь отрицательное значение.

6. Рост уровня цен и падение объема выпуска являются следствием:

- а) смещения кривой совокупного спроса вправо;
- б) смещения кривой совокупного спроса влево;
- в) негативного шока со стороны совокупного предложения;
- г) технологического шока;
- д) нет верного ответа.

7. Какое из перечисленных событий, при прочих равных условиях, повлияет на наблюдаемую эластичность спроса по цене товара Х не в том направлении, что остальные?

- а) появление у товара Х большого числа заменителей;

- б) переход к рассмотрению более длительного периода времени;
- в) переход товара X из группы товаров роскоши в товары первой необходимости;
- г) моральное устаревание товара X;
- д) направление изменения эластичности во всех случаях будет одинаковым.

8. На некотором рынке две группы потребителей, функция спроса каждой из которых имеет строго отрицательный наклон. Обе группы в равновесии потребляют положительное количество товара. Предложение же имеет строго положительный наклон. Если спрос одной из групп возрастет, то объем покупок другой группы.

- а) вырастет или не изменится;
- б) недостаточно информации для ответа.
- в) сократится;
- г) вырастет;
- д) не изменится.

9. Для производства биодизельного топлива в Германии используют растение рапс. Это топливо при попадании в воду не причиняет вреда растениям и животным и подвергается полному биологическому распаду в течение месяца. Применяется биодизель в автотранспорте. Что, скорее всего, произойдет, если упадет цена на рапс?

- а) сокращение предложения биодизеля и рост спроса на услуги автотранспорта;
- б) сокращение предложения биодизеля и сокращение предложения услуг автотранспорта;
- в) рост предложения биодизеля и рост спроса на услуги автотранспорта;
- г) рост предложения биодизеля и сокращение спроса на услуги автотранспорта;
- д) рост предложения биодизеля и рост спроса на бензин и керосин;
- е) нет верного ответа.

10. К товарам неэластичного спроса относятся:

- а) инсулин;
- б) автомобили;
- в) желтые автомобили;
- г) соль;
- д) соль йодированная.

Ответы:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
б	а	г	б	б	в	в	в	в	а, г

Тест 3.

Выберите единственный верный ответ.

1. Кривые безразличия не могут...

- а) пересекаться;
- б) быть параллельные;
- в) перпендикулярные;
- г) скрещивающимися.

2. Закон убывающей предельной полезности устанавливает зависимость между:

- а) желанием потребителя иметь данное благо и его материальными возможностями;
- б) количеством благ в оптимальном потребительском наборе;
- в) общей полезностью и объемом потребления данного блага;
- г) предельной полезностью и общей полезностью;
- д) предельной полезностью и объемом потребления данного блага.

3. Если предельная полезность каждого из благ для некоторого потребителя постоянна, но различна, то он направит свой доход...

- а) на благо с максимальной предельной полезностью;
- б) на благо с минимальной ценой;
- в) на благо с минимальным отношением цены к уровню предельной полезности;
- г) на покупку благ обратно пропорционально значениям их цен;
- д) на покупку благ пропорционально значениям их предельных полезностей.

4. Гипотеза полной упорядоченности:

- а) потребитель предпочитает большее количество данного блага меньшему его количеству;
- б) если потребитель предпочитает набор A набору B , а набор B набору C , то он предпочитает набор A набору C ; соответственно, если набор A для потребителя равнозначен набору B и набор B равноценен набору C , то A и C тоже для него равнозначны;
- в) при наличии двух различных наборов благ потребитель всегда предпочитает один из них другому или признает их равнозначными (одинаково предпочтительными);
- г) при наличии двух одинаковых наборов благ потребитель считает, что любой из них не хуже другого;
- д) нет верного ответа.

5. Кривые безразличия имеют вид прямой линии с отрицательным наклоном в том случае, если:

- а) функция полезности является возрастающей;

- б) отношение предпочтения является строго монотонным;
- в) они описывают предпочтение потребителя относительно товаров – совершенных compleментов;
- г) отношение предпочтения является отрицательным;
- д) нет верного ответа.

6. 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 ценами и товаров, которые покупаются;
- г) только предпочтениями потребителя;
- д) нет верного ответа.

7. Если будет изобретен вечный двигатель, то из теории потребительского поведения исчезнет постулат:

- а) множественности видов потребления;
- б) ненасыщенности;
- в) транзитивности;
- г) все постулаты сохраняют свою силу.

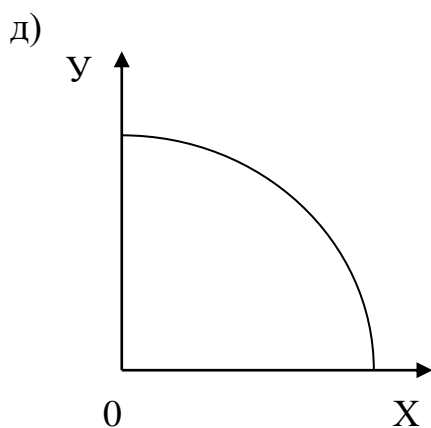
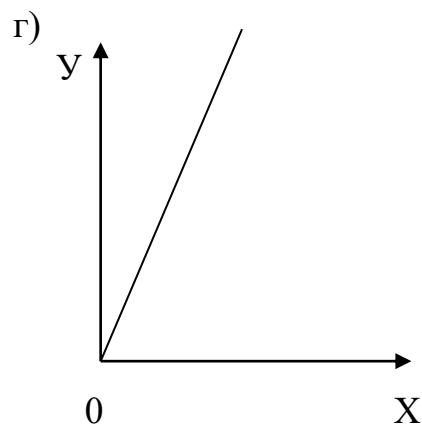
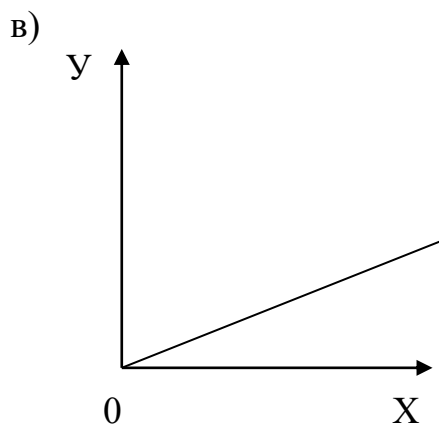
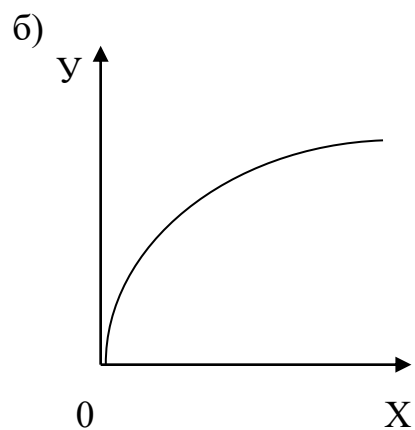
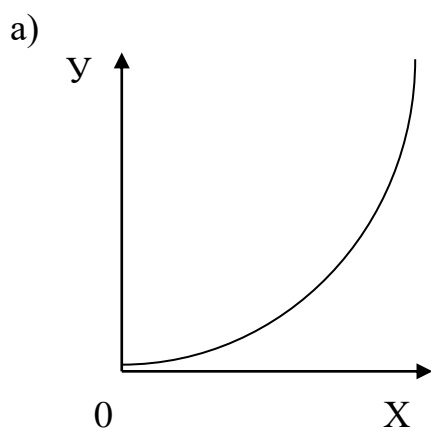
8. Основоположником австрийской школы, представители которой развивали кардиналистскую теорию полезности, является:

- а) Г. Госсен;
- б) К. Менгер;
- в) Е. Бем-Баверк;
- г) Й. Шумпетер;
- д) А. Смит.

