

**1. Предмет и метод микроэкономики.  
Принципы и законы экономики.  
Основные школы и направления  
развития экономической мысли**

# Экономическая теория. Этапы.

- **Хрематистика.** Наука о богатстве.  
Аристотель.
- **Политическая экономия.** Наука о ведении хозяйства. А. Монкретьен. 1615 г.
- **Экономикс.** Наука о том, как эффективно использовать или управлять редкими, ограниченными ресурсами с целью удовлетворения растущих потребностей.  
А. Маршалл. 1890 г.

# Политэкономия и экономикс. Сравнительный анализ

## Различия

### Политэкономия

*Цель:* Познание экономических Законов, противоречий

*Объекты анализа:* Способ производства  
ПС и ПО

*Исходная теория:* Трудовая теория  
Стоимости

*Методология:* Объективный анализ

*Сферы анализа:* Общественное производство

*Основная функция (роль):* Формирование  
мировоззрения

### Экономикс

Экономическая эффективность

Рынок

Маржинализм (MU,MP)

Субъективный анализ

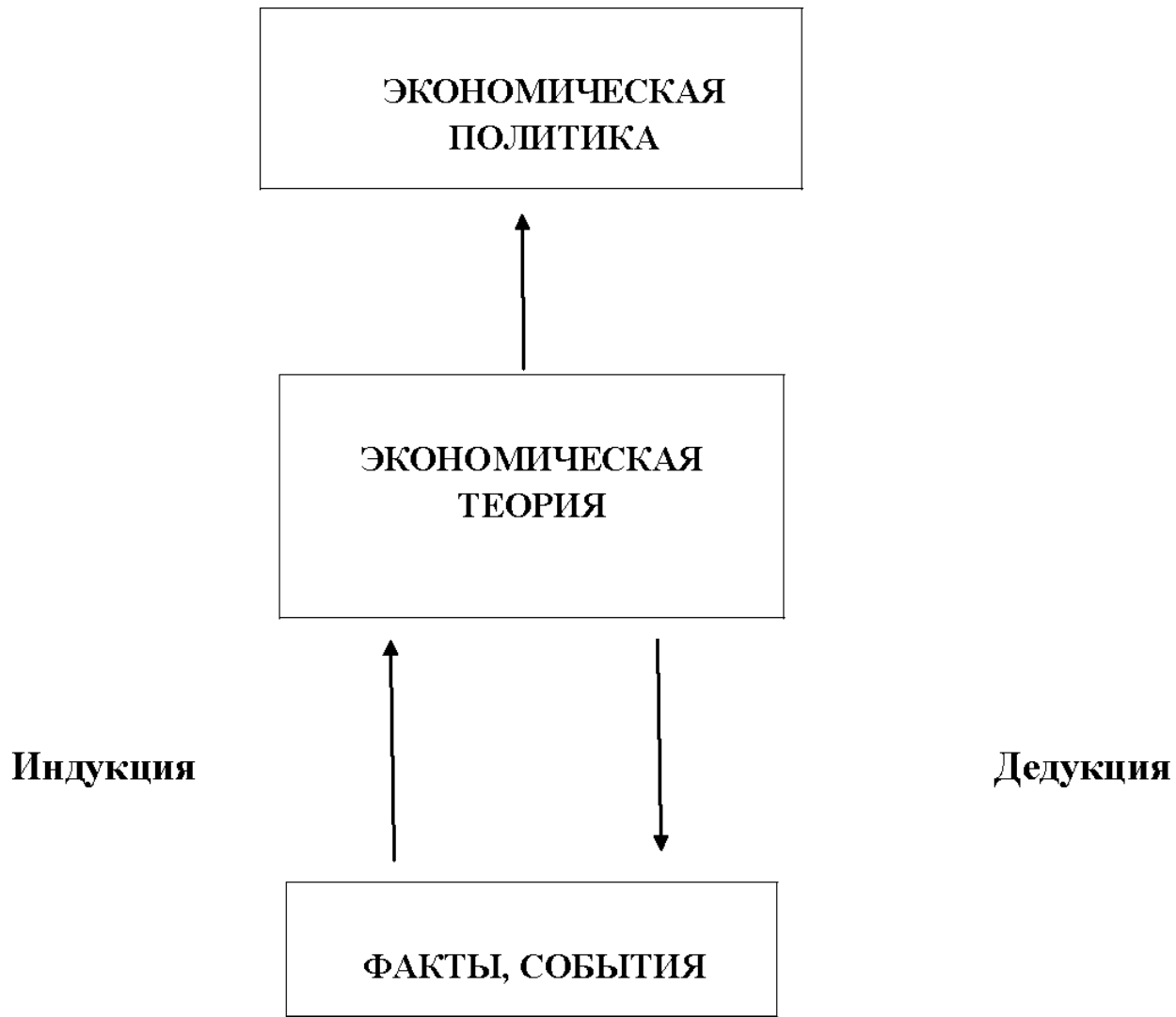
Сфера обмена

Програматическая (Практическая)

# Микроэкономика

## Методология

- Ограниченность ресурсов.
- Экономический выбор
- Экономическая свобода
- Рациональное поведение
- Маржинализм
- Периоды анализа рынка
- Сравнительная статика и экономическая динамика
- Экономическое равновесие
- Функциональный анализ и графики
- Позитивный и нормативный подход
- При прочих равных условиях
- Микроэкономические модели



# Основные школы и направления развития экономической мысли

## 1. Меркантилизм (XVI-XVII века)

Представители: Т.Манн, Стаффорд, Дж.Ло, А.Монкретьен. В России: Крижанич, Ордын-Нащокин, Посошков.

Главное богатство – деньги (золото). Основа богатства – торговля. Приток золота в страну за счёт протекционизма (поощрение экспортера, ограничение импорта). Денежный, торговый баланс.

## 2. Физиократы (XVIII век)

Физиократос - власть природы. Главный фактор экономики: земля, источник богатства - труд на земле..

Представители: –Ф. Кенэ («Экономическая таблица»), А.Тюрго.

## 3. Классическая английская политэкономия, (XVII-XIX века)

Представители: А.Смит, Д.Рикардо, У.Петти. Основа экономики - производство материальных благ. (Трудовая теория стоимости, товара и денег.) Закон невидимой руки.

## 4. Маржинализм (конец XIX века)

Теория предельных величин. Австрийская и математическая школа.

## 5. Неоклассическое направление (синтез классической теории и маржинализма, начало XX века)

Представители: А. Маршалл «Принципы экономической теории» (1890г.)

Теория экономикс, основы микроэкономики.

## 6. Кейнсианство (макроэкономика, 30-40 – 70-е гг. XX века)

Представители: Д.М.Кейнс Теория государственного регулирования рыночного хозяйства, теория эффективного спроса. Работа «Общая теория занятости, процента и денег»(1936 г.).

## 7. Монетаризм (60-90 гг. XX века)

М.Фридман. Количественная теория денег. Регулирование экономики через денежную массу.

## 8. Институционализм (20-70 гг. XX века)

Экономика рассматривается во взаимосвязи с другими институтами общества. Критика хомоэкономикс. Направления институционального анализа: правовое (Дж.Коммонс), социальное (Т.Веблен), математико-статистическое (У.Митчелл).теория индустриального общества (Гелбрейт)

## **2.Основные факторы производства. Закон редкости ресурсов. Факторные доходы**

Теория факторов производства (Ж.Б.Сей, А. Маршалл)

- Земля (природные ресурсы) – рента
- труд (рабочая сила) – зарплата
- капитал (инвестиции) –процент
- предпринимательство - прибыль

### **Закон редкости ресурсов:**

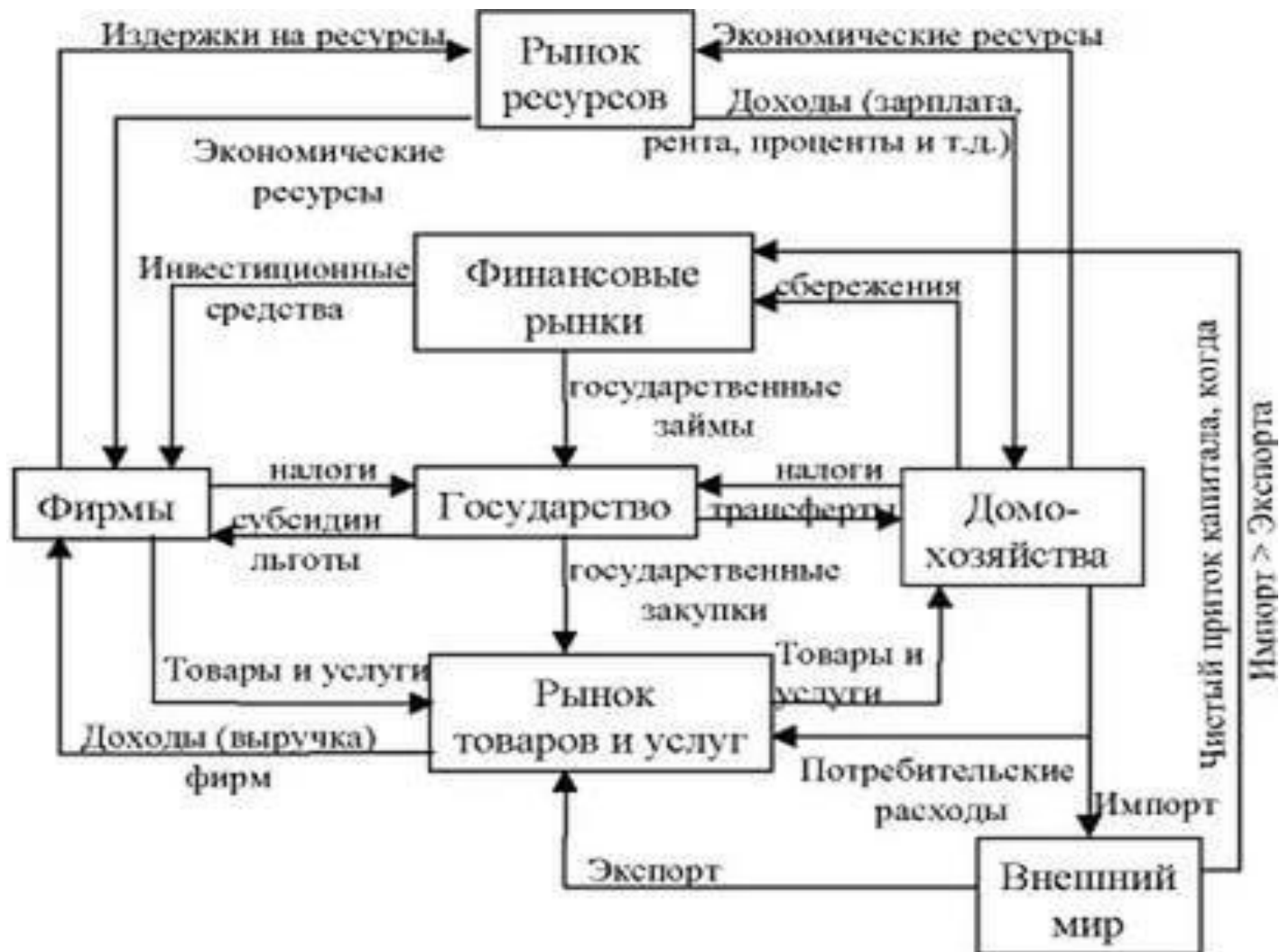
все ресурсы редки и ограничены, т.к.  
потребности безграничны

**3.Кругооборот ресурсов, благ и доходов. Ресурсы и  
производственные возможности. Закон  
возрастающих альтернативных издержек.**



# Модель круговых потоков

Потоки: ресурсы – блага  
доходы- расходы  
утечки - инъекции



# Линия производственных возможностей Кривая трансформации

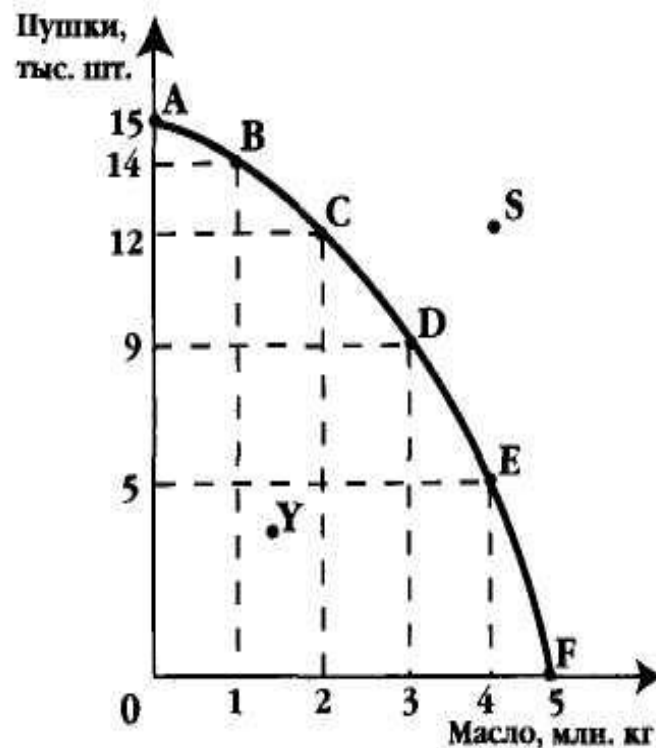


Рис.3.1.

*Кривая производственных возможностей  
(кривая трансформации)*

# Модель линии производственных возможностей (ЛПВ)

- Модель производства альтернативных благ.
- Построена на идее эффективного использования ресурсов.
- Линия позволяет ответить на вопрос «**Что производить?**» Проблема выбора.
- **Виды ЛПВ:**
  - выпуклая форма. Действует **закон возрастающих альтернативных издержек.**

**Альтернативные издержки (стоимость)** ,вмененные, издержки упущенных возможностей, **экономические** : показывают, от чего необходимо отказаться в пользу увеличения производства данного блага (Ф.Визер)

- прямая линия. Полная взаимозаменяемость двух благ.

# **4. Рынок, его принципы и функции. Законы рынка.**

# Принципы функционирования рынка

- Естественность хозяйственных связей
- Партнёрство
- Экономическое и правовое равенство
- Экономическая свобода
- Доведение товара до покупателя
- Свободное ценообразование
- Конкуренция
- Социальная защита населения
- Гарантии риска
- Отсутствие стабильности

**Законы рынка:** закон спроса, закон предложения, закон стоимости, закон денежного обращения, .....

# Функции рынка

- Рынок соединяет продавцов и покупателей (производителей и потребителей)
- Информационная (открытость экономики)
- Стимулирующая (эффективное использование ресурсов )
- Регулирующая (рыночный механизм выступает как саморегулирующий).

# Структура рынка

- В зависимости от **объектов трансакций** (рынки товаров и услуг, факторные рынки, финансовые, рынки производственной инфраструктуры, рынки социальной инфраструктуры и др.)
- В зависимости от **участников** (рынки продавцов, покупателей, посредников, государственных услуг)
- **Территориальный признак** (местный, локальный, региональный, федеральный, мировой рынок)
- В зависимости от **характера продаж** (эксклюзивный, розничный, оптовый, биржевой);
- В зависимости от степени **легальности** (легальные, нелегальные)
- В зависимости от **степени конкурентности** (рынок свободной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, рынок олигополии, монополия, монопосония)

# Провалы, фиаско, отказы рынка

- Монополия
- Несовершенная информация (асимметрия информации)
- Внешние эффекты
- Общественные блага



## **5. Конкуренция в рыночной экономике**

# Конкуренция (Виды)

1. В зависимости от участников:

- среди покупателей, потребителей
- среди производителей: внутрифирменная, внутриотраслевая (конкуренция субститутов), межотраслевая
- между сферами экономики: производство, торговля, финансы

2. В зависимости от степени конкурентности: совершенная и несовершенная (монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, монополия)

3. В зависимости от методов конкурентной борьбы: ценовая и неценовая конкуренция

4. «Недобросовестная конкуренция»

## **5 сил конкуренции М.Портера ( угрозы для фирмы)**

- борьба между существующими фирмами в отрасли
- угроза появления товаров- субститутов
- угроза со стороны поставщиков ресурсов
- угроза со стороны покупателей продукции
- угроза появления новых конкурентов (со стороны других отраслей)

# Конкурентная стратегия фирмы на рынке (виды)

- **Монополизация** (захват)рынка с целью уменьшения числа конкурентов
- **Интеграция** с другими фирмами

Виды интеграции :

**Горизонтальная**- объединение предприятий одной отрасли, находящихся на одной стадии производственного процесса.

**Вертикальная** – объединение предприятий разных отраслей, находящихся на разных стадиях производственного процесса.

# **6.Монополизм и его виды**

# Монополизм и виды монополий

**Монополизм**- превосходство, доминирующее положение на рынке или исключительное право отдельных субъектов.

**Монополизм** проявляется во всех сферах экономики и связан с конкуренцией.

Конкуренция может привести к монополии

**Монополия** может быть положительной (естественная) и отрицательной (искусственная)

**Естественная** монополия обусловленной объективными факторами.

**Искусственная** монополия достигается определенными действиями (экономическими, финансовыми, организационными, легальными и нелегальными)

# Классификация монополий по сферам и формам проявления

- **Природная** монополия (естественная и искусственная)
- **Правовая (патентная)** монополия (естественная)
- **Производственная** монополия (естественная)
- **Экономическая, организационная** монополия (искусственная): картель, синдикат, трест, пул, корпорация, концерн, конгломерат, консорциум, холдинг, финансово-промышленная группа (ФПГ), кластер, транснациональная компания (ТНК)
- **Государственная** монополия (естественная и искусственная)

Роль государства – антимонопольное законодательство

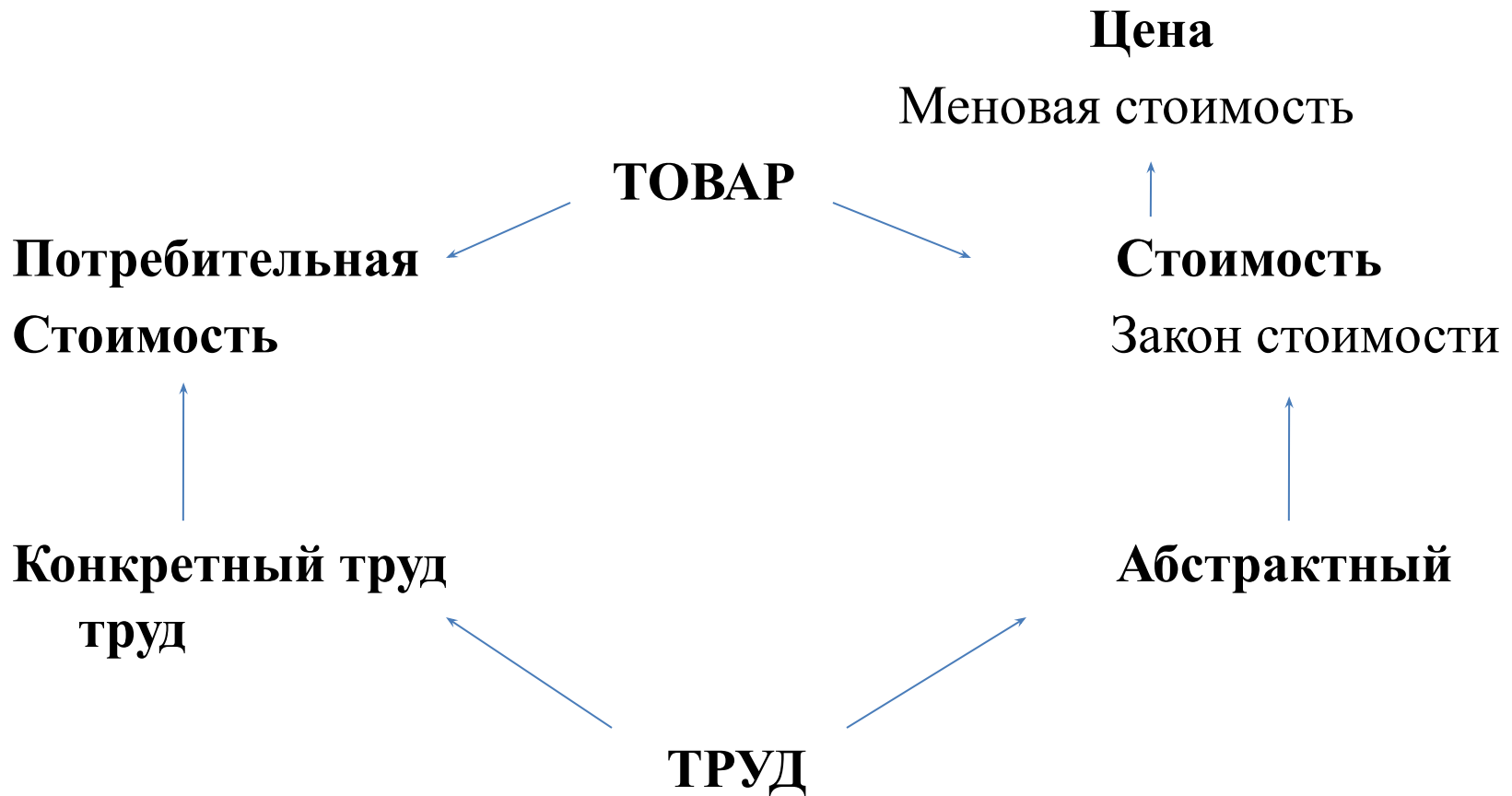
## **7. Блага и их классификация. Товар и его анализ в экономической теории.**



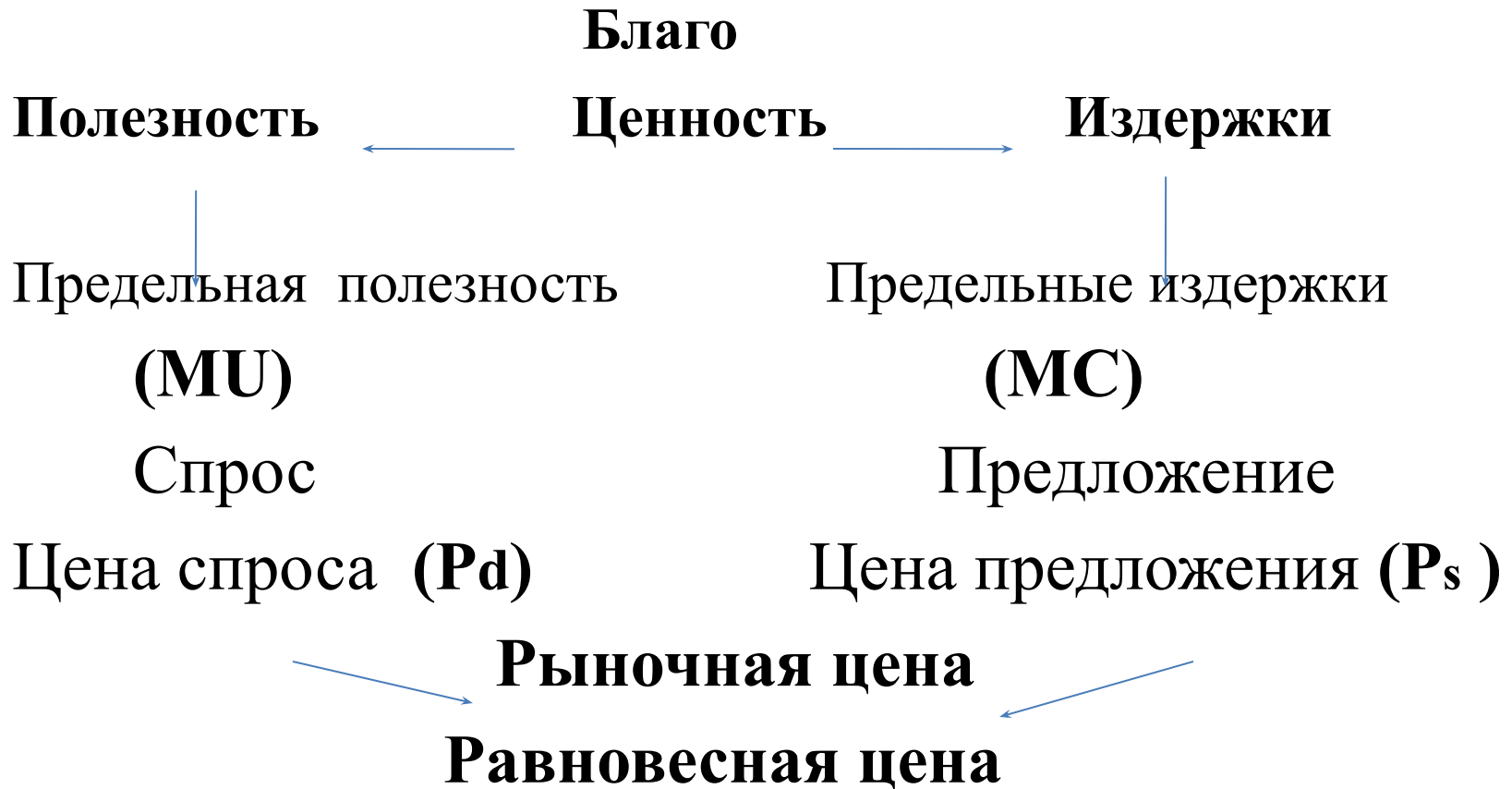
## Виды благ

- Материальные и нематериальные
- Продукты и услуги
- Блага для настоящего и блага для будущего
- Краткосрочные и долгосрочные
- Иссякаемые и неиссякаемые
- Рациональные и иррациональные
- **Экономические (редкие) и неэкономические (свободные)**
- **Частные и общественные**

# Товар (трудовая теория стоимости)



# Товар (неоклассики, экономикс)



**8. Деньги, их происхождение и сущность.  
Теории денег. Функции денег. Денежное  
обращение. Денежные реформы**

# Деньги

- **Всеобщий эквивалент (К.Маркс)**
- **Все то, что выполняет роль и функции денег (Дж.Хикс)**

# Теории денег

- Металлистическая теория денег (Т.Мен, А. Монкретьен)
- Рационалистическая теория денег (Самуэльсон, Гэлбрейт)
- **Трудовая теория денег** (К.Маркс)
- Номиналистическая теория денег ( Беркли, Стюарт)
- Государственная теория денег (Кнапп)
- **Количественная теория денег** (Юм, Милль, И. Фишер)
- Функциональная теория денег (Дж.Ло)
- Социологическая теория денег (Зиммель)

## Виды денег (история)

- товарные деньги -товарно-счетный эквивалент  
-товарно-весовой эквивалент
- металлические деньги -металлочеканный эквивалент
- бумажные деньги -эмиссионный эквивалент
- банковские (кредитные) деньги -депозитный эквивалент
- электронные деньги -депозитно-электронный эквивалент ( магнитные карты, пластиковые карты)
- информационные или «сетевые» деньги

## Свойства денег

- **природные** : узнаваемость, делимость, устойчивость
- **технологические** : защита от подделки, портативность
- **экономические**: стоимость (товарные деньги, золото) ликвидность (современные деньги)
- **институциональные**: государственный инструмент



## **Функции денег (эпоха золотого стандарта)**

- мера стоимости
- средство обращения
- средство накопления, сбережения и образования сокровищ
- средство платежа
- мировые деньги

# Закон денежного обращения (К.Маркс)

$$КД = \frac{СЦ - К + П - ВП}{О}$$

Количество денег, необходимых в качестве средства обращения и платежа =  $\frac{\begin{array}{l} \text{Сумма цен реализуемых} \\ \text{товаров и услуг} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Сумма цен товаров,} \\ \text{проданных в кредит, срок} \\ \text{оплаты которых не наступил} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Сумма платежей по} \\ \text{обязательствам, срок} \\ \text{которых наступил} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Сумма взаимнопогашающихся} \\ \text{платежей} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{Среднее число оборотов денег как средства обращения} \\ \text{и платежа} \end{array}}$

# Функции денег(современная экономика)

- средство обмена (средство обращения и платежа)
- средство накопления
- счетная единица (номинал)

# Уравнение денежного обмена (И.Фишер)

$$MV = PQ$$

$MV$  - предложение денег

$PQ$  – спрос на деньги, номинальный ВВП

Уравнение количественной  
теории денег

$$MV = PY$$

где  $M$  – количество денег в обращении;  
 $V$  – скорость обращения денег;  
 $P$  – общий уровень цен (дефлятор ВВП);  
 $Y$  – реальный ВВП.

## Денежные реформы

- **девальвация**- понижение курса национальной денежной единицы (обесценивание денег)
- **ревальвация**- укрепление денежной единицы, повышение ее курса
- **деноминация**- понижение масштаба цен (реформа зачеркивания нулей)
- **нуллификация** - конфискационная реформа, изъятие денег из обращения

## **9.Цена товара, ее функции. Виды цен**

# Цена товара

**Цена-** денежное выражение стоимости товаров (политэкономия)

**Цена-** сумма денег, которая участвует в трансакции (экономикс)

**Ценообразующие факторы (теория):**

- полезность и спрос на товар
- издержки и предложение товара
- соотношение между спросом и предложением

**На цену влияют факторы(практика):**

- государственный фактор: налоги, субсидии
- финансовый фактор: процентная ставка, курс валюты
- социокультурный фактор: потребности и потребители
- внешнеэкономический фактор: экспорт и импорт, санкции
- политический фактор: политика ценообразования

**Информационная** – информация о конъюнктуре рынка, затратах на производство и реализацию продукции

**Распределительная** – посредством цены происходит перераспределение дохода между отраслями экономики, формами собственности

**Стимулирующая** – цена стимулирует производство либо потребление товара

**Функции  
цены**

**Учетная** – цена является денежным выражением стоимости товара

**Сбалансированности спроса и предложения** – если спрос превышает предложение, возникает дефицит товара, цены повышаются, и, наоборот

**Рационального размещения производства** – осуществляется перелив капитала из одного сектора экономики в другой



Признаки классификации	Виды цен
В зависимости от государственного регулирования	Свободные; регулируемые; фиксированные
По характеру обслуживаемого оборота	Оптовые и розничные
По способу фиксации	Твердые (остаточные); динамичные; плавающие
В зависимости от рынка применения	Цены товарных аукционов; биржевые; котировочные и цены торгов
По способу предоставления информации об уровне цен	Справочные, стартовые, лимитные, залоговые
По времени функционирования	Постоянные; сезонные; ступенчатые
По рынкам обслуживания	Цены на потребительские товары и средства производства
Мировые цены	Экспортные, импортные; контрактные; индикативные
По субъекту, чьи интересы выражает	Цена производителя; цена потребителя

**Схема 8.15. Классификация цен**

**10.Спрос. Функция спроса. Закон спроса.**

# Спрос (demand)

- **Спрос (D)** - желание купить определенное количество товара по определённой цене, при определенных условиях, в данное время.
- **Виды спроса:**
  - индивидуальный
  - рыночный
  - совокупный (макроэкономика)
- **Функция спроса:**  $Q_{Dx} = f P_x$ , неценовые факторы  
линейная зависимость  $Q_{Dx} = a - b P_x$
- **Цена спроса** - максимальная (резервная) цена, которую готов платить за товар покупатель. Зависит от предельной полезности (MU)

# **Закон спроса**

**При прочих равных условиях снижение цены товара сопровождается увеличением объема спроса.**

**Обоснование закона спроса:**

- эмпирические наблюдения
- закон убывающей предельной полезности
- эффект дохода
- эффект замещения

## **Парадоксы закона спроса**

Парадокс Гиффена

Эффект Веблена

Цена как показатель качества

Инфляционные ожидания

# Неценовые факторы спроса

доход потребителя ( $I$ )

цена на товары-субституты ( $P_y$ ) и комплименты ( $P_z$ )

...

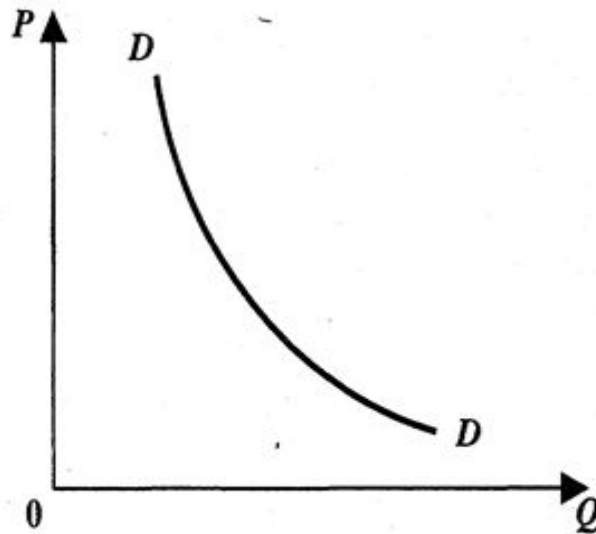


Рис. 13.1.1

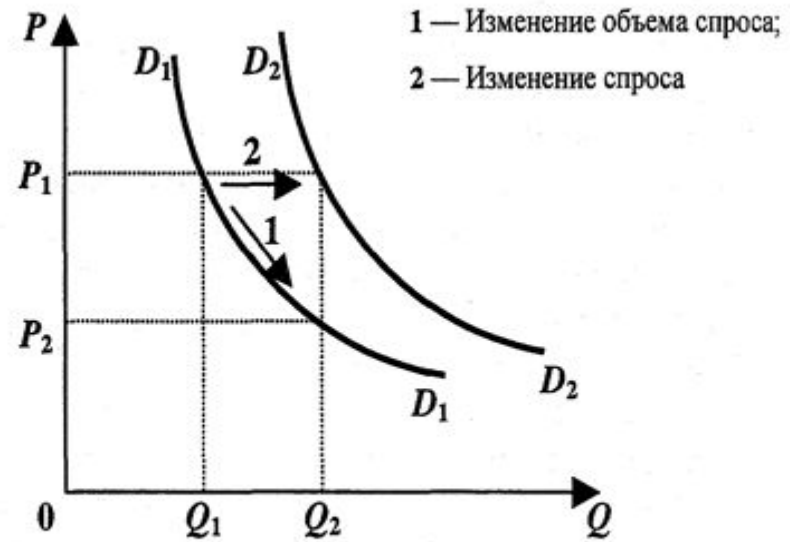


Рис. 13.1.2

# **11.Рыночный спрос**

# Рыночный спрос

- Это спрос всех покупателей на рынке данного товара.
- Графически основан на методе **горизонтального суммирования**.
- Отражает поведение покупателей на рынке.

