

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства»
(ПГУАС)

Т.В. Суханова

МИКРОЭКОНОМИКА

Рекомендовано Редсоветом университета
в качестве учебного пособия для студентов,
обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика»

Пенза 2014

УДК 330.101.542 (075.8)
ББК 65.012.1я73
С91

Рецензенты: доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой «Маркетинг и экономическая теория» Г.А. Резник (ПГУАС);
кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» Н.А. Мишина (ПГУ)

Суханова Т.В.

С91 Микроэкономика: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2014. – 184 с.

Подготовлено по утвержденной рабочей программе курса в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта третьего поколения по направлению 38.03.01 «Экономика». Содержит текст лекций, тесты, задачи, контрольные вопросы, методические указания к выполнению контрольной работы, библиографический список основной и дополнительной литературы, перечень вопросов к экзамену, предметный указатель.

Учебное пособие предназначено для бакалавров 1 курса факультета заочного и открытого образования, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика».

© Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства, 2014
© Суханова Т.В., 2014

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебное пособие по дисциплине «Микроэкономика» представляет собой комплексное внутривузовское издание, предназначенное для бакалавров факультета заочного и открытого образования, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика». Комплексность издания характеризуется его внутренней структурой, которая разработана в соответствии с учебным планом, рабочей программой курса и требованиями федерального государственного образовательного стандарта третьего поколения по направлению 38.03.01 «Экономика».

Учебное пособие состоит из двух разделов. В *первом* разделе «Микроэкономика. Экономическое поведение потребителей и производителей на рынке благ в условиях совершенной и несовершенной конкуренции» представлен текст лекций, предложен список основной и дополнительной литературы, приведены темы докладов, тесты, задачи, практические задания и контрольные вопросы. Содержащийся дидактический аппарат позволяет контролировать степень усвоения теоретического материала, как во время семинарского занятия, так и в процессе самостоятельной подготовки к контрольной аттестации.

Во *втором* разделе учебного пособия изложены методические указания к выполнению контрольной работы, которая является основанием допуска к экзамену по курсу «Микроэкономика». Представлено четырнадцать вариантов контрольных работ в составе пяти заданий. Варианты контрольных работ разработаны по ключевым вопросам микроэкономики, среди которых:

1. Механизм функционирования рынка и процесс формирования равновесной цены и равновесного объема продаж.
2. Факторы и показатели эластичности спроса и предложения как элементов рыночного механизма.
3. Законы и принципы рационального поведения потребителей с учетом ограничений денежного бюджета.

4. Издержки, выручка и прибыль фирмы.

5. Совершенная и несовершенная конкуренция на микроэкономических рынках.

6. Особенности функционирования рынков факторов производства (труда, земли, капитала).

7. Внешние эффекты и производство общественных благ в рыночной экономике.

К дополнительным элементам учебного пособия относятся расширенный библиографический список и перечень вопросов к экзамену по курсу «Микроэкономика». Завершающей частью учебного пособия является предметный указатель, который включает более шестидесяти ключевых микроэкономических категорий, составляющих основу общетеоретических знаний.

Учебное пособие ориентировано на организацию как аудиторной, так и самостоятельной работы студентов по углубленному изучению курса «Микроэкономика», являющегося важной ступенью в формировании профессиональных компетенций будущих экономистов.

ВВЕДЕНИЕ

В системе вузовской подготовки бакалавров по направлению 38.03.01 «Экономика» центральное место занимает научная дисциплина «Микроэкономика», которая является составным разделом *экономической теории* и представляет собой первый уровень исследования происходящих в хозяйственной жизни общества явлений и процессов.

Наряду с микроэкономикой разделами экономической теории являются региональная экономика (мезоэкономика), макроэкономика и мировая экономика (мегаэкономика). Каждый раздел экономической теории имеет определенный спектр изучаемых вопросов, нацеленных на обоснование законов рационального ведения хозяйства и поведения хозяйствующих субъектов на различных уровнях и в разные исторические эпохи.

Микроэкономика как область научных знаний сформировалась в конце XIX века под основополагающим влиянием идей представителей неоклассической школы. Особенность неоклассического подхода, заключающаяся в использовании экономико-математических моделей и предельного метода, предопределила основные направления развития микроэкономического анализа, в центре которого находится рациональное поведение рыночных субъектов в конкурентной среде. Опираясь такими базовыми экономическими категориями, как полезность, цена, доход, издержки, прибыль и выручка, предельный, средний и валовый продукты труда, микроэкономика определяет способы максимизации целевой функции потребителя, фирмы, домашнего хозяйства, собственника ресурсов (труда, земли, капитала).

Ключевыми вопросами микроэкономики являются: равновесие и неравновесие рынка; эластичность спроса и предложения; ценообразование в условиях совершенной конкуренции, чистой монополии, олигополии и монополистической конкуренции; максимизация полезности потребителем;

функционирование рынков труда, земли и капитала; экономическая природа земельной ренты и процентного дохода на капитал; оценка стоимости денег во времени; взаимосвязь рынков в экономической системе. На микроэкономическом уровне изучается действие законов спроса и предложения, убывающей предельной полезности и убывающей предельной производительности.

Предмет микроэкономики приобрел и новые аспекты с вступлением экономических субъектов в фазу постиндустриального развития. Особую актуальность изучения приобрели такие вопросы, как: информационная асимметрия и последствия ее проявления на микроэкономических рынках; способы минимизации риска в условиях неполной информации; оптимизация объемов производства в случаях возникновения внешних эффектов; общее равновесие микроэкономических рынков и эффект обратной связи; производство и распределение общественных благ в рыночной экономике.

Изучение микроэкономики нацелено на формирование экономического мышления и навыков анализа экономических величин у бакалавров первого курса, что позволит им перейти к успешному освоению других дисциплин учебного плана по направлению 38.03.01 «Экономика».

Раздел. 1. МИКРОЭКОНОМИКА. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ БЛАГ В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

1. ПРЕДМЕТ И МЕТОДОЛОГИЯ МИКРОЭКОНОМИКИ

1.1. Предмет микроэкономики.

1.2. Методология микроэкономической теории.

1.1. Предмет микроэкономики

Микроэкономика как самостоятельная научная дисциплина сформировалась в конце XIX века в рамках неоклассического (маржиналистского) направления развития экономической теории. В отличие от представителей классической школы, маржиналисты сосредоточили свои исследования на обосновании субъективных мотивов экономического поведения индивидов.

У истоков микроэкономической теории стояли выдающиеся зарубежные экономисты: швейцарец Леон Вальрас (1834–1910 гг.), австриец Карл Менгер (1840–1921 гг.) и англичанин Альфред Маршалл (1842–1924 гг.). Они независимо друг от друга пришли к созданию *теории рыночного равновесия*, применив целостную систему научных категорий, описывающих взаимодействие сил спроса и предложения, формирование равновесной рыночной цены и объема продаж, природу полезности экономического блага и поведение потребителя.

В дальнейшее развитие микроэкономической теории как целостной науки большой вклад внесли Г. Госсен, У. Джевонс, Э. Бем-Баверк, И. Фишер, Дж. Хикс, М. Алле, Ф. Эджуорт, Дж. Кларк и другие. К числу отечественных ученых, занимающихся исследованием микроэкономических проблем рыночной экономики, относятся Р.М. Нуреев, Г.П. Журавлева, Л.Г. Симкина, Б.В. Корнейчук, А.Г. Грязнова, А.Ю. Юданов, Г.А. Маховикова, П.И. Гребенников, И.А. Желтякова, В.М. Гальперин, Д.Н. Земляков, Ю.В. Тарануха, Г.А. Родина, Ю.Н. Черемных, И.Е. Рудакова, С.В. Тарасова и другие.

В современном понимании **предмет микроэкономики** состоит в изучении отдельных экономических субъектов, формирующих свое рыночное поведение с целью максимизации целевой функции при имеющихся ограничениях в объеме располагаемых ресурсов. К числу отдельных эконо-

мических субъектов, изучаемых на микроэкономическом уровне, относятся:

- фирма;
- предприятие;
- домашнее хозяйство;
- потребитель;
- собственник ресурсов (труда, земли, капитала).

Микроэкономика при изучении поведения перечисленных рыночных субъектов исходит из *принципа экономической рациональности*, согласно которому каждый из них стремится достигнуть максимального объема материальной выгоды, выраженной в показателях прибыли, потребительского излишка, отдачи от вложений. *Экономически рациональными* принято считать те действия рыночных субъектов, которые направлены на минимизацию издержек и максимизацию непосредственной выгоды.

Предмет микроэкономики определяет спектр *ключевых вопросов*, подлежащих рассмотрению в рамках учебной дисциплины:

1. Механизм функционирования рынка и процесс формирования равновесной цены и равновесного объема продаж посредством взаимодействия спроса и предложения.

2. Степень чувствительности спроса и предложения к изменению воздействующих факторов: цены товара, объема располагаемого денежного дохода, цен сопряженных товаров (субститутов и сублементов).

3. Принципы рационального поведения потребителя на рынке с учетом сложившихся цен экономических благ и ограничений денежного бюджета.

4. Социально-экономические функции домашнего хозяйства и его роль в рыночной экономике.

5. Целевая функция фирмы и формы организации предпринимательской деятельности.

6. Производственная деятельность фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах функционирования.

7. Издержки, выручка и прибыль фирмы.

8. Условие максимизации прибыли фирмы при совершенной и несовершенной конкуренции на рынках экономических благ.

9. Особенности функционирования рынка факторов производства и его роль в социально-экономической системе.

10. Механизм функционирования рынков труда, земли и капитала.

11. Механизм общего равновесия микроэкономических рынков и эффект обратной связи.

12. Экономическая природа внешних эффектов, особенности производства и распределения общественных благ в рыночной экономике.

13. Информационная асимметрия на микроэкономических рынках и пути ее минимизации.

Таким образом, к основным *категориям* микроэкономики, образующим ее понятийный аппарат, относятся: спрос на товар, предложение товара, цена товара, экономическое благо, полезность блага, издержки, выручка, доход, прибыль, совершенная и несовершенная конкуренция, рента, процент, цена земли, текущая и будущая стоимость денег, внешние эффекты (экстерналии), частичное и общее равновесие, чистое и смешанное общественное благо, информационная асимметрия.

На микроэкономическом уровне изучается действие *закона* спроса и *закона* предложения, *закона* убывающей предельной полезности и *закона* убывающей предельной производительности. Микроэкономика является *первой ступенью научного анализа* экономического поведения рыночных субъектов, действующих в условиях ограниченности располагаемых ресурсов, совершенной и несовершенной конкуренции.

1.2. Методология микроэкономической теории

Методология – это учение о принципах построения, формах и способах научного познания. Методология зависит от объекта изучения и научной позиции исследователя.

Микроэкономика к изучению деятельности в условиях рынка отдельных экономических субъектов применяет два различных по содержанию *методологических подхода*. Первый подход – *позитивный* – направлен на изучение происходящих процессов с учетом возможного изменения факторов их определяющих. Позитивный подход опирается только на факты из экономической жизни и применительно к ресурсам изучает их действительное распределение по секторам экономики.

Второй подход – *нормативный* – дает критическую оценку происходящему процессу и определяет, каким должен быть с точки зрения рациональности в отличие от происходящего экономический факт. Нормативный подход применительно к ресурсам определяет, каким образом они должны распределяться по секторам экономики для достижения максимального экономического эффекта.

В зависимости от применяемого методологического подхода принято различать позитивную и нормативную микроэкономику.

Микроэкономические исследования предполагают использование следующих *методов*:

- **Абстрагирование** – процесс выбора существенных с точки зрения выбранной теории элементов, свойств и взаимозависимостей и формирование из них образа реального объекта.
- **Экономическое моделирование** – процесс упрощенного описания сторон и свойств функционирования изучаемого объекта.

- **Предельный метод** (*маржинализм*) – метод, позволяющий проанализировать экономические величины в динамике их прироста или сокращения.

- **Функциональный метод** – метод, устанавливающий зависимость одних экономических величин от других.

- **Графический метод** – метод моделирования экономического процесса с помощью графиков функций, схем, диаграмм, таблиц.

- **Равновесный метод** – метод, определяющий ситуацию рыночного равновесия, при которой все участники хозяйственного процесса максимизируют целевую функцию и поэтому не склонны менять свое экономическое поведение.

- **Метод сравнительной статики** – метод изучения перемен между двумя состояниями рыночного равновесия.

- **Метод частичного равновесия** – метод, фиксирующий постоянными экономические параметры рынка, за исключением тех, которые подлежат специальному исследованию.

Выбор конкретного метода зависит от цели, задач и специфики объекта микроэкономического исследования.

Темы для докладов

1. Исторические аспекты возникновения микроэкономики как части общей экономической теории.

2. Методологические принципы микроэкономических исследований.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.

2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.

3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст] : учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.

5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

6. Черемных, Ю. Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Клейнер, Г. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории [Текст] / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2013. – № 6.
2. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

ТЕСТЫ

Согласны ли вы со следующими утверждениями?

1. Микроэкономика изучает процесс принятия экономических решений отдельными хозяйственными субъектами, такими как фирмы, домохозяйства, потребители (да, нет).
2. Объектами микроэкономического анализа являются спрос, предложение и цены отдельных товаров и услуг (да, нет).
3. Микроэкономика не изучает проблемы экономического роста и цикличности развития (да, нет).
4. Утверждение «цены на товары первой необходимости должны быть низкими» носит позитивный характер (да, нет).
5. Утверждение «повышение тарифов на услуги естественных монополий вызовет общий рост цен» носит нормативный характер (да, нет).

Контрольные вопросы

1. С именами каких ученых связывают становление микроэкономики как самостоятельной научной дисциплины?
2. Что изучает микроэкономика и какие основные проблемы анализируются на микроэкономическом уровне?
3. В чем состоит принцип рационального поведения экономических субъектов?
4. Каковы различия нормативного и позитивного методологических подходов к исследованию хозяйственной деятельности микроэкономических субъектов?
5. Какие методы используются в микроэкономическом анализе?

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТОВ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

2.1. Спрос на товар и его характеристики: закон, функция, график, факторы динамики.

2.2. Предложение товара и его характеристики: закон, функция, график, факторы динамики.

2.3. Взаимодействие спроса и предложения. Механизм формирования равновесной рыночной цены и равновесного объема продаж. Условия равновесия и неравновесия рынка.

2.4. Статический и динамический подходы к исследованию причин и последствий изменения рыночного равновесия.

2.1. Спрос на товар и его характеристики: закон, функция, график, факторы динамики

Микроэкономика изучает функционирование рынка отдельного товара исходя из анализа таких его элементов, как спрос, предложение, цена, конкуренция.

Под **спросом** понимается количество товара, которое потребители хотят и могут приобрести за установленную цену в определенной период времени. Различают индивидуальный, рыночный и совокупный типы спроса. *Индивидуальный спрос* (dd) отражает потребность отдельного покупателя, выраженную в денежной форме. *Рыночный спрос* (DD) определяется суммированием объемов спроса всех покупателей, действующих на рынке, при разных вариантах цены. *Совокупный спрос* (AD) выражает суммарную платежеспособную потребность таких секторов экономики, как государство, фирмы, домашние хозяйства.

Спрос потребителей зависит от многих факторов, ключевым из которых является *цена* товара. Раскроем связь между спросом и ценой товара X на условном примере, используя данные табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Шкала спроса на товар X

Цена за единицу товара X , руб.	Объем спроса (количество товара, на которое предъявляется спрос со стороны покупателей), тыс. шт.
70	10
60	20
50	30
40	40
30	50
20	60
10	70

На основе шкалы спроса на товар X построим график (рис. 1), где по горизонтальной оси отложим количество товара X (Q), а по вертикальной оси – цену за единицу товара X (P).

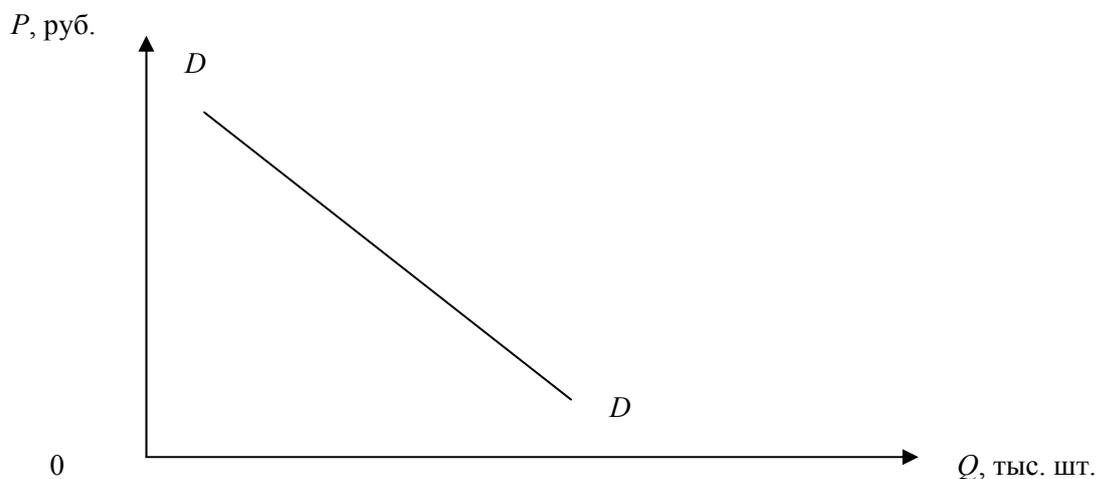


Рис. 1. График спроса на товар X

Анализ шкалы спроса на товар X (табл. 1) и графика спроса на товар X (рис. 1) свидетельствует об обратной (отрицательной) связи между ценой и объемом спроса. Эта обратная связь выражается *законом спроса*, который гласит, если цена на товар растет (при прочих равных условиях), то объем спроса уменьшается, а если цена на товар снижается, то объем спроса увеличивается.

В *формализованном* виде связь объема спроса и цены товара выражается как

$$Q_D = f(P),$$

где Q_D – объем спроса;

P – цена за единицу товара.

Подобный способ выражения функции спроса называется *аналитическим* или *алгебраическим*. Применяя его следует руководствоваться правилом: если при некотором варианте цены значение формулы отрицательно, то объем спроса в данном случае берется равным нулю. *Максимальной ценой спроса* считается та, со значения которой объем спроса становится равным нулю.

Помимо аналитического (алгебраического) способа на практике широко применяется табличный и графический способы выражения функции спроса конечного потребителя.

Ценой спроса принято считать максимальную цену, по которой покупатели готовы приобретать определенное количество товара.

В микроэкономической теории принято различать понятия «объем спроса» и «спрос», «движение по кривой спроса» и «движение кривой спроса».

Объем спроса (Q_D) отражается точкой на графике (рис. 2). Его изменение происходит под влиянием цены товара, что сопровождается движением по графику (вверх или вниз) от точки к точке.

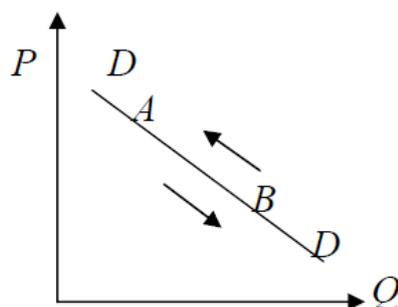


Рис. 2. Изменение объема спроса под влиянием цены товара

Спрос выражается графиком (D_0D_0) и его изменение происходит под влиянием неценовых факторов, которые могут вызвать увеличение спроса, и график переместится из положения D_0D_0 вправо вверх в положение D_1D_1 , или уменьшение спроса (график спроса из положения D_0D_0 переместится влево вниз в положение D_2D_2) (рис. 3).

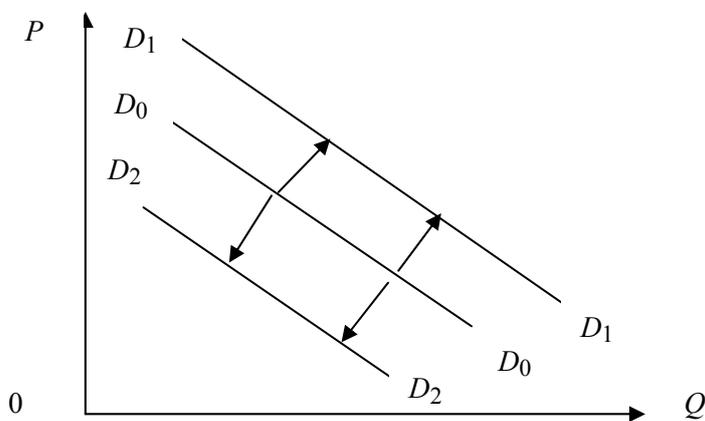


Рис. 3 . Изменение спроса под влиянием неценовых факторов

К неценовым факторам, влияющим на спрос, относятся:

- Вкусы и предпочтения потребителей, формируемые модой, рекламой и изменениями образа жизни;
- Число покупателей: с ростом числа покупателей спрос на товар увеличивается, а с сокращением численности покупателей — спрос на товар уменьшается;

- Доход покупателей: с ростом дохода спрос на товары высшего качества увеличивается, а на товары низшего качества – уменьшается. С уменьшением дохода покупателей происходит увеличение спроса на товары низшего качества и сокращение спроса на товары высшего качества;

- Ожидания покупателей в отношении сезонных скидок, предпраздничных акций или повышения общего уровня цен (инфляции) способны увеличить или, напротив, уменьшить спрос на товар;

- Изменения цен заменяющих (субститутов) или дополняющих товаров. Рост цен на товар – субститут увеличивает спрос на товар – аналог. Рост цены на один дополняющий товар сокращает спрос на другой сопряженный в потреблении товар.

Закон спроса не действует в отношении двух групп товаров: Гиффена и Веблена. К *товарам Гиффена* относят, как правило, малоценные, дешевые продукты, составляющие основу рациона питания малообеспеченных слоев населения (например, картофель). Если цена товара Гиффена растет, то низкодоходные группы потребителей сокращают спрос на качественные продукты питания, чтобы обеспечить себе привычный рацион (рыбу, мясо и т.д.). Несмотря на рост цены, товар Гиффена остается сравнительно дешевым, а следовательно и доступным для потребителей с низким уровнем располагаемых доходов. С ростом цены увеличивается объем спроса на товар Гиффена, который замещает потребление качественных, дорогих продуктов питания (рис. 4).

К *товарам Веблена* принадлежат дорогие украшения, часы, автомобили, стильная одежда и т.д., которые приобретаются состоятельными покупателями для демонстративного потребления в обществе. Именно цена данных товаров становится их основным атрибутом, который подчеркивает исключительное положение потребителя, его высокий социальный статус и роль в социуме. С ростом цены товара Веблена увеличивается объем спроса на него со стороны высокодоходных групп потребителей (рис. 4).

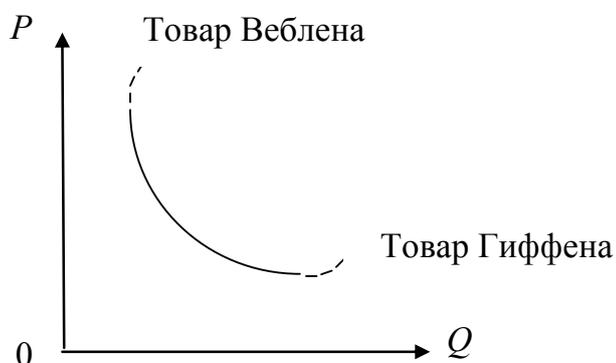


Рис. 4. Модификация графика спроса в отношении товаров Гиффена и Веблена

Таким образом, товары Гиффера и товары Веблена исключают действие закона спроса и модифицируют график спроса.

2.2. Предложение товара и его характеристики: закон, функция, график, факторы динамики

Под **предложением** понимается количество товара, которое производители хотят и могут произвести и предложить к продаже на рынке по каждой цене в определенный период времени. Различают индивидуальное и рыночное предложение товара. Если *индивидуальное предложение* товара формируется отдельным (одним) производителем, то *рыночное* – совокупностью всех производителей и продавцов, действующих в данный момент времени на рынке.

Предложение (SS) зависит от ряда факторов, ключевым из которых является цена товара. Раскроем связь между предложением и ценой товара X на условном примере, используя данные табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Шкала предложения товара X

Цена за единицу товара X , руб.	Объем предложения (количество товара, которое предлагают производители) тыс. шт.
70	70
60	60
50	50
40	40
30	30
20	20
10	10

На основе шкалы предложения товара X посмотрим график (рис. 5), где по горизонтальной оси отложим количество товара X (Q), а по вертикальной оси – цену за единицу товара X (P).

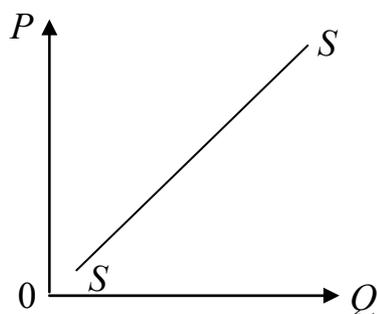


Рис. 5 График предложения товара X

Анализ шкалы предложения товара X (см. табл. 2) и графика предложения товара X (рис. 5) свидетельствует о прямой (положительной) связи между ценой и объемом предложения. Эта прямая зависимость выражается *законом предложения*, который гласит, если цена товара растет (при прочих равных условиях), то объем предложения увеличивается и наоборот.

В *формализованном* виде связь между объемом предложения и ценой товара можно выразить как $Q_S = f(P)$, где Q_S – объем предложения; P – цена за единицу товара.

Данный способ выражения функции предложения называется *аналитический*. Применяя его, следует руководствоваться правилом: если при подстановке в формулу некоторого варианта цены итоговое значение будет отрицательным, то объем предложения принимается равным нулю. Цена, начиная со значения которой, объем предложения равен нулю, называется *минимальной ценой предложения*. Кроме аналитического для выражения функции предложения используются также табличный и графический способы.

Ценой предложения принято считать минимальную цену, по которой продавцы готовы продать определенное количество товара.

В микроэкономической теории принято различать понятия «объем предложения» и «предложение», «движение по кривой предложения» и «движение кривой предложения».

Объем предложения Q_S выражается точкой на графике предложения и его изменение происходит при движении по кривой предложения (SS) от точки к точке под влиянием цены товара (рис. 6).

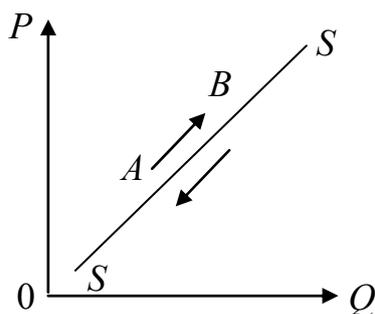


Рис. 6. Изменение объёма предложения под влиянием цены товара

Предложение товара выражается графиком (S_0S_0) и его изменение происходит под влиянием факторов, не связанных с ценой данного товара. Под влиянием неценовых факторов предложение может увеличиться (график предложения из положения S_0S_0 переместится вправо вниз в положение S_1S_1) или уменьшится (график предложения из положения S_0S_0 переместится в положение S_2S_2 (рис. 7).

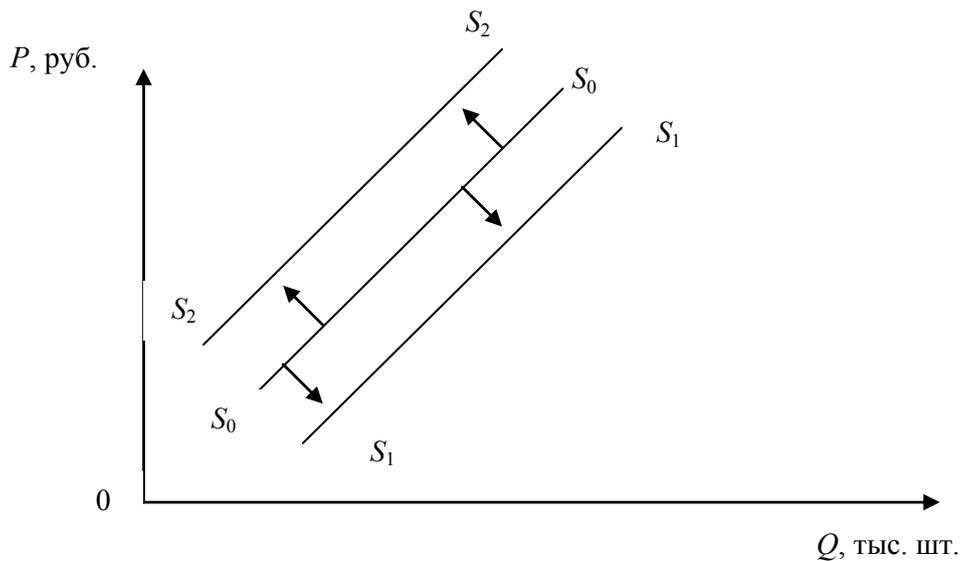


Рис. 7. Изменение предложения под влиянием неценовых факторов

К *неценовым факторам*, влияющим на предложение, относятся:

1. Цены на ресурсы.
2. Технология производства.
3. Налоги и дотации.
4. Цены на другие товары и услуги.
5. Конкуренция.

Ключевым среди отмеченных факторов является введение государством *акцизного налога* (T), величина которого будет включена в издержки производства. После введения налога график предложения переместится влево вверх на величину T , а функция предложения примет вид $p = f(Q_s) + T$. Если первоначальная функция предложения выражалась в виде $p = 3Q + 15$ при минимальных издержках производства в 15 ден. ед., то после введения акциза в объеме 5 ден. ед., функция предложения приняла вид $p = 3Q + 20$ (рис. 8).

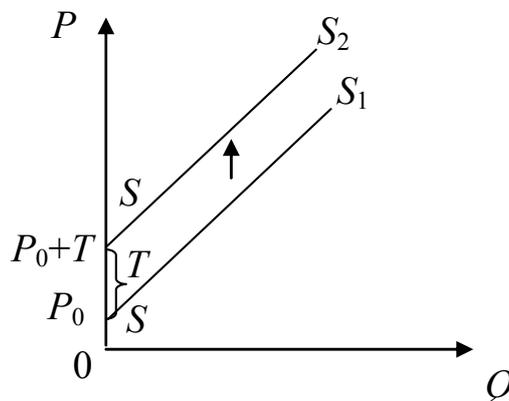


Рис. 8. Изменение предложения в связи с введением акциза

Таким образом, предложение как элемент рыночного механизма формируется под влиянием цены товара и группы неценовых факторов.

2.3. Взаимодействия спроса и предложения. Механизм формирования равновесной рыночной цены и равновесного объема продаж. Условия равновесия и неравновесия рынка

Взаимодействие спроса и предложения осуществляется на основе *ценового механизма*, что приводит к ситуациям *равновесия* и *неравновесия* рынка отдельного товара. Используя данные табл. 3, совместим графики спроса и предложения товара X на рис. 9.

Т а б л и ц а 3

Шкала спроса и предложения товара X

Цена за единицу товара X , руб.	Объем спроса, тыс. шт.	Объем предложения, тыс. шт.	Разница между объемом спроса и объемом предложения, тыс. руб.
70	10	70	-60
60	20	60	-40
50	30	50	-20
40	40	40	0
30	50	30	+20
20	60	20	+40
10	70	10	+60

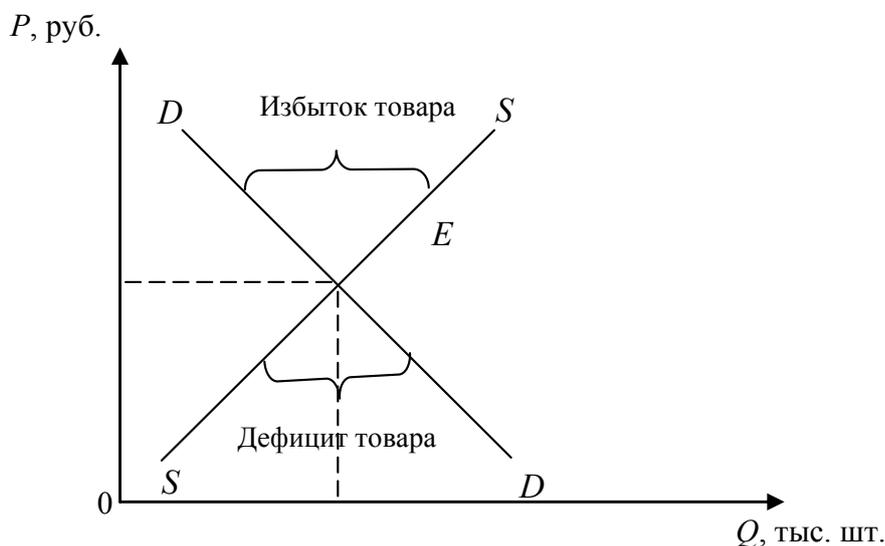


Рис. 9. Равновесие рынка товара X

На рис. 9 графики спроса и предложения пересекаются в точке E – точке рыночного равновесия. **Равновесие рынка** – это ситуация, при которой интересы продавцов и покупателей товара взаимно согласуются, а объем спроса равен объему предложения. Параметрами равновесия являются равновесная рыночная цена товара ($P_E = 40$ руб. за единицу товара X) и равновесный рыночный объем продаж ($Q_E = 40$ тыс. шт. товара X).

Рыночное равновесие может нарушаться из-за введения государством контроля над ценами. Если цена товара X будет выше равновесной и составит 60 руб., то возникнет *рыночное неравновесие*, при котором объем предложения (60 тыс. шт.) превысит объем спроса (20 тыс. шт.) и избыток товара X составит 40 тыс. шт. (см. рис. 9). Если цена товара X будет ниже равновесной и составит 20 руб., то также возникнет *рыночное неравновесие*, при котором объем спроса (60 тыс. шт.) превысит объем предложения (20 тыс. шт.) и *дефицит* товара X составит 40 тыс. шт.

В ситуации *избыточного* предложения (затоваривание) продавцы вынуждены снижать цену товара, чтобы увеличить сбыт и ликвидировать излишки. При избыточном спросе (дефиците) продавцы повышают цену предлагаемого товара (см. табл. 3, рис. 9). Таким образом, рыночный механизм координирует действия продавцов и покупателей, обеспечивая стремление к равновесию.

2.4. Статический и динамический подходы к исследованию причин и последствий изменения рыночного равновесия

Рыночное равновесие изменяется с течением времени под воздействием ряда факторов. К исследованию причин и последствий изменения рыночного равновесия используются два подхода: статический и динамический. При *статическом подходе* анализируются два состояния рыночного равновесия (до и после изменения), а фактором его изменения рассматривается введение государством дотации на товар. Под «**дотацией**» понимается денежная сумма (K), поступающая безвозмездно в распоряжение производителя товара или услуги. Дотация, выступающая как «отрицательный акцизный налог», сокращает издержки производства, увеличивает объем выручки и сдвигает график предложения вправо вниз (рис. 10).

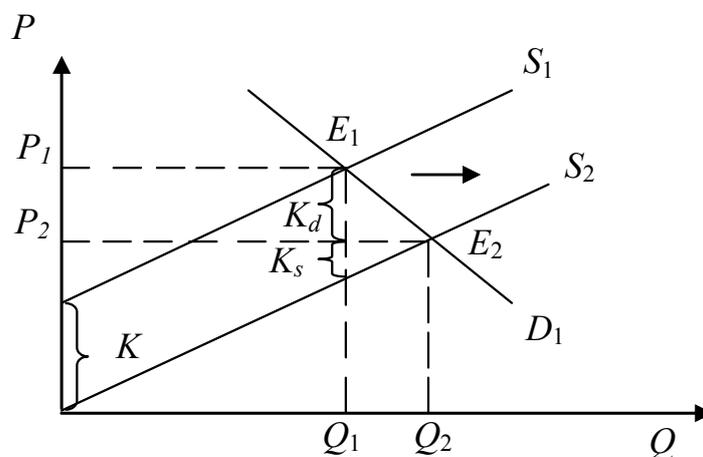


Рис. 10. Изменение рыночного равновесия в связи с выплатой государством субсидии производителю экономического блага

В результате увеличения предложения выпускаемого товара равновесная рыночная цена уменьшилась с P_1 до P_2 , а равновесный рыночный объем продаж, напротив, увеличился с Q_1 до Q_2 (рис. 10). Выгоды от введения дотации (K) распределяется как между продавцом, так и покупателем экономического блага. Продавец (производитель) получает выгоду в виде снижения издержек производства, а покупатель – в виде уменьшения равновесной рыночной цены на величину $K_g = P_1 - P_2$ (рис. 10). Кроме того, разница между $K_s = K - K_d$ поступает в распоряжение продавца в виде денежной выгоды.

Углы наклона графиков спроса и предложения к оси цен определяют соотношение частей дотации, формирующих выгоду продавца и покупателя. Например, если график спроса круче, чем график предложения, то большую часть дотации (денежной выгоды) получает продавец. Если график предложения круче графика спроса, то покупатель получает большую часть денежной выгоды от введения государством дотации производителю экономического блага. Если цена товара не влияет на объем спроса на него и график спроса параллелен оси цен, то вся дотация как форма денежной выгоды достается покупателю.

При динамическом подходе изменения рыночного равновесия описываются паутинообразной моделью, исходя из предпосылки о том, что колебания рыночной конъюнктуры (объема спроса, объема предложения и цены товара) происходят каждый день. В результате последовательных колебаний объемов спроса и предложения рыночная цена товара может как приближаться к равновесному значению, так и отклоняться от него.

В ходе проведенных научных исследований выявлено, что если спрос и предложение описаны линейными функциями, например, $D = a - bp$ и $S = c + dp$, то изменение цены определяется соотношениями параметров b и d .

Пример 1: если b больше d , то цена товара стремится к равновесному значению (рис. 11).

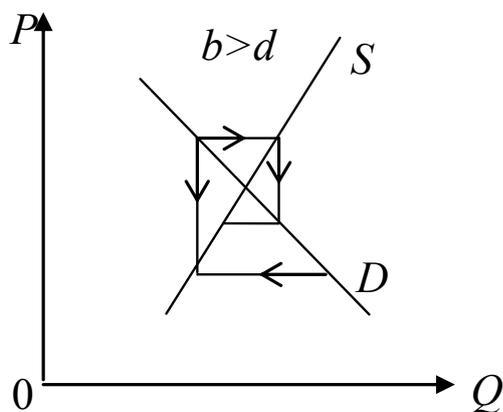


Рис. 11. Паутинообразная модель: стремление рынка к равновесию

Пример 2: если b меньше d , то цена товара «уходит» от равновесного значения (рис. 12).

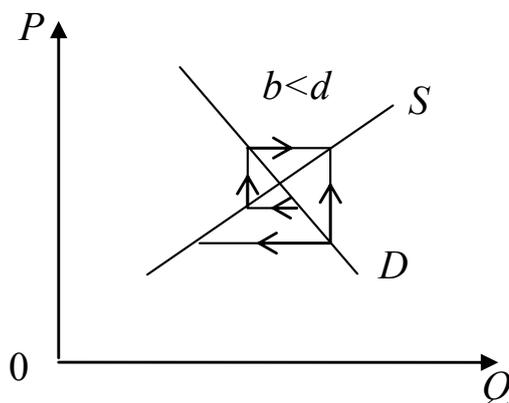


Рис. 12. Паутинообразная модель: «уход» рынка от равновесия

Пример 3: если $b = d$, то цена товара последовательно принимает два значения, отличные от равновесного.

Рисунки 11 и 12 наглядно показывают, что цена товара стремится к равновесному значению, если угол наклона к оси Q у графика спроса меньше, чем у графика предложения. Цена товара «уходит» от равновесия и колебания усиливаются, если угол наклона графика спроса к оси Q больше по сравнению с графиком предложения.

Таким образом, проведенный теоретический анализ свидетельствует о том, что факторами нарушения рыночного равновесия являются изменения спроса и предложения, а также такие инструменты государственного регулирования экономики, как субсидии и дотации.

Темы для докладов

1. Причины, формы и последствия государственного вмешательства в механизм рыночного ценообразования.
2. Роль косвенных налогов в установлении равновесной рыночной цены.
3. Роль государственных субсидий (дотаций) в установлении равновесной цены.
4. Способы противодействия товарному дефициту.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 576 с.

4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.

5. Родина, Г. А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

Дополнительная литература

1. Дедов, Л.А. Построение функции коллективного выбора для близких заменителей [Текст] / Л.А. Дедов // Журнал экономической теории. – 2010. – № 1.

2. Гребнев, Л. «Крест Маршалла»: альтернативное обоснование и смежные вопросы [Текст] / Л. Гребнев // Вопросы экономики. – 2013. – № 2.

3. Малкина, М.Ю. Особенности формирования спроса, предложения и равновесия на рынке жилой недвижимости России [Текст] / М.Ю. Малкина, Е.А. Шулепникова // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 16.

4. Майерсон, Р. Равновесие по Нэшу и история экономической науки [Текст] / Р. Майерсон // Вопросы экономики. – 2010. – № 6.

5. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. В таблице представлены данные, характеризующие конъюнктуру рынка пепси-колы.

Т а б л и ц а

Цена (ден. ед.)	Объем спроса (млн банок в год)	Объем предложения (млн банок в год)
15	50	10
20	40	20
25	30	30
30	20	40
35	10	50

1. По данным таблицы постройте кривую спроса и кривую предложения пепси-колы на рынке.

2. Определите равновесную цену и равновесный объем продаж.

3. Если рыночная цена банки пепси-колы составит 20 ден. ед., то что будет характерно для рынка – дефицит или избыток? Каков их объем?

4. Если рыночная цена банки пепси-колы составит 30 ден. ед., то что будет характерно для рынка – дефицит или избыток? Каков их объем?

5. С наступлением лета потребление пепси-колы увеличивается на 10 млн банок в год при каждом значении цены. Каковы будут при данных условиях равновесные цена и объем продаж?

6. Снижение потребительских расходов уменьшает потребление пепси-колы на 5 млн банок в год при каждом значении цены. Каковы будут при данных условиях равновесные цена и объем продаж?

З а д а ч а 2. Функция спроса на товар задается выражением $D = 40 - 5P$, функция предложения $S = -5 + 4P$. Определите:

1. Равновесную цену и равновесный объем продаж на данном рынке.
2. Как изменятся спрос и предложение, если установится цена, равная 4 ден. ед.
3. Каков будет объем продаж, если установится цена, равная 6 ден. ед.

З а д а ч а 3. Первоначальная функция предложения выражается в виде $P = 5Q + 7$. Определите величину минимальных издержек на единицу продукции. Если введен государством акцизный налог в размере 5 ден. ед., то как эта мера регулирования рыночных отношений отразится на функции и графике предложения товара. Ответ представьте алгебраическим и графическим способами.

Контрольные вопросы

1. Что понимается под спросом на товар и каково экономическое содержание закона спроса?
2. В чем состоит отличие между спросом и объемом спроса?
3. Какие факторы вызывают изменение спроса и объема спроса?
4. Что понимается под предложением товара и каково экономическое содержание закона предложения?
5. В чем состоит отличие между предложением и объемом предложения?
6. Какие факторы вызывают изменение предложения и объема предложения?
7. Как формируется равновесная цена на микроэкономическом рынке и каковы причины неравновесия?
8. Под воздействием каких факторов изменяется рыночное равновесие?
9. В чем заключается статический подход к исследованию причин и последствий изменения рыночного равновесия?
10. Каким образом исследуются изменения рыночного равновесия при динамическом подходе?
11. При каких ситуациях на рынке цена товара стремится к равновесному значению, а в каких «уходит» от него?
12. Какое влияние оказывает акцизный налог на предложение товара?
13. Какая цена называется «ценой спроса», а какая – «ценой предложения»?

3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТОВ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

3.1. Характеристика спроса с позиции теории эластичности: понятие, способы количественного измерения и виды эластичности, конфигурации графика.

3.2. Характеристика предложения с позиции теории эластичности: понятие, способы количественного измерения и виды эластичности, конфигурации графика.

3.3. Сфера практического применения теории эластичности и ее значение в анализе экономического поведения рыночных субъектов.

3.1. Характеристика спроса с позиции теории эластичности: понятие, способы количественного измерения и виды эластичности, конфигурации графика

Спрос и предложение товара как элементы рыночного механизма не являются статичными, а находятся в постоянной динамике, обуславливая тем самым нестабильность рыночной системы.

Термин «эластичность» выражает степень чувствительности спроса к изменению воздействующих факторов: цены товара, денежного дохода потребителя, цен сопряженных товаров (субститутов и субэлементов). С целью количественного выражения эластичности спроса по цене товара используется *коэффициент*, рассчитываемый по формуле:

$$E_d^p = \frac{(Q_2 - Q_1)}{(Q_1 + Q_2)/2} \cdot \frac{(P_2 - P_1)}{(P_1 + P_2)/2},$$

где P_1 – первоначальная цена товара;

P_2 – последующее значение цены товара;

Q_1 – первоначальный объем запрашиваемого товара;

Q_2 – объем запрашиваемого товара после изменения цены.

Данная формула расчета эластичности спроса по цене товара предложена зарубежным экономистом и математиком Р. Алленом и базируется на правиле «средней точки». В экономических расчетах при анализе степени чувствительности спроса к изменению цены товара значение коэффициента E_d^p берется по модулю.

Применяя данную формулу возможны следующие значения коэффициента:

1. Если $E_d^p > 1$, то спрос эластичен, т.е. гибко реагирует на изменение цены товара.

2. Если $E_d^p = 1$, то спрос единично эластичный, т.е. процентное изменение цены товара вызывает аналогичное процентное изменение объема запрашиваемого товара.

3. Если $0 < E_d^p < 1$, то спрос неэластичен, т.е. слабо реагирует на изменение цены товара.

4. Если $E_d^p = 0$, то спрос совершенно (абсолютно) неэластичен, т.е. совсем не реагирует на изменение цены товара.

5. Если E_d^p стремится к бесконечности, то спрос совершенно (абсолютно) эластичен, т.е. при некоторой «привлекательной» цене отсутствует предел объема запрашиваемого товара.