9. В равновесии рациональный индивид потребляет 2 кг помидоров по цене 3 р. за 1 кг и 4 кг груш по цене 5 р. за 1 кг. Чему равна для него предельная норма замены груш помидорами:

- а) $2/4$;
- б) $1/4$;
- в) $3/5$;
- г) $5/3$;
- д) $1/5$.

10. Какая кривая уровня жизни соответствует ситуации, когда У – высококачественное благо, Х – низкокачественное (благо низшей категории):



Ответы:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	д	в	в	в	г	б	б	в	а

Тест 4.

Выберите единственный верный ответ.

1. В точке минимальных средних издержек предельные издержки должны быть:

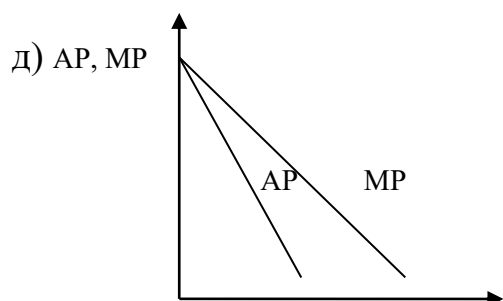
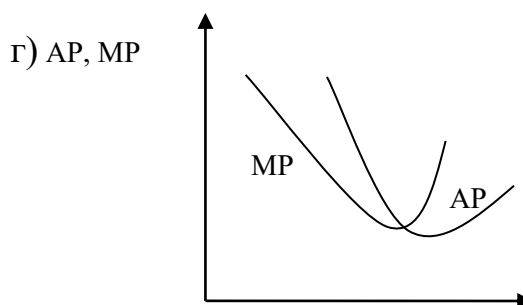
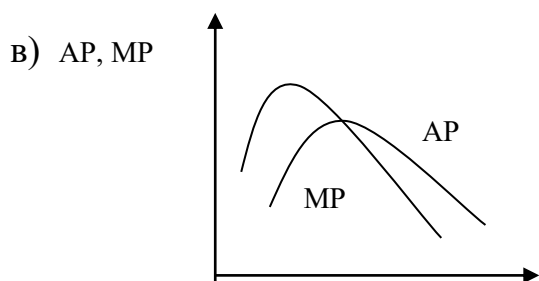
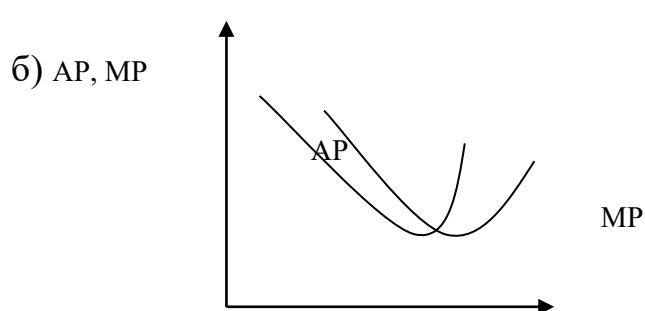
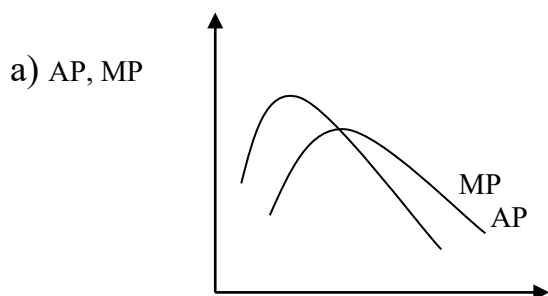
- а) больше, чем средние издержки;
- б) меньше, чем средние издержки;

- в) равны средним издержкам;
- г) минимальными;
- д) максимальными.

2. Дополнительный объем выпуска, полученный в результате использования в процессе производства еще одной единицы этого ресурса, при постоянстве других ресурсов, называется

- а) предельным продуктом;
- б) предельным ресурсом;
- в) постоянным продуктом;
- г) постоянным ресурсом;
- д) допустимым продуктом.

3. Какой из приведенных графиков правильно отражает существующую стандартную зависимость между средним и предельным продуктом переменного фактора?



4. Если постоянные издержки равны 1000, а функция предельных издержек имеет вид $MC = 25 + 10Q$, тогда общие издержки описываются функцией:

- а) $TC = 1000 + 25 + 10Q$;
- б) $TC = 1000 + 25Q + 10Q^2$;

- в) $TC = 25Q + 10Q^2$;
- г) $TC = 1000 + 25Q + 5Q^2$;
- д) невозможно определить на основе представленной информации.

5. Полученные от торговли наркотиками доходы дельцам мафии приходится «отмывать», чтобы иметь возможность их легально использовать. Расходы, связанные с «отмыванием» «грязных» денег, относятся к:

- а) постоянным издержкам;
- б) переменным издержкам;
- в) предельным издержкам;
- г) альтернативным издержкам наркобизнеса;
- д) средним издержкам.

6. У конкурентной фирмы в положении равновесия:

- а) $MC = MR = P$;
- б) $AR = MR > P$;
- в) $P = AC - MC$;
- г) $MR = P - AR$;
- д) $MR = P + AR$.

7. Если фирма является запредельной, то ее владелец должен стремиться:

- а) минимизировать масштабы производства;
- б) наращивать масштабы производства;
- в) удерживать производство на таком уровне, чтобы $MC = AVC$;
- г) продать свою фирму;
- д) нет верного ответа.

8. Какие из перечисленных издержек не учитываются при поиске оптимального объема выпуска фирмы:

- а) средние необратимые издержки;
- б) средние переменные издержки;
- в) предельные издержки;
- г) внутренние издержки;
- д) внешние издержки.

9. Трансакционные издержки – это:

- а) издержки на единицу выпускаемой продукции;
- б) издержки, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции;
- в) сумма постоянных и переменных издержек;
- г) издержки в сфере обращения, связанные с передачей прав собственности;
- д) издержки экономического выбора.

10. В производственной функции $Q = f(F_1, F_2 \dots F_n)$ – $F_1, F_2 \dots F_n$ есть:

- а) экономические потребности;
- б) производственные ресурсы;

- в) издержки производства;
- г) экономические блага;
- д) основные доходы.

Ответы:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
в	а	в	г	б	а	г	а	б	г

Тест 5.

Выберите все верные ответы.

1. Если в краткосрочном периоде на рынке совершенной конкуренции рыночная цена на продукцию, производимую данной фирмой, вдруг значительно снизиться, то фирма:

- а) сократит производство, руководствуясь равенством $P = MC$;
- б) расширит производство, чтобы компенсировать снижение цены ростом объема продаж;
- в) будет продолжать производство, пока цена превышает средние переменные издержки фирмы.
- г) прекратит производство, чтобы не работать с убытками;
- д) оставит объемы производства неизменными в расчете на кратковременность спада;

2. «Ломаная» кривая спроса для фирмы на рынке олигополии предлагает:

- а) разрыв в кривой выручки;
- б) разрыв в кривой предельной выручки;
- в) разрыв в кривой спроса;
- г) ничего не означает.