Х.Лейбенстайн (1976г.) выделил три типичных случая взаимного влияния потребителей друг на друга:

- ✓ эффект присоединения к большинству, поведение подражательства
- ✓ эффект сноба, обратный эффект, поведение «бегство от очередей»
- ✓ эффект Веблена, эффект престижного, показного потребления;

# Метод горизонтального суммирования спроса

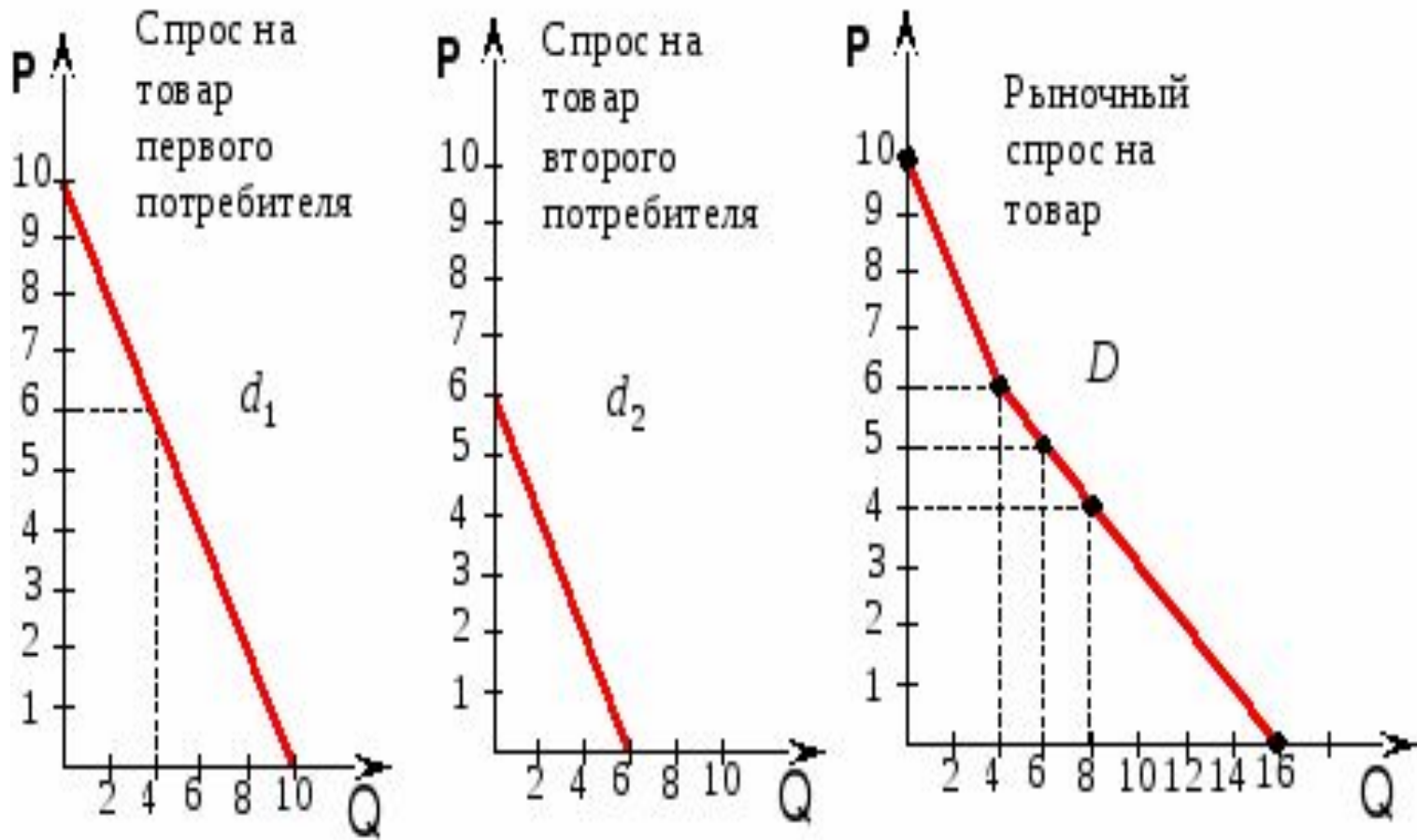


Рис. 4-2



# Ф. Котлер « Основы маркетинга»

## 8 состояний спроса

- отрицательный спрос
- отсутствие спроса
- скрытый спрос
- падающий спрос
- нерегулярный спрос
- полноценный спрос
- чрезмерный спрос
- нерациональный спрос

# **12.Предложение. Функция предложения. Закон предложения.**

# Предложение (supply)

- **Предложение (S)** – желание продавца предоставить на рынок определённое количество товара по определённой цене, при определенных условиях, в данное время.
- **Виды предложения:**
  - индивидуальное
  - рыночное
  - совокупное (макроэкономика)
- **Функция предложения:**  $Q_{sx} = f P_x$ , неценовые факторы
- **Цена предложения** - минимальная (резервная)цена, по которой готов продать товар продавец, зависит от предельных издержек (МС)

# **Закон предложения**

**При прочих равных условиях увеличение цены сопровождается ростом объема предложения**

- Предполагает «вымывание» дешевого ассортимента
- Предполагает продвижение товаров на рынки с более высокими ценами
- Не действует на отдельных рынках и в отдельных периодах

# Неценовые факторы предложения

Капитал( $K$ ), цены ресурсов ( $R$ ), цены субститутов ( $P_y$ ) и  
КОМПЛИМЕНТОВ ( $P_z$ ),...

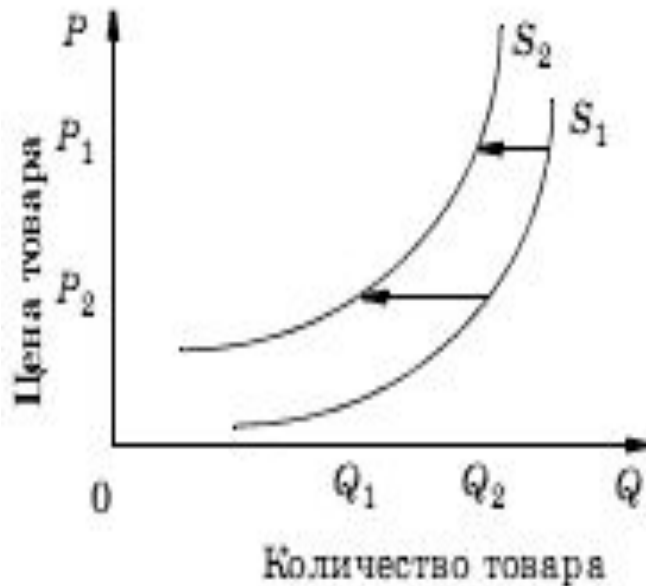


Рис. 3. Изменение предложения

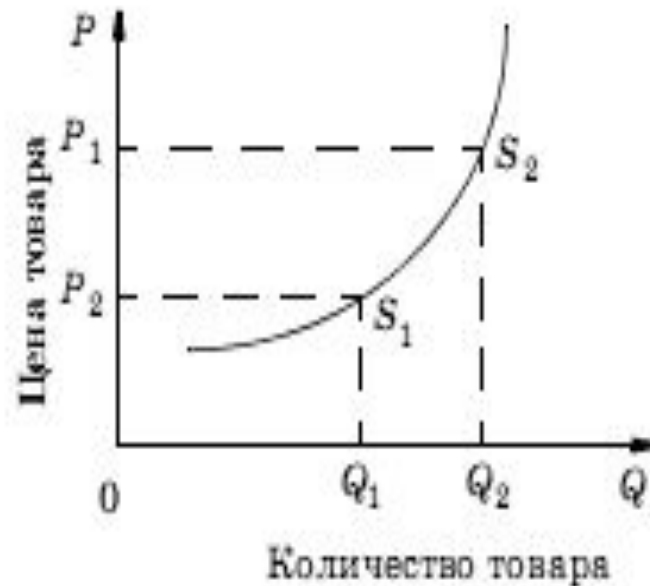


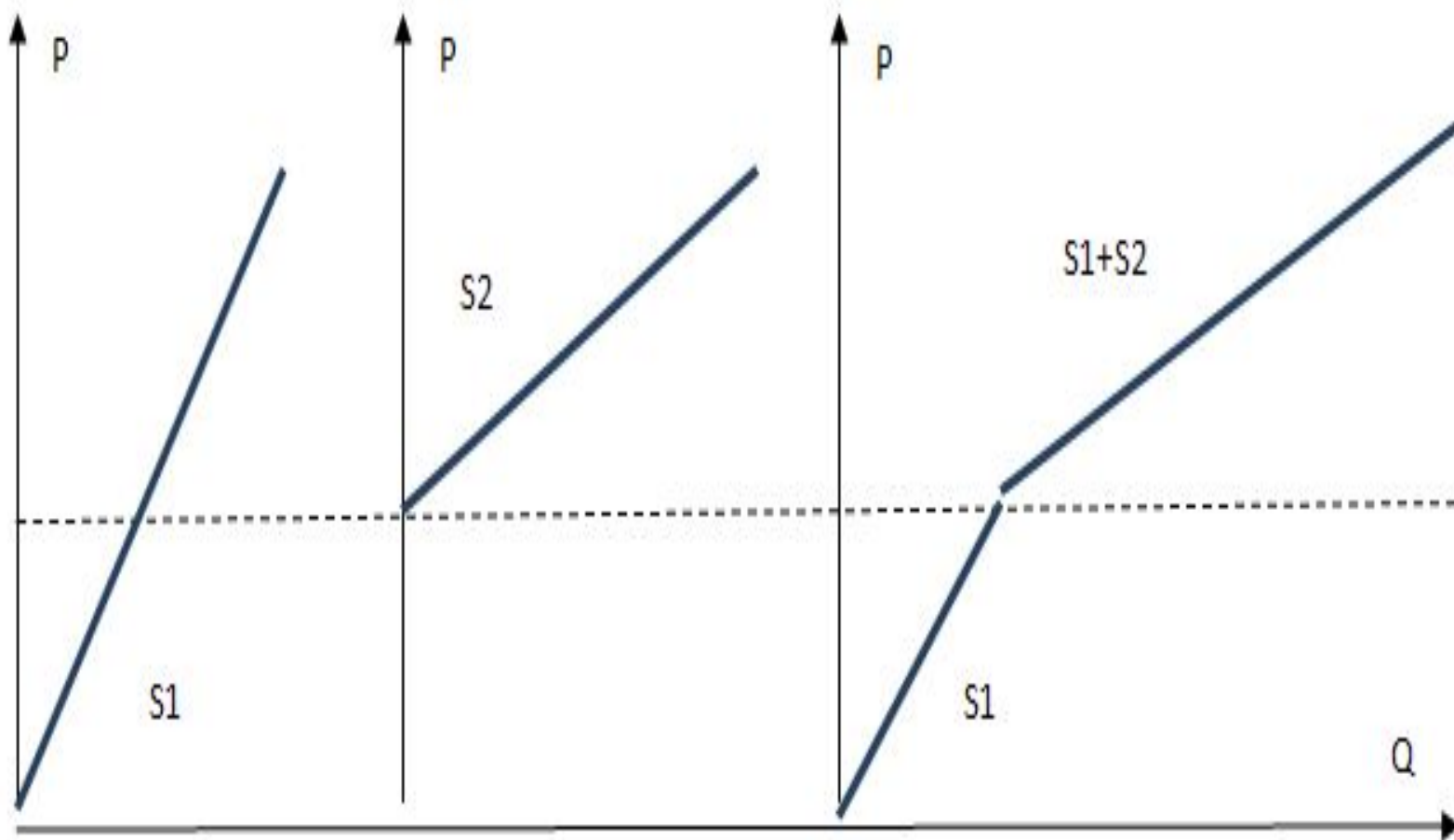
Рис. 4. Изменение величины предложения

## **13.Рыночное предложение. Предложение в периодах деятельности фирмы.**

# Рыночное предложение

- Предложение всех производителей на рынке данного товара, отраслевое предложение.
- Характеризует тип рынка.
- Графически основано на методе **горизонтального суммирования.**

# Метод горизонтального суммирования предложения





# Предложение в периодах

**Период** анализа деятельности фирмы (рынка) характеризует возможность использования факторов производства и производственных мощностей (ПМ) при данной технологии.

- **Мгновенный период** (очень короткий) -  $S_1$

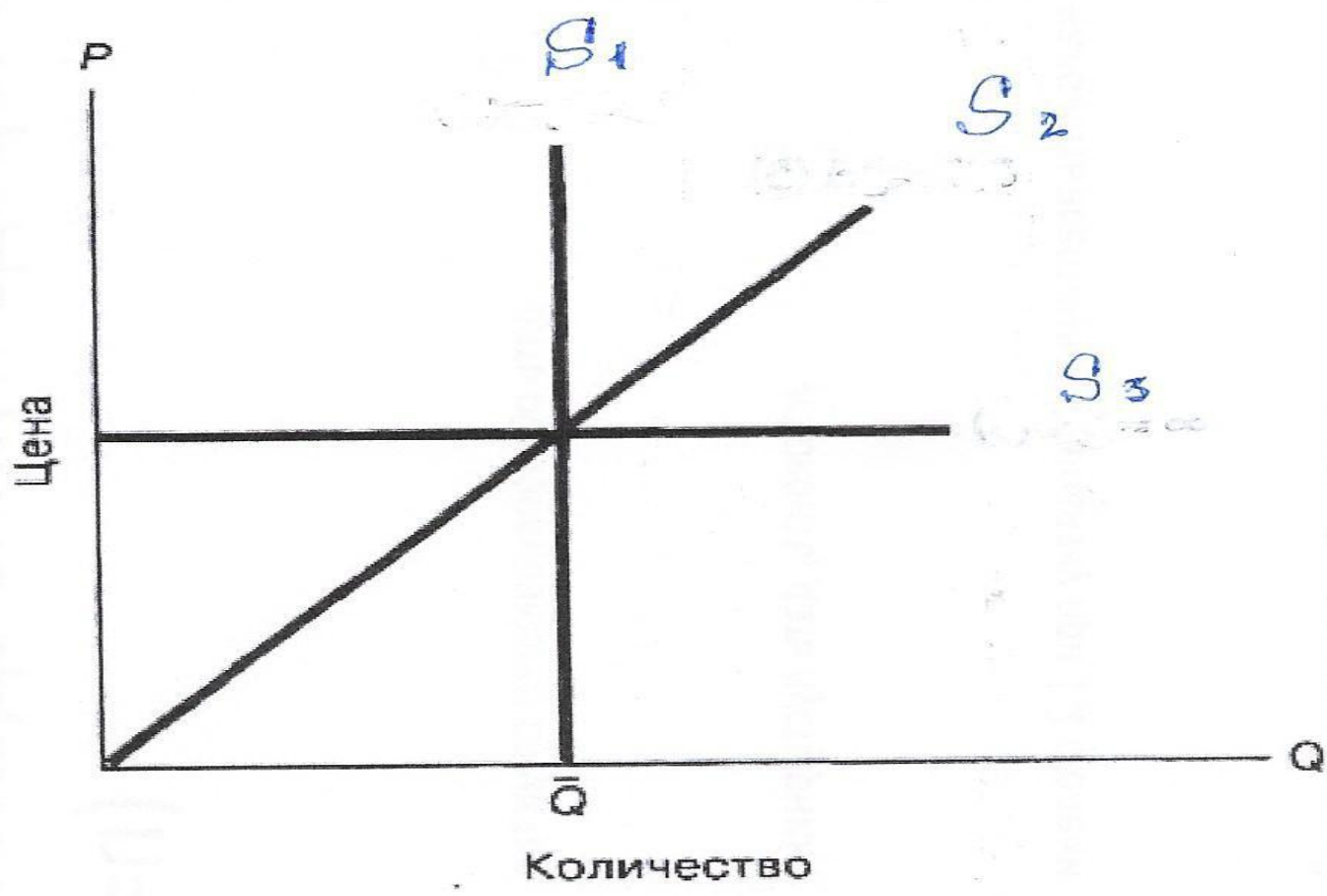
$$P \neq \text{const} \quad Q = \text{const}$$

- **Короткий период** (краткосрочный) -  $S_2$

$$P \neq \text{const} \quad Q \neq \text{const}$$

- **Длительный период** (долгосрочный) -  $S_3$

$$P \sim \text{const} \quad Q \neq \text{const}$$



**14.Эластичность спроса. Виды  
эластичности спроса. Факторы, влияющие  
на эластичность спроса.**

# Эластичность спроса

- **Эластичность** спроса отражает реакцию покупателя на изменение факторов спроса.
- **Виды эластичности спроса:**
  1. По цене (прямая). Показывает реакцию покупателя на изменение цены товара.
  2. По цене других товаров (перекрестная). Показывает реакцию покупателя на изменение цены товаров - субститутов или товаров- комплиментов.
  3. По доходу потребителя. Показывает реакцию покупателя на изменение дохода потребителя.

## Прямая эластичность спроса.

$$E_{dx} = \frac{\Delta Q_{dx} (\%)}{\Delta P_x (\%)}$$

Абсолютно неэластичные товары:  $E = 0$

Абсолютно эластичные товары:  $E = \infty$

Товары с единичной эластичностью:  $|E| = 1$

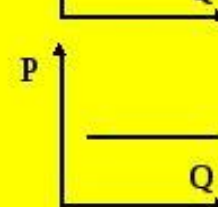
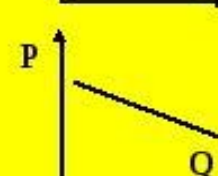
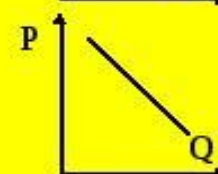
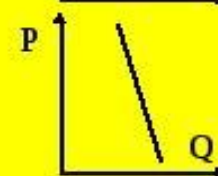
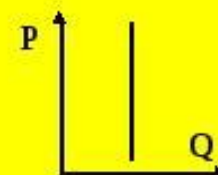
Неэластичные товары:  $|E| < 1$

Эластичные товары:  $|E| > 1$

Вид эластичности	Значение коэффициента	Соотношение изменения спроса и цены
Совершенно неэластичный спрос	$E = 0$	Цена растет (падает), спрос постоянен
Неэластичный спрос	$E < 1$	Цена растет (падает) больше, чем спрос
Эластичный спрос	$E > 1$	Цена растет (падает) меньше, чем спрос
Единичная эластичность спроса	$E = 1$	Спрос и цена изменяются в равной степени
Совершенно эластичный спрос	$E = \infty$	Спрос растет (падает), цена постоянна

# Виды ценовой эластичности спроса и их графическое представление

Виды ценовой эластичности			
Вид эластичности	Соотношение изменения цены и спроса	Коэф. эластичности	Изменение выручки от реализации при снижении цены
Совершенно неэластичный спрос	Цена изменяется – спрос постоянен	$E_d = 0$	Уменьшается
Неэластичный спрос	Цена изменяется больше, чем спрос	$E_d < 1$	Уменьшается
Единичная	Цена и спрос изменяются одинаково	$E_d = 1$	Не изменяется
Эластичный спрос	Цена изменяется меньше, чем спрос	$E_d > 1$	Увеличивается
Совершенно эластичный спрос	Спрос изменяется, цена постоянна	$E_d = \infty$	Увеличивается



## Измерение прямой эластичности

### Дуговая эластичность

$$E = -\frac{\Delta Q (\%)}{\Delta P (\%)} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_1 + P_2 / 2}{Q_1 + Q_2 / 2} = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2}$$



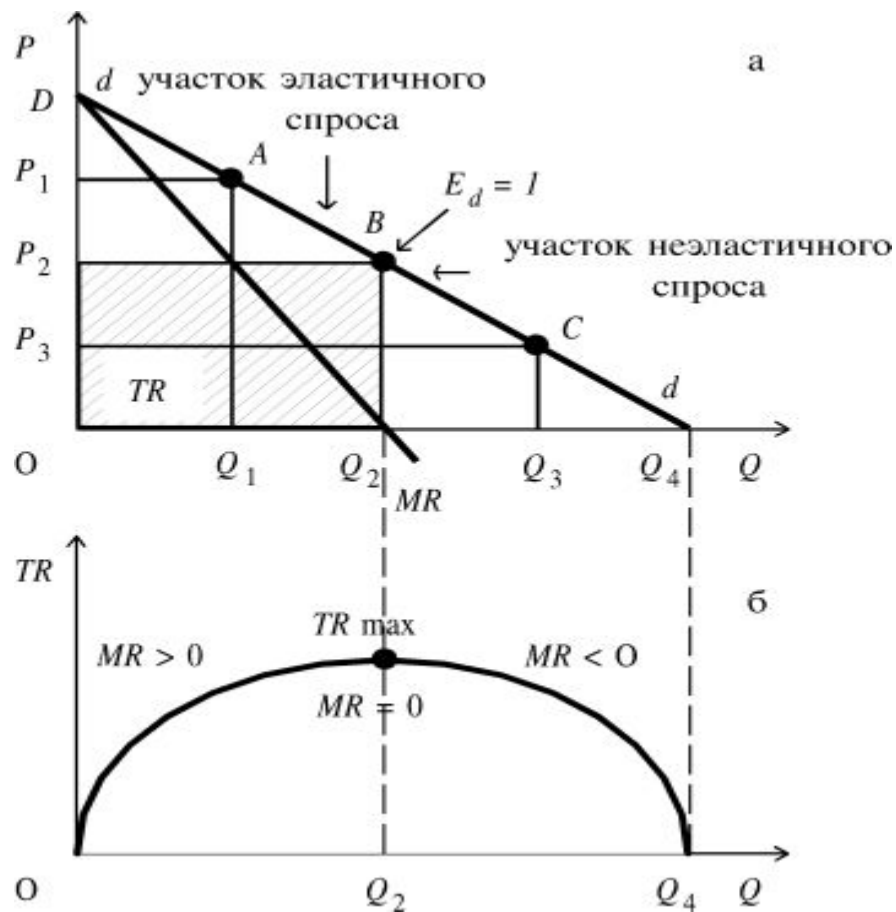
# Измерение прямой эластичности

## Точечная эластичность

$$QD_x = a - b P_x$$

$$E = -b \frac{P}{Q}$$

# Эластичность спроса по цене и выручка



## **Факторы, влияющие на эластичность спроса**

- уровень доходов потребителей
- наличие товаров- заменителей
- доля расходов на данный товар в бюджете потребителя
- границы использования данного блага в альтернативных целях
- консерватизм потребителей, их вкусы, предпочтения, привычки
- степень значимости товара для потребителя
- размеры запаса
- фактор времени, ожидания потребителя

## Перекрестная эластичность спроса

$$E_{dx} = \frac{\Delta Q_{dx} (\%)}{\Delta P_{y, z} (\%)}$$

Для товаров -субститутов (y)  $E > 0$

Для товаров- комплиментов (z)  $E < 0$

# Эластичность спроса по доходу

$$E_{dx} = \frac{\Delta Q_{dx} (\%)}{\Delta I (\%)}$$

Блага нейтральные  $E = 0$

Блага некачественные  $E < 0$

Блага нормальные  $E > 0$

Блага высококачественные  $E \gg 1$

В мировой практике по коэффициенту эластичности по доходу товары делятся на группы:

продукты питания  $0 < E < 1$

одежда и обувь  $E > 1$

предметы роскоши  $E \gg 1$

**15.Эластичность предложения. Виды эластичности предложения. Факторы, влияющие на эластичность предложения**

# Эластичность предложения

**Эластичность** предложения отражает реакцию производителя (продавца) на изменение факторов предложения.

**Виды эластичности предложения:**

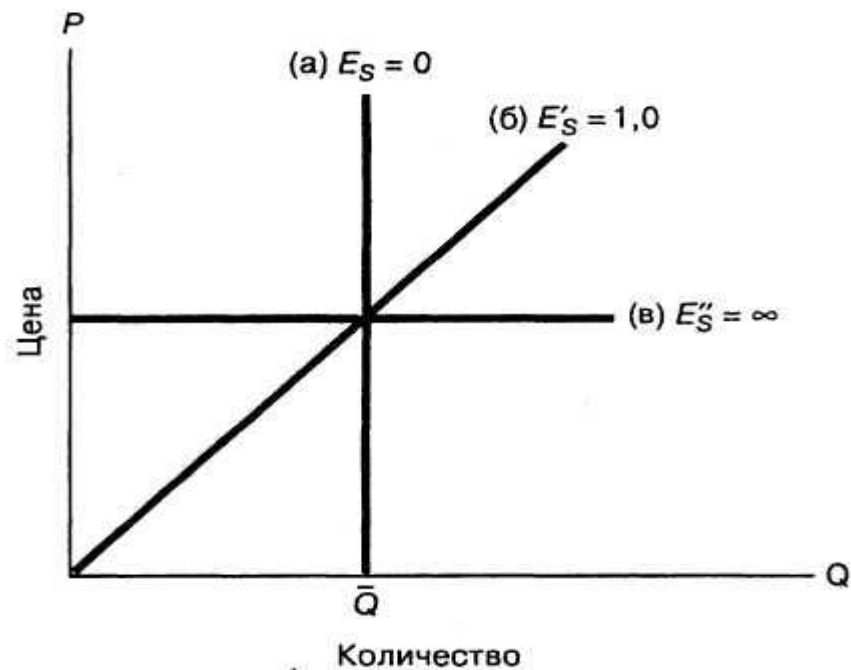
1. По цене (прямая). Показывает реакцию производителя (продавца) на изменение цены товара

2. По цене других товаров (перекрестная). Показывает реакцию производителя (продавца) на изменение цены товаров – субституттов ( $E > 0$ ) или товаров-комплиментов ( $E < 0$ )

# Прямая эластичность предложения

$$E_{SX} = \frac{\Delta Q_{SX} (\%) }{\Delta P_X (\%)}$$

Виды эластичности предложения





# Факторы, влияющие на эластичность предложения

- период деятельности фирмы
- уровень загрузки и наличие резервов используемых производственных мощностей
- применение гибких технологий
- ресурсное обеспечение производства
- финансовые ограничения, процентная ставка
- конкурентность рынка и монополии
- государственная поддержка
- развитие транспортной инфраструктуры
- условия хранения товаров

# **16. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие.**

# Крест А.Маршалла

**Рыночное равновесие** — состояние, при котором ни у кого, из экономических субъектов не возникает побуждений к его изменению.

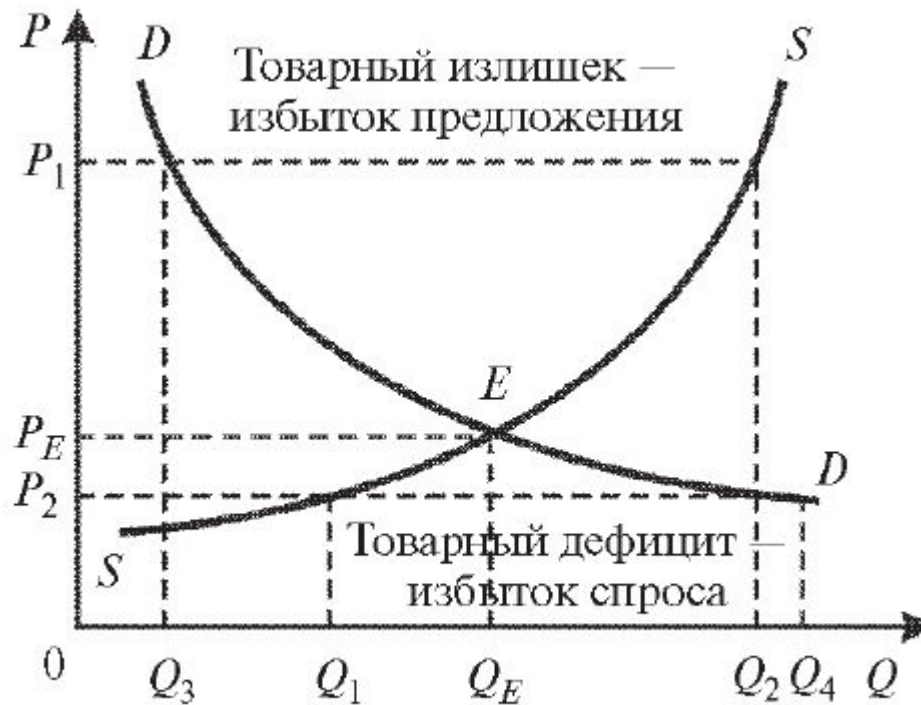
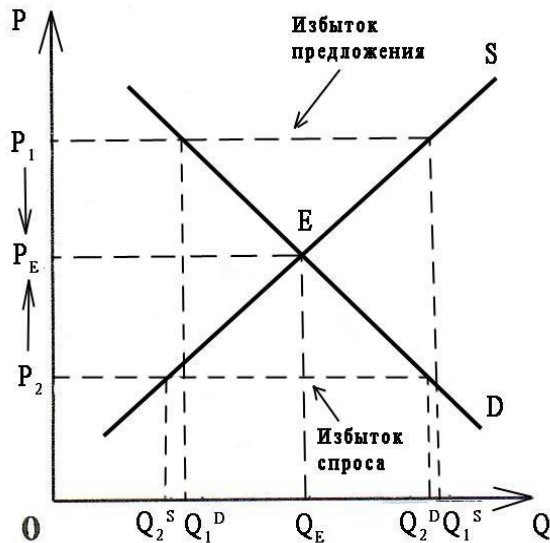


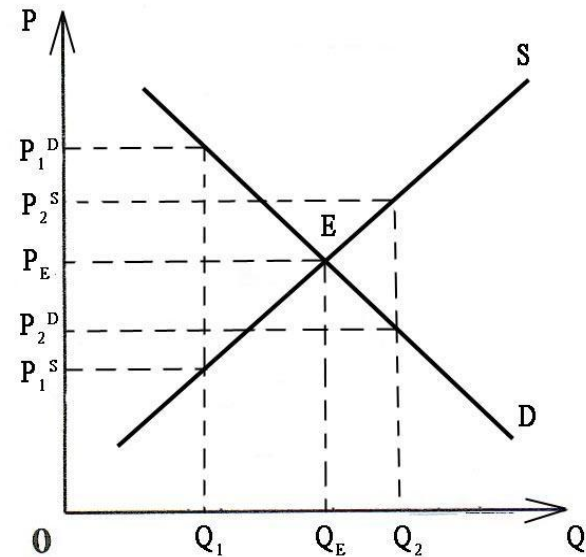
График равновесия на рынке

# Два подхода к рассмотрению рыночного равновесия

1. Концепция Л. Вальраса  
(Краткосрочный период)

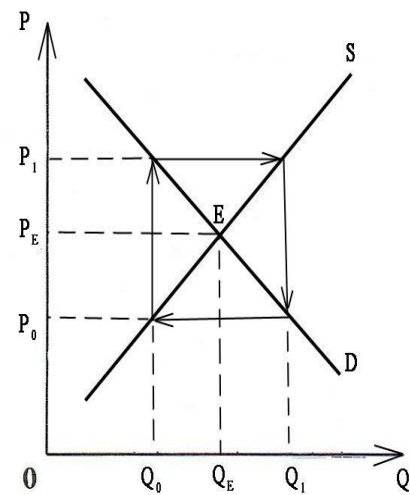
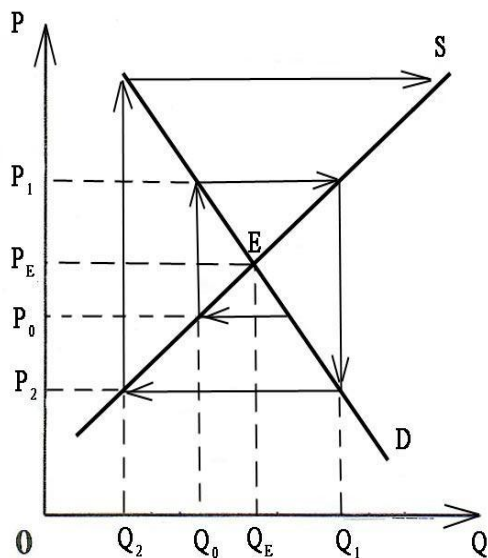
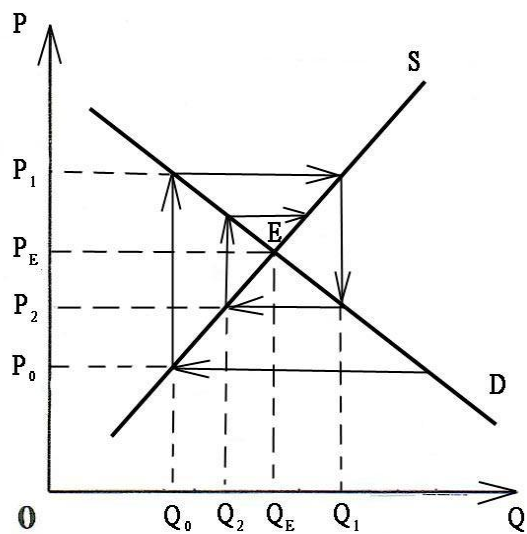


2. Концепция А. Маршалла  
(Краткосрочный и долгосрочный периоды)

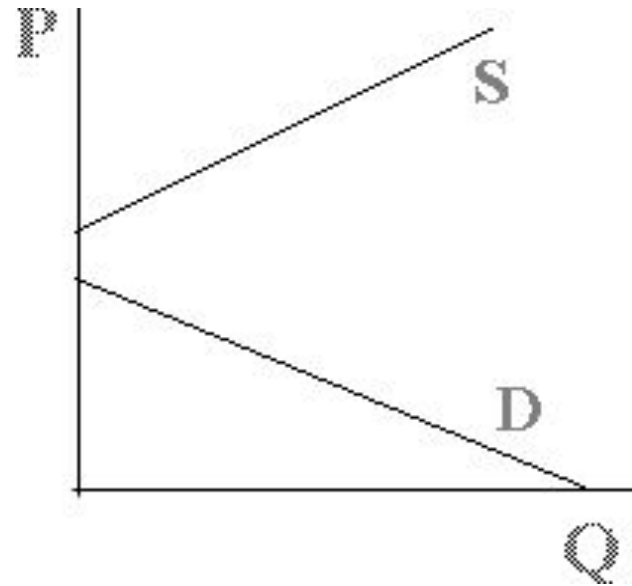
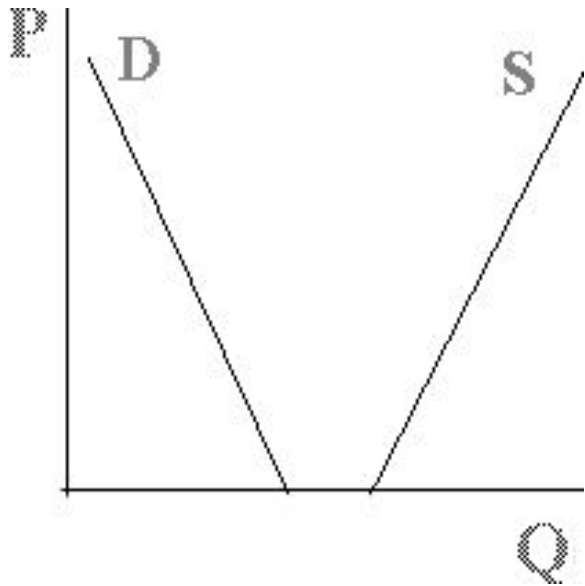


# Паутинообразная модель рынка

Это динамическая модель рынка, показывающая способность рынка к самостоятельному установлению равновесия в результате взаимодействия спроса и предложения.



# Равновесие не достигается

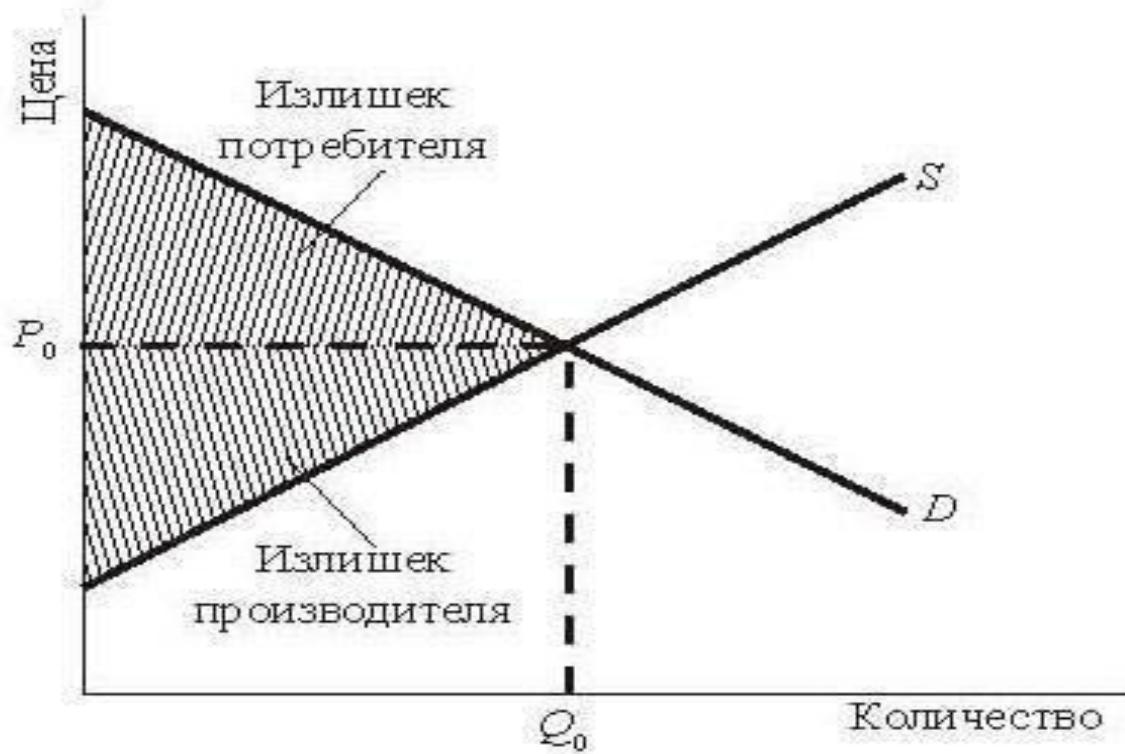


1. При любой цене, даже близкой к нулевой  $S > D$ , то есть благо будет абсолютно в избытке, значит продавать его нет смысла и это благо надо считать не экономическим.