В зависимости от значения коэффициента эластичности график спроса на товар приобретает определенную *конфигурацию* (рис. 13).

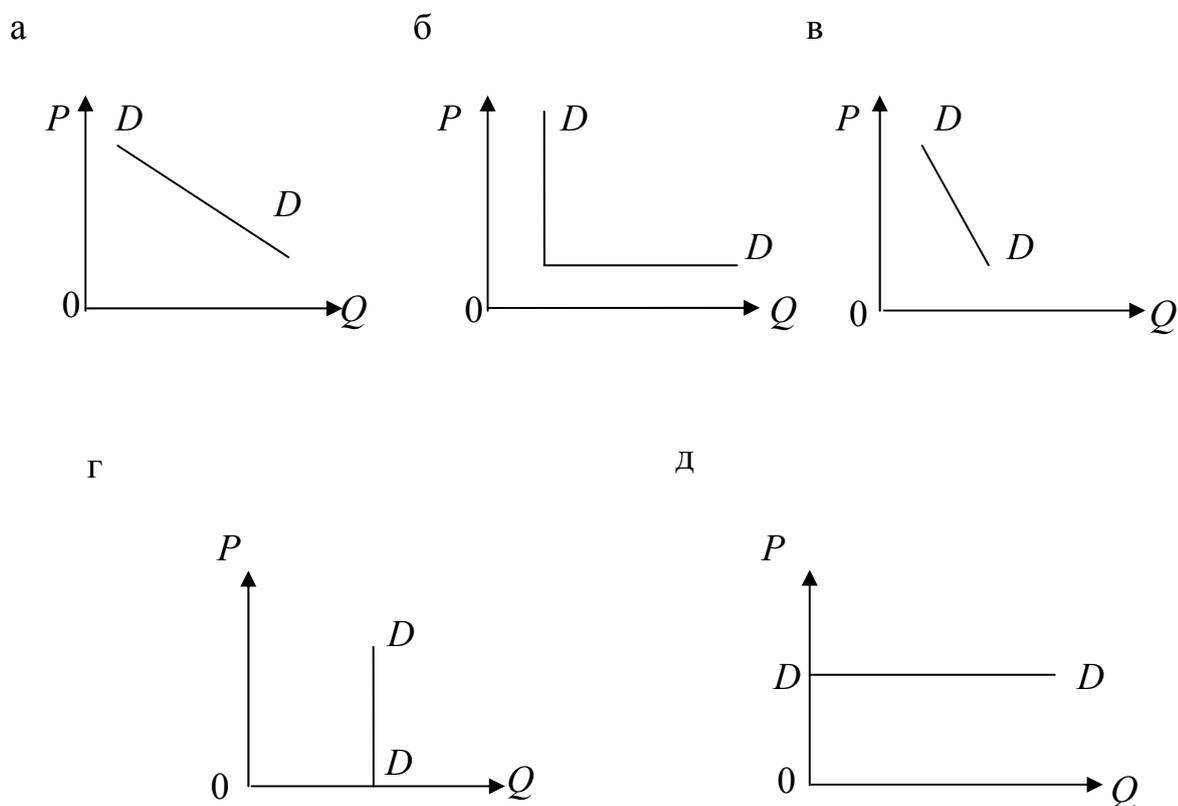


Рис. 13: а – эластичный спрос; б – единично эластичный спрос; в – неэластичный спрос; г – совершенно неэластичный спрос; д – совершенно эластичный спрос

Эластичность спроса по цене товара зависит от следующих *факторов*:

- Наличие товаров-заменителей (субститутов): в случае если товар, характеризуется высокой степенью субституции, то спрос на него эластичен;
- Значимость товара для потребителя с позиции удовлетворения потребности: спрос на товары первой необходимости, обеспечивающие

жизнедеятельность человека (продукты питания, медикаменты и другие), неэластичен.

- Наличие взаимодополняющих (комплектарных) товаров: спрос на менее значимый дополнительный важный товар, расходы на который составляют большую долю в бюджете потребителя, является неэластичным. Например, бензин и тосол.

- Удельный вес товара в бюджете потребителя: если расходы на товар высоки, то спрос на него эластичен.

- Время, располагаемое для принятия потребительского решения: в коротком периоде времени спрос менее эластичен по сравнению с более длительным периодом, когда потребитель постепенно адаптируется к рыночным условиям.

Характер эластичности спроса определяет динамику *выручки* продавца при изменении цены товара. Возможны три ситуации:

1. В ситуации эластичного спроса ($E_d^p > 1$) выручка продавца растет при снижении цены предлагаемого к продаже товара.

2. В ситуации единично эластичного спроса ($E_d^p = 1$) выручка продавца не меняется при изменении цены товара.

3. В ситуации неэластичного спроса ($E_d^p < 1$) выручка продавца снижается при уменьшении цены реализуемого товара.

Второй вид эластичности спроса – *эластичность спроса по доходу* – показывает воздействие изменения денежного дохода потребителя на объем запрашиваемого товара. Коэффициент эластичности спроса по доходу потребителя рассчитывается по формуле:

$$E_d^I = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(I_2 - I_1) : (I_1 + I_2)},$$

где Q_1 – количество запрашиваемого товара при первоначальном доходе I_1 ;

Q_2 – количество запрашиваемого товара при последующем значении дохода I_2 .

Применяя данную формулу, возможны следующие значения коэффициента эластичности спроса по доходу потребителя:

1. Если $E_d^I > 0$, то с ростом дохода увеличивается спрос на «нормальные» товары (высшего качества).

2. Если $E_d^I < 0$, то с ростом дохода спрос сокращается на товары низшего качества (малоценные товары).

3. Если $E_d^I = 0$, то изменение дохода не влияет на спрос потребителя в отношении товаров первой необходимости.

Эмпирическим путем выявлено, что спрос на предметы роскоши имеет коэффициент эластичности по доходу больше единицы, т.е. высокодоходные группы потребителей с ростом дохода тратят большую его долю на предметы роскоши и меньшую на товары первой необходимости. Таким образом, коэффициент эластичности спроса по доходу потребителя позволяет определить тип товара с позиции качественных характеристик, а также его функциональную роль в сфере потребления.

Третий вид эластичности – *перекрестная ценовая эластичность спроса* – позволяет определить сопряженность товаров в потреблении с позиции субституции, комплектарности или нейтральности. Коэффициент перекрестной эластичности рассчитывается по формуле

$$E_d^{x,y} = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(P_2 - P_1) : (P_1 + P_2)},$$

где Q_1 – первоначальный объем спроса на товар X ;

Q_2 – последующий объем спроса на товар X ;

P_1 – первоначальная цена товара Y ;

P_2 – последующая цена товара Y .

Применяя данную формулу, возможны следующие значения коэффициента перекрестной ценовой эластичности спроса:

- Если $E_d^{x,y} > 0$, то повышение цены на один товар вызывает увеличение спроса на другой товар. Подобная взаимозависимость цены одного товара и спроса на другой товар характерна субститутам (взаимозаменяемым товарам, например, чаю и кофе);

- Если $E_d^{x,y} < 0$, то повышение цены на один товар вызывает уменьшение спроса на другой товар. Подобная взаимозависимость цены одного товара и спроса на другой товар свойственна взаимодополняющим (комплектарным) товарам, например, автомобилю и бензину.

- Если $E_d^{x,y} = 0$, то повышение цены на один товар не вызывает изменения спроса на другой товар. В подобном случае товары являются нейтральными друг к другу, т.е. несопряженными в потреблении друг с другом. Например, автомобиль и зубная паста.

Таким образом, эластичность выступает ключевой характеристикой спроса, обусловленной такими факторами, как цена товара, денежный доход потребителя и цены сопряженных товаров.

3.2. Характеристика предложения с позиции теории эластичности: понятие, способы количественного измерения и виды эластичности, конфигурации графика

Предложение, равно как и спрос, реагирует на изменение цены товара. Степень чувствительности предложения количественно выражается *коэффициентом эластичности*, который рассчитывается по формуле

$$E_s^p = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(P_2 - P_1) : (P_1 + P_2)},$$

где P_1 – первоначальная цена товара;
 P_2 – последующее значение цены товара;
 Q_1 – первоначальный объем предложения товара;
 Q_2 – последующий объем предложения товара.

Коэффициент *эластичности предложения* может принимать следующие значения:

- Если $E_s^p > 1$, то предложение эластично, т.е. чувствительно к изменению цены товара (рис. 14 а);
- Если $E_s^p < 1$, то предложение неэластично, т.е. слабо реагирует на изменение цены товара (рис. 14 б);
- Если $E_s^p = 0$, то предложение товара фиксировано в объеме, оно ограничено и является абсолютно неэластичным (рис. 14 в). Иными словами изменение цены не вызывает изменения объема предложения товара.
- Если E_s^p стремится к бесконечности, то по «привлекательной» цене P , покрывающей издержки выпуска и обеспечивающей прибыль, производители готовы предложить к продаже неограниченный объем товара. В этом случае предложение носит абсолютно эластичный характер (рис. 14 г).

Значение коэффициента эластичности определяет *конфигурацию* графика предложения (рис. 14).

На эластичность предложения влияет фактор *времени*, которым располагает производитель, чтобы адаптироваться к изменяющимся условиям хозяйственной деятельности. Так, предложение товара в текущем периоде абсолютно неэластично, в краткосрочном – эластично, а в долгосрочном – может быть абсолютно эластичным.

Учет фактора времени позволит фирме оптимизировать объем предложения товара в соответствии с изменениями рыночной цены, вкусов и предпочтений потребителей.

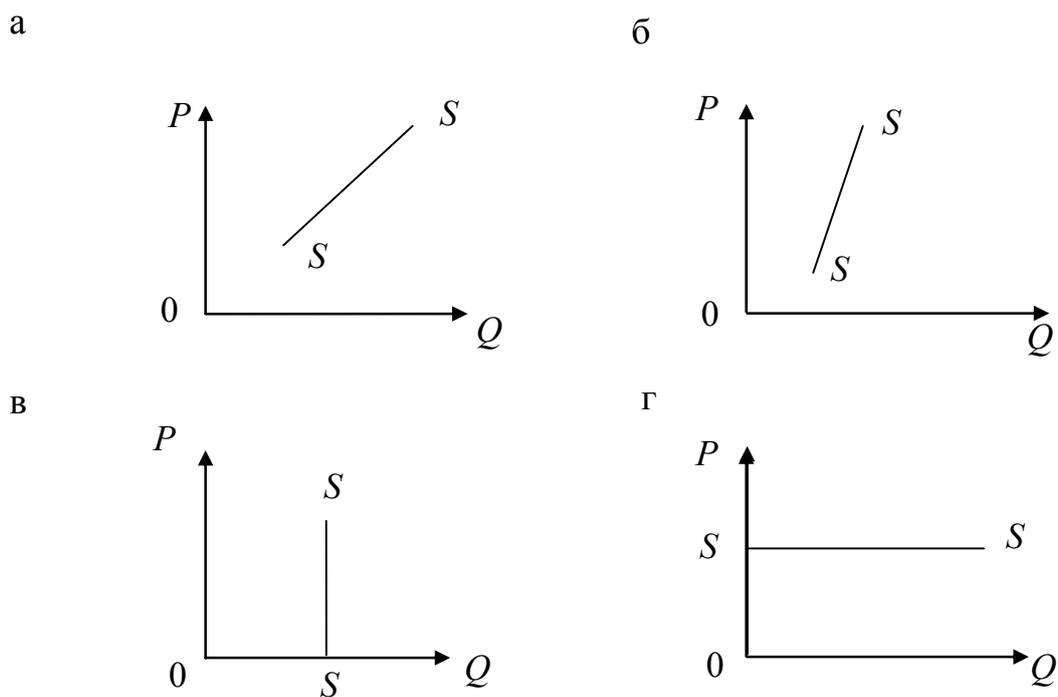


Рис. 14. Предложение товара:
 а – эластичное; б – неэластичное;
 в – абсолютно неэластичное; г – абсолютно эластичное

3.3. Сфера практического применения теории эластичности и ее значение в анализе экономического поведения рыночных субъектов

Применение на практике теории эластичности позволяет:

- Изучить поведение потребителей на рынке и спрогнозировать динамику спроса на отдельные группы товаров в связи с изменением их цен и денежных доходов;
- Изучить поведение производителей (фирм и предприятий) и спрогнозировать динамику предложения отдельных групп товаров в связи с изменением их цен и объема располагаемого инвестиционного бюджета;
- Разработать ценовую политику фирмы с учетом особенностей потребительского спроса;
- Корректировать планируемые объемы выпуска в текущем, краткосрочном, долгосрочном периодах деятельности фирмы на рынке.
- Государственным органам регулирования рыночной экономики контролировать цены на социально-значимые товары.

Таким образом, теория эластичности имеет широкое практическое применение и направлена на оптимизацию рыночных взаимоотношений товаропроизводителей и конечных потребителей.

Темы для докладов

1. Роль и значение ценовой эластичности спроса при разработке стратегии развития фирмы на рынке.
2. Взаимосвязь налоговых сборов и эластичности предложения.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

З а д а ч а 1. Функция спроса на товар X задана в таблице:

Цена, ден. ед.	Объем спроса, шт.
3	10
4	12
5	7
6	5
7	4

1. Рассчитать коэффициент эластичности спроса по цене на участках:
а) 3 и 4 ден. ед., б) 5 и 6 ден. ед., в) 6 и 7 ден. ед.
2. По значениям коэффициента эластичности определите характер эластичности спроса по цене товара X .

Задача 2. Определите коэффициент эластичности спроса по доходу и категории товаров A и B на основе следующих данных: при доходе 5500 ден. ед. в месяц объем спроса на товар A составит 15 единиц, а при доходе 6000 ден. ед. – 20 единиц; при доходе 3000 ден. ед. в месяц объем спроса на товар B составит 24 единицы, а при доходе 4000 ден. ед. – 14 единиц. Приведите примеры товаров A и B .

Задача 3. Определите коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар X по цене товара Y , если известно, что при цене товара Y – 50 ден. ед. объем спроса на товар X – 100 шт., а при цене товара Y – 80 ден. ед. объем спроса на товар X составит 130 шт. По значению коэффициента эластичности дайте характеристику товарам X и Y , приведите примеры.

Контрольные вопросы

1. Что выражает термин «эластичность» и какие виды эластичности вам известны?
2. Каким образом измеряется эластичность спроса и предложения?
3. Какой спрос называется эластичным, неэластичным, абсолютно эластичным, абсолютно неэластичным?
4. Какие товары называются товарами первой необходимости, взаимодополняющими, взаимозаменяющими?
5. Какова сфера применения показателей эластичности спроса и предложения в практической деятельности маркетолога, занимающегося исследованием рынка сбыта продукции и конкурентной среды?

4. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

4.1. Кардиналистский подход к определению полезности экономического блага и условий рационального потребительского выбора.

4.2. Ординалистский подход к анализу потребительских предпочтений и равновесия потребителя в условиях ограниченности денежного бюджета.

4.3. Интеграция кардиналистского и ординалистского подходов к исследованию особенностей рыночного спроса различных потребительских групп.

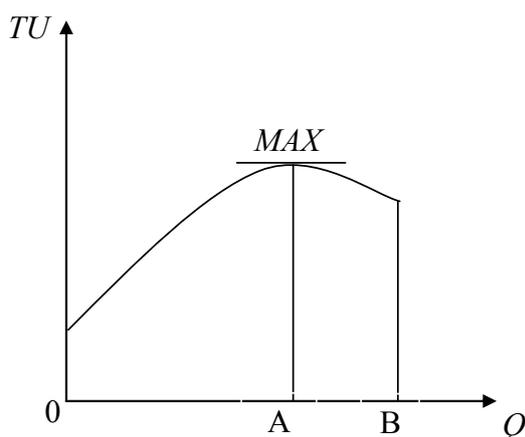
4.1. Кардиналистский подход к определению полезности экономического блага и условий рационального потребительского выбора

Потребитель является ключевым экономическим субъектом, чье поведение на рынке исследуется на микроуровне. В связи с этим в микроэкономической теории сложились различные концептуальные подходы к исследованию потребительского поведения. Первый научный подход – *кардиналистский* (количественный) – основывается на предпосылке о возможности точного количественного выражения полезности экономического блага.

Понятие полезности было введено в научный оборот английским философом И. Бентамом. Согласно его научной позиции, **полезность** – это способность экономического блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей.

Исследуя природу полезности, немецкий экономист и математик Г. Госсен в 1845 г. выявил следующую закономерность: потребляемые последовательно части какого-либо блага обладают убывающей полезностью для потребителя. Это означает, что любому бесконечно малому увеличению количества блага Q соответствует прирост общей полезности TU . Хотя общая полезность с увеличением количества потребленных благ постепенно возрастает, предельная полезность – MU – каждой дополнительной единицы блага неуклонно уменьшается (рис. 15). Максимум общей полезности достигается в т. A , когда предельная полезность становится равной нулю. Это свидетельствует о том, что потребляемое благо *полностью* удовлетворяет потребность потребителя.

а



б

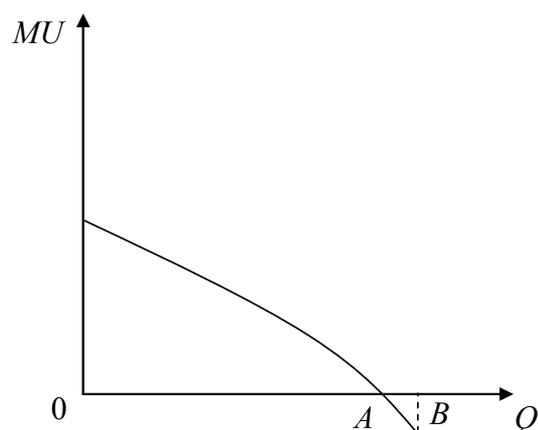


Рис. 15. Динамика:
 а – общей полезности экономического блага;
 б – предельной полезности экономического блага

На основе выявленной закономерности Г. Госсен сформулировал два закона рационального поведения потребителя на рынке. Суть **первого закона Г. Госсена (закона насыщения потребностей)** состоит в том, что предельная полезность каждой следующей единицы блага, потребляемой в данный момент, меньше полезности предыдущей единицы. Таким образом, *функция полезности*, показывающая убывание полезности блага с ростом его количества, может быть выражена в виде:

$$U_i = f(Q_i),$$

где U – полезность блага;

Q_i – последовательно потребляемые части блага.

По мнению *кардиналистов*, степень удовлетворения потребности человека можно выразить с помощью условной единицы – ютиль. Например, если потребитель покупает 10 единиц блага (яблоки), то общая полезность (U) этого количества яблок равна 10 ютилям. Если покупается 11-е яблоко, то общая полезность возрастает и равняется 11 ютилям. Предельная полезность может быть определена по формуле:

$$MU = (U_{11} - U_{10}) / (11 - 10) = (U_{11} - U_{10}) / 1.$$

По мнению кардиналистов, если каждая последующая единица блага обладает все меньшей и меньшей предельной полезностью, то потребитель станет покупать дополнительные единицы блага лишь при условии снижения их цены. Рациональным потребителем принято считать такого рыночного субъекта, который стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей путем потребления полезных свойств благ с учетом существующих ограничений в доходе и ценах. Таким образом, кардиналисты обосновали *правило максимизации полезности*, которое состоит в том, чтобы в процессе потребительского выбора каждая последняя

единица денежных затрат приобретаемых благ приносила одинаковую предельную полезность. Алгебраически это правило реализуется при условии:

$$MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = MU_3/P_3,$$

где MU_1, MU_2, MU_3 – предельная полезность благ, входящих в потребительский набор;

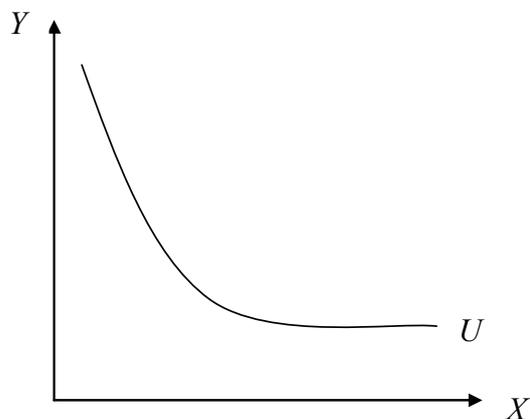
P_1, P_2, P_3 – цены благ.

Второй закон Г. Госсена гласит: при заданных ценах и бюджете потребитель достигает максимума полезности, когда отношение предельной полезности к цене одинаково по всем потребляемым благам. Таким образом, в кардиналистской концепции, критерием рациональности потребительского поведения является не общая или предельная полезность благ, а предельная полезность на затраченный рубль.

4.2. Ординалистский подход к анализу потребительских предпочтений и равновесия потребителя в условиях ограниченности денежного бюджета

Второй концептуальный подход – *ординалистский (порядковый)* является более современным и не требует точного количественного измерения полезности. Основной исследовательский акцент сделан на ранжировании экономических благ с позиции предпочтительности для потребителя. Ординалисты (Ф. Эджуорт, В. Парето, Р. Аллен, Е. Слуцкий, Дж. Хикс, П. Самуэльсон) предложили использовать в качестве инструмента анализа потребительских предпочтений – **кривую безразличия** – линию, каждая точка которой представляет наборы двух благ (X и Y), равноценных между собой с позиции потребителя (рис. 16, а). **Картой кривых безразличия** является полная совокупность кривых безразличия отдельного потребителя (рис. 16, б).

а



б

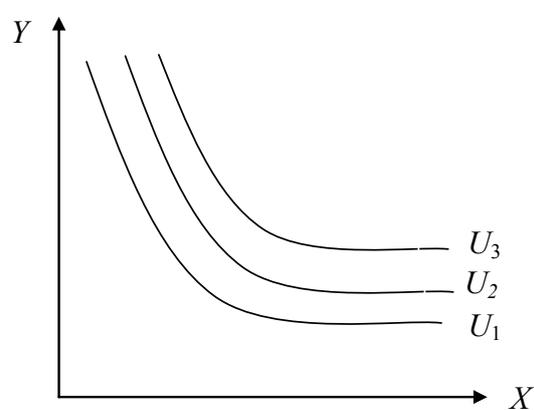


Рис. 16:

а – кривая безразличия; б – карта безразличия

Английский экономист Ф. Эджуорт (1845–1926 гг.) математическим путем обосновал следующие *свойства* кривых безразличия:

1. Для нормальных товаров имеют отрицательный наклон.
2. Кривая безразличия, лежащая правее и выше другой кривой, содержит более предпочтительные наборы.
3. Кривые безразличия не пересекаются.
4. Кривая безразличия может быть проведена через любую точку в пространстве потребительских благ.
5. Кривые безразличия выпуклы к началу координат.

Конфигурация кривых безразличия зависит от типов благ, входящих в потребительский набор. Если предельная полезность продукта положительна и его добавление в набор увеличивает общую полезность, то продукт называется *благом*. Если предельная полезность товара отрицательна и его добавление в набор снижает общую полезность, то продукт называется *антиблагом*. *Нейтральным* благом считается продукт предельная полезность которого равна нулю. Благо *смешанного* типа – это продукт, потребление которого в малом количестве является благом, а в большом – антиблагом (например, продукты питания – хлеб и молоко).

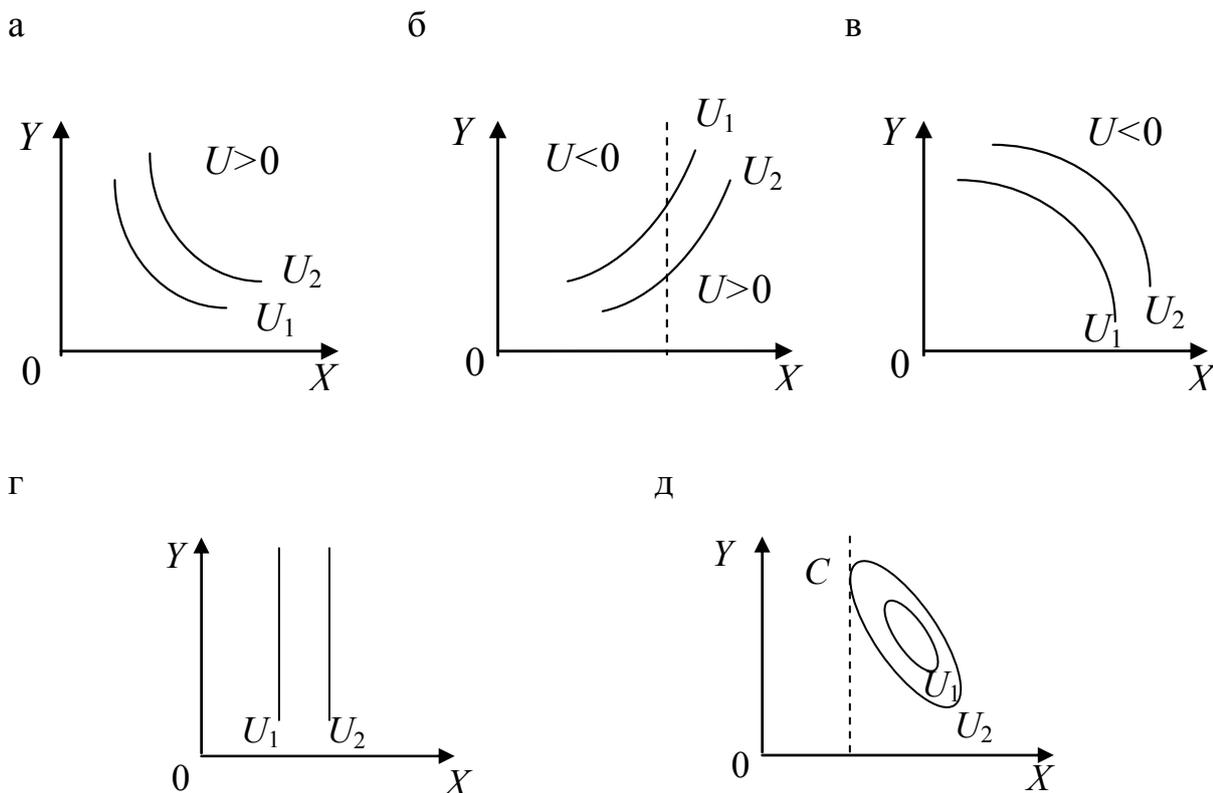


Рис. 17. Кривые безразличия:
 а) благо – благо; б) благо – антиблаго; в) антиблаго – антиблаго;
 г) $U = 0$ – нейтральное благо; д) блага смешанного типа

Наклон кривой безразличия отражает относительные предпочтения потребителя по отношению к товарам, входящим в набор, и называется **предельной нормой замещения**. Предельная норма замещения благом Y благом X (MRS) показывает объем блага Y , от которого должен отказаться потребитель, чтобы увеличить потребление блага X на одну единицу при неизменном уровне полезности:

$$MRS = -\Delta Y / \Delta X \text{ при } U = \text{const.}$$

Кривые безразличия позволяют выявить предпочтения потребителя. Однако при этом не учитываются цены товаров и доход потребителя. Они лишь показывают возможность замены одного блага другим, но не определяют, какой именно набор товаров потребитель сочтет для себя наиболее выгодным. Эту информацию дает *бюджетное ограничение*, показывающее, какие наборы товаров можно приобрести за данную сумму денег.

Если I – доход потребителя, P_X – цена блага X , P_Y – цена блага Y , а X и Y – приобретаемые количества благ, то уравнение бюджетного ограничения записывается в виде:

$$I = P_X X + P_Y Y.$$

При $X = 0$, $Y = I/P_Y$, т.е. весь доход расходуется на благо Y . При $Y = 0$, $X = I/P_X$, т.е. весь доход расходуется на благо X .

Граница бюджетных возможностей неизменна при неизменном доходе потребителя и ценах экономических благ (рис. 18).

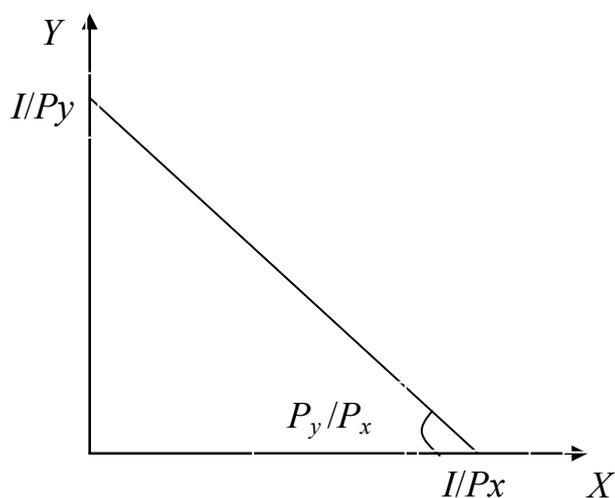


Рис. 18. Бюджетное ограничение

При неизменных ценах линия бюджетных возможностей (ЛБВ) потребителя сдвигается параллельно вверх, если доход увеличивается (рис. 19, а), или вниз, если уменьшается (рис. 19, а). Если при неизменном доходе меняется соотношение цен, то меняется наклон ЛБВ (рис. 19, б). Если цены меняются одновременно и одинаково, то это аналогично изменению дохода, например, при росте цен ЛБВ смещается параллельно влево (рис. 19, в).

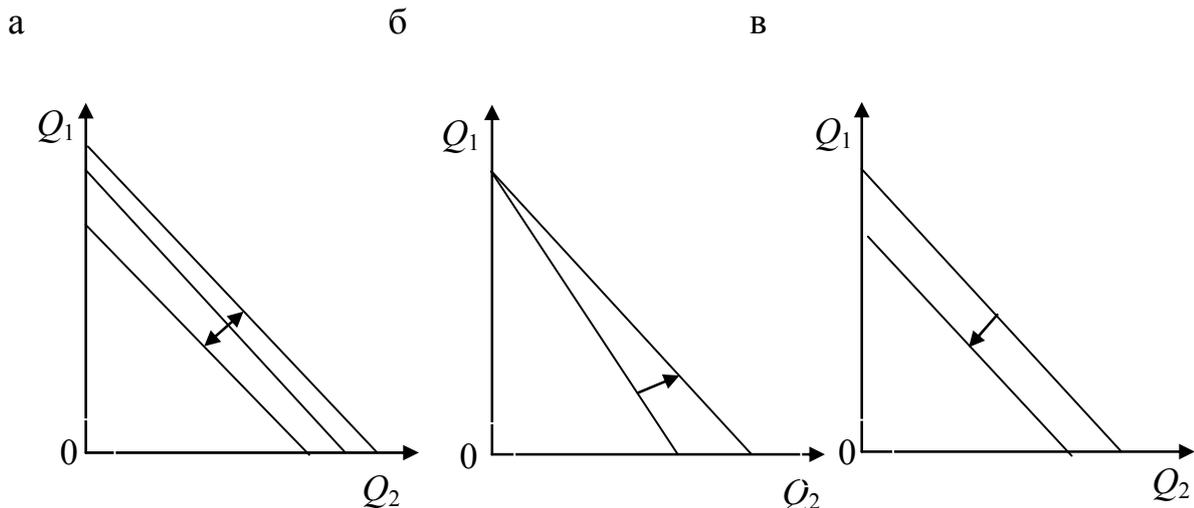


Рис. 19. Изменение:

- а – бюджетного ограничения при росте или снижении дохода потребителя;
- б – наклона ЛБВ в результате соотношения динамики цен товаров;
- в – бюджетного ограничения при одновременном росте цен

Точка касания кривой безразличия с бюджетным ограничением означает положение **равновесия потребителя** (рис. 20).

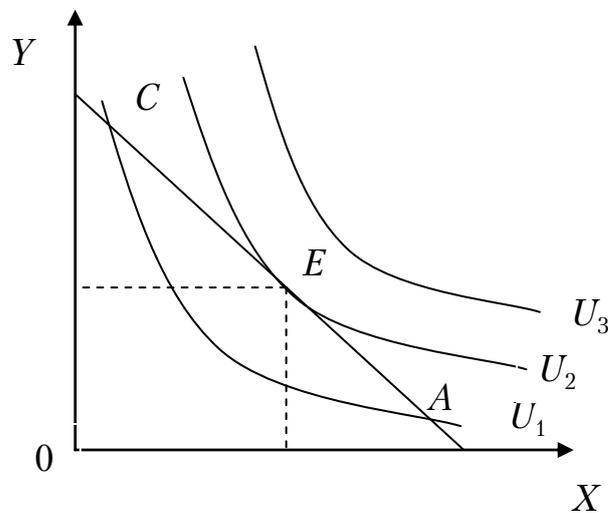


Рис. 20. Равновесие потребителя

В точке равновесия (т. E) наклон ЛБВ, определяемый соотношением цен товаров, совпадает с наклоном кривой безразличия, определяемый предельной нормой замещения. Алгебраически условие равновесия выражается в виде: $P_x/P_y = MRS_{xy}$, а т.к. $MRS_{xy} = MU_x/MU_y$, то $MU_x/MU_y = P_x/P_y$, или $MU_x/P_x = MU_y/P_y$. Таким образом, условие равновесия, сформулированное кардиналистами, совпадает с условием равновесия ординалистов.

Равновесие потребителя может изменяться под влиянием изменения цен. *Эффект цены* распадается на эффект дохода и эффект замещения (субституции). *Эффект дохода* заключается в том, что при неизменном номинальном доходе возрастает реальный доход потребителя, если цена товара снижается. *Эффект замещения* проявляется в том, что с уменьшением цены товара появляются возможности замещать им в потреблении более дорогие товары-субституты.

Рациональный потребитель формирует свое поведение на рынке исходя из сравнения предельной полезности последней единицы блага с ее рыночной ценой. Если предельная полезность i -й единицы блага больше рыночной цены, то имеет место излишек (избыток, рента или прибыль) потребителя, рассчитываемая по формуле: $d_i = MU_i - p$.

Поскольку график предельной полезности совпадает с графиком индивидуального спроса на благо, то графически излишек потребителя выражается заштрихованной площадью на рис. 21.

Рыночный излишек образуется как сумма излишков всех потребителей, действующих на рынке в данный период времени (рис. 22).

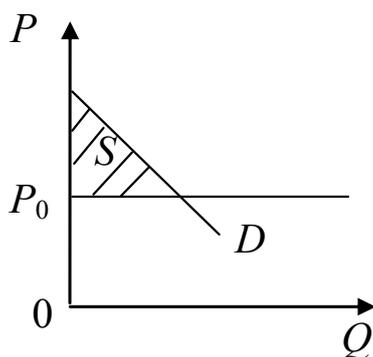


Рис. 21. Излишек потребителя

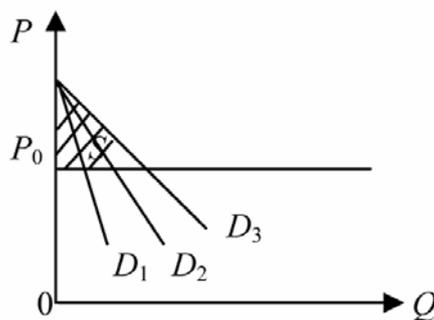


Рис. 22. Рыночный излишек

Таким образом, рыночный излишек по своей экономической сути — это совокупная полезность, получаемая потребителем от потребления благ в определенный период времени.

Точки касания кривых безразличия с линиями бюджетных ограничений показывают последовательные положения равновесия потребителя в соответствии с изменением его дохода. Кривая, соединяющая точки равновесия потребителя, названа Дж. Хиксом *кривой «доход-потребление»*, а в американской литературе она получила название *«кривая уровня жизни»* (рис. 23).

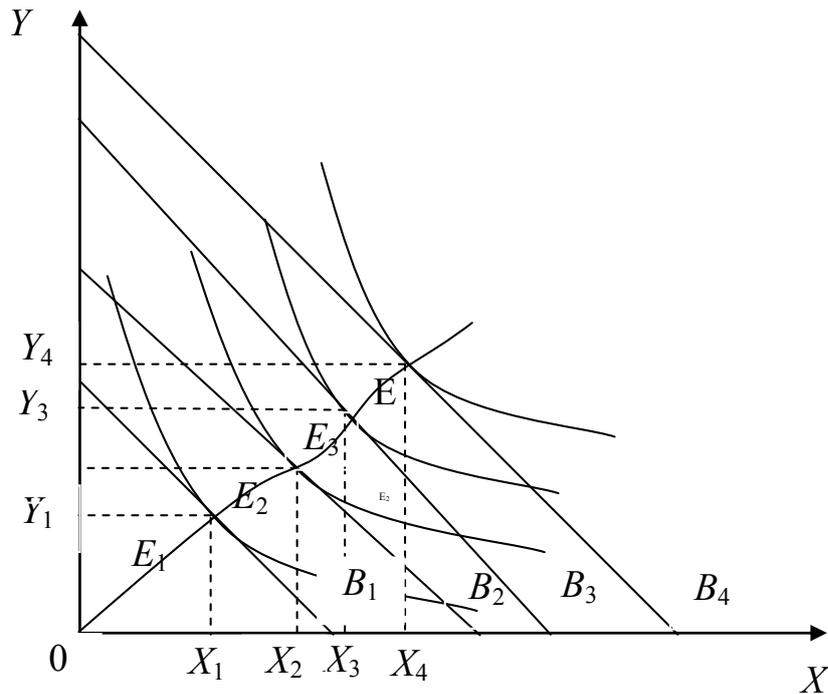
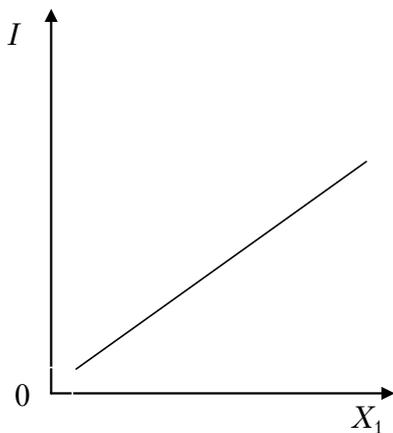


Рис. 23. Кривая «доход – потребление»

Если кривая «доход-потребление» – луч, выходящий из начала системы координат под углом 45° , то с ростом дохода потребитель в одинаковой пропорции увеличивает потребление благ X и Y . Если покупки увеличиваются непропорционально, то изменяется угол наклона кривой. В рассматриваемом примере происходит сначала быстрый рост, а затем относительное уменьшение потребления блага Y и постепенное увеличение потребления блага X .

В XIX веке немецкий статистик Э. Энгель впервые рассмотрел зависимость потребления от дохода потребителя. Для построения *кривой Энгеля* отложим по вертикальной оси доход потребителя I , а по горизонтальной – объем потребления товара X .

а



б

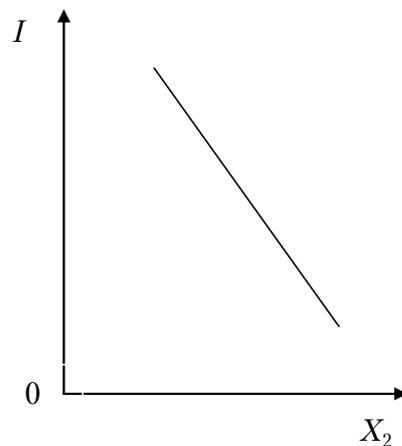


Рис. 24. Кривая Энгеля:
а – для нормальных товаров; б – для товаров худшего качества

Форма кривых Энгеля позволяет классифицировать товары на *нормальные* (с выделением в этой группе предметов первой необходимости и предметов роскоши) и на *относительно худшие*. На рис. 24 а кривая Энгеля имеет положительный наклон, т.е. с ростом дохода потребление товара X_1 возрастает (товар X_1 – нормальный товар). На рис. 24 б кривая Энгеля имеет отрицательный наклон, т.е. с ростом дохода потребление товара X_2 сокращается (товар X_2 – товар худшего качества).

Рассмотрим в качестве постоянной величины доход, а в качестве переменной – цену блага A . Допустим, цена блага A снизилась со 100 руб. до 50 руб. Потребитель при новых условиях за 100 руб. может купить 2 единицы блага A . Графически это отражается сдвигом ЛБВ из положения 1 в положение 2 и т.д. (рис. 25). Последующее снижение цены отражают ЛБВ₃ и ЛБВ₄. Соединив точки равновесия, получим кривую «цена-потребление».

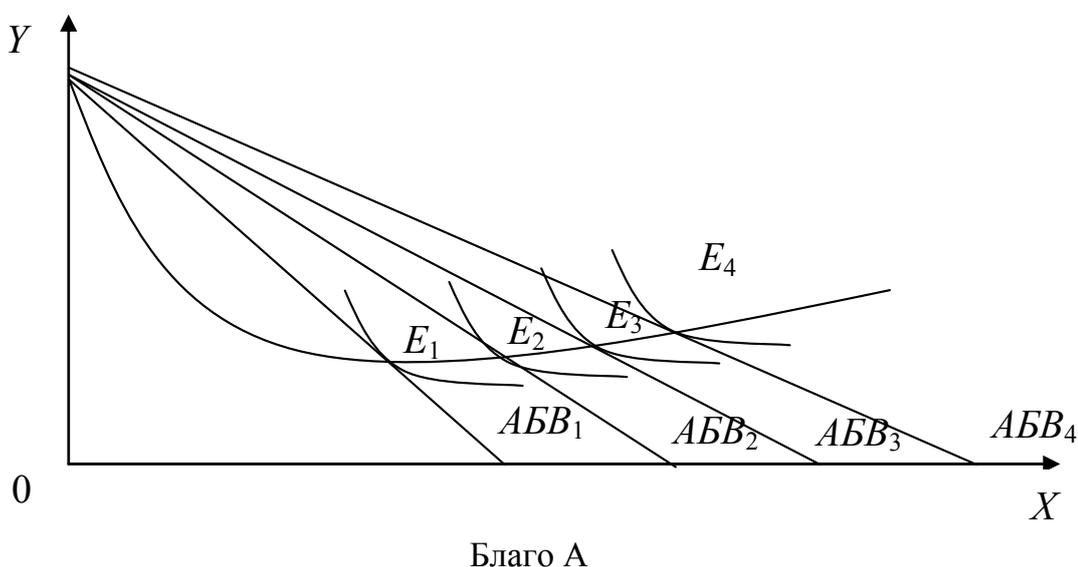


Рис. 25. Кривая «цена – потребление»

Использование в качестве инструментов анализа графических моделей «доход – потребление» и «цена – потребление» позволяет отразить изменения равновесия потребителя, происходящие под влиянием денежного дохода и цен товаров.

4.3. Интеграция кардиналистского и ординалистского подходов к исследованию особенностей рыночного спроса различных потребительских групп

Интеграция двух исследовательских подходов к изучению потребительского поведения позволила американскому экономисту Х. Лейбенстай-

ну выделить ряд *особенностей* рыночного спроса, обусловленные вкусами и предпочтениями индивидов:

1. Под влиянием *эффекта присоединения к большинству* потребитель, находясь в прямой зависимости от мнения других, покупает то, что приобретают другие.

2. Под воздействием *эффекта сноба* потребитель, находясь в обратной зависимости от мнения других, покупает те товары, потребление которых выделит его из толпы.

3. Сила *эффекта Т. Веблена* заключается в проявлении престижного или демонстративного потребления, когда товары или услуги используются главным образом для того, чтобы произвести на окружающих неизгладимое впечатление.

Наряду с социальными эффектами Х. Лейбенштейн обосновал два *типа* потребительского спроса:

Спекулятивный спрос возникает в обществе с высокими инфляционными ожиданиями, когда опасность повышения цен в будущем стимулирует дополнительные покупки товаров в настоящем.

Нерациональный (незапланированный) спрос формируется под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза.

Таким образом, в отличие от кардиналистов и ординалистов, Х. Лейбенштейн, обосновал факторы нерационального потребительского поведения, обусловленные влиянием внутренних психологических мотивов.

Темы для докладов

1. Трехмерное представление функции полезности в случае двух продуктов.

2. Модификация конфигураций кривых безразличия в зависимости от типа благ, входящих в потребительский набор.

3. Свойства бюджетной линии и ее роль в определении равновесия потребителя.

4. Факторы изменения равновесия потребителя (внешние и внутренние).

5. Влияние субъективной полезности на рыночную цену экономического блага (анализ моделей обмена – ящика Эджуорта и таблицы Менгера).

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 440 с.

2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

Дополнительная литература

1. Володина, Д. Модель потребителя будущего в теориях постиндустриального общества [Текст] / Д. Володина // Общество и экономика. – 2010. – № 9.
2. Меркулова, Ю. Как повысить общественную полезность товарного предложения? [Текст] / Ю. Меркулова // Общество и экономика. – 2010. – № 3-4.
3. Липсиц, И. Трансформация культуры и изменения в моделях потребительского поведения [Текст] / И. Липсиц // Вопросы экономики. – 2012. – № 8.
4. Ольсевич, Ю. Психологические основы экономического поведения // Вопросы экономики. – 2010. – № 6.
5. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.
6. Хэнс, У. Нормативная теория рационального выбора: прошлое, настоящее и будущее / У. Хэнс // Вопросы экономики. – 2012. – № 10.

Задачи

Задача 1. Общая полезность от потребления мороженого для Ивановой Людмилы представлена в таблице:

Число потребляемых порций мороженого	Общая полезность потребляемого мороженого
1	90
2	120
3	140
4	155
5	165
6	170

Рассчитайте предельную полезность мороженого для Ивановой Людмилы при каждом варианте потребления. Постройте кривые общей и предельной полезности мороженого и охарактеризуйте их динамику с позиции первого закона Г. Госсена.

Задача 2. Заполните пропуски в таблице и проанализируйте полученные данные.

Количество товара	TU товара А	MU товара А	TU товара В	MU товара В	TU товара С	MU товара С
1		50	80		45	
2		30	120			10
3		20	150		63	
4		10	170		68	
5		5	180			3

Контрольные вопросы

1. Каковы принципы рационального поведения потребителя?
2. В чем заключается экономическая сущность первого и второго законов Госсена?
3. Что показывает кривая безразличия и какими свойствами обладает?
4. Что показывает кривая бюджетного ограничения?
5. Как достигается равновесие потребителя?
6. Какие факторы определяют конфигурацию кривых безразличия?
7. Каким образом формируется индивидуальный и рыночный излишек потребителя?