3. Пятипроцентная скидка пенсионерам в супермаркете является примером ценовой дискриминации:

- а) первой степени;
- б) второй степени;
- в) третьей степени;
- г) совершенной ценовой дискриминации;
- д) не является ценовой дискриминацией.

4. Демпинг означает:

- а) продажу продукции в кредит;
- б) обвал национальной валюты;
- в) отказ фирмы платить по своим обязательствам;
- г) продажу продукции дешевле себестоимости;
- д) сговор фирм с целью максимизации прибыли.

5. Что из перечисленного принципиально отличает олигополию от других рыночных структур?

- а) свобода вступления в отрасль и выхода из отрасли;
- б) отсутствие близких заменителей у производимого товара;
- в) стратегическое поведение фирм;
- г) использование правила $MR = MC$ для определения оптимального объема выпуска;
- д) дифференциация продукта.

6. В отличие от конкурентной фирмы, для монополии в точке максимума прибыли выполняется условие:

- а) $MR = MC$;
- б) $P = MC$;
- в) $MR = P$;
- г) $P > AVC$;
- д) $P > MC$.

7. Совершенно конкурентная фирма, получающая только нормальную прибыль, выбрала такой оптимальный объем производства, при котором разница между ценой и средними переменными издержками составила 7. Постоянные издержки при выбранном объеме равны переменным и составляют 287. Чему равно минимальное значение средних издержек фирмы?

- а) 41;
- б) 2009;
- в) 7;
- г) 14;
- д) недостаточно информации для ответа.

8. Фирма-монополист на рынке продукта будет нанимать дополнительных рабочих на конкурентном рынке труда до тех пор, пока не будет соблюдаться равенство:

- а) $P * MP_L = w$;
- б) $P * w = MP_L$;
- в) $MR * MP_L = W$;
- г) $MR = w * MP_L$;
- д) $MR * w = MC$.

9. На экспертном совете ФАС в 2014 г. рассматривались ситуации, когда управляющие компании либо необоснованно препятствуют оператору связи в доступе в многоквартирный дом, либо устанавливают необоснованные требования по размещению оборудования связи, либо предъявляют необоснованные требования по демонтажу уже размещенного оборудования. Какую характеристику рынка описывают данные ситуации?

- а) конкурентные преимущества;
- б) барьеры входа;

- в) дифференциация продукта;
- г) ценовая дискриминация;
- д) экономия на масштабах.

10. Какая из стратегий ценообразования не характерна для рынка олигополии:

- а) тайный сговор;
- б) лидерство в ценах;
- в) «издержки плюс»;
- г) ценовая дискриминация;
- д) нет верного ответа.

Ответы:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а, в	б	в	г	в	д	г	в	б	г

Тест 6.

Выберите единственный верный ответ.

1. К числу факторов производства относятся:

- а) товары и услуги;
- б) выручка и издержки;
- в) труд, земля и капитал;
- г) экспорт и импорт;
- д) трансферты и субсидии.

2. Кривая спроса на труд фирмы, нанимающей работников на конкурентном рынке:

- а) горизонтальна;
- б) имеет отрицательный наклон;
- в) имеет положительный наклон;
- г) может иметь различный наклон;
- д) вертикальна.

3. Какой эффект преобладает на участке кривой предложения труда с отрицательным наклоном:

- а) эффект выпуска;
- б) ценовой эффект;
- в) эффект дохода;
- г) эффект замещения;
- д) нет верного ответа.

4. Эластичность спроса на труд тем выше:

- а) чем ниже доля расходов на труд в издержках фирмы;

- б) чем ниже цена готовой продукции;
- в) чем выше ценовая эластичность спроса на готовую продукцию;
- г) чем меньше возможность замены труда капиталом в данном производственном процессе;
- д) нет верного ответа.

5. Человеческий капитал – это:

- а) знания и навыки, накопленные человеком в результате обучения и предыдущей трудовой деятельности и влияющие на возможность его трудоустройства и уровень получаемой зарплаты;
- б) сумма денег, необходимая для приобретения человеком объема продуктов питания не ниже физиологических норм, а также удовлетворения на минимально необходимом уровне его потребностей в одежде, обуви, жилье, транспортных услугах, предметах санитарии и гигиены;
- в) документ по итогам переговоров между правительством, объединениями работодателей и профсоюзов, определяющий общие направления изменения условий купли-продажи рабочей силы в целом по стране;
- г) денежное пособие, получаемое гражданином после достижения им установленного законом возраста и при условии, что он отработал определенное число лет;
- д) сумма денег, полученная гражданином или семьей в целом за определенный период времени.

6. Аккордный налог на заработную плату вызывает:

- а) снижение эластичности предложения труда;
- б) увеличение эластичности предложения труда;
- в) сохранение формы кривой индивидуального предложения труда;
- г) параллельный сдвиг кривой индивидуального предложения труда вверх;
- д) все ответы верны.

7. Общий объем инвестиций фирмы составил 200 тыс. дол., амортизация – также 200 тыс. дол. Это означает, что:

- а) чистые инвестиции фирмы равны нулю;
- б) чистые инвестиции фирмы составляют 200 тыс. дол.;
- в) чистые инвестиции фирмы составляют 400 тыс. дол.;
- г) такая ситуация невозможна, поскольку амортизация не может быть равна общему объему инвестиций;
- д) чистые инвестиции фирмы составляют 100 тыс. дол.

8. Реальная ставка процента по депозитам по сравнению с прошлым годом выросла, а сбережения семьи Петровых сократились. Это означает:

- а) эффект замещения перевесил эффект дохода;
- б) эффект дохода и эффект замещения действовали в противоположных направлениях;

в) эффект дохода и эффект замещения действовали в одном и том же направлении;

г) эффект дохода перевесил эффект замещения;

д) нет верного ответа.

9. Цена земли зависит от:

а) величины ежегодной ренты;

б) ставки банковского процента;

в) величины альтернативного дохода покупателя земли;

г) верно все указанное;

д) нет верного ответа.

10. Чистая экономическая рента:

а) это дифференциальная рента, получаемая собственниками земли;

б) это весь объем ренты, получаемой собственниками земли;

в) это разница между всем объемом ренты, получаемой собственниками земли, и объемом дифференциальной ренты;

г) все указанное неверно;

д) нет верного ответа.

Ответы:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
в	б	в	в	в	а	а	г	г	в

2.3. Примеры решения задач

Задача 1

В экономике страны А используется 20 единиц труда, в экономике В – 30 единиц. Производственные возможности экономики страны А отражены в уравнении $40 = 5x + 2y$, а производственные возможности страны В – в уравнении $54 = 3x + 1,5y$.

1. Экономика какой страны обладает абсолютным преимуществом в производстве благ X и Y?

2. Покажите, в производстве какого товара каждая из экономик обладает сравнительным преимуществом.

3. Определите объем производства благ X и Y для каждой экономики, если предполагается, что в каждой экономике блага потребляются в пропорции 1 единица X на 1,5 единицы Y.