2. При любом объеме  $Q$  цена предложения будет больше цены спроса, и это благо будет недоступным для покупателей.

## **17.Излишки (рента) покупателя и продавца.**

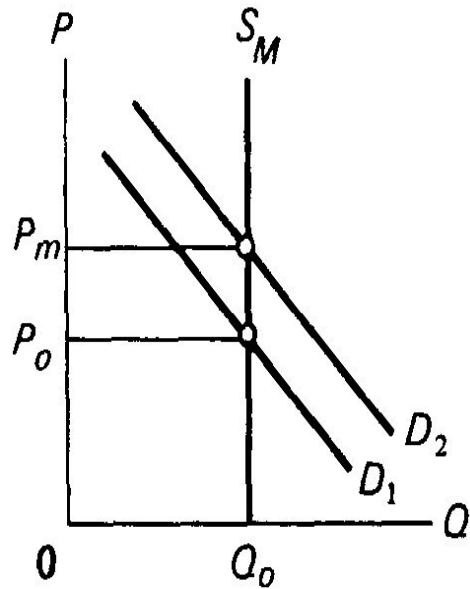
# Рента (излишек) покупателя и продавца



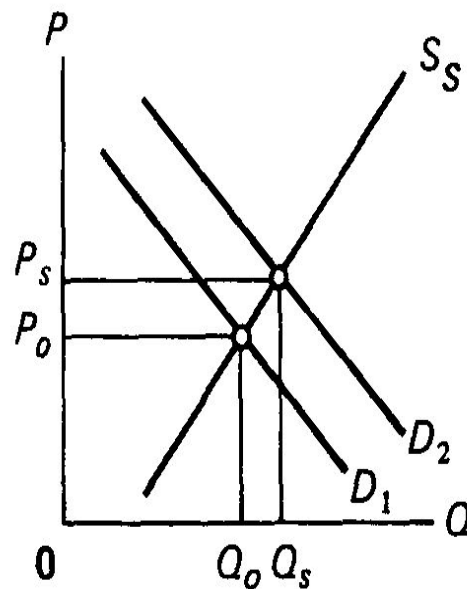


# **18.Сдвиг равновесия. Сдвиг равновесия в периодах.**

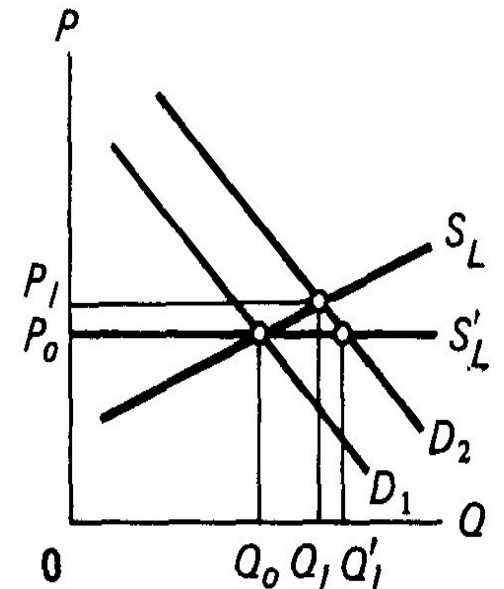
# Равновесие в периодах



а) Кратчайший рыночный период



б) Короткий период



в) Долгий период

# **19. Рыночное равновесие и государственное воздействие на рынок.**

# Государственное воздействие на рынок и равновесие

1. Фиксированные цены

2. Налоги

3. Субсидии, дотации

# Фиксированные цены

## Механизм государственного регулирования цен

- Фиксированные цены
- Установление максимальной или минимальной цены
- Установление диапазона цен
- Установление предельной доходности или нормы прибыли для фирм



1.12. Способы прямого государственного регулирования цен

# Налоги

- Налог платит покупатель

Косвенные налоги: НДС, акцизы, импортные пошлины

- Налог платит продавец

Прямые налоги на бизнес: налог на прибыль, на имущество, платежи во внебюджетные целевые фонды, ....

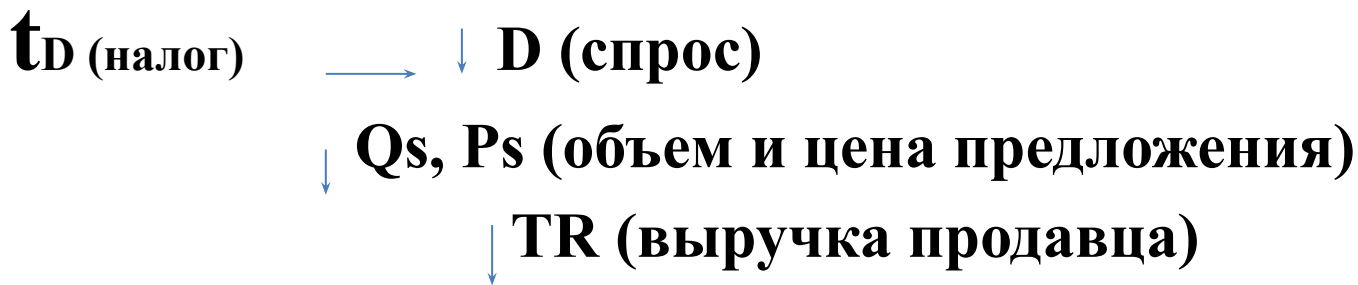
$t$  – налоговая ставка

# Налог платит покупатель

- Функция спроса (изменение)

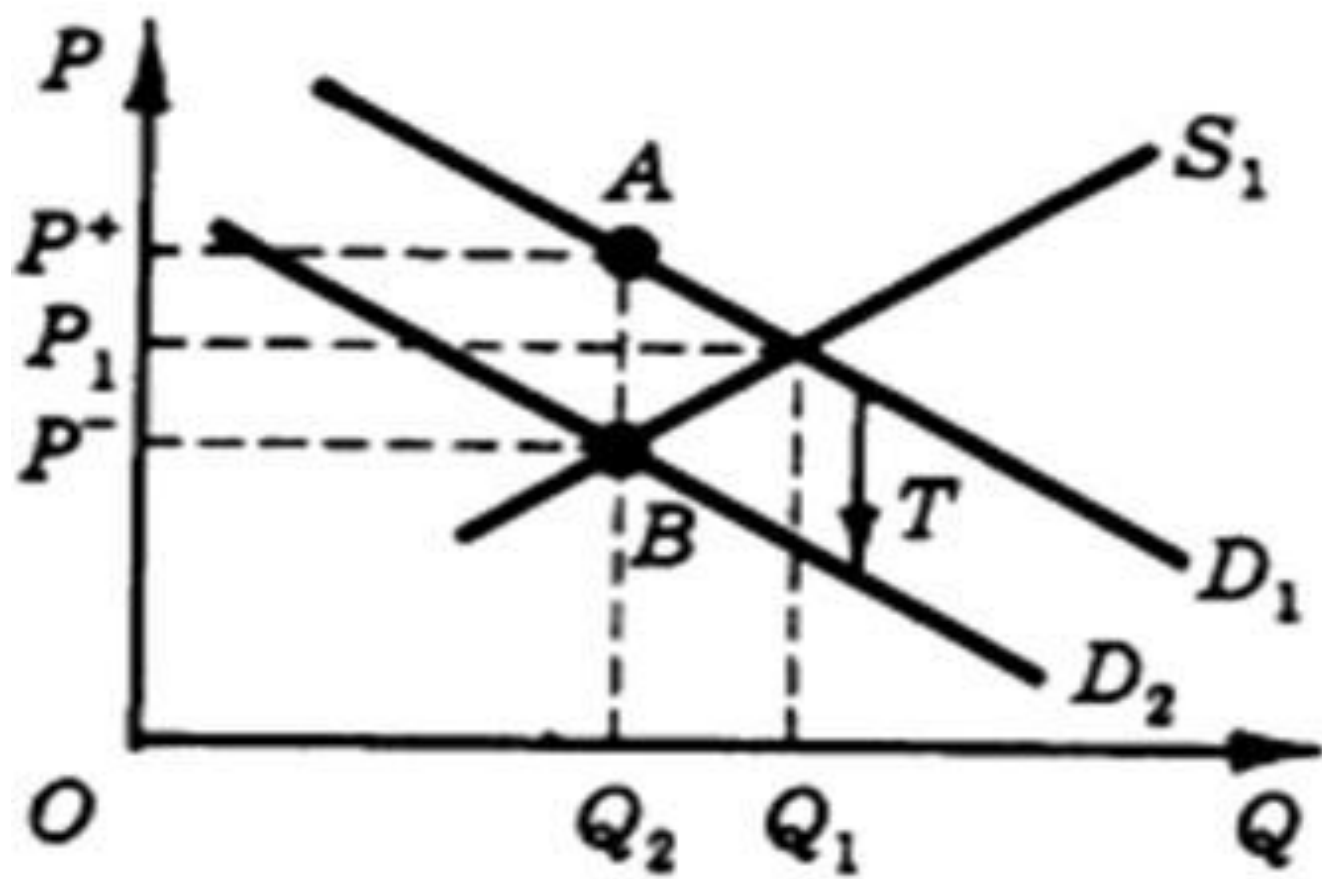
$$Q_D = a - b P \quad Q_D = a - b (P + t)$$

- График. Спрос снижается.
- Результат введения налога:



- Налог на покупателя отражается на доходе продавца
- Налоговая нагрузка  $T_H = t \times Q_{E2}$



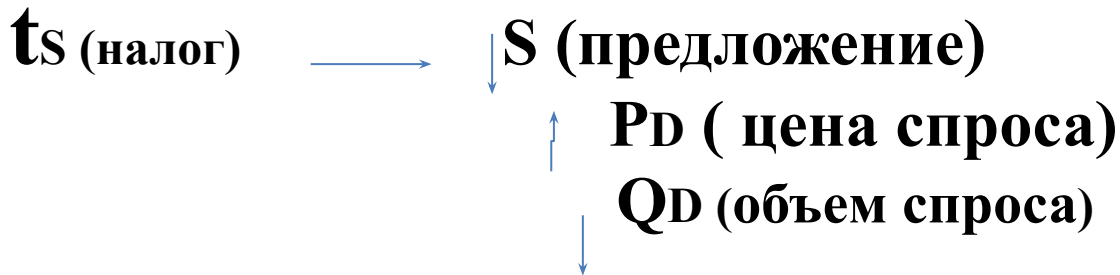


# Налог платит продавец

- Функция предложения (изменение)

$$Q_S = -a + bP \quad Q_S = -a + b(P - t)$$

- График. Предложение снижается.
- Результат введения налога:



- Налог на продавца отражается на реальном доходе покупателя
- Налоговая нагрузка  $T_N = t \times Q_{E2}$

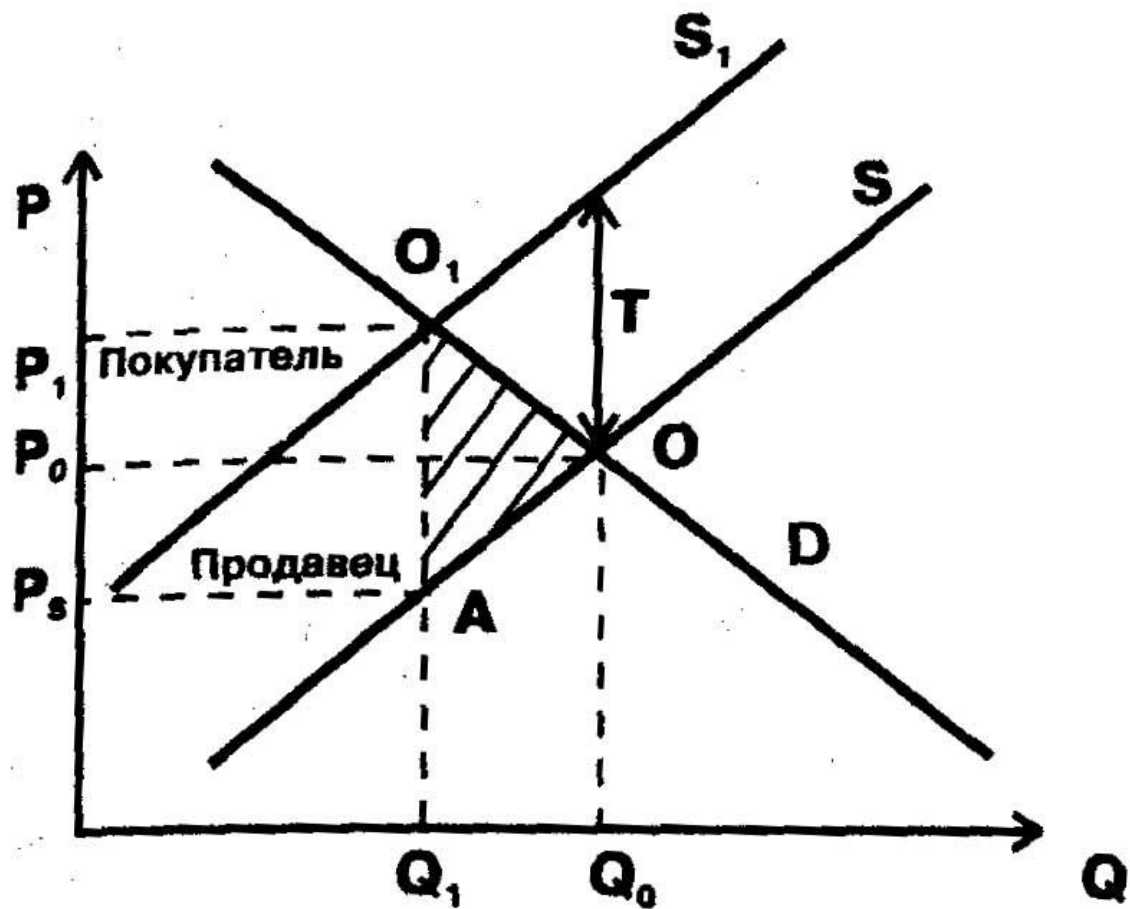
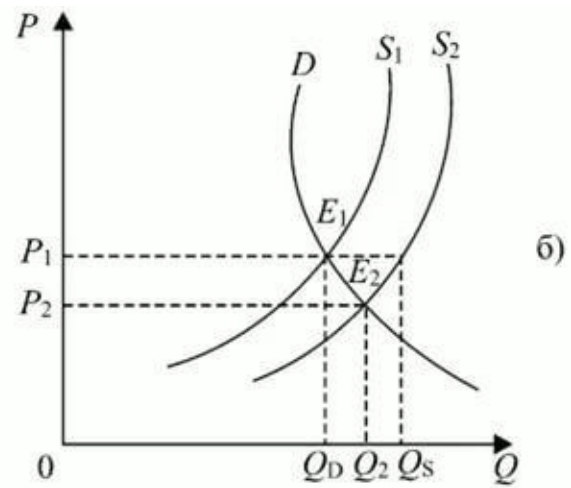
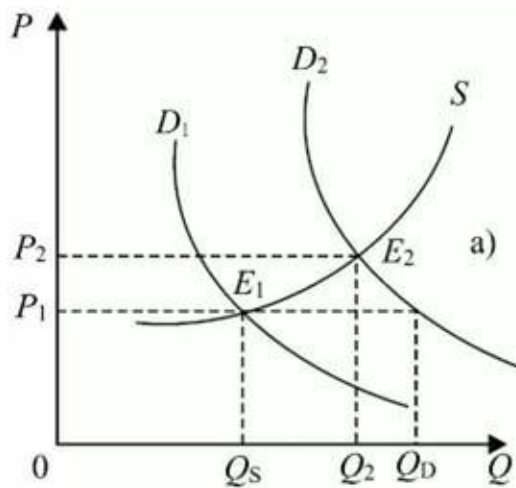


Рис. 4.21. Распределение налогового бремени

# Субсидии, дотации покупателю, продавцу Это налог «наоборот» ( - t )

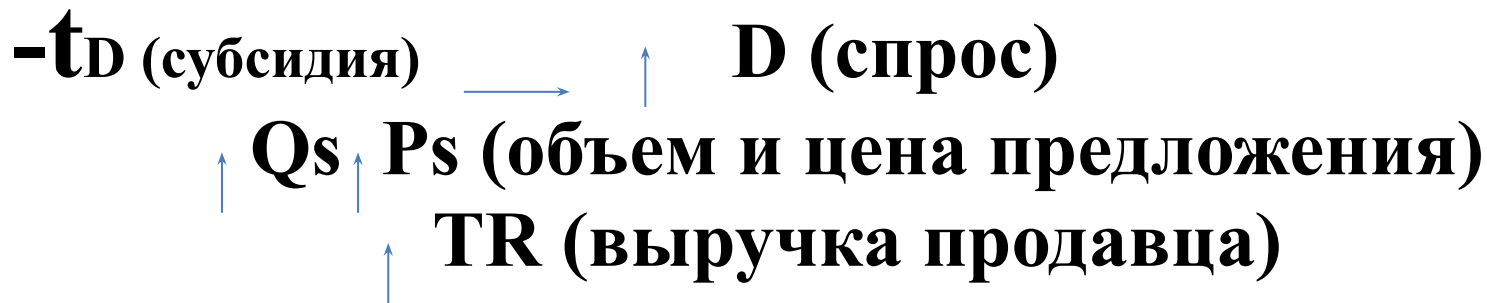


## Субсидия покупателю (на оплату ЖКХ и др.)

- Функция спроса (изменение)

$$QD = a - bP \quad QD = a - b(P - t)$$

- График. Спрос растет.
- Результат введения субсидии:



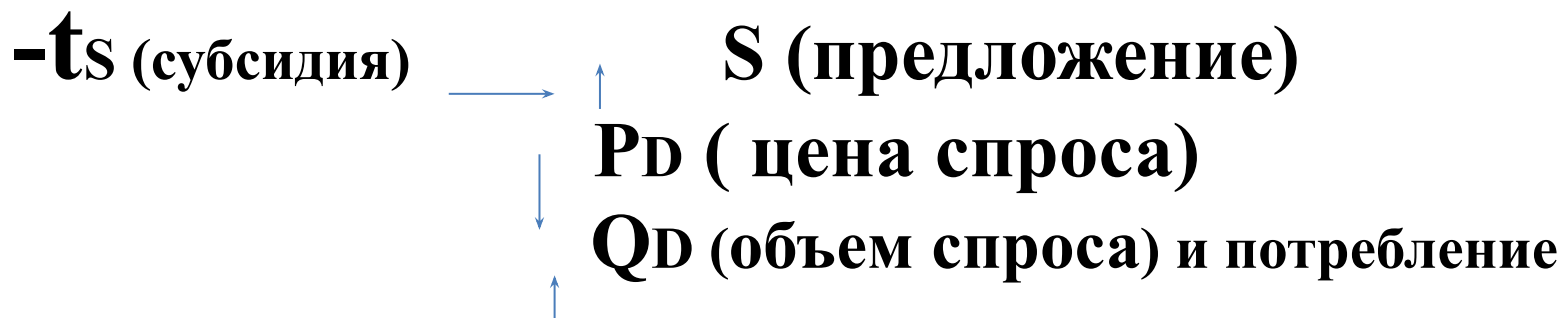
- Рента покупателя и продавца увеличивается

## Субсидия продавцу (гранты, поддержка малого и среднего бизнеса и др.)

- Функция предложения (изменение)

$$Q_S = -a + bP \quad Q_S = -a + b(P + t)$$

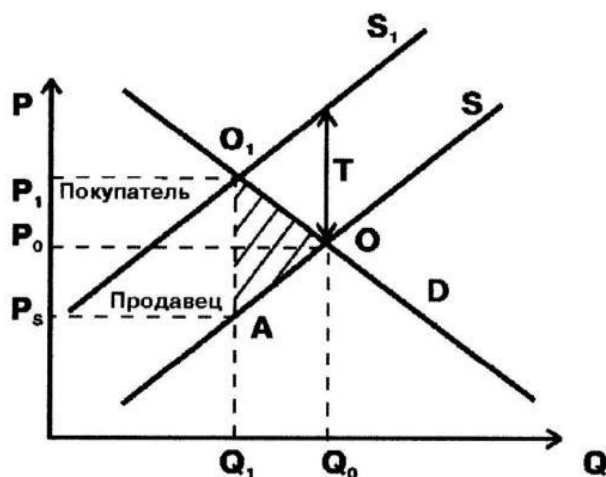
- График. Предложение растет.
- Результат введения субсидии:



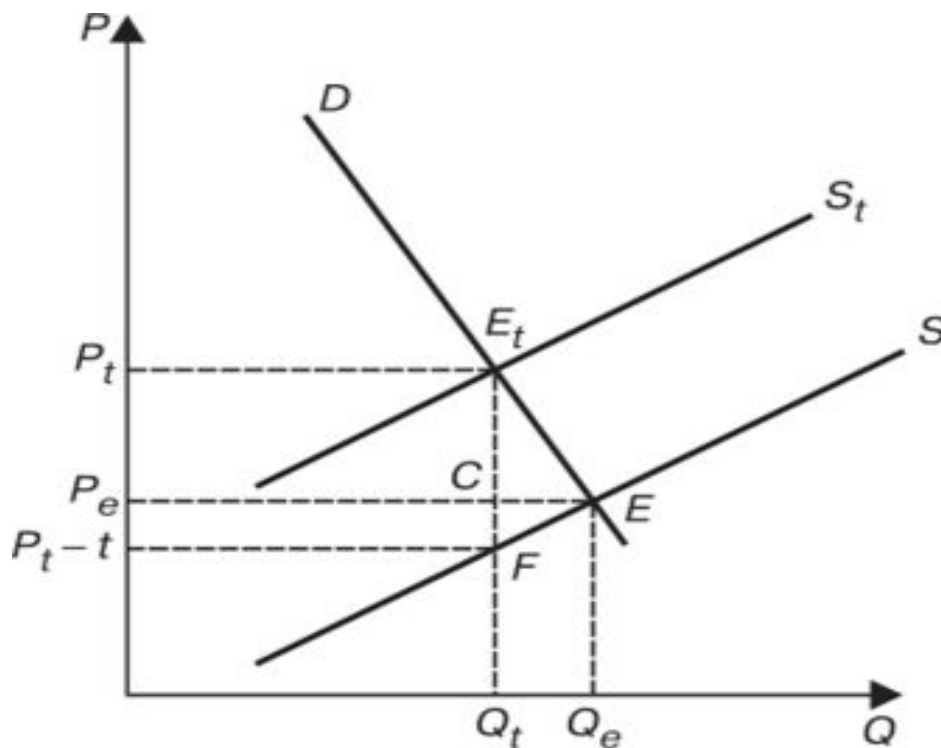
- Рента покупателя и продавца увеличивается

# Распределение налогового бремени при разной эластичности спроса и предложения

- Последствия введения налога могут быть различными для продавцов и покупателей — одни могут пострадать больше, другие — меньше.
- Значения коэффициентов эластичности спроса и предложения позволяют сравнить доли налогового бремени, приходящиеся на производителей и потребителей. Кто сильнее пострадает от введения налога — продавцы или покупатели, — зависит от сравнительной эластичности спроса и предложения.
- Если эластичность одинаковая (углы наклона по модулю совпадают), то и бремя будет распределено поровну.

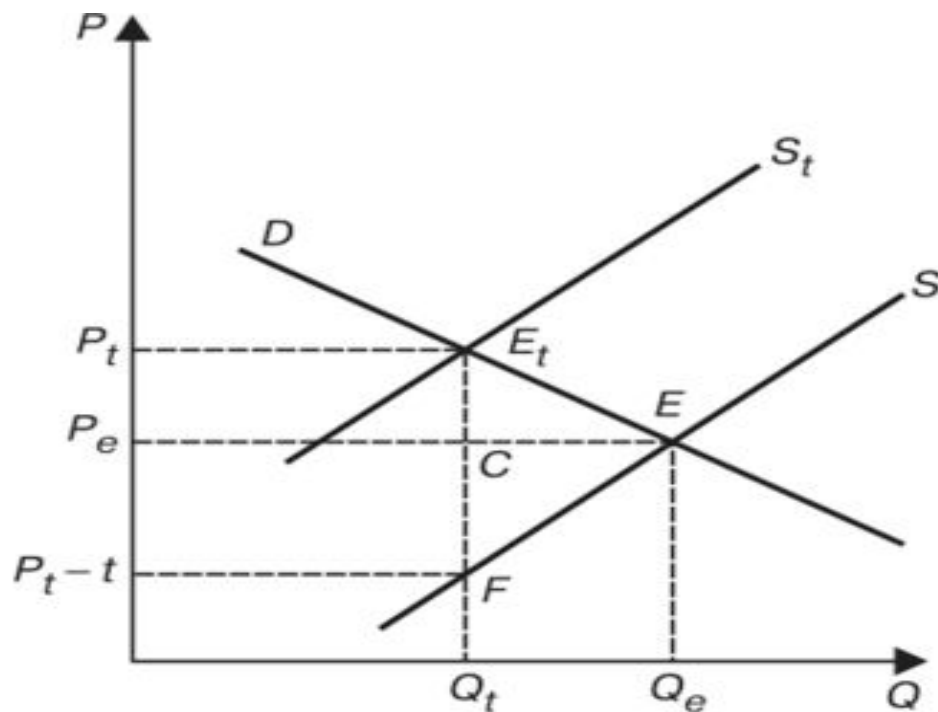


Если предложение оказывается эластичнее спроса, то основную часть налога уплачивает **потребитель**, поскольку он согласен на значительный рост цены.



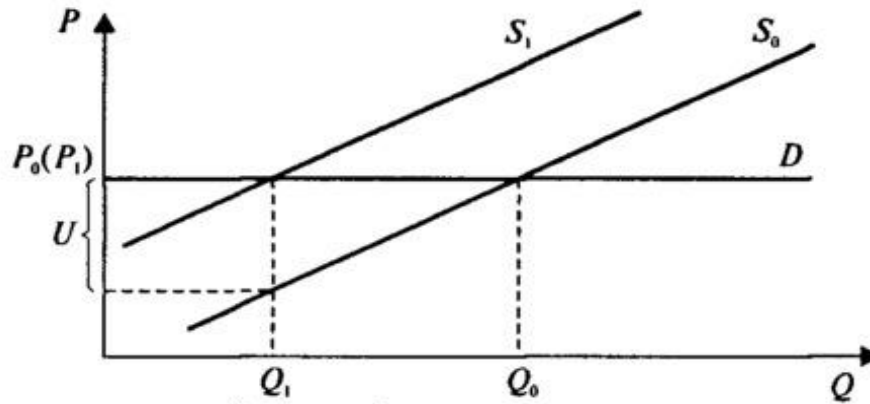


Если спрос эластичнее предложения, то большая доля налогового бремени ложится на **продавца**.

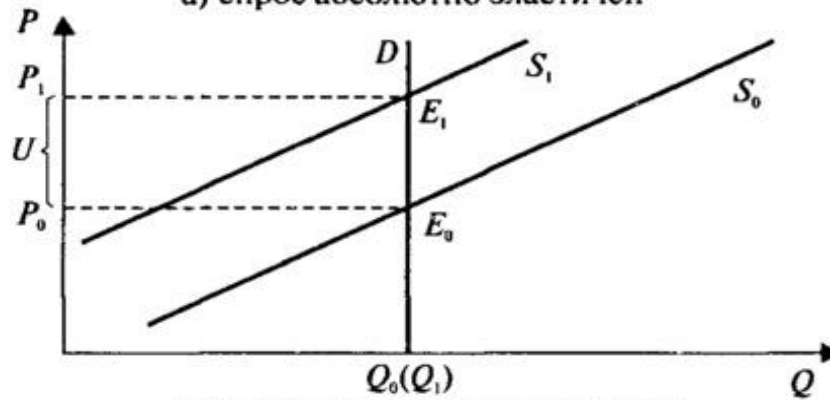


Налоговое бремя при абсолютно эластичном спросе налог полностью ложится на продавца.

Налоговое бремя при абсолютно неэластичном спросе полностью ложится на покупателя



а) спрос абсолютно эластичен



б) спрос абсолютно неэластичен

# **20. Принципы анализа полезности и поведения потребителя в теории маржинализма.**

# Теория маржинализма

## Представители маржинализма

- **К. Менгер** и его последователи **Ф.Визер, Э.Бем-Баверк** (Австрия)
- **У. Джевонс** (Англия)
- **Л.Вальрас** (Швейцария)
- **А.Маршалл** (Англия)

## Центральная проблема

**Эффективное распределение и использование ресурсов**

**Обоснование рационального поведения потребителя**

# Методология маржинализма

- Субъективно-психологический подход (Методологический индивидуализм)
- Статический подход
- Равновесный подход
- Экономическая рациональность
- Предельный анализ
- Математизация

# Принципы маржинализма в анализе поведения потребителя

- Суверенитет потребителя
- Свобода потребительского выбора
- Рациональное поведение
- Голосование долларом

## Школы маржинализма

- **Кардиналистская школа (кардинализм)**  
Количественный подход к анализу полезности, основан на использовании условных единиц полезности ( ютилей).

Представители: У.Джевонс, К.Менгер, Ф.Визер, Э. Бем-Баверк, Л.Вальрас.

- **Ординалистская школа (ординализм).**  
Порядковый подход на основе кривых безразличия.

Представители: Ф.Эджуорт, В.Парето, Р.Аллен, Дж.Хикс, Е.Слущкий.

**21. Закон убывающей предельной  
полезности. Общая и предельная  
полезность.**

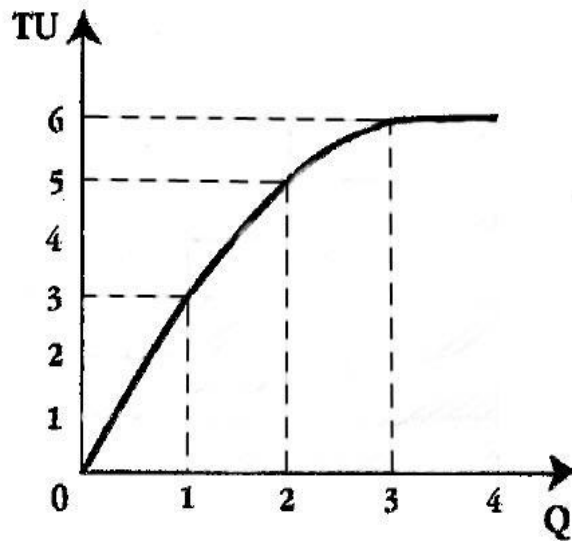


# Полезность (Utility)

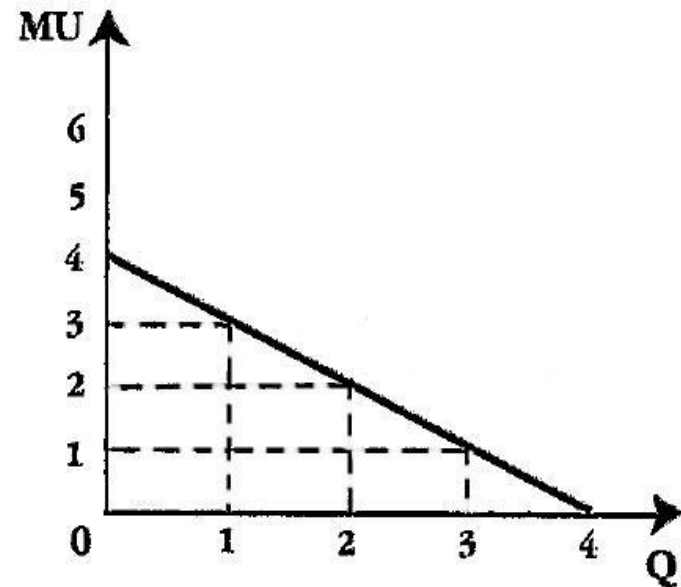
– это способность экономического блага удовлетворять одну или несколько потребностей человека.

(англ. философ И.Бентам, конец 18 –середина 19 века)

**TU** общая полезность  
(total utility) полезность  
суммы благ



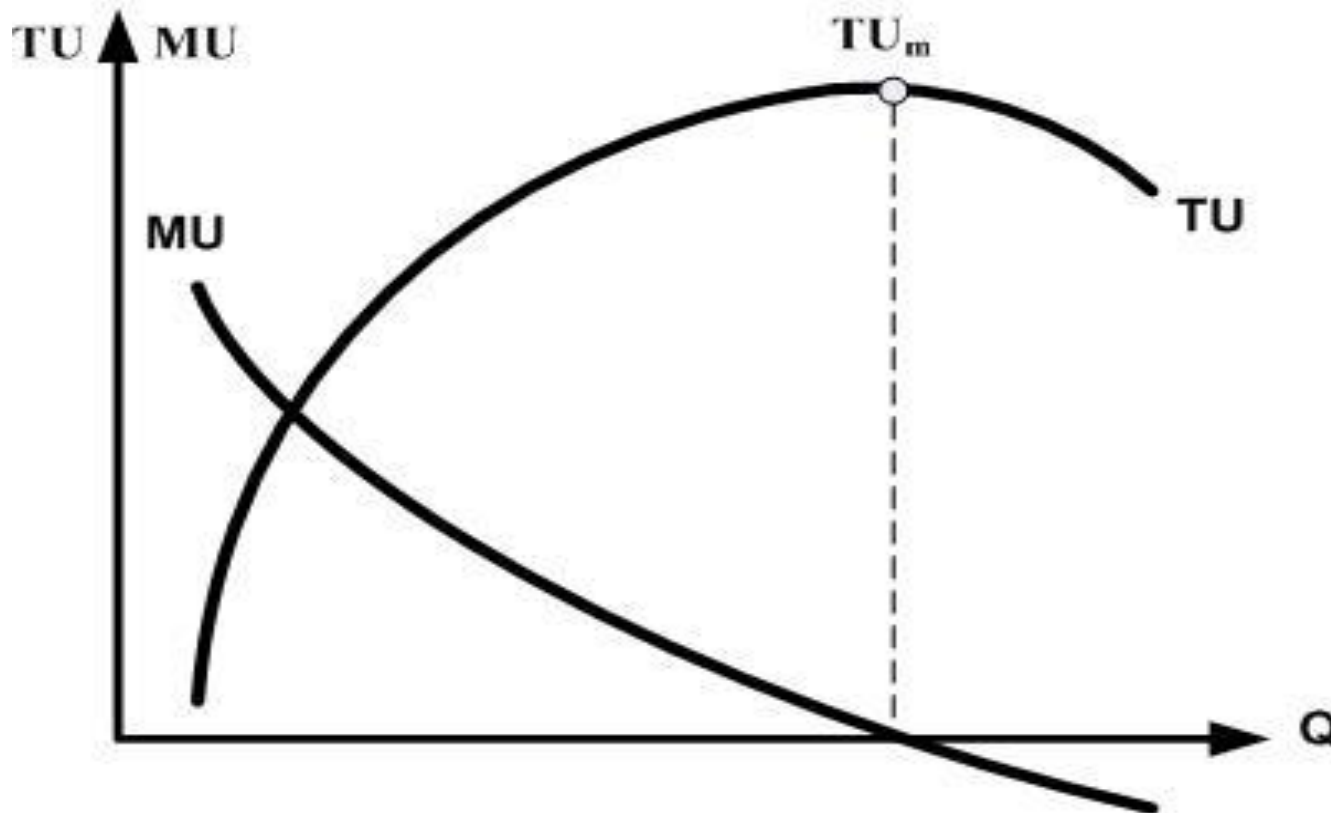
**MU** предельная полезность  
(marginal utility) полезность  
последней единицы блага



$$U = f Q$$

# TU и MU

$$\text{MU} = \frac{\Delta \text{TU}}{\Delta Q} \quad \text{MU} = (\text{TU})'$$



# Закон убывающей предельной полезности первый закон Госсена

**При прочих равных условиях увеличение количества блага сопровождается снижением его полезности**

Условия: 1. Качество блага = const

2. Потребитель ориентируется на  $Q \max$

- **По вертикали:** предельная полезность блага снижается, если оно предназначено для удовлетворения одной конкретной потребности.
- **По горизонтали:** предельная полезность блага снижается, если оно используется в альтернативных целях.