5. СЕМЬЯ И ДОМОХОЗЯЙСТВО: ИХ РОЛЬ И ФУНКЦИИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

5.1. Семья и домохозяйство: их сущность и роль в рыночной экономике.

5.2. Социальные и экономические функции семейных хозяйств.

5.3. Семейный бюджет: доходы и расходы домохозяйств.

5.1. Семья и домохозяйство: их сущность и роль в рыночной экономике

В современной экономике семья и домохозяйство являются важнейшими экономическими субъектами, выполняющими ряд ключевых функций. В обиходе данные категории часто отождествляются, хотя в строгом смысле они имеют принципиальные отличия. В социальной статистике под *семьей* понимается осознанно организованная на основе родственных связей и общности быта группа людей, жизнедеятельность которых осуществляется для реализации социальных, экономических и духовных потребностей семьи и общества в целом.

Домохозяйство рассматривается как социально-экономическая ячейка, объединяющая людей отношениями, возникающими при организации совместного быта, ведении общего домашнего хозяйства, совместном проживании и т.д. Принципиальные отличия семьи от домашнего хозяйства состоят в следующем:

1. Домохозяйство шире по своему составу, за счет лиц, ведущих общее с семьей домашнее хозяйство, но не состоящих с членами семьи в отношениях родства. К таким лицам относятся: домашняя прислуга, няни, воспитатели, гувернеры, домашние учителя (если они живут в семье нанимателей), а также лица, которых приняла семья, чтобы поддержать их жизнедеятельность.

2. Домохозяйство может состоять из одной или нескольких семей.

В экономической литературе используются различные разновидности понятия «домашнее хозяйство». Например, «семейное хозяйство» – семья, все члены которой проживают совместно или «транснациональное домохозяйство», члены которого проживают в разных странах и поддерживают друг друга материально.

В России функционируют около 50 млн домашних хозяйств, из них 40 млн семейных и 10 млн домохозяйств лиц, не имеющих семьи или утративших связь с нею. При исследовании экономического поведения домашних хозяйств используется ряд классификационных признаков (табл. 4).

Таблица 4

**Типология домашних хозяйств
по социально-экономическим признакам**

№ п/п	Социально-экономический признак	Типы домашних хозяйств
1	Территориально-региональная принадлежность	Городское или сельское домохозяйство
2	Демографический статус	Семейное или несемейное домохозяйство, полные или неполные семьи
3	Число и половозрастная характеристика членов домохозяйства	Домохозяйства с детьми и без детей, домохозяйства с детьми младшего, дошкольного, школьного возраста, несовершеннолетними детьми, многодетные домохозяйства, домохозяйства матерей-одиночек
4	Среднедушевой располагаемый доход	Малоимущее и малообеспеченное домохозяйство, домохозяйство среднего достатка, домохозяйство с высоким уровнем дохода
5	Характер экономической деятельности	Частнопредпринимательское домохозяйство и домохозяйство, члены которого заняты наемным трудом в отраслях экономики
6	Социальное положение	Домохозяйство с высшим, средним, начальным уровнем образования его членов, занятых физическим или интеллектуальным трудом

В жизни современного общества роль семьи и домашнего хозяйства многоаспектна (рис. 26).

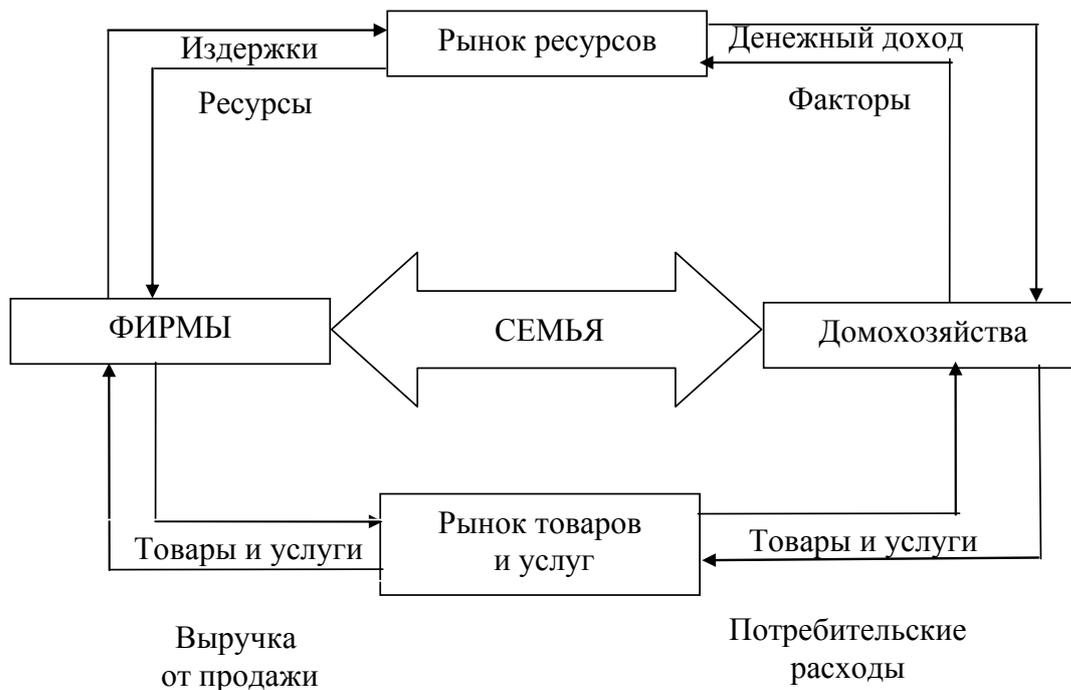


Рис. 26. Роль семьи и домохозяйства в рыночной экономике

На рис. 26 показано, что семья – это основа формирования и функционирования домашнего хозяйства, которое в свою очередь обеспечивает экономическую систему необходимыми факторами производства (трудом, капиталом, землей, предпринимательской способностью) и получает за них факторный доход (заработная плата, процент, рента, прибыль), направляемый на удовлетворение потребительских нужд.

5.2. Социальные и экономические функции семейных хозяйств

В рыночной экономике *семья* является основным звеном в формировании, накоплении и развитии *человеческого капитала*. Поэтому систему функций семьи следует рассматривать на трех стадиях: образование, производство и реализация человеческого капитала. На первой стадии происходит формирование материальной базы семьи в процессе использования семейного бюджета и ведения домашнего хозяйства. На второй стадии формируется физическая основа человеческого капитала. На третьей стадии происходит реализация человеческого капитала посредством организации индивидуального предпринимательства или трудоустройства.

В современной экономике домохозяйство выполняет следующие *экономические функции*:

1. Определяет уровень и формы занятости населения в секторах экономики.

2. Распределяет время между домашним трудом, досугом и экономической деятельностью.

3. Производит товары и услуги как для удовлетворения собственных нужд, так и для продажи на рынке и получения денежного дохода.

4. Формирует денежные и неденежные доходы населения и распределяет их между своими членами.

5. Осуществляет использование доходов с целью приобретения товаров и услуг для удовлетворения текущих потребностей.

6. Формирует сбережения для удовлетворения будущих потребностей своих членов.

7. Воспроизводит трудовые ресурсы общества, которые создают основу для его дальнейшего экономического развития.

8. Осуществляет первичную социализацию молодых поколений путем приобщения их к целесообразной трудовой деятельности.

Реализация социальных и экономических функций обуславливает ключевую роль семьи и домашнего хозяйства в рыночной экономике.

5.3. Семейный бюджет: доходы и расходы домохозяйств

Важнейшая функция домашнего хозяйства состоит в формировании и рациональном использовании *семейного бюджета*, который создает материальную основу для создания и развития человеческого капитала. Семейный бюджет состоит из двух частей: доходы и расходы.

Доходная часть семейного бюджета включает следующие элементы:

- Заработная плата.
- Предпринимательский доход.
- Доходы от собственности в форме ренты, процента, дивидендов, арендных платежей.
- Государственные трансфертные платежи в виде пенсий, пособий, субсидий, стипендий и т.д.

▪ Другие виды доходов.

К направлениям *расходов* семейного бюджета относятся:

- Социальное страхование.
- Индивидуальные налоги.
- Оплата коммунальных услуг.
- Транспортные расходы.
- Приобретение предметов длительного пользования.
- Покупка продуктов питания.
- Оплата учебы.
- Расходы на путешествия, отдых, досуг.
- Добровольные взносы в фонд общественных организаций.
- Прочие расходы.

Соотношение доходов и расходов характеризует уровень и качество жизни членов домашнего хозяйства.

Темы для докладов

1. Структура, источники формирования и виды денежных доходов домашних хозяйств в рыночной экономике.
2. Направления и объемы потребительских расходов домохозяйств.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
3. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

4. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

5. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Подольная, Н.Н. Производственная деятельность домашних хозяйств региона: условия, факторы, результаты [Текст] / Н.Н. Подольная // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 2.

2. Подольная, Н.Н. Исследование благосостояния домашних хозяйств региона на основе данных региональных счетов [Текст] / Н.Н. Подольная // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 12.

3. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Тесты

Согласны ли вы со следующими утверждениями?

1. Между понятиями «семья» и «домашнее хозяйство» не существует принципиальных отличий и поэтому их отождествление вполне правомерно (да, нет).

2. Домохозяйство может объединять нескольких семей (да, нет).

3. Домохозяйства играют ключевую роль только на рынке товаров и услуг (да, нет).

4. Домохозяйства снабжают рыночную экономику факторами производства, такими как труд, земля, капитал, предпринимательская способность (да, нет).

5. Семья является основным звеном в формировании и накоплении человеческого капитала (да, нет).

Контрольные вопросы

1. В чем заключаются различия между семьей и домохозяйством?

2. Какие социальные и экономические функции выполняют семья и домашнее хозяйство?

3. За счет каких источников формируется семейный бюджет и какова его структура?

4. Каковы ключевые направления расходов домохозяйств?

6. ФИРМА И ЕЕ РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

- 6.1. Понятие и целевая функция фирмы.
- 6.2. Критерии классификации и виды фирм.
- 6.3. Цели деятельности фирмы в постиндустриальной экономике.

6.1. Понятие и целевая функция фирмы

Появление и широкое распространение фирм относятся к периоду первоначального накопления капитала. *Фирма* как хозяйственная структура и экономическая категория за длительный период развития рыночных отношений существенно эволюционировала. Первоначально фирма (от итал. *Firma* – подпись) означала торговое имя коммерсанта. В настоящее время фирма рассматривается как определенная организация, экономический и правовой субъект, занимающийся производством экономических благ и обладающий хозяйственной самостоятельностью в решении вопросов: что, как и для кого производить, где, кому и по какой цене продавать.

В современном лексиконе термин «фирма» используется как обобщающее понятие. Фирма может включать как одно, так и несколько предприятий и производств. Под *предприятием*, как правило, понимается однопрофильное, однопродуктовое производство. Однопрофильные предприятия выпускают и реализуют один продукт. Современные предприятия – это в основном многопрофильные производства. Ориентация на такое производство делает предприятие более устойчивым в период экономического спада.

Целевая функция фирмы состоит в объединении ресурсов для выпуска необходимых потребителям товаров и услуг. Современные фирмы реализуют целевую функцию в условиях взаимодействия факторов внешней и внутренней среды функционирования. Внутреннюю среду формируют цели и задачи хозяйственной деятельности, организационная структура, используемая технология выпуска, профессионально-квалификационный состав работников. К внешней среде относятся поставщики ресурсов, потребители выпускаемой продукции, конкуренты, банки, рекламные агентства, аудиторские и страховые компании, фонды, государство и т.д. Внешняя среда деятельности фирмы характеризуется такими чертами, как сложность, нестабильность, асимметричность распределения информации, неопределенность.

Важное место в теории фирмы занимает проблема определения критерия оценки результатов ее деятельности. В модели классической предпринимательской фирмы таким критерием является *максимизация прибыли*. В модели управленческой фирмы У. Баумоля критерием оценки результатов является *объем продаж*, характеризующий положение фирмы на

рынке и в отрасли. Отличие фирмы, максимизирующей объем продаж от фирмы, максимизирующей прибыль, состоит в более высоком объеме производства и более низких ценах. Модель фирмы Р. Мэrrиса построена на предпосылке о том, что менеджеры в силу занимаемого ими положения способны навязать свою систему ценностей, а именно *рост реальных активов фирмы* становится критерием оценки результатов ее деятельности. Резкое увеличение количества слияний и поглощений в 60-е годы XX века подтвердило теоретические воззрения Р. Мэrrиса.

6.2. Критерии классификации и виды фирм

Для *классификации* фирм применяются различные *признаки*:

1. Исходя из *основной цели* деятельности, хозяйствующие субъекты делятся на *коммерческие*, стремящиеся получить максимальную прибыль, и *некоммерческие*, стремящиеся удовлетворить индивидуальные или общественные потребности в социальных благах.

2. По *виду* хозяйственной деятельности, выделяются промышленные, сельскохозяйственные, транспортные, строительные и иные предприятия. Например, к промышленным относятся те предприятия, 50 % выпуска которых приходится на промышленную продукцию.

3. По *принадлежности капитала*, различают *национальные* (капитал которых принадлежит гражданам страны), *иностранные* (владельцы которых – иностранные граждане) и *совместные* (капитал которых сформирован гражданами двух и более государств).

4. Исходя из *формы собственности*, выделяют три вида фирм или предпринимательства:

- Индивидуальное или частное предпринимательство;
- Товарищество или партнерство;
- Корпорация или акционерное общество.

Индивидуальным предпринимательством называется бизнес, владельцем которого является один человек. Собственник полностью отвечает по всем обязательствам фирмы, самостоятельно выполняет управленческие и иные функции. В РФ согласно нормам Гражданского кодекса граждане могут заниматься индивидуальным предпринимательством без образования юридического лица (ИПБОЮЛ).

Товариществом или *партнерством* называется бизнес, которым владеют два и более человек. Товарищества существуют в двух формах. При *полном* товариществе собственники бизнеса несут полную ответственность по всем хозяйственным обязательствам не только вложенным капиталом, но и принадлежащим им имуществом. При этом прибыль или убытки распределяются пропорционально доли вложенного капитала каждого собственника. Товарищество *на вере* (коммандитное товарищество) органи-

зуется на основании договора нескольких лиц, который регламентирует полную ответственность действительных его членов и ограниченную ответственность членов-вкладчиков (командистов).

Корпорацией или акционерным обществом называется совокупность лиц, объединенных для совместной предпринимательской деятельности как единое юридическое лицо. В РФ акционерные общества функционируют в двух формах. Акционерное общество, акции которого могут свободно продаваться и покупаться на рынке ценных бумаг, называется *открытым*. Акционерное общество, акции которого могут распространяться среди определенных лиц, например, среди учредителей или членов трудового коллектива, называется *закрытым*. Владелец акции становится совладельцем капитала и обладает правом голоса при принятии управленческого решения по принципу «одна акция – один голос». *Владельцем* капитала является лицо, имеющее контрольный пакет акций акционерного общества, т.е. более 50 %.

По форме собственности также различают государственные, муниципальные и кооперативные предприятия. *Государственные* предприятия могут быть как коммерческие, так и некоммерческие. Они создаются государством в тех отраслях народного хозяйства, которые «непривлекательны» для частного бизнеса, требуют серьезных инвестиционных затрат с большим сроком окупаемости, обеспечивают производство общественных благ. Особым типом государственных предприятий являются *унитарные*, которые преследуют цель получения прибыли, но не обладают правом собственности на закрепленное имущество. Согласно статистическим данным, доля государственных предприятий в объеме выпущенной промышленной продукции в Западных странах колеблется от 20 до 25 %.

По признаку *величины* фирмы различают: малый бизнес, средний бизнес, крупный бизнес. При этом критерии деления предприятий на малые, средние и крупные дифференцируются в странах с развитой рыночной экономикой. Например, в США широко используется критерий численности наемных работников. *Наименьшим* считается предприятие, если занято не более 10 человек, *мельчайшим* – не более 20 человек, *мелким* – не более 99 человек, *средним* – не более 500 человек, а *крупным* – более 500 человек.

В отечественной практике предприятия могут быть отнесены к *малым*, если:

- 1) доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и иных организаций не превышает 25 %;
- 2) доля, принадлежащая одному или нескольким лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 %;
- 3) численность занятого персонала в промышленности, строительстве, на транспорте – 100 человек; сельском хозяйстве и научно-технической сфере – 60 человек; оптовой торговле – 50 человек; в розничной торговле –

и бытовом обслуживании населения – 30 человек; в других отраслях – 50 человек.

В современной западной экономике малый (мелкий) бизнес образует самый крупный сектор хозяйства, где находят работу более половины всех занятых. Например, в США малыми предприятиями производится более: 60 % всех услуг, 50 % всей выпускаемой продукции и около половины всех нововведений.

Формами организации малого бизнеса в современной экономике выступают система франчайзинга (от англ. Franchise – льготный) и венчурного (от англ. Venture – рисковать) предпринимательства. **Франчайзинг** – это система мелких частных фирм, которые заключают контракт на право пользования фабричной маркой крупной фирмы в своей деятельности и на определенной территории. Они получают льготы в виде скидок на приобретение и монтаж оборудования, получение кредита и т.д.

Венчурная фирма – это коммерческая организация, занимающаяся разработкой научных исследований для их дальнейшего развития и завершения. Она может финансировать и консультировать компании, обладающие этими новшествами. Венчурные фирмы делают бизнес на нововведениях и стремятся завершить разработку одних и перейти к работе над другими проектами. Родиной венчурного бизнеса являются США, где он возник после второй мировой войны.

Средний бизнес играет в современной экономике менее заметную роль. В своей маркетинговой стратегии фирмы реализуют принцип «нишевой» специализации и действуют на определенных ограниченных сегментах рынка. Средний бизнес непрочен, т. к. ему приходится конкурировать как с крупным, так и с мелким бизнесом, в результате чего он либо перерастает в крупный, либо перестает существовать вообще.

Крупный бизнес отличается большей прочностью, чем средний или малый. Его монопольное положение на рынке дает возможность производить массовую продукцию, рассчитанную на широкий круг потребителей. По мнению большинства авторитетных экспертов, несмотря на значительную роль малых и средних предприятий, именно крупный бизнес является основой рыночной экономики. Вместе с тем, в отечественной и зарубежной хозяйственной практике сложились и другие формы организации и ведения бизнеса: холдинги, финансово-промышленные группы, концерны, альянсы, транснациональные корпорации.

6.3. Цели деятельности фирмы в постиндустриальной экономике

В конце XX века мировое сообщество осуществило переход от индустриальной к постиндустриальной экономике. Стала осуществляться

ориентация на качество товаров и услуг, получили распространение небольшие, но эффективные фирмы, использующие инновационные, ресурсосберегающие технологии. Подобные структурно-технологические изменения стали глобальным процессом, в котором ключевая роль принадлежит информационным технологиям. В связи с этим информация начинает рассматриваться как основной объект деятельности фирмы.

С выходом в свет книги Дж. Гелбрейта «Новое индустриальное общество» получила распространение идея соответствия целей деятельности фирмы целям функционирования общества и развития личности. В данной концепции цели фирмы структурируются в иерархию. При этом цель обеспечения самостоятельного функционирования и необходимого уровня доходов работников являются приоритетными. Как только фирма достигнет этих целей, то начинают преобладать цели значимые для общества. Исходные критерии рациональности, состоящие в эффективном распределении и использовании ограниченных ресурсов, дополняются новыми показателями – оптимизацией взаимодействия фирм, личности и общества, включая максимизацию удовлетворения потребностей в материальных и нематериальных благах.

Темы для докладов

1. Экономическая природа фирмы с позиции Р. Коуза.
2. Достоинства и недостатки частнопредпринимательской фирмы, партнёрства, корпорации.
3. Цели деятельности неприбыльной (некоммерческой) организации и потребительского кооператива.
4. Регулируемая и государственная фирмы.
5. Характеристика организационной структуры российского бизнеса.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
3. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
4. Сметанин С.И. История предпринимательства в России [Текст]: учеб. пособие. – М.: КноРус. – 2010. – 192 с.
5. Тарануха Ю.В. Микроэкономика [Текст]: учебник / Ю.В. Тарануха, Д.Н. Земляков. – М.: КноРус. – 2010. – 320 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Волкова, Т. Модели венчурного финансирования: мировые и российские тенденции развития [Текст] / Т. Волкова // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 23.

2. Сторчевой, М. Экономическая теория фирмы: систематизация [Текст] / М. Сторчевой // Вопросы экономики. – 2012. – № 9.

3. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

4. Юданов, А. Что такое инновационная фирма? [Текст] / А. Юданов // Вопросы экономики. – 2012. – № 7.

Тесты

Согласны ли вы со следующими утверждениями?

1. Все известные в экономической теории модели фирмы используют в качестве критерия оценки эффективности ее деятельности объем прибыли (да, нет).

2. В основу классификации современных фирм положена форма собственности и величина фирмы (да, нет).

3. По признаку величины фирмы различают крупный, средний и малый бизнес (да, нет).

4. По форме собственности различают частное предпринимательство, партнерство и акционерное общество (да, нет).

5. В отечественной хозяйственной практике понятия «акционерное общество» и «корпорация» отождествляются (да, нет).

Практические задания

З а д а н и е 1. Заполните таблицу и проведите сравнительный анализ трех форм бизнеса с позиции вида собственности на средства производства.

Достоинства и недостатки частного предпринимательства, партнерства и корпорации

№	Форма бизнеса	Достоинства	Недостатки	Примеры
1	Частное предпринимательство			
2	Товарищество на вере			
3	Коммандитное товарищество			
4	Открытое акционерное общество			
5	Закрытое акционерное общество			

З а д а н и е 2. Заполните таблицу и обоснуйте специфику деятельности основных видов фирм с позиции различных классификационных признаков.

№	Классификационный признак	Специфика деятельности	Примеры

Контрольные вопросы

1. Какими характеристиками обладает фирма и в чем состоит ее целевая функция?
2. Какие существуют модели фирмы и в чем проявляются их отличия?
3. Какие признаки используются для классификации фирм?
4. Какие формы организации бизнеса вам известны?
5. В чем состоят особенности полного и коммандитного товарищества?
6. По каким критериям предприятия относят к малым?
7. Что понимается под франчайзингом и в чем состоит специфика венчурного бизнеса?
8. Какова основная идея заложена в концепции нового индустриального общества американского экономиста Дж. Гэлбрейта?

7. ТЕОРИЯ ПРОИЗВОДСТВА

7.1. Производство и производственная функция.

7.2. Производственная деятельность фирмы в краткосрочном периоде. Закон убывающей предельной производительности.

7.3. Производственная деятельность фирмы в долгосрочном периоде функционирования. Равновесие производителя.

7.4. Эффект масштаба и факторы оптимизации объемов производства.

7.1. Производство и производственная функция

Важнейшим направлением в деятельности фирмы является *производство* экономических благ, под которым понимается процесс целенаправленного преобразования факторов в полезный результат. На микроэкономическом уровне *факторами производства* выступают: **труд** – как функция рабочей силы, **земля** – географическое место производства и источник природных ресурсов, **капитал** – средства производства в натуральном или стоимостном выражении, **предпринимательство** – способность человека объединять людей со средствами производства для достижения поставленной цели.

Фактор производства, задействованный в конкретном технологическом процессе и воплотившийся в конкретной производственной форме, называется **производственным ресурсом**. Способ соединения, а также количественное и качественное соотношение факторов в производстве данного блага называется **технологией производства**. В зависимости от соотношения факторов в производстве различают трудоемкие, фондоёмкие или капиталоемкие, материалоемкие, наукоемкие технологии.

Микроэкономика в части анализа производства благ и услуг изучает соотношение объема применяемых факторов и объема выпуска. Математически такая зависимость выражается **производственной функцией**, которая в общем виде представляется формулой

$$Q = f(F_1, \dots, F_n),$$

где Q – объем выпуска;

$f(F_1, \dots, F_n)$ – количество используемых факторов (1, ..., n).

В теории для упрощения анализа используются *двухфакторные* производственные функции: $Q = f(L, K)$, где L, K – количество используемых в единицу времени труда и капитала.

Графически задаваемая при помощи производственной функции технология может быть представлена в виде непрерывных линий – **изоквант-линий** равного выпуска (рис. 27).

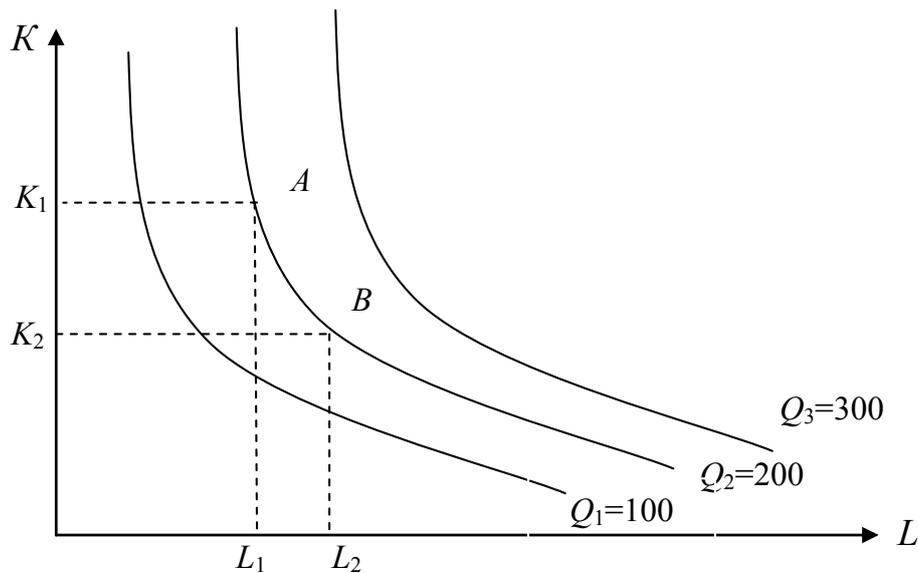


Рис. 27. Изокванты для различных значений выпуска

Каждая точка изокванты имеет координаты, соответствующие минимальным объемам труда и капитала, необходимым (в разных пропорциях) для производства данного количества продукции. Полная совокупность изоквант дает полную характеристику возможных технологий и называется *технологической картой производства продукта* или **картой изоквант**. Наклон изоквант в каждой точке называется **предельной нормой технологического замещения (MRTS)**:

$$MRTS_{L,K} = -\Delta L / \Delta K \text{ при } Q = \text{const}$$

или

$$MRTS_{K,L} = -\Delta K / \Delta L \text{ при } Q = \text{const}.$$

В зависимости от степени заменяемости факторов в применяемой технологии изокванты принимают различные конфигурации (рис. 28).

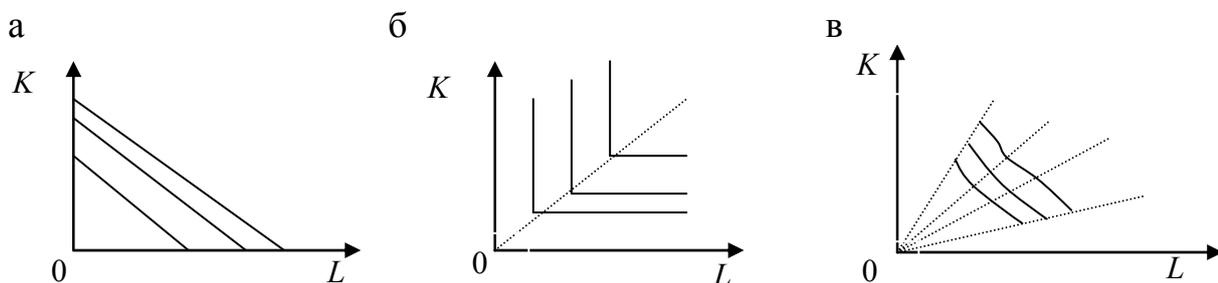


Рис. 28. Изокванты при различной взаимозаменяемости факторов производства:
 а – технология с абсолютной заменяемостью факторов;
 б – технология с абсолютной незаменимостью факторов;
 в – наличие нескольких способов производства

На рис. 28, а показана технология с абсолютной заменяемостью факторов, причем выпуск может быть достигнут с участием лишь одного фактора. На рис. 28, б – «жесткая» технология с абсолютной незаменимостью факторов. На рис. 28, в – ломаные изокванты, иллюстрирующие наличие нескольких технологических способов производства. Способы производства показаны пунктирными линиями.

Таким образом, взаимозаменяемость факторов в процессе производства товаров обуславливает характер применяемой технологии и объем спроса на ресурс.

7.2. Производственная деятельность фирмы в краткосрочном периоде. Закон убывающей предельной производительности

Краткосрочным периодом функционирования фирмы называется промежуток времени, в течение которого фирма может наращивать объемы производства только за счет одного, наиболее мобильного фактора. Как правило, этот период составляет до одного года, где *переменным фактором* для большинства фирм является труд, а *постоянным* – капитал. Математически зависимость объема выпуска от переменного фактора выражается в виде: $Q = f(L)$.

Для того чтобы отразить влияние переменного фактора (труда) на производство используются понятия совокупного (общего), среднего и предельного продуктов.

Совокупный продукт (Q или TP) – это объём экономического блага, произведенный с использованием некоторого количества переменного фактора.

Средний продукт (*средняя производительность труда* – AP) – это отношение объема выпуска к объему затраченного на его производство труда:

$$AP = Q/L.$$

Предельный продукт (*предельная производительность труда* – MP) – это отношение дополнительного объема выпуска к дополнительной единице труда, вызвавшей приращение выпуска:

$$MP = \Delta Q / \Delta L.$$

Рассмотрим динамику общего, среднего и предельного продуктов по стадиям производства в краткосрочном периоде (рис. 29).

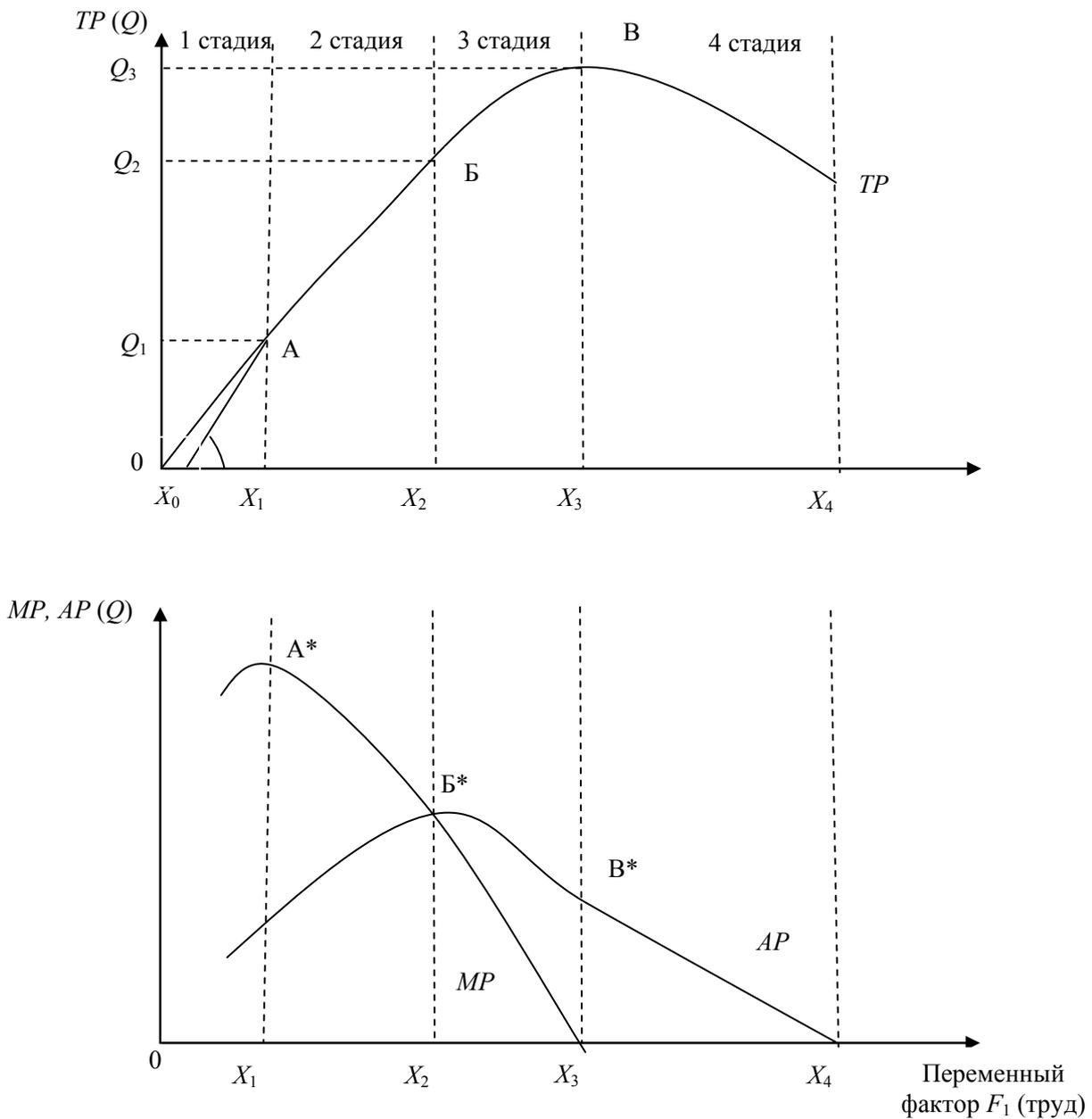


Рис. 29. Динамика общего, среднего и предельного продуктов по стадиям производства

На первой стадии производства (OA) увеличение затрат труда способствует все более полному использованию капитала. Это выражается в росте MP и AP , при этом $MP > AP$ (рис. 29). В точке A^* MP максимален. На второй стадии (AB) величина MP уменьшается и в точке B^* $MP=AP$. Если на первой стадии TP возрастает медленнее, чем использованное количество переменного фактора, то на второй стадии TP растет быстрее, чем использованное количество переменного фактора. На третьей стадии (BB) $MP < AP$, в результате чего TP растет медленнее затрат переменного фактора. На четвертой стадии (после точки B) $MP < 0$. В результате прирост переменного фактора F_1 приводит к уменьшению выпуска TP . В этом

заключается действие закона убывающей предельной производительности. Он утверждает, что с ростом использования какого-либо производственного фактора (при неизменности остальных) достигается точка, в которой дополнительное применение переменного фактора ведет к снижению относительного и абсолютного объемов продукции. Заметьте, что этот закон был выведен экспериментальным путем (сначала в сельском хозяйстве, а затем и в других отраслях промышленности), и он проявляется в краткосрочном периоде. Технический прогресс расширяет границы действия данного закона.

7.3. Производственная деятельность фирмы в долгосрочном периоде функционирования. Равновесие производителя

Долгосрочным периодом функционирования фирмы называется промежуток времени, в течение которого фирма может наращивать объемы производства за счет изменения всех используемых факторов. Этот период составляет более одного года. Поскольку все факторы являются переменными, то перед фирмой возникает проблема определения оптимальной комбинации ресурсов с точки зрения максимизации объемов производства при заданном инвестиционном бюджете. **Изокоста** – линия равных затрат – отражает различные комбинации издержек на приобретение факторов при заданном объеме расходов. Если w – ставка заработной платы, r – стоимость аренды единицы капитала в единицу времени, C – инвестиционный бюджет, то изокоста может быть представлена в виде:

$$C = wL + rK.$$

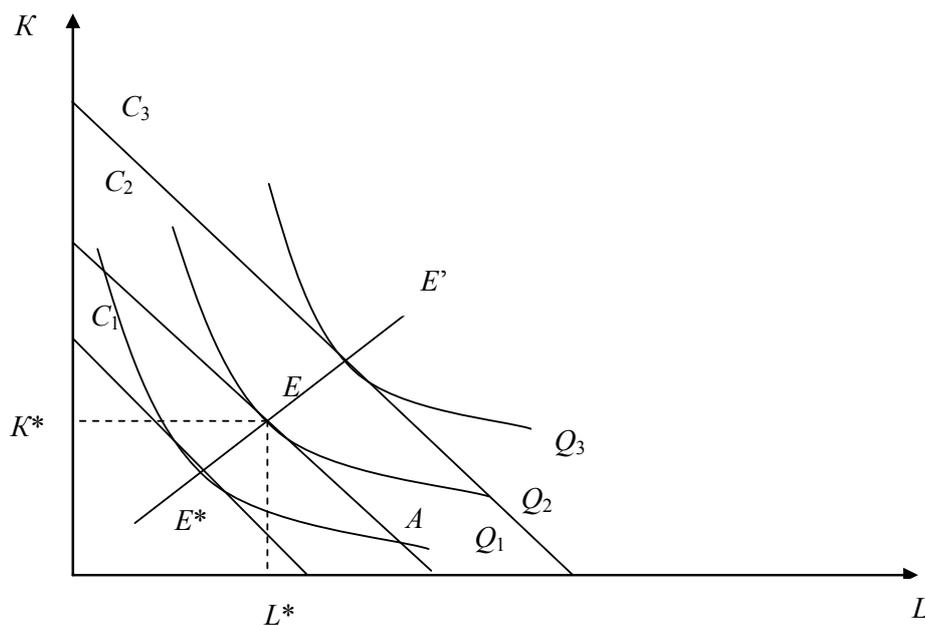


Рис. 30. Равновесие производителя

Оптимальная комбинация факторов $E (L^*, K^*)$ при затратах C_2 соответствует точке касания изокосты C_2 и изокванты максимально доступного выпуска Q_2 . Для точки E выполняется следующее условие:

$$w/r = MRTS_{L,K} = -MP_L / MP_K \text{ или } MP_L / w = MP_K / r.$$

Из этого выражения следует, что в точке *равновесия производителя* (т. E) последняя единица затрат, израсходованная на труд, дает тот же прирост выпуска, что и последняя единица затрат, израсходованная на капитал. При увеличении или сокращении объема затрат оптимум изменяется (рис. 30). Линия E^*EE' называется *траекторией роста фирмы*. Траектория роста фирмы показывает последовательное увеличение объемов выпуска, сопряженное с возрастанием инвестиционных затрат.

7.4. Эффект масштаба и факторы оптимизации объемов производства

Анализ траектории роста фирмы позволяет определить тип *экономии от масштаба*. Если расстояния между изоквантами уменьшаются, то существует *возрастающая экономия от масштаба*, т.е. увеличение выпуска достигается при относительной экономии ресурсов (рис. 31). *Факторами положительного эффекта масштаба* являются: специализация труда, в том числе и управленческого, производство побочных продуктов, проведение научно-исследовательских работ.

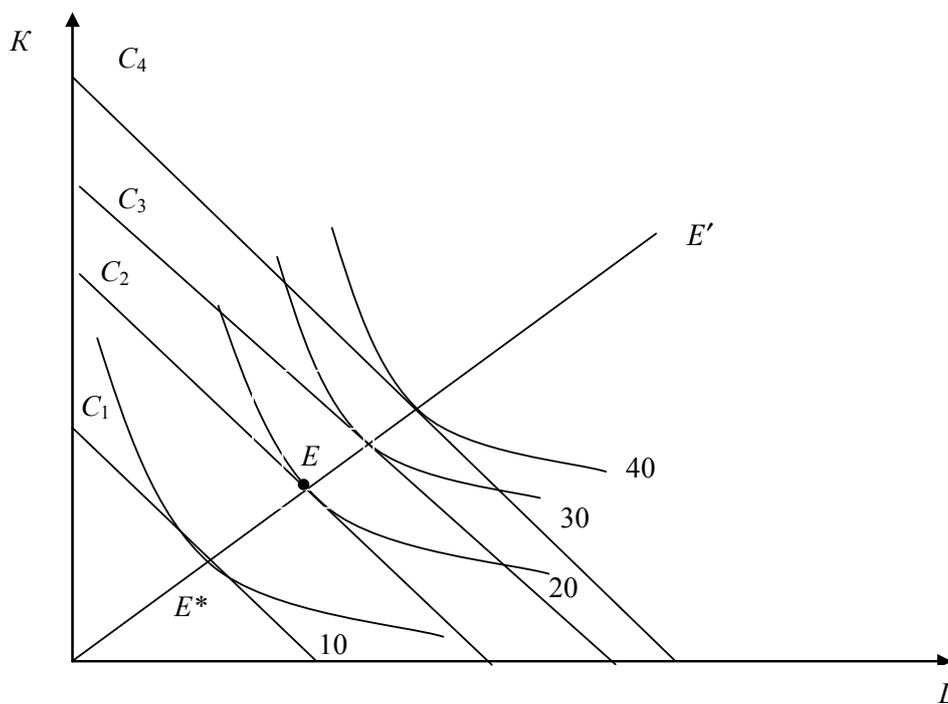


Рис. 31. Возрастающая экономия от масштаба

Если расстояния между изоквантами увеличиваются, это свидетельствует об *убывающей экономии от масштаба* (рис. 32).

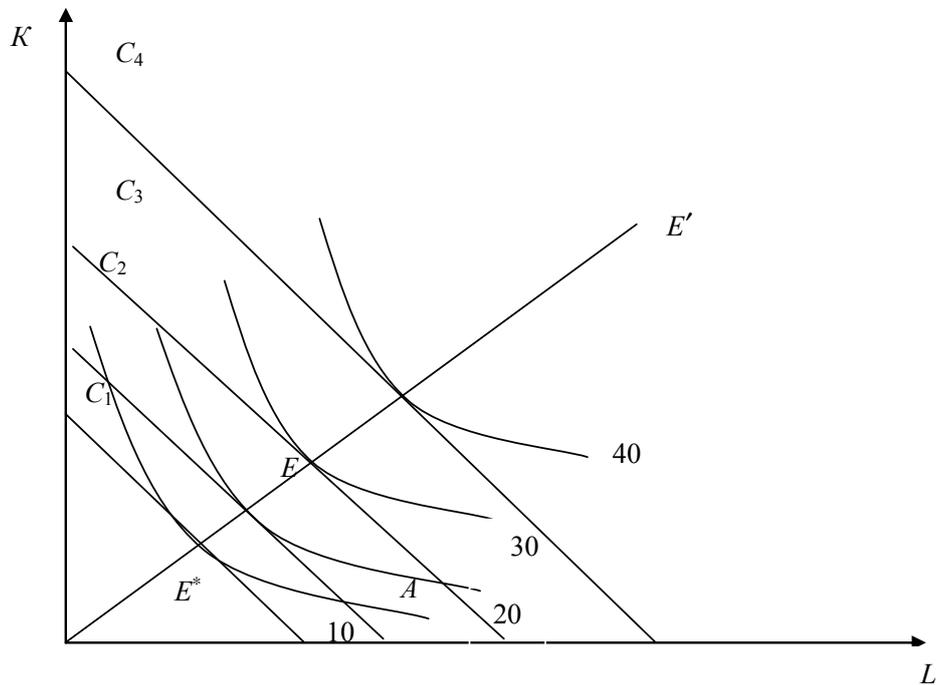


Рис. 32. Убывающая экономия от масштаба

В случае, когда увеличение производства требует пропорционального увеличения ресурсов, имеет место *постоянная экономия от масштаба* (рис. 33).

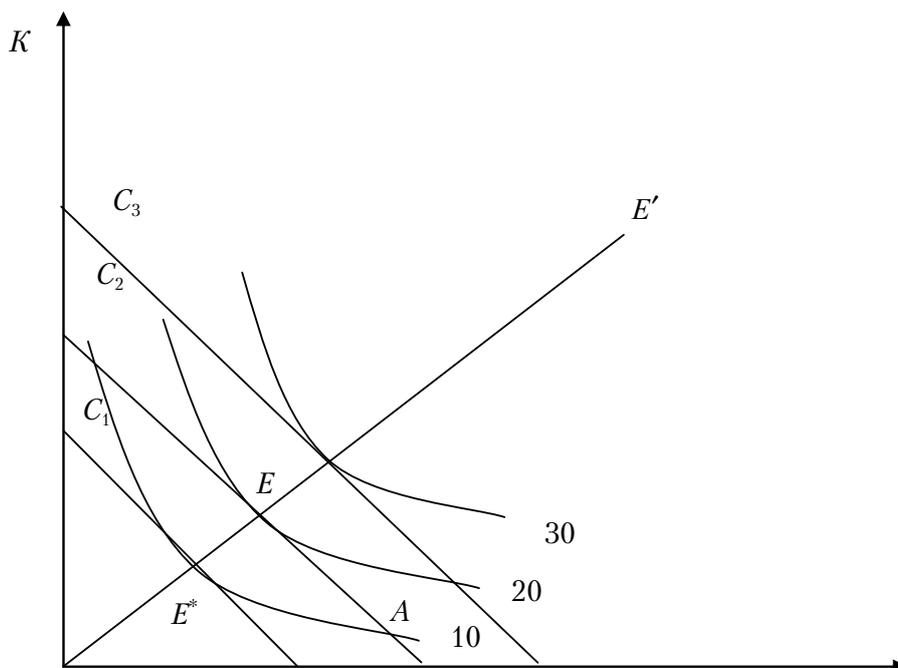


Рис. 33. Постоянная экономия от масштаба

Таким образом, изокванта позволяет не только экономно использовать имеющиеся ресурсы для достижения данного объема производства, но и определить *минимально эффективный размер предприятия в отрасли*. В случае возрастающей экономии от масштаба фирме необходимо наращивать объем производства, т.к. это приводит к относительной экономии имеющихся ресурсов. Убывающая экономия от масштаба свидетельствует о том, что минимально эффективный размер предприятия уже достигнут и дальнейшее наращивание производства нецелесообразно. Тем самым анализ выпуска с помощью изоквант позволяет определить техническую эффективность производства. Пересечение изоквант с изокостой позволяет определить не только технологическую, но и экономическую эффективность, т.е. выбрать технологию, обеспечивающую максимальный выпуск продукции.

