

**Формирование и эволюция
современной
экономической мысли**



Маржиналистская революция и генезис неоклассики.

**Понятие маржиналистской революции:
содержание и главные составляющие.**

Австрийская школа предельной полезности.

Понятие маржиналистской революции: содержание и главные составляющие.

Маржиналистская революция – резкие методологические и теоретические сдвиги в экономической теории.

Предельные категории – основной инструмент маржинализма



Понятие маржиналистской революции: содержание и главные составляющие.

Этапы маржиналистской революции

I этап (70 –е – 80 –е гг. XIX в.)

К. Менгер, У. С. Джевонс, Л. Вальрас

II этап (80 –е – 90 –е гг. XIX в.)

А. Маршалл, Д.Б. Кларк, В. Парето

Понятие маржиналистской революции: содержание и главные составляющие.

Школы маржинализма



Австрийская

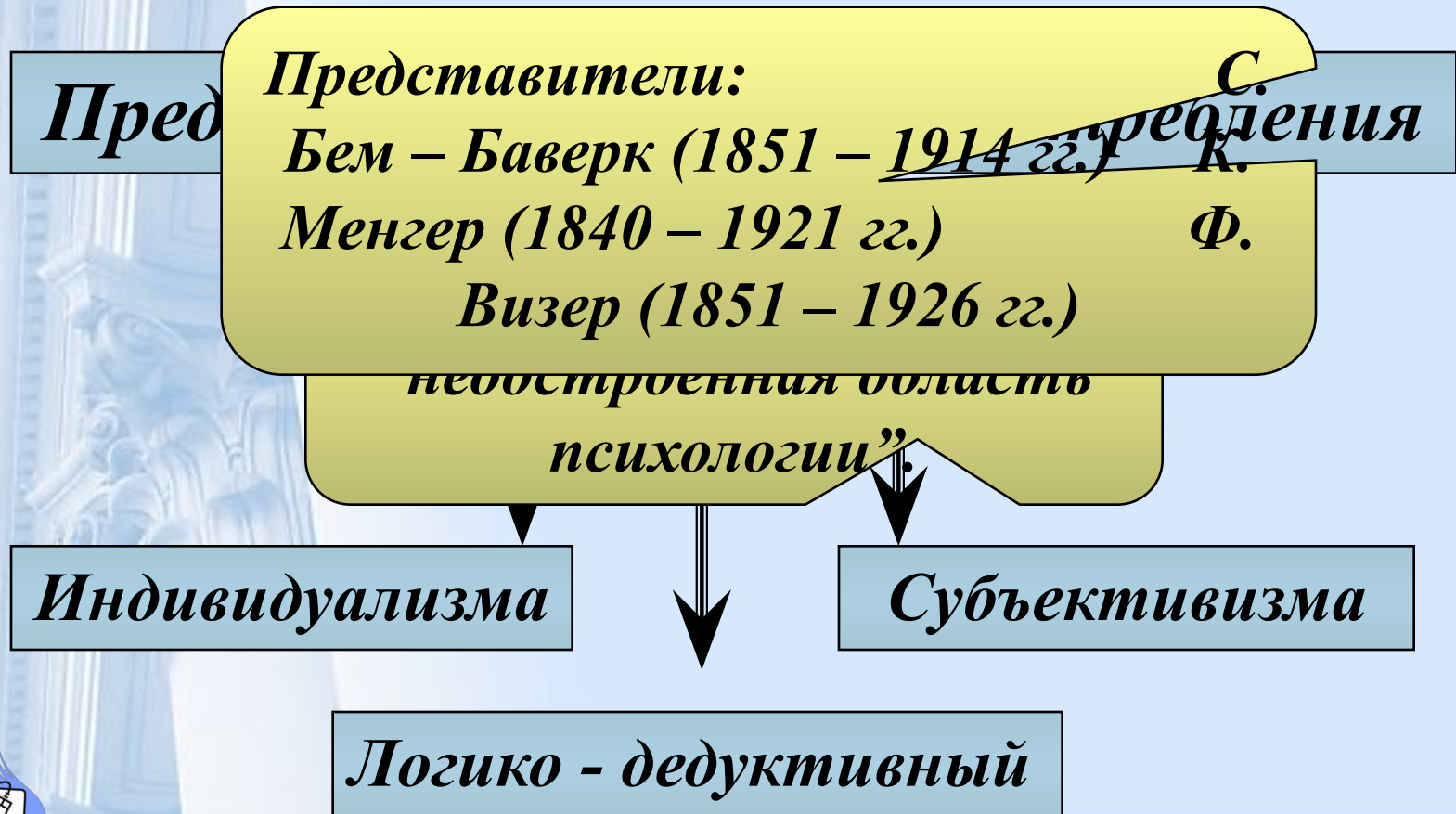


Англо – американская



Лозаннская

3.1.2. Австрийская школа предельной полезности.



Австрийская школа предельной полезности.

Ценность
экономичес

Цена

“Капитал есть не что иное, как совокупность промежуточных продуктов, которые созданы на каждом этапе долгого производственного цикла”

Бем-Баверк
помощью, продукта

Разница цен благ
настоящих и будущих

капитал
и процент

Лозаннская школа маржинализма.

Первым разработал теорию

Л. Ва

Для всех типов экономики:

(18.

Структура производства оптимальна, когда увеличение производства одного блага неосуществимо без одновременного снижения производства другого блага

~~для других.~~

каждый хозяйственный субъект максимизирует свою функцию полезности при заданных бюджетных ограничениях



Неоклассическая (англо – американская) школа маржинализма

*А. Маршалл
(1842 – 1924)*

*Разработал теорию
спроса и предложения в
рамках частичного
экономического
равновесия*

*Дж. Б. Кларк
(1847 -1938)*

*Развил теорию
предельной
полезности,
разработал теорию
предельной
производительности*



Неоклассическая (англо – американская) школа маржинализма

Теоретические положения

Производители, чьи издержки ниже издержек равновесия, получают сверхприбыль или “квази-ренду”

спроса и цены предложения

потребителя и продавца