**22. Принцип максимизации полезности.  
Кардиналистский подход.**

# Принцип максимизации общей полезности благ

## Второй закон Госсена

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots = \lambda$$

$P_x, P_y$ - цены спроса       $\lambda$ - предельная полезность денег

- Равновесие потребителя достигается, когда последний \$ потраченный на покупку товара X приносит такой же прирост полезности, как и последний \$ потраченный на покупку товара Y.
- Равенство взвешенных предельных полезностей

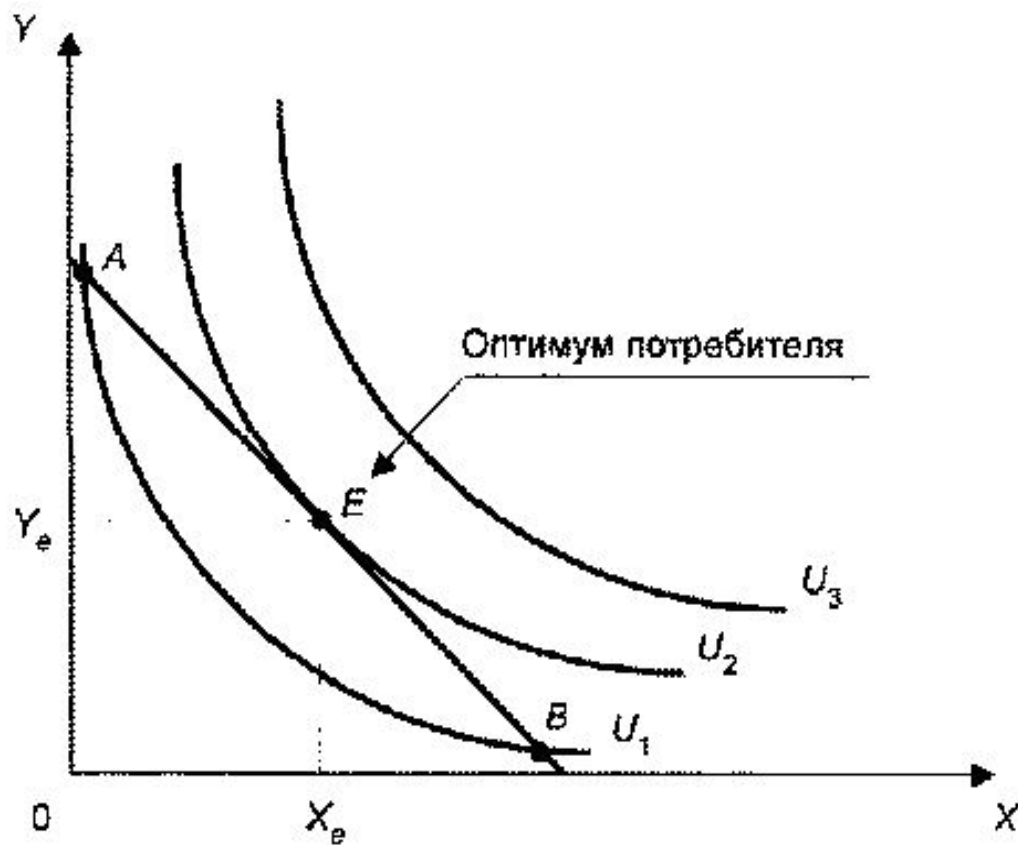
## **23. Ординалистский подход к анализу поведения потребителя.**

# Равновесие (оптимум) потребителя. Ординалистский подход

## Аксиомы порядкового подхода:

- полной упорядоченности, отражает предпочтения потребителя:  $x > y$ ,  $x < y$ ,  $x \sim y$ ;
- перехода ( транзитивности): если  $x > y > z$ , то  $x > z$ ,  $x \sim y > z$ ,  $x > y \sim z$ ;
- не насыщения, чем больше благ у потребителя, тем более удовлетворённым он себя чувствует;
- независимость от внешних воздействий.

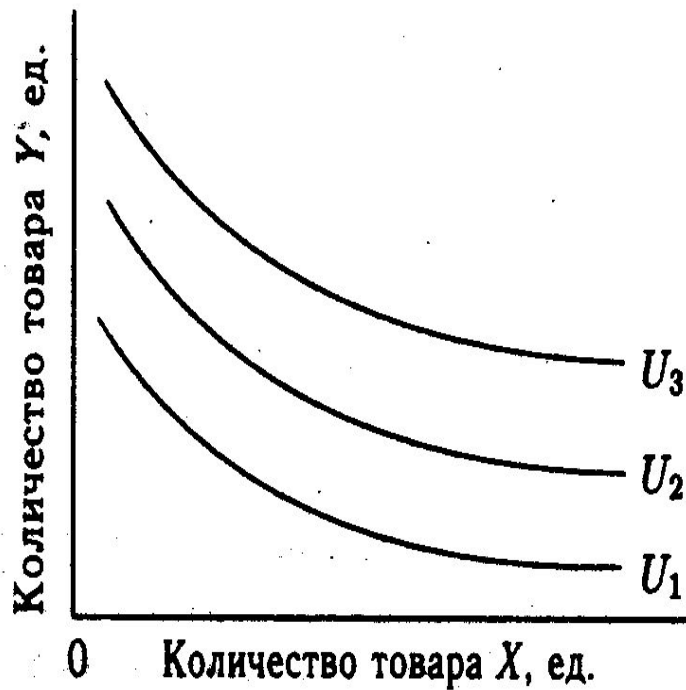
# Модель равновесия потребителя



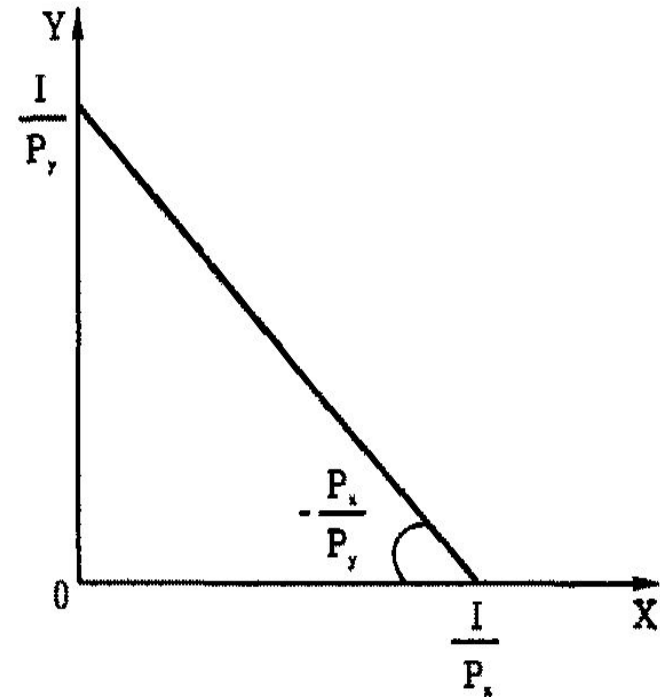


# Модель равновесия потребителя

## Карта кривых безразличия



## Бюджетная линия



**24.Кривые и карта безразличия.  
Предельная норма замены.**

# Свойства кривых безразличия

- Кривая безразличия может быть проведена в любой точке пространства (это принцип свободы доступа).
- Кривые безразличия имеют отрицательный наклон, так как снижение потребления одного блага предполагает увеличение потребления другого блага при сохранении их общей полезности.
- Кривые безразличия не могут пересекаться, так как определенные комбинации благ  $x$  и  $y$  соответствуют только одной величине суммарной полезности.
- Чем более удалена кривая безразличия от начала координат, тем больше суммарная полезность этих благ.
- Кривые безразличия выпуклы к началу координат, это обусловлено снижением предельной нормы замены одного блага другим при движении по кривой безразличия сверху вниз.

# MRS Предельная норма замены

- $MRS = - \Delta y / \Delta x$        $MRS = - dy / dx$
- MRS показывает, от какого количества блага Y потребитель готов отказаться в пользу увеличения блага X на одну предельную единицу, сохраняя при этом тот же уровень общей полезности.
- Величина MRS соответствует угловому коэффициенту наклона касательной, проведённой к точке на кривой безразличия.
- Частные случаи для MRS:  $MRS = \text{const}$ ;  $MRS = 0$

## **25. Бюджетная линия. Равновесие (оптимум) потребителя.**

## Бюджетная линия.

$$I = P_x \cdot Q_x + P_y \cdot Q_y \quad Q_y = I/P_y - P_x/P_y \cdot Q_x$$

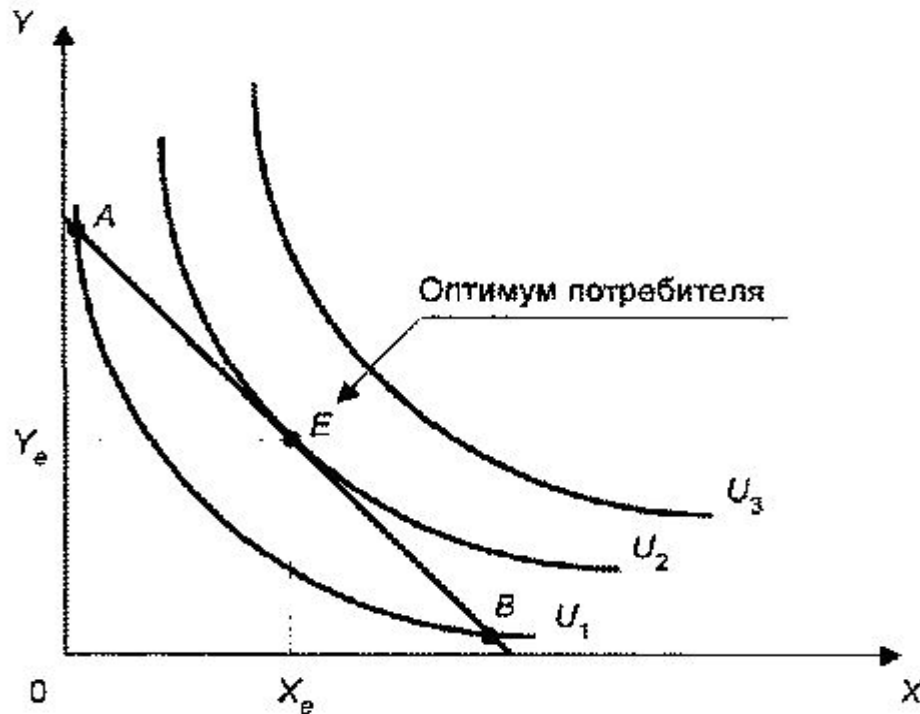
Свойства бюджетной линии:

- Линия всегда прямая. Строится на основе двух точек. Пересечение бюджетной линии с осями определяется на основе деления дохода (I) на цену каждого товара ( $P_x, P_y$ ).
- Бюджетная линия имеет всегда отрицательный наклон.
- Наклон линии определяется соотношением цен товаров X и Y.
- Изменение дохода потребителя сопровождается параллельным смещением линии.

# Равновесие потребителя

**Равновесие потребителя** достигается в точке  $E$ , которая соответствует достижению максимальной суммарной полезности благ  $X$  и  $Y$  в пределах ограниченного дохода потребителя.

**Графическое пояснение:** бюджетная линия совпадает с касательной, проведенной к самой удаленной кривой безразличия.

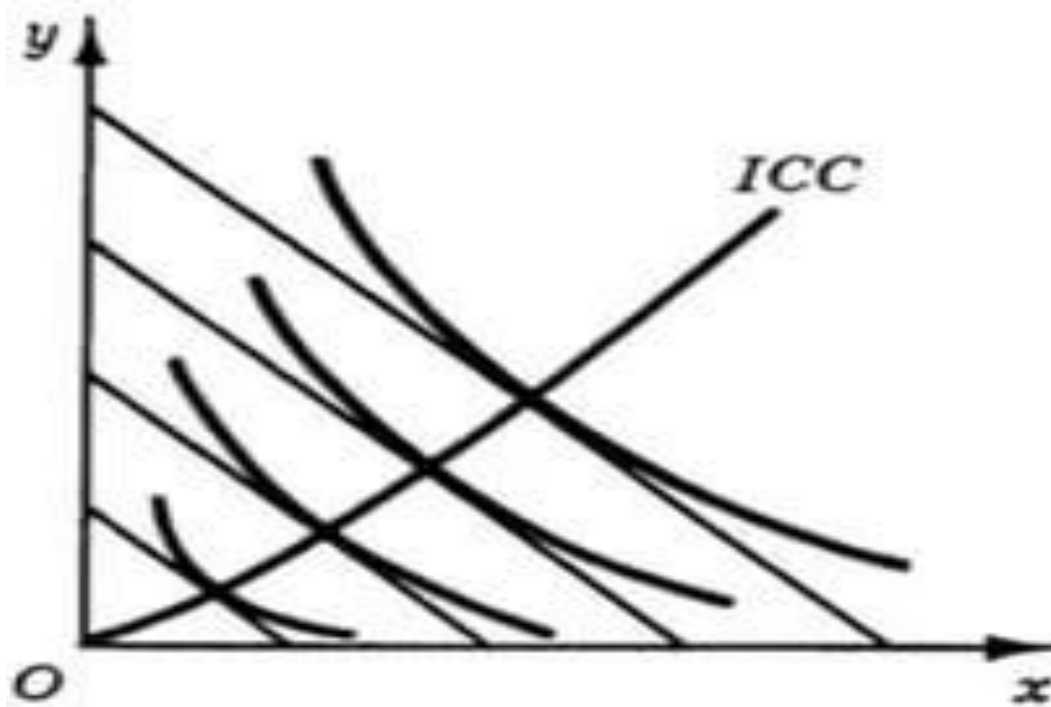


## **26. Реакция потребителя на изменение дохода. Кривые Энгеля.**



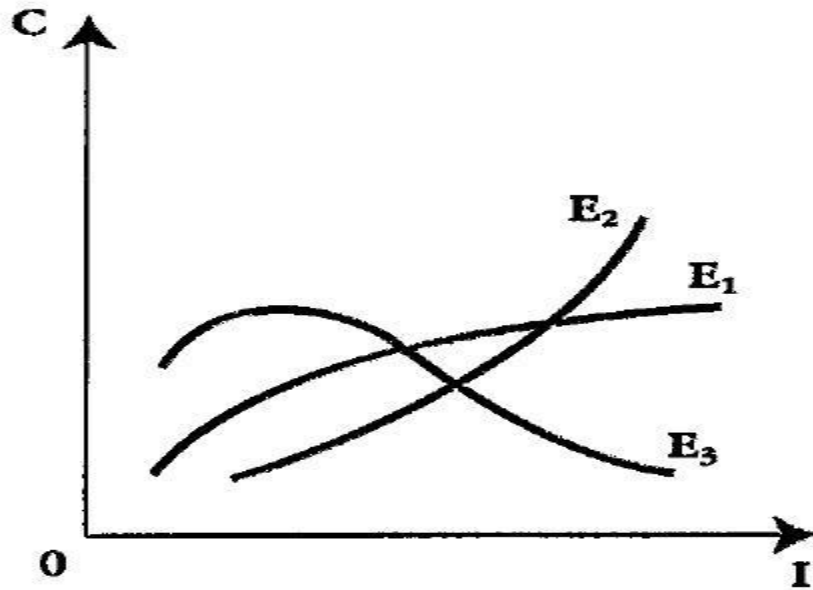
# Реакция потребителя на изменение дохода

## Линия «Доход – потребление»



# Кривые Энгеля

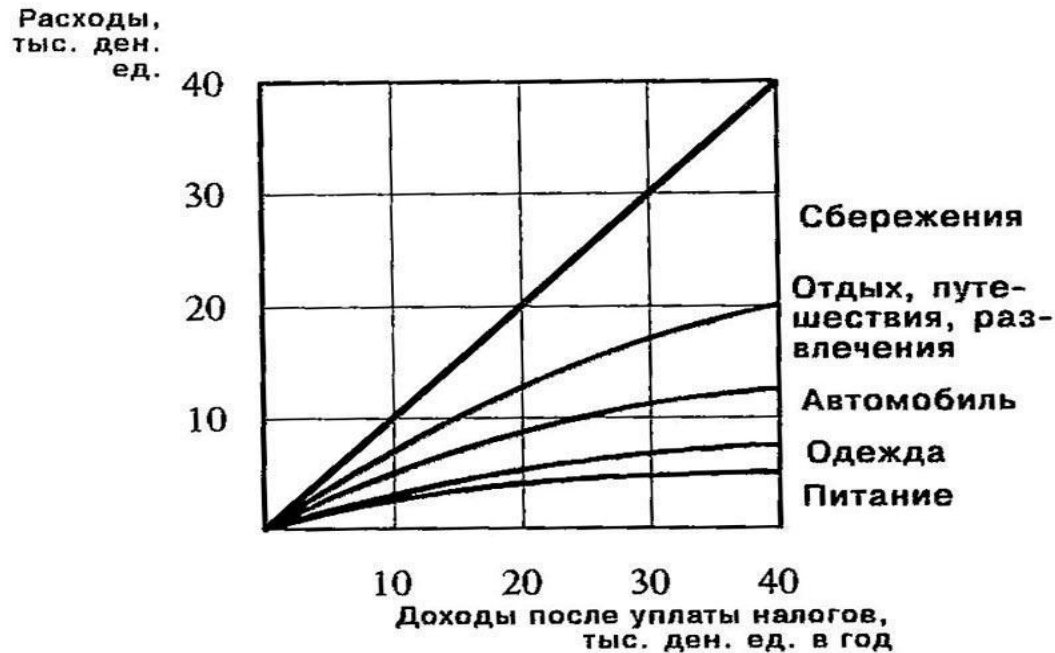
Э.Энгель (19 век ) - немецкий экономист и статистик, занимался анализом влияния изменения дохода на структуру потребительских расходов.



- $E_1$  — кривая для нормальных товаров;
- $E_2$  — кривая для предметов роскоши, качественных товаров;
- $E_3$  — кривая для некачественных товаров.

# Кривые Энгеля

**Законы Энгеля** – это закономерности, отражающие изменения структуры расходов домашних хозяйств и отдельных личностей исходя из динамики роста получаемого ими дохода.



**27. Реакция потребителя на изменение цены. Эффект дохода и эффект замещения.**

# Реакция потребителя на изменение цены

## Линия «Цена - потребление»

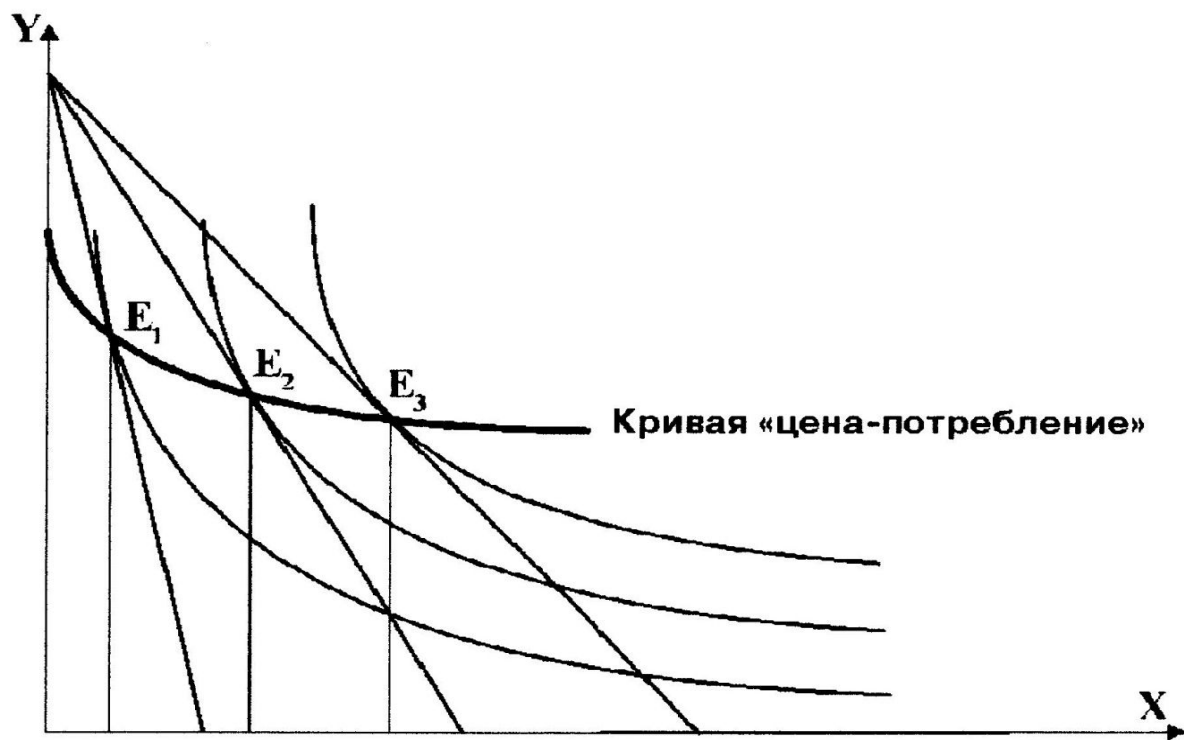
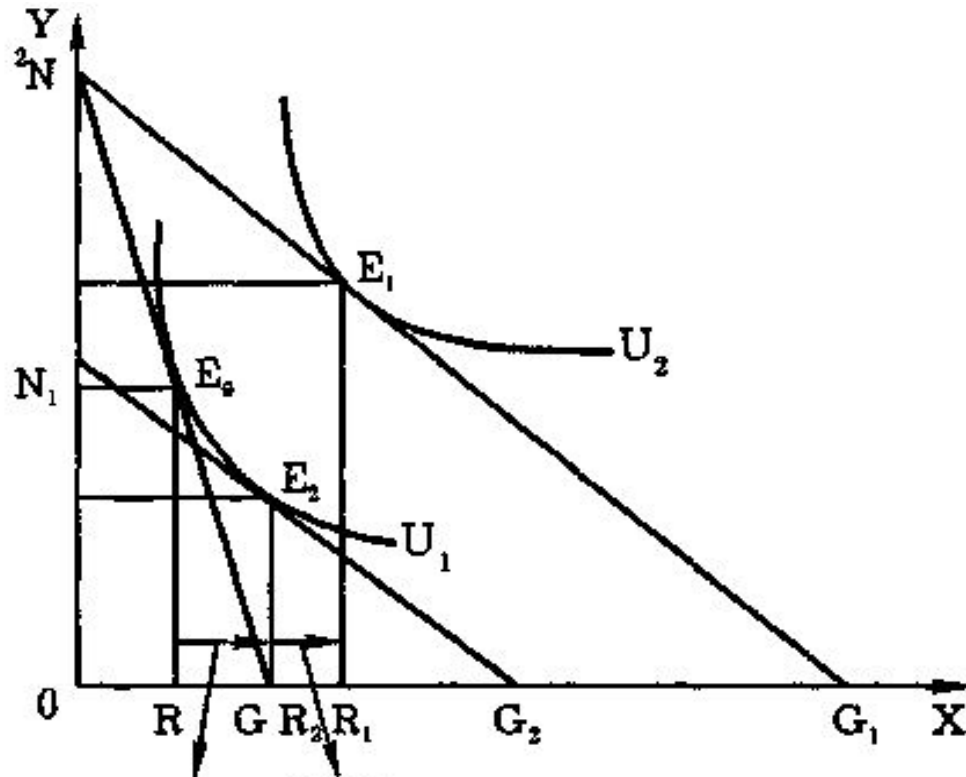


Рис. 5.9. Кривая «цена-потребление»

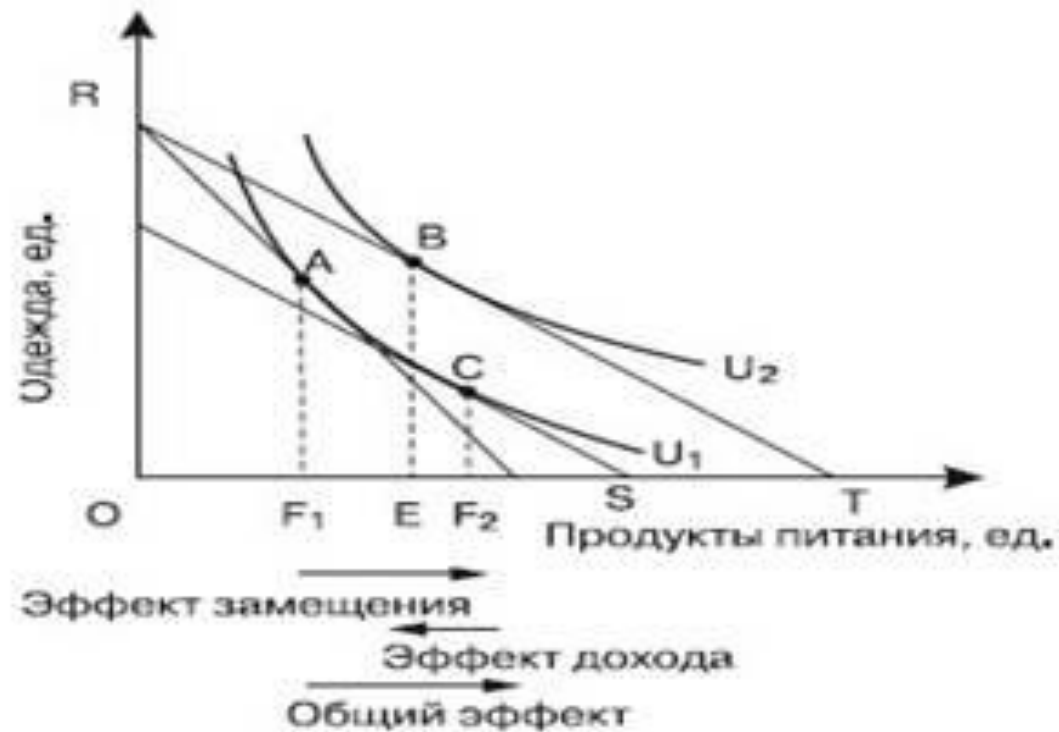
# Эффект дохода и эффект замещения для качественного блага (по Хиксу)



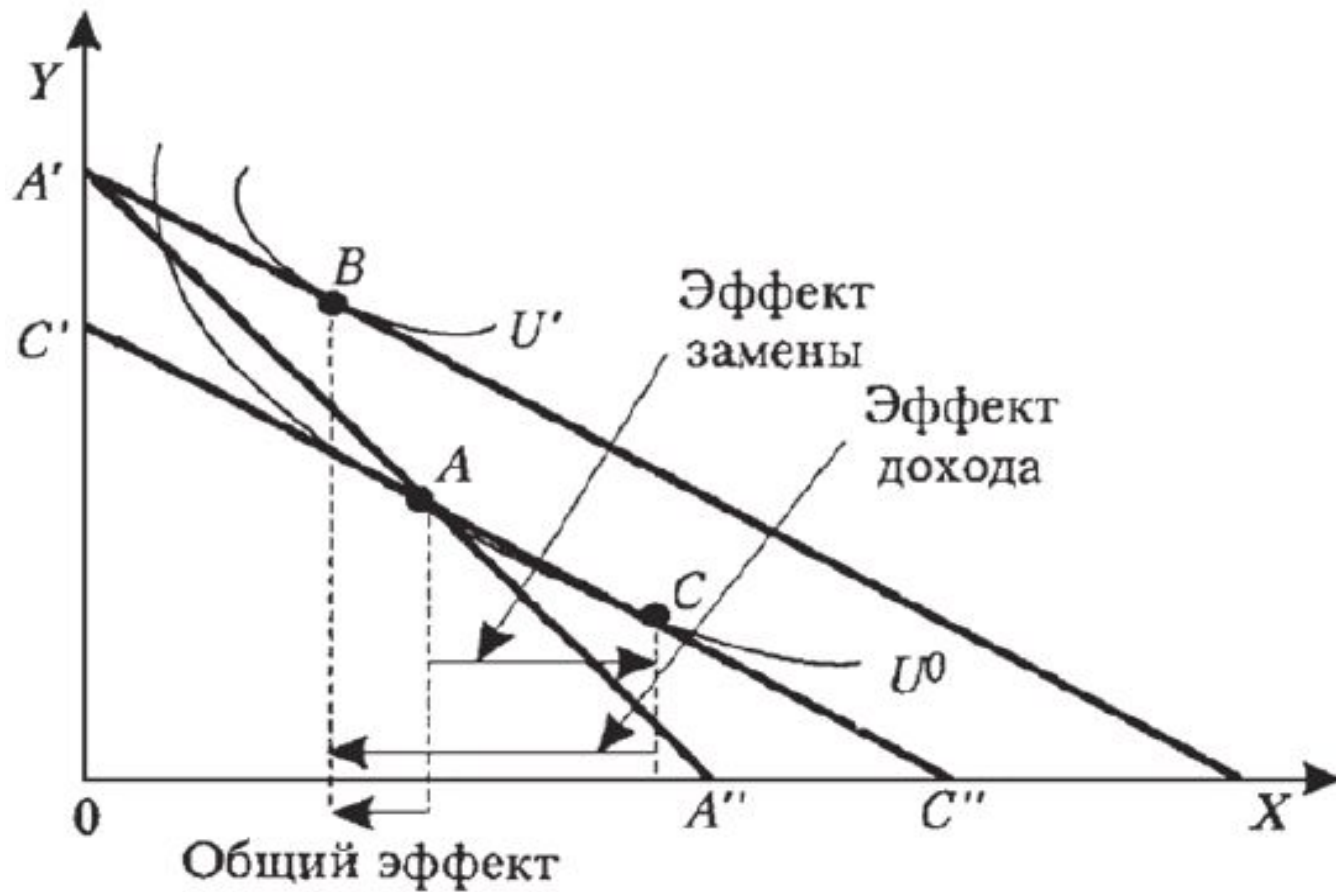
Эффект замещения

Эффект дохода

# Эффект дохода и эффект замещения для не качественного блага (по Хиксу)



# Эффект дохода и эффект замещения для товаров Гиффена (по Хиксу)



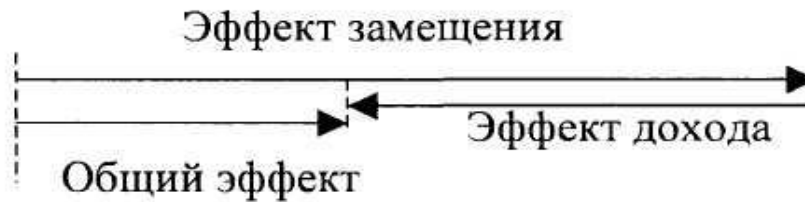


**Эффект дохода и эффект замещения  
(субституции) при снижении цены товара X ( $P_x \downarrow$ )**

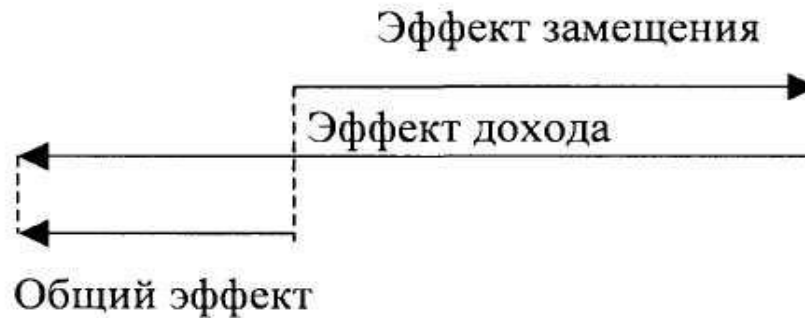
1. Нормальный  
(стандартный)  
товар



2. Низкокачественный  
товар



3. Товар Гиффена



# Эффект дохода и эффект замещения для качественного блага (по Слуцкому)

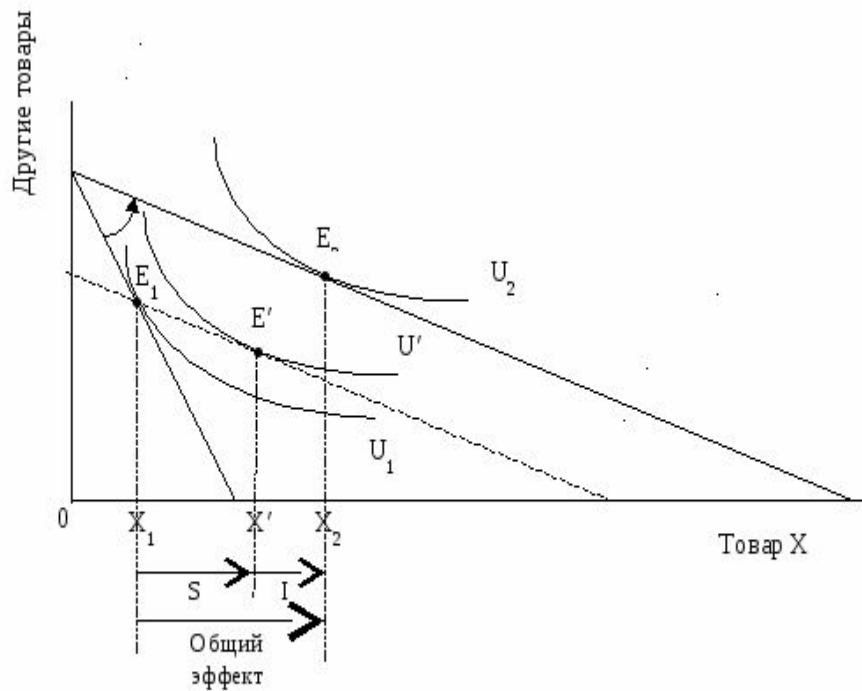


Рис. 4-8. Эффекты дохода и замещения для нормального товара (подход Слуцкого).

**28.Фирма (предприятие) как  
экономический субъект. Классификация  
предприятий.**

# **Фирма как экономический субъект**

## **Предпринимательский ресурс:**

Инициатива; Ответственность; Новаторство; Риск.