Таким образом, оптимизация эффекта масштаба позволяет фирме увеличить выпуск при относительной экономии ресурсов, обеспечивающей снижение издержек производства.

Темы для докладов

1. Производственная функция Кобба-Дугласа в модели развития фирмы.
2. Условие равновесия производителя при производстве одного экономического блага с использованием двух факторов.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 576 с.

Дополнительная литература.

1. Гребнев, Л. Факторы и ресурсы: тождество, различие или противоположность [Текст] / Л. Гребнев // Вопросы экономики. – 2010. – № 7.
2. Данилина, Я. В. Информация и факторы производства [Текст] / Я.В. Данилина // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 2.
3. Ивантер, В. Трудосбережение как приоритет [Текст] / В. Ивантер // Экономист. – 2011. – № 1.
4. Львов, А.Г. Построение производственных функций с переменной эластичностью замещения [Текст] / А.Г. Львов // Журнал экономической теории. – 2010. – № 1.
5. Милошевская, Е. Определение внутренней экономии и потерь от масштаба производства посредством параметрического моделирования проблемы выбора [Текст] / Е. Милошевская // Общество и экономика. – 2011. – № 3.
6. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Заполните пропуски в таблице и охарактеризуйте динамику основных показателей производственной деятельности фирмы в краткосрочном периоде функционирования.

Количество используемого труда	Общий продукт, ТР	Средний продукт, АР	Предельный продукт, МР
2	100		-
3	...	40	
4	140
5	10
6	155

Задача 2. В таблице представлена зависимость совокупного продукта от затрат труда.

Затраты труда	Совокупный продукт, ТР
1	4
2	8
3	14
4	20
5	25
6	29
7	32
8	34
9	35
10	36

Рассчитайте предельный и средний продукты труда. Изобразите графически эти величины.

Задача 3. Количество вовлекаемого в производство труда увеличилось на 15 %, капитала на – 17 %. Выпуск вырос на 15 %. Какова отдача от роста масштаба производства?

Контрольные вопросы

1. Какие факторы используются фирмой при производстве товаров и услуг?
2. Что показывает производственная функция?
3. Как строятся изокоста, изокванта и какова сущность предельной нормы технологического замещения?
4. В чем заключается специфика краткосрочного и долгосрочного периодов производственной деятельности фирмы?
5. Как рассчитывается общий, средний и предельный продукт производственной деятельности фирмы?
6. В чем проявляется действие закона убывающей предельной производительности?
7. Каково условие равновесия производителя в долгосрочном периоде?
8. Что понимается под эффектом масштаба, каковы факторы убывающей и постоянной экономии от увеличения объемов выпуска?

8. ТЕОРИЯ ИЗДЕЖЕК ФИРМЫ

8.1. Понятие и виды издержек производства. Экономический и бухгалтерский подходы к расчету прибыли фирмы.

8.2. Особенность динамики постоянных, переменных, предельных и средних издержек при росте объемов производства.

8.1. Понятие и виды издержек производства. Экономический и бухгалтерский подходы к расчету прибыли фирмы

Под **издержками** понимается денежное выражение ресурсов, затраченных фирмой на производство и реализацию продукции. В микроэкономическом анализе применяются бухгалтерский и экономический подходы к определению издержек. При *бухгалтерском* подходе издержки фирмы – это фактический расход ресурсов, затраченных на изготовление продукции. **Бухгалтерские издержки (явные)** делятся на прямые, непосредственно связанные с созданием продукции, и косвенные, необходимые для общего функционирования предприятия и его организационных основ.

Бухгалтерские издержки производства	
Прямые	Косвенные
<ul style="list-style-type: none">▪ затраты на сырье, материалы, полуфабрикаты▪ затраты на топливо и электроэнергию▪ выплаты заработной платы рабочим	<ul style="list-style-type: none">▪ накладные расходы▪ амортизация▪ выплата процентов на заемные средства▪ заработная плата управленческому персоналу

Экономическое понимание издержек производства основывается на факте ограниченности ресурсов и возможности их альтернативного использования. *Экономические издержки* делятся на явные (*денежные*) и неявные (*вмененные*). **Явные (внешние) издержки** – это денежные выплаты, которые совершает фирма приобретая сырье, материалы, оборудование у поставщиков, не входящих в состав фирмы **Неявные (внутренние) издержки** – это неоплаченные издержки за ресурсы, принадлежащие фирме. Они равны денежным платежам, которые могли бы быть получены при передаче ресурсов другим предпринимателям для самостоятельного использования. К внутренним издержкам относятся:

- заработная плата предпринимателя, которую он мог бы получать при выполнении обязанностей менеджера на другой фирме;

- неполученные денежные средства в виде ренты, которую можно было бы получить при сдаче помещения в аренду;

- неполученные денежные средства в виде процента, которые могла бы получить фирма при вложении этого капитала в банк.

Издержки упущенных возможностей лежат в основе разграничения экономической (чистой) и бухгалтерской прибыли. **Бухгалтерская прибыль** – это разность между общей выручкой ($P*Q$) и внешними издержками. **Экономическая прибыль** – это разность между общей выручкой и суммой внешних и внутренних издержек.

В рыночной экономике важное значение приобретает анализ формирования *транзакционных издержек*, понятие которых ввел в научный оборот американский экономист Р. Коуз. Транзакционные издержки несут как производители товаров и услуг, так и потребители готовой продукции. Выделяют следующие виды транзакционных затрат:

- затраты поиска информации;
- потери, связанные с неполной и асимметрично распределяемой информацией;
- затраты, связанные с ведением переговоров и заключением контрактов;
- затраты, связанные с контролем за соблюдением условий договора;
- затраты по юридической защите прав собственности в суде.

Представители неинституциональной теории считают, что функция рынка состоит в минимизации транзакционных затрат.

8.2. Особенность динамики постоянных, переменных, предельных и средних издержек при росте объемов производства

Для предпринимателя большое практическое значение имеет деление издержек на постоянные и переменные. **Постоянные издержки** (FC) – это издержки, величина которых не зависит от объемов производства и реализации. К ним относятся: рентные платежи, оплата процентов по облигационным займам, страховые взносы, заработная плата управленческого персонала, часть отчислений на амортизацию и т.д. **Переменные издержки** (VC) – это те издержки, величина которых находится в прямой зависимости от объема производства и реализации. К ним относятся: затраты на сырье, топливо, электроэнергию, транспорт, заработная плата рабочим. Принципиальное отличие представленных издержек состоит в том, что переменными издержками предприниматель может управлять путем изменения объемов производства и реализации, а постоянные издержки должны быть оплачены, даже если фирма ничего не производит.

Валовые издержки (TC) – это сумма постоянных и переменных издержек: $TC = FC + VC$. Валовые издержки с каждой новой единицей продукции увеличиваются на величину переменных издержек (рис. 34).

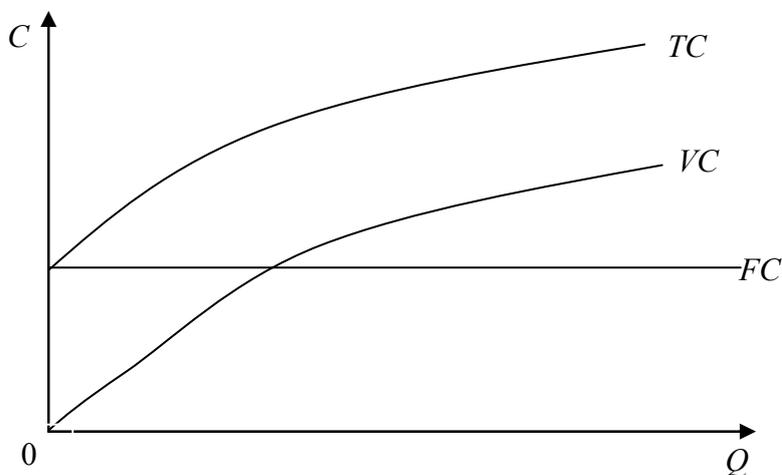


Рис. 34. Постоянные, переменные и валовые издержки

Для предпринимателя важной является информация об издержках по выпуску единицы продукции или средних издержках.

Средние издержки (AC) – это валовые издержки, приходящиеся на единицу продукции: $AC = \frac{TC}{Q}$.

Соответственно рассчитываются *средние постоянные, средние переменные* и *средние валовые издержки*: $AFC = \frac{FC}{Q}$, $AVC = \frac{VC}{Q}$, $ATC = AFC + AVC$.

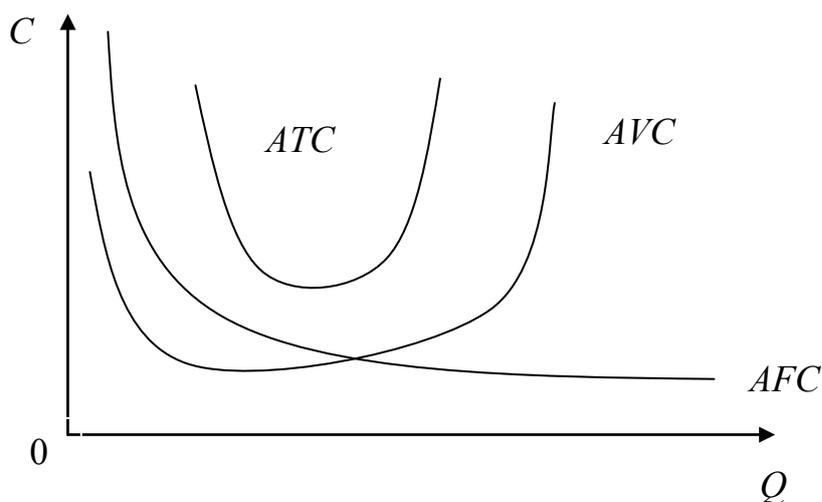


Рис. 35. Конфигурация средних издержек

В долгосрочном периоде кривая средних валовых издержек образуется как касательная к множеству краткосрочных кривых средних издержек.

Результирующая кривая показывает, как изменяются издержки предприятия в долгосрочном периоде при разных технологических процессах (рис. 36).

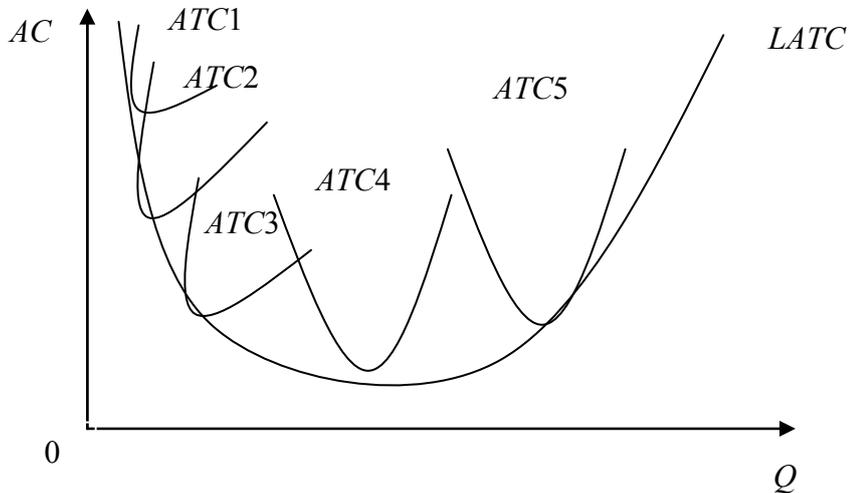


Рис. 36. Кривая средних валовых издержек в долгосрочном периоде

Минимально эффективный размер предприятия – это наименьший размер производства, при котором оно может минимизировать свои долгосрочные средние валовые издержки. Существуют три модели предприятий с различной конфигурацией кривых долгосрочных средних валовых издержек (рис. 37).

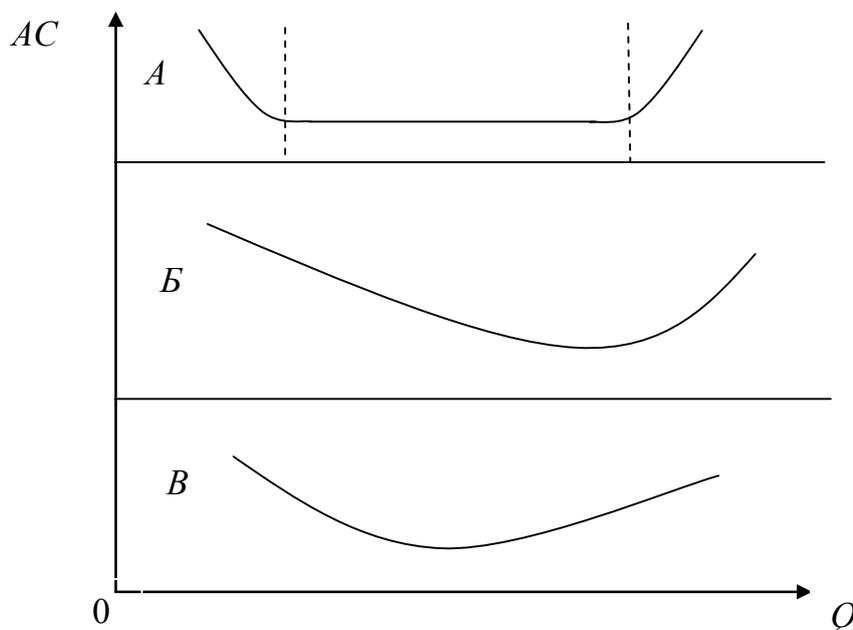


Рис. 37. Модели предприятия с различными средними издержками

При рассмотрении вопроса об объемах производства необходимо проанализировать **предельные издержки (MC)**, которые представляют собой дополнительные издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукции:

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

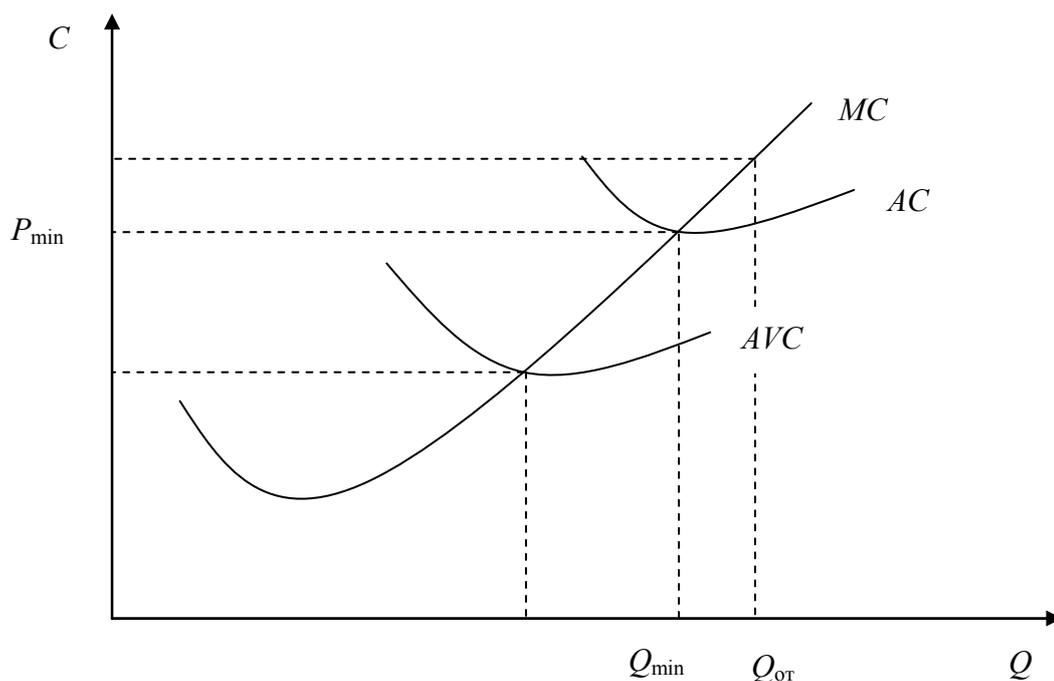


Рис. 38. Предельно-среднее правило издержек производства

Кривые *MC*, *AC* и *AVC* подчиняются *предельно-среднему правилу*, в соответствии с которым предельные издержки будут равны средним издержкам в их минимальном значении. На рисунке это правило будет означать пересечение кривой *MC* кривых *ATC* и *AVC* в точке их минимума.

Таким образом, издержки являются основным экономическим показателем, характеризующим производственную и коммерческую деятельность фирмы. Влияние издержек на объем получаемой фирмой прибыли обуславливает необходимость их минимизации путем достижения положительного эффекта масштаба производства, внедрения инновационных, ресурсосберегающих и высокопроизводительных технологий выпуска, повышения квалификации персонала, оптимизации логистической системы поставок ресурсов. Поиск эффективных способов снижения издержек позволит фирме повысить производительность ресурсов, оптимизировать объем выпуска, увеличить прибыль и обеспечить возможность дальнейшего развития бизнеса в конкурентной среде.

Темы для докладов

1. Пути минимизации издержек производства.
2. Экономическая природа трансакционных издержек и способы их минимизации в условиях нестабильной рыночной среды.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д. Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И. Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Веретенникова, А.Ю. Возможности обособления трансакционных издержек [Текст] / А.Ю. Веретенникова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.
2. Дзюба, С.А. К теории трансакционных издержек [Текст] / С.А. Дзюба // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.
3. Любушин, Н.П. Использование оценки Перето эффективности производства с оптимальным разделением на постоянные и переменные затраты [Текст] / Н.Н. Любушин, Г.Е. Брикач // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 12.
4. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. В таблице представлены отдельные значения издержек производства некоторого продукта. Заполнив таблицу расчетными данными, проанализируйте динамику FC , VC , TC , ATC , AFC , AVC с изменением объемов выпуска продукта.

Q	TC	FC	VC	ATC	MC	AFC	AVC
1			6			10	
2				10			
3							5
4	31						
5					9		
6			42				

Задача 2. Средние издержки заданы формулой $10 + 4Q$. Определите предельные издержки, если выпуск равен 12 шт.

Задача 3. Задана зависимость общих издержек предприятия (TC) от выпуска продукции (Q):

Выпуск продукции	0	1	2	3	4	5	6
Валовые издержки	30	70	100	125	145	160	170

Рассчитайте постоянные (FC), переменные (VC), предельные (MC), средние валовые (ATC), средние постоянные (AFC), средние переменные (AVC) издержки. На рис. 1 постройте графики постоянных, переменных и валовых издержек. На рис. 2. постройте графики предельных, средних переменных и средних валовых издержек. Обоснуйте конфигурацию графиков и предельно-среднее правило.

Задача 4. По итогам отчетного периода валовая выручка от реализации выпускаемой продукции в розничной сети составила 2000000 руб. За этот период издержки на приобретение сырья и материалов составили 500000 руб. Оплата счетов за электроэнергию, воду и пар составила 300000 руб. Расходы на заработную плату персонала равны 700000 руб. Прочие накладные расходы – 100000 руб. Рыночная стоимость активов данного предприятия на начало отчетного периода равна 5000000 руб. Ставка банковского процента 10 %. Рассчитайте величину бухгалтерской и экономической прибыли предприятия.

Задача 5. Обучаясь в университете Антонов Сергей, получает стипендию в размере 1500 руб. При этом его транспортные расходы составляют 700 руб. в месяц, а затраты на канцелярские принадлежности и книги – 800 руб. Выбрав учебу на дневном отделении, Сергей отказался от работы курьера с заработной платой 10000 руб. Каковы его альтернативные издержки?

Контрольные вопросы

1. Что понимается под издержками производства и какие существуют подходы к их классификации?
2. Какие издержки относятся к постоянным, переменным, явным, неявным?
3. Как рассчитывается выручка, бухгалтерская и экономическая прибыли?
4. Как рассчитываются средние валовые, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки производства фирмы?
5. В чем состоит особенность динамики постоянных, переменных, предельных и средних издержек при росте объемов производства?

9. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

- 9.1. Понятие и основные черты рынка совершенной конкуренции.
- 9.2. Краткосрочное равновесие и предложение конкурентной фирмы.
- 9.3. Долгосрочное равновесие и предложение конкурентной фирмы.
- 9.4. Эффективность функционирования совершенно-конкурентного рынка.

9.1. Понятие и основные черты рынка совершенной конкуренции

Под **совершенной конкуренцией** понимается положение фирм на рынке, при котором влияние каждой из них на общую конъюнктуру ничтожно мало и им можно пренебречь. К основным характеристикам рынка совершенной конкуренции можно отнести:

1. Число фирм и покупателей очень велико, и они не могут вступить в сговор относительно совместной стратегии.
2. Все фирмы отрасли производят и предлагают на рынок однородный, стандартизированный продукт.
3. Вход на рынок новых фирм свободен и выход с него также не затруднен никакими барьерами.
4. Существует однородность, мобильность и доступность ресурсов, в том числе и информации.
5. Поведение фирм и покупателей на рынке подчинено принципу экономической рациональности, в соответствии с которым продавцы стремятся максимизировать прибыль, а покупатели – потребительский излишек.
6. Продавцы и покупатели владеют полной и достоверной информацией о состоянии рынка. Подобная характеристика называется «прозрачностью» или транспарентностью рынка.
7. Наблюдается минимальное государственное регулирование рыночных отношений.

Анализ отмеченных особенностей позволяет судить об абстрактном характере данной модели рыночной организации. В современной экономике лишь некоторая часть рынков, например, рынки отдельных видов сельскохозяйственной продукции (например, рынок зерна), рынок валют, ценных бумаг функционируют по типу совершенной конкуренции.

Совершенную конкуренцию принято называть «чистой», поскольку она лишена ограничений, препятствующих развитию экономического соперничества рыночных субъектов. Изучение рынка совершенной конкуренции позволяет в общем виде понять, как функционирует рыночная

экономика и каким образом хозяйственные субъекты принимают рациональные решения, направленные на максимизацию целевой функции.

9.2. Краткосрочное равновесие и предложение конкурентной фирмы

Фирма, действующая на рынке совершенной конкуренции, называется конкурентной фирмой. В силу малой доли в общем объеме рыночного предложения она не влияет на цену готовой продукции и принимает ее как заданную рынком. Таким образом, конкурентная фирма является *ценополучателем* или «прайстайкером». Для конкурентной фирмы выполняется равенство: $P = P^* = \text{const}$. Выручка от реализации составляет

$$TR = P' \cdot q,$$

где q – объем продаж конкурентной фирмы;
 P' – равновесная рыночная цена.

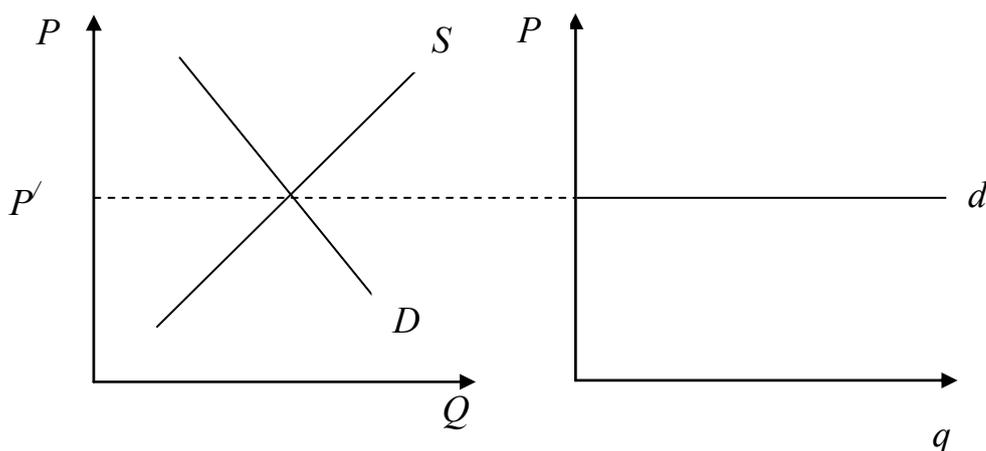


Рис. 39. Равновесие рынка и кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы

Спрос на продукцию конкурентной фирмы абсолютно эластичен по цене и выражается горизонтальной линией на уровне равновесной рыночной цены P' (рис. 39).

Для анализа рыночного поведения конкурентной фирмы используются понятия «валового» («совокупного»), «среднего» и «предельного» доходов.

Валовой доход (*валовая выручка, TR*) – это общая сумма денежных поступлений от продажи определенного количества товара: $TR = P \cdot q$.

Средний доход (*средняя выручка, AR*) – это доход, приходящийся на единицу проданного товара: $AR = TR / q$.

Предельный доход (*предельная выручка, MR*) – это приращение дохода за счет увеличения объема продаж на одну дополнительную единицу товара: $MR = \Delta TR / \Delta q$.

Из приведенных определений вытекает ряд *следствий*:

1. Валовая выручка конкурентной фирмы прямо пропорциональна количеству проданного товара (рис. 40).

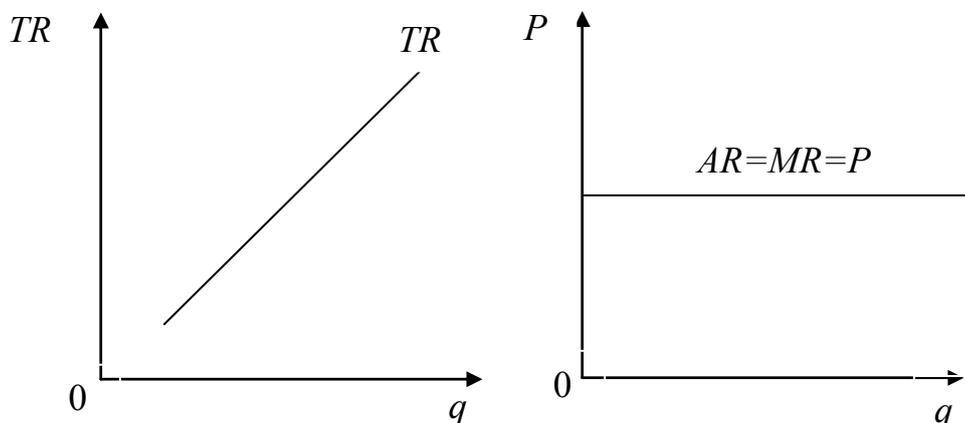


Рис. 40. Валовая, средняя и предельная выручка конкурентной фирмы

2. Средняя выручка конкурентной фирмы совпадает с ценой товара:
 $AR = TR / q = P \cdot q / q = P$.

3. Предельная выручка конкурентной фирмы совпадает с ценой товара:
 $MR = \Delta TR / \Delta q = P \cdot \Delta q / \Delta q = P$.

4. Кривая спроса конкурентной фирмы выражается кривой среднего и предельного дохода (рис. 40).

Для уяснения вопросов о том, как конкурентная фирма выбирает объем производства и при каких условиях достигается равновесие, примем следующие допущения:

1. Конкурентная фирма производит один продукт.

2. Целью деятельности конкурентной фирмы является максимизация прибыли.

При выборе объемов производства конкурентной фирме следует руководствоваться следующими *правилами*:

1. Если предельный доход конкурентной фирмы будет больше предельных издержек, то прибыль от реализации каждой дополнительной единицы продукции имеет положительное значение и, следовательно, производство надо увеличивать.

2. Если предельный доход конкурентной фирмы будет меньше предельных издержек, то реализация каждой дополнительной единицы продукции убыточна, дополнительная прибыль отрицательна и, следовательно, производство надо сокращать.

3. Если предельный доход конкурентной фирмы будет равен предельным издержкам, то дополнительная прибыль равна нулю, а валовая прибыль максимальна.

Таким образом, **условием равновесия** конкурентной фирмы в краткосрочном периоде является равенство: $MC = MR (P)$.

Если конкурентная фирма убыточна, то задачей производителя становится минимизация убытков. Фактически такая фирма стоит перед выбором: либо производить некоторое количество продукции, либо временно закрыть производство. Окончательное решение следует принимать на основании сравнения цены готовой продукции и средних переменных издержек:

1. Если $P > AVC$, то для убыточной фирмы это означает, что цена не покрывает общие, но покрывает средние переменные и частично средние постоянные издержки. Такой фирме следует остаться на рынке и продолжить производство.

2. Если $P < AVC$, то для убыточной фирмы это означает, что цена не покрывает общие, а переменные издержки лишь частично. В данном случае производство следует остановить.

Таким образом, точка минимума AVC называется точкой «бегства фирмы с рынка».

На рис. 41 кривая краткосрочного предложения конкурентной фирмы будет совпадать с отрезком кривой предельных издержек, лежащим выше точки «бегства фирмы с рынка» (т. A'). Кривая предложения конкурентной фирмы показывает объем выпуска, который будет предлагать фирма при каждом значении цены, чтобы максимизировать прибыль, либо минимизировать убытки. В случае, если цена товара будет выше минимума ATC , то фирма максимизирует прибыль. Если цена, напротив, меньше минимума ATC , то фирма работает в режиме минимизации убытков. Если цена равна минимуму ATC , то фирма как не получает прибыли, так и не несет убытков. Иными словами окажется в ситуации *безубыточности*. Следовательно, точка минимума ATC является «точкой безубыточности» (рис. 41).

Совокупность объемов предложения отдельных фирм – производителей однородной продукции определяет величину *отраслевого предложения*.

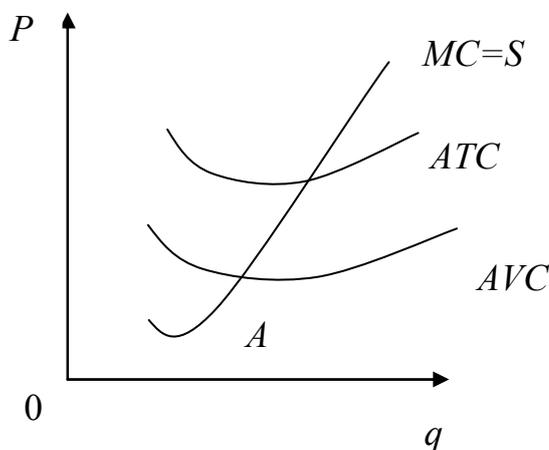


Рис. 41. Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

Таким образом, предложение отрасли представляет собой часть кривой предельных издержек, лежащую выше точки минимума AVC .

9.3. Долгосрочное равновесие и предложение конкурентной фирмы

В долгосрочном периоде конкурентная фирма также исходит из задачи максимизации прибыли (рис. 42). **Условие долгосрочного равновесия** конкурентной фирмы включает:

1. Условие краткосрочного равновесия: $MC = MR (P)$.
2. Оптимизацию эффекта масштаба, т.е. достижение минимума $LATC$.

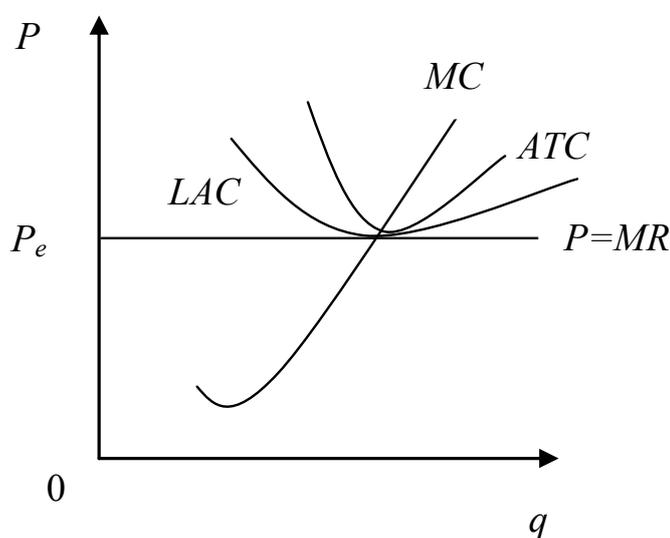


Рис. 42. Долгосрочное равновесие конкурентной фирмы

Кривая предложения конкурентной фирмы в *долгосрочном периоде* представляет собой часть кривой долгосрочных предельных издержек (LMC), расположенную выше точки E (рис. 43).

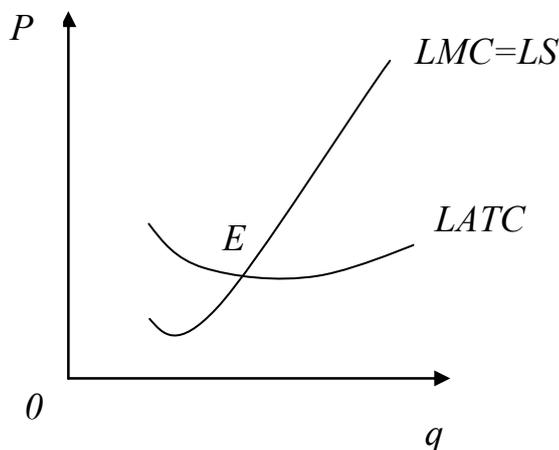


Рис. 43. Кривая предложения конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

Кривая предложения отрасли строится путем суммирования объемов долгосрочного предложения фирм, производящих однородный продукт

9.4. Эффективность функционирования рынка совершенной конкуренции

Представители классической политической экономии, исследовав особенности рынка совершенной конкуренции, обосновали *эффективность* его функционирования с позиции равновесия. Согласно воззрениям классиков, неограниченная конкуренция является единственным действенным способом обеспечения экономической эффективности хозяйственной деятельности рыночных субъектов. Обосновывая эту позицию, А. Смит в труде «Исследование о причинах богатства народов» писал «каждый участник рынка стремится только к своей собственной выгоде, и в этом, как и во многих других случаях, им движет невидимая рука, обеспечивающая в конце концов результат, о котором он и не думал». А результатом, по мнению А. Смита, является цена, которая обеспечивает реализацию экономических интересов как продавца, так и покупателя (рис. 46). В этом и проявляется эффективность конкурентного рынка по Парето, когда никто не может улучшить своего положения без ухудшения положения кого-то другого.

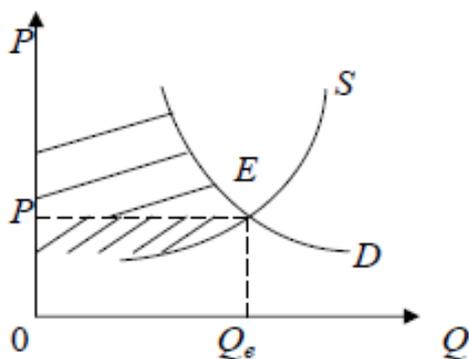


Рис. 44. Равновесие рынка совершенной конкуренции

В точке рыночного равновесия (т. *E*) максимизируется выигрыш как потребителя, так и производителя, обеспечивается эффективность по Парето, которая автоматически поддерживается за счет механизма функционирования рынка. В ситуации эффективности по Парето фирма производит товар при рациональном распределении ресурсов, а реализует его по цене на уровне минимальных средних издержек.

Темы для докладов

1. Типология конкурентных фирм в зависимости от соотношения цены и издержек производства. Особенности экономического поведения на рын-

ке предельной фирмы, запредельной фирмы, допредельной фирмы с нормальной прибылью.

2. Предложение конкурентной отрасли в долгосрочном периоде функционирования.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.

2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.

3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.

5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Богданов, Д.Д. Становление теоретических представлений о конкуренции в контексте эволюции основных парадигм экономической теории [Текст] / Д.Д. Богданов // Современная конкуренция. – 2010. – № 1.

2. Кохно П. Конкурентная разведка как фактор повышения конкурентоспособности [Текст] / П. Кохно // Общество и экономика. – 2010. – № 3–4.

3. Подчищаева, О.В. Максимизация прибыли организации при рыночном изменении цен на ее продукт [Текст] / О.В. Подчищаева, М.С. Бурова // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 21.

4. Соколова, Е. Конкуренция на инновационных рынках: особенности определения и анализа [Текст] / Е. Соколова // Вопросы экономики. – 2012. – № 9.

5. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

6. Тарануха, Ю.В. Экономическая природа и сущность конкуренции [Текст] / Ю.В. Тарануха // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1.

7. Шамрай, Ю. Конкуренция и социальное развитие [Текст] / Ю. Шамрай // Общество и экономика. 2010. – № 5.

Задачи

Задача 1. В отрасли функционируют 900 фирм. Предельные издержки каждой фирмы при выпуске 14 шт. товара в месяц равны 500 ден. ед., 15 шт. товара – 600 ден. ед., 16 шт. товара – 700 ден. ед. Определите выпуск отрасли в месяц, если рыночная цена товара – 600 ден. ед.

Задача 2. Фирма находится в условиях совершенной конкуренции. Функция общих затрат представлена в таблице.

Выпуск продукции Q , шт.	Общие затраты $ТС$, руб.
0	16
1	24
2	34
3	46
4	60
5	76

Цена на продукцию в отрасли 16 руб. за шт. Рассчитайте необходимые данные и определите:

1. Какое количество продукции должна произвести фирма, чтобы получить максимум прибыли? Чему она будет равна?
2. Чему будут равны общий доход и общие издержки фирмы?
3. Определите по графику цены и количество продукции, при которых:
1) фирма будет иметь нулевую прибыль, 2) фирма будет вынуждена покинуть рынок.

Контрольные вопросы

1. Какими чертами характеризуется рынок совершенной конкуренции?
2. Каким образом формируются цена и спрос на продукцию совершенного конкурента?
3. Как рассчитывается валовый, средний и предельный доход фирмы?
4. Каково условие равновесия конкурентной фирмы в краткосрочном периоде?
5. Каково условие равновесия конкурентной фирмы в долгосрочном периоде?
6. Что понимается под точкой «бегства фирмы с рынка»?
7. В каком случае конкурентная фирма обеспечивает безубыточное производство?
8. В чем состоит эффективность функционирования конкурентного рынка с позиции итальянского экономиста Парето?

10. РАВНОВЕСИЕ ЧИСТОГО МОНОПОЛИСТА И СПОСОБЫ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ МОНОПОЛЬНОЙ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ

10.1. Понятие и характерные признаки чистой монополии.

10.2. Определение цены и объемов производства чистым монополистом.

10.3. Последствия функционирования рынка чистой монополии.

10.1. Понятие и характерные признаки чистой монополии

Чистая монополия наряду с монополистической конкуренцией и олигополией является формой проявления несовершенной конкуренции на микроэкономических рынках. **Чистая монополия** – это ситуация на рынке, при которой одна фирма является продавцом товара, не имеющего близких заменителей. Вход других фирм на монопольный рынок затруднен *барьерами*, роль которых в современной экономике выполняют патенты, лицензии, исключительные права, полученные от правительства и т.п. Особым типом чистой монополии является *естественная монополия*, к числу которых в России относятся РАО «Газпром», РАО «ЕЭС», российские железные дороги. Естественная монополия предполагает централизацию капитала, обеспечивающую минимизацию средних валовых издержек (АТС) при значительных объемах производства, и дробление такого производства способно вызвать значительный рост тарифов и удорожание продукции на потребительском рынке.

Чистая монополия чаще характерна для местных (локальных) рынков, чем общенациональных. В силу занимаемого положения чистый монополист обладает монопольной властью над рынком, степень которой можно измерить индексом Лернера и индексом Херфиндаля-Хиршмана.

Индекс Лернера (I_l) отражает ситуацию, когда низкая эластичность спроса по цене не позволяет потребителям отказаться от покупки из-за повышения цен. В связи с этим монополисты получают возможность проводить «агрессивную» ценовую политику, проявляя тем самым свою власть над рынком. Индекс Лернера (I_l) рассчитывается по формуле

$$I_l = (P_m - MC) / P_m = 1 / E_d^p,$$

где P_m – монопольная цена;

MC – предельные издержки;

E_d^p – коэффициент эластичности спроса по цене.

Если $I_1 > 0$, то фирма обладает монопольной властью и становится объектом государственного регулирования.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана (I_{HH}) показывает возрастание монопольной власти в зависимости от увеличения доли фирмы в объеме предложения отрасли:

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

где S_1 – удельный вес самой крупной фирмы,
 S_2 – удельный вес следующей по величине фирмы,
 S_n – удельный вес наименьшей фирмы.

В США высокомонополизированной считается отрасль, если индекс Херфиндаля-Хиршмана равен 1800. В странах с развитой рыночной экономикой считается, что если фирма хотя и не имеет параметров чистой монополии, но контролирует более 35 % рынка, то она обладает монопольной властью, которая должна регулироваться государством в рамках принятого антимонопольного законодательства.

10.2. Определение цены и объемов производства ЧИСТЫМ МОНОПОЛИСТОМ

Чистый монополист, в отличие от совершенного конкурента, имеет возможность самостоятельно определять цену производимого продукта и в этом смысле является *ценоискателем*. Назначение цены осуществляется с учетом особенностей рыночного спроса покупателей и задачи максимизации валового дохода.

Поскольку чистый монополист представляет собой всю отрасль, то кривая спроса на его продукт совпадает с кривой спроса на продукт отрасли и носит нисходящий характер. Это положение позволяет сформулировать три вывода:

1. Чистый монополист может увеличить продажи за счет снижения цены готовой продукции. Это приводит к тому, что предельный доход фирмы (MR) становится меньше цены (P) для каждого выпуска кроме первого.

2. Чистый монополист одновременно выбирает цену и объем производства, и следовательно он не может повысить цену без понижения объема выпуска.

3. Чистый монополист, стремящийся максимизировать прибыль, будет выбирать такие комбинации «цена – количество», которые находятся в зоне эластичного спроса (рис. 44). Подобная зависимость обусловлена тем, что при эластичном спросе предельный доход положителен и снижение

цены вызовет увеличение валового дохода. При неэластичном спросе, напротив, предельный доход отрицателен, что вызывает при снижении цены уменьшение валового дохода. Валовый доход достигает максимального значения, когда предельный доход равен нулю. Это имеет место в случае единичной эластичности спроса по цене.

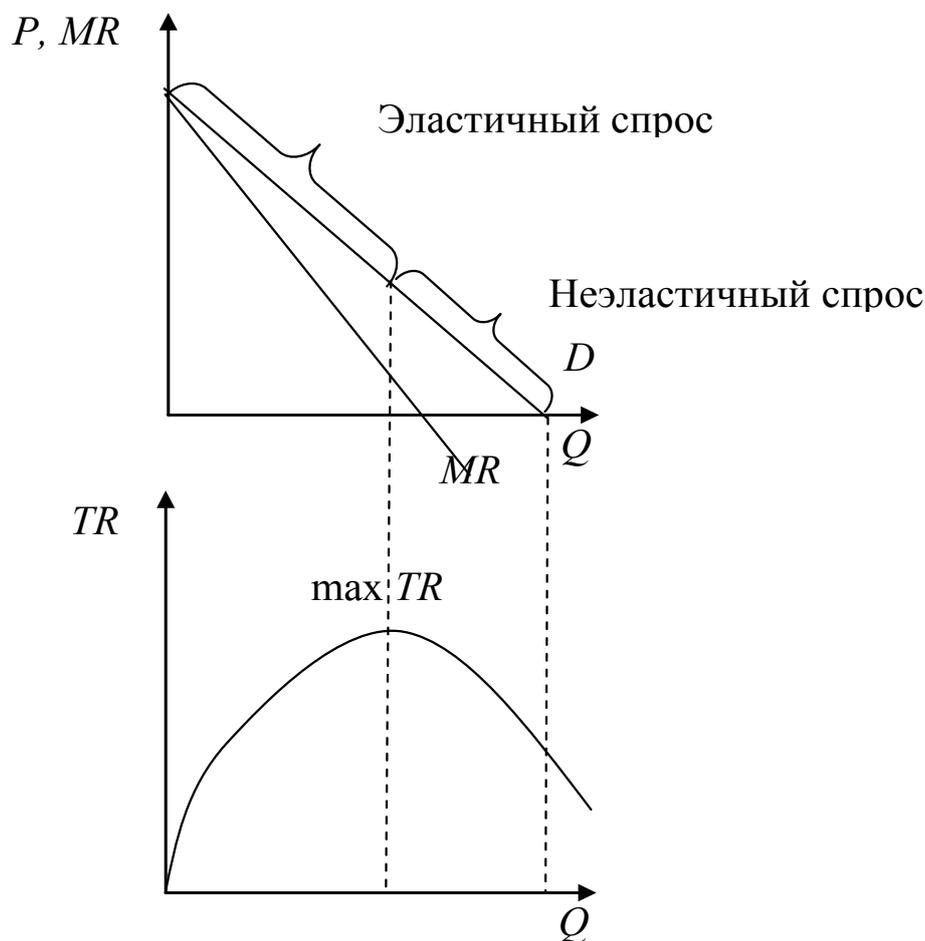


Рис. 45. Кривая спроса, валового и предельного дохода чистого монополиста

Таким образом, чистый монополист для максимизации прибыли будет наращивать выпуск продукции до тех пор, пока реализация дополнительной единицы обеспечивает больший прирост валового дохода, чем прирост валовых издержек. То есть чистый монополист будет стремиться к обеспечению равенства $MR = MC$ (рис. 45). Данное условие равновесия чистого монополиста справедливо как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах функционирования.

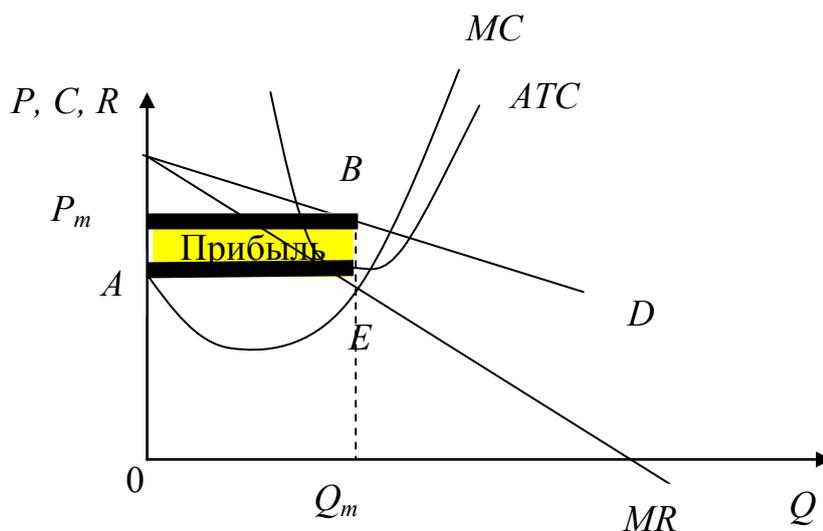


Рис. 46. Прибыль чистого монополиста

Экономическая практика показывает, что чистый монополист при неэффективном менеджменте может нести убытки (рис. 46). Производство будет им продолжено, если убытки не превысят постоянные издержки.