4. Определите объемы выпуска с учетом реализации принципа сравнительного преимущества (предполагается, что пропорция обмена соответствует середине интервала допустимых значений).

Решение:

При определении абсолютного преимущества рассчитывается производительность труда по каждому из продуктов. Для этого необходимо максимально возможный объем производства блага в каждой из экономик разделить на количество использованного труда.

Производительность труда в экономике страны А по $X = 0,4$.

Производительность труда в экономике страны А по $Y = 1$.

Производительность труда в экономике страны В по $X = 0,6$.

Производительность труда в экономике страны В по $Y = 1,2$.

Таким образом, экономика страны В обладает абсолютным преимуществом в производстве благ X и Y .

Объем производства блага Y следует выразить через объем производства блага X .

Для экономики страны А: $Y = 20 - 2,5X$.

Для экономики В: $Y = 36 - 2X$.

Экономика страны А обладает сравнительным преимуществом в производстве блага Y , а экономика страны В обладает сравнительным преимуществом в производстве блага X .

$Y = 1,1X$.

Соответственно, объем производства X в экономике А равен 5,56, а в экономике В он составит 11,61. Тогда объем выпуска Y в экономике А равен 6,11, а в экономике В – 12,77.

Пропорция обмена в соответствии с условием задачи должна установиться на уровне 2,25 блага X за единицу блага Y . Поскольку экономика страны А будет специализироваться на производстве блага Y , то новое уравнение, отражающее производственные возможности А, будет иметь вид:

$Y = 20 - 2,25X$.

В свою очередь для экономики страны В, специализирующейся на производстве блага X , новая линия производственных возможностей будет соответствовать уравнению: $X = 18 - 0,44Y$.

Соответственно, величина потребления X в экономике страны А будет равна 5,97, а Y – 6,567. В то же время размеры потребления X в экономике страны В составят 12,13, а Y – 13,34.

Так как размеры потребления X превышают производственные возможности страны В, то недостающая часть 0,1 единиц X будет произведена в экономике страны А.

Задача 2

Два фермера – Владимир Сергеевич и Петр Афанасьевич – могут выращивать горох и картофель, засеивая ими свои угодья в любой пропорции. Если Владимир Сергеевич все свои поля площадью 100 га отведет под горох, то соберет урожай 3000 т, а если под картофель, то получит 2000 т. У Петра Афанасьевича земли больше – 150 га, но она похуже, и он может получить 4800 т гороха и 2400 т картофеля.

Постройте общую кривую производственных возможностей Владимира

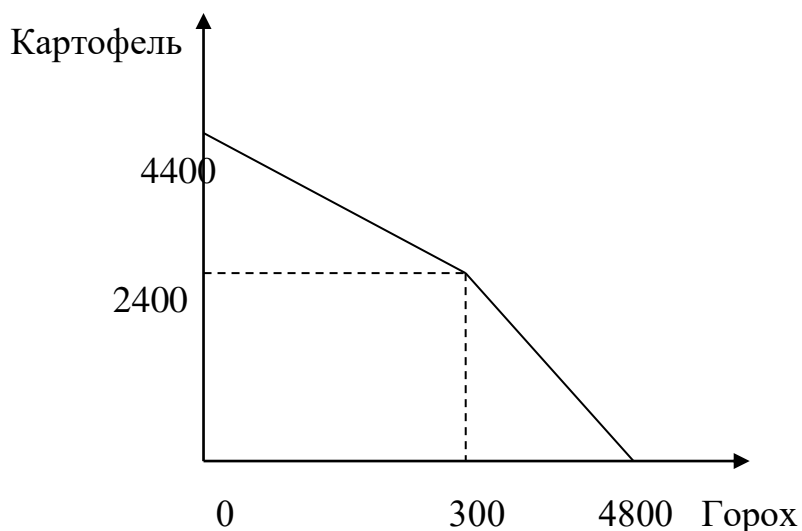
Сергеевича и Петра Афанасьевича.

Решение:

Альтернативная стоимость единицы картофеля выражается следующим соотношением: $1 \text{ к} = 1,5 \text{ г}$ (у Владимира Сергеевича); $1 \text{ к} = 2 \text{ г}$ (у Петра Афанасьевича).

Точки перегиба на кривой производственных возможностей:

А(4400к, 0с); Б(2400к, 3000с); В(0к, 4800с);



Задача 3

Спрос и предложение товара на внутреннем рынке описываются уравнениями $Q_d = 150 - 3P$ и $Q_s = 50 + 2P$. Цена мирового рынка установилась на уровне 10 ден. ед. Определите, как изменится величина импорта, если правительство введет субсидию в размере 10 ден. ед. за 1 шт. товара. Какую субсидию должно ввести государство для того, чтобы полностью исключить импорт и добиться экспорта в размере 15 шт. товара.

Решение:

После введения субсидии $Q_{s1} = 70 + 2P$, т.е. происходит расширение предложения. Теперь равновесная цена внутреннего рынка составит 16 ден. ед. т.е. превышает мировую только на 6 ден. ед. $Q_{S\text{внутр}} = 90$ при $P = 10$ ден. ед. Спрос остался на уровне 120 ед., тогда импорт стал 30 ед., а был 50 ед. Чтобы добиться экспорта в 15 шт., необходимо добиться предложения внутренних производителей в размере 135 ед. при $P = 10$ ден. ед. $Q_{S\text{внутр}} = 115 + 2P$. Для этого нужно ввести субсидию в размере 32,5 ден. ед. на единицу товара.

Задание 4

Функция издержек фирмы-монополиста: $TC = 0,5Q^2 + 2Q$. Функция спроса на продукцию фирмы: $P = 10 - 0,5Q$. Определите цену, при которой прибыль фирмы максимальна, и степень ее монопольной власти.

Решение:

Задача решается исходя из условий максимизации прибыли для фирмы-монополиста. $MC = Q + 2$; $MR = 10 - Q$;

$$MC = MR, Q = 4; P = 8;$$

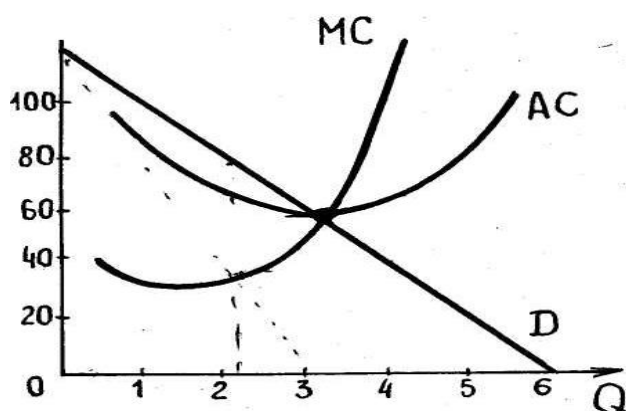
$$\Pi_{\text{монопол}} = 4 * 8 - 0,5 * 16 - 2 * 4 = 16.$$

Монопольная власть оценивается по индексу Лернера:

$L = (P - MC)/P = (8 - 6)/8 = 0,25$. То есть фирма может превысить цену, характерную для свободной конкуренции, на 25 %.