## **Субъекты предпринимательства:**

- отдельные частные предприниматели ;
- группы предпринимателей ;
- объединения в форме корпораций;
- государственные и муниципальные предприятия;
- группы трудящихся (кооператив);

# Классификация фирм в рыночной экономике



## **Основные направления развития предпринимательства:**

- создание товаров и услуг для населения;
- производство производственно-технической продукции и услуг;
- инновационная деятельность, НИОКР;
- социально-культурная деятельность;
- информационно-аналитическая деятельность, консалтинг;

# **Предприятие в рыночной экономике**

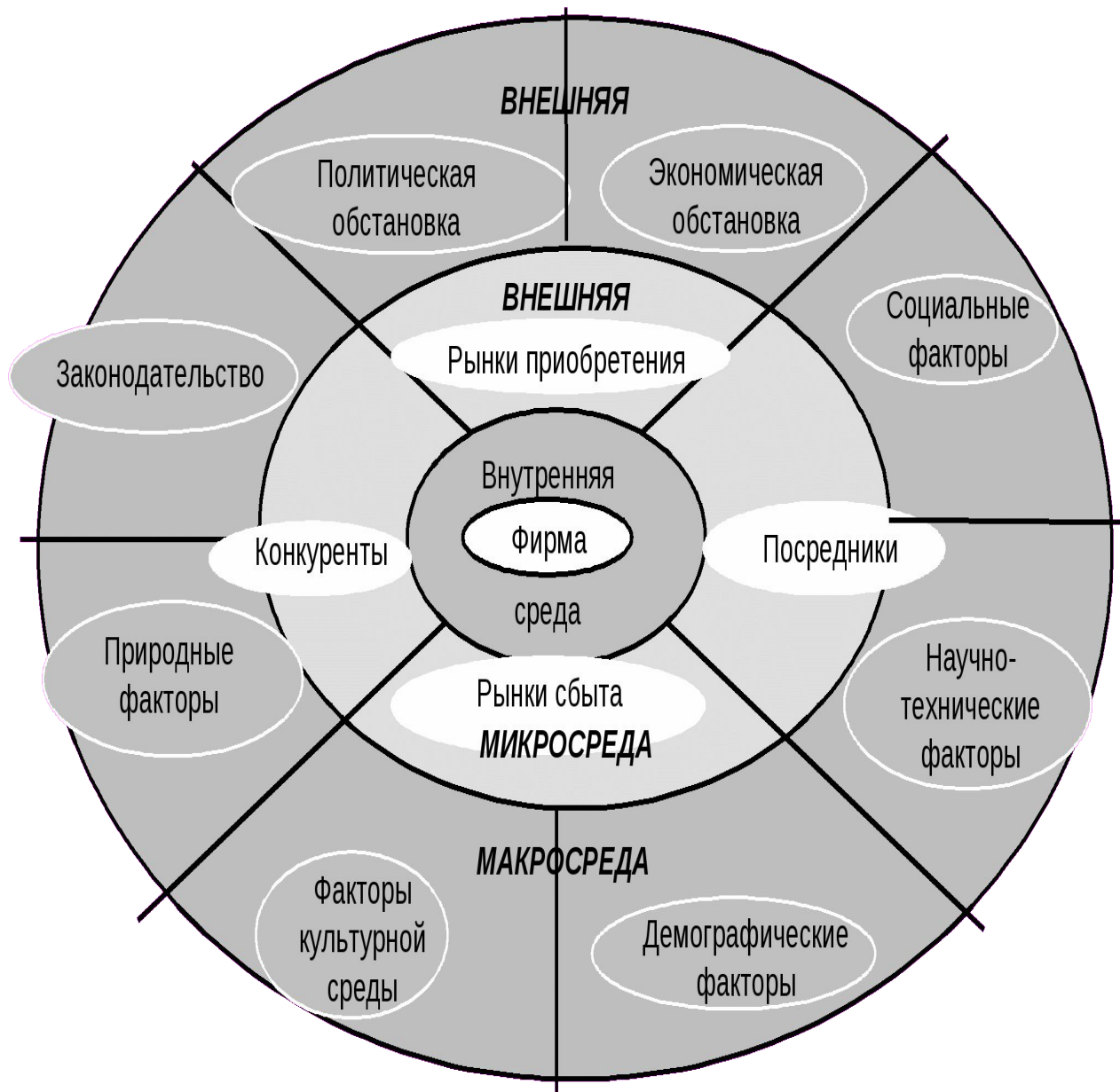
## **Внутренняя среда:**

- материально – техническое обеспечение и привлечение ресурсов с факторных рынков;
- производство и техническое развитие;
- реализация товаров и услуг, коммерческая деятельность;
- финансовая и бухгалтерская деятельность.

# Внешняя среда (контактные аудитории)

- поставщики ресурсов или рынки ресурсов;
- потребители товаров и услуг данного предприятия или рынки сбыта;
- государственные структуры :
  - государственная система контроля над деятельностью предприятий;
  - ограничение монополий;
  - защита интересов потребителей, окружающей среды;
  - налоговая система;
  - создание рабочих мест;
  - контроль над ценами.
- финансовые организации или финансовый рынок, предоставляющий кредиты;
- общественные организации и средства массовой информации – реклама, благотворительность, поддержка деятельности общественных организаций, политические акции.





# Экономическая устойчивость фирмы

- устойчивость производственно-хозяйственной деятельности:
  - режим работы предприятия и выпуск продукции;
  - ритмичность производства;
  - конкурентоспособность продукции.
- устойчивость сбытовой деятельности:
  - своевременность реализации и оплата продукции;
- ресурсная обеспеченность:
  - поставки, хранение и использование материальных ресурсов в соответствии с нормативами;
- устойчивость производственно-технической базы:
  - своевременный ремонт, уход и замена изношенного оборудования;
- устойчивость в реализации инвестиционных объектов:
  - реконструкция, модернизация и внедрение новых технологий;
- финансовая устойчивость:
  - обеспеченность предприятия собственными и заемными средствами;
  - своевременное выполнение финансовых обязательств перед бюджетом, банками, поставщиками ресурсов.

# **29.Предприятие в рыночной экономике. Трансакционные издержки.**

# **Трансакционные (операционные) издержки**

**Это издержки в сфере обращения, связанные с передачей  
прав собственности.**

Трансакционные издержки по Р. Коузу (1937г. «Природа фирмы»)  
включают:

- издержки поиска информации;
- издержки ведения переговоров ;
- издержки измерения ;
- издержки спецификации и защиты прав собственника;
- издержки оппортунистического поведения;

# **30. Теории фирмы. Альтернативные цели фирмы.**

# Теории целей фирмы

- Классическая теория:  $\max Pr$
- Менеджеральная теория:  $\max Q$
- Теория максимизации роста (растущей фирмы):  
 $\max Pr$  и  $\max Q$
- Современная теория множества целей фирмы:  
 $\max Pr$  ,  $\max Q$ ,  $\max W$

**31.Производственный процесс: затраты – выпуск. Производственная функция.**

# Производственный процесс. Производственная функция.

- Метод «затраты – выпуск»

Метод разработан В.В. Леонтьевым (начало 50-х годов)

- Производственная функция:

$$Q = f(x_1, x_2, \dots, x_n) \quad Q = f(x) \quad Q = f(x, y) (L, K)$$

- Производственная функция Кобба-Дугласа:

$$Q = A \cdot L^\alpha \cdot K^\beta \cdot M^\gamma$$

$$Q = A \cdot L^\alpha \cdot K^\beta$$

**A**- технологический коэффициент;

**$\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$**  – коэффициенты эластичности ресурсов;



# Принципы построения производственной функции

- Определенный уровень технологий.
- Взаимодополняемость ресурсов - определенное соотношение между факторами в соответствии с техническим строением производства.
- Взаимозаменяемость ресурсов - возможность заменить один ресурс другим при данном объеме выпуска продукции.
- Принцип убывающей отдачи или производительности фактора. **Закон убывающей предельной производительности фактора.**

**32.Закон убывающей отдачи факторов.  
Общий, средний и предельный продукт.**

# **Закон убывающей предельной производительности фактора** (Дж.Кларк , конец XIX века)

**При прочих равных условиях с определенного момента  
увеличение переменного ресурса сопровождается  
снижением его производительности (отдачи)**

Условия:

- стабильность технологии;
- все ресурсы стабильны кроме переменного;
- качество переменного ресурса стабильно;
- Закон предполагает рынок свободной конкуренции.

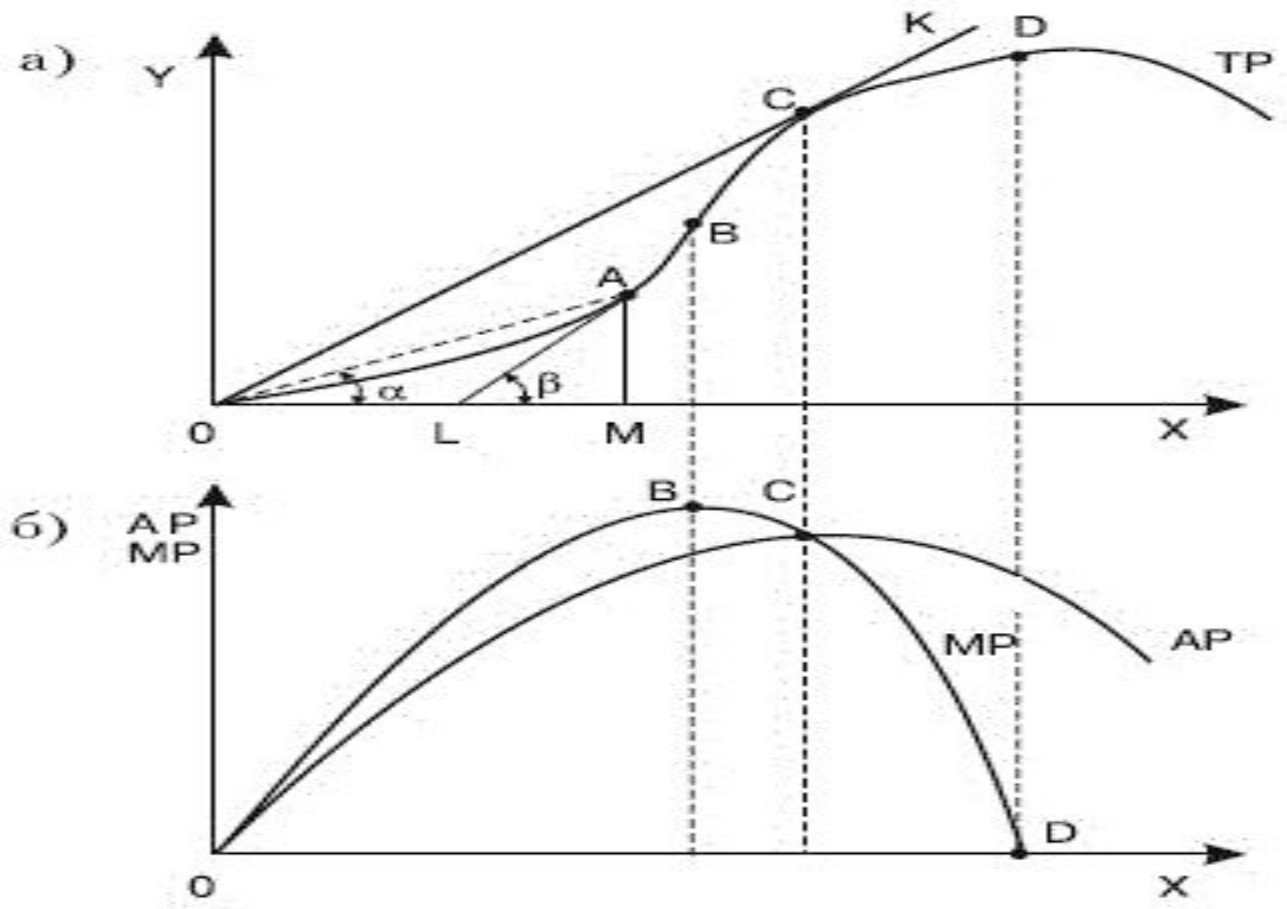
# Общий(ТР), средний(АР), предельный продукт(МР) на ресурс

- **ТР** (total product) -это суммарный объем выпуска, произведенный с использованием некоторого количества переменного фактора.
- **АР** (average product) - величина, показывающая количество продукции, приходящееся на единицу переменного фактора.  
Средняя производительность ресурса.  $AP = TP / x$
- **МР** (marginal product) - величина, показывающая изменение объема выпуска в результате использования дополнительной единицы переменного фактора.  
Предельная производительность ресурса.

$$MP = \Delta TP / \Delta x$$

$$MP = (TP)'$$

# Графическое пояснение закона убывающей предельной производительности фактора.



## **33. Издержки фирмы.**

## **Издержки (costs)**

### **Затраты факторов производства**

- **В зависимости от уровня формирования:**

Индивидуальные (частные)

Среднеотраслевые издержки

Общественные = индивидуальные (частные) + внешние

- **В зависимости от периода деятельности фирмы:**

В мгновенном периоде – все факторы и издержки постоянны

В краткосрочном периоде – постоянные и переменные издержки

В длительном периоде - все факторы и издержки переменные

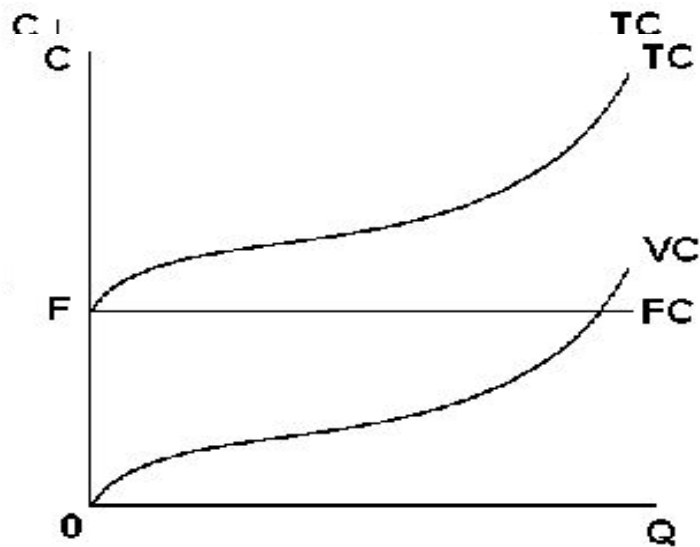
# Краткосрочные издержки

$$TC = FC + VC$$

*TC* (total costs)– общие издержки;

*FC* (fixed costs)– постоянные издержки;

*VC* (variable costs)– переменные издержки.



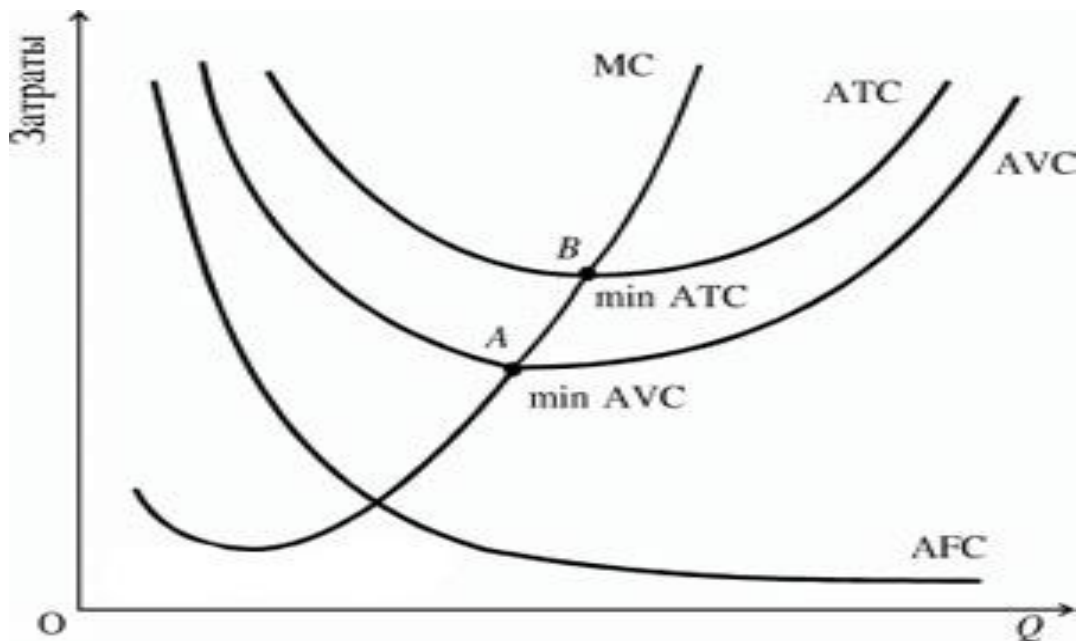


# Краткосрочные средние (удельные) издержки

$$ATC = AFC + AVC$$

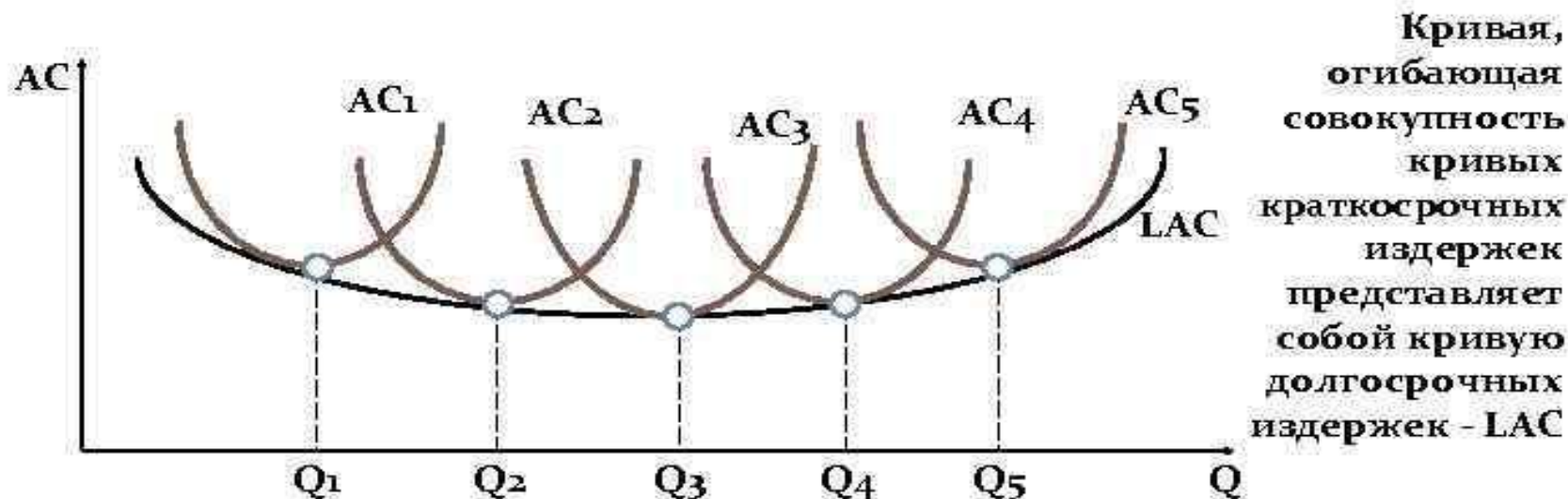
$$ATC (AC) = TC / Q \quad AFC = FC / Q \quad AVC = VC / Q$$

$$MC = \Delta TC (\Delta VC) / \Delta Q \quad MC = (TC)' \quad MC = (VC)'$$



# ИЗДЕРЖКИ ФИРМЫ В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

В долгосрочном периоде можно изменить размер предприятия, в связи с чем встает вопрос о его оптимальном размере. Для каждого размера предприятия может быть построена своя U-образная кривая совокупных средних издержек для краткосрочного временного интервала ( $AC_1, AC_2, AC_3, AC_4, AC_5$ ), с объемами ( $Q_1, Q_2, Q_3, Q_4, Q_5$ ) соответствующими минимальным значениям этих издержек.



# Бухгалтерские и экономические издержки

- **Бухгалтерские** — фактические, **явные**, издержки внешних факторов, привлекаемых фирмой с рынка ресурсов.
- **Экономические** = явные + неявные
  - неявные** — альтернативные издержки внутренних факторов фирмы (собственника), предпринимательские издержки = нормальной прибыли, которая удерживает предпринимателя в данном виде бизнеса

# Различия экономического и бухгалтерского подходов к издержкам

	БУХГАЛТЕРСКИЙ ПОДХОД	ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОДХОД	
Валовой доход	Бухгалтерская прибыль	Экономическая прибыль	Валовой доход
		Неявные (внутренние) издержки	
	Явные (бухгалтерские, внешние) издержки	Явные (бухгалтерские, внешние) издержки	Экономические издержки

## **34. Выручка фирмы.**

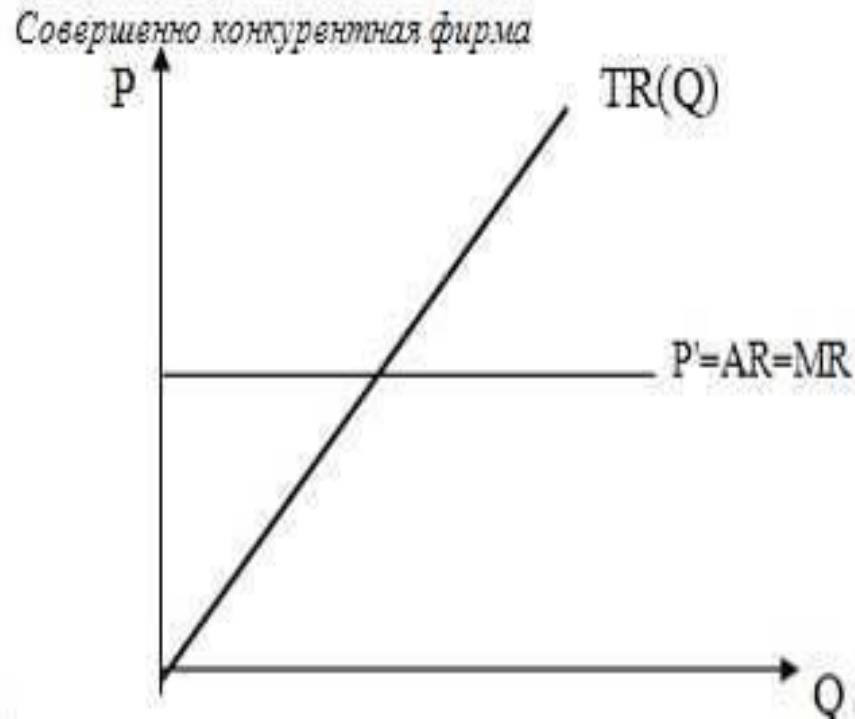
# Доход фирмы

- **Общий** доход (total revenue):  $TR = P \cdot Q$
- **Средний** доход (average revenue):  $AR = P \cdot Q / Q = P$
- **Предельный** доход (marginal revenue):  $MR = \Delta TR / \Delta Q$   
 $MR = (TR)'$

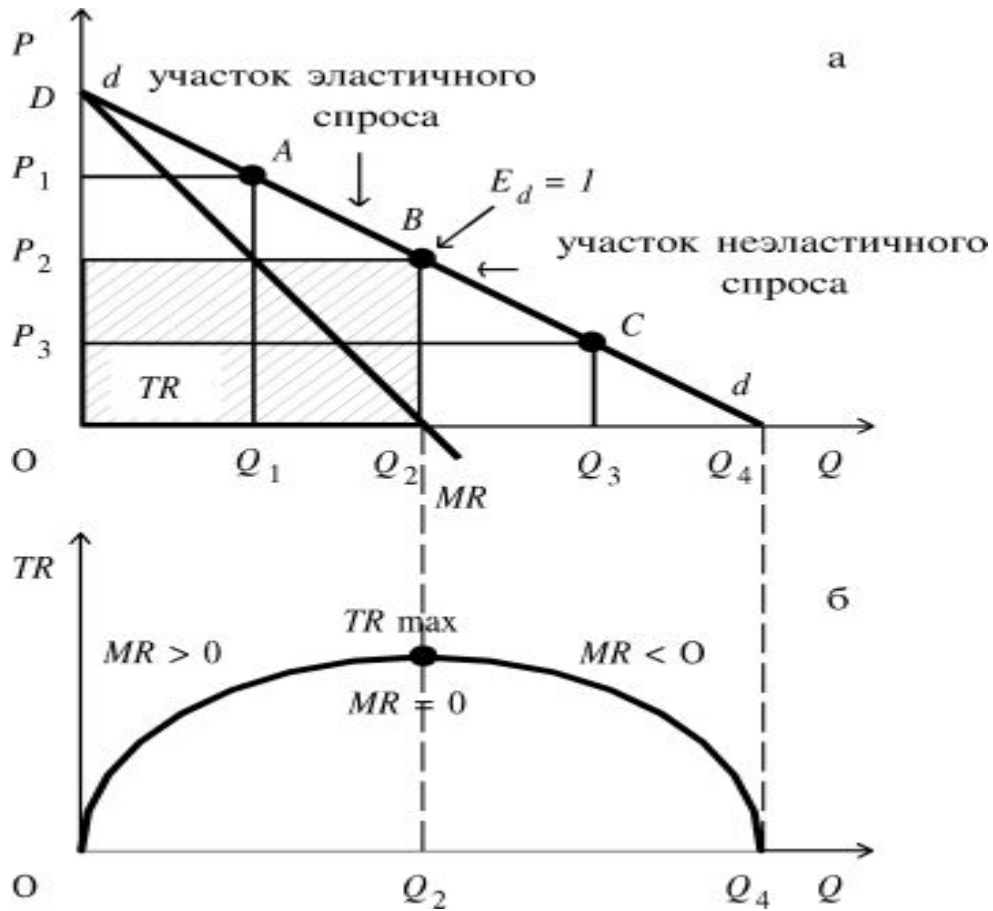
## Ситуации на рынке:

1.  $P = \text{const}$ ,  $TR = f Q$  Рынок свободной конкуренции
2.  $P \neq \text{const}$ ,  $TR = f P, Q$  Монополия

$$P = \text{const}, TR = f(Q)$$



# $P \neq \text{const}, TR = f(P, Q)$





## **35. Прибыль фирмы.**

## Прибыль фирмы (profit)

- **Общая**  $TPr = TR - TC$
- **Средняя**  $APr = AR(P) - AC$
- **Предельная**  $MPr = MR - MC$

# Прибыль фирмы (теоретические подходы)

- **Бухгалтерская прибыль** (accounting profit) :  
Доход фирмы – бухгалтерские ( явные) затраты
- **Экономическая прибыль** (economic profit):  
Доход фирмы – экономические издержки (явные + неявные)  
Бухгалтерская прибыль – неявные издержки  
Бухгалтерская прибыль – нормальная прибыль

**36.Равновесие (оптимум) производителя.**

# Равновесие или оптимум производителя

Равновесие производителя на рынке характеризуется таким положением, когда при ограниченных финансовых возможностях фирма привлекает такое количество ресурсов, при котором достигается максимальный объем выпуска продукции.

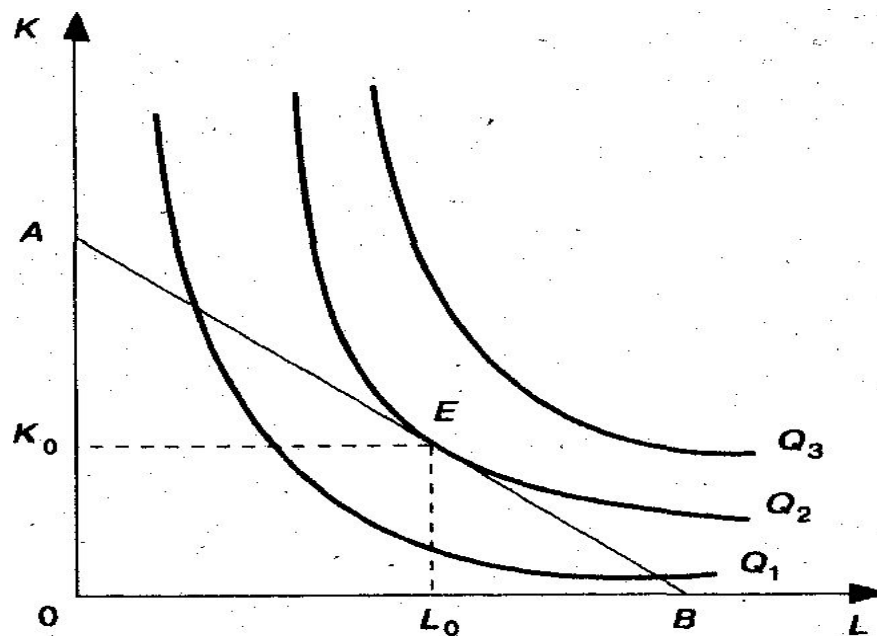
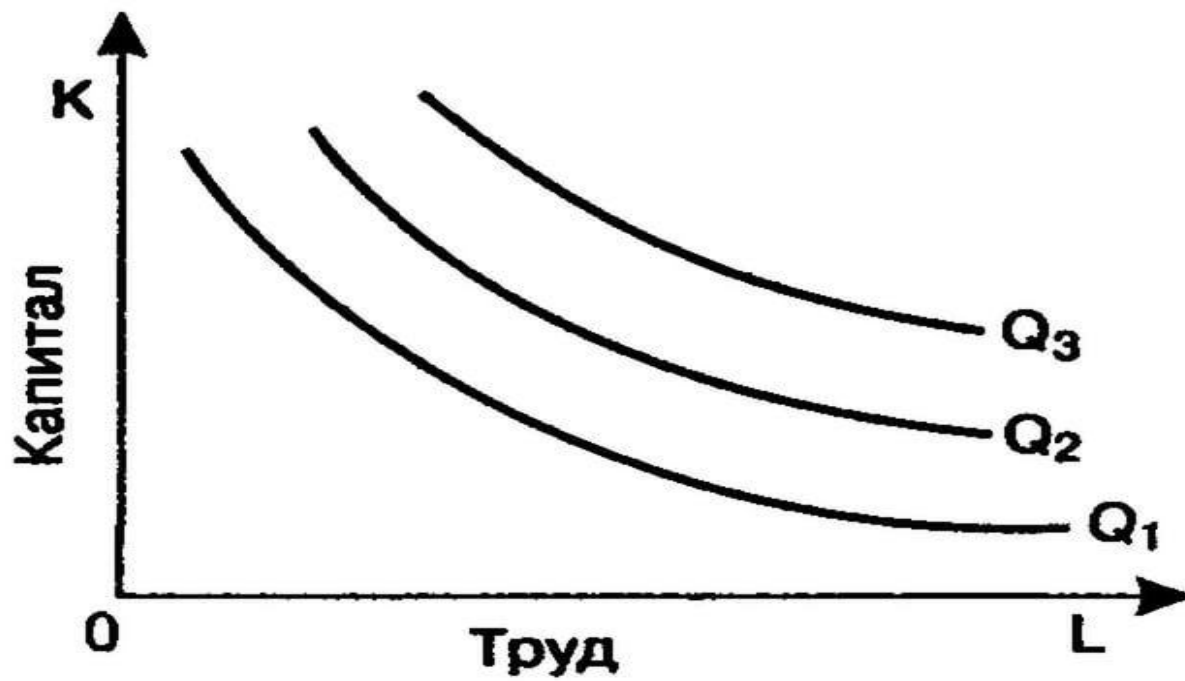


Рис. 9.3. Равновесие производителя

# Изокванты



# Характеристика изоквант

1. Линия равного продукта или геометрическое место точек, каждая из которых соответствует комбинации ресурсов  $x$  и  $y$ , при которой достигается один и тот же выпуск продукции.

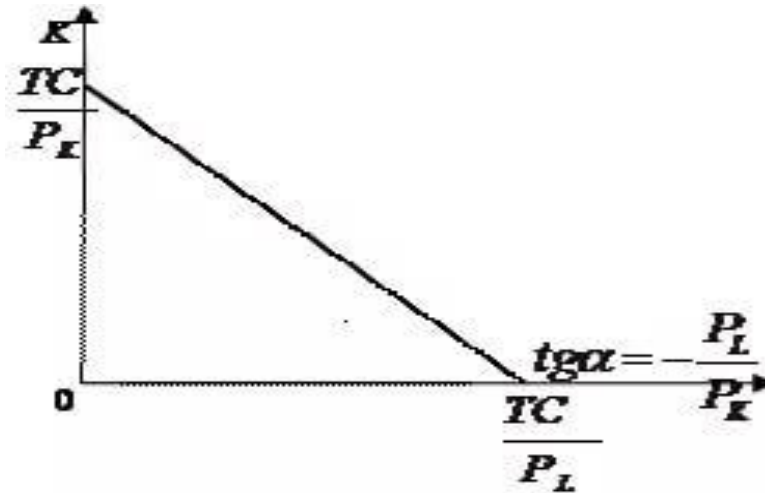
2. Строится на основе двухфакторной производственной функции:  $Q = f(L, K)$

3. Свойства изоквант соответствуют свойствам кривых безразличия.