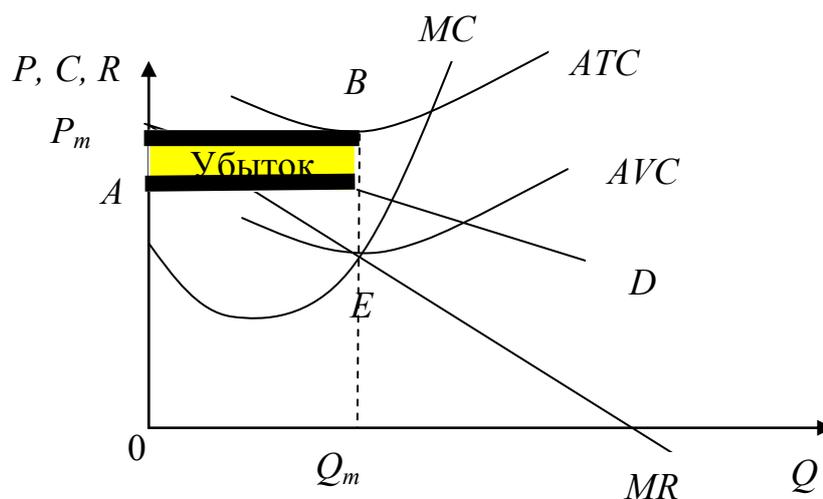


Рис. 46. Убытки чистого монополиста

10.3. Последствия функционирования рынка чистой монополии

При чистой монополии цена превышает средние валовые издержки, в то время как на рынке совершенной конкуренции цена совпадает с величиной средних валовых издержек. Это свидетельствует о том, что цены на рынке чистой монополии выше, чем на рынке совершенной конкуренции. Более высокая цена дает возможность чистому монополисту получать прибыль, как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах функциониро-

вания. Рыночная власть дает возможность чистому монополисту проводить агрессивную ценовую политику, обеспечивающую максимизацию прибыли. В связи с этим деятельность монополий подвергается государственному регулированию в рамках антимонопольного законодательства с применением мер прямого и косвенного воздействия.

Чистый монополист с целью максимизации прибыли и расширения объема продаж проводит политику *ценовой дискриминации*. **Ценовая дискриминация** – это продажа товара различным категориям покупателей по разным ценам. Она может проявляться в различных формах, исходя из места реализации (продажа товара в городе и в деревне по разным ценам), времени совершения покупки (приобретение товара по разным ценам в зависимости от сезона или времени суток), объемов потребления (оптом или в розницу), социального статуса потребителей (пенсионер, студент, работающий, юридическое или физическое лицо), располагаемых доходов. Таким образом, ценовая дискриминация выгодна монополисту и покупателям, поскольку позволяет максимизировать как прибыль, так и потребительский излишек.

Темы для докладов

1. Причины, последствия и особенности монополизма в России. Проблема X – неэффективности российской экономики.
2. Естественная монополия как особый тип монопольных структур.
3. Цели, формы и последствия ценовой дискриминации на потребительском рынке.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст] : учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст] : учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

Дополнительная литература

1. Меркулова, Ю. О совершенствовании антимонопольного законодательства [Текст] / Ю. Меркулова // Общество и экономика. – 2010. – № 10–11.

2. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. На локальном потребительском рынке действует фирма – «чистый» монополист, которая сталкивается с наклонным графиком спроса на свою продукцию и для увеличения объема продаж вынуждена снизить цену. При снижении цены на 3 ден. ед. объем продаж возрастет на 1 единицу товара. Составьте таблицу, рассчитайте валовый и предельный доход чистого монополиста. Построив график валового дохода, определите, какую комбинацию «цена-количество» следует выбрать чистому монополисту для максимизации прибыли.

P	Q	TR	MR
40	1	?	?
37	2	?	?

и т.д.

Задача 2. Информация о функции спроса на продукцию монополиста и его общих затратах приведена в таблице.

Выпуск в ед. времени	Цена, ден. ед.	Общие затраты, ден. ед.
1	12	29
2	11	31
3	10	32
4	9	34
5	8	37
6	7	42
7	5	49
8	3	59

При каком выпуске монополист максимизирует прибыль и какую цену при этом назначит?

Контрольные вопросы

1. Какими характерными чертами обладает чистая монополия?
2. Какие существуют барьеры для входа на монополизированный рынок?
3. Каким образом можно измерить степень монопольной власти над рынком?
4. Каким образом в условиях монополии достигается равновесие?
5. С какой целью монополии применяют ценовую дискриминацию?

11. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

11.1. Понятие и признаки рынка монополистической конкуренции.

11.2. Равновесие монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах функционирования.

11.3. Последствия проявления монополистической конкуренции на микроэкономических рынках.

11.1. Понятие и признаки рынка монополистической конкуренции

Монополистическая конкуренция – это модель рыночной организации, при которой большое число небольших по размеру фирм производят и предлагают к продаже схожую, но не идентичную продукцию. Дифференциация товаров проявляется преимущественно в качестве и методах стимулирования сбыта. Фирма, обеспечивая за счет уникальной технологии, исключительные свойства производимому продукту, становится в определенном смысле монополией (монополией по дифференцированному продукту). Она самостоятельно устанавливает цену без учета возможных конкурентных стратегий и стремится к максимизации прибыли. Однако, большое число товаров-аналогов и незначительная доля отдельной фирмы в объеме рыночного предложения сужает возможности проявления рыночной власти. На рынке монополистической конкуренции фирма выступает одновременно в двух качествах: как монополист, обладая уникальной технологией производства продукта и рыночной властью, и как конкурент, сталкиваясь в условиях субституции с борьбой фирм за вкусы и предпочтения потребителей. Двойная роль фирм и обусловила двойственное название рынка «монополистическая конкуренция».

Вход фирм на рынок монополистической конкуренции считается относительно свободным и не затруднен непреодолимыми барьерами. Монополистическая конкуренция характерна для отраслей легкой и пищевой промышленности, производства мебели, обуви, верхней одежды, косметики и парфюмерии, таким образом, для тех сфер экономической деятельности, в которых имеет место разнообразие вкусов, потребностей и предпочтений потребителей.

Анализ поведения фирмы на рынке монополистической конкуренции (монополистического конкурента) предполагает изучение конфигурации кривой спроса на продукцию в условиях высокой степени субституции, сопоставление предельного дохода и предельных издержек, сравнение цены и средних валовых издержек.

Кривая спроса на продукцию монополистического конкурента наклонена вниз. Она показывает, что фирма для увеличения объемов реализации вы-

нуждена снижать цены. На рынке монополистической конкуренции при взаимозаменяемости предлагаемых товаров ценовая эластичность спроса выше, чем при чистой монополии, но ниже, чем при совершенной конкуренции.

Степень субституции товаров, уровень ценовой эластичности спроса и интенсивность конкурентной борьбы модифицируют конфигурацию графика спроса на рынках совершенной конкуренции, чистой монополии и монополистической конкуренции (рис. 47). Высокий уровень качества, обеспечивающий уникальные свойства товара, создает монополистическому конкуренту круг приверженных покупателей торговой марке, спрос которых носит неэластичный характер. Высокая степень субституции побуждает монополистического конкурента проводить активную рекламную кампанию.

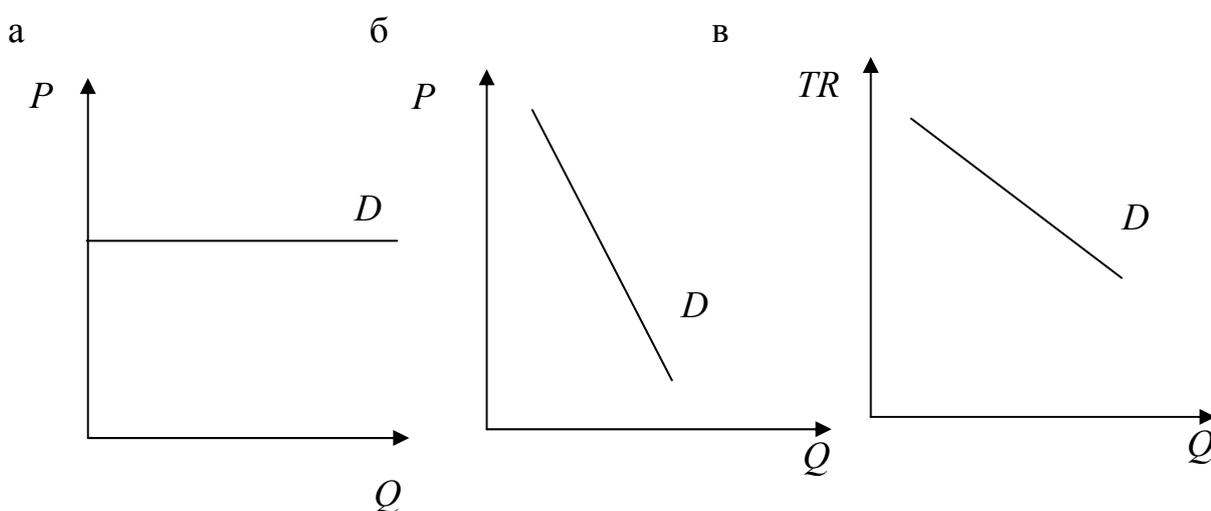


Рис. 47:

- а – график спроса на продукцию конкурентной фирмы;
- б – график спроса на продукцию чистого монополиста;
- в – график спроса на продукцию монополистического конкурента

Таким образом, взаимозаменяемость товаров, ценовая эластичность спроса и число конкурирующих фирм выступают основными факторами, модифицирующими конфигурацию графика спроса на рынках совершенной конкуренции, чистой монополии и монополистической конкуренции.

11.2. Равновесие монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах функционирования

График спроса на продукцию монополистического конкурента имеет отрицательный наклон, что обуславливает условие равновесия, аналогичное чистому монополисту. Равновесная цена и равновесный объем выпуска определяются точкой *Курно* (т. *K*), отражающей равенство $MR = MC$. Фирма получает монопольную прибыль в виде избытка над средним доходом. Таким образом, *расширенное условие равновесия* монополистического кон-

курента в краткосрочном периоде выражается в виде: $P > MR = MC < AC$ (рис. 48).

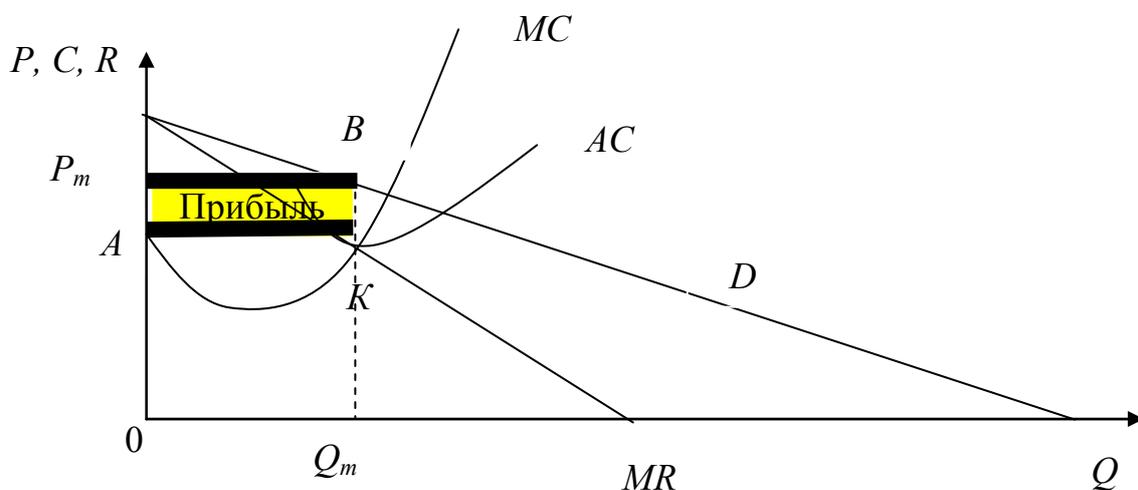


Рис. 48. Равновесие монополистического конкурента в краткосрочном периоде

В долгосрочном периоде фирмы, действующие на рынке монополистической конкуренции, сталкиваются с проблемой снижения прибыли. Это происходит по двум экономическим причинам:

1. Возможность получить монопольную прибыль при относительно свободном входе на рынок привлекает новые фирмы. В результате их число растет, объем рыночного предложения увеличивается, а равновесная цена падает. Фирма из-за сужения контролируемой ею доли на рынке теряет возможность диктовать свои условия и становится ценополучателем.

2. Новые продавцы аналогичного товара, отвлекая у фирмы часть покупателей, делают спрос на ее продукцию более эластичным по цене. Вследствие этого кривая спроса в долгосрочном периоде становится более пологой (рис. 49).

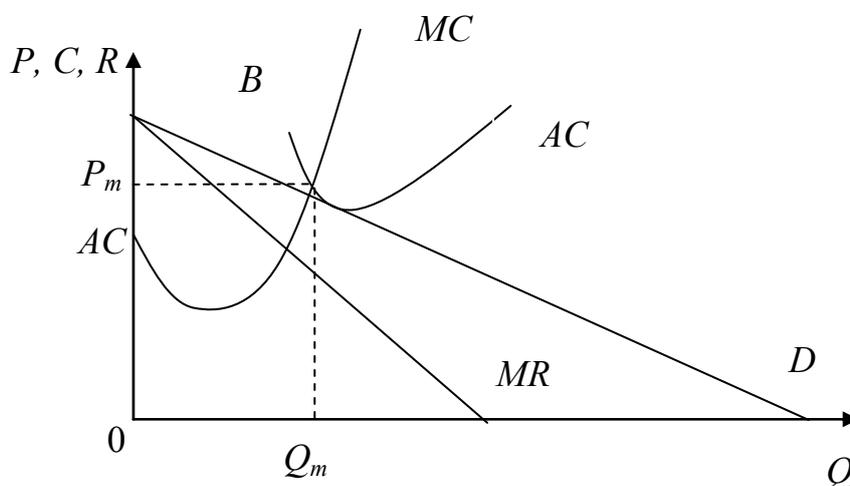


Рис. 49. Равновесие монополистического конкурента в долгосрочном периоде

Отмеченные причины приводят к формированию у монополистического конкурента нормальной прибыли. В долгосрочном периоде цена монополистического конкурента превышает минимум средних издержек. Положительный эффект масштаба не достигается, в результате чего возникает неполная загрузка производственных мощностей. Они являются «платой» за дифференциацию продукта на рынке монополистической конкуренции. В связи с тем, что в долгосрочном периоде доля фирмы сужается, она не стремится увеличить выпуск, минимизировать средние издержки за счет положительного эффекта масштаба и снизить цену. Таким образом, фирма постепенно из категории *ценоискателей* переходит в категорию *ценополучателей*, принимая, а не устанавливая правила рыночного поведения.

Фирма стремится противостоять тенденции снижения прибыли в долгосрочном периоде и с этой целью активизирует рекламную политику и углубляет дифференциацию товара.

11.3. Последствия проявления монополистической конкуренции на микроэкономических рынках

Последствия монополистической конкуренции на микроэкономических рынках проявляются в следующем:

1. Монополистический конкурент обладает рыночной властью, сила которой ослабевает в долгосрочном периоде функционирования на рынке дифференцированного продукта.

2. Цены на рынке монополистической конкуренции выше, чем на рынке совершенной конкуренции, но ниже чем на рынке чистой монополии.

3. Монополистический конкурент получает монопольную прибыль в краткосрочном периоде за счет качества выпускаемой продукции и активного стимулирования продаж.

4. Монополистический конкурент, стремясь к усилению дифференциации товара, в долгосрочном периоде не снижает до минимума средние валовые издержки и не оптимизирует эффект масштаба.

5. Избыточные мощности монопольно-конкурентной фирмы свидетельствуют о неэффективном использовании ею ресурсов в долгосрочном периоде.

6. Как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде монополистический конкурент несет большие затраты на рекламную деятельность, которая в РФ регулируется государством ФЗ «О рекламе».

7. Потребитель в связи с широтой диапазона выбора и рекламным воздействием затрачивает дополнительное время на поиск и приобретение нужного товара.

Темы для докладов

1. Особенности рынка монополистической конкуренции в сравнении с чистой монополией и совершенной конкуренцией.
2. Дифференциация продукта как способ адаптации товаропроизводителя к изменяющейся конкурентной среде.
3. Реклама и особенности продвижения товара на рынке монополистической конкуренции.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р. С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Матвиенко, Д.Ю. Абсолютное оружие или правила монополии? [Текст] / Д.Ю. Матвиенко // Современная конкуренция. – 2010. – № 1.
2. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Фирма производит лак для волос (тыс. шт. в год) и действует на рынке монополистической конкуренции. Ее предельный доход выражается формулой $MR = 40 - 5Q$, а предельные издержки в долгосрочном периоде функционирования описываются формулой $LMC = 6Q - 15$. Определите объем избыточных производственных мощностей фирмы, если минимальное значение средних валовых издержек в долгосрочном периоде равно 21 ден. ед.

Задача 2. Выделите основные черты сходства и отличия рынка монополистической конкуренции по отношению к рынкам совершенной конкуренции и чистой монополии.

Контрольные вопросы

1. Какими признаками обладает рынок монополистической конкуренции?
2. Какие существуют барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции?
3. Какова степень эластичности спроса на продукцию монопольного конкурента по сравнению с рынком чистой монополии и совершенной конкуренции?
4. Каким образом устанавливается равновесие монопольного конкурента в краткосрочном и долгосрочном периоде?
5. Почему в условиях монополистической конкуренции возникает неполная загрузка производственных мощностей?

12. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ОЛИГОПОЛИЙ И МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ОЛИГОПОЛИСТОВ

12.1. Понятие и характерные признаки олигополистического рынка.

12.2. Модели поведения олигополистов.

12.3. Последствия функционирования олигополистического рынка.

12.1. Понятие и характерные признаки олигополистического рынка

Олигополия – это модель рыночной организации, при которой предложение какого-либо товара формируют несколько крупных производителей (в среднем от двух до десяти), а появление новых фирм затруднено высокими барьерами. В роли *барьеров* выступают патенты, лицензии на право владения технологией или освоение территории, на которой находится сырьевое месторождение.

Характерными *признаками* олигополистического рынка являются:

1. Товары, предлагаемые на рынке, могут быть как стандартизированными, так и дифференцированными.

2. Фирмы, действующие на рынке, взаимозависимы, и поведение каждой из них строится в соответствии с возможной реакцией конкурентов.

3. Возможность множества ответных реакций со стороны конкурентов вызывает многообразие моделей поведения олигополистов.

4. Олигополисты склонны к согласованным действиям в отношении установления цены и объема производства.

5. Фирма – олигополист, обладая рыночной властью, диктует цену рынку, т.е. является *ценоискателем*.

6. Цены на рынке относительно устойчивы и если они меняются, то одновременно у всех продавцов.

К олигополии относятся автомобильная промышленность, производство стали, пива, компьютеров, электрооборудования. Примерами олигополистических рынков являются рынок сотовой связи, рынок образовательных услуг, рынок бытовой техники и другие.

12.2. Модели поведения олигополистов

Поведение олигополистов явилось объектом научных исследований французского экономиста О. Курно.

Им разработана модель наиболее простой олигополистической структуры – дуополии. **Дуополия** – это отрасль, состоящая из двух фирм, произ-

водящих однородный товар и одновременно принимающих решения на основании того, что цена и объем производства у конкурента будут постоянными. Объем производства фирмы, максимизирующей прибыль, будет изменяться в зависимости от изменений объема выпуска конкурента, что найдет отражение в *кривой реакции* (рис. 50). Кривые реакции Q_1 и Q_2 показывают зависимость объема производства одной фирмы от объема выпуска другой олигополистической фирмы.

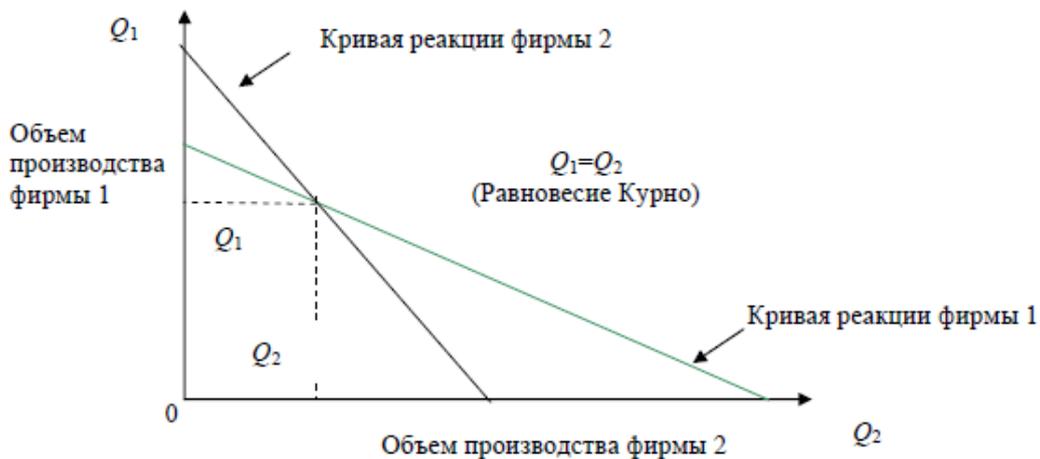


Рис. 50. Модель дуополии

В точке **равновесия Курно**, когда $Q_1 = Q_2$, каждая фирма верно предполагает сколько будет производить конкурент и в зависимости от этого максимизирует прибыль. При равновесии Курно у фирм нет стимула менять свое поведение в отношении установления объема выпуска. Однако на практике объемы выпуска большинства фирм не являются фиксированными, а напротив подлежат регулированию в зависимости от складывающейся ситуации на рынке. Следовательно, модель дуополии ограничена в использовании при проведении микроэкономического анализа деятельности фирмы.

В модели Курно, фирмы выбирают объем производства, оставляя за рынком определение цены. Ж. Бертран предложил противоположный подход, согласно которому фирмы устанавливают цены, оставляя за рынком определение объема продаж. Эта модель известна как *«ценовая война»* или *конкуренция по Бертрону* (рис. 51).

Предположим, что две фирмы продают некоторое количество одинакового продукта (Q_m) по цене выше предельных издержек (P_m). Предельные издержки (MC) постоянны и не меняются с изменением объемов выпуска. Если первая фирма снизит свою цену, то все потребители захотят купить ее продукт, и она отвлечет всех покупателей у другой фирмы. Аналогично может рассуждать и вторая фирма. Следовательно, равновесной не может быть никакая другая цена, которая была бы выше MC .

Единственно возможное равновесие в данном случае – конкурентное (P_c, Q_c). Полученное, исходя из логики «ценовой войны», оно называется равновесием по Бертранию (рис. 51).

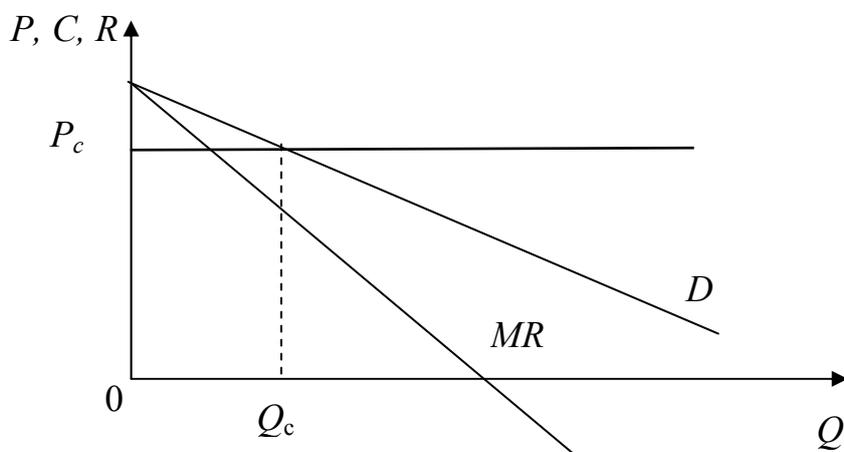


Рис. 51. Модель «ценовая война» или конкуренция по Бертранию

Экономисты Р. Холл, К. Хитч и П. Суизи разработали модель «изгибающейся кривой спроса», которая описывает поведение олигополистов, сталкивающихся с наклонной кривой спроса на свою продукцию и реагирующих снижением своей цены на снижение цены конкурентом (рис. 52). При этом повышение цены одним из них не приводит к повышению цен другими. Следовательно, каждая фирма исходит из того, что если она снизит свои цены, то это выгоднее сделать и остальным конкурентам, чтобы расширить продажи. И наоборот, если цена повышается, то остальным участникам рынка лучше не следовать за этой фирмой.

На рис. 52 показано, что кривая спроса на продукцию олигополиста имеет излом в точке E , отражая высокоэластичный участок (DE) и неэластичный участок (ED_1). Предельные издержки (MC) могут меняться, не вызывая изменения цены товара. Данная модель объясняет жесткость цен при олигополии и стремление олигополистов вести неценовую конкуренцию.

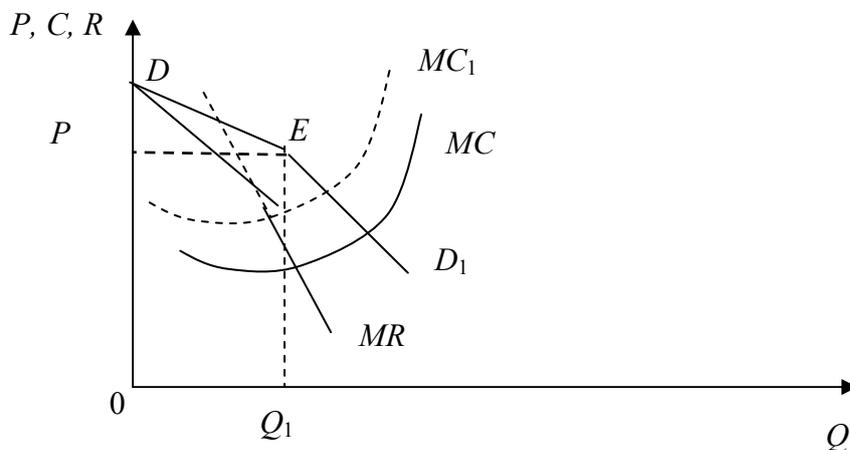


Рис. 52. Ломаная кривая спроса на продукцию олигополиста

Модель *картеля* показывает поведение олигополистов, вступивших в прямой тайный сговор. **Картель** – это письменное или устное соглашение по поводу цен, объемов производства и разделении рынков сбыта. Поведение фирм, вступивших в картель, описывается формулой $P > MR = MC < AC$. Примером является международный картель ОПЕК, объединяющий 13 стран – экспортеров нефти. Формирование данного картеля привело к росту в 4 раза цены на нефть, что в итоге спровоцировало нефтяной кризис 1973–1974 гг.

Модель «*лидерство в ценах*» предполагает, что крупная или эффективная фирма диктует цену рынку, а остальные участники рынка принимают эти условия как заданные.

Модель «*издержки плюс*» описывает ценообразование по принципу: средние переменные издержки плюс процентная надбавка к ним. Надбавка (обычно 10–15 % от AVC) необходима для покрытия накладных расходов (AFC) и обеспечения необходимого уровня прибыли. Формула расчета цены выражается в виде: $P = AVC + m (AVC)$, где m – процент надбавки.

Таким образом, поведение олигополистов описывается различными моделями, каждая из которых характеризует особенности рынка, обусловленные взаимозависимостью фирм.

12.3. Последствия функционирования олигополистического рынка

Последствия олигополии состоят в следующем:

1. Цены, формирующиеся на олигополистическом рынке, выше, чем на рынке совершенной конкуренции, но ниже, чем на рынке чистой монополии.
2. Цены характеризуются относительной стабильностью и меняются одновременно у всех конкурирующих фирм.
3. На олигополистическом рынке предложение продукции формируют несколько крупных корпораций, стремящихся к лидерству за счет продуктивных и технологических инноваций.
4. Производство олигополистов отличается технической и технологической сложностью.
5. Олигополисты склонны к тайным соглашениям и сговорам, в результате которых рынок может стать чисто монопольным.

Отмеченные последствия обуславливают необходимость государственного регулирования деятельности олигополистов в рамках антимонопольного законодательства.

Темы для докладов

1. Особенности функционирования олигополистического рынка и его социально-экономическая эффективность.
2. Разновидности олигополистических структур в современной экономике.
3. Инструменты государственного регулирования олигополистического рынка.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

Дополнительная литература

1. Кохно П. Конкуренция высокотехнологичной продукции [Текст] / П. Кохно, А. Кохно // Общество и экономика. – 2010. – № 10–11.
2. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Фирма находится в условиях несовершенной конкуренции. Цена и функция общих затрат представлена в таблице.

Выпуск продукции Q , шт.	Цена P , руб.	Общие затраты $ТС$, руб.
0	7	3
1	6	5
2	5	6
3	4	7
4	3	8

5	2	14
6	1	24

1. Определите точку максимальной прибыли и по какой цене фирма сможет продать свою продукцию на рынке?
2. Какую общую прибыль получит фирма в положении равновесия, чему будут равны общий доход и общие издержки.
3. Рассчитайте необходимые данные и сведите их в таблицу.

Задача 2. Проведите сравнительный анализ особенностей функционирования рынков совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополий.

Контрольные вопросы

1. Какими характерными признаками обладает олигополистический рынок?
2. Какие существуют барьеры для вхождения на олигополистический рынок?
3. Какие известны модели поведения олигополиста и в чем их ключевые особенности?
4. Каковы социальные и экономические последствия «ценовых войн» на олигополистическом рынке?
5. Почему рынок олигополий, как и рынок чистой монополии, подвергается административному контролю в рамках антимонопольной политики государства?

13. АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО- КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМ-МОНОПОЛИСТОВ

13.1. Объективная необходимость проведения государством антимонопольной политики.

13.2. Антимонопольное законодательство как инструмент государственного регулирования монополий.

13.3. Антимонопольная политика в отношении естественных монополий.

13.1. Объективная необходимость проведения государством антимонопольной политики

Большинство современных экономистов сходятся во мнении, что функционирование монопольных структур имеет для общества и национальной экономики как *положительные*, так и *отрицательные* последствия. Крупное производство позволяет лучше использовать эффект масштаба и широко разворачивать научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки. Все это, при прочих равных условиях, снижает себестоимость и повышает качество выпускаемой продукции. Вместе с тем, монополии создают искусственные барьеры, препятствующие конкурентам войти в отрасль и на рынок. Подобные действия монополий сдерживают рост отраслевого предложения товара и препятствуют снижению цены. Если в условиях совершенной конкуренции цена товара формируется на уровне предельных издержек, то у монополии цена продукции превышает предельные издержки. Данное условие ценообразования позволяет монополии получать прибыль даже при нерациональном использовании ресурсов. В связи с этим деятельность монополий усиливает дифференциацию доходов в обществе, что чревато социально-политическими конфликтами.

Принимая во внимание отрицательные стороны деятельности фирм-монополистов, правительства стран с развитой рыночной экономикой проводят активную антимонопольную политику. Она предполагает реализацию следующих ключевых направлений:

1. Предотвращение возникновения новых монополий.
2. Формирование конкурентной среды в монополизированных отраслях.
3. Регулирование деятельности уже существующих монопольных структур с тем, чтобы противодействовать злоупотреблениям возможным из-за их власти над рынком, а также в целях налогообложения монопольной прибыли.

13.2. Антимонопольное законодательство как инструмент государственного регулирования монополий

Инструментом проведения антимонопольной политики является *антимонопольное законодательство*, направленное против накопления фирмами опасной для общества монопольной власти. Антимонопольное законодательство может рассматриваться в узкой и широкой трактовке. Антимонопольное законодательство в узком смысле направлено против чистых монополий и крупных олигополий, а также на предотвращение нечестных действий, нарушающих принятые нормы делового общения. Антимонопольное законодательство в узком смысле направлено против всех форм накопления монопольной власти и монопольного поведения на рынке.

Классическим примером антимонопольного законодательства является антитрестовское законодательство США. Первым был принят закон Шермана (1890 г.) против монополизации торговли и коммерческой деятельности. Он запрещал любые формы контрактов, направленные на ограничение свободы торговли, а также объявлял вне закона нечестные приемы устранения конкурентов. В качестве мер наказания предусматривались штрафы, возмещение убытков, расформирование виновной фирмы, тюремное заключение. Главная особенность закона Шермана – это нацеленность на борьбу с уже существующими монополиями, а его недостатками были нечеткость основных определений и отсутствие органа, контролирующего выполнение закона. Эти недостатки были устранены принятием в 1914 г. закона Клейтона и Федерального закона о торговой комиссии. В дальнейшем антитрестовское законодательство США развивалось от узкой к широкой трактовке. В целом антитрестовские законы США оказали большое влияние на развитие антимонопольного законодательства ряда стран, в том числе и современной России.

Главным органом, осуществляющим антимонопольную политику в России, является Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. На него возложены задачи контроля за слиянием крупных предприятий, пресечение разнообразных форм сговора. Основными законами, регулирующими деятельность монополий в России, являются ФЗ «О естественных монополиях» и ФЗ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Данные законы требуют проведения государственной политики недопущения формирования новых монополий. В целом система антимонопольного регулирования в России находится на стадии формирования и требует дальнейшего совершенствования.

13.3. Антимонопольная политика в отношении естественных монополий

В ряде отраслей избежать образования монополий невозможно и государство вынуждено осуществлять по отношению к ним прямое или косвенное регулирование. Одной из форм прямого регулирования является контроль над ценой естественного монополиста. Государство устанавливает цены или их предельные значения на газ, воду, электроэнергию, железнодорожные перевозки, коммунальные услуги, транспортировку нефти. Цены (тарифы) могут устанавливаться централизованно для всей страны или региональными комиссиями для своих краев, республик, областей, городов, районов. Максимальный уровень цен должен покрывать издержки монополиста и обеспечивать ему минимальную прибыль, получаемую при условии $P = ATC$.

Если государство не считает целесообразным проводить сдерживающую ценовую политику в отношении естественных монополий, то оно может использовать систему налоговых регуляторов.

Ведущие отечественные экономисты полагают, что для повышения эффективности функционирования естественных монополий в России и укрепления позиций на мировых рынках необходимо реформировать их структуру, а ключевым направлением, должно стать развитие потенциально конкурентных элементов.

Темы для докладов

1. Цели и инструменты антимонопольной политики.
2. Объективные трудности демополизации российской экономики.
3. Зарубежный опыт антимонопольного регулирования.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Меркулова Ю. О совершенствовании антимонопольного законодательства [Текст] / Ю. Меркулова // Общество и экономика. – 2010. – № 10–11.
2. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Тесты

Согласны ли вы со следующими утверждениями?

1. Деятельность монополий сопряжена только с отрицательными последствиями для общества и национальной экономики (да, нет).
2. Монопольные структуры склонны к неэффективному использованию ограниченных природных ресурсов и поэтому их деятельность должна регулироваться государством (да, нет).
3. Антимонопольное законодательство большинства стран мира направлено против накопления фирмами опасной для общества монопольной власти (да, нет).
4. Антитрестовые законы США оказали большое влияние на развитие антимонопольного законодательства многих стран мира, в том числе и России (да, нет).
5. Контроль над ценой и налоговое регулирование являются способами прямого воздействия на деятельность естественно монопольных структур (да, нет).

Контрольные вопросы

1. В чем состоит объективная необходимость проведения государством антимонопольной политики?
2. Каковы ключевые направления государственной антимонопольной политики?
3. Какие законодательные акты регулируют деятельность монопольных структур в России?
4. Какие функции выполняет Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства?
5. Какие способы антимонопольного регулирования применяются в отношении естественных монополий?

14. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

14.1. Понятие рынка факторов производства, его отличия от рынка благ и функции, выполняемые в экономической системе.

14.2. Особенности формирования спроса и предложения факторов производства.

14.3. Основные правила использования фирмой факторов производства.

14.4. Равновесие рынка факторов производства.

14.1. Понятие рынка факторов производства, его отличия от рынка благ и функции, выполняемые в экономической системе

Рынок факторов производства – это сфера экономики, в которой осуществляется их купля-продажа, и где в результате взаимодействия спроса и предложения формируются цены на труд, землю, капитал, предпринимательскую способность в форме заработной платы, ренты, процента и прибыли. К видам рынков факторов производства относятся рынок труда, рынок земли, рынок капитала. Данные рынки тесно взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом.

Ключевые *отличия* рынка факторов производства от рынка товаров и услуг состоят в следующем:

1. Рынок факторов производства имеет *производный* характер, т.е. необходимость его обусловлена потребностями общества в производстве товаров и оказании услуг.

2. На рынке факторов производства экономические роли фирм и домашних хозяйств меняются. Если на рынке товаров и услуг фирмы формируют предложение и выступают в роли продавцов, стремящихся к максимизации прибыли, а домашние хозяйства формируют спрос и выступают в роли покупателей, максимизирующих общую полезность, то на рынке факторов производства фирмы становятся покупателями, а домашние хозяйства – продавцами.

3. Если на рынке товаров и услуг формируется потребительский спрос домашних хозяйств с целью удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей, то на рынке факторов производства формируется *производственный* спрос фирм для выпуска экономических благ, востребованных конечными потребителями.

4. Фирмы предъявляют спрос на различные факторы производства с целью их совместного использования при создании экономических благ.

5. В процессе формирования цены на факторном рынке помимо рыночных сил спроса и предложения активно участвуют государство, профсоюзы, ассоциации предпринимателей, политические партии.

В экономической системе рынок факторов производства выполняет следующие *функции*:

1. Определяет цены на факторы производства.
2. Распределяет ограниченные ресурсы по отраслям и секторам экономики.
3. Обуславливает объем и характер распределения факторных доходов.
4. Участвует в установлении общего равновесия микроэкономических рынков.

Таким образом, роль рынка факторов производства заключается в обеспечении национальной экономики ресурсами, востребованными фирмами для производства товаров и оказания услуг.

14.2. Особенности формирования спроса и предложения факторов производства

Спрос на факторы производства (ресурсы) является *вторичным*, т.е. производным или зависимым от спроса на продукцию, изготавливаемую с использованием данного фактора. *Зависимый* характер спроса на фактор производства обусловлен его производительностью и ценой готового продукта. Если при неизменности всех факторов производства увеличивается лишь один из них, то вступает в действие закон убывающей предельной производительности, проявляющийся в снижении *предельного физического продукта*.

Прирост дохода фирмы за счет использования дополнительной единицы ресурса называется *предельной доходностью ресурса* или *доходом от предельного продукта в денежном выражении*: $MRP = MP \cdot MR$, где MP – предельный физический продукт, а MR – предельный доход.

Графически предельная доходность ресурса выражается кривой спроса, с которой сталкивается фирма на рынке готовой продукции. Данная кривая имеет отрицательный наклон и отражает убывающую доходность ресурса (рис. 53 – график спроса на ресурс).

Прирост издержек за счет введения в производство дополнительной единицы переменного ресурса называется **предельными издержками ресурса** – MRC . На объем предельных издержек влияют цены предложения ресурса. На совершенно – конкурентном рынке факторов производства цена ресурса будет постоянной, что выразится в горизонтальной линии MRC на уровне средних издержек AC (рис. 54).

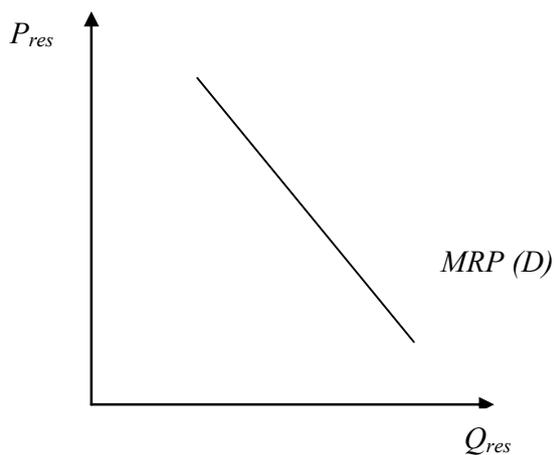


Рис. 53. График спроса на ресурс

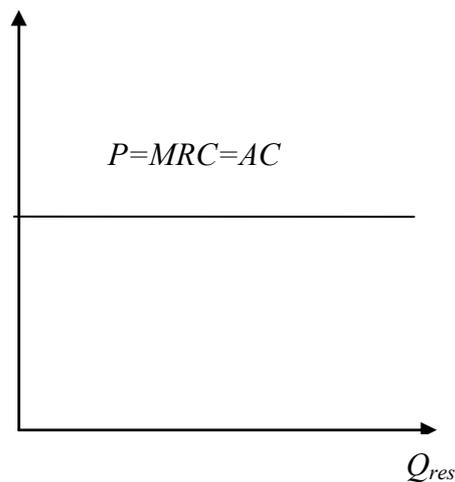


Рис. 54. Цена, предельные и средние издержки ресурса на совершенном конкурентном рынке факторов производства

В микроэкономическом анализе принято различать понятия «спрос на ресурс» и «объем спроса на ресурс». Спрос на ресурс выражается всей кривой, и его изменения происходят под влиянием *неценовых факторов*, к которым относятся:

1. Изменения в спросе на товары и услуги, произведенные с использованием данного фактора.
2. Изменения цен на замещающие и взаимодополняющие ресурсы (рис. 55).

Объем спроса на ресурс – это точка на кривой спроса и его изменения происходят под влиянием цены ресурса. С ростом цены ресурса объем спроса на него снижается, а с понижением цены объем спроса на ресурс растет.

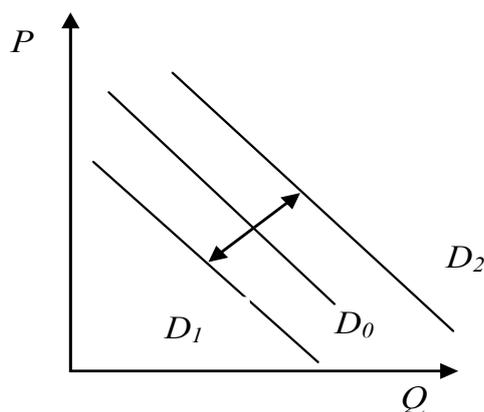


Рис. 55. Изменение спроса на ресурс

Отраслевой спрос на ресурс образуется путем суммирования объемов спроса каждой фирмы, входящей в отрасль. *Рыночный* спрос на ресурс определяется как сумма отраслевого спроса при каждой возможной цене.

Предложение факторов производства – это совокупность факторов производства, находящихся на рынке или способных быть представленными к продаже по определенным ценам. Предложение факторов производства выражается кривой, имеющей постоянный возрастающий характер, и его изменение зависит от действия неценовых факторов (рис. 56):

1. Соотношения цен на ресурсы.
2. Доступности и наличия заменителей ресурса.
3. Мобильности ресурса.
4. Фактора времени.

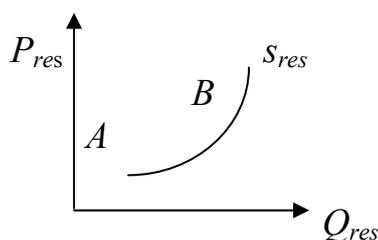


Рис. 56. График предложения ресурса

Объем предложения факторов производства выражается точкой на кривой предложения и зависит от цены ресурса. С ростом цены ресурса объем его предложения растет, а с понижением цены объем его предложения падает.

Таким образом, особенности формирования спроса и предложения ресурсов обусловлены законом убывающей предельной производительности, а также взаимозаменяемостью и взаимодополняемостью факторов в процессе производства.

14.3. Основные правила использования фирмой факторов производства

Фирма использует факторы производства в различных комбинациях и стремится при этом к *минимизации* издержек и *максимизации* прибыли. Для обеспечения минимизации издержек производства необходимо сравнить рыночную цену каждого фактора с его предельным продуктом и выбрать такое сочетание, при котором объемы предельных продуктов используемых факторов пропорциональны их ценам (**правило 1 – правило минимизации издержек**):

$$\frac{MP_{F1}}{P_{F1}} = \frac{MP_{F2}}{P_{F2}} = \frac{MP_{F3}}{P_{F3}}.$$

Минимизация издержек достигается за счет *взаимозамещения* факторов, которое определяет специфику ценообразования на факторном рынке. На факторы с низкой производительностью, спрос падает и цены снижаются, а на факторы с высокой производительностью, напротив, растет спрос и увеличивается цена.

Фирма достигает *максимизации прибыли* в процессе использования ресурса, когда обеспечивается равенство предельного физического продукта в денежном выражении и предельных издержек от привлечения дополнительной единицы ресурса, т.е. $MRP = MRC$. При покупке фирмой нескольких факторов это условие распространяется на каждый из них:

$$\begin{aligned}MRP_L &= MRC_L, \\MRP_K &= MRC_K, \\MRP_Z &= MRC_Z,\end{aligned}$$

где L – труд;
 K – капитал;
 Z – земля.

Правило максимизации прибыли (правило 2): может быть выражено в виде

$$\frac{MRP_L}{MRC_L} = \frac{MRP_K}{MRC_K} = \frac{MRP_Z}{MRC_Z} = 1.$$

Если фирма, максимизирующая прибыль, действует на совершенно конкурентных рынках благ и факторов производства, то вводимый ресурс должен использоваться до точки, в которой:

$$P_L = MRP_L, P_K = MRP_K, P_Z = MRP_Z$$

$$\text{или } \frac{MRP_L}{P_L} = \frac{MRP_K}{P_K} = \frac{MRP_Z}{P_Z} = 1.$$

14.4. Равновесие рынка факторов производства

Равновесие рынка факторов производства – это ситуация, когда решения потребителей о покупке факторов производства согласуются с решениями продавцов об их продаже, объем спроса равен объему предложения, а цена спроса равна цене предложения (рис. 57).

