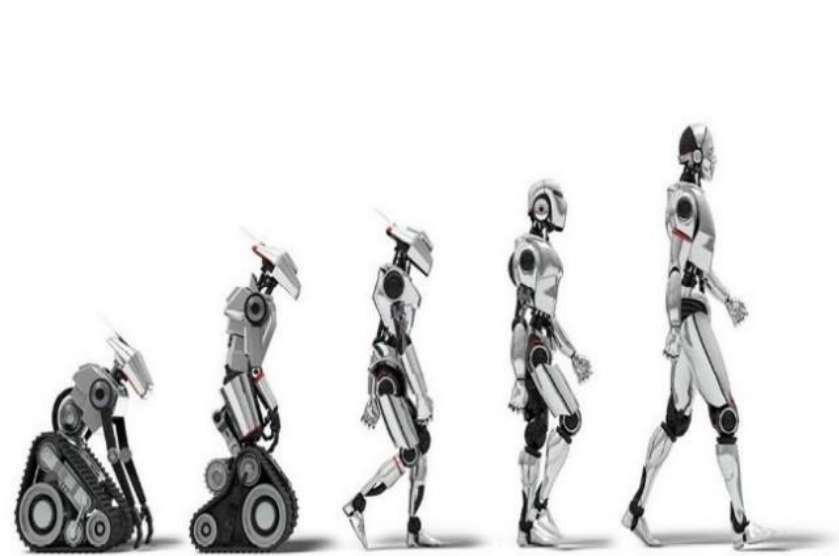




Внимание!

У Марии Ивановны нет специального образования, достаточного для того, чтобы преподавать обществознание.

Я вас предупредила.



Предложение на рынке с
совершенной
конкуренцией.

Рациональный потребитель купит дополнительную единицу товара, если его выгоды превышают издержки.

Рациональный продавец продаст дополнительную единицу товара, если его издержки производства меньше дополнительного дохода, который он может получить от продажи.



Студент Гарри и
минимальная выкупная
цена пластиковых
бутылок.



Продавцы большинства товаров будут предлагать больше их количества при увеличении цен.

Количество товара соответствующее каждой цене, для кривой предложения на рынке в целом – это суммы величин предложения для всех индивидуальных продавцов на рынке при этой цене.

Наклон вверх кривой предложения отражает тот факт, что маржинальные издержки имеют тенденцию к росту. Тому есть 2 причины:

1. Каждый индивид сначала использует свои наиболее привлекательные альтернативы.
2. Различные потенциальные продавцы имеют разные альтернативные издержки

1.



2.



Прибыль – разность между валовым доходом фирмы, полученным от продажи ее продукта и всеми издержками (явными и неявными), понесенными при его производстве.

Максимизирующая прибыль фирма
– фирма, чьей важнейшей целью
является максимизация разности
между ее валовым доходом и всеми
издержками

Рынок с совершенной конкуренцией
– рынок, на котором существуют
индивидуальные поставщики,
оказывающие существенное влияние
на рыночные цены продуктов

Ценополучатель – фирма, которая не оказывает влияние на цену, по которой продается ее продукт

Принцип соотнесения издержек и выгод

Фирма, работающая в условиях совершенной конкуренции, должна увеличивать объем производства до тех пор, пока цена продукта превышает маржинальные издержки

Закон убывающей отдачи

Маржинальные издержки растут при расширении производства



**PROBLEMS
AHEAD**

В этих условиях лучший вариант действий для фирмы:
предложение такого количества продукции, при котором ее
цена и маржинальные издержки равны

Эффективность, обмен и
невидимая рука рынка

Бухгалтерская прибыль = Валовый доход – Явные издержки

Явные (эксплицитные) издержки – фактические платежи фирмы за используемые ею факторы производства и другие ресурсы.

Бухгалтерская прибыль – разность между валовым доходом фирмы и ее явными издержками.