4. Предельная норма технической замены

$MRTS = - \Delta y / \Delta x$ , где  $x$  и  $y$  - ресурсы

# Изокоста

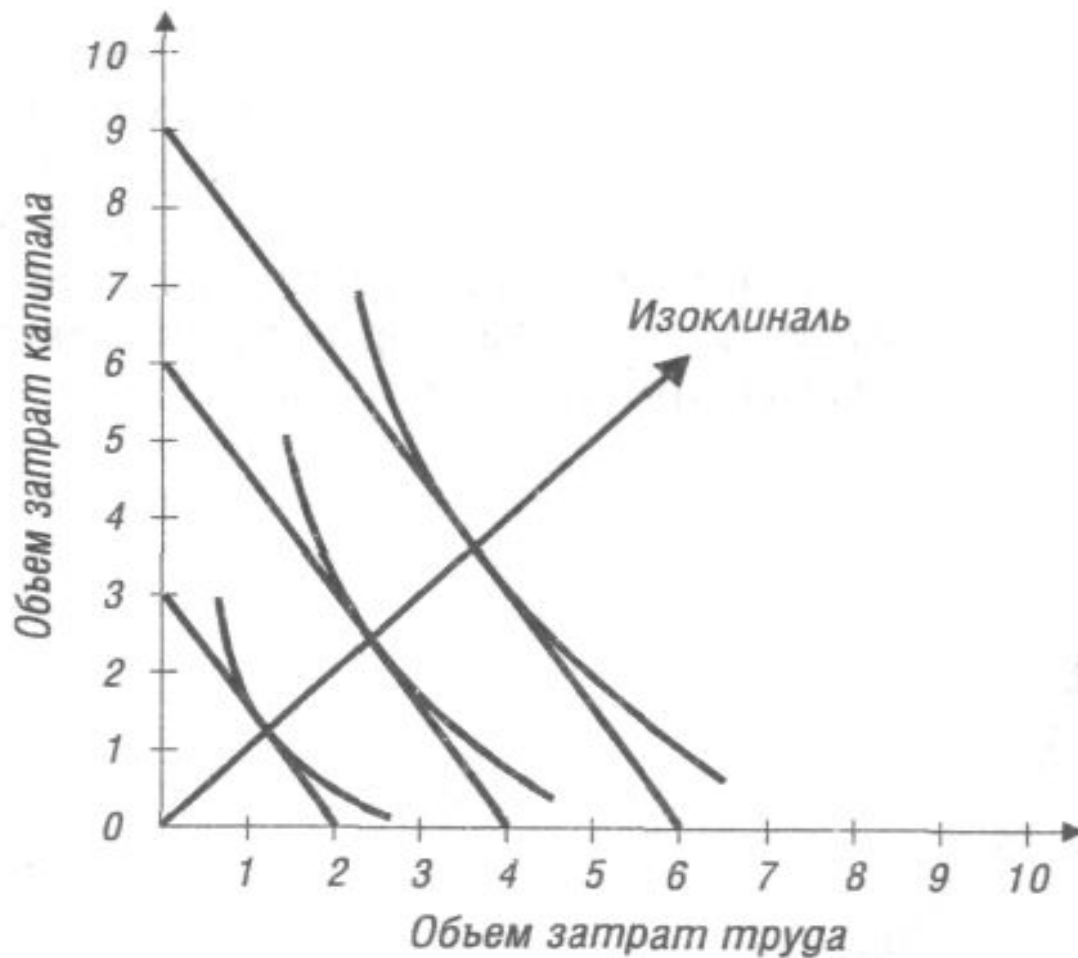


- Линия равных издержек, отражающая сочетание затрат труда и капитала, при которых общие издержки остаются неизменными.
- Показывает финансовые ограничения фирмы по привлечению ресурсов.
- Свойства изокосты аналогичны свойствам бюджетной линии.
- Уравнение изокосты:  $TC = P_x \cdot Q_x + P_y \cdot Q_y$   $Q_y =$



**37.Расширение производства и линия  
роста фирмы. Отдача от масштаба.**

# Линия роста фирмы (изоклинал)



# Эффект от масштаба

Это связь между изменением масштаба производства и объемом выпуска продукции

Увеличение масштаба деятельности фирмы сопровождается эффектом (результатом) :

- **Постоянная отдача от масштаба** - увеличение объема производства соответствует увеличению факторов производства  $\Delta Q = \Delta x, y$
- **Возрастающая отдача от масштаба** - увеличение объема производства превышает увеличение факторов производства  $\Delta Q > \Delta x, y$
- **Убывающая отдача от масштаба** - увеличение факторов производства превышает увеличение объема производства  $\Delta Q < \Delta x, y$

# Эффект от масштаба - графическое пояснение:

а) постоянная; б) возрастающая; в) убывающая;

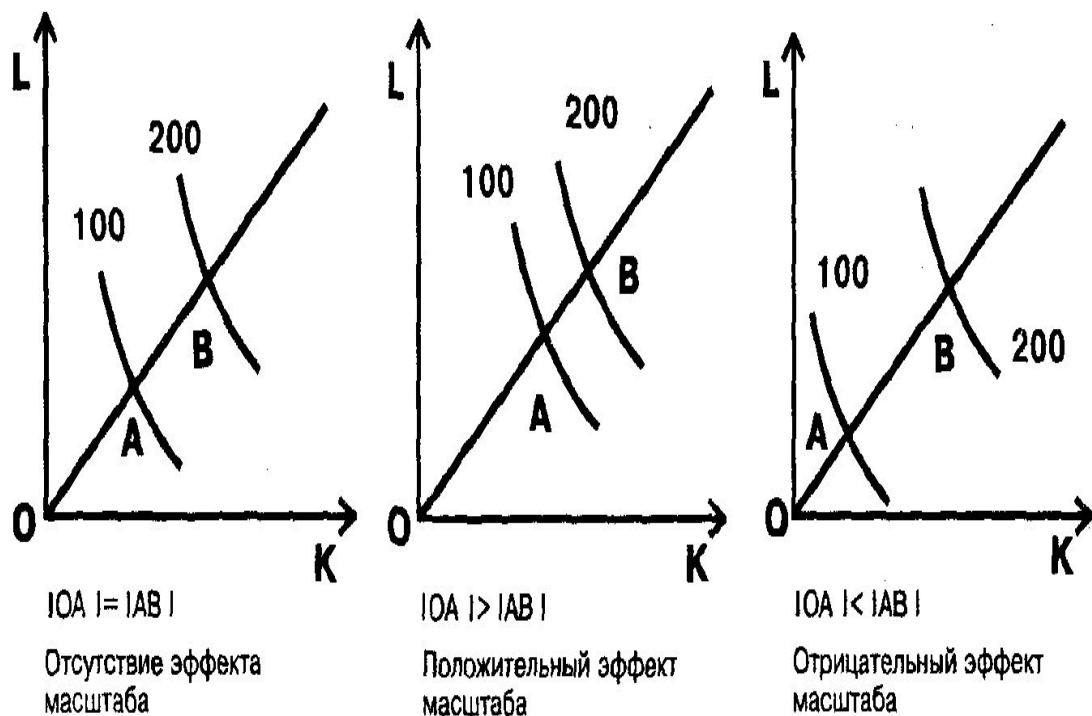
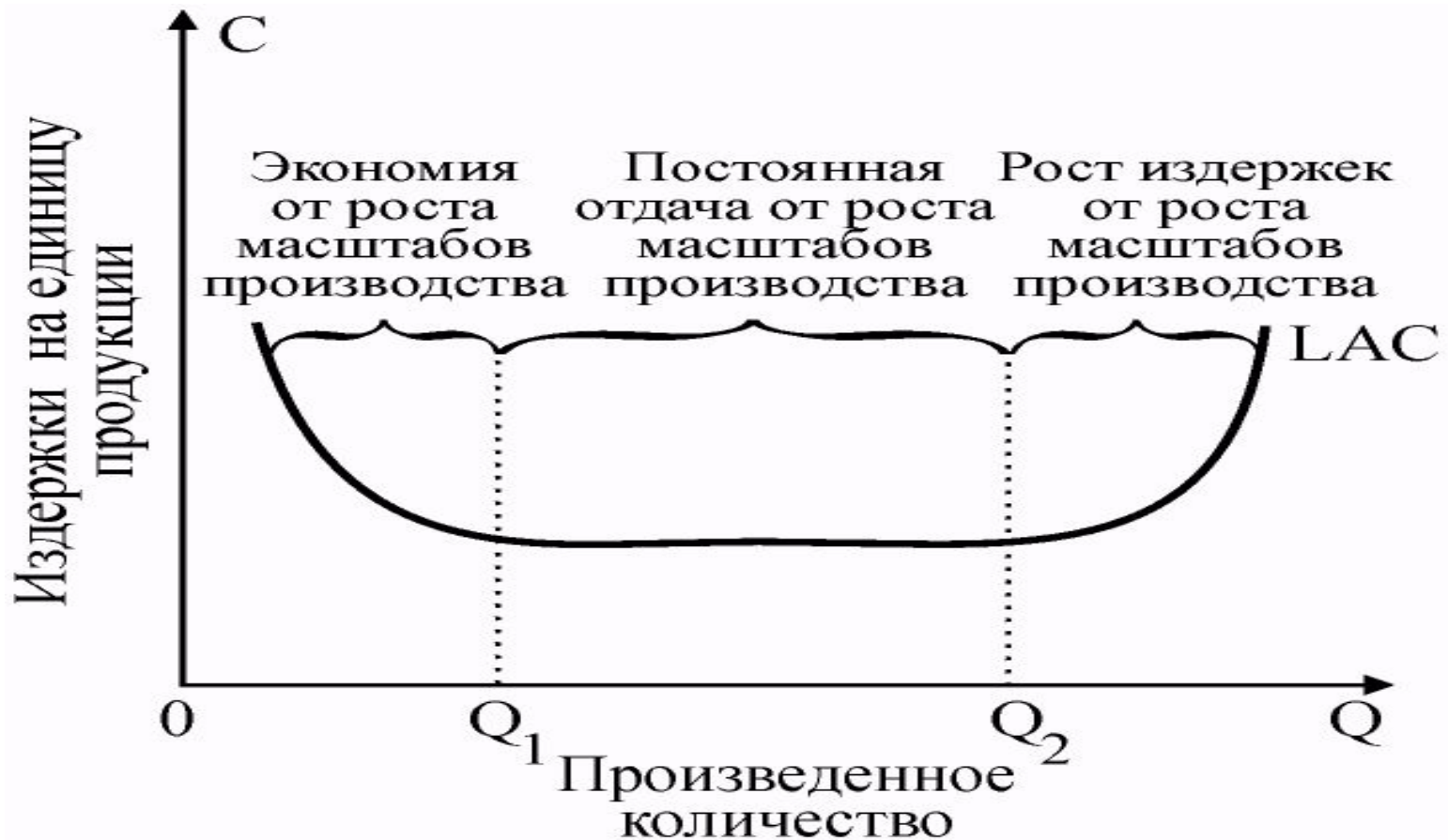


Рис. 6.14. Эффект масштаба

# Эффект от масштаба – график долгосрочных издержек



# Эффект от масштаба в производственной функции Кобба-Дугласа $Q = A \cdot L^\alpha \cdot K^\beta$

Постоянная отдача

$$\alpha + \beta = 1$$

Возрастающая отдача

$$\alpha + \beta > 1$$

Убывающая отдача

$$\alpha + \beta < 1$$

# Действие фирмы в ситуации отрицательного эффекта масштаба

- Определение оптимальных размеров фирмы, производства.
- Деконцентрация, разукрупнение производства и капитала.
- Децентрализация производства и капитала.
- Аутсорсинг.
- Диверсификация капитала.

# Крупный и малый бизнес

Параметры	Малые фирмы		Крупные фирмы	
	преимущества	недостатки	преимущества	недостатки
Персонал	Энтузиазм, сплоченность, инициативность	Часто дефицит необходимых специалистов	Большой и разнообразный кадровый потенциал	Чрезмерная специализация, карьеризм, безынициативность
Финансы	Низкая капиталоемкость	Повышенный риск вложений из-за неопределенности нововведений, трудности с получением заемных средств	Возможности привлечения заемных средств, «портфельное» распределение риска, способность крупного самофинансирования	Ориентация преимущественно на максимизацию прибыли
Руководство	Личный пример, минимум бюрократизма, способность принятия риска, «предпринимательский дух»		Опыт профессионального руководства	Подверженность бюрократизму, боязнь риска, недоучет человеческого фактора
Внутренние коммуникации	Коммуникация «лицом к лицу», быстрая реакция на внутренние проблемы			Противоречия формальной и неформальной структур, многоступенчатые коммуникации



## **38. Рыночные структуры и принципы поведения фирмы.**

# Рыночная структура

- Признаки: характер конкуренции  
зависимость  $Q$  от  $P$
- Виды : совершенный конкурент  
моноконкурент  
монополист  
олигополист  
монопсонист

Таблица 9. Типичные структуры

		Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Характерные черты	Количество и размеры фирм	Множество мелких фирм	Множество мелких фирм	Несколько фирм	Одна фирма
	Тип продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	Уникальный, нет близких заменителей
	Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый, но в довольно узких рамках	Ограниченный взаимозависимостью; значительный при тайном сговоре	Значительный
	Условия входа и выхода из отрасли	Никаких затруднений	Никаких затруднений	Возможны отдельные препятствия при входе	Практически непреодолимые препятствия на входе
	Доступность информации	Равный доступ ко всем видам информации	Некоторые ограничения	Некоторые ограничения	Некоторые ограничения
	Неценовая конкуренция	Отсутствует	Значительный упор на рекламу (торговые знаки, марки и т. д.).	Очень типична, особенно при дифференциации продукта	Главным образом реклама связи фирмы с общественными организациями
Примеры	Сельское хозяйство	Розничная торговля, производство одежды и т. д.	Производство стали, автомобилей, с/х инвентаря, бытовых приборов	Местные предприятия общественного пользования (метро)	

# Рыночная, монопольная власть.

## Контроль за ценой. Влияние на рыночную цену.

### Показатели

1. Индекс Лернера  $0 < I_L < 1$

$$I_L = \frac{P_M - MC (P_{c.k.})}{P_M} ; \frac{1}{|E_d|}$$

2. Индекс Герфиндаля – Хиршмана

$$I_H = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

$100 < I_H < 10000$

3. Индекс концентрации. Доля трех крупнейших фирм на рынке.

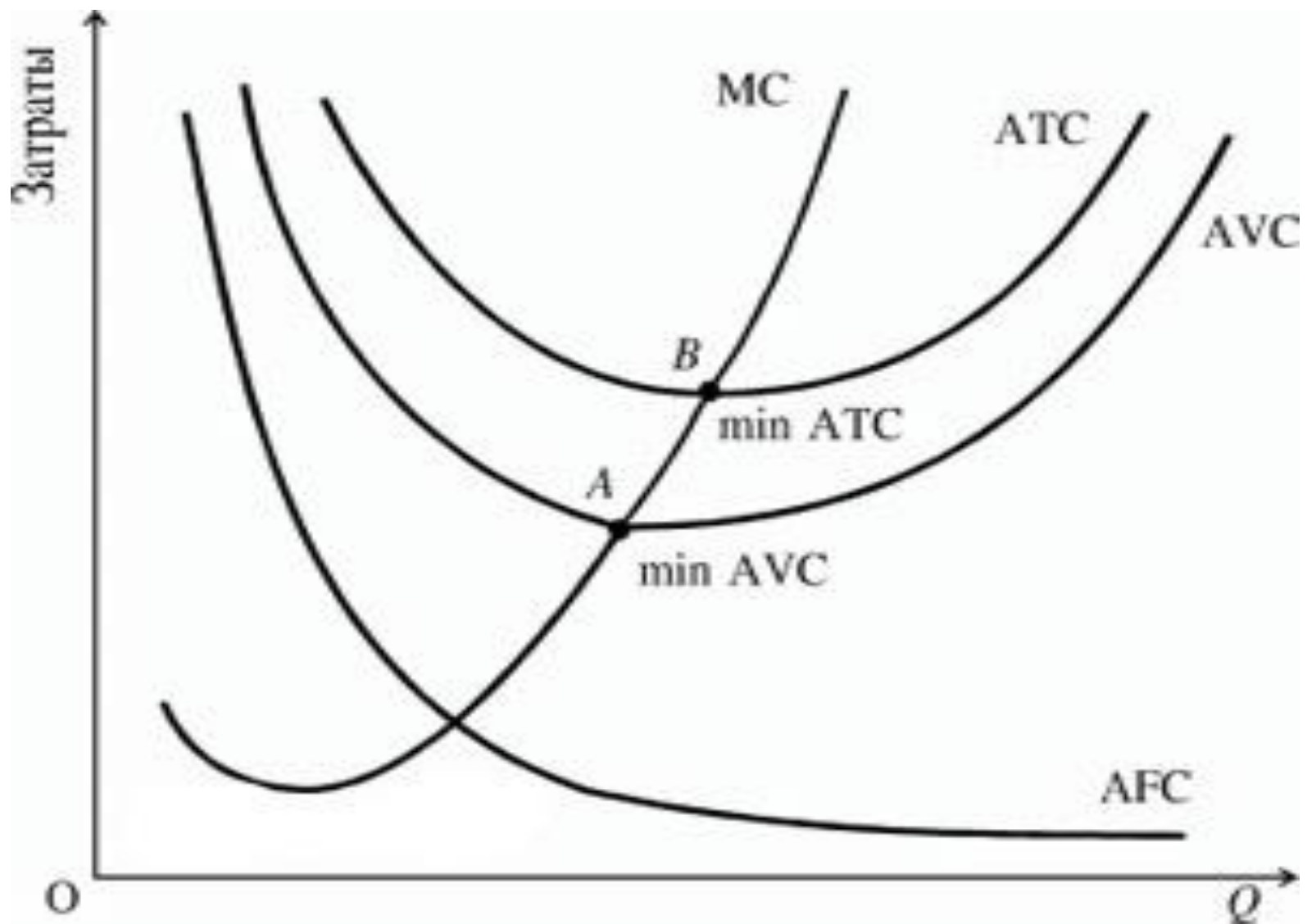
- $> 70\%$  - высококонцентрированный  $1800 < I_n < 10000$
- от  $45\%$  до  $70\%$  – умеренно концентрированный  $1000 < I_n < 1800$
- $< 45\%$  - низкоконцентрированный  $I_n < 1000$

# Принципы поведения фирмы на рынке.

- Принцип безубыточности  $TR > TC$
- Принцип **max** прибыли  $MR = MC$
- Принцип **min** издержек  
 $MP_x / P_x = MP_y / P_y$   
 $MP_k / P_k = MP_L / P_L$

# Принцип безубыточности $TR > TC$

- Критерий целесообразности производства
- Критические объемы выпуска продукта соответствуют  $TR = TC$
- $TC = FC + VC$        $TR > VC$
- Положение фирмы в краткосрочном периоде:
  1. max прибыли       $\min ATC \leq P$
  2. min убытков       $\min AVC < P < \min ATC$
  3. Прекращение производства       $P < \min AVC$
- **Точка А** – точка закрытия фирмы



# Принцип max прибыли $MR=MC$

- Определение объема производства, при котором достигается **max Pr** (максимальную прибыль).
- Маржиналистский подход- **MC** предельные издержки и **MB**(marginal benefit) предельная выгода.
- При увеличении **Q** издержки растут, а выгода снижается.
- Производство выгодно, пока предельный доход больше предельных издержек. **MR > MC**
- С увеличением **Q** вследствие действия закона убывающей отдачи растущие издержки начнут превышать предельный доход. **MR < MC**



## **39.Предприятие в условиях совершенной конкуренции.**

# Характеристика рынка совершенной конкуренции

- Много продавцов и покупателей.
- Тип продукта - стандартизированный.
- Вход и выход с рынка – свободный.
- Доступность информации для всех участников.
- Отсутствует влияние участников на рыночную цену.
- Высокая мобильность ресурсов.
- Возможность выбора продукта и деятельности высокие.
- Ценовая конкуренция (снижение затрат)

# Достоинство модели

- Наилучшее распределение ресурсов и максимальное удовлетворение потребностей по доступным ценам. Максимальные объемы и низкие цены.
- $P_s = MC$
- Максимальная эффективность производства и минимальные затраты.
- Нет излишков и дефицитов на рынке продукции так как цена равновесная.
- Поведение фирм зависит от рыночной цены.

# Поведение совершенного конкурента в краткосрочном периоде.

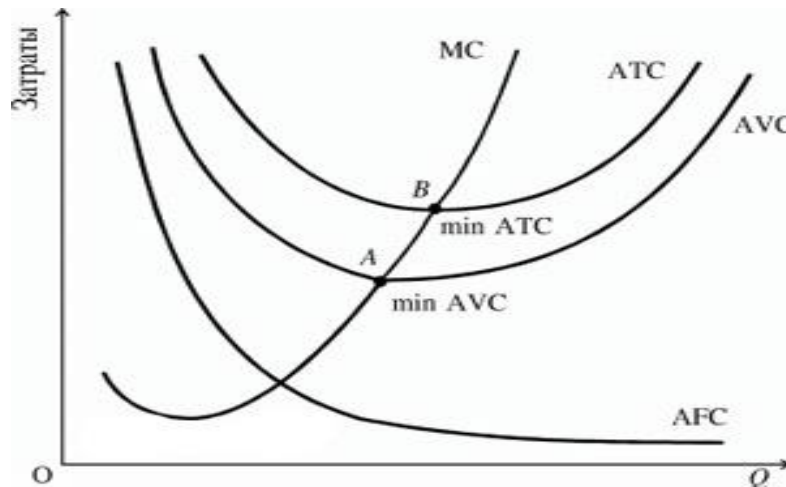
Увеличение загрузки ПМ сопровождается ростом затрат.

**МС увеличиваются.**

Цена предложения соответствует предельным издержкам

$$P_s = MC.$$

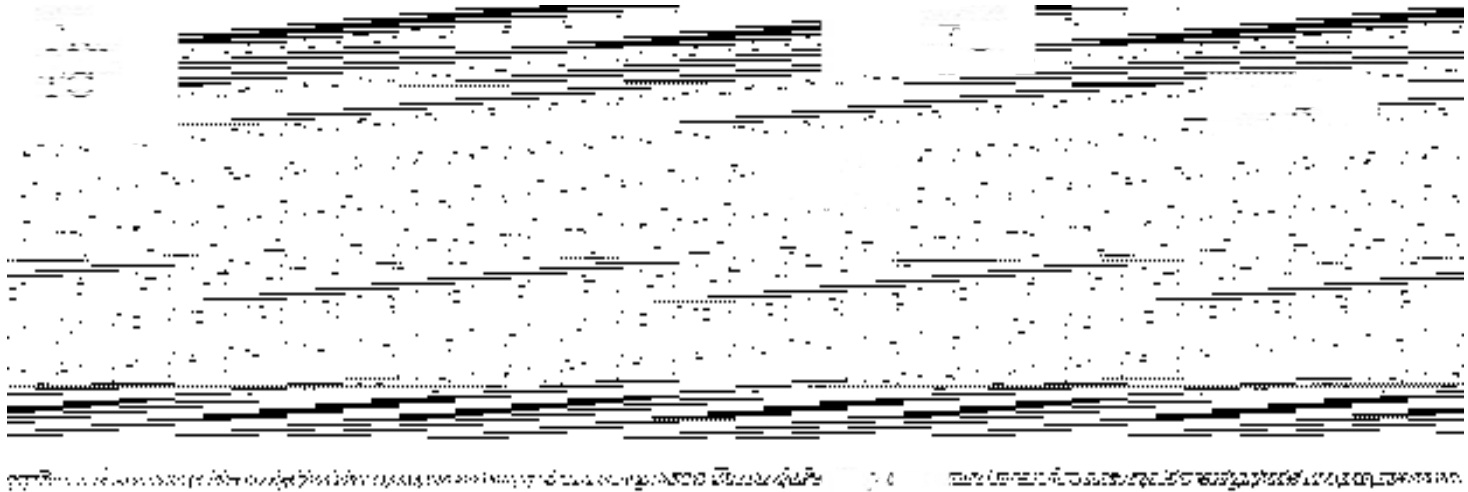
Линия предложения соответствует линии **МС** с точки **A** ( точки закрытия фирмы).



# Положение фирмы в краткосрочном периоде

- предельная фирма  $P = \min AVC$
- запредельная фирма  $P < \min AVC$
- допредельная фирма с отрицательной экономической прибылью
- $\min AVC < P < \min ATC$
- допредельная фирма с нулевой экономической прибылью
- $P = \min ATC$
- допредельная фирма со сверхприбылью (положительной экономической прибылью)  
 $P > \min ATC$

**Принцип безубыточности  $TR > TC$ .** Для фирмы важно определить две точки безубыточности  $Q_1(C)$  и  $Q_2(D)$ . Достижение прибыли возможно в этих пределах. До  $Q_1$  производство не позволяет покрыть затраты. Начиная с  $Q_2$  масштабы дают отрицательный эффект, производительность переменного фактора понижается.

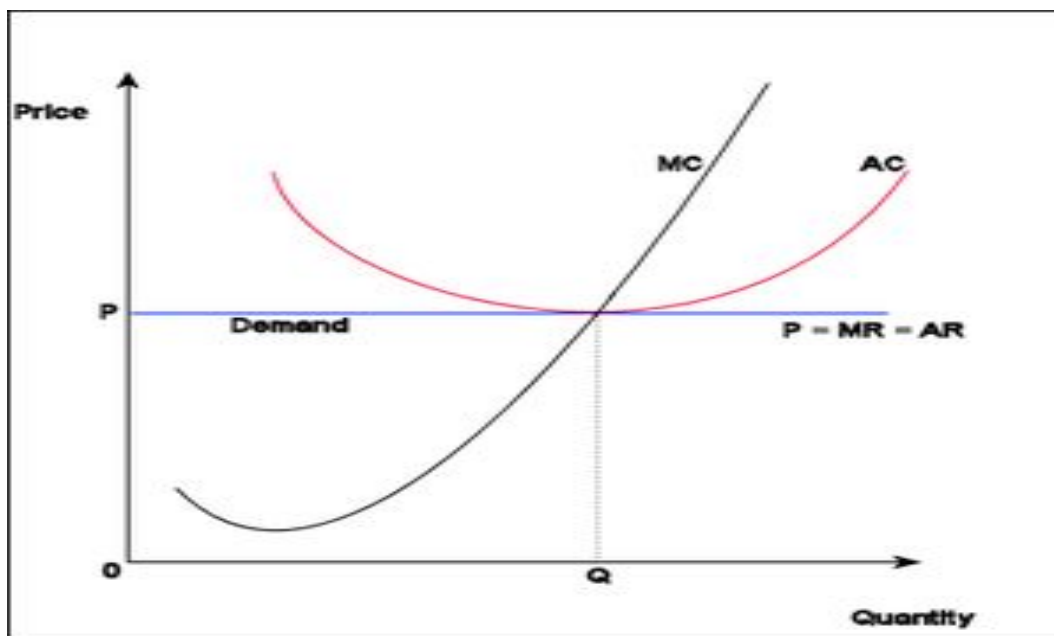


# Принцип максимизации прибыли $MR=MC$ .

Наилучшее положение фирмы, когда  $P = MC$  или  $MR = MC$   
Условие краткосрочного равновесия.

$$P = MR = MC$$

$$P = ATC$$



# Условия долгосрочного равновесия

- Выполняются условия краткосрочного равновесия.

$$P = MR = MC$$

- Каждая фирма удовлетворена  $Q$  и использованием ПМ (производственных мощностей).

$$\min ATC = \min LATC$$

- Фирма получает **нулевую** экономическую прибыль (среднюю бухгалтерскую прибыль).
- Рынок стабильный. Сверхприбыль не создается.
- Условие достижения максимальной прибыли в долгосрочном периоде.

$$P=MC=MR =\min ATC = \min LATC$$



**40.Фирма в условиях несовершенной конкуренции. Монополия. Ценовая дифференциация при монополии.**

# Характеристика рынка монополии

- На рынке нет близких заменителей. Продукт уникален.
- Велики барьеры вступления в отрасль другим фирмам. Монополия ограждена от конкуренции.
- Фирма- монополист – **ценоустановитель**, покупатель - **ценополучатель**.
- Фирма дифференцирует цены на однородную продукцию, применяет политику дискриминации цен.
- **Линия спроса – убывающая. Линия предложения отсутствует.**
- Варианты: чистая монополия и «квази» (почти)- монополия.
- Естественная монополия- ЖКХ.

# **Причины отсутствия конкуренции на рынке монополии**

- **Экономия на масштабах.** Преимущества крупного бизнеса –это снижение издержек.
- **Патентная (правовая ) монополия.** Крупная фирма имеет возможности покупать лицензии, патенты, права на рынке интеллектуальной собственности.
- **Исключительное право на разработку ресурсов.** Крупный бизнес монополизировывает ресурсные рынки, обладая правом собственности.
- **Использование нечестной конкуренции:** захват рынков, демпинг, реклама, ограничение доступа к ресурсам, кредитам для других фирм.

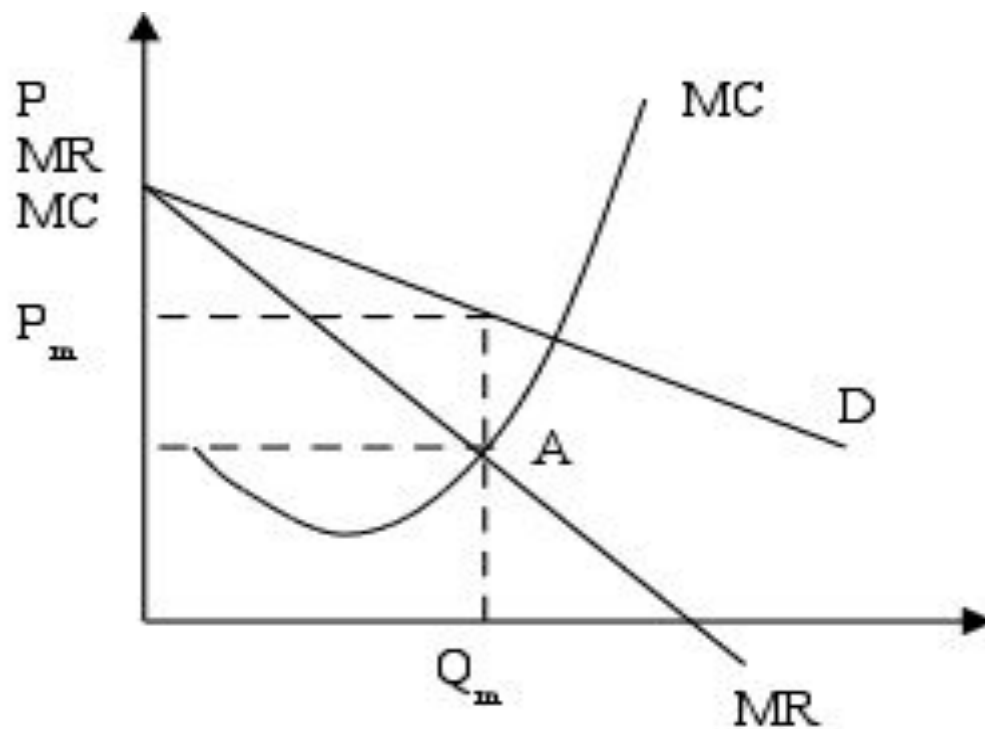
# Положительная сторона монополии

- Внедрение достижений НТП, НИОКР.
- Экономия ресурсов. Эффект масштаба.
- Государственная монополия – производство общественных благ, государственный контроль за рынком.
- Патентная монополия обеспечивает производство качественных продуктов.

# Отрицательные стороны монополии:

- Снижение конкуренции на рынке.
- Рост затрат при достижении определенных объемов производства. Отрицательный эффект масштаба.
- Отсутствие стимулов к инновациям.
- Рост цен на продукт фирмы, не обусловленный ростом издержек.
- Дифференциация (дискриминация) цен.
- «Система участия», «личная уния». Влияние на государственную политику. Лоббирование интересов, протекционизм.
- **X –неэффективность** (Х.Лейбенстайн)

# Определение цены при монополии

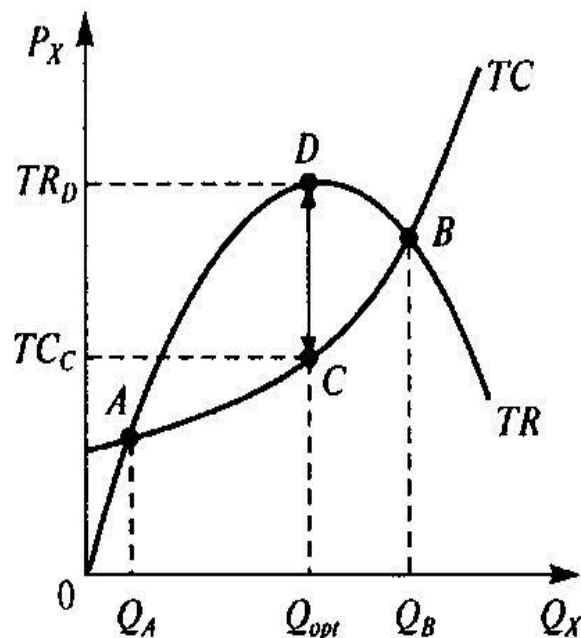


# **Ценовая дифференциация**

- 1. Совершенная дискриминация, в соответствии с линией спроса – первой степени.**
- 2. Дискриминация товара по условиям продаж – второй степени.**
- 3. Дискриминация покупателей по доходу – третьей степени.**

# Поведение монополиста в краткосрочном периоде

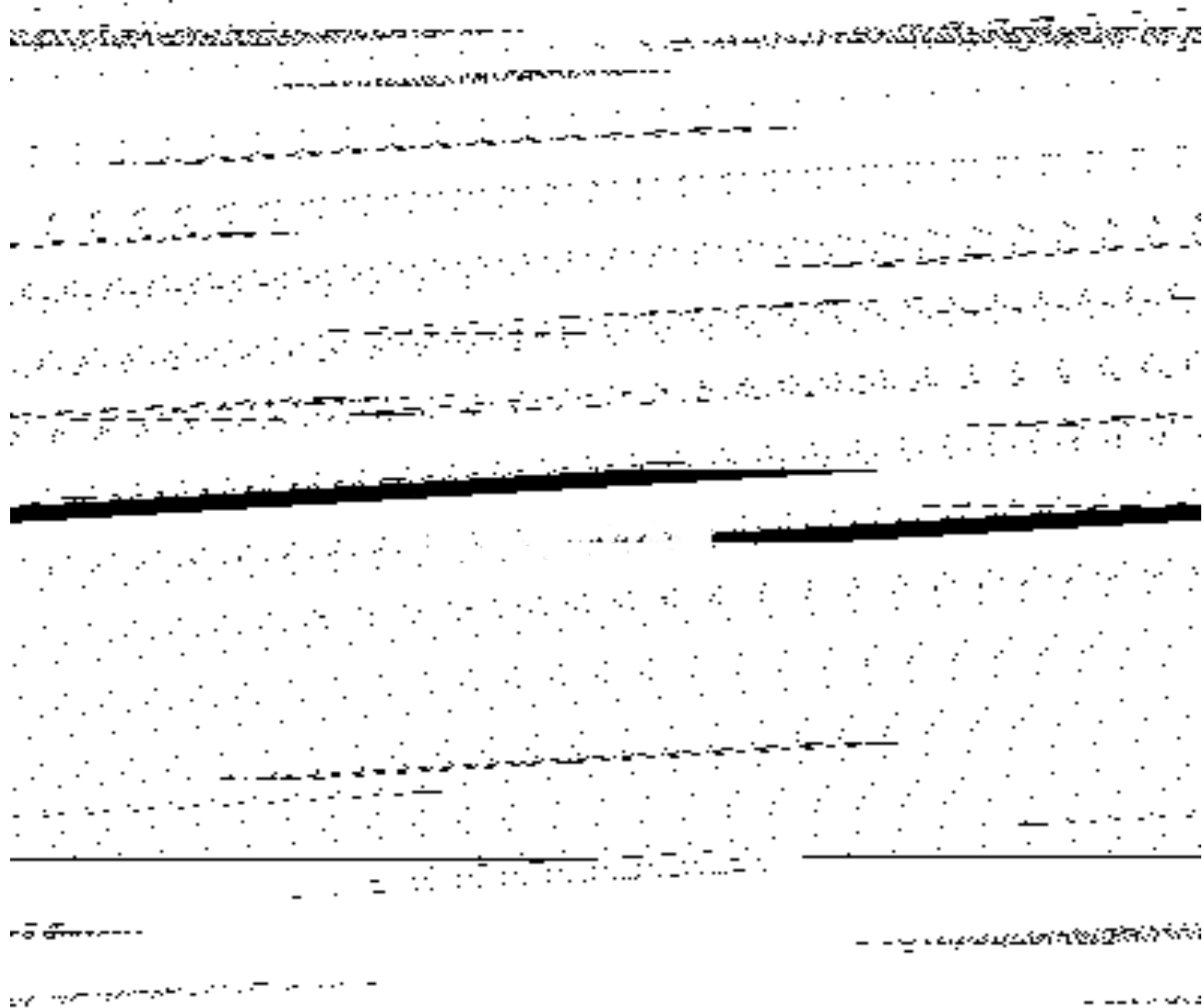
Принцип безубыточности  $TR > TC$



Определение оптимального объема производства для фирмы-монополиста методом сопоставления валового дохода и валовых издержек



# Принцип max Pr. $MR=MC$



# Две стратегии монополии в краткосрочном периоде

1. Стратегия максимизации прибыли.  $P > ATC$

$$TR = (P_m - ATC) \times Q_{\text{опт}}$$

2. Стратегия минимизации убытков  $P < ATC$

$$TR = (ATC - P_m) \times Q_{\text{опт}}$$

- В краткосрочном периоде экономическая прибыль монополии может быть положительной и отрицательной

## Долгосрочный период

В долгосрочном периоде у монополии 2 угрозы:

- появление конкурентов
- появление товаров-заменителей

В долгосрочном периоде любую фирму можно считать открытой, т.е. не имеющей защиты от конкурентов.