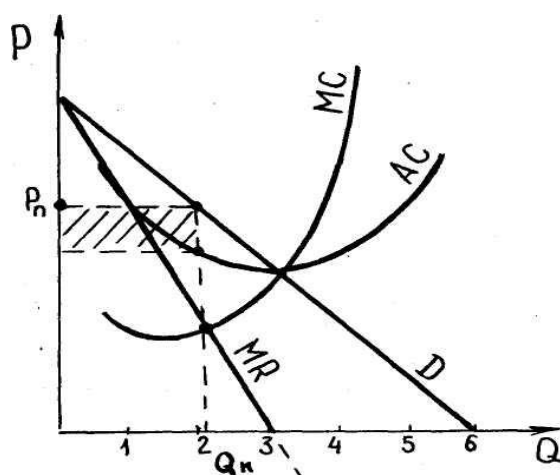
Задача 5

На графике изображены линия спроса, кривая средних издержек и предельных издержек. Какую кривую нужно еще нанести на график, чтобы определить уровень цены, обеспечивающий максимальную прибыль монополии?



Решение:

Необходимо изобразить кривую MR: тогда пересечение MR и MC поможет определить уровень монопольной цены P_n , при объеме производства Q_n .



Задача 6

Бухгалтер Вашей фирмы потерял отчетность издержек и прибыли фирмы. Он смог вспомнить только несколько цифр, Ваша задача, если это возможно,

восстановить утерянные данные.

Номер варианта	1	2	3
Цена (руб./шт.)			30
Выпуск и продажа, шт.	25	33	
Выручка, (тыс. р.)		1320	
Постоянные издержки, (тыс. р.)			
Переменные издержки, (тыс. р.)	800		1800
Совокупные издержки, (тыс. р.)			2000
Прибыль (тыс. р.)	250	120	
Рентабельность по издержкам, %			5

Решение:

Для *второго варианта* ведения бизнеса можно рассчитать:

$$P_2 = TR_2 / Q_2 = 1320 / 33 = 40 \text{ р./шт.}$$

$$TC_2 = TR_2 - \Pi_2 = 1320 - 120 = 1200 \text{ тыс. р.}$$

$$r_2 = (\Pi_2 / TC_2) * 100 = (120 / 1200) * 100 = 10 \text{ \%}.$$

Для *третьего варианта* находим:

$$\Pi_3 = TC_3 * r_3 = 2000 * 5 / 100 = 100 \text{ тыс. р.}$$

$$TR_3 = TC_3 + \Pi_3 = 2000 + 100 = 2100 \text{ тыс. р.}$$

$$Q_3 = TR_3 / P_3 = 2100 / 30 = 70 \text{ тыс. шт.}$$

$$FC_3 = TC_3 - VC_3 = 2000 - 1800 = 200 \text{ тыс. р.}$$

$$FC_1 = FC_2 = FC_3 = 200 \text{ тыс. р.}$$

Для *первого варианта* находим:

$$TC_1 = FC_1 + VC_1 = 200 + 800 = 1000 \text{ тыс. р.}$$

$$TR_1 = TC_1 + \Pi_1 = 1000 + 250 = 1250 \text{ тыс. р.}$$

$$r_1 = (\Pi_1 / TC_1) * 100 = (250 / 1000) * 100 = 25 \text{ \%}.$$

$$P_1 = TR_1 / Q_1 = 1250 / 50 = 25 \text{ р./шт.}$$

Для *второго варианта*:

$$VC_2 = TC_3 - FC_1 = 1200 - 200 = 1000 \text{ тыс. р.}$$

Результаты вычислений заносим в таблицу.

Номер варианта	1	2	3
Цена, P , руб./шт.	50	40	30
Выпуск и продажа, Q , шт.	25	33	70
Выручка, TR , тыс. р.	1250	1320	2100
Постоянные издержки, FC , тыс. р.	200	200	200
Переменные издержки, VC , тыс. р.	800	1000	1800
Совокупные издержки, TC , тыс. р.	1000	1200	2000
Прибыль, Π , тыс. р.	250	120	100
Рентабельность по издержкам, r , %	25	10	5

Задача 7

Марья Ивановна из фруктов покупает только яблоки по цене 80 р./кг и груши по цене 40 р./кг. Из своей зарплаты на покупку фруктов она выделяет ежемесячно 160 р. Если в системе координат выбран масштаб по оси X – 1 см = 1 кг яблок, а по оси y – 1 см = 1 кг груш, то кривая безразличия, определяющая

количество приобретаемых Марьей Ивановной за месяц фруктов, является дугой окружности с центром, отстоящим от обеих осей на 3 см. Сколько килограммов яблок покупает Мария Ивановна за месяц?

Решение:

Вначале на основе данных задачи составим бюджетное уравнение:

$$80x + 40y = 160, \quad (1)$$

где x – количество покупаемых яблок в кг,

y – количество покупаемых груш в кг.

Из уравнения (1) выводим уравнение бюджетной линии:

$$y = -2x + 4. \quad (2)$$

Точка, определяющая оптимальный выбор Марьи Ивановны, является точкой касания данной прямой и максимально удаленной от начала координат кривой безразличия. Согласно условию задачи, эта кривая – дуга окружности с центром в точке с координатами (3;3). Уравнение для такой окружности имеет вид:

$$R^2 = (x - 3)^2 + (y - 3)^2, \text{ где } R - \text{радиус.}$$

С учетом (2) это уравнение имеет вид:

$$R^2 = (x - 3)^2 + (-2x + 1)^2. \quad (3)$$

Требование, чтобы выгнутая вниз дуга окружности была максимально удалена от начала координат, приводит к необходимости минимизировать радиус этой окружности, а значит, и квадрат радиуса, т.е. функцию (3).

Чтобы найти особые точки функции (3), приравняем к нулю ее производную:

$$(R^2)' = ((x - 3)^2 + (-2x + 1)^2)' = 0, \text{ что после преобразований дает:}$$

$$(R^2)' = (5x^2 - 10x + 10)' = 0.$$

$$\text{Взяв производную, получаем: } (R^2)' = 2 * 5x - 10 = 0, \text{ откуда } x = 1 \text{ кг.}$$

Проверим, действительно ли при $x = 1$ достигается именно минимум функции (3). Определим для этого знаки производной в окрестностях найденной особой точки: $(R^2(0,5))' = 10 * 0,5 - 10 < 0$;

$$(R^2(2))' = 10 * 2 - 10 > 0.$$

Итак, при переходе через точку $x = 1$ производная функции (3) меняет знак с минуса на плюс, т.е. в этой точке данная функция достигает минимума.

Задача решена верно, ответ: 1 кг.

Задача 8

Постройте кривые безразличия для двух товаров для следующих ситуаций:

1. Вова очень любит минеральную воду, но ему абсолютно все равно, из каких бутылок ее пить – из полулитровых или двухлитровых.