Неявные (имплицитные) издержки – альтернативные издержки всех ресурсов, предоставляемых фирме ее собственниками.

Экономическая прибыль или **сверхприбыль** – разность между валовым доходом фирмы и суммой ее явных и неявных издержек.

Нормальная прибыль – альтернативные издержки ресурсов, предоставляемых фирме ее собственниками, равные разности бухгалтерской и экономической прибыли.



Экономический убыток – экономическая прибыль на уровне ниже нуля.

Функции цены

1. Функция распределения товаров – функция цены по распределению ограниченных товаров между потенциальными потребителями в пользу тех, для кого они представляют большую ценность.
2. Функция распределения ресурсов – функция цены по распределению ресурсов между различными секторами экономики и рынками.



Теория невидимой руки (А. Смит)


Рыночная система преобразует независимые действия отдельных покупателей и продавцов, совершаемые ими в собственных интересах таким образом, что они обеспечивают наиболее эффективное распределение ресурсов





CAPITAL

in the Twenty-First Century



THOMAS PIKETTY

TRANSLATED BY ARTHUR GOLDHAMMER



Входные барьеры – любые силы, которые препятствуют вхождению фирм на новый рынок.

Экономическая рента – часть платы за фактор производства, превышающая зарезервированную собственником этого фактора цену; при более низкой цене собственник не будет предлагать этот фактор производства на рынок.



gettyimages®
VALERY HACHE

156438466

Рыночное равновесие



Эффективность (эффективность Парето) – ситуация в которой отсутствует возможность улучшить благосостояние одних людей без ухудшения положения других.

Монополия, олигополия и монополистическая конкуренция

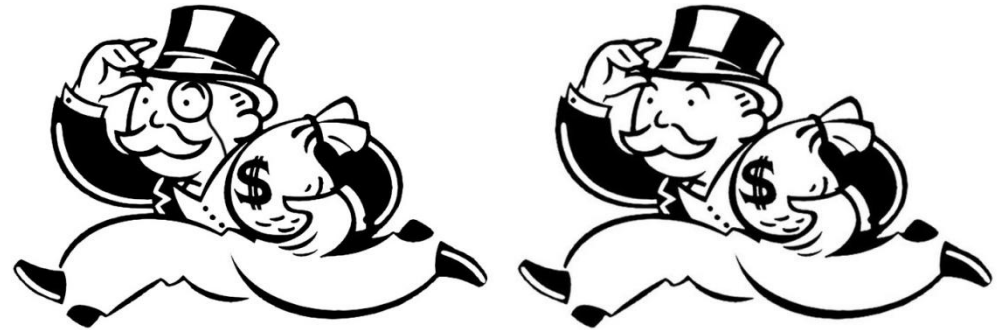
**Фирма на рынке с
несовершенной
конкуренцией
(ценодатель) –**
фирма, имеющая по
меньшей мере
некоторый контроль
над ценами своих
продуктов.



Чистая монополия –
единственный поставщик
уникального продукта, не
имеющего товаров-
заменителей.



Монополистическая конкуренция – отраслевая структура, в которой значительное количество конкурирующих фирм производят похожие, но не полностью взаимозаменяемые продукты.





Олигополия –
отраслевая
структура, в которой
небольшое
количество крупных
фирм производят
похожие или
полностью
взаимозаменяемые
продукты.



МЕГАФОН





Власть над рынком –
способность фирмы
увеличивать цену товара без
потери всего своего объема
продаж



Факторы, рождающие власть над рынками:

- Исключительный контроль над важными ресурсами
- Патенты и авторские права
- Правительственные лицензии, франшизы
- Экономия, обусловленная масштабом
- Сетевая экономика

Естественная монополия –
монополия, возникающая
вследствие наличия
экономии, обусловленной
масштабом (возрастающая
отдача от масштаба)



Средние общие издержки –
отношение общих издержек
фирмы к объему
производства

**Средние постоянные
издержки** – отношение
постоянных издержек
фирмы к объему
производства