**Варианты поведения фирмы, защита от конкурентов:**

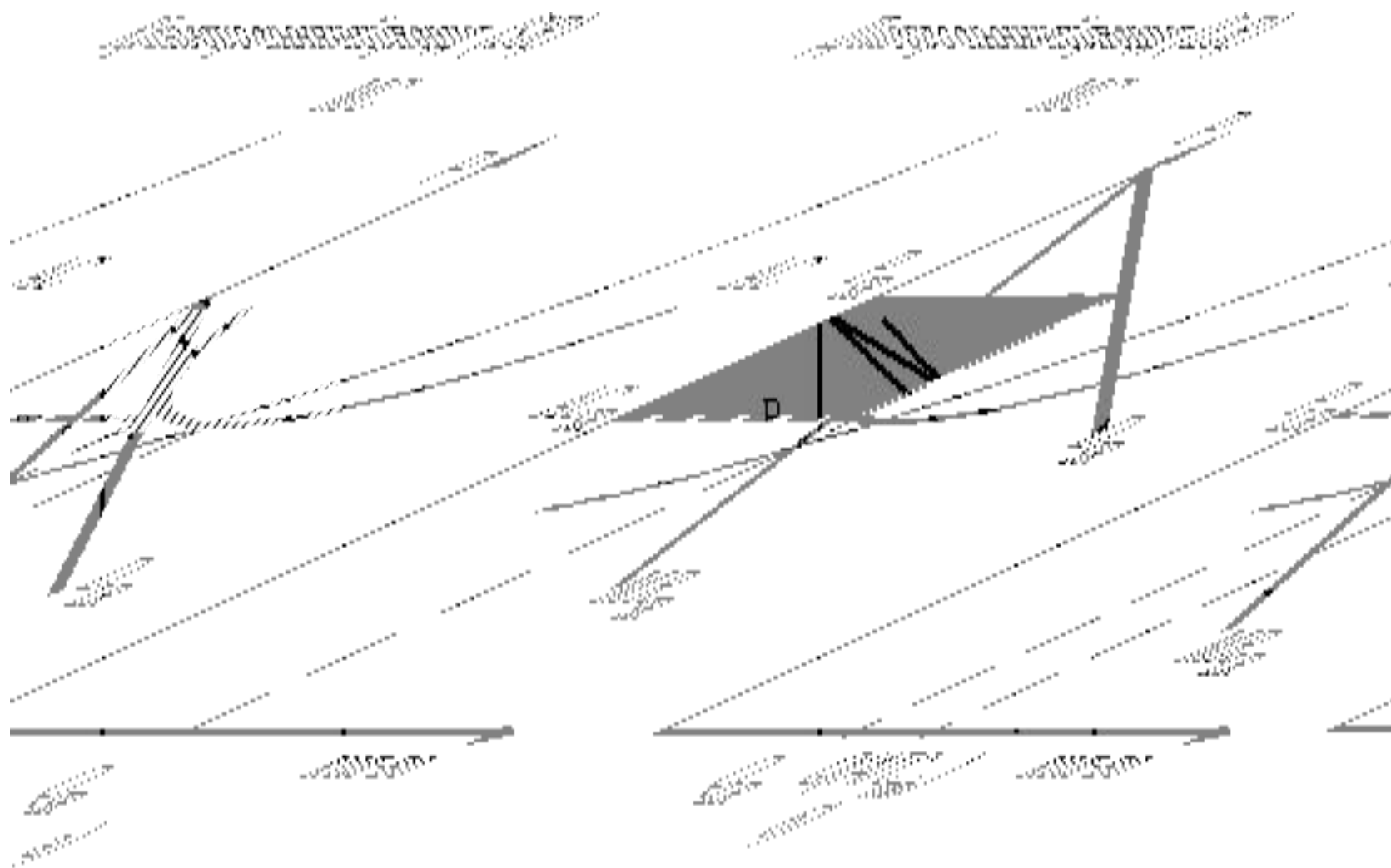
1. Установление высокой цены и получение монопольно высокой прибыли. В краткосрочном периоде это возможно. Но высокие прибыли привлекают потенциальных конкурентов. Рынок превращается в дуополию и олигополию. Цены снижаются. Сверхприбыль исчезает.

2. Стратегия лимитирующего ценообразования. Направлена на снижение вероятности появления конкурентов. Цена снижается. Сверхприбыль отсутствует.

3. Монополист сначала завышает цену, а по мере появления конкурентов ее снижает.

- **В долгосрочном периоде экономическая прибыль нулевая.**

# Поведение монополиста в долгосрочном периоде



**41.Предприятие в условиях  
несовершенной конкуренции.  
Олигополия.**

# Характеристика олигополии

- На рынке несколько крупных фирм (3- 8)
- Экономия на масштабах – главная причина формирования
- Продукция однородная или с модификациями
- Существенные барьеры вхождения в отрасль
- На рынке имеет место асимметрия информации
- Ценовая и неценовая конкуренция
- Показатели рыночной власти:

$$IL = 0,6 - 0,8 \quad IH = 2000$$

- Создаются на основе: а) слияний, поглощений; б) государственных ресурсов ;
- Действия конкурентов влияют на положение отдельной фирмы.
- Отрасли (примеры)
- Модели дуополии: Курно, Бертрана, Штакенберга

# Ценообразование при олигополии

- **Политика лидерства в ценах.**

Все крупные изменения цен сначала проводит одна самая крупная фирма, а затем они проводятся остальными фирмами.

Ценовой лидер единолично определяет цену и объемы для всей отрасли. Но делает это с таким расчетом, чтобы новые цены устроили остальных участников рынка. Они должны последовать за лидером.

- **Политика ценообразования «Издержки плюс».**

Фирмы ориентируются на примерно одинаковый уровень рентабельности (норму прибыли).

$$P = AVC + \% \text{ надбавка } ( AFC + Pr \text{ норм} )$$

# **Типы поведения олигополистов**

- **Некооперативное (несогласованное) поведение.**
- **Кооперативное (скоординированное) поведение.**
- **Игра по правилам. Картелиподобное поведение.**



# Некооперативное (несогласованное) поведение

- Фирма самостоятельно определяет цены и объемы продаж.
- Ценовая конкуренция.
- Результат – ценовые войны:
  - демпинг на продукцию
  - взвинчивание цен на ресурсы
- Модель Бертрана

# **Кооперативное (скоординированное) поведение**

**Создается картель. Отрасль принимает форму монополии.**

**Виды стратегии:**

**1. Устанавливаются единые монопольные цены, определяются квоты для участников рынка. С целью повышения цен принимается решение о сокращении предложения (ОПЕК).**

**Проблемы:**

- участники картеля могут пожелать получить двойной выигрыш. Они повышают цены, но при этом не сокращают предложение. При таком поведении картель может развалиться.
- угрозой для картеля может быть объединение аутсайдеров, которые могут создать контркартель.
- монопольное поведение вызовет определенную реакцию государства и применение антимонопольного законодательства.

**2. Соглашение между фирмами может быть скрытым. Это сговор или чистая монополия.**

Тайные соглашения неустойчивы, т.к. отдельные предприятия могут нарушить договор, стремясь получить свою выгоду. Появляются субъективные факторы, мошенничество.

**3. В современной экономике чаще встречается молчаливая договоренность.**

Тип поведения – лидерство в ценах. Лидер отрасли информирует о своих намерениях изменить цены. За ним следуют другие участники.

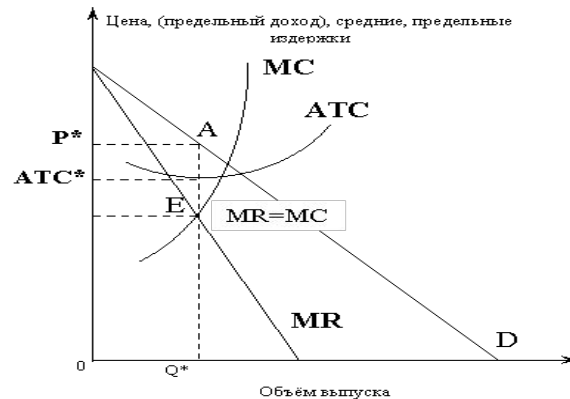


Рис. 1.3.  
Оптимальный выпуск для монополии:  $MR=MC$

# **Игра по правилам. Картелиподобное поведение.**

- Поведение, понятное для конкурента.
- Основа разработки стратегии конкурентов - теория игр, позволяющая просчитать поведение участников в вероятностных ситуациях.

# Модель поведения олигополистов при картелеподобной структуре рынка

Авторы- Дж.Нейман , О.Моргенштейн (1940г.)

- Фирмы сознательно делают свое поведение понятным для конкурентов.
- Модель позволяет:
  - достичь компромисс между нескоординированной олигополией и прямым сговором
  - избежать юридической ответственности перед антимонопольным законодательством
- снизить риск непредсказуемой реакции конкурентов

# «Дилемма заключенного»

	Признание У	Молчание У
Признание X	5 лет для каждого	Ничего для X 20 лет для У
Молчание X	Ничего для У 20 лет для X	1 год для каждого

# Теоретические модели

Модель дуополии О.Курно (1839г., французский экономист)

На рынке монополии появляется еще одна фирма.

**Характеристика модели:**

- статическая
- фирмы производят однородный товар
- фирмам известна кривая рыночного спроса
- обе фирмы принимают решения одновременно, самостоятельно, не зависимо друг от друга
- каждая фирма предполагает выпуск конкурента как постоянную величину
- $MC = \text{const}$

# Кривые реагирования

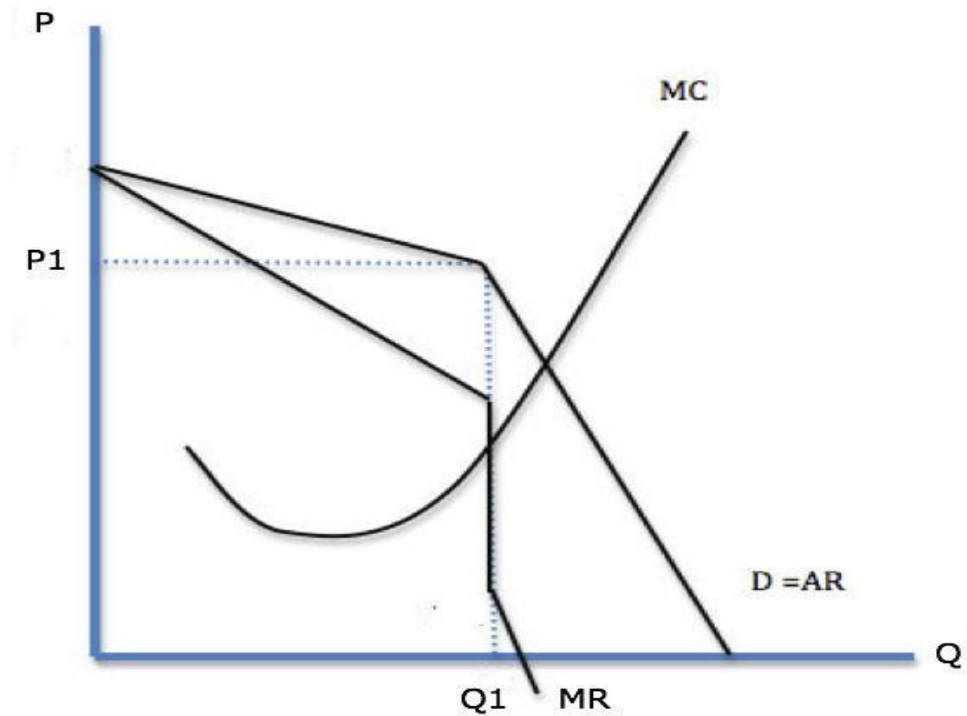




# Модель ломаной кривой спроса.

## Нескоординированная олигополия.

Модель разработали в 1939 г. английские экономисты Р. Хитчем, К Холл и американский экономист П. Суизи

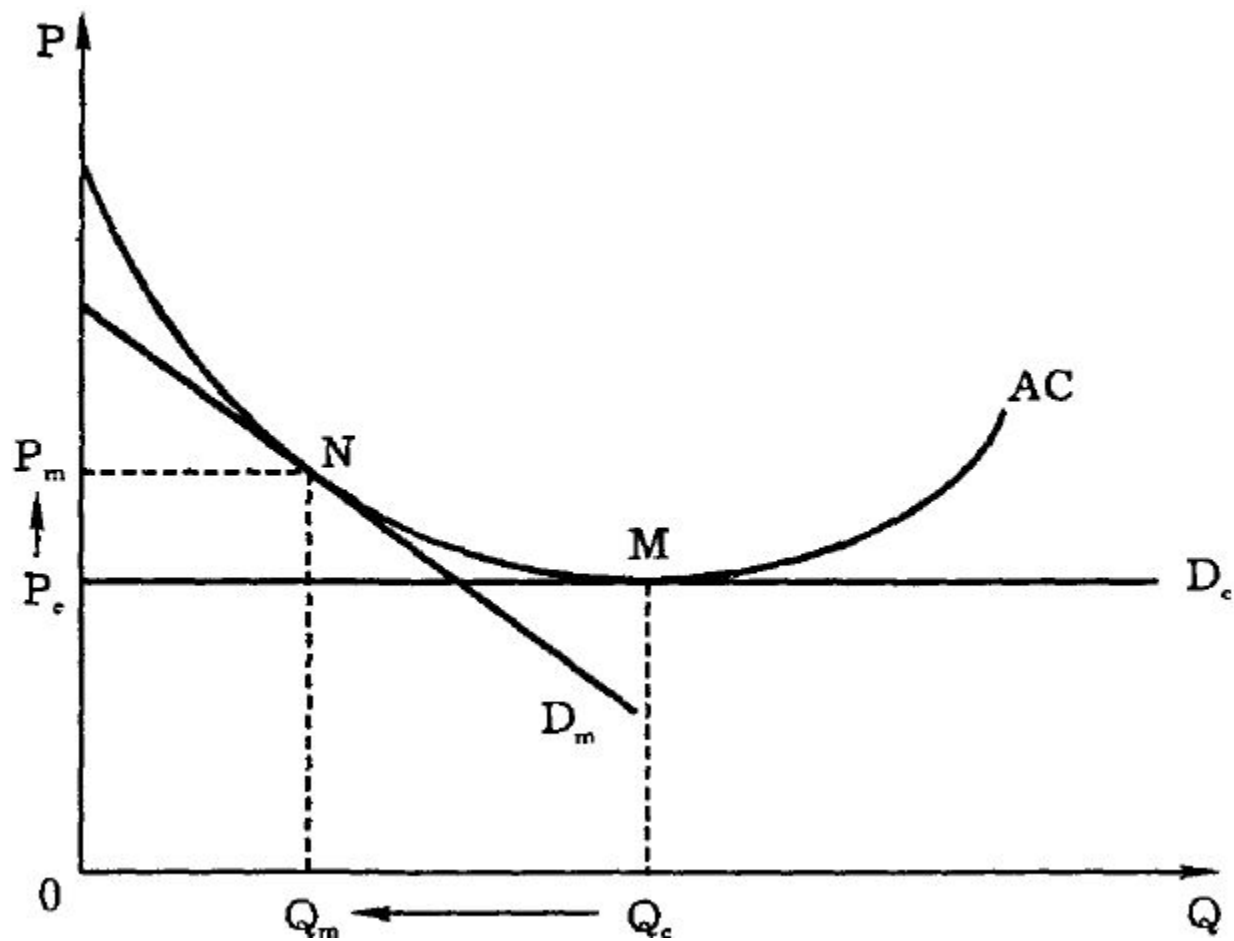


**42.Предприятие в условиях  
несовершенной конкуренции.  
Монополистическая конкуренция.**

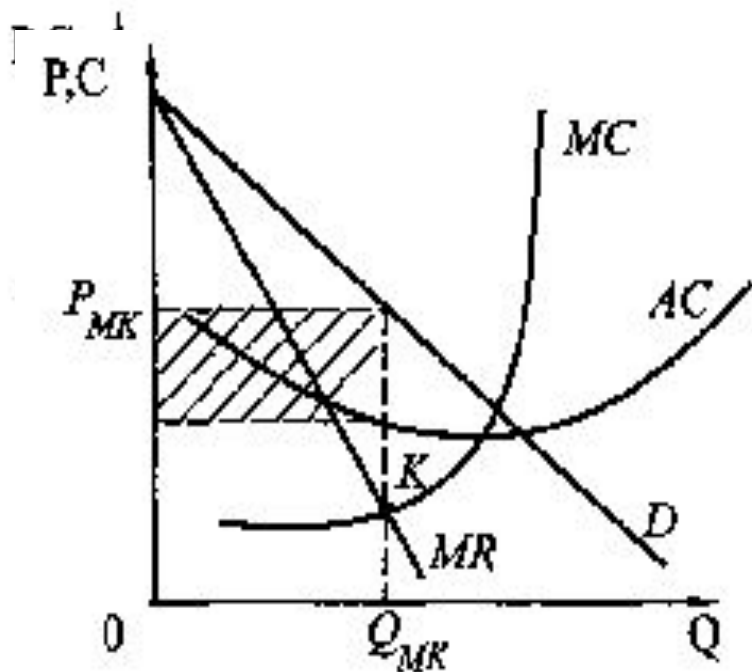
# Характеристика рынка монополистической конкуренции

1. Условия спроса определяет продуктовая дифференциация.
2. Количество продавцов и покупателей - много.
3. Вход в отрасль - сравнительно свободный.
4. Целевая функция –  $\max P_r$  в краткосрочном периоде.
5. При определении цены фирма учитывает перекрестную эластичность.
6. Ожидания относительно соперников – отсутствует.
7. Неценовая конкуренция.
8. Неценовые факторы спроса (реклама, условия продаж, бонусы, послереализационное обслуживание, гарантии и др.)
9. Отдельные фирмы контролируют небольшую долю (сегмент) рынка.
10. Сферы – отрасли, производящие предметы потребления: легкая и пищевая промышленность, сфера услуг.

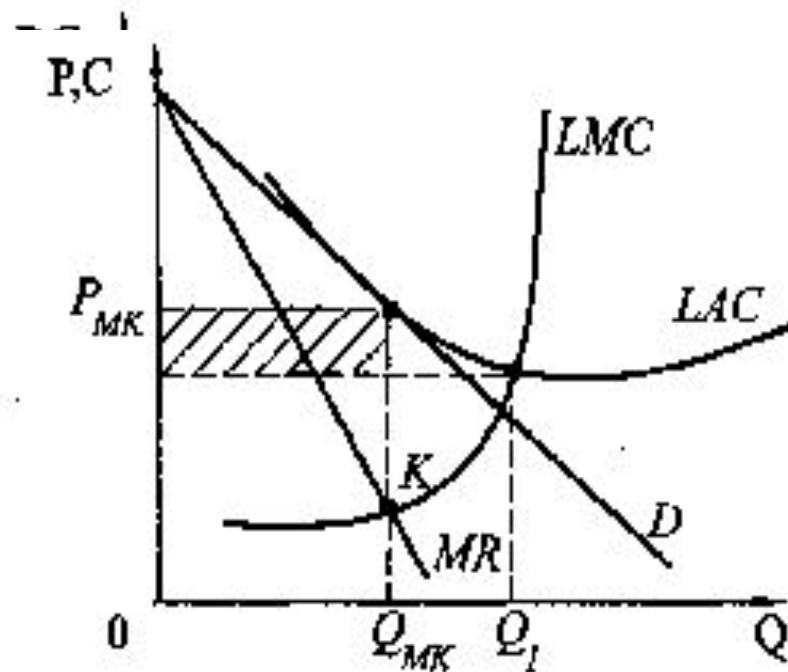
# Ценообразование на рынке моноконкуренции



# Поведение моноконкурента в долгосрочном периоде



**Рис. 7.29.** Равновесие фирмы при монополистической конкуренции в коротком периоде



**Рис. 7.30.** Равновесие фирмы при монополистической конкуренции в длительном периоде

# Реклама на рынке монополистической конкуренции

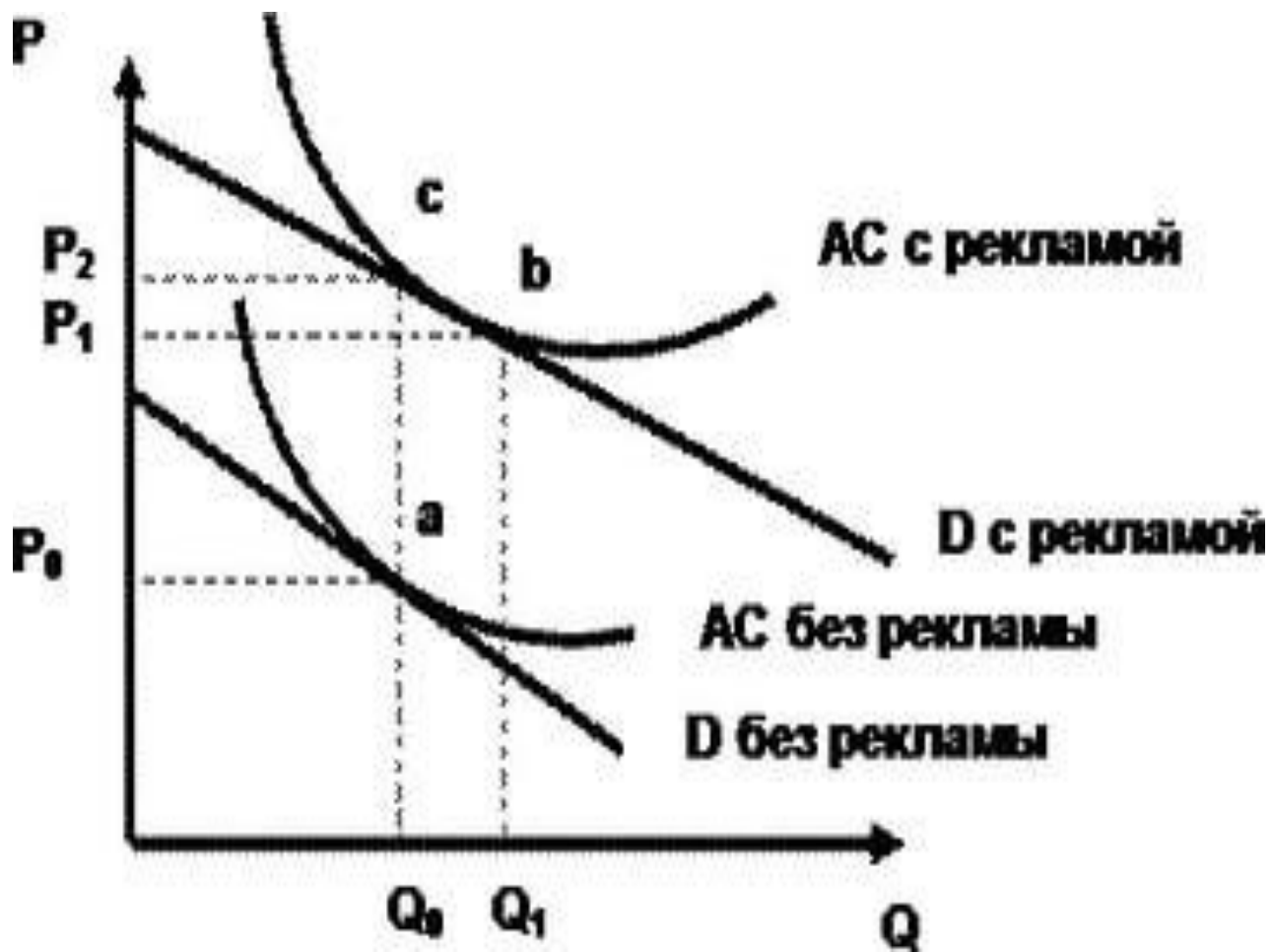
## Функции рекламы:

информационная;  
стимулирование спроса.

## Принципы рекламной деятельности:

- Целенаправленность.
- Адресность.
- Постоянство.
- Формальная правдивость.

# Обоснование эффективности рекламы



## **43. Факторы производства. Спрос и предложение на факторных рынках.**



# Характеристика факторных рынков

- **Спрос на ресурсы** зависит от:
  - спроса на конечную продукцию фирмы
  - периода деятельности фирмы
  - цены ресурса
  - производительности ресурса
  - цен на другие, взаимозаменяемые ресурсы
- **Эластичность спроса** зависит от эластичности спроса на конечную продукцию
- **Предложение ресурса** зависит от:
  - специфики ресурса и степени его ограниченности, редкости
  - цены ресурса
- **Виды предложения могут быть различными.**
- **Эластичность предложения** отражает специфику и редкость ресурса.

# Поведение фирмы на рынке ресурсов

- **Принцип минимизации затрат.**

Обоснование цены спроса на ресурс

$$MP_x(k) / P_x(k) = MP_y(L) / P_y(L)$$

$$MRP_x(k) / P_x(k) = MRP_y(L) / P_y(L)$$

- **Принцип max Pr.**

Определение оптимального количества ресурса

$$MR = MC$$

$$MRP_x = MRC_x$$

Применение принципов предполагает: открытость факторных рынков, свободный доступ и возможность выбора ресурсов, наличие дорогих и дешевых ресурсов.

# **44.Рынок земли. Земельная рента. Цена земли.**

# Рынок земли(природных ресурсов)

**Земля** – фактор производства или производственные ресурсы, данные самой природой, т. е. все естественные ресурсы (земли, леса, воды, месторождения). Этот вид ресурса приносит собственнику доход в виде **ренты**.

## **Особенности фактора Земля:**

- природный ресурс и не имеет издержек производства
- это бесплатный и безвременный ресурс
- это самый редкий и ограниченный ресурс
- спрос на землю формируется в отраслях экономики (сельское хозяйство, добывающие отрасли, строительство и др.),
- в финансовой сфере (ипотека, залог)

# Два вида рынка земли

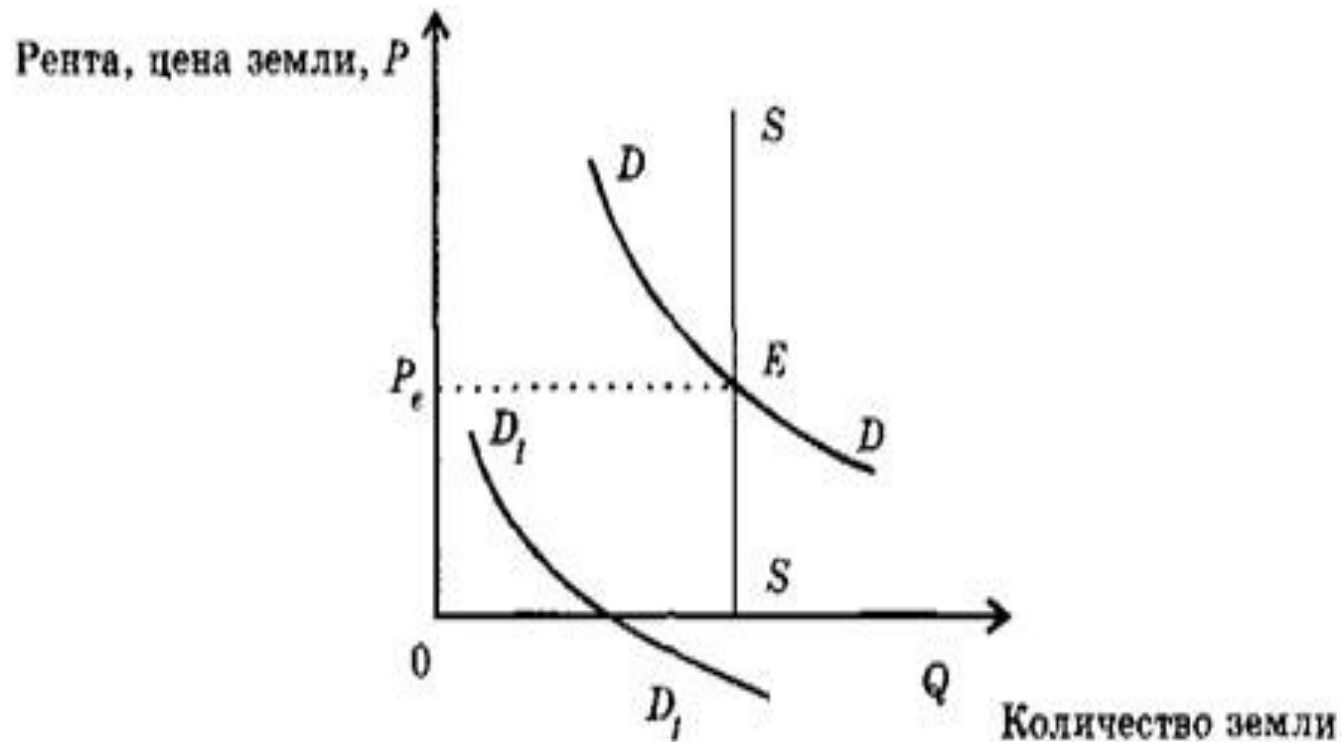
**1. Рынок землепользования. Временное пользование, т.е. аренда земли.**

Составляется арендный договор, в соответствии с которым собственник передает землю во временное пользование арендатору за определенную плату (арендную плату).

**2. Рынок земли как товара. Купля-продажа земли. При этом земля отчуждается от владельца.**

# Спрос и предложение земли как ресурса.

Предложение земли – абсолютно не эластично



# Рентные отношения

- **Рентные отношения** - это отношения между собственником и арендатором по поводу формирования и присвоения рентного дохода.
- **Рентные отношения предполагают две монополии (К.Маркс):**
  - а) монополия на землю как объект собственности (землевладелец); б) монополия на землю как объект хозяйствования (арендатор).
- **Арендная плата включает:**
  - земельную ренту как плату за право пользования землей;
  - амортизацию сооружений, находящихся на земле;
  - процент на ранее вложенный в землю капитал (инвестиции).

# Теории земельной ренты

## Теория К.Маркса

Земельная рента – это форма прибавочной стоимости.

**Виды** земельной ренты:

- абсолютная (худшие земли)
- дифференциальная I и II рода (средние и лучшие земли)
- монополярная( уникальные земли)

Ценообразование в сельском хозяйстве ориентируется на худшие, а не на средние условия хозяйствования, поэтому в хозяйственный оборот включаются не только средние, но и худшие земли.



# Современная теория

- Земля – это редкий фактор производства.
- Собственник получает рентный доход в зависимости от ее качества, производительности.
- Действует закон убывающей предельной производительности фактора.
- Спрос и предложение земли определяет ее цену, плату за использование.
- Виды ренты: дифференциальная, чистая экономическая (монопольная)
- Земельный кадастр. Кадастровый учет земли в России.

# Рынок земли как товара

- Рыночная стоимость земли зависит от:

**спроса и предложения**

**цены земли как актива**

- **Цена земли** - это капитализированная земельная рента (Маркс) - это дисконтированная стоимость земли как актива
- Особенность земли как товара: покупается не сама земля, а доход, который она приносит, покупается право на получение регулярного дохода в течение неопределенного периода времени.
- Владелец земельного участка намерен получить от продажи земельного участка такую сумму, поместив которую в банк можно получить доход в виде процента, равного ренте.
- **$ЦЗ = Рента/r$**

**45. Рынок капитала. Структура капитала.  
Кругооборот и оборот капитала.**

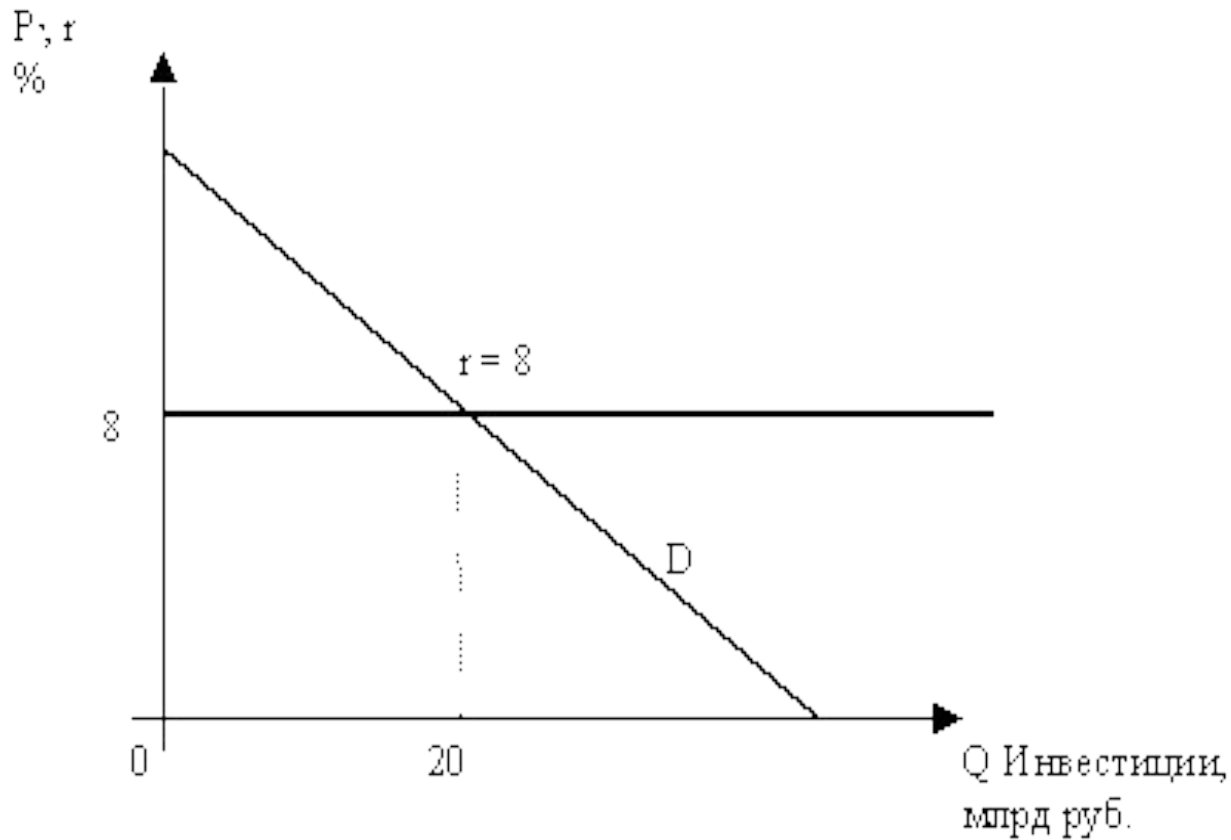
# Капитал как фактор производства

- результат деятельности человека
- выступает как СП (средства производства)
- является формой актива и приносит доход в виде %
- капитал выступает в виде инвестиций
- цена капитала –это номинальная % ставка
- Эффект И.Фишера

**$r$  реальная =  $R$  номинальная - % инфляции**

$$r_{\text{реальная}} = \frac{R_{\text{ном.}} - \% \text{ инф}}{1 + \% \text{ инф}}$$

# Рынок капитала



# Дисконтированная стоимость капитала (PV-present value)

**Дисконтирование** – определение текущей стоимости актива с учетом дохода от него в будущем.

Приведение экономических показателей (выручки) будущих лет к сегодняшней ценности.

$$PV = Rt/(1+r)^n \quad (1), \text{ если доход по годам не меняется}$$

**Rt** – предполагаемый доход на конец периода использования капитала

**n** – период использования капитала

$1/(1+r)^n$  – коэффициент дисконтирования

$$PV = Rt_1/(1+r)^1 + Rt_2/(1+r)^2 + \dots \quad (2), \text{ если доход по годам различается}$$

**Rt<sub>1</sub>, Rt<sub>2</sub>...** - доход по годам

# Теории капитала и %

- **Политэкономия.** К.Маркс. Капитал – это стоимость, приносящая прибавочную стоимость.
- **Монетаризм.** И. Фишер. «Теория чистой производительности капитала». Доход на капитал – это результат эффективного использования капитала.
- **Маржинализм.** % - это вознаграждение за отказ использовать деньги в потреблении.
- **Синтез немарксистских теорий(экономикс)** П. Самуэльсон. Капитал – это фактор. Доходность капитала зависит от его производительности, отдачи.