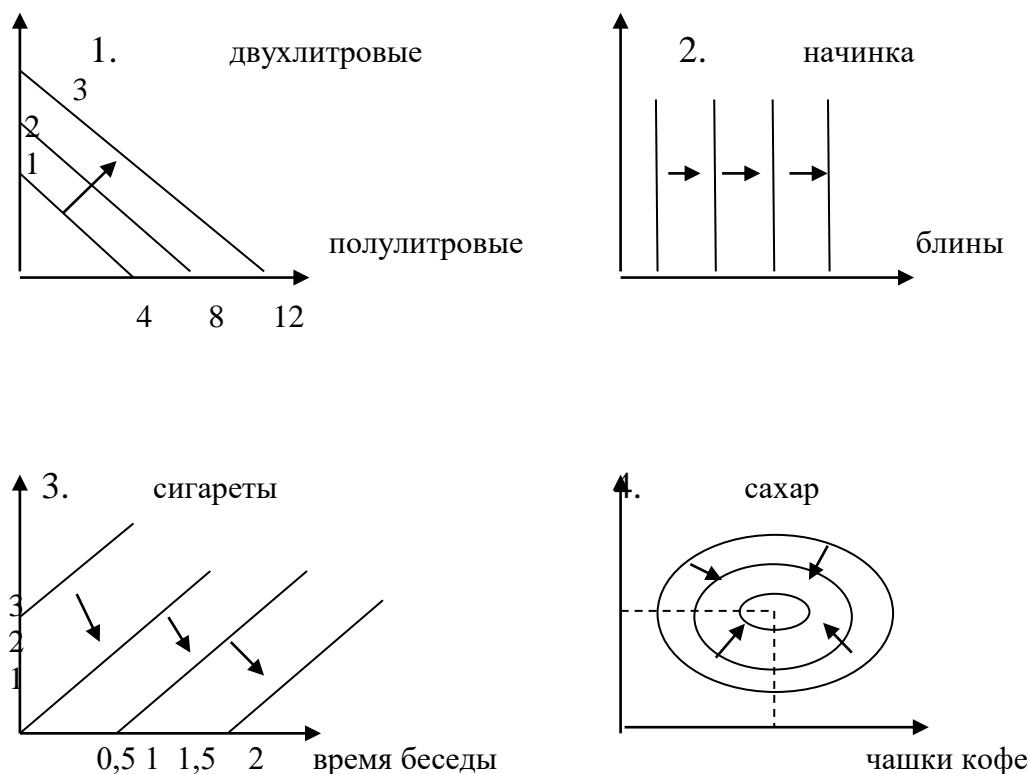
2. Диана любит блины совершенно независимо от того, есть ли в блинах начинка или нет.

3. Рома желает поговорить со своим другом Вовой, но не выносит табачного дыма. Хотя ради лишнего полчаса беседы он готов вытерпеть одну выкуренную Вовой сигарету.

4. Саша привык пить утром одну чашку кофе с двумя ложками сахара и очень не любит любых отклонений от привычного распорядка. Чем больше эти отклонения, тем хуже.

Решение:

Стрелкой показано направление увеличения полезности



Задача 9

Определите, что больше: эластичность предложения земли по ставке банковского процента или по земельной ренте.

Решение:

Предложение земли абсолютно неэластично. Эластичность в обоих случаях равна нулю. При конечной и не равной нулю эластичности предложения земли эластичность по ставке банковского процента отрицательная (меньше), эластичность по арендной плате положительная (больше).

Задача 10

Функция спроса на товар X имеет вид: $Q_x = 10 - 2P_1 + 0,5P_2$, где P_1 и P_2 – рыночные цены товаров X и Y. Определите коэффициенты прямой и перекрестной эластичности спроса на товар X при $P_1 = 3$ дол. и $P_2 = 10$ дол. К какой группе товаров (комплементарные, субституты или нейтральные) относятся товары X и Y.

Решение:

Коэффициент прямой эластичности спроса по цене равен $-0,67$, а перекрестной $+0,56$. Это – товары-субституты.

Словарь экономических категорий, понятий и терминов

Альтернативная стоимость – стоимость производства товара (услуги), измеряемая с точки зрения потерянной возможности заниматься наилучшим из доступных альтернативных видов деятельности, требующим того же времени или тех же ресурсов.

Амортизация – постепенное перенесение стоимости средств труда по мере их износа на производимый продукт (услугу). Переносимая стоимость аккумулируется в денежной форме в специальном амортизационном фонде. Величина суммы амортизационного фонда зависит от нормы амортизации.

Бюджетное ограничение – различные наборы товаров, которые могут быть куплены при данном размере дохода по средним рыночным ценам; бюджетное ограничение может быть выражено в виде кривой на графике.

Величина предложения (Q_s) – количество данного товара (услуги), предлагаемое к продаже на рынке по конкретной цене в определенный момент времени.

Величина спроса (Q_d) – количество данного товара (услуги), покупаемое на рынке по конкретной цене в определенный момент времени.

Выручка (TR) – денежная сумма, получаемая фирмой за реализованную продукцию. Рассчитывается как произведение объема проданной продукции на цену: $TR = PQ$.

Граница производственных возможностей (кривая производственных возможностей) – график зависимости между объемами выпуска двух товаров при максимально возможном использовании имеющихся ресурсов.

Дисконтированный доход – сумма дисконтированных будущих доходов.

Дисконтирование – приведение будущих денежных потоков к текущему периоду с учетом изменения стоимости денег с течением времени, то есть выражение будущего дохода в денежных единицах настоящего момента времени. Дисконтирование является универсальной методикой приведения будущих денежных потоков к настоящему моменту, основанной на понятиях сложных процентов.

Формула дисконтированной текущей стоимости денежных потоков выглядит следующим образом:

$$PV = \frac{CF_1}{1+r} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_N}{(1+r)^N} = \sum_{i=1}^N \frac{CF_i}{(1+r)^i}$$

где CF_i – денежные потоки i -го периода;

r – коэффициент дисконтирования;

N – число периодов.

Дифференциальная рента – одна из форм земельной ренты в виде дополнительного дохода, получаемого землевладельцем за счет большей плодородности земли на его земельном участке и более высокой эффективности труда; дополнительный доход, получаемый за счет использования более выгодных ресурсов, обладающих большей отдачей.

Закон возрастающих издержек – утверждение, согласно которому с ростом объема производства товара его альтернативная стоимость увеличивается.

Земельная рента – доход от использования земли, не связанный непосредственным образом с производственной деятельностью собственника земли, а получаемый им за предоставление земли как природного ресурса; часть прибыли от использования земли хозяйствующими на ней субъектами, которую получает собственник земли в соответствии со своим правом собственности.

Индекс Херфиндала – Хиршмана – показатель, характеризующий степень монополизма в отрасли; вычисляется как сумма квадратов рыночных долей фирм-поставщиков, представленных на рынке:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2 ,$$

где S_i – это рыночная доля фирмы i на рынке;

N – количество фирм.

Есть еще нормализованная формула, в которой величина индекса ограничена диапазоном от нуля до единицы. Чем больше индекс, тем выше опасность монополизации отрасли при слиянии двух или нескольких фирм.