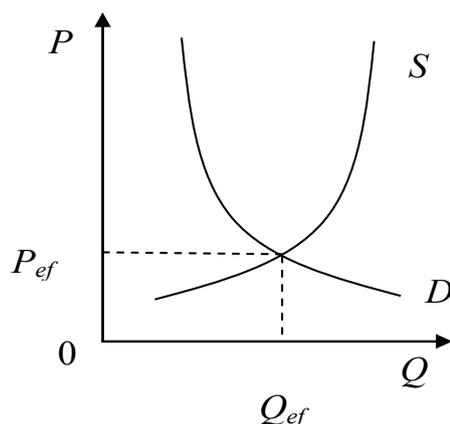


Рис. 57. Равновесие рынка факторов производства

Под *ценой спроса* на рынке факторов производства понимается максимальная цена, по которой фирма готова приобрести определенное количество фактора в некоторый период времени. Под *ценой предложения* на рынке факторов производства понимается минимальная цена, по которой собственник фактора готов предложить к продаже определенное его количество в некоторый период времени. Таким образом, цена предложения формирует величину факторного дохода собственника ресурса.

Факторы производства характеризуются текущей и капитальной ценой. **Текущая цена** – это цена услуги фактора в течение определенного периода времени. **Капитальная цена** – это цена окончательной продажи фактора, когда происходит смена собственника. В отличие от земли и капитала, труд характеризуется только текущей ценой.

Таким образом, доходы собственников факторов производства формируются на основе законов спроса, предложения и предельной производительности.

Темы для докладов

1. Эластичность спроса на ресурс и факторы ее определяющие.
2. Эластичность предложения ресурса и факторы ее определяющие.
3. Влияние НТП на предложение факторов производства.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.

5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Низова, Л.М. Рынки факторов производства: теория и практика [Текст] / Л.М. Низова, Е.Г. Смирнова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 3.

2. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Фирма является совершенным конкурентом на рынке блага и на рынке фактора; цена блага (P) равна 2, прокатная цена фактора (r) – 22.

Определите объем закупки фирмой фактора (F) на основе данных прилагаемой таблицы.

F	4	5	6	7	8	9	10
MP_F	21	20	18	15	11	6	0

Задача 2. Фирма является монополистом на рынке благ и совершенным конкурентом на рынке фактора. Цена фактора равна 22 ден. ед.

Определите, при какой предельной производительности фактора фирма достигает максимума прибыли, на основе данных приведенной таблицы.

Количество фактора	4	5	6	7	8	9	10
Предельная производительность фактора	21	20	18	15	11	6	0
Предельная выручка	1,6	1,4	1,2	1,0	0,8	0,6	0,4

Контрольные вопросы

1. Что понимается под рынком факторов производства, каковы его функции и отличия от рынка товаров и услуг?

2. Почему спрос на факторы производства является производным от спроса на товары и услуги?

3. В чем состоит экономический смысл закона убывающей предельной производительности ресурса?

4. Как рассчитывается предельный продукт в денежном выражении и каково основное правило использования ресурсов?

5. Какие факторы обуславливают объем предложения экономических ресурсов?

6. Какими правилами должна руководствоваться фирма, чтобы минимизировать издержки от использования ресурсов и максимизировать прибыль?

7. В чем проявляется отличие между капитальной и текущей ценой фактора производства?

8. Каким образом достигается равновесие рынка факторов производства?

15. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

15.1. Особенности функционирования совершенно-конкурентного рынка труда и основные правила найма дополнительного работника.

15.2. Модели функционирования рынка труда при несовершенной конкуренции.

15.1. Особенности функционирования совершенно-конкурентного рынка труда и основные правила найма дополнительного работника

В экономической теории под **рынком труда** понимается сфера взаимодействия продавцов и покупателей рабочей силы, в результате, которого устанавливается равновесная цена рабочей силы и равновесный объем занятости.

Совершенно-конкурентный рынок труда – это упрощенная модель функционирования, построенная на ряде предпосылок:

1. На рынке труда присутствует множество предпринимателей и наемных работников, каждый из которых в отдельности не влияет на величину установленных ставок заработной платы.

2. Ни наемные работники, ни предприниматели не создают на рынке труда организаций, требующих изменения ставок заработной платы.

3. Государство не регулирует функционирование рынка труда.

4. Работники и предприниматели хорошо информированы о состоянии рынка труда.

5. Поведение наемных работников и предпринимателей подчинено принципу экономической рациональности, т.е. наемные работники, при прочих равных условиях, отдадут предпочтение рабочему месту с более высокой заработной платой, а предприниматели, привлекая наемных работников к труду, исходя из их предельной производительности и принципа максимизации прибыли.

Важнейшими элементами рынка труда, участвующими в механизме функционирования, являются спрос и предложение рабочей силы. *Спрос на рабочую силу* – это количество рабочей силы, которое работодатель желает и может приобрести по рыночной цене в данный период времени. К числу факторов, воздействующих на спрос на рабочую силу относятся:

- Производительность труда наемных работников;
- Величина ставок заработной платы;
- Характер применяемой технологии выпуска;
- Цены производственных ресурсов;

- Спрос потребителей на выпускаемую продукцию.

Отмеченные факторы могут вызывать как увеличение спроса на рабочую силу и движение графика вправо вверх, так и уменьшение спроса на рабочую силу и движение графика влево вниз.

Спрос на рабочую силу характеризуется свойством *эластичности*. Так, спрос на рабочую силу более эластичен при следующих условиях:

- Спрос потребителей на продукцию фирмы эластичен по цене и располагаемому доходу;
- Имеет место высокая степень взаимозаменяемости используемых факторов производства;
- Заработная плата наемных работников является основным элементом издержек производства продукции;
- Фирма функционирует в долгосрочном периоде, позволяющем гибко реагировать на изменения в ставках заработной платы наемных работников.

Спрос на рабочую силу *менее эластичен* при следующих условиях:

- Спрос потребителей на продукцию фирмы неэластичен по цене и объему располагаемого дохода;
- Имеет место низкая взаимозаменяемость используемых факторов производства;
- Заработная плата наемных работников не является основным элементом издержек производства продукции;
- Фирма функционирует в краткосрочном периоде.

Фирма будет увеличивать найм работников до тех пор, пока дополнительно привлеченная к труду рабочая сила приносит больше дохода, чем ее цена. Решение о найме дополнительного работника определяется разницей между предельным доходом его продукта (MRP_L) и предельными затратами по найму, совпадающими по величине со ставкой заработной платы ($MC = W$). В условиях совершенной конкуренции фирма может реализовать дополнительный продукт, не влияя на его рыночную цену. Поэтому предельный доход от найма дополнительного работника рассчитывается по формуле: $MRP_L = MP_L \cdot P$, где P – цена продукта.

Таким образом, основные *правила найма дополнительного работника* состоят в следующем:

1. Если $MRP_L > W$, то фирме необходимо продолжить найм дополнительных работников.
2. Если $MRP_L < W$, то фирме необходимо сократить численность наемных работников.
3. Если $MRP_L = W$, то фирма максимизирует свой доход и не нуждается в изменении численности наемных работников.

Увеличение найма дополнительных работников выражается движением по кривой спроса на рабочую силу, а изменение таких факторов, как

производительность труда, цена готовой продукции фирмы или цена используемых ресурсов вызывает перемещение кривой спроса. *Рыночный (отраслевой) спрос* на рабочую силу в условиях совершенной конкуренции образуется суммированием по горизонтали спроса фирм, входящих в отрасль.

Предложение рабочей силы проявляется в желании и способности индивида работать определенное количество времени за установленную заработную плату. Объем предложения рабочей силы зависит от численности населения и ее трудоспособной части, индивидуальных предпочтений по распределению времени между трудом и досугом, величины заработной платы.

Индивидуальное предложение рабочей силы связано с экономическим поведением человека, а именно с выбором одной из двух альтернатив: посвятить себя досугу или работе. Поскольку располагаемое время индивида ограничено, то он может достичь максимума полезности, распределяя время между трудом и досугом таким образом, чтобы предельные доходы от работы и досуга были равны. Кривая *индивидуального предложения рабочей силы* имеет возрастающий характер (положительный наклон) до некоторого высокого уровня заработной платы (рис. 58, а). Кривая *индивидуального предложения рабочей силы* меняет свой наклон потому, что более высокая заработная плата может позволить работнику трудиться меньшее время, но получать достаточный доход для удовлетворения своих потребностей.

Кривая *рыночного предложения рабочей силы* имеет постоянный возрастающий характер (положительный наклон), что отражает прямую зависимость предложения рабочей силы от величины установленной заработной платы (рис. 58, б).

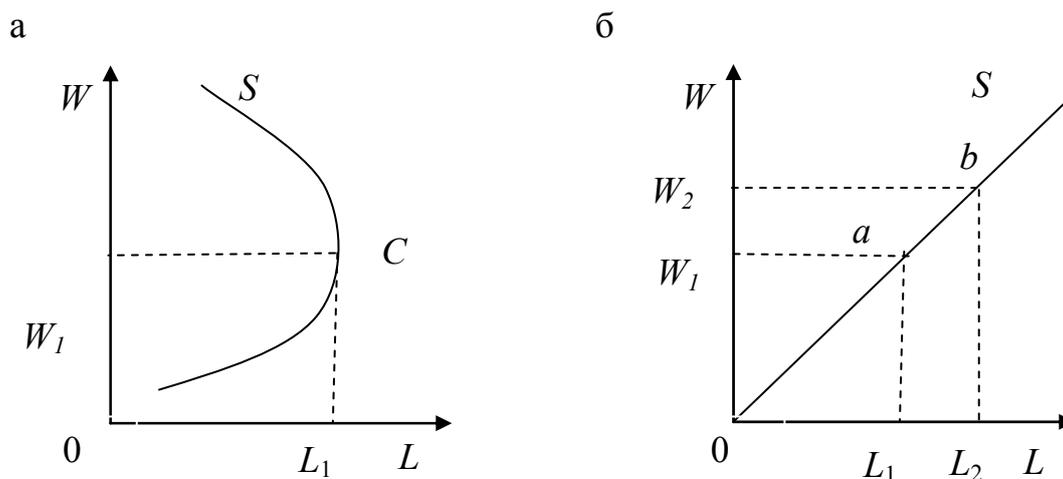


Рис. 58. Кривые индивидуального и рыночного предложения рабочей силы

Равновесие совершенно-конкурентного рынка труда устанавливается при равенстве объемов спроса и предложения рабочей силы (рис. 59).

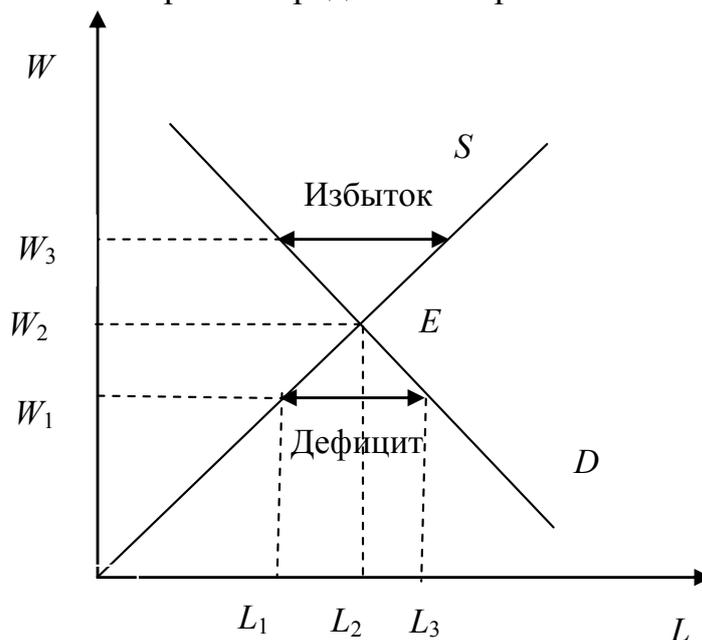


Рис. 59. Равновесие совершенно конкурентного рынка труда

Если ставка заработной платы отклоняется от равновесного значения W_E , и устанавливается на уровне W_1 , то возникает дефицит рабочей силы на рынке труда. Если ставка заработной платы устанавливается на уровне W_2 , то возникает избыток рабочей силы. Таким образом, функционирование рынка труда подчинено законам спроса и предложения, которые участвуют в формировании цены рабочей силы, модифицированной формой являются ставки заработной платы наемных работников.

15.2. Модели функционирования рынка труда при несовершенной конкуренции

Современный рынок труда функционирует в условиях несовершенной конкуренции, доминирующими формами проявления которой являются *монопсония* и *двусторонняя монополия*. **Монопсония** – это ситуация, при которой одна фирма является единственным покупателем рабочей силы на местном (локальном) рынке труда. Монопсония на рынке труда формируется при следующих условиях:

1. Большое число наемных работников определенной квалификации предлагают свою рабочую силу одному крупному работодателю – профильному предприятию.

2. Наемные работники характеризуются низкой мобильностью в силу высокой стоимости жилья, отсутствия возможности переобучения, дефицита рабочих мест и т.д.

3. Профильное предприятие является лидером отрасли в региональном масштабе, диктует условия занятости и ставки заработной платы наемным работникам.

При монополии в результате усиления конкуренции между наемными работниками заработная плата снижается ниже равновесного значения (рис. 60).

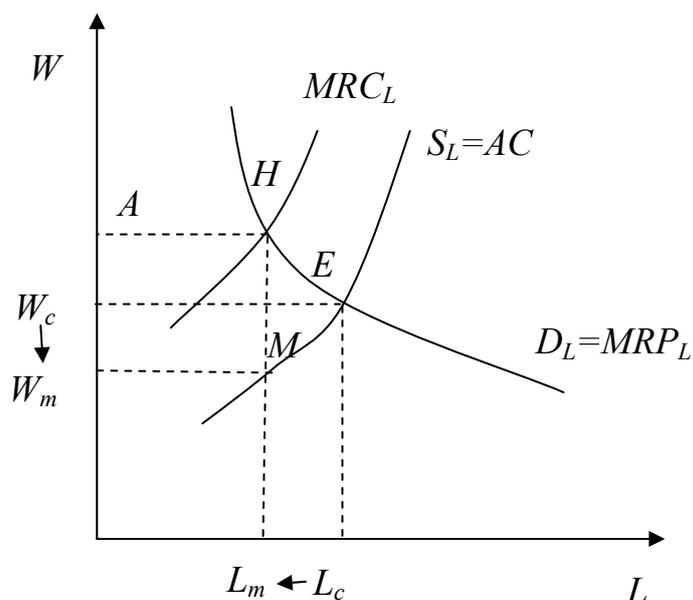


Рис. 60. Модель монополии

Если бы рынок труда функционировал в условиях совершенной конкуренции, то равновесие установилось бы в точке E при уровне заработной платы W_c и объеме занятых L_c (рис. 60). Поскольку монополист выплачивает равную заработную плату каждому дополнительно привлеченному работнику, то кривая предложения рабочей силы совпадает с кривой средних издержек.

Размеры занятости при монополии определяются точкой пересечения кривой предельных издержек от найма дополнительного работника (MRC_L) с кривой предельной доходности от дополнительно привлеченного работника (MRP_L). Монополист, сокращая число нанимаемых работников с L_c до L_m , снижает величину заработной платы с W_c до W_m и увеличивает прибыль на величину $AHMW_m$ (рис. 61).

Двусторонняя монополия – это ситуация на рынке труда, при которой фирме – монополисту противостоит профсоюз-монополист (рис. 61).

Профсоюзы являются ключевым субъектом на рынке труда, деятельность которых направлена на решение следующих основных задач:

- 1) стимулирование спроса на рабочую силу;
- 2) повышение ставок заработной платы;
- 3) улучшение условий трудовой деятельности;
- 4) обеспечение производственной безопасности;
- 5) обеспечение социальных гарантий в сфере профессиональной занятости;
- 6) совершенствование трудового законодательства;
- 7) ограничение предложения рабочей силы за счет лицензирования определенных видов профессий.

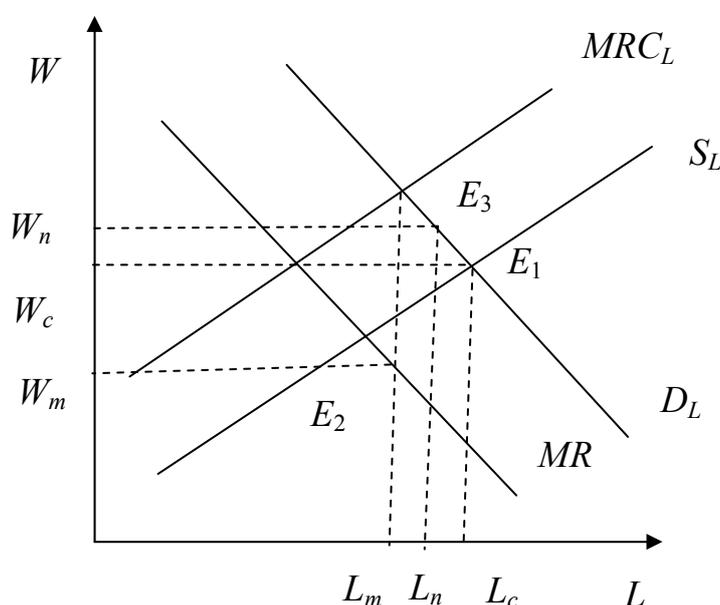


Рис. 61. Двусторонняя монополия на рынке труда

При совершенной конкуренции равновесие рынка труда установилось бы в точке E_1 при уровне заработной платы W_c и объеме занятых L_c . Монополист будет стремиться понизить заработную плату до W_m , сокращая численность занятых до L_m . Профсоюз, напротив, будет стремиться поднять заработную плату до W_n , сокращая предложение рабочей силы. Таким образом, монополист и профсоюз-монополист, ограничивающий на рынке труда рыночное предложение рабочей силы, по-разному определяют уровень заработной платы и объем занятости. Конкретная величина заработной платы и число занятых будут определены в ходе переговоров и зависят от силы противоборствующих сторон.

Темы для докладов

1. Деятельность профсоюзов на рынке труда.
2. Факторы ценовой эластичности спроса на рабочую силу.

3. Причины и последствия возникновения в регионе монополистического рынка труда.

4. Причины дифференциации ставок заработной платы.

5. Роль Федеральной государственной службы занятости и частных агентств по найму персонала в установлении равновесия на рынке труда.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.

2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.

3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст] : учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.

4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст] : учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.

5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Гуртов, В.А. Прогнозирование динамики спроса на рынке труда на различных фазах развития кризисных процессов в российской экономике [Текст] / В.А. Гуртов, Е.А. Питухин, В.М. Серова, С.В. Сигова // Проблемы прогнозирования. – 2010. – № 2.

2. Низова, Л.М. Рынки факторов производства: теория и практика [Текст] / Л.М. Низова, Е.Г. Смирнова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 3.

3. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Магазиному требуются разнорабочие. Спрос на труд описывается уравнением $L = 10 - 0,2W$. На объявление о найме откликнулось 7 человек. Двое из них готовы работать при оплате не менее 40 ден. ед. в час, двое – не менее 25 ден. ед. в час, двое – не менее 20 ден. ед. в час, один – не менее 15 ден. ед. в час.

Определите:

1. Сколько разнорабочих будет нанято и при каком уровне оплаты;
2. Государство законодательно устанавливает минимальный уровень дневной оплаты 40 ден. ед. в час. Сколько рабочих будет нанято директором магазина в этом случае?

З а д а ч а 2. Рыночный спрос на труд описывается формулой $Q_d = 70 - w$, рыночное предложение труда $Q_s = 4w - 30$, где w – цена труда в ден. ед. в час. Государство устанавливает уровень минимальной заработной платы 30 ден. ед. в час. Определите влияние этой меры на рынок труда (вызовет ли она дисбаланс спроса и предложения, если да, то какого масштаба).

Контрольные вопросы

1. Что понимается под рынком труда и какими особенностями он обладает в условиях совершенной конкуренции?
2. Как рассчитывается предельный доход от найма дополнительного работника?
3. Каковы основные правила найма фирмой дополнительного работника?
4. Какими чертами обладает монополия и в чем проявляется сущность монополистической власти над рынком?
5. Какими чертами характеризуется двусторонняя монополия, и как в данном случае формируются параметры равновесия рынка труда?

16. РЫНОК ЗЕМЛИ И ЗЕМЕЛЬНАЯ РЕНТА

16.1. Особенности земли как фактора производства.

16.2. Экономическая природа ренты и условия ее возникновения.

16.3. Рента и цена земли.

16.1. Особенности земли как фактора производства

Земля как фактор производства имеет ряд отличительных *особенностей*:

1. По происхождению земля является природным фактором, а не продуктом человеческого труда.

2. Земля не поддается перемещению, т.е. она недвижима.

3. Земля не воспроизводима по желанию, т.е. является неизменным в объеме природным фактором производства.

4. Земля в отличие от других факторов производства имеет неограниченный срок использования.

5. Земля при рациональном использовании в сельском хозяйстве не изнашивается, а напротив, улучшает свою продуктивность.

Анализ отмеченных особенностей позволяет сделать вывод, что владелец и пользователь земли получают определенные преимущества. Земля как фактор производства приносит владельцу доход в форме *земельной ренты*. В экономической теории и хозяйственной практике наряду с рентой активно используются понятия «чистая экономическая рента» и «квазирента». **Чистая экономическая рента** – это разница между доходом (рентой), полученным от использования земли как фактора производства, и затратами, связанными с ведением сельского хозяйства. Под **квазирентой** понимается доход, получаемый от земли как фактора производства в результате применения в сельском хозяйстве прогрессивной технологии и усовершенствованной агротехники.

16.2. Экономическая природа ренты и условия ее возникновения

В экономической теории сложилось несколько концепций анализа экономической природы и условий возникновения земельной ренты как формы факторного дохода. Согласно экономическим воззрениям Д. Рикардо, невозпроизводимость (ограниченность) лучших земель и их неперемещаемость объективно формируют особый тип монополии в обществе – монополию на землю как на объект хозяйства. Этой монополией обладают те, кто ведет хозяйство на лучших землях. Она и является причиной дифференциального дохода, достигающегося землепользователю и превращаю-

щегося в *дифференциальную ренту* при условии его передачи землевладельцу.

К. Маркс расширил исследования условий возникновения земельной ренты и разработал теорию *абсолютной ренты*. **Абсолютная рента** – это та часть дохода предпринимателя – землепользователя, которую он отдает в виде *арендной платы* собственнику земли. Согласно данной теории, худшие земли также приносят доход тем, кто их эксплуатирует.

Неоклассическая теория земельной ренты базируется на анализе спроса и предложения земли. *Предложение земли* характеризуется абсолютной неэластичностью по цене, т.е. при даже значительном росте цен на землю объем ее предложения остается фиксированным (неизменным). Абсолютная неэластичность по цене превращает кривую предложения земли в вертикальную линию, параллельную оси ординат (рис. 62).

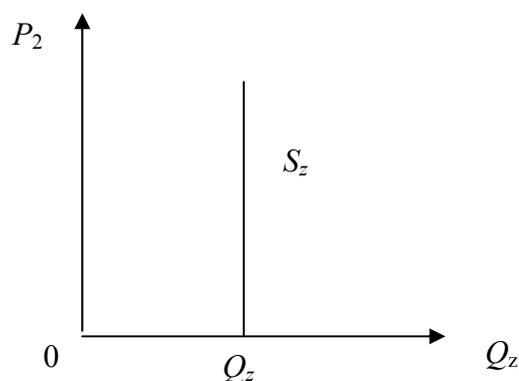


Рис. 62. График предложения земли

Неизменный объем предложения земли означает, что цены на землю определяются спросом на нее. *Спрос* на землю формируется в двух видах:

1. **Сельскохозяйственный спрос** на землю $D_{сх}$ произведен от спроса на продовольственные товары. Он учитывает плодородие почвы и расположение сельскохозяйственных участков (рис. 63).

2. **Несельскохозяйственный спрос** на землю $D_{нсх}$ предъявляется с целью строительства жилья и объектов рыночной инфраструктуры (рис. 63).

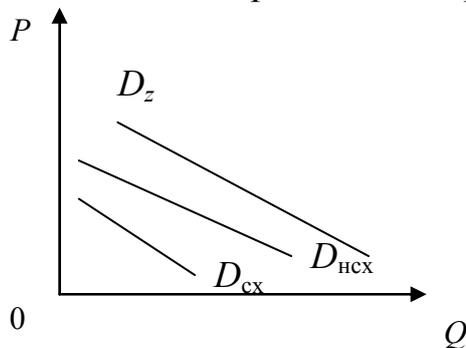


Рис. 63. Сельскохозяйственный, несельскохозяйственный и совокупный спрос на землю

Совокупный спрос на землю D_z рассчитывается путем суммирования объемов указанных видов спроса: $D_z = D_{cx} + D_{ncx}$.

Графики сельскохозяйственного и несельскохозяйственного спроса на землю имеют отрицательный наклон вследствие действия закона убывающей продуктивности земли. На рис. 63 график D_{ncx} более эластичен, чем D_{cx} , поскольку даже незначительное снижение цены вызовет заметный рост объема спроса на землю под строительство.

На рис. 64 отражена модель взаимодействия спроса и предложения земли, характеризующая механизм функционирования рынка земли.

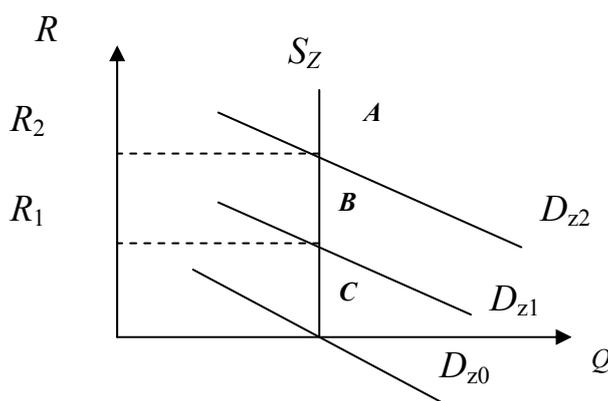


Рис. 64. Механизм функционирования рынка земли

Пересечение графика спроса D_{z1} с графиком предложения S_z определяет равновесие на рынке земли и земельную ренту, равную площади прямоугольника OR_1BC . При спросе на землю D_{z2} земельная рента равна OR_2AC , а при D_{z0} рента равна нулю.

Представленная модель наглядно иллюстрирует уровень дифференциальной ренты. Рента за лучшую землю (R_2) будет выше, чем за среднюю (R_1), а за среднюю выше, чем за худшую (R_0). Худшая земля будет давать владельцу только абсолютную ренту, в то время как средняя и лучшая наряду с абсолютной рентой обеспечит землевладельцу и дифференциальную ренту.

16.3. Рента и цена земли

Цена земли не тождественна земельной ренте. Если земельная рента представляет собой доход от земли как фактора производства, то цена земли определяется на основе капитализации ренты, т.е. представляет собой дисконтированную стоимость рентных платежей. Чем выше рента от услуг участка земли, тем выше цена этого участка земли.

Допустим, что какой-то участок земли в прошлом году приносил ренту в сумме R_n . Если покупатель желает приобрести этот участок, то какую цену должен назначить собственник? Для ответа на этот вопрос необходимо

определить альтернативную стоимость полученных за землю денег. Цена земли должна быть равна сумме денег, положив которую в банк бывший собственник земли получал бы аналогичный процент на вложенный капитал. Пусть текущая рыночная ставка ссудного процента составляет r . Тогда **цена земли** P_z равна:

$$P_z = \sum \frac{R_n}{(1+r)^n},$$

где $\frac{1}{(1+r)^n}$ – коэффициент дисконтирования.

При расчете цены земли необходимо учесть следующее:

1. Поскольку цена земли – это бессрочное вложение капитала, то суммирование начинается с единицы и уходит в бесконечность.

2. Поскольку $\frac{1}{(1+r)^n}$ становится меньше с возрастанием n , новое коли-

чество, добавляемое к полученной сумме, постепенно приближается к нулю по мере того, как приближается к бесконечности.

Сумма в формуле достигает предела, когда R_n за каждый год одинакова. Формула расчета цены земли преобразуется и принимает вид:

$$P_z = \frac{R}{r},$$

где R – годовая рента;

r – рыночная ставка ссудного процента.

Таким образом, при данной ставке ссудного процента, цена на землю определяется земельной рентой. Сама же земельная рента зависит от двух факторов: 1) плодородия и месторасположения земельного участка, 2) спроса на землю.

Темы для докладов

1. Частная собственность на землю: доводы «за» и «против».
2. Динамика развития фермерских хозяйств в регионе.
3. Пути повышения эффективности функционирования АПК России.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.

2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.

3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст] : учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Виноградова, А.Н. Институциональные механизмы создания и присвоения природной ренты в экономике России [Текст] / А.Н. Виноградова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 3.
2. Даниленко, Л.Н. Рента как экономическая категория [Текст] / Л.Н. Даниленко // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 8.
3. Кресникова, Н. Совершенствование механизма аграрных отношений // Экономист. – 2010. – № 12.
4. Попова, Л. Государственное регулирование и ценовая политика в АПК России [Текст] / Л. Попова // Вопросы экономики. – 2010. – № 7.
5. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Какова будет цена земельного участка, если землевладелец ежегодно получает 50 тыс. ден. ед. земельной ренты, а банк выплачивает вкладчикам 10 % годовых?

Задача 2. Собственник земли получает ежегодно арендную плату за сданный в аренду участок 6 тыс. ден. ед. На участке имеются сельскохозяйственные постройки и сооружения стоимостью 40 тыс. ден. ед. со сроком службы 20 лет. Норма банковского процента – 5 % годовых. Определите величину земельной ренты.

Задача 3. Прокатная цена земельного участка (арендная плата в год) составляет 450 ден. ед. годовая ставка процента составляет 7 %.

Определите капитальную цену земельного участка.

Задача 4. Земельный участок стоит 10000 руб., а сдача его в аренду приносит доход 1000 руб./год. Определите процентную ставку.

Задача 5. Орошение земельного участка требует первоначальных затрат в размере 7000 руб./га и текущих затрат в размере 2500 руб./га. Процентная ставка равна 10 % в год. Какова минимальная цена предложения участка?

Контрольные вопросы

1. Какими особенностями характеризуется земля как фактор производства?
2. Каковы условия возникновения дифференциальной ренты с позиции Д. Рикардо?
3. Каковы условия возникновения абсолютной ренты с позиции К. Маркса?
4. Чем объясняется абсолютно неэластичный характер предложения земли?
5. Какие факторы обуславливают динамику сельскохозяйственного и несельскохозяйственного спроса на землю?
6. Каким образом рассчитывается земельная рента и цена земли?

17. РЫНОК КАПИТАЛА И ПРОЦЕНТНЫЙ ДОХОД

17.1. Общая характеристика капитала как фактора производства.

17.2. Процентная ставка как форма дохода на капитал.

17.3. Определение стоимости денег во времени (принцип дисконтирования).

17.1. Общая характеристика капитала как фактора производства

Капитал – это фактор производства, представленный всеми средствами производства, которые созданы людьми для того, чтобы с их помощью изготавливать товары и оказывать услуги. К капиталу относятся инструменты и оборудование, здания и сооружения и т.п. В микроэкономической теории капитал делится на четыре вида:

1. *Физический (технический) капитал* – это совокупность материальных средств, которые используются в различных фазах производства и увеличивают производительность труда работников. К физическому капиталу относятся станки, машины, механизмы, компьютеры и т.п.

2. *Финансовый (денежный) капитал* – это совокупность денежных средств и денежное выражение стоимости ценных бумаг.

3. *Юридический капитал* – это совокупность прав распоряжения некоторыми ценностями.

4. *Человеческий капитал* – это знания, опыт, здоровье, навыки, мотивация, сформированные в результате инвестиций и накопленные человеком для повышения производительности своего труда.

Физический капитал делится на основной и оборотный. **Основной капитал** – это капитал, участвующий в процессе производства на протяжении нескольких циклов и переносящий свою стоимость на создаваемые товары по частям. К основному капиталу относятся машины, механизмы, оборудование и т.д. **Оборотный капитал** – это капитал, участвующий в производственном цикле один раз и полностью переносящий свою стоимость на созданные товары. К оборотному капиталу относятся сырье, вода, материалы, топливо, электроэнергия.

Денежные средства, затрачиваемые фирмой на приобретение основного и оборотного капитала, называются *инвестициями*. По своей экономической сути инвестиции – это затраты фирмы на производство товаров и оказание услуг. Решение об объеме инвестиционных вложений принимается исходя из прогноза прибыли и ставки банковского процента.

Основной капитал в процессе использования подвергается физическому и моральному износу. *Физический износ* проявляется как под воздействием процесса производства, так и сил природы. *Моральный износ* выра-

жается в снижении полезных свойств основного капитала, вызванное объективными (изменение образа жизни, НТП) и субъективными (влияние моды и рекламы) причинами. Для замены устаревшего в физическом и моральном смысле основного капитала предприниматели проводят политику *амортизации*, которая состоит в аккумулировании вырученных в результате реализации готовой продукции денежных средств на специальном счете бухгалтерской отчетности.

17.2. Процентная ставка как форма дохода на капитал

Капитал как фактор производства приносит владельцу *процентный доход*, в основе которого лежат издержки от альтернативного использования капитала. Размер процентного дохода определяется **процентной ставкой**, т.е. ценой, которую банк или другой заемщик должен уплатить кредитору за пользование деньгами в течение какого-то времени.

Экономическую природу возникновения процента как факторного дохода на капитал исследовал австрийский экономист Е. Бем-Баверк. По его мнению, тот, кто предоставляет ресурс в кредит, отказываясь от текущего потребления, вправе рассчитывать на определенную компенсацию. В свою очередь заемщик, получая возможность использовать ресурсы сегодня, должен за это уплатить. Таким образом, процент становится платой за время или за пользование временем.

Согласно неоклассической теории, *равновесная ставка процента* определяется на рынке капитала в результате равенства *предельной доходности капитала (MRP)* и *предельных издержек от отказа использовать капитал в настоящее время (MRC)* (рис. 65).

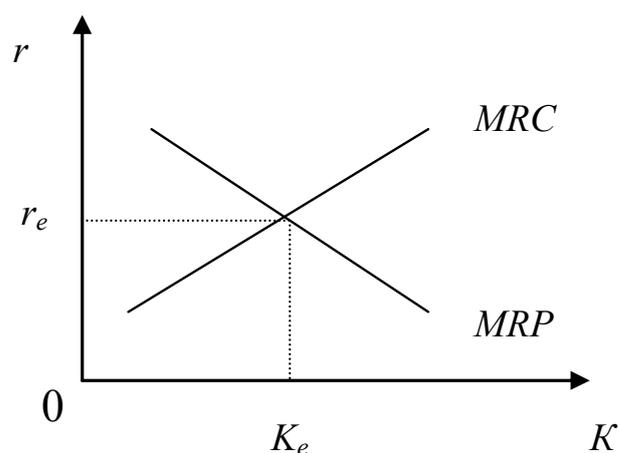


Рис. 65. Равновесие рынка капитала

При вложении денежного капитала в коммерческий банк собственник заинтересован в его увеличении за счет роста номинальной ставки процента. *Номинальная ставка процента* определяет, на сколько увеличится

некоторая сумма денег через определенный период времени, например, один календарный год. Однако собственника интересует не только величина роста денежного капитала, но и то количество товаров и услуг, которое может быть приобретено на вложенную денежную сумму. В связи с этим применяется формула расчета *реальной* процентной ставки с учетом изменения в сторону роста (инфляции) общего уровня цен товаров и услуг: *реальная процентная ставка = номинальная процентная ставка – темп инфляции*.

Американский экономист И. Фишер предложил учитывать фактор *риска* в образовании процентной ставки, поскольку кредитор, предоставляя капитал, всегда рискует и за этот риск он вправе требовать вознаграждение. И. Фишер разработал *принцип дисконтирования* или *принцип оценки стоимости денег во времени*.

17.3. Определение стоимости денег во времени (принцип дисконтирования)

Согласно воззрениям И. Фишера, стоимость денег во времени возникает потому, что существуют альтернативные возможности получения дохода. Теория финансов утверждает, что *будущие деньги* всегда дешевле *сегодняшних* и не только из-за инфляции. Деньги, которыми мы располагаем сегодня, могут быть «вложены в дело» и принести доход, и если мы их ожидаем получить через год, то теряем эту возможность.

Сравним *сегодняшние* 10 тыс. руб. с 10 тыс. руб., которые будут получены через год. Если банковская ставка составляет 10 % годовых, то сегодняшние 10 тыс. руб. вырастут через год до 11 тыс. руб. Таким образом, *будущая стоимость* сегодняшних 10 тыс. руб. составит 11 тыс. руб. или:

$$X = 10 \text{ тыс. руб.} + 0,1 \cdot 10 \text{ тыс. руб.} \\ X = 11 \text{ тыс. руб.}$$

Определим, сколько стоят 10 тыс. руб., которые будут получены через год при условии, что банковская ставка равна 10 % годовых. *Сегодняшняя*, т.е. *текущая (приведенная) стоимость* равна той сумме, которую следовало бы в настоящее время положить в банк с тем, чтобы через год она выросла до 10 тыс. руб.:

$$X + 0,1X = 10 \text{ тыс. руб.}; \\ 1,1X = 10 \text{ тыс. руб.}; \\ X = 9,09 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, текущая (приведенная) стоимость 10 тыс. руб., которые будут получены через год, составляет 9,09 тыс. руб.

Таким образом, будущая стоимость денег может быть рассчитана по формуле

$$FV = PV (1+r)^n,$$

где FV – будущая стоимость;

PV – текущая стоимость;

n – число лет;

$(1+r)^n$ – коэффициент будущей стоимости.

Из формулы расчета будущей стоимости денег следует, что текущая их стоимость определяется как:

$$PV = FV / (1+r)^n.$$

Для упрощения расчета будущей стоимости инвесторы и лица, делающие сбережения, могут использовать «правило 72-х», позволяющее определить период лет в годах удвоения суммы денег при данной процентной ставке с начислением процентов раз в год. Для этого необходимо разделить 72 на ставку процента.

Другой закономерностью является «правило 7–10», согласно которому сумма удваивается через 10 лет при 7 % годовых или через 7 лет при 10 % годовых.

Темы для докладов

1. Роль краткосрочных и долгосрочных инвестиций в формировании основного и оборотного капитала фирмы.
2. Методика расчета дисконтированной стоимости при определении объемов инвестиционных вложений.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст] : учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.

7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Беляева, М. Специфичность человеческого капитала и выбор формы контракта субъектами рынка труда [Текст] / М. Беляева // Человек и труд. – 2010. – № 4.

2. Гурбан, И.А. Теоретико-методологический подход к оценке состояния человеческого капитала регионов России [Текст] / И.А. Гурбан, А.Л. Мызин // Журнал экономической теории. – 2011. – № 2.

3. Мау, В. Человеческий капитал: вызовы для России [Текст] / В. Мау // Вопросы экономики. – 2012. – № 7.

4. Орлов А. Об экономической сущности амортизации [Текст] / А. Орлов // Вопросы экономики. – 2010. – № 3.

5. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Студент имеет 100 долл. и решает, сберечь их или потратить. Если он положит деньги в банк, то через год получит 112 долл. Инфляция составляет 14 % в год.

1. Какова номинальная процентная ставка?
2. Какова реальная процентная ставка?

Задача 2. Потребитель планирует получить 3000 руб. через год, еще 5000 руб. через 3 года и 7000 руб. через 5 лет. Какова сегодняшняя ценность будущих доходов потребителя, если ставка процента составляет 10 %?

Контрольные вопросы

1. Что понимается под капиталом как фактором производства?
2. Какова природа и последствия физического и морального износа основного капитала?
3. Каким образом формируется равновесная ставка процента на рынке капитала с точки зрения представителей неоклассической школы?
4. В чем состоит принцип дисконтирования и каким образом рассчитывается текущая и будущая стоимость денег?
5. Какие существуют упрощенные методы расчета будущей стоимости?

18. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА

18.1. Сущность и функции предпринимательства.

18.2. Экономическая характеристика предпринимательства.

18.3. Прибыль как форма вознаграждения за услуги предпринимателя.

18.1. Сущность и функции предпринимательства

Предпринимательство является неотъемлемым атрибутом рыночной экономики и одним из ведущих факторов производства. Термин «*предприниматель*» ввел в научный оборот английский экономист Р. Кантильон в XVIII веке. Согласно Кантильону, предприниматель – это человек с неопределенными нефиксированными доходами, отличительной чертой которого является риск, а основная экономическая функция состоит в приведении предложения в соответствие со спросом на различных товарных рынках.

Большой вклад в развитие теории предпринимательства внесли немецкий экономист В. Зомбарт и австрийский экономист Й. Шумпетер. Предприниматель – по Зомбарту, это «завоеватель» (готовность к риску, духовная свобода, богатство идей, воля и настойчивость), «организатор» (умение соединять многих людей для совместной работы) и «торговец» (умение убеждать людей купить свои товары, пробудить их интерес, завоевывать доверие). Определяя цели предпринимателя, Зомбарт главной среди них выделил стремление к процветанию и росту своего дела, а подчиненный – рост прибыли, поскольку без неё невозможно процветание.

Й. Шумпетер относил к предпринимателю того человека, который берется за осуществление новых комбинаций факторов производства и тем самым обеспечивает экономическое развитие. К *функциям* предпринимателя Шумпетер отнес:

- Создание нового, ещё незнакомого потребителю материального блага или прежнего блага, но с новыми качествами.
- Введение нового, ещё не применявшегося в данной отрасли промышленности способа производства.
- Завоевание нового рынка сбыта продукции или более широкое использование прежнего.
- Использование нового вида сырья или полуфабрикатов.
- Введение новой организации дела для достижения монопольного положения на рынке.

Разработанная Й. Шумпетером идея творческого предпринимателя является самым известным и точным определением *сути* предпринима-

тельности. Однако, данная характеристика безусловно не является исчерпывающей. Впоследствии, Г. Брифс сформулировал еще одну важную функцию предпринимателя – слежение за ценами и издержками, а также за пропорциональным их соотношением. Р. Коуз также выделял этот аспект деятельности предпринимателя.

Таким образом, в научной и учебной литературе сформировался однозначный взгляд на предпринимательство как на важнейший хозяйственный ресурс, приводящий в движение остальные факторы производства и обеспечивающий свой вклад в экономическое развитие.

Для более полного представления о предпринимательстве как факторе производства необходимо рассмотреть экономическое содержание предпринимательской деятельности.

18.2. Экономическая характеристика предпринимательства

В экономической теории предпринимательство рассматривается в трех аспектах:

- 1) как экономическая категория;
- 2) как способ хозяйствования;
- 3) как тип экономического мышления.

Для характеристики предпринимательства как экономической категории необходимо исследовать его субъекты и объекты. *Субъектами* предпринимательства являются главным образом частные лица (организаторы единоличного семейного и более крупных производств) и группы лиц, связанные между собой договорными отношениями и общими экономическими интересами. Субъектами коллективного предпринимательства выступают: АО, арендные коллективы, кооперативы и т.д. В некоторых случаях к субъектам предпринимательства относят и государство. Таким образом, в рыночной экономике существует три формы предпринимательской деятельности: государственная, коллективная, частная, каждая из которых занимает свою нишу в экономической системе.

Объектом предпринимательства является наиболее эффективная комбинация факторов производства для максимизации дохода. Предприниматели комбинируют ресурсы для изготовления нового неизвестного блага, открытия новых способов производства (технологий) и коммерческого использования уже существующего товара; освоение нового рынка сбыта и нового источника сырья, реорганизации в отрасли с целью создания своей монополии или подрыва чужой. Такие цели комбинации ресурсов сформулировал Й. Шумпетер в работе «Теория экономического развития».

Предпринимательство как *способ* ведения хозяйства реализуется при определенных условиях:

1) самостоятельность и независимость рыночных субъектов, наличия у них совокупности прав и свобод по выбору вида предпринимательской деятельности, источников финансирования, формирования производственной программы, доступу к ресурсам, рынку сбыта продукции, свобода по установлению цен на изготавливаемую продукцию, распоряжение прибылью и т.д. Самостоятельность понимается в том смысле, что над предпринимателями отсутствует руководящий орган, указывающий, что и сколько производить, кому и по какой цене продавать и т.д.

2) ответственность за принимаемые решения, их последствия и связанный с ними риск.

3) Ориентация на достижение коммерческого успеха, стремление к увеличению прибыли.

Для предпринимательства как особого *типа экономического мышления* характерна совокупность оригинальных взглядов и подходов к принятию решений в практической деятельности.

По мнению Й. Шумпетера, предприниматель сильно ограничен и избирателен, поскольку направлен на изучение и решение узкого круга проблем. Ограниченность не позволяет предпринимателю сравнивать большое число вариантов достижения своей цели.

18.3. Прибыль как форма вознаграждения за услуги предпринимателя

Современные экономисты трактуют прибыль как вознаграждение за функцию предпринимателя, т.е. как *доход* от фактора предпринимательства. Прибыль формируется как разница между доходами, полученными предприятием от продажи товара, и расходами, которые были осуществлены им в процессе производственной и сбытовой деятельности.

Таким образом, в отличие от заработной платы, процента и ренты, *прибыль* не является своеобразной равновесной ценой, а выступает в качестве остаточного дохода. В условиях свободной конкуренции, переливы капитала из отрасли в отрасль в поисках более высокого дохода приводят к выравниванию альтернативной ценности различных вариантов капиталовложений. В этой ситуации валовые издержки фирмы будут равны валовой выручке и экономическая прибыль приблизится к нулю. Нормальная прибыль является границей дохода предпринимателя, ниже которой он будет склонен отказаться от своей деятельности и принять более выгодные для него предложения работы по найму.