При расчете индекса Херфиндала – Хиршмана используют данные об удельном весе продукции фирмы в отрасли. Предполагается, что чем больше удельный вес продукции фирмы в отрасли, тем больше потенциальные возможности для возникновения монополии. При расчете индекса все фирмы ранжируются по удельному весу от наибольшего до наименьшего:

$$I_{HH} = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2 ,$$

I_{HH} – индекс Херфиндаля – Хиршмана;

S_1 – удельный вес самого крупного предприятия;

S_2 – удельный вес следующего по величине предприятия;

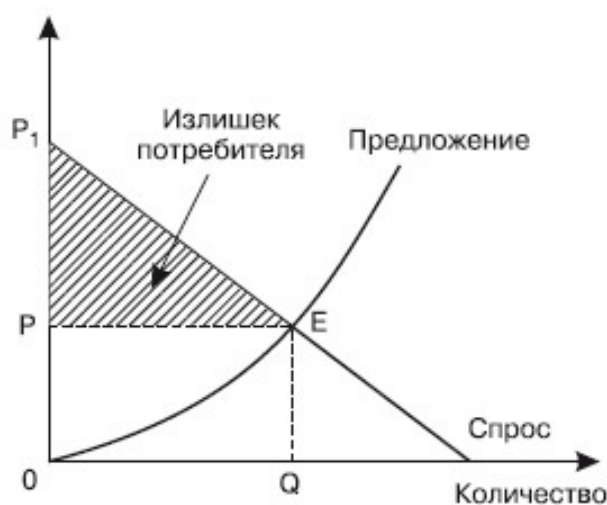
S_n – удельный вес наименьшего предприятия.

Если в отрасли функционирует лишь одно предприятие, то $S_1 = 100 \%$, а $I_{HH} = 10\,000$. Если в отрасли 100 одинаковых предприятий, то $S = 1 \%$, а $I_{HH} = 100$.

Издержки производства – стоимость ресурсов, используемых в процессе производства.

Излишек потребителя – разница между ценой, которую потребитель готов заплатить за товар, и той, которую он действительно платит при покупке, представляет собой максимальную цену, которую потребитель благ готов заплатить за покупку, за вычетом действительной цены товара.

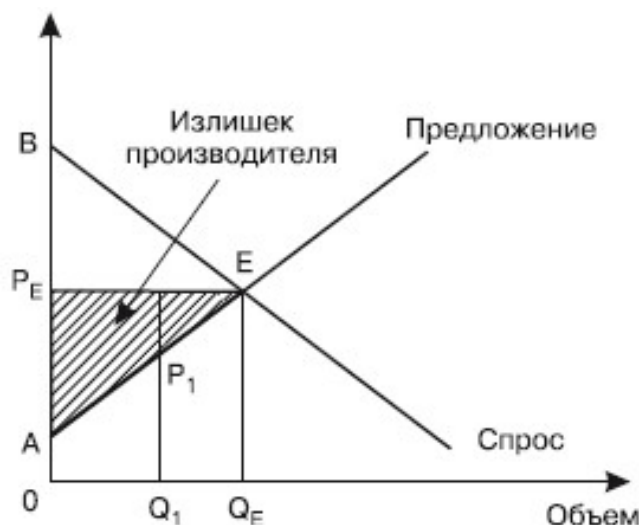
Излишек потребителя максимизируется только при совершенной конкуренции, когда цена устанавливается свободной игрой сил спроса и предложения на рынке и все потребители платят одинаковую цену. Однако если рыночная цена устанавливается максимизирующим прибыль монополистом, то образующиеся в результате этого сокращения объема и роста рыночной цены вызывают потери излишка потребителя.



Излишек производителя – дополнительные доходы, извлекаемые производителями в результате того, что цена на его благо превышает цену, по которой они готовы продавать это благо на рынке.

Общий излишек производителя от производства данного блага представляет собой разницу между доходом от реализации произведенных благ и минимальной суммой денег, которая устроила бы производителя при выпуске и продаже данного объема благ. Иначе – это разница между действительным доходом производителя и альтернативной стоимостью переменных ресурсов. Или разница между рыночной ценой и предельными издержками выпуска единицы блага. Понижение цены сокращает величину излишка производителя, повыше-

ние цены, наоборот, увеличивает излишки производителя.



Индекс цен – показатель изменения среднего уровня цен на товары, услуги или финансовые активы. Индекс цен выражается в виде соотношения между совокупной ценой определенного набора товаров и услуг (так называемой рыночной корзины) в данном году и ценой той же «корзины» в базовом году. Наиболее распространенным является индекс потребительских цен.

Инвестиции – вложения капитала с целью получения дохода за длительный период.

Коэффициент эластичности спроса – частное от деления относительного изменения объема реализации продукции, на которую есть спрос, на относительное изменение ее цены.

Рассчитывается по формуле:
$$E = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} / \frac{P_0 - P_1}{P_0},$$

где E – коэффициент эластичности;

Q_1 и Q_0 – соответственно начальный и конечный объем реализации продукции;

$P_0 - P_1$ – соответственно начальная и конечная цена продукции;

Коэффициент Лернера (L) – показатель монопольной власти, предложенный экономистом А. Лернером в 1934 г. Исходит из того, что измерителем монопольной власти является величина, на которую цена, максимизирующая прибыль, превышает предельные издержки. Рассчитывается по формуле:

$$L = \frac{P - MC}{P},$$

где L – Коэффициент Лернера, P – цена, MC – предельные издержки.

Коэффициент Лернера имеет численное значение от 0 до 1. Чем больше L, тем больше монопольная власть данной фирмы в своем секторе рынка. Сама по себе монопольная власть не гарантирует высокие прибыли, поскольку прибыль зависит от отношения средних издержек к цене. Фирма А может обладать большей монопольной властью, чем фирма В, но получать меньшую прибыль, если у нее существенно выше средние издержки.

Коэффициент экономической активности – представляет собой соотношение численности экономически активного населения к общей численности населения.

$$K_{\text{эконом.актив.населения}} = \frac{\text{Эконом.активное население}}{\text{Общая численность}}$$

Кривая безразличия – кривая, отражающая все возможные сочетания товаров, дающих одинаковую суммарную полезность для потребителя.

Линия бюджетного ограничения – графическое отображение ограничений со стороны дохода (бюджета) потребителя. В теории потребления точка на кривой бюджетного ограничения конкретного потребителя, лежащая одновременно и на его самой высокой из кривых безразличия, представляет собой точку максимизации полезности.

Ликвидность – способность актива с минимальными затратами и предельно быстро превратиться в наличные деньги.

Монопольная власть фирмы – Монопольная власть – способность фирмы-монополиста влиять на цену продукта (или услуги) и устанавливать ее выше предельных издержек, тогда как на конкурентном рынке цена равна предельным издержкам. Степень Монопольная власть фирмы определяется коэффициентом Лернера (см. Лернера коэффициент). Монопольная власть должна рассматриваться в динамике, поскольку высокие краткосрочные прибыли монополии могут соблазнить некоторые новые фирмы вступить в данный рынок и тем самым ограничить возможности монополии (снизить ее монопольная власть на долговременном этапе)

Общие (совокупные) издержки (ТС) – сумма всех затрат фирмы на производство продукции. Представляют собой сумму постоянных и переменных затрат фирмы. $ТС = FC + VC$.

Перекрестная эластичность спроса – степень реагирования величины спроса на один товар на изменение цены на другой товар. Коэффициент перекрестной эластичности спроса - это отношение процентного изменения величины спроса на товар А к процентному изменению цены товара В.

$$E_{AB} = (\Delta Q_A / Q_A) / (\Delta P_B / P_B).$$

Предельные издержки (МС) – прирост издержек, обусловленный приростом выпуска продукции.

$$MC = \Delta TC / \Delta Q.$$

Прибыль – положительная разница между выручкой и совокупными издержками фирмы. Отрицательная разница – убыток.

$$\Pi = TR - TC.$$

Прибыль с единицы продукции – частное от деления прибыли, получаемой в результате реализации конкретной продукции, на объем производства этой продукции.

$$\begin{aligned} \text{АП} &= \Pi / Q \text{ или} \\ \text{АП} &= \Pi / Q = (TR - TC) / Q = (P * Q - TC) / Q = \\ &= (PQ) / Q - TC / Q = P - TC / Q = P - AC \end{aligned}$$

Производственная функция – экономико-математическая зависимость в форме связи между количеством производимой продукции и факторами производства, в качестве которых в этой функции рассматриваются труд и капитал.
 $Q = f(K, L),$

где Q – объем выпуска;

f – математический символ функции;

K – капитал; L – труд.

Постоянные издержки (FC) – издержки, величина которых не зависит от объема выпускаемой продукции. Величина постоянных издержек всегда больше нуля, даже если объем производства равен нулю.

Переменные издержки (VC) – издержки, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции.

Полезность – способность блага удовлетворять одну или несколько потребностей человека.

Производственные возможности – сочетание выпуска двух продуктов в стране при максимальном использовании ее ресурсов.

Предложение – количество продукции, предлагаемой на рынок по определенной цене в определенный момент времени.

Равновесная цена – цена, складывающаяся на рынке при равенстве величин спроса и предложения.

Рабочая сила – общее число лиц, находящихся в трудоспособном возрасте, работающих или безработных, за исключением находящихся в психиатрических больницах и исправительных учреждениях.

Рентабельность производства по издержкам – частное от деления прибыли на величину совокупных издержек.

$$r = (П/ТС) * 100 \%$$

Средние совокупные издержки (АС) – совокупные издержки в расчете на единицу выпускаемой продукции, то есть частное от деления совокупных издержек на объем выпуска.

$$AC = TC/Q.$$

Средние переменные издержки (AVC) – переменные издержки в расчете на единицу продукции, то есть частное от деления переменных издержек AVC на объем выпуска.

$$AVC = VC/Q.$$

Средние постоянные издержки (AFC) – постоянные издержки в расчете на единицу продукции, то есть частное от деления постоянных издержек на объем выпуска.

$$AFC = FC/Q.$$

Специализация – концентрация ресурсов для производства одного или нескольких товаров.

Спрос – желание и возможность потребителей приобрести определенное количество товаров по определенной цене в определенный момент времени.

Ставка дисконтирования – это ставка дохода, который можно получать на свои деньги, если отказаться от анализируемых инвестиций и поместить их в инвестиционные инструменты, не связанные с различным риском (банковские депозиты, стабильные ценные бумаги и т.п.), т.е. ставка «естественного прироста денег», обычно определяется в виде % в год.

Однако, во-первых, понятие «различимого риска», как и доступность альтернативных инвестиций, для разных инвесторов будут различаться, а во-вторых, кроме «естественного прироста денег» в ставку дисконтирования часто закладывают дополнительную «премию за риск», учитывающую степень неопределенности анализируемых инвестиций. Кроме того, дисконтирование

применяется в самых различных областях финансового анализа, каждая из которых имеет собственные методы расчета ставки. Поэтому, единого подхода к определению ставки дисконтирования не существует.

Точечная эластичность (эластичность в точке) – используется в том случае, когда задана функция спроса (предложения) и исходный уровень цены и величины спроса (или предложения). Данная формула характеризует относительное изменение объема спроса (или предложения) при бесконечно малом изменении цены (или какого-либо другого параметра).

$$E = Q'(P) * \frac{P}{Q(P)}$$

Единиичная эластичность спроса – спрос, при котором процентное сокращение в цене вызывает такое процентное увеличение количества покупаемого товара, что общий доход производителя, продавца товара остается неизменным, или, с другой стороны, такое сокращение количества покупаемого товара в ответ на увеличение цены, что доход не изменяется.

Уравнение бюджетного ограничения – формализованное представление бюджетного ограничения.

$$I = P_x X + P_y Y,$$

где I – доход потребителя;

P_x – цена блага X ;

P_y – цена блага Y ;

X и Y – количество купленных благ.

Функция предложения – функция, отражающая зависимость объема предложения на отдельные товары и услуги (потребительские блага) от комплекса факторов, влияющих на него. Более узкая трактовка: Функция предложения выражает взаимозависимость между предложением товара и ценой этого товара при условии, что другие факторы, влияющие на величину предложения, признаются постоянными.

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

Эластичность спроса – способность величины спроса изменять свое значение под влиянием изменения цены или иных факторов, оказывающих влияние на спрос.

Эластичность спроса по доходу – мера реакции величины спроса на товар или услугу, вызванной изменением величины дохода покупателя. Измеряется как отношение процентного изменения объема спроса на товар к процентному изменению доходов потребителей. Ее можно рассчитать по следующей формуле:

$$E_{yd} = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta Y}{Y} = \frac{\Delta Q \cdot Y}{\Delta Y \cdot Q} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{\frac{Y_1 + Y_2}{2}}{\frac{Q_1 + Q_2}{2}} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y_1 + Y_2}{Q_1 + Q_2}, \quad (4.5)$$

Эластичность по дуге (дуговая эластичность) – применяется при измерении эластичности между двумя точками на кривой спроса или предложения и предполагает знание первоначальных и последующих уровней цен и объемов.

$$E^d = \left(\frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1)/2} \right) : \left(\frac{P_2 - P_1}{(P_2 + P_1)/2} \right) = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

где P_1 – начальная цена; P_2 – новая цена;

Q_1 – первоначальный объем; Q_2 – новый объем.

Использование формулы дуговой эластичности дает лишь приблизительное значение эластичности, и погрешность будет тем больше, чем более выпуклой будет дуга АВ.

Эластичность предложения – способность величины предложения изменять свое значение под влиянием изменения цены или иных факторов, оказывающих влияние на него.

Эффект растущих издержек – рост средних совокупных издержек при увеличении производства продукта, на котором специализируется страна, в результате необходимости использования менее доступных и подходящих ресурсов.

Эффект дохода – изменение в потреблении товара в ответ на изменение в его цене, рассматриваемое только как результат изменения реального дохода потребителя (способности его приобрести больше или меньше данного товара) в связи с движением цены на товар.

Эффект замещения – эффект, заключающийся в изменении величины спроса на товар в результате изменения его цены по отношению к ценам других товаров.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Горев В.П. Микроэкономика. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2014.
2. Шавкунова И.С. Основы экономики. Конспект лекций : учеб. пособие для иностр. студентов. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2017.

Дополнительная литература

1. Экономическая теория: сборник задач и тестов для подготовки к семинарским занятиям : учебник / А.В. Козлова, М.Г. Чурина, И.С. Шавкунова. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2017.
2. Микроэкономика: сборник задач и тестов для подготовки к семинарским занятиям : учебник / А.В. Козлова, М.Г. Чурина, И.С. Шавкунова. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2017.

Учебное издание

Шавкунова Ирина Сергеевна

Микроэкономика. Конспект лекций

Учебное пособие для иностранных студентов

Издается в авторской редакции

ИД № 06318 от 26.11.01.
Подписано в пользование 15.06.18.

Издательство Байкальского государственного университета.
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.

<http://bgu.ru>.