Таким образом, в условиях совершенной конкуренции предприниматель не получает прибыли и не терпит убытков, а его доход – это вознаграждение за управление. Но вознаграждение фактора предпринимательства происходит не только из нормальной прибыли, но и из возможного

излишка дохода, превышающего явные и неявные издержки, т.е. из экономической прибыли.

Современная рыночная система находится в состоянии непрерывного развития, что придает ей свойство неопределенности. Это обусловлено действиями предпринимателей, которые ищут свои ниши на рынке и реализуют свои экономические интересы. Данные действия нарушают сложившееся рыночное равновесие.

Таким образом, если предпринимательство выступает как фактор, смещающий кривые спроса и предложения в иное положение под воздействием *инноваций*, то прибыль не может выступать как равновесная цена. Получение прибыли наиболее удачливыми предпринимателями как избыточного дохода не имеет долговременного характера, т.к. вместе с новаторами появляются имитаторы, выравнивающие условия хозяйствования. Но в то же время причины, порождающие прибыль, постоянно воспроизводятся ибо у новаторов нет иного выхода, чем продолжать получать прибыль за счет непрерывных нововведений. Это означает, что стремление к прибыли – это мощный фактор экономического прогресса, т.к. нововведения стимулируют инвестиции, рост производства и занятости, а в конечном итоге и повышение благосостояния. Вместе с тем предпринимательство связано не только с получением прибыли, но и с возможными убытками, угроза которых также служит мощным стимулом эффективного использования ограниченных ресурсов для производства конкурентоспособной продукции.

Темы для докладов

1. Страхование как способ минимизации риска предпринимательской деятельности.
2. Сущность и цели арбитражирования.
3. Интрапредпринимательство как способ развития корпорации.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А. Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.

5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

6. Сметанин, С.И. История предпринимательства в России [Текст]: учеб. пособие / С.И. Сметанин. – М.: КноРус. – 2010. – 192 с.

7. Тарануха Ю.В. Микроэкономика [Текст]: учебник / Ю.В. Тарануха, Д.Н. Земляков. – М.: КноРус. – 2010. – 320 с.

Дополнительная литература

1. Смирнов М. Кредитование малого предпринимательства [Текст] / М. Смирнов, О. Шестоперов, А. Шестоперов, А. Шамрай // Общество и экономика. – 2010. – № 10–11.

2. Маевский, В. Корнаи, Шумпетер и экономическая теория [Текст] / В. Маевский // Вопросы экономики. – 2012. – № 8.

3. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Тесты

Согласны ли вы со следующими утверждениями?

1. Субъектами предпринимательства являются частные лица, группы лиц, связанные договорными отношениями, государство (да, нет).

2. Объектом предпринимательства является комбинация факторов производства, обеспечивающая максимизацию дохода (да, нет).

3. В рыночной экономике существуют три формы предпринимательской деятельности: частная, коллективная, государственная (да, нет).

4. С позиции Й. Шумпетера, освоение нового рынка сбыта и нового источника сырья не является целью деятельности предпринимателя (да, нет).

5. Предпринимательство как метод ведения хозяйства реализуется при жесткой взаимозависимости хозяйствующих субъектов (да, нет).

Контрольные вопросы

1. В чем состоит сущность, цели и функции предпринимательства с позиции Р. Кантильона, В. Зомбарта, Й. Шумпетера?

2. Каковы субъекты и объекты предпринимательства?

3. Какие существуют формы организации предпринимательской деятельности?

4. Какие условия способствуют развитию предпринимательства?

5. Каким образом формируется прибыль предпринимателя?

19. МЕХАНИЗМ ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ РЫНКОВ И ЭФФЕКТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

19.1. Методология анализа достижения общего равновесия микроэкономических рынков и обоснование эффекта обратной связи.

19.2. Модель общего равновесия Л. Вальраса.

19.1. Методология анализа достижения общего равновесия микроэкономических рынков и обоснование эффекта обратной связи

При изучении различных аспектов функционирования рыночной экономики в центре нашего анализа находилось **частичное равновесие**, т.е. равновесие, складывающееся на рынке отдельного товара. Поскольку в экономической действительности микроэкономические рынки взаимосвязаны между собой и цены одних благ влияют на цены других, то предметом дальнейшего изучения становится *общее равновесие*. Под **общим равновесием** понимается равновесие, возникающее в результате взаимодействия всех рынков, когда изменение спроса или предложения на одном рынке влияет на равновесные цены и объемы продаж на всех рынках.

Изучение механизма достижения общего равновесия микроэкономических рынков следует проводить в несколько этапов. Первый этап предполагает изучение первичного изменения, т.е. анализа ситуации на отдельно взятом рынке. Второй этап связан с рассмотрением изменения конъюнктуры рынков взаимодополняющих товаров. Третий этап предполагает анализ изменения ситуации на рынках взаимозаменяющих товаров. Четвертый этап предусматривает обоснование действия эффекта обратной связи.

Раскроем взаимосвязь рынков в экономике на условном примере, взяв за основу анализа рынок нового автомобиля. Допустим, что цена на новый автомобиль выросла с 6000 до 8000 долл. Повышение цены снизит объем продаж с 30 млн до 20 млн автомобилей в год. (рис. 66, а). Падение спроса на новые автомобили вызовет снижение спроса на бензин с 15 млн до 13 млн л. в день. Снижение спроса на бензин приведет к снижению цены бензина с 60 до 50 центов за литр (рис. 66, б). Повышение цены на новые автомобили расширит спрос на мотоциклы и увеличит срок эксплуатации старых автомобилей. Пусть спрос на мотоциклы вырастет с 70 до 80 млн мотоциклов в год, а цена мотоцикла увеличится с 1500 до 2000 долл. (рис. 66, в). Увеличенный срок эксплуатации старых автомобилей вызовет рост числа услуг по ремонту со 130 млн до 150 млн в год, а цена возрастет

с 500 до 600 долл. (рис. 66, г). В результате более длительного срока использования старых автомобилей и увеличения спроса на мотоциклы спрос на новый автомобиль упадет до 10 млн в год. Это побудит производителей снизить цену нового автомобиля до 7000 долл. (рис. 65, а).

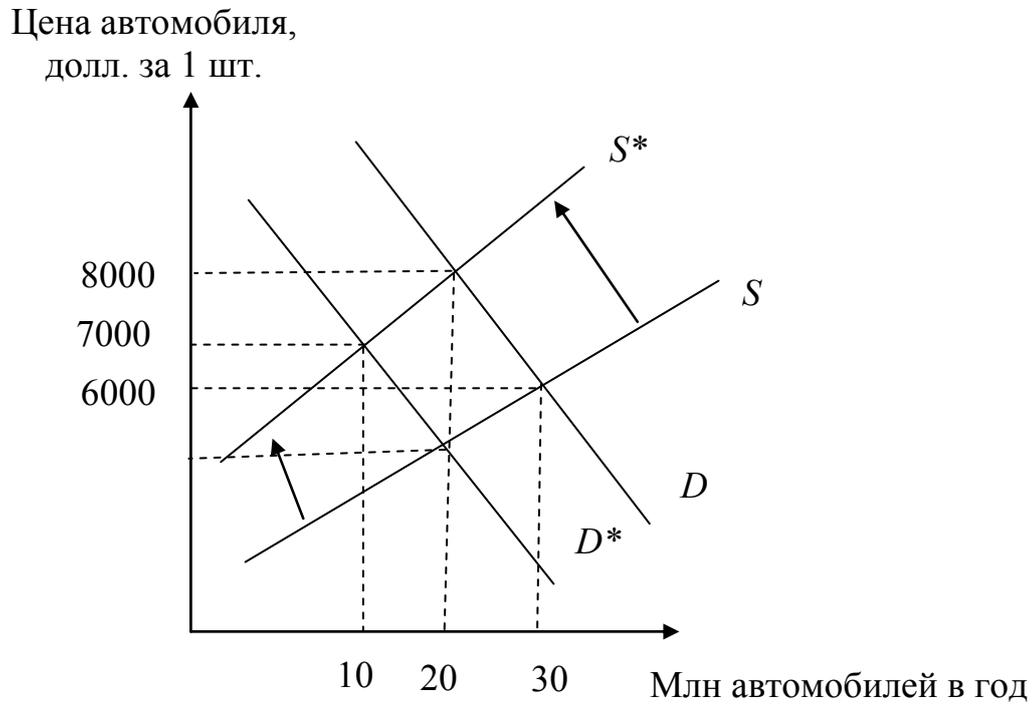


Рис. 66, а. Рынок нового автомобиля

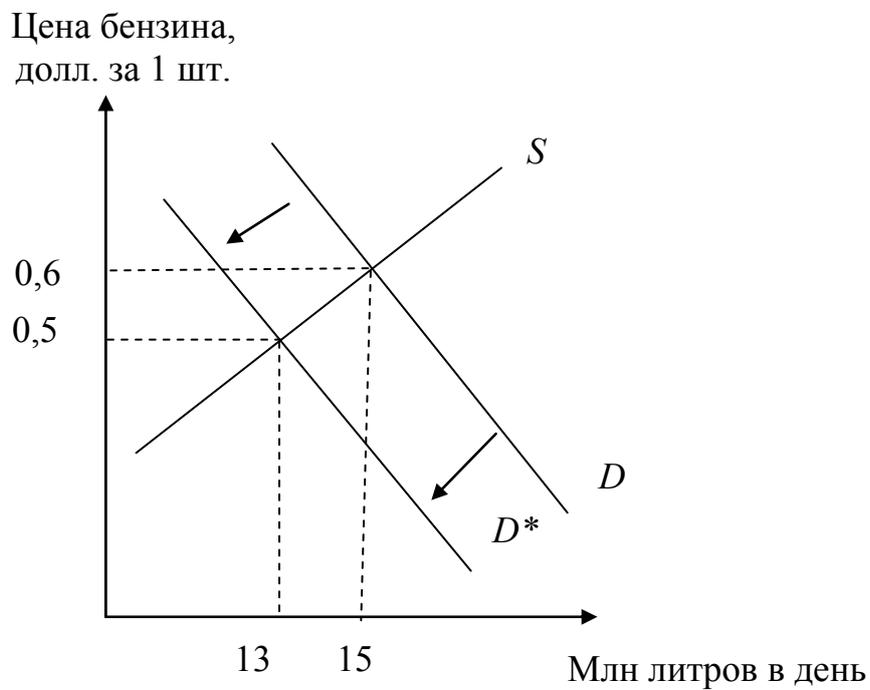


Рис. 66, б. Рынок бензина

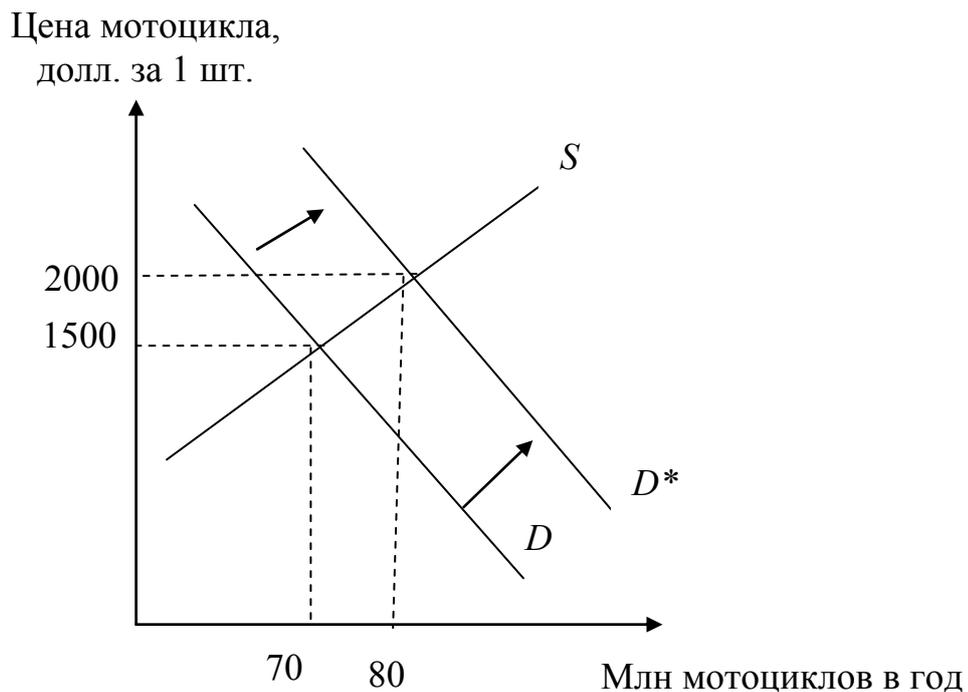


Рис. 66, в. Рынок мотоциклов

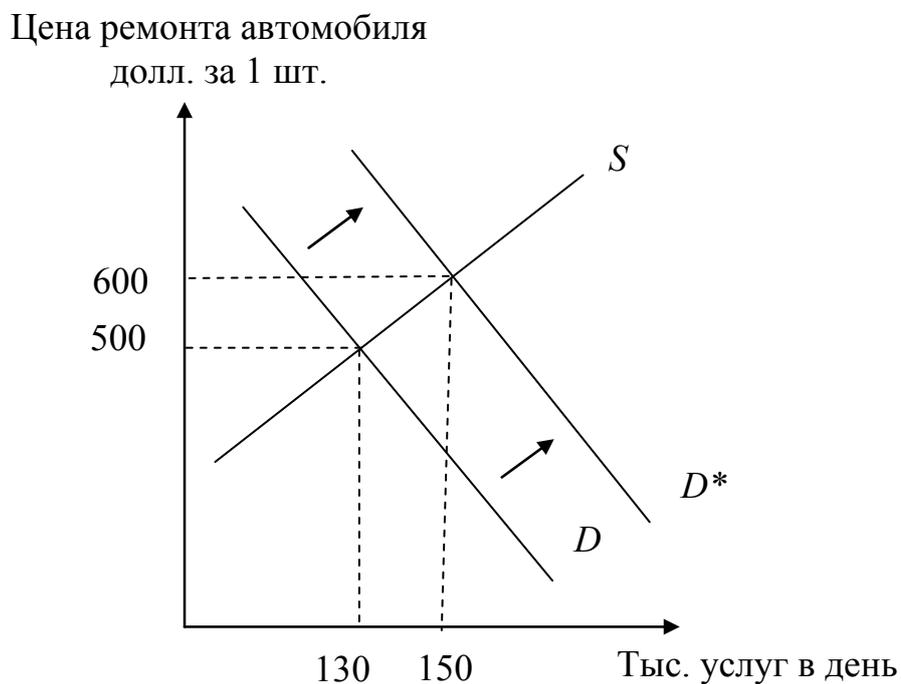


Рис. 66, г. Рынок авторемонтных услуг

Рассмотренный пример взаимодействия четырех рынков наглядно показывает, что равновесные цены и объемы продаж на микроэкономических рынках определяются с учетом *эффекта обратной связи*, отражающего

динамику частичного равновесия на данном рынке в результате изменений, возникших на сопряженных рынках под влиянием первоначальных изменений на данном рынке. Механизм общего равновесия свидетельствует, что уменьшение предложения и соответствующий рост цен на некотором рынке приводят к падению спроса на дополняющие товары и его росту на товары-субституты.

19.2. Модель общего равновесия Л. Вальраса

Швейцарский экономист Леон Вальрас (1834–1910 гг.) первым предпринял попытку описать взаимосвязь товарных рынков с помощью системы уравнений и доказал возможность достижения общего экономического равновесия. Рассмотрим модель Л. Вальраса на условном примере. Допустим, что количество проданных автомобилей зависит от цен других товаров и услуг. Если продается и покупается 20 тыс. наименований товаров и услуг, а автомобили занимают 10-ю позицию в списке, то спрос на 10-й товар будет выражен в виде:

$$Q_{10} = D_{10}(P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}, A, M),$$

где Q_{10} – количество проданных автомобилей;
 D_{10} – функция спроса на автомобили;
 $P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}$ – цены остальных товаров и услуг;
 A – показатель реальных активов, отражающий богатство страны;
 M – запас наличных денег.

Предложение 10-го товара будет выражено в виде:

$$S_{10} = S_{10}(P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}, A, M).$$

Аналогично выражается система уравнений для всех 20 тыс. товаров:

$$D_1(P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}, A, M) = S_1(P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}, A, M);$$

$$D_2(P_1, P_2, \dots, P_{20}, A, M) = S_2(P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}, A, M);$$

.....

$$D_{20000}(P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}, A, M) = S_{20000}(P_1, P_2, \dots, P_{20\,000}, A, M).$$

В модели Л. Вальраса, если известны A и M , то число уравнений равно числу неизвестных. Из этого следует возможность и единственность решения системы, т.е. достижение общего равновесия микроэкономических рынков становится возможным.

Темы для докладов

1. Методология анализа общего равновесия микроэкономических рынков.
2. Эффективность обмена с позиции английского экономиста Ф. Эджуорта.
3. Причины и последствия квазиоптима.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Никитин, М. Поисковые теории рынков (Нобелевская премия по экономике 2010 г.) [Текст] / М. Никитин, А. Юрко // Вопросы экономики. – 2011. – № 1.
2. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.
3. Шаститко, А. «Сопоставимые» рынки как инструмент антимонопольной политики [Текст] / А. Шаститко // Вопросы экономики. – 2010. – № 5.

Задача

Задача 1. Определите равновесные цены в экономике, которая состоит из двух отраслей с функциями спроса и предложения вида:

$$Q_A^D = 8 + 3P_B - 2P_A; \quad Q_A^S = 10 - 2P_B + P_A;$$

$$Q_B^D = 14 + 2P_A - P_B; \quad Q_B^S = 17 - P_A + 0,5P_B.$$

Какое будет соотношение между объемами спроса и предложения в каждой из отраслей, если $P_A = 1,5$, $P_B = 1,2$? Восстановится ли при такой системе цен совместное равновесие на обоих рынках?

Контрольные вопросы

1. Какое состояние микроэкономических рынков называется общим равновесием?

2. Действием каких факторов обуславливается взаимозависимость микроэкономических рынков в современной экономике?

3. Что понимается под эффектом обратной связи в системе общего равновесия?

4. С помощью каких уравнений Л. Вальрас описал модель общего равновесия и эффективного функционирования экономики?

5. Какими универсальными свойствами модели общего равновесия Л. Вальраса воспользовались О. Ланге и А. Лернер для разработки модели рыночного социализма?

20. ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ И ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ

20.1. Понятие и виды внешних эффектов.

20.2. Производство продукции с положительным и отрицательным внешними эффектами.

20.3. Особенности производства и распределения общественных благ в рыночной экономике.

20.1. Понятие и виды внешних эффектов

Производство некоторых видов товаров и услуг сопровождается возникновением внешних эффектов, которые могут носить как положительный, так и отрицательный характер воздействия на окружающую среду и общество в целом.

Например, химическое производство, с одной стороны, удовлетворяет потребности в искусственных материалах, а с другой – ухудшает условия жизнедеятельности людей. В следствие этого общество вынуждено тратить большие суммы денег на восстановление экологического равновесия. Это не учитывается в издержках производства химического предприятия и не является расчетным элементом цены продукта. В этом случае общество несет потери, поскольку химическое производство дает *отрицательный внешний эффект*.

Положительный эффект имеет место, когда более высокий культурный и образовательный уровень населения приносит пользу не только отдельному человеку, но и обществу в целом, в виде стабилизации социальной обстановки, за счет сокращения преступности, роста производительности труда. Таким образом, **внешние эффекты** – это побочные эффекты, не учтенные в цене и возникающие у третьих лиц или общества в целом в процессе производства или потребления. Третьи лица не являются покупателями или продавцами, т.е. не принимают участие в сделке купли-продажи.

Внешние эффекты не учитываются в цене по ряду *причин*:

1) Производители не заинтересованы в дополнительных затратах на строительство очистных сооружений, ибо они увеличат цену продукции, сократят спрос, снизят объемы производства и реализации, уменьшат прибыль.

2) Потребители также не заинтересованы в росте цен, поскольку возрастут их личные расходы.

3) Законодательство о природных ресурсах и их использовании часто не позволяет четко определить вину производителя и заставить его осуществлять природоохранные мероприятия.

В силу действия данных причин цены товаров на рынке не дают полной информации, т.е. не отражают всех затрат, и не стимулируют к поиску

новых материалов, производство которых будет более безопасно для окружающей среды.

Возникновение отрицательного внешнего эффекта обуславливает необходимость расчета *общих социальных издержек (TSC)* как суммы общих частных издержек (TPC) и внешнего отрицательного эффекта (TEC), т.е. $TSC = TPC + TEC$.

Соответственно прирост на каждую дополнительную единицу продукции частных, социальных издержек и внешнего отрицательного эффекта (ВОЭ) образует предельные частные издержки (MPC), предельные социальные (MSC) и предельные внешние издержки (MEC). Таким образом, отрицательный внешний эффект обуславливает природу возникновения социальных издержек, которые несет общество в связи с производством отдельных видов экономических благ.

20.2. Производство продукции с положительным и отрицательным внешними эффектами

Поскольку химическое предприятие не тратит средства на утилизацию отходов, его предельные частные издержки меньше предельных социальных издержек. Количество выпускаемой продукции (Q_1) устанавливается в точке рыночного равновесия (E_1), когда предложение, равное предельным частным издержкам, тождественно спросу, определяемому предельной общественной полезностью (MSB), т.е. $MPC = MSB$.

Если бы удалось заставить предприятие построить очистные сооружения, то возросли бы общие издержки и кривая предложения сдвинулась бы влево вверх. В этом случае т. E_2 являлась бы равновесной при цене P_2 , а объем выпуска сократился бы с Q_1 до Q_2 . Если же предприятие будет работать по-старому, то *потери* общества составят площадь фигуры E_1E_2A . (рис. 67).

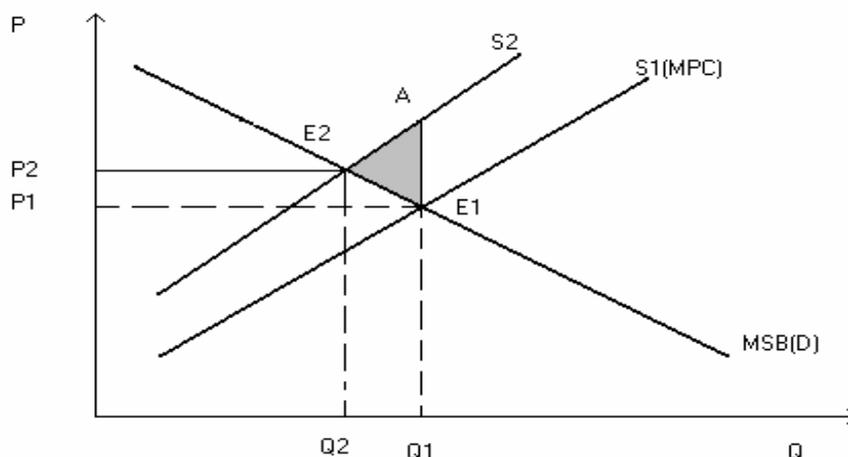


Рис. 67. Производство с отрицательным внешним эффектом

Отсюда следует вывод, что всегда, когда существует отрицательный внешний эффект, объем производства больше оптимального, т.е. осуществляется перепроизводство. Если данное предприятие обложить корректирующим налогом (налогом Пигу), равным предельным социальным издержкам, то оно вынуждено было бы сократить объем производства до оптимального вследствие роста издержек и цены товара. Это вызовет снижение спроса, а затем и предложения. Сумма собранного налога должна быть достаточной, чтобы провести мероприятия по охране окружающей среды.

В случае возникновения положительного внешнего эффекта, социальная полезность товара (MSB) определяется как сумма индивидуальной полезности (MPB) и предельной внешней полезности (MEB), т.е. $MSB = MPB + MEB$. В этом случае ситуация на рынке образовательных услуг представлена на рис. 68.

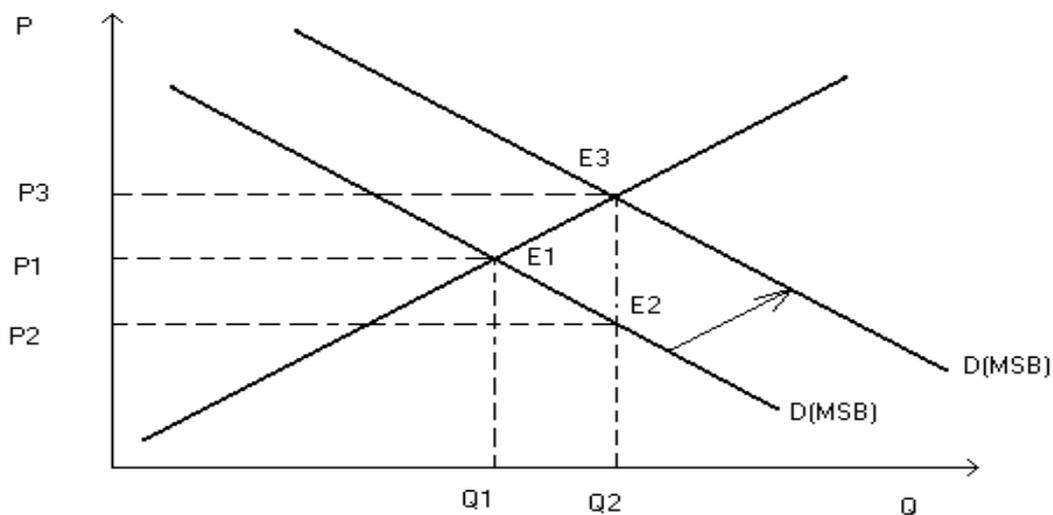


Рис. 68. Производство с положительным внешним эффектом

Рыночное равновесие устанавливается в т. E_1 , когда предельные индивидуальные издержки обучения уравниваются с предельной индивидуальной полезностью. В этом случае обучается Q_1 человек. Но общество заинтересовано в увеличении образованных людей, для чего необходимо или снизить плату за обучение или ввести корректирующие субсидии для желающих учиться. Снижение цены обучения увеличит количество обучающихся до Q_2 . В этом случае равновесной станет т. E_2 . Однако низкие цены не покрывают предельных издержек производителей услуги и они вынуждены или прекращать обучение или опять увеличить цены. Субсидия в размере предельной внешней полезности позволит компенсировать дополнительные затраты. Тогда спрос на образовательные услуги

увеличится до Q_2 и кривая спроса сдвинется вправо, а точкой равновесия будет точка E_3 .

Следовательно, при наличии положительного внешнего эффекта, рынок не учитывает его, поэтому данных товаров производится недостаточно, а их цена занижена.

Внешние эффекты, как положительные, так и отрицательные негативно влияют на экономику: «вредные» товары перепроизводятся, а общественно полезных товаров выпускается недостаточно. Данная ситуация характеризует не рациональное распределение ресурсов и благ в экономике. Исправить ситуацию могут корректирующие налоги и субсидии, вводимые государством.

20.3. Особенности производства и распределения общественных благ в рыночной экономике

Рыночная экономика ориентирована на производство частных благ. Потребление данных благ одним человеком делает невозможным одновременное их потребление другими людьми. Однако в обществе помимо частных благ каждый индивид потребляет общественные блага одновременно с другими субъектами рынка. *Общественные блага* характеризуются свойствами не избирательности (т.е. потребление их одним человеком не уменьшает доступности к благам других лиц) и не исключаемости в потреблении (т.е. никому нельзя запретить пользоваться этим благом). Например, освещение улиц предполагает равный доступ к этому благу всех жителей города.

Общественные блага делятся на чистые и смешанные. *Чисто общественные блага* – это национальная оборона, государственное управление, охрана общественного порядка, освещение улиц, работа маяков, радиостанций. Вместе с тем некоторые общественные блага приобретают свойства *частных*. Например, социальное обслуживание, здравоохранение, образование, музеи, театры. Предложение общественных благ ограничено. В связи с этим возникает проблема определения спроса на них. Сложность решения данной проблемы состоит в том, что потребности в этих благах у людей различны, выявить которые можно в ходе социологических опросов. Однако данные опросов общественного мнения могут быть искажены, поскольку все затраты на производство социальных благ покрываются за счет налогов. Поэтому при ответе на вопрос о полезности и количестве необходимых общественных благ, потребитель зная, что увеличение потребления будет сопровождаться ростом налогов, или занизит предельную выгоду, или скажет, что такое благо ему не нужно.

Поэтому те, кто ответил честно и заплатил все налоги, могут получить это благо одновременно с теми людьми, которые не уплатили своей доли

расходов. Отсюда возникает *проблема «безбилетника»* или *проблема фрирайдера*. Решением данной проблемы занимается государство путем опроса общественного мнения и манипулирования налоговыми ставками.

Темы для докладов

1. Влияние экстерналий на производство общественных благ. Теорема Коуза.
2. Роль корректирующих налогов и субсидий в рыночной экономике.
3. Приоритетные направления государственной природоохранной деятельности.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. Калинина, Т.В. Влияние государства на процесс формирования потребностей в общественных благах [Текст] / Т.В. Калинина // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 22.
2. Попов Е. Социальная привлекательность территории по общественным благам [Текст] / Е. Попов, И. Кац // Общество и экономика. – 2013. – № 6.
3. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задача

Задача 1. Общество состоит из двух субъектов. Q_{d1} и Q_{d2} – объемы общественных благ, на которые предъявляют спрос 1-й и 2-й субъекты. Q_s – объем предложения общественных благ. В таблице приведена связь между уровнем цен и объемом спроса каждого субъекта.

Цена	Q_{d1}	Q_{d2}	Q_s
7	0	0	6
6	0	1	5
5	1	2	4
4	2	3	3
3	3	4	2
2	4	5	1
1	5	6	0

1. Сколько денежных единиц общество готово платить за третью единицу общественного блага?
2. Сколько денежных единиц общество готово платить за пятую единицу общественного блага?
3. Чему равны оптимальная цена и объем общественного блага при данной кривой предложения?
4. Чему был бы равен общий объем спроса при цене 2 ден. ед., если бы товар являлся частным, а не общественным?

Контрольные вопросы

1. Какова сущность и причины возникновения внешних эффектов?
2. В каких случаях возникают отрицательный и положительный внешние эффекты и каковы их социально-экономические последствия?
3. Почему затраты общества по ликвидации отрицательного внешнего эффекта не включаются в цену продукта?
4. Каким образом рассчитываются общие социальные издержки при отрицательном внешнем эффекте?
5. Каким образом рассчитывается социальная полезность товара при положительном внешнем эффекте?
6. Какова роль корректирующих налогов и субсидий при минимизации внешних эффектов и оптимизации производства товаров?
7. Что относится к общественным товарам и почему их предложение в рыночной экономике ограничено?

21. ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЫБОРА НА РЫНКАХ С АСИММЕТРИЧНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

21.1. Сущность информационной асимметрии и последствия ее проявления на микроэкономических рынках. Методы измерения риска.

21.2. Способы минимизации риска в условиях неполной информации.

21.3. Аукцион как способ ликвидации асимметрии информации.

21.1. Сущность информационной асимметрии и последствия ее проявления на микроэкономических рынках. Методы измерения риска

В экономике постиндустриального типа информация выступает важнейшим фактором производства, от объема и своевременности получения которого зависит коммерческий успех деятельности рыночного субъекта. Нормативная модель совершенной конкуренции базируется на предпосылке симметричного распределения информации и полной информированности участников рыночного процесса. В этом случае цены передают точную информацию об альтернативных издержках предлагаемого к продаже экономического блага. Однако, в действительности, информация, как и любое другое экономическое благо, обладает свойством ограниченности.

На практике потребители и производители сталкиваются с асимметрией информации, при которой одна часть участников рыночной сделки располагает важной информацией, а другая часть нет. Подобная ситуация порождает проблему выбора в условиях неопределенности и риска. Одним из первых исследовал эту проблему американский экономист Фрэнк Найт (1885–1974). В своем исследовании он опирался на два типа вероятности: математическую (априорную) и статистическую.

По мнению Ф. Найта, *априорная вероятность* определяется общими заранее заданными принципами. Например, вероятность выпадения цифры, обозначенной на игральной кости, равна одной шестой. Таким образом, априорная вероятность – это абсолютно однородная классификация случаев, во всем идентичных. *Статистическую вероятность* можно определить лишь эмпирическим путем и она представляет собой оценку частоты проявления связи между утверждениями, не разложенными на изменчивые комбинации одинаково вероятных альтернатив. По мнению Ф. Найта, именно статистическая вероятность, требующая субъективной оценки, наиболее характерна для деловой сферы.

Следуя рассуждениям Ф. Найта, *риск* – это оцененная любым способом вероятность, а *неопределенность* – это то, что не поддается оценке. С экономической точки зрения, вероятность – это возможность получения определенного результата. Она может быть рассмотрена в двух видах: как

объективная и субъективная. *Объективная вероятность* – это вероятность, базирующаяся на расчете частоты, с которой происходит данный процесс или явление. Она определяет среднее значение вероятности. *Субъективная вероятность* – это вероятность, основанная на предположении о возможности получения данного результата.

Принимая решение в условиях неопределенности, ожидаемый результат часто отличается от действительного, т.е. имеет место отклонение.

Допустим один человек знает, что в урне находятся только черные и белые шары. Для него субъективная вероятность вытащить белый и черный шар равна 50 %. Если другой человек точно знает, что в урне белых шаров в 4 раза больше, чем черных (80 % – белых и 20 % – черных), то для него субъективная вероятность вытащить белый шар равна уже не 50 %, а 80 %, и черный – соответственно не 50 %, а 20 %.

Таким образом, неопределенность внешней среды выступает ключевым фактором информационной асимметрии на рынке и обуславливает риск принятия нерациональных потребительских решений.

21.2. Способы минимизации риска в условиях неполной информации

Отношение людей к риску в современных условиях далеко неоднозначное. Так, *противником* риска считается человек, который при данном ожидаемом доходе предпочтет определенный, гарантированный результат ряду неопределенных, рисковых результатов. Заметьте, что у противников риска отмечается низкая предельная полезность дохода. *Нейтральным* к риску считается человек, который при данном ожидаемом доходе безразличен к выбору между гарантированным и рисковым результатами.

Склонным к риску считается человек, который при данном ожидаемом доходе предпочтет связанный с риском результат гарантированному результату.

Современная микроэкономика выделяет четыре способа снижения риска:

- 1) диверсификация;
- 2) объединение риска или страхование;
- 3) распределение риска;
- 4) поиск информации.

Диверсификация – снижение риска путем распределения его между несколькими рисковыми товарами таким образом, что повышение риска от покупки (или продажи) одного означает снижение риска от покупки (или продажи) другого.

Допустим, компания экспортирует танки и автомобили в страны Тихоокеанского региона. В случае войны танки будут пользоваться повышенным спросом. Однако спрос на гражданскую продукцию снизится и

удастся продать лишь на 2 млн долл. В ситуации, когда наступает мир, положение на рынках резко меняется: растет спрос на автомобили и снижается спрос на танки (табл. 5).

Т а б л и ц а 5

Доход от продажи товаров

Товары	Война	Мир
Танки	10 млн долл.	2 млн долл.
Автомобили	2 млн долл.	10 млн долл.

Диверсифицируя свое производство, компания компенсирует убытки и во время войны, и во время мира. Диверсификация не может полностью уничтожить риск, но она помогает его значительно снизить.

Объединение риска – это метод, направленный на снижение риска путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки. Именно он лежит в основе страхования. Страховые компании организуют дело таким образом, чтобы сумма выплат и затраты на организацию страхового дела не превышали величины полученных взносов.

Распределение риска – это метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики. Именно благодаря использованию данного метода финансово-промышленные группы не боятся идти на риск финансирования крупных проектов или новых направлений НИОКР.

Поиск информации также способствует снижению риска. Чтобы определить количество необходимой информации, следует сравнить ожидаемые от нее предельные выгоды с ожидаемыми предельными издержками, связанными с ее получением (рис. 69).

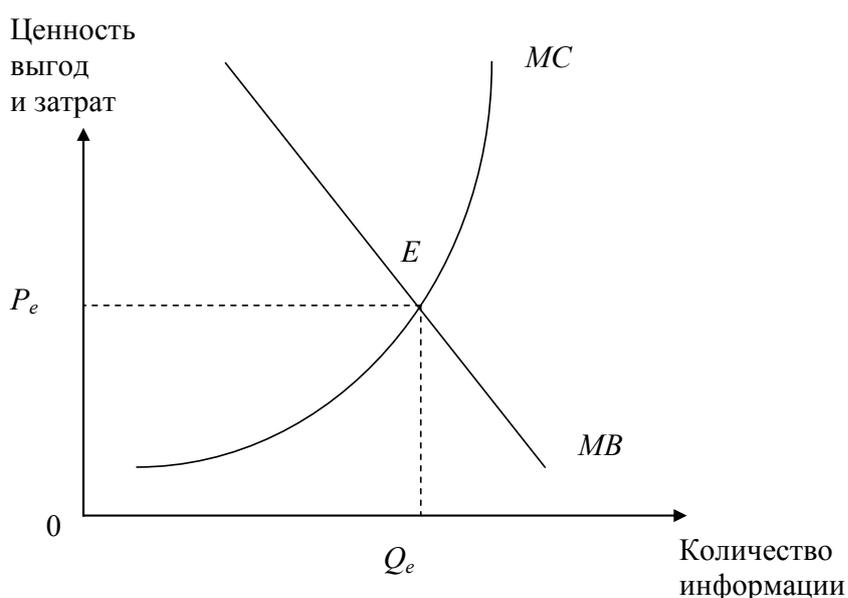


Рис. 69. Определение оптимального объема необходимой информации

Количество (Q_e) и цена (P_e) необходимой информации определяются точкой пересечения кривых ожидаемой предельной выгоды (MB) и ожидаемых издержек (MC), связанных с ее получением. Если ожидаемая выгода от покупки информации не превышает ожидаемых предельных издержек, то такую информацию необходимо приобрести. Если же наоборот, то от покупки такой дорогой информации лучше отказаться: дешевле сделать некоторые ошибки.

Таким образом, рыночные субъекты могут использовать различные способы минимизации риска, выбор которых зависит от склонности к риску и условий принятия экономических решений.

21.3. Аукцион как способ минимизации асимметрии информации

Примером рынка, на котором удастся ликвидировать асимметрию информации является *аукцион*. Аукцион всегда начинается в ситуации, для которой типична асимметрия информации. Каждая из сторон точно знает свои стартовые цены и потенциальные возможности, однако имеет лишь приблизительные представления о стартовых ценах и потенциальных возможностях конкурентов. Каждая из сторон не только не располагает необходимой информацией, но и старается скрыть свою информацию от других.

Существует два основных типа аукционов: английский и голландский.

Английский аукцион – это аукцион, в котором ставки растут снизу вверх до тех пор, пока товар не будет продан по максимальной из предложенных цен. Это наиболее известный тип аукциона, на котором продают произведения искусства и предметы роскоши, раритеты и домашний скот.

Голландский аукцион – это аукцион, в котором ставки снижаются сверху вниз до тех пор, пока товар не будет полностью продан за минимально доступную цену. Главным фактором здесь является время, так как продается обычно скоропортящийся товар, например, живые цветы, овощи и фрукты, свежая рыба. *Минимально допустимая цена* – это цена, равная 20 % первоначально объявленной. Если и по такой цене не удастся продать товар, то он снимается с торгов.

Особой разновидностью аукциона является *закрытый* аукцион, или аукцион «втемную» – это аукцион, в котором ставки выставляются всеми участниками одновременно и товар достается тому, кто предложил наивысшую цену.

В заключение целесообразно отметить, что важную роль в минимизации информационной асимметрии на рынке играют союзы потребителей, СМИ, законодательные и исполнительные органы власти, а также фирмы, активно рекламирующие свою продукцию.

Темы для докладов

1. Равновесие на рынке с асимметричной информацией. Функционирование рынка «лимонов» с позиции Дж. А. Акерлофа.
2. Способы устранения информационной асимметрии.
3. Экономика аукционов.

Основная литература

1. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
2. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
4. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
5. Родина, Г. А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.
6. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
7. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с

Дополнительная литература

1. М.-Ф. Гарсия Социальное конструирование совершенного рынка: голландский аукцион в Фонтан-ан-Солонь // Вопросы экономики. – 2010. – № 8.
2. Ореховский, П. Неэквивалентный обмен и свойства пространства в экономической теории [Текст] / П. Ореховский // Вопросы экономики. – 2010. – № 8.
3. Пыстогов, А.А. Появление феномена информации в экономической науке [Текст] / А.А. Пыстогов // Журнал экономической теории. – 2011. – № 2.
4. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.

Задачи

Задача 1. Существуют две градации качества некоторого товара. При совершении сделки продавец знает, к какой градации относится

продаваемый экземпляр изделия, а покупатель не знает. Спрос на каждую градацию описывается функциями:

$$P_1^D = 100 - 0,5Q, \quad P_2^D = 80 - 0,5Q,$$

предложение функциями:

$$Q_1^S = P - 60, \quad Q_2^S = P - 40.$$

Считая покупателей нейтральными по отношению к риску, определите равновесную цену и равновесные объемы продаж по каждой градации качества.

Задача 2. Решите предыдущую задачу, изменив характеристики второй градации качества:

$$P_2^D = 60 - 0,5Q, \quad Q_2^S = P - 20.$$

Задача 3. Решите ту же задачу при следующих характеристиках второй градации:

$$P_2^D = 40 - 0,5Q, \quad Q_2^S = P - 40.$$

Контрольные вопросы

1. Что понимается под информационной асимметрией и каковы последствия ее проявления на микроэкономических рынках?
2. Какие существуют подходы и методы измерения коммерческого риска в условиях неполной информации?
3. Какими способами можно минимизировать риск в условиях информационной асимметрии?
4. Каким образом ликвидируется информационная асимметрия на аукционе?
5. Какова роль союзов потребителей, СМИ, законодательных и исполнительных органов власти в ликвидации информационной асимметрии на микроэкономических рынках?

Раздел. 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО КУРСУ «МИКРОЭКОНОМИКА»

Рабочим учебным планом подготовки бакалавров по направлению 38.03.01 «Экономика» (заочное отделение) предусмотрено выполнение *контрольной работы* по первому разделу экономической теории «Микроэкономика». Вариант контрольной работы выбирается по таблице в соответствии с начальной буквой фамилии студента (с. 156).

Контрольная работа предполагает 14 вариантов по 5 заданий в каждом. *Первое задание* – это теоретический вопрос, ответ на который необходимо изложить в краткой форме с использованием основной и дополнительной литературы.

Второе и третье задание – это тесты, в которых необходимо выбрать правильный вариант ответа. При этом следует аргументировано обосновать, на основании какой предпосылки выбран именно этот вариант ответа.

Четвертое и пятое задание – это задача, решение которой следует дать в развернутой форме с конкретизацией применяемых формул и построением необходимых графиков функций. На рисунке графики функций должны иметь обозначение и цветовое отличие друг от друга.

Контрольные задания разработаны по ключевым темам *микроэкономики*, которые имеют важное практическое значение в подготовке бакалавров по направлению 38.03.01 «Экономика». Это *темы*: теория спроса и предложения, эластичность спроса и предложения, теория потребительского выбора, теория производства и издержек фирмы, равновесие фирмы на рынках совершенной и несовершенной конкуренции, общая характеристика рынка факторов производства, рынок труда, рынок земли, рынок капитала.

При выполнении контрольной работы следует руководствоваться приведенным в приложении библиографическим списком литературы, которая содержит развернутое изложение тем курса «Микроэкономика».

Контрольная работа оформляется в тетради, в которой на отдельном листе указывается формулировка каждого задания и прилагается ответ к нему. Следует учесть, что работа должна быть грамотно изложена и красиво оформлена. Титульный лист необходимо представить по образцу приложения. В конце работы следует указать с использованием, каких источников выполнены контрольные задания.

Контрольная работа должна быть подписана автором на титульном листе и сдана для проверки на кафедру «Маркетинг и экономическая теория» не позднее 30 апреля текущего года. Выполненная контрольная работа является основанием допуска к экзамену по микроэкономике. Список вопросов к экзамену представлен в данном учебном пособии.

Образец титульного листа контрольной работы

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства»

Факультет открытого и заочного образования

Кафедра маркетинга и экономической теории

**Контрольная работа по дисциплине
«Микроэкономика»**

(вариант №1)

Выполнил: студент гр. ЭК-11/з

Антонов С.А.

Проверил: к.э.н., доцент

Суханова Т.В.

Пенза 2014 г.

Выбор варианта контрольной работы

Номер варианта	Начальная буква фамилии студента
1	А, Ц
2	Б, У
3	В, Ф
4	Г, О
5	Д, Я
6	Е, Ё, Л
7	Ж, Р
8	З, Ш
9	И, М
10	К, Щ
11	Н, Э
12	П, Х
13	С, Ч
14	Т, Ю

Варианты контрольных работ

1 вариант (А и Ц)

Теоретический вопрос:

1. Механизм функционирования рынка: условия равновесия и неравновесия, излишек потребителя и производителя. Особенности формирования равновесной цены по Л. Вальрасу и А. Маршаллу. Паутинообразная модель равновесия рынка.

Тесты:

2. Что из перечисленного относится к предмету микроэкономической теории?

- а) занятость и безработица трудоспособного населения;
- б) факторы и типы экономического роста;
- в) ценообразование на рынках совершенной и несовершенной конкуренции;
- г) платежный и торговый баланс.

3. Какой фактор не оказывает влияния на степень ценовой эластичности спроса на товар X ?

- а) доля расходов на товар X в доходах потребителей;
- б) наличие или отсутствие субституттов;
- в) вкусы потребителей;
- г) технология производства товара X .

Задачи:

4. Общая полезность от потребления мороженого для Ивановой Людмилы представлена в таблице:

Число потребляемых порций мороженого	Общая полезность потребляемого мороженого
1	90
2	120
3	140
4	155
5	165
6	170

Рассчитайте предельную полезность мороженого для Ивановой Людмилы при каждом варианте потребления. Постройте кривые общей и предельной полезности мороженого и охарактеризуйте их динамику с позиции первого закона Г. Госсена.

5. Рыночный спрос на труд описывается формулой $Q_d = 70 - w$, а рыночное предложение труда – $Q_s = 4w - 30$, где w – цена труда в ден. ед. в час. Государство устанавливает уровень минимальной заработной платы 30 ден. ед. в час. Определите влияние этой меры на рынок труда (вызовет ли она дисбаланс спроса и предложения и если да, то какого масштаба).

2 вариант (Б, У)

Теоретический вопрос:

1. Понятие, факторы, способы расчета и показатели эластичности спроса. Конфигурация кривой спроса при различных значениях эластичности. Зависимость выручки продавцов от характера ценовой эластичности спроса.

Тесты:

2. К факторам производства относятся
- а) предпринимательская способность Сергея Иванова, Октябрьское отделение железной дороги России, избыточные резервы Сбербанка РФ, информационные ресурсы сети Интернет;
 - б) труд рабочего О. Петрова, земля под виноградником фермера А. Зарубина, денежный капитал коммерсанта Л. Алексеева, информация еженедельника «Аргументы недели», предпринимательская способность Е. Моревой;
 - в) дачный участок пенсионерки А. Борисовой, пруд и пашня сельскохозяйственного кооператива «Аист», драгоценные украшения модели Е. Елисеевой;
 - г) верны ответы *а* и *б*.

3. К прямым бухгалтерским издержкам относятся
- а) амортизация, заработная плата инженерно-техническим работникам фирмы, страховые взносы, земельный налог;
 - б) заработная плата рабочим; издержки, связанные с оплатой поставщикам производственных ресурсов – пара, электроэнергии, топлива и воды;
 - в) арендная плата, добровольные денежные взносы фирмы в благотворительные фонды, выплата процентов коммерческому банку в связи с привлечением заемных финансовых средств.

Задачи:

4. Фирма производит лак для волос (тыс. шт. в год) и действует на рынке монополистической конкуренции. Ее предельный доход выражается

формулой $MR = 40 - 5Q$, а предельные издержки в долгосрочном периоде функционирования описываются формулой $LMC = 6Q - 15$. Определите объем избыточных производственных мощностей фирмы, если минимальное значение средних валовых издержек в долгосрочном периоде равно 21 ден. ед.

5. По данным таблицы рассчитайте предельный физический продукт, совокупный доход и предельный продукт в денежной форме. Постройте график спроса на ресурс в условиях совершенной конкуренции и объясните, какая графа таблицы изменится при переходе фирмы на рынок несовершенной конкуренции.

Единицы труда,	Совокупный продукт, шт.	Предельный продукт, шт.	Цена, ден. ед.	Совокупный доход, ден. ед.	Предельный продукт в денежной форме, ден. ед.
0	0		3		
1	15		3		
2	25		3		
3	33		3		
4	38		3		
5	40		3		
6	41		3		

3 вариант (В, Ф)

Теоретический вопрос:

1. Понятие, факторы, аналитический способ расчета и показатели эластичности предложения. Конфигурация кривой предложения в случаях абсолютной эластичности и абсолютной неэластичности, эластичности и неэластичности по цене.

Тесты:

1. Процесс целенаправленного преобразования факторов в полезный результат называется

- а) производством;
- б) трудом;
- в) технологией выпуска.

2. Монополия – это рыночная структура, при которой:

а) товар однороден, входные барьеры на рынок отсутствуют, имеется два продавца и множество покупателей;

б) имеется много покупателей и продавцов, входные барьеры отсутствуют, продукт дифференцирован;

в) на рынке имеется много продавцов и один покупатель, товар однородный;

г) на рынке имеется один продавец и много покупателей.

Задачи:

4. В таблице представлены отдельные значения издержек производства некоторого продукта. Заполнив таблицу расчетными данными, постройте графики FC , VC , TC , ATC , AFC , AVC и проанализируйте их динамику в связи с изменением объемов выпуска продукта.

Q	TC	FC	VC	ATC	MC	AFC	AVC
1			6			10	
2				10			
3							5
4	23						
5					9		
6			28				

5. Фирма привлекает к производству товара два фактора труд и капитал, при этом $MP_k = 6$ ден. ед., $MP_l = 30$ ден. ед. Цены единиц факторов: $P_k = 2$ ден. ед., $P_l = 10$ ден. ед. Определите, является ли оптимальным с точки зрения минимизации издержек данная комбинация факторов производства?

4 вариант (Г, О)

Теоретический вопрос:

1. Равновесие потребителя и потребительский излишек в кардиналистской теории полезности экономического блага.

Тесты:

2. Какое из утверждений не относится к характеристике неэластичного спроса на товар?

а) покупатели расходуют на его покупку значительную долю своего дохода;

б) данный товар является для потребителей товаром первой необходимости;

в) процентное изменение объема спроса меньше, чем процентное изменение цены;

г) имеется большое число товаров-заменителей.

3. К внутренним издержкам относятся

- а) издержки, связанные с приобретением технологического оборудования;
- б) арендная плата;
- в) транспортный налог;
- г) неполученные денежные средства в виде процентного дохода, который могла бы иметь фирма при вложении капитала в банк.

Задачи:

4. Фирма формирует предложение продукции на рынке совершенной конкуренции. Функция общих затрат представлена в таблице.

Выпуск продукции Q , шт.	Общие затраты TC , руб.
0	16
1	24
2	34
3	46
4	60
5	76

Цена на продукцию в отрасли составляет 16 руб. за шт. Рассчитайте необходимые данные и определите:

- Какое количество продукции должна произвести фирма, чтобы получить максимум прибыли? Чему она будет равна?
- Чему будут равны общий доход и общие издержки фирмы?
- При каком значении цены и объеме выпуска фирма будет иметь нулевую прибыль?
- В каком случае фирма будет вынуждена покинуть рынок?

5. Какова будет цена земельного участка, если землевладелец ежегодно получает 50 тыс. ден. ед. земельной ренты, а банк выплачивает вкладчикам 10 % годовых?

5 вариант (Д, Я)

Теоретический вопрос:

1. Равновесие потребителя и потребительский излишек в ординалистской теории полезности экономического блага.

Тесты:

- 2. Что из перечисленного не относится к характеристике рынка совершенной конкуренции?
 - а) большое число участников рынка, как продавцов, так и покупателей;

- б) однородность продукта у всех фирм-производителей;
- в) отсутствие возможности сговора относительно совместной стратегии;
- г) наличие входных и выходных барьеров.

3. Денежные выплаты, которые совершает фирма, приобретая сырье, материалы и оборудование у поставщиков, не входящих в ее состав называются

- а) явными издержками;
- б) неявными издержками;
- в) косвенными издержками.

Задачи:

4. В отрасли функционируют 900 фирм. Предельные издержки каждой фирмы при выпуске 14 шт. товара в месяц равны 500 ден. ед., 15 шт. товара – 600 ден. ед., 16 шт. товара – 700 ден. ед. Определите выпуск отрасли в месяц, если рыночная цена товара – 600 ден. ед.

5. Заполните графы таблицы и определите, сколько рабочих Вы привлечете к работе при следующих ставках заработной платы: 40 ден. ед. в час, 25 ден. ед. в час, 10 ден. ед. в час.

Единицы труда,	Совокупный продукт, шт.	Предельный продукт, шт.	Цена, ден. ед.	Совокупный доход, ден. ед.	Предельный продукт в денежной форме, ден. ед.
0	0		5,1		
1	15		5,0		
2	25		4,9		
3	33		4,8		
4	38		4,7		
5	40		4,6		
6	41		4,5		

6 вариант (Е, Ё, Л)

Теоретический вопрос:

1. Издержки производства в краткосрочном периоде функционирования фирмы.

Тесты:

2. В каком случае имеет место ценовая дискриминация на рынке чистой монополии:

- а) продавец на рынке продал уважаемой даме апельсины по 35 руб. за кг, а скромно одетой старушке – по 30 руб. за кг;

- б) пшеничный хлеб стоит больше, чем ржаной;
- в) индийский чай продается по более высокой цене, чем грузинский.

3. Сырье, материалы, электроэнергия, полуфабрикаты, вода относятся к:
- а) основному капиталу предприятия;
 - б) оборотному капиталу предприятия;
 - в) денежному капиталу предприятия.

Задачи:

4. Функция спроса на товар X задана в таблице:

Цена, ден. ед.	Объем спроса, шт.
3	10
4	12
5	7
6	5
7	4

Рассчитайте коэффициент эластичности спроса по цене на участках: а) 3 и 4 ден. ед., б) 5 и 6 ден. ед., в) 6 и 7 ден. ед. По значениям коэффициента эластичности определите характер эластичности ценовой спроса и приведите примеры товаров.

5. Цена на продукт конкурентной фирмы составляет 50 ден. ед. При объеме выпуска 1000 шт. средние переменные издержки равны 30 ден. ед. Постоянные издержки составляют 500 ден. ед. Предельные издержки – 50 ден. ед. Определите, получает ли фирма максимальную прибыль и какова ее величина?

7 вариант (Ж, Р)

Теоретический вопрос:

1. Издержки производства в долгосрочном периоде функционирования фирмы.

Тесты:

2. С позиции кардиналистской концепции предельная полезность товара – это:

- а) максимальный уровень полезности, который хочет получить потребитель;
- б) полезность, которую потребитель получает от потребления дополнительной единицы блага;

в) максимальная полезность, которую можно получить при потреблении данного количества блага;

г) максимальный уровень полезности, который можно достигнуть при расходовании данной суммы денег.

3. Модель рынка, для которой характерно большое число небольших фирм – производителей дифференцированного продукта, обладающих монопольной властью в отношении установления цены, называется

- а) совершенной конкуренцией;
- б) монополистической конкуренцией;
- в) чистой монополией;
- г) олигополией.

Задачи:

4. Функция предложения товара X задана в таблице:

Цена, ден. ед.	Объем предложения, шт.
5	10
6	13
7	17
8	24
9	34

Рассчитайте коэффициент эластичности предложения по цене на участках: а) 5 и 6 ден. ед., б) 7 и 8 ден. ед., в) 8 и 9 ден. ед. По данным коэффициента эластичности, определите характер эластичности предложения и приведите примеры.

5. Совокупный доход предприятия составляет 500 тыс. ден. ед. Предприятие платит зарплату работникам – 250 тыс. ден. ед. Кроме того, затраты на сырье и материалы составляют 70 тыс. ден. ед. Неявные издержки предприятия составляют 100 тыс. ден. ед. Определите бухгалтерскую и чистую экономическую прибыли предприятия.

8 вариант (3, Ш)

Теоретический вопрос:

1. Признаки рынка совершенной конкуренции и правило максимизации прибыли конкурентной фирмы. Эффективность конкурентного рынка по Парето.

Тесты:

1. Объем спроса на товар увеличится в результате:
- а) повышения цены товара;
 - б) снижения цен на товары – субституты;
 - в) роста доходов потребителей;
 - г) снижения цены товара.

2. Закон убывающей предельной полезности состоит в том, что:

а) все блага имеют для покупателя разную полезность и поэтому их все можно расположить в порядке убывания этой полезности;

б) необходимо потреблять сначала самые полезные блага, а потом все остальные;

в) полезность от потребления следующей порции блага всегда меньше полезности предыдущей порции.

Задачи:

4. Чему равна предельная полезность товара в состоянии равновесия потребителя, если известно, что потребитель приобретает 2 товара: A и B , причем предельная полезность товара $A - MU_a = 100$; цена товара $A - 10$ ден. ед.; цена товара $B - 5$ ден. ед.?

5. В таблице заданы некоторые значения издержек при различных объемах выпуска продукции.

Q	TC	VC	ATC	MC	AVC	AFC
1		5				9
2			9			
3					4	
4	22					
5				8		
6		27				

Заполните пустые клетки данной таблицы, проанализируйте полученные данные и постройте графики предельных, средних переменных и средних валовых издержек фирмы.

9 вариант (И, М)

Теоретический вопрос:

1. Монополия как форма проявления несовершенной конкуренции на рынке: характерные черты, причины и виды, правило максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах, сущность ценовой дискриминации и ее последствия для потребителей.

Тесты:

2. Если увеличился спрос на товар, а его предложение осталось неизменным, то это приведет:

- а) к повышению равновесной цены и уменьшению объема продаж;
- б) к повышению равновесной цены и увеличению объема продаж;
- в) к уменьшению равновесной цены и снижению объема продаж;
- г) к уменьшению равновесной цены и увеличению объема продаж;
- д) изменений не произойдет.

3. Затраты фирмы на поиск информации о потенциальных поставщиках и покупателях продукции относятся к группе

- а) постоянных издержек;
- б) внутренних издержек;
- в) транзакционных издержек;
- г) переменных издержек.

Задачи:

4. Определите коэффициент эластичности спроса по доходу и категории товаров A и B на основе следующих данных: при доходе 5500 ден. ед. в месяц объем спроса на товар A составит 15 единиц, а при доходе 6000 ден. ед. – 20 единиц; при доходе 3000 ден. ед. в месяц объем спроса на товар B составит 24 единицы, а при доходе 4000 ден. ед. – 14 единиц. Приведите примеры товаров A и B .

5. Задана зависимость общих издержек предприятия (TC) от выпуска продукции (Q):

Выпуск продукции	0	1	2	3	4	5	6
Валовые издержки	30	70	100	125	145	160	170

Рассчитайте постоянные (FC), переменные (VC), предельные (MC), средние валовые (ATC), средние постоянные (AFC), средние переменные (AVC) издержки. На рис. 1 постройте графики постоянных, переменных и валовых издержек. На рис. 2. постройте графики предельных, средних переменных и средних валовых издержек. Обоснуйте конфигурацию графиков и предельно-среднее правило.

10 вариант (К, Щ)

Теоретический вопрос:

1. Монополистическая конкуренция на рынке дифференциального продукта: характерные признаки, особенности ценовой эластичности спроса, условия максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах, последствия для потребителей.

Тесты:

2. На какую категорию товаров падает спрос при росте доходов потребителей:

- а) товары первой необходимости;
- б) товары низкого качества;
- в) предметы роскоши;
- г) товары с единичной эластичностью спроса.

3. В краткосрочном периоде конкурентная фирма, минимизирующая убытки, прекратит производство, если:

- а) цена продукта ниже минимальных средних постоянных затрат;
- б) цена продукта ниже минимальных средних переменных затрат;
- в) цена продукта ниже предельных затрат;
- г) общий доход не покрывает общих затрат фирмы.

Задачи:

4. На локальном потребительском рынке действует фирма – «чистый» монополист, которая сталкивается с наклонным графиком спроса на свою продукцию и для увеличения объема продаж вынуждена снизить цену. При снижении цены на 3 ден. ед. объем продаж возрастет на 1 единицу товара. Составьте таблицу, рассчитайте валовый и предельный доход чистого монополиста.

P	Q	TR	MR
40	1	?	?
37	2	?	?

Построив график валового дохода, определите, какую комбинацию «цена-количество» следует выбрать чистому монополисту для максимизации прибыли.

5. Определите коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар X по цене товара Y , если известно, что при цене товара $Y = 50$ ден. ед. объем спроса на товар $X = 100$ шт., а при цене товара $Y = 80$ ден. ед. объем спроса на товар X составит 130 шт. По значению коэффициента эластичности дайте характеристику товарам X и Y , приведите примеры.

11 вариант (Н, Э)

Теоретический вопрос:

1. Олигополия как модель функционирования рынка стандартизованного или дифференцированного продукта: характерные признаки, причины и последствия взаимозависимости фирм, правило максимизации прибыли, последствия для потребителей.

Тесты:

2. Объем предложения товара сократится в результате:
- а) роста цен на сырье, топливо, электроэнергию;
 - б) повышения цены товара;
 - в) внедрения новой технологии;
 - г) снижения цены товара.

3. Коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар X по цене товара Y имеет отрицательное значение. Это означает, что:

- а) X и Y являются товарами-субститутами;
- б) X и Y являются взаимодополняющими товарами;
- в) X и Y являются независимыми товарами;
- г) спрос на товар X неэластичен по цене.

Задачи:

4. Заполните пропуски в таблице и проанализируйте полученные данные.

Количество товара	TU товара A	MU товара A	TU товара B	MU товара B	TU товара C	MU товара C
1		50	80		45	
2		30	120			10
3		20	150		63	
4		10	170		68	
5		5	180			3

По данным таблицы постройте графики общей и предельной полезности товара B . Объясните их конфигурацию с позиции первого закона Г. Госсена.

5. В конце месяца некоторые показатели деятельности фирмы приняли следующие значения:

- Выручка – 500000 руб.
- Затраты на сырье – 150000 руб.
- Затраты на электроэнергию – 70000 руб.
- Заработная плата рабочих – 100000 руб.
- Заработная плата предпринимателя, которую он мог бы получать, если бы работал менеджером на другой фирме, – 25000 руб.
- Арендная плата за помещение, если бы оно было передано другой фирме под склад готовой продукции – 5000 руб.
- Процентный доход за денежный капитал, если бы он был помещен в банк – 3500 руб.

Рассчитайте бухгалтерские и экономические издержки, бухгалтерскую и экономическую прибыль фирмы.

12 вариант (II, X)

Теоретический вопрос:

1. Рынок факторов производства: особенности формирования спроса и предложения, механизм функционирования, равновесие и неравновесие.

Тесты:

2. Для расчета экономической прибыли необходимо

- а) из общей выручки вычесть неявные издержки;
- б) из общей выручки вычесть явные издержки;
- в) из общей выручки вычесть сумму явных и неявных издержек.

3. На олигополистическом рынке фирмы конкурируют по таким атрибутам продукта, как

- а) цена;
- б) качество;
- в) технология выпуска;
- г) издержки производства;
- д) верный ответ *а*;
- е) все ответы верны;
- ж) ответы *б*, *в* и *г* верны.

Задачи:

2. В таблице представлены данные индивидуального спроса трех потребителей. Определите объемы рыночного спроса при каждом значении цены. Постройте индивидуальные и рыночную кривые спроса. Охарактеризуйте их конфигурацию с позиции закона спроса.

Цена за ед.	Индивидуальные объемы спроса			Объем рыночного
	Иванов	Петров	Сидоров	
7	0	0	3	...
6	1	0	4	...
5	2	1	5	...
4	3	2	6	...
3	4	3	7	...
2	5	4	8	...
1	6	5	9	...

5. По итогам отчетного периода валовая выручка от реализации выпускаемой продукции в розничной сети составила 2000000 руб. За этот период издержки на приобретение сырья и материалов составили 500000 руб. Оплата счетов за электроэнергию, воду и пар составила 300000 руб. Расходы на заработную плату персонала равны 700000 руб. Прочие накладные расходы – 100000 руб. Рыночная стоимость активов данного предприятия на начало отчетного периода равна 5000000 руб. Ставка банковского процента 10 %. Рассчитайте величину бухгалтерской и экономической прибыли предприятия.

13 вариант (С, Ч)

Теоретический вопрос:

1. Положительные и отрицательные внешние эффекты при производстве отдельных видов продукции и оказания услуг. Теорема Р. Коуза. Общественные блага и их роль в рыночной экономике.

Тесты:

2. Если два товара взаимозаменяемые, например, чай и кофе, то рост цены на кофе приведет к:

- а) падению спроса на чай;
- б) росту цены чая;
- в) росту спроса на чай.

3. Увеличение заработной платы приводит:

- а) к увеличению индивидуального предложения труда;
- б) к уменьшению индивидуального предложения труда;
- в) сначала к увеличению индивидуального предложения труда, затем к его уменьшению;
- г) сначала к уменьшению индивидуального предложения труда, затем к его увеличению.

Задачи:

3. Функция спроса на продукцию монополиста представлена в таблице:

Цена, ден. ед.	6	5	4	3	2	1	0
Объем спроса	0	1	2	3	4	5	6
Предельный доход, ден. ед.							

Рассчитайте предельный доход монополиста. Определите объем выпуска, при котором монополист максимизирует прибыль, если предельные издержки неизменны и составляют 4 ден. ед. Определите равновесную цену и равновесный объем выпуска для конкурентной отрасли.

5. Проанализируйте приведенные ниже данные и определите, в каких случаях фирма оптимально комбинирует факторы производства с целью максимизации прибыли. Если фирма неоптимально использует труд и капитала, то предложите иное соотношение факторов для максимизации прибыли:

- а) $MRP_l = 300$ ден. ед.; $P_l = 100$ ден. ед.;
- $MRP_k = 300$ ден. ед.; $P_k = 100$ ден. ед.

- б) $MRP_1 = 500$ ден. ед.; $P_1 = 500$ ден. ед.;
 $MRP_k = 400$ ден. ед.; $P_k = 400$ ден. ед.
 в) $MRP_1 = 800$ ден. ед.; $P_1 = 900$ ден. ед.;
 г) $MRP_k = 700$ ден. ед.; $P_k = 1000$ ден. ед.

14 вариант (Т, Ю)

Теоретический вопрос:

1. Механизм общего равновесия рынков отдельного товара: эффект обратной связи, модель Л. Вальраса.

Тесты:

2. Чтобы найти постоянные затраты, необходимо:

- а) из средних общих затрат вычесть средние переменные затраты;
 б) из общих затрат вычесть переменные;
 в) из общих затрат вычесть переменные и разделить на объем выпуска;
 г) из постоянных затрат вычесть переменные.

3. Снижение цены монополистом, стремящимся к максимизации прибыли, может быть вызвано:

- а) уменьшением спроса;
 б) увеличением предельной отдачи;
 в) увеличением объема продаж;
 г) снижением цены сопутствующего товара.

Задачи:

4. Заполните пропуски в таблице. Постройте графики общего, среднего и предельного продуктов труда. Объясните их конфигурацию с позиции закона убывающей производительности.

Объем применения переменного ресурса	Общий выпуск продукции	Предельный продукт переменного ресурса	Средний продукт переменного ресурса
3	...	-	20
4	80
5	...	10	...
6	95

5. Вы планируете через год купить новый холодильник, текущая цена которого составляет 15000 руб. Годовая ставка банковского процента равна 10 %. Ожидаемый уровень инфляции – 6,5 %. Определите, какую сумму денег Вам необходимо в данный момент положить в банк, чтобы Вы смогли через год осуществить покупку?

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Основная литература

1. Микроэкономика [Текст]: учеб. пособие / Е.Б. Алексеик [и др.]. – СПб.: Питер, 2012. – 320 с.
2. Басовский, Л.Е. Микроэкономика [Текст]: учебник / Л.Е. Басовский, Е. Н. Басовкая. – М.: ИНФРА–М, 2011. – 224 с.
3. Басовский, Л.Е. Экономическая теория [Текст]: учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовкая. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 375 с.
4. Вечканов, Г.С. Экономическая теория [Текст]: учебник для вузов / Г.С. Вечканов. – СПб.: Питер, 2011. – 512 с.
5. Гребенников, П.И. Микроэкономика. [Текст]: учебник для бакалавров / П.И. Гребенников, Л.С. Тарасевич, А.И. Леусский. – М.: Юрайт, 2012. – 543 с.
6. Джеймс Джеффри, А. Микроэкономика [Текст]. Продвинутый уровень: учебник / А. Джеймс Джеффри. – М.: ГУ ВШЭ, 2011. – 733 с.
7. Добрынин, А.И. Экономическая теория [Текст]: учебник для вузов / А.И. Добрынин, Л.С. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2010. – 560 с.
8. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика [Текст]: учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 440 с.
9. Камаев, В.Д. Экономическая теория [Текст]: краткий курс: учеб. пособие / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т.А. Борисовская. – М.: КноРус, 2010. – 384 с.
10. Макконнелл, К.Р. Экономикс [Текст]: принципы, проблемы и политика: пер. с англ. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. – М.: ИНФРА–М, 2011. – 1010 с.
11. Мэнкью, А.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Мэнкью. – СПб.: Питер, 2012. – 592 с.
12. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст]: учебник / Р.М. Нуреев. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
13. Пиндайк, Р.С. Микроэкономика [Текст]: учебник для вузов / Р.С. Пиндайк, Д.Л. Рубинфельд. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
14. Резник, Г.А. Экономическая теория: введение, микроэкономика [Текст]: учеб. пособие с грифом УМО вузов России по образованию в области менеджмента / Г.А. Резник, Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2011. – 196 с.
15. Родина, Г.А. Микроэкономика [Текст]: учебник для бакалавров / Г.А. Родина, С.В. Тарасова. – М.: Юрайт, 2012. – 263 с.

16. Суханова, Т.В. Тесты и практические задания по курсу «Экономическая теория: микроэкономика» [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Суханова. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.
17. Тарануха, Ю.В. Микроэкономика [Текст]: учебник / Ю.В. Тарануха, Д.Н. Земляков. – М.: КноРус, 2010. – 320 с.
18. Черемных, Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень [Текст]: учебник / Ю.Н. Черемных. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 844 с.
19. Шаститко, А.Е. Модели человека в экономической теории [Текст]: учебное пособие / А.Е. Шаститко. – М.: ИНФРА–М, 2011. – 142 с.
20. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика [Текст]: учебник / под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 576 с.
21. Экономическая теория [Текст]: учебник / под общ. ред. А.И. Добрынина, Г. П. Журавлевой. – М.: ИНФРА–М, 2011. – 747 с.
22. Экономическая теория. Экспресс-курс [Текст] / под ред. А.Г. Грязновой. – М.: КноРус, 2010. – 602 с.

Дополнительная литература

1. Богданов, Д. Д. Становление теоретических представлений о конкуренции в контексте эволюции основных парадигм экономической теории [Текст] / Д. Д. Богданов // Современная конкуренция. – 2010. – № 1.
2. Бузмакова, М. О некоторых особенностях рыночной инфраструктуры [Текст] / М. Бузмакова, З. Ларичева, М. Соловьев // Человек и труд. – 2011. – № 2.
3. Веретенникова, А.Ю. Возможности обособления транзакционных издержек [Текст] / А.Ю. Веретенникова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.
4. Виноградова, А.Н. Институциональные механизмы создания и присвоения природной ренты в экономике России [Текст] / А.Н. Виноградова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 3.
5. Володина, Д. Как постиндустриальный потребитель влияет на экономику? [Текст] / Д. Володина // Общество и экономика. – 2010. – № 12.
6. Гурбан, И.А. Теоретико-методологический подход к оценке состояния человеческого капитала регионов России [Текст] / И.А. Гурбан, А.Л. Мызин // Журнал экономической теории. – 2011. – № 2.
7. Гуртов, В.А. Прогнозирование динамики спроса на рынке труда на различных фазах развития кризисных процессов в российской экономике [Текст] / В.А. Гуртов, Е.А. Питухин, В.М. Серова, С.В. Сигова // Проблемы прогнозирования. – 2010. – № 2.
8. Гребнев, Л. «Крест Маршалла»: альтернативное обоснование и смежные вопросы [Текст] / Л. Гребнев // Вопросы экономики. – 2013. – № 2.

9. Дедов, Л.А. Построение функции коллективного выбора для близких заменителей [Текст] / Л.А. Дедов // Журнал экономической теории. – 2010. – № 1.
10. Дзюба, С.А. К теории транзакционных издержек [Текст] / С.А. Дзюба // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.
11. Железова, Е. Теория и практика двусторонних рынков (Нобелевская премия по экономике 2012 года) [Текст] / Е. Железова, С. Измалков, К. Сонин, И. Хованская // Вопросы экономики. – 2013. – № 1.
12. Каломиец, С.М. Идеология конкуренции с точки зрения синергетики [Текст] / С.М. Каломиец // Журнал экономической теории. – 2011. – № 2.
13. Капелюшников, Р. Сколько стоит человеческий капитал России? [Текст] / Р. Капелюшников // Вопросы экономики. – 2013. – № 1,2.
14. Комков, Н.И. Анализ состояния малых предприятий в РФ и условий их развития [Текст] / Н.И. Комков, Г.К. Кулакин, Н.Г. Мамонтова // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 2.
15. Коровкин, А.Г. Проблемы согласования спроса на рабочую силу и предложения на российском рынке труда [Текст] / А.Г. Коровкин // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 2.
16. Кохно, П. Методика определения потребности перспективных рынков труда в квалифицированных кадрах [Текст] / П. Кохно // Человек и труд. – 2011. – № 3.
17. Кретская, Е.В. Современная трактовка внешней экономии от масштаба [Текст] / Е.В. Кретская // Журнал экономической теории. – 2011. – №1.
18. Львов, А.Г. Построение производственных функций с переменной эластичностью замещения [Текст] / А.Г. Львов // Журнал экономической теории. – 2010. – № 1.
19. Матвиенко, Д.Ю. Абсолютное оружие или правила монополии? [Текст] / Д.Ю. Матвиенко // Современная конкуренция. – 2010. – № 1.
20. Меркулова, Ю. Роль фактора времени в достижении оптимального ресурсного потребления и конкурентоспособного предложения [Текст] / Ю. Меркулова // Общество и экономика. – 2011. – № 2.
21. Милошевская, Е. Определение внутренней экономии и потерь от масштаба производства посредством параметрического моделирования проблемы выбора [Текст] / Е. Милошевская // Общество и экономика. – 2011. – № 3.
22. Мосейко, В.В. Пенсионирование как смешанное общественное благо [Текст] / В.В. Мосейко // Журнал экономической теории. – 2010. – №1.

23. Низова, Л.М. Рынок труда в системе рыночных отношений: институциональный подход [Текст] / Л.М. Низова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.

24. Низова, Л.М. Рынки факторов производства: теория и практика [Текст] / Л.М. Низова, Е.Г. Смирнова // Журнал экономической теории. – 2011. – № 3.

25. Павлов, Н.В. Особенности оптимально полезного решения индивида [Текст] / Н.В. Павлов // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.

26. Панин, Б.А. Экономическая наука как объект экономического анализа [Текст] / Б.А. Панин, В.В. Ключев // Журнал экономической теории. – 2011. – № 3.

27. Перский, Ю.К. Гармонизация интересов экономических субъектов в системе иерархических взаимосвязей экономики [Текст] / Ю.К. Перский, Ю.В. Дубровская // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.

28. Петрищев, М.В. Конкуренция на рынке труда: политэкономический аспект [Текст] / М.В. Петрищев // Журнал экономической теории. – 2010. – № 4.

29. Пикин, В.С. О различиях соревнования и конкуренции [Текст] / В.С. Пикин // Журнал экономической теории. – 2010. – № 3.

30. Попов, В. Некорректности экономических теорий [Текст] / В. Попов, И. Крайнюченко // Общество и экономика. – 2011. – № 1.

31. Пыстогов, А.А. Появление феномена информации в экономической науке [Текст] / А.А. Пыстогов // Журнал экономической теории. – 2011. – № 2.

32. Раквиашвили, А.А. Эволюция концепции рациональности в экономической теории [Текст] / А.А. Раквиашвили // Журнал экономической теории. – 2010. – № 1.

33. Селезнев, А. Ресурсное обеспечение неоиндустриальной модели развития [Текст] / А. Селезнев // Экономист. – 2013. – № 2.

34. Тарануха, Ю.В. Экономическая природа и сущность конкуренции [Текст] / Ю.В. Тарануха // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1.

35. Шульц, Д.Н. Взаимодействие фирм и государства в условиях новой экономики: иерархический подход [Текст] / Д.Н. Шульц // Журнал экономической теории. – 2011. – № 1.

36. Якунин, В. Российские железные дороги [Текст] / В. Якунин // Экономист. – 2013. – № 1.

**Список вопросов к экзамену по дисциплине «Микроэкономика»
для студентов, обучающихся по направлению
38.03.01 «Экономика»**

1. Предмет и методология микроэкономики. Принцип рационального поведения экономических субъектов и факторы, обуславливающие необходимость принятия рациональных решений. Сущность и условия применения позитивного и нормативного методологических подходов. Микроэкономические методы изучения происходящих явлений и процессов.

2. Основы теории спроса и предложения: понятие, закон, кривая и факторы изменения спроса; понятие, закон, кривая и факторы изменения предложения; равновесие и неравновесие рынка. Статический и динамический подходы к анализу причин изменения рыночного равновесия. Паутинообразная модель равновесия рынка.

3. Эластичность спроса и предложения: понятие, способы расчета, виды. Конфигурации графиков спроса и предложения в зависимости от значений коэффициента эластичности. Практическое применение теории эластичности.

4. Теория потребительского выбора: кардиналистский и ординалистский подходы к изучению предпочтений потребителей и способов максимизации полезности при ограниченности располагаемого денежного бюджета. Равновесие потребителя.

5. Домохозяйство как субъект рынка: отличия домашнего хозяйства от семьи, социальные и экономические функции, структура семейного бюджета и направления расходования денежных средств.

6. Понятие и целевая функция фирмы в современной экономике. Критерии классификации и виды фирм. Основные формы организации предпринимательства. Достоинства и недостатки ИЧП, партнерства, корпорации. Особенности франчайзинга и венчурного предпринимательства. Цели деятельности фирмы в постиндустриальной экономике.

7. Производственная деятельность фирмы в краткосрочном периоде. Особенность динамики общего, среднего и предельного продуктов труда по стадиям производства. Сущность действия закона убывающей предельной производительности.

8. Производственная деятельность фирмы в долгосрочном периоде и проблема определения оптимальной комбинации ресурсов. Равновесие производителя в долгосрочном периоде и построение траектории роста фирмы. Факторы положительного и отрицательного эффектов роста масштаба производства.

9. Понятие и виды издержек производства. Методы расчета выручки, бухгалтерской и экономической прибыли. Пути снижения издержек производства и оптимизации объемов выпуска.

10. Понятие и основные черты рынка совершенной конкуренции. Валовой, средний и предельный доход как показатели деятельности конкурентной фирмы на рынке. Условие равновесия совершенного конкурента в краткосрочном периоде. Точка «бегства фирмы с рынка» и кривая предложения конкурентной отрасли. Условие долгосрочного равновесия конкурентной фирмы и кривая долгосрочного предложения конкурентной отрасли.

11. Характеристика чистой монополии и способы измерения монопольной рыночной власти. Конфигурация кривой спроса и степень ценовой эластичности на продукцию чистого монополиста. Правило максимизации прибыли чистого монополиста в краткосрочном и долгосрочном периодах. Цели и формы ценовой дискриминации. Социально-экономические последствия чистой монополии.

12. Признаки рынка монополистической конкуренции. Конфигурация кривой спроса и характер ценовой эластичности на продукцию монополистического конкурента. Условие равновесия фирмы на рынке монополистической конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периодах. Причины и последствия избыточных производственных мощностей при монополистической конкуренции.

13. Причины возникновения и характерные признаки олигополистического рынка. Анализ моделей поведения олигополиста: жесткость цен и ломаная кривая спроса, сговор и картели, лидерство в ценах, ценообразование по принципу «издержки плюс». Причины и социально-экономические последствия ценовых войн. Экономическая эффективность олигополистического рынка.

14. Антимонопольное законодательство как инструмент государственного регулирования монополий и крупных олигополий.

15. Особенности функционирования естественных монополий. Прямые и косвенные методы их государственного регулирования. Проблемы реформирования естественных монополий в России.

16. Понятие рынка факторов производства, его виды и отличия от рынка товаров и услуг. Функции рынка факторов производства в экономической системе. Особенности формирования спроса и предложения факторов производства. Основные правила использования ресурсов. Равновесие рынка факторов производства.

17. Понятие и принципы функционирования совершенно-конкурентного рынка труда. Особенности формирования спроса на рабочую силу и правила найма дополнительного работника. Индивидуальная и рыночная кривая предложения рабочей силы. Равновесие совершенно-конкурентного рынка труда.

18. Модели функционирования рынка труда в условиях несовершенной конкуренции: сущность монополии и двусторонней монополии. Роль профсоюзов на рынке труда.

19. Характеристика капитала как фактора производства. Условия возникновения процентного дохода на капитал. Сущность дисконтирования и принцип расчета стоимости денег во времени.

20. Характеристика земли как фактора производства. Экономическая природа ренты, ее виды и условия возникновения. Цена земли.

21. Понятие, виды, причины возникновения, социально-экономические последствия и инструменты государственного регулирования внешних эффектов. Сущность и виды общественных благ в рыночной экономике. Проблема «безбилетника».

22. Сущность, формы, объекты и субъекты предпринимательства. Функции и отличительные черты предпринимателя. Прибыль как форма вознаграждения за услуги предпринимателя.

23. Механизм общего равновесия микроэкономических рынков и эффект обратной связи. Модель общего равновесия Л. Вальраса.

24. Сущность информационной асимметрии и последствия ее проявления на микроэкономических рынках. Методы измерения и способы минимизации риска в условиях неполной информации. Аукцион как способ ликвидации асимметрии информации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Микроэкономика наряду с мезо-, макро- и мегаэкономикой является составным разделом *экономической теории* и представляет собой первую ступень научного анализа происходящих явлений и процессов.

Первый раздел – *микроэкономика* – ориентирован на изучение законов рационального поведения индивидуальных экономических субъектов, к которым относятся фирма, предприятие, домашнее хозяйство, конечный потребитель благ, собственник ресурсов. В спектре исследуемых проблем первого уровня экономического анализа находятся такие ключевые вопросы, как: равновесие и неравновесие рынка, максимизация прибыли фирмы, формирующей предложение благ на рынках совершенной и несовершенной конкуренции, максимизация общей полезности потребителя, оптимизация объемов производства общественных благ, минимизация отрицательных внешних эффектов.

Микроэкономика при исследовании поведения рыночных субъектов исходит из принципа экономической рациональности, согласно которому, каждый из них стремится достигнуть максимального объема материальной выгоды, выраженной в показателях потребительского излишка, прибыли, ренты, процента, отдачи от инвестиций в человеческий капитал.

Второй раздел – *региональная экономика* – направлен на изучение законов, принципов и факторов устойчивого развития субъектов РФ, функционирующих как подсистемы национального хозяйства. На втором уровне экономического анализа ключевыми вопросами являются: цели и инструменты реализации региональной политики социально-экономического развития, типология проблемных регионов, экономический и ресурсный потенциал региона, целевые комплексные программы развития региона.

Третий раздел – *макроэкономика* – исследует актуальные проблемы функционирования национальной экономической системы. В круг изучаемых вопросов входят причины, виды инфляции и безработицы, факторы и типы экономического роста, фазы экономического цикла, инструменты государственного регулирования рыночной экономики.

Четвертый раздел – *мировая экономика* – охватывает темы, посвященные вопросам международного движения рабочей силы и капитала, интеграции национальных сообществ, причин и последствий мировых экономических кризисов, паритета валют, экспорта и импорта.

Таким образом, экономическая теория изучает проблемы современного общества на четырех аналитических уровнях, используя совокупность общенаучных и частных методов. Наиболее широко применяются такие методы, как индукция и дедукция, анализ и синтез, абстрагирование и агрегирование, функциональный и графический методы. Данные методы используются в рамках нормативного и позитивного исследовательских подходов.

Всестороннее и глубокое изучение экономической теории позволит экономистам оптимизировать принимаемые управленческие решения с учетом тенденций развития нестабильной рыночной среды.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
Раздел. 1. МИКРОЭКОНОМИКА. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ БЛАГ В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	7
1. ПРЕДМЕТ И МЕТОДОЛОГИЯ МИКРОЭКОНОМИКИ.....	7
1.1. Предмет микроэкономики.....	7
1.2. Методология микроэкономической теории.....	9
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТОВ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА.....	12
2.1. Спрос на товар и его характеристики: закон, функция, график, факторы динамики.....	12
2.2. Предложение товара и его характеристики: закон, функция, график, факторы динамики.....	16
2.3. Взаимодействия спроса и предложения. Механизм формирования равновесной рыночной цены и равновесного объема продаж. Условия равновесия и неравновесия рынка.....	19
2.4. Статический и динамический подходы к исследованию причин и последствий изменения рыночного равновесия.....	20
3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТОВ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА.....	25
3.1. Характеристика спроса с позиции теории эластичности: понятие, способы количественного измерения и виды эластичности, конфигурации графика.....	25
3.2. Характеристика предложения с позиции теории эластичности: понятие, способы количественного измерения и виды эластичности, конфигурации графика.....	29
3.3. Сфера практического применения теории эластичности и ее значение в анализе экономического поведения рыночных субъектов.....	30
4. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	33
4.1. Кардиналистский подход к определению полезности экономического блага и условий рационального потребительского выбора.....	33
4.2. Ординалистский подход к анализу потребительских предпочтений и равновесия потребителя в условиях ограниченности денежного бюджета.....	35
4.3. Интеграция кардиналистского и ординалистского подходов к исследованию особенностей рыночного спроса различных потребительских групп.....	41
5. СЕМЬЯ И ДОМОХОЗЯЙСТВО: ИХ РОЛЬ И ФУНКЦИИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	45
5.1. Семья и домохозяйство: их сущность и роль в рыночной экономике.....	45
5.2. Социальные и экономические функции семейных хозяйств.....	47
5.3. Семейный бюджет: доходы и расходы домохозяйств.....	48
6. ФИРМА И ЕЕ РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	50
6.1. Понятие и целевая функция фирмы.....	50
6.2. Критерии классификации и виды фирм.....	51
6.3. Цели деятельности фирмы в постиндустриальной экономике.....	53

7. ТЕОРИЯ ПРОИЗВОДСТВА	57
7.1. Производство и производственная функция	57
7.2. Производственная деятельность фирмы в краткосрочном периоде. Закон убывающей предельной производительности	59
7.3. Производственная деятельность фирмы в долгосрочном периоде функционирования. Равновесие производителя	61
7.4. Эффект масштаба и факторы оптимизации объемов производства	62
8. ТЕОРИЯ ИЗДЕРЖЕК ФИРМЫ	67
8.1. Понятие и виды издержек производства. Экономический и бухгалтерский подходы к расчету прибыли фирмы	67
8.2. Особенность динамики постоянных, переменных, предельных и средних издержек при росте объемов производства	68
9. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	75
9.1. Понятие и основные черты рынка совершенной конкуренции	75
9.2. Краткосрочное равновесие и предложение конкурентной фирмы	76
9.3. Долгосрочное равновесие и предложение конкурентной фирмы	79
9.4. Эффективность функционирования рынка совершенной конкуренции	80
10. РАВНОВЕСИЕ ЧИСТОГО МОНОПОЛИСТА И СПОСОБЫ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ МОНОПОЛЬНОЙ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ	83
10.1. Понятие и характерные признаки чистой монополии	83
10.2. Определение цены и объемов производства чистым монополистом	84
10.3. Последствия функционирования рынка чистой монополии	86
11. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ	89
11.1. Понятие и признаки рынка монополистической конкуренции	89
11.2. Равновесие монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах функционирования	90
11.3. Последствия проявления монополистической конкуренции на микроэкономических рынках	92
12. РАВНОВЕСИЕ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ОЛИГОПОЛИЙ И МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ОЛИГОПОЛИСТОВ	95
12.1. Понятие и характерные признаки олигополистического рынка	95
12.2. Модели поведения олигополистов	95
12.3. Последствия функционирования олигополистического рынка	98
13. АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМ-МОНОПОЛИСТОВ	101
13.1. Объективная необходимость проведения государством антимонопольной политики	101
13.2. Антимонопольное законодательство как инструмент государственного регулирования монополий	102
13.3. Антимонопольная политика в отношении естественных монополий	103
14. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА	105
14.1. Понятие рынка факторов производства, его отличия от рынка благ и функции, выполняемые в экономической системе	105
14.2. Особенности формирования спроса и предложения факторов производства	106
14.3. Основные правила использования фирмой факторов производства	108
14.4. Равновесие рынка факторов производства	109

15. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	113
15.1. Особенности функционирования совершенно-конкурентного рынка труда и основные правила найма дополнительного работника	113
15.2. Модели функционирования рынка труда при несовершенной конкуренции.....	116
16. РЫНОК ЗЕМЛИ И ЗЕМЕЛЬНАЯ РЕНТА.....	121
16.1. Особенности земли как фактора производства.....	121
16.2. Экономическая природа ренты и условия ее возникновения.....	121
16.3. Рента и цена земли.....	123
17. РЫНОК КАПИТАЛА И ПРОЦЕНТНЫЙ ДОХОД.....	127
17.1. Общая характеристика капитала как фактора производства.....	127
17.2. Процентная ставка как форма дохода на капитал	128
17.3. Определение стоимости денег во времени (принцип дисконтирования)	129
18. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА.....	132
18.1. Сущность и функции предпринимательства.....	132
18.2. Экономическая характеристика предпринимательства	133
18.3. Прибыль как форма вознаграждения за услуги предпринимателя.....	134
19. МЕХАНИЗМ ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ РЫНКОВ И ЭФФЕКТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ.....	137
19.1. Методология анализа достижения общего равновесия микроэкономических рынков и обоснование эффекта обратной связи	137
19.2. Модель общего равновесия Л. Вальраса	140
20. ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ И ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ	143
20.1. Понятие и виды внешних эффектов.....	143
20.2. Производство продукции с положительным и отрицательным внешними эффектами	144
20.3. Особенности производства и распределения общественных благ в рыночной экономике.....	146
21. ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЫБОРА НА РЫНКАХ С АСИММЕТРИЧНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ.....	149
21.1. Сущность информационной асимметрии и последствия ее проявления на микроэкономических рынках. Методы измерения риска.....	149
21.2. Способы минимизации риска в условиях неполной информации.....	150
21.3. Аукцион как способ минимизации асимметрии информации	152
Раздел. 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО КУРСУ «МИКРОЭКОНОМИКА»	155
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	173
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	180

Учебное издание

Суханова Татьяна Викторовна

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебное пособие

В авторской редакции

Верстка Т.А. Лильп

Подписано в печать 11.03.14. Формат 60×84/16.
Бумага офисная «Снегурочка». Печать на ризографе.
Усл.печ.л. 10,67. Уч.-изд.л. 11,5. Тираж 80 экз.
Заказ № 67.



Издательство ПГУАС.
440028, г. Пенза, ул. Германа Титова, 28.