## **Виды капитала (активы)**

- Денежный (ссудный)
- Производственный (реальный)
- Торговый
- Человеческий
- Интеллектуальный



# Кругооборот капитала

$D_1 - T(\text{ресурсы}) - \dots P_2 \dots - T'(\text{продукт}) - D'_3$

## Стадии кругооборота:

1. Обращение (  $D - T$  ) Денежный капитал.
2. Производство (  $\dots P \dots$  ) Производительный капитал.
3. Обращение (  $T' - D'$  ) Товарный капитал

**Оборот капитала (оборачиваемость)** – постоянное повторение кругооборота.

# Производительный (реальный) капитал

## Структура

- 1. Основной капитал.** Средства труда.  
Используется более 12 месяцев.  
(Внеоборотные активы)
- 2. Оборотный капитал.** Предметы труда.  
Используется менее 12 месяцев.  
(Оборотные активы)
  - запасы
  - незавершенное производство
  - расходы будущих периодов

# Износ основного капитала

Виды износа:

**Физический** (I и II рода)

**Моральный** (I и II рода)



Рис. 11.6. Формы износа основного капитала

# Амортизация

- **Амортизация** - процесс переноса по частям стоимости основных средств на стоимость производимой продукции по мере износа .
- **Амортизационные отчисления** (расходы на капитал) – часть стоимости капитала, которая включается в себестоимость в соответствии с его износом.
- **Амортизационный фонд** – накопленные амортизационные отчисления. **Используется на:**
  - текущее восстановление ОС (капитальный ремонт)
  - замену полностью изношенных ОС

# Основные средства

## Основной капитал



# Оборотные средства



# АКТИВ

## Внеоборотные активы

- Основные средства
- Нематериальные активы
- Доходные вложения в материальные ценности
- Незавершенное строительство
- Долгосрочные финансовые вложения

## Оборотные активы

### Запасы и затраты

- Материалы
- Незавершенное производство
- Готовая продукция
- Товары

### Денежные средства и средства в расчетах

- Дебиторская задолженность
- Краткосрочные финансовые вложения
- Касса
- Расчетный счет
- Валютный счет
- Денежные средства в пути
- Денежные средства на специальных счетах в банках

# **46.Рынок рабочей силы. Труд и заработная плата.**

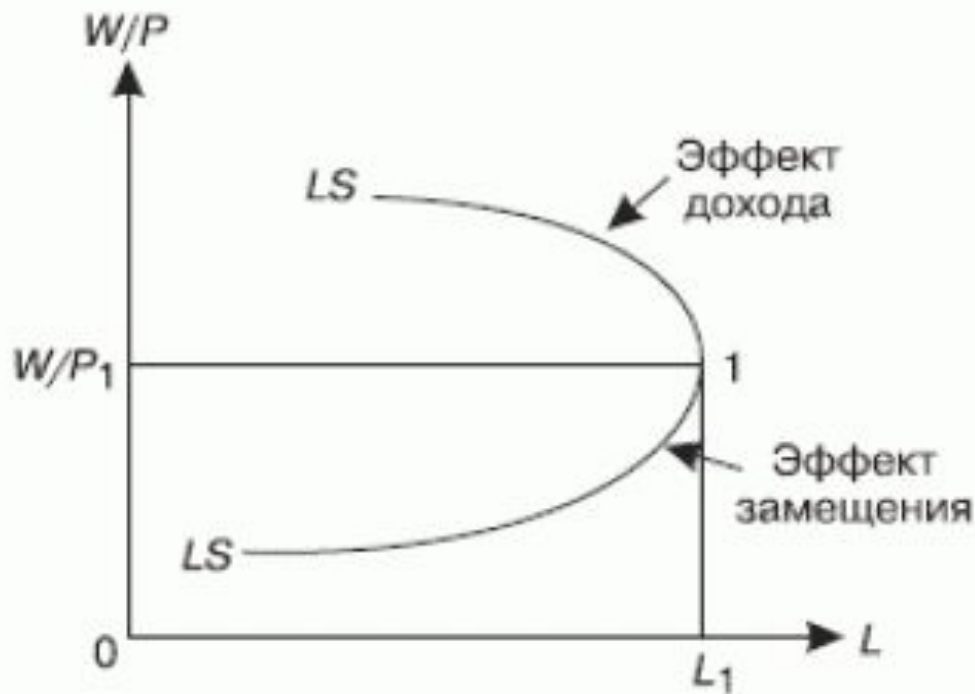


# Рынок рабочей силы

- Рынок рабочей силы (труда)- рынок, где формируется спрос и предложение фактора труд и его цена.
- Цена труда- цена часа рабочего времени, часовая тарифная ставка.
- Условия формирования рынка труда:
  - экономическая свобода
  - свобода выбора человека между занятостью и ОТДЫХОМ
  - свобода выбора предпринимательства

# Предложение труда

Кривая предложения построена на основе альтернативного выбора: работа – отдых. Модель англ.экономиста Л. Роббинс (1931г.)



# Мобильность труда

Предложение труда зависит от мобильности труда

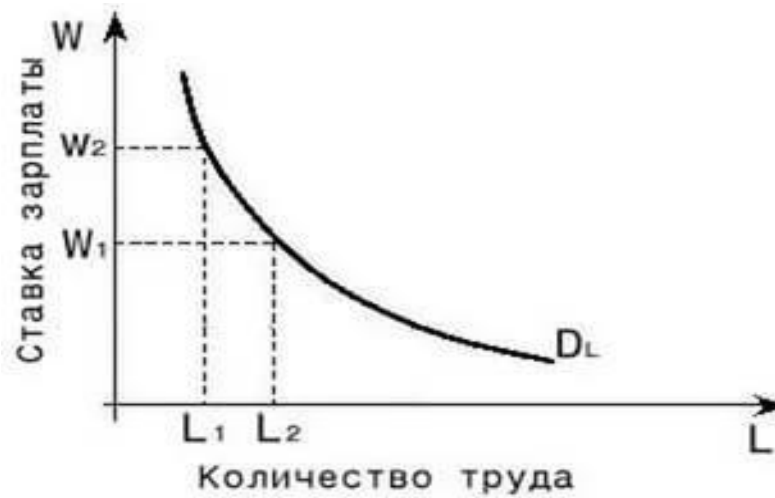
**Мобильность труда** – это способность и желание работника перемещаться и менять вид занятости.

Мобильность включает два вида:

- **Географическая** мобильность (переезды и смена работы). Зависит от условий проживания, затрат на переезд, семейных факторов, уровня жизни, информации о новом месте трудоустройства, страха неизвестности.
- **Институциональная** мобильность (переход на новую работу). Зависит от уровня квалификации и способности выполнять другую работу, условий труда, информации о новом виде занятости, страха неизвестности.

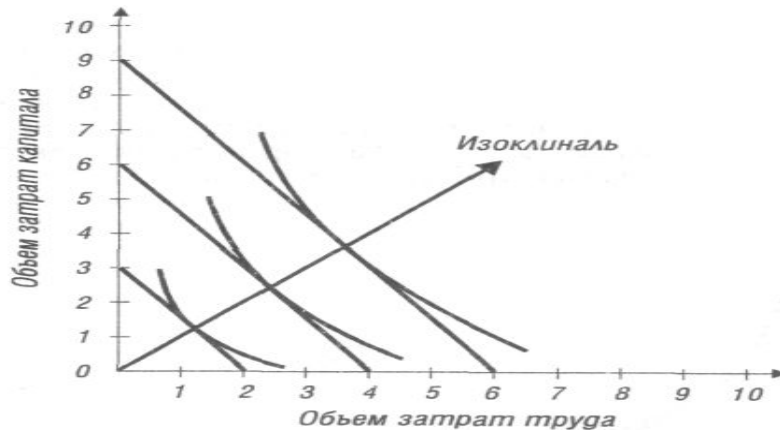
# Спрос на труд

**Спрос без учета других факторов.** Нисходящая линия. Линия спроса совпадает с линией предельного продукта (производительности) ресурса в денежной форме  $MP$ , предельной доходности ресурса  $MRP$ . По мере снижения цены труда, производительность труда  $MPL$ ,  $MRPL$  снижается.



# Спрос на труд с учетом других (заменяемых) факторов

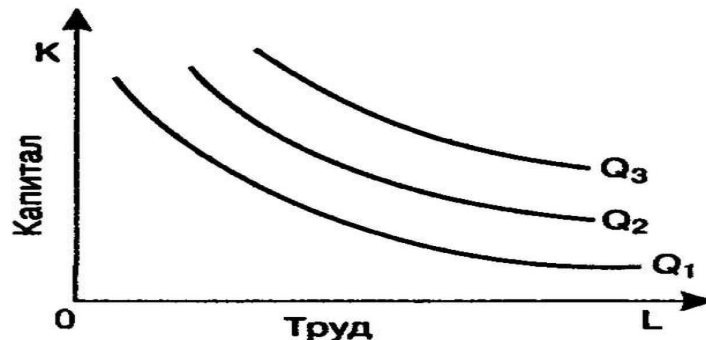
- Фирма учитывает отдачу от ресурсов и планирует свои инвестиции в зависимости от их цен. По мере снижения цены труда фирма увеличивает спрос на труд и сокращает спрос на капитал.
- Выбор фирмы графически поясняется на основе изоклинали.



# Снижение цены труда

Снижение цены труда сопровождается эффектами:

- 1. Эффект замены.** Снижение цены труда - движение по изокванте от капитала к труду.
- 2. Эффект выпуска.** Снижение цены труда сопровождается тем, что привлечение большего количества труда позволяет увеличить выпуск. Перемещение на более удаленную изокванту.



# Эластичность спроса на труд (факторы)

- эластичность продукта
- степень замещения труда другими факторами (капиталом)
- эластичность предложения других факторов
- доля затрат на труд в общих издержках
- временной период.

# **Заработная плата.**

## **Теории заработной платы.**

### **Политэкономия (К.Маркс)**

Рабочая сила (способность к труду) –товар.

**Зарплата** – превращенная форма цены и стоимости товара рабочая сила.

**Цена труда (зарплата)**- стоимость воспроизводства рабочей силы или стоимость средств существования работника и его семьи.

Зарплата учитывает меру труда ( количество и качество).

**Количество труда** – рабочее время или количество произведенного продукта.

**Качество труда** – сложность труда, квалификация работника.

Простой труд – неквалифицированный. Сложный труд- квалифицированный.

Сложный труд – это умноженный или возведенный в степень простой труд.

За единицу времени сложным трудом создается большая стоимость, чем простым трудом. Это отражается на оплате труда.

Характеристика труда: производительность и интенсивность.

**Производительность** – это результативность.

**Интенсивность** – это напряженность.



# Современный подход. Экономикс.

**Зарплата-** это вознаграждение за фактор труд, зависящее от производительности труда (зарплатоотдача) и рыночных условий (спроса и предложения)

**Теория предельной производительности фактора**(Дж. Кларк) :

При неизменной величине капитала всякий дополнительный работник будет давать убывающую массу продукции. В этих условиях заработная плата будет определяться предельной производительностью, свойственной последнему, «предельному рабочему».

# Виды заработной платы

- **Номинальная** – фактическая, полученная в денежной форме.
- **Реальная** –выраженная в том, какое количество благ может работник приобрести на полученное вознаграждение за труд.

Это скорректированная на уровень инфляции номинальная зарплата.

**З.пл.реальная = З.пл.номинальная /уровень инфляции**

# Формы и системы оплаты труда

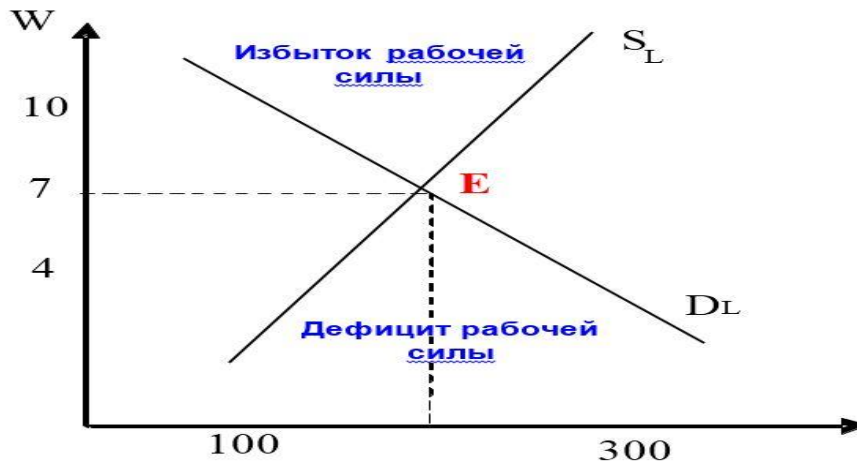
- **Формы** : повременная и сдельная
- **Системы** : простая повременная (сдельная), премиальная, тарифная, бестарифная
- **Структура зарплаты**: основная, дополнительная, премиальная
- **Дифференциация зарплаты (факторы)**:
  - квалификация
  - профессионализм
  - опыт работы
  - сфера деятельности и отрасль экономики
  - территориальные факторы, условия жизнедеятельности
  - способности и отношение к труду (субъективный фактор)

# Виды рынка труда

**Виды рынка труда:** Рынок свободной конкуренции, монополия, двухсторонняя монополия.

## Рынок свободной конкуренции.

На рынке устанавливается равновесная цена труда.  
Продавцы и покупатели являются ценополучателями.

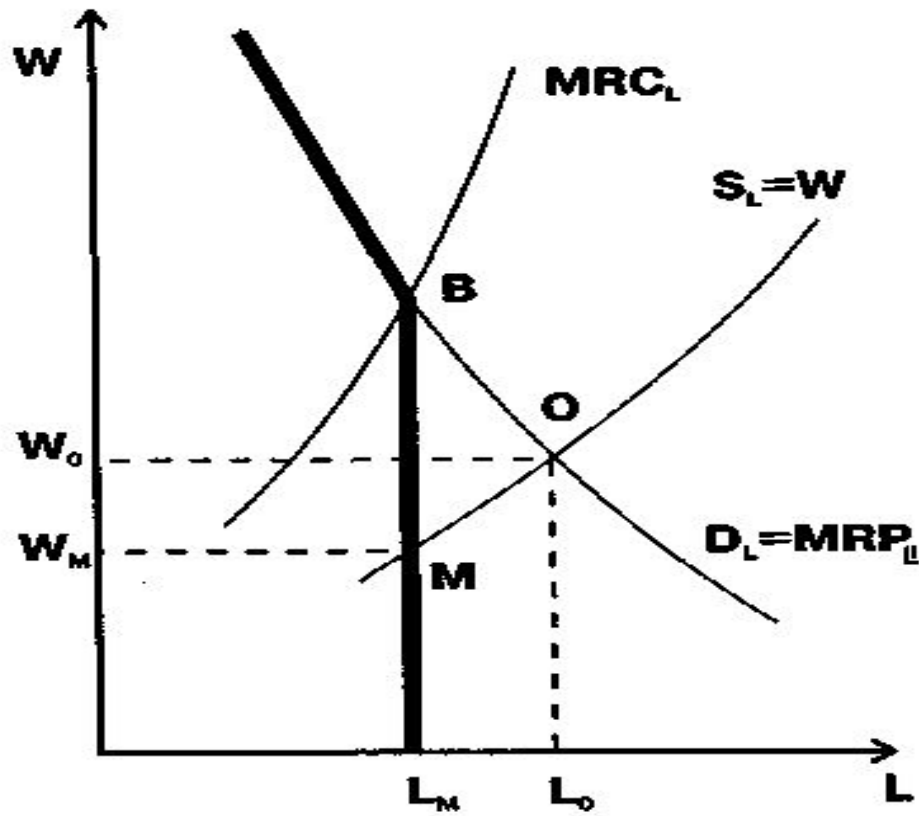


# Монопсония на рынке труда

## Характеристика монопсонии:

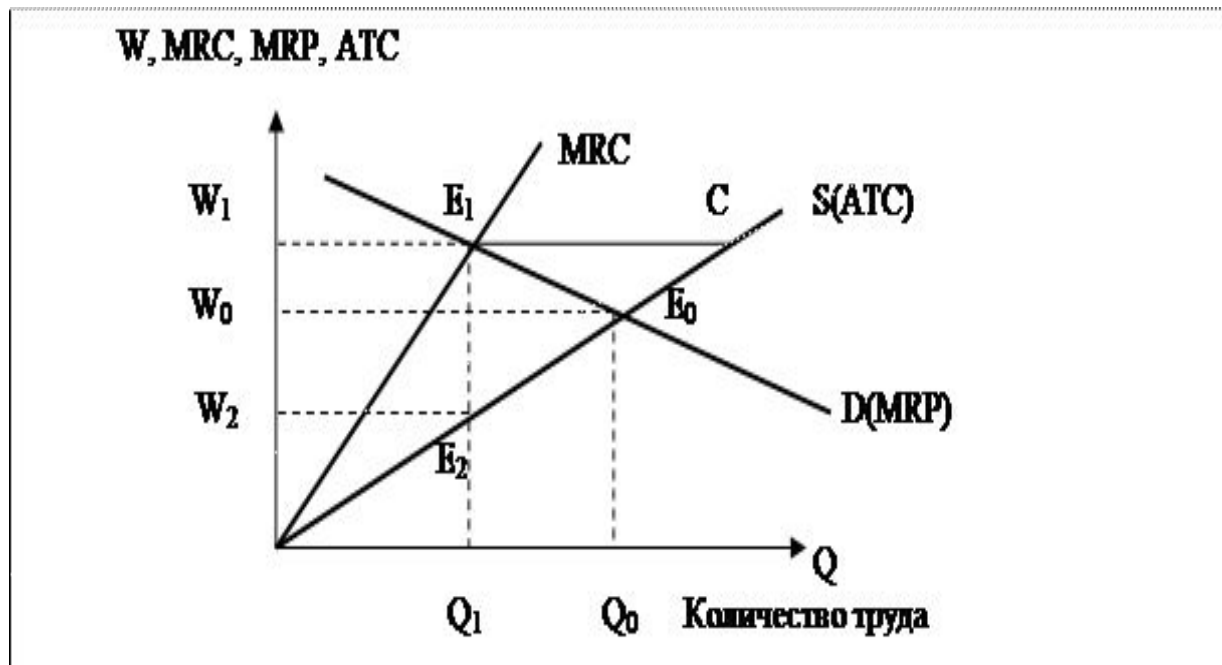
- Одна крупная фирма является работодателем (моноэкономика).
- Продавец труда, работник становится ценополучателем.
- Цена труда устанавливается в соответствии с принципом  $\max Pr: MRPL = MRCL$
- Линия спроса при монопсонии обрывается.
- Возможна дискриминация в оплате труда.
- Фирма может сокращать численность персонала и под угрозой увольнения снижать оплату труда работников.

# МОНОПОСИЯ



# Двухсторонняя монополия: монопсония и сильные профсоюзы

- Профсоюз стремится установить ставку заработной платы на уровне  $W_1$ , а
- Фирма - монопсонист на уровне  $W_2$ .
- На рынке не существует равновесия, т.к.  $W_1 > W_2$ .
- Если будет достигнуто соглашение, ставка заработной платы установится на уровне между  $W_1$  и  $W_2$ .



# Роль профсоюзов в оплате труда

**Цель** профсоюзов –повышение оплаты труда.

**Средство** достижения цели- увеличение спроса и снижение предложения труда.

**Пути достижения цели :**

- уменьшение продолжительности рабочей недели
- снижение сверхурочных работ
- снижение использования иностранной рабочей силы
- снижение женского и детского труда
- снижение пенсионного возраста
- рост МРОТ
- усиление государственного вмешательства



**47. Общее экономическое равновесие.  
Критерии эффективности экономики**

# Общее экономическое равновесие

**Общее экономическое равновесие** - это состояние экономики, когда достигнуто равновесие на всех частных рынках.

## Теория Л.Вальраса

- Достижение общего равновесия - это результат взаимодействия всех рынков.
- Простейший анализ включает 4 этапа: 1) первичное изменение; 2) рынки взаимосвязанных товаров; 3) рынки взаимодополняющих товаров; 4) эффект обратной связи.
- Анализ общего равновесия показал, что уменьшение предложения и соответствующий рост цен на некотором рынке приводит к падению спроса на дополняющие товары и росту спроса на товары-субституты.
- Взаимосвязь товарных рынков может быть записана системой уравнений.

# Система уравнений общего равновесия.

$$\sum_{i=1}^m P_i \times X_i = \sum_{j=1}^n U_j \times Y_j,$$

$P_i$  — цены конечных товаров и услуг  $i$ -го вида

$X_i$  - количество товаров и услуг  $i$ -го вида

$U_j$  — цены производственных ресурсов  $j$ -го вида

$Y_j$  - количество производственных ресурсов  $j$ -го вида

$m$  - количество конечных товаров и услуг

$n$  - количество производительных ресурсов

## Выводы из модели Л.Вальраса

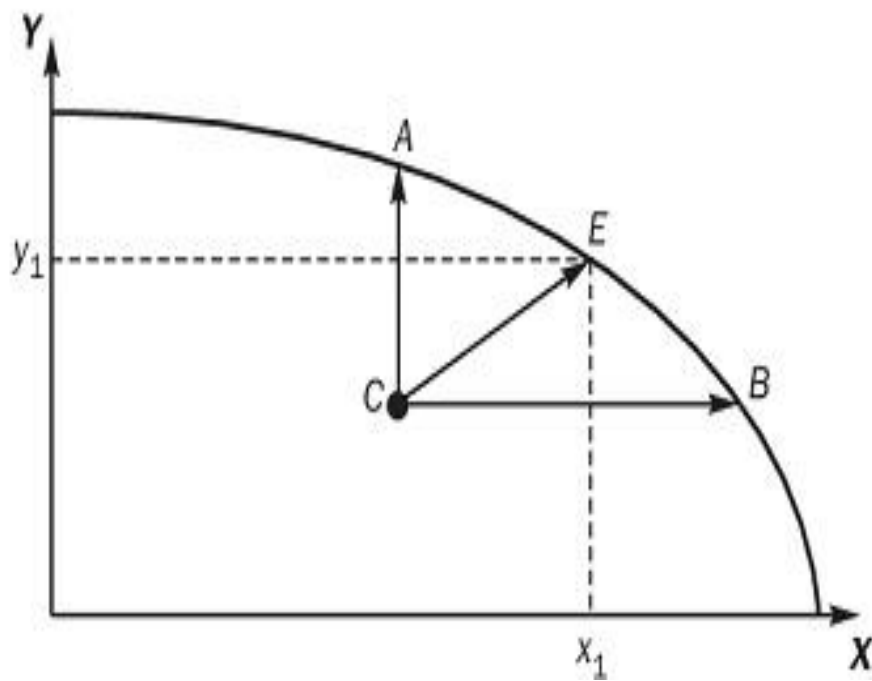
- Сумма спросов = сумме предложений.
- При отсутствии равновесия на отдельных рынках: сумма избытков на одних рынках равна сумме дефицитов на других рынках.
- Если некоторая система цен обеспечивает равновесие на любых трех рынках, то равновесие будет и на четвертом рынке. (Закон Вальраса).
- Модель применима к рынку совершенной конкуренции.

# Эффективность экономики

ЛПВ

ЛВБ

Линия производственных возможностей    Линия возможных благосостояний



# Эффективность экономики в теории В.Парето

**Критерии эффективности экономики по Парето:**

**1.Парето-эффективность.** Экономика эффективна, если увеличение доходов хотя бы одного человека невозможно без снижения доходов другого человека.

**2.Парето-предпочтительность.** Рост эффективности экономики предполагает увеличение доходов населения. При повышении эффективности экономики наиболее предпочтительной является ситуация, когда рост доходов хотя бы одного человека не сопровождается снижением доходов другого человека.

## Модель ЛВБ и достижение эффективности по Парето предполагает условия:

- Экономика свободной конкуренции.
- Достижение эффективности в распределении благ между потребителями.
- Достижение эффективности в рациональном использовании ресурсов.
- Достижение эффективности в структуре производства.
- Достижение максимального удовлетворения потребностей.

**48. Дифференциация доходов. Кривая  
Лоренца. Коэффициент Джини.**



## **Дифференциация доходов. Распределение благ.**

- **Распределение благ**- это формирование первичных доходов населения или факторных доходов.
- **Объектом распределения** является национальный доход.
- **Распределение связано с производством:** цены ресурсов определяют факторные доходы (зарплату, прибыль, процент, ренту)

**П – Р – О - П**

- **Распределение** учитывает деление благ на частные и общественные.
- **Справедливое распределение** благ достигается, если в обществе отсутствует проблема бедности.

## **Показатели дифференциации доходов**

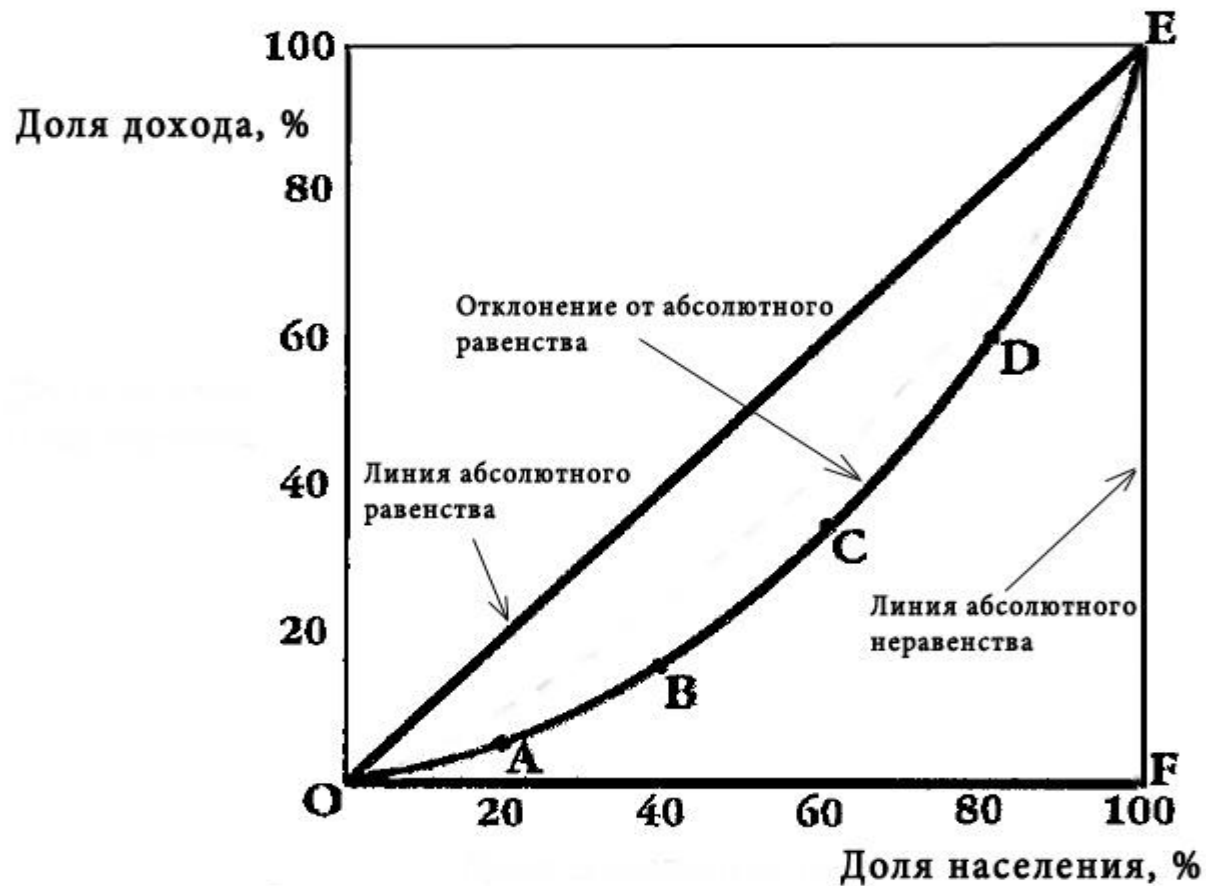
**1. Децильный коэффициент.** Показывает, во сколько раз минимальный доход среди 10% наиболее обеспеченного населения превышает максимальный доход среди 10% наименее обеспеченного населения.

**Коэффициент фондов** – средние значения по 10%.

**2. Коэффициент концентрации доходов. Коэффициент Джини. Квинтильный коэффициент (20%).** Позволяет проанализировать степень концентрации доходов у различных групп населения и количественно оценить неравномерность их распределения.

**3. Коэффициент бедности.** Относительный показатель, исчисляемый как процентное отношение численности населения, имеющего уровень доходов ниже прожиточного минимума, к общей численности населения страны (региона).

# Дифференциация доходов. Кривая Лоренца



# Коэффициент Джини

$$\text{Кдж} = \frac{\text{площадь ОЕС}}{\text{площадь ОЕФ}}$$

$$0 < \text{Кдж} < 1$$

Справедливое распределение

$$\text{Кдж} = 0,25- 0,27$$

# Снижение дифференциации доходов

Размер дохода на душу населения является основным показателем уровня благосостояния и социального благополучия населения.

По размеру дохода судят о социальном статусе человека: **нищие, бедные, люди среднего достатка, богатые.**

**Пути снижения дифференциации:**

- Прогрессивное налогообложение доходов.
- Адресная социальная помощь населению.
- Развитие благотворительности.
- Развитие предпринимательства в форме малой и средней экономики.
- Государственное регулирование доходов.

## **49. Государство и рынок. Внешние эффекты.**

# Внешние эффекты

- **Внешние эффекты (экстерналии)**
  - Издержки или выгоды от рыночных сделок, не получившие отражения в рыночной цене.
  - Это прямое воздействие одного экономического контрагента на 3-е лица, не участвующие в сделке.
  - Внешние эффекты показывают разность между общественными и частными издержками (выгодой).
- Основы понятия внешних эффектов были введёны англ. экономистом **А.Пигу** («Экономическая теория благосостояния» 1920 г.)
- Словосочетание «внешние эффекты» ввел **П. Самуэльсон** в 1958 году.
- Наличие внешних эффектов нарушает рыночное равновесие, появляется «мертвый груз», нарушается эффективность по Парето, возникает фиаско рынка.

# Внешние эффекты



**Положительные, т.е.  
выгодные**

**Рост грамотности по программам бесплатного образования, озеленение и благоустройство территорий в городах, реклама, украшающая город, освещение улиц от витрин магазинов и др.**

**Отрицательные, т.е.  
наносящие ущерб**

**Загрязнение окружающей среды, Ухудшение здоровья людей около вредных производств и др.**



# Примеры внешних эффектов

По направлению действия внешние эффекты могут быть разделены на 4 группы:

## **1.Производство – производство.**

- (-) Завод спускает в реку отходы, которые нежелательны для другого предприятия, расположенного ниже по течению реки.
- (+) Пасека и яблоневый сад, расположенные рядом, положительно влияют друг на друга.

## **2.Производство – потребление.**

- (-) Жители страдают от вредных выбросов завода.
- (+)Завод ремонтирует дорогу, которой пользуются жители поселка.

## **3.Потребление – производство.**

- (-) В результате семейных пикников возникают лесные пожары.
- (+)Ограждение предприятия, расположенного в людном месте, не требуется.

## **4.Потребление- потребление.**

- (-) Асоциальное поведение людей мешает соседям.
- (+)Благоустройство территории отдельными жителями дома полезно всем.

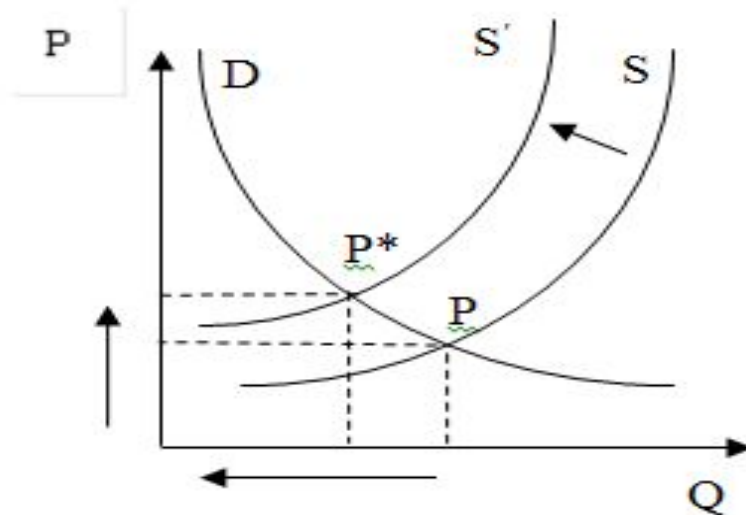
# Внешние эффекты: издержки

$$MSC = MC + MEC$$

**MSC** - предельные общественные издержки ( $S_1$ )

**MC** - предельные частные издержки ( $S$ )

**MEC** - предельные внешние издержки ( $S_1 - S$ )



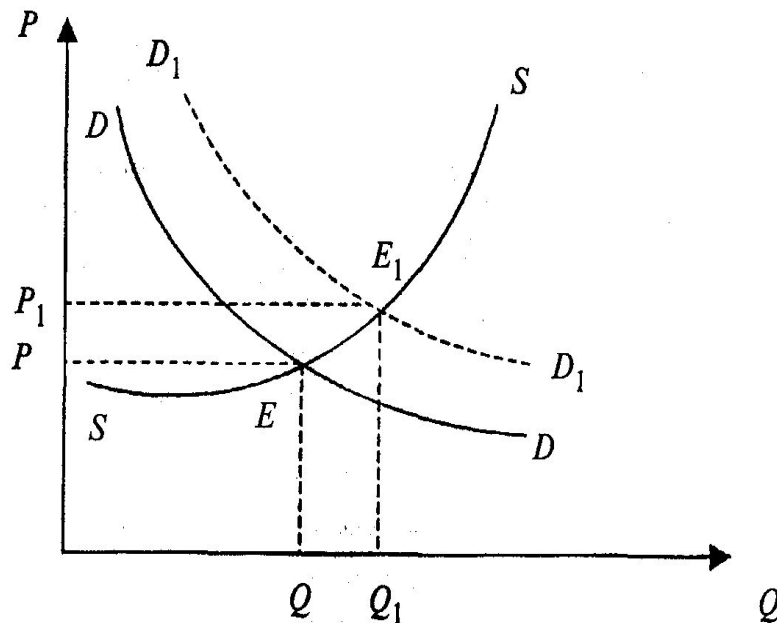
# Внешние эффекты: выгоды

$$MSB = MB + MEV$$

**MSB** - предельные общественные выгоды (**D1**)

**MB** - предельные частные выгоды (**D**)

**MEV** - предельные внешние выгоды (**D1 - D**)





# Нейтрализация внешних эффектов

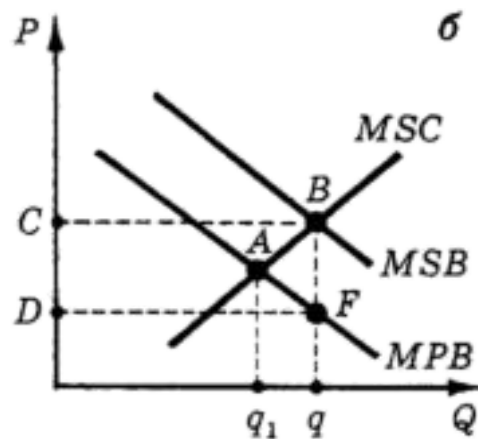
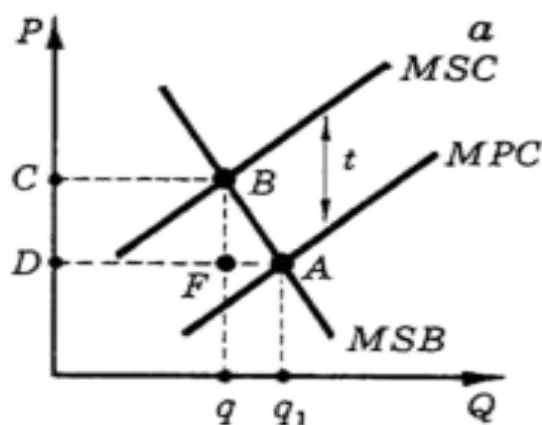
## 1. Интернализация внешних эффектов. Превращение внешнего эффекта во внутренний.

Когда внешние эффекты входят в процесс индивидуального выбора производителя или потребителя.

## 2. Корректирующие налоги или субсидии А.Пигу

Отрицательные эффекты предполагают налог:  $t = MEC$

Положительные эффекты предполагают субсидию:  $-t = MEV$



# **50. Государство и рынок. Общественные блага.**

# Общественные блага

**Общественные блага** – это те блага, которые поступают в потребление независимо от того, оплатил его отдельный потребитель или нет.

- Производство общественных благ финансирует государство.
- Общественные блага потребляются совместно.
- Общественные блага могут быть чисто общественными (бесплатными) и смешанными (частично возмещаются).

## **Характеристика чисто ОБ:**

**-Неизбирательность** в потреблении (неконкурентность).

Частное благо (товар) исключает доступ потребителя, если он продан. ОБ не уменьшает доступ потребителя при использовании его другими потребителями.

**-Неисключаемость** в потреблении.

Доступ к потреблению не зависит от того, оплатил его потребитель или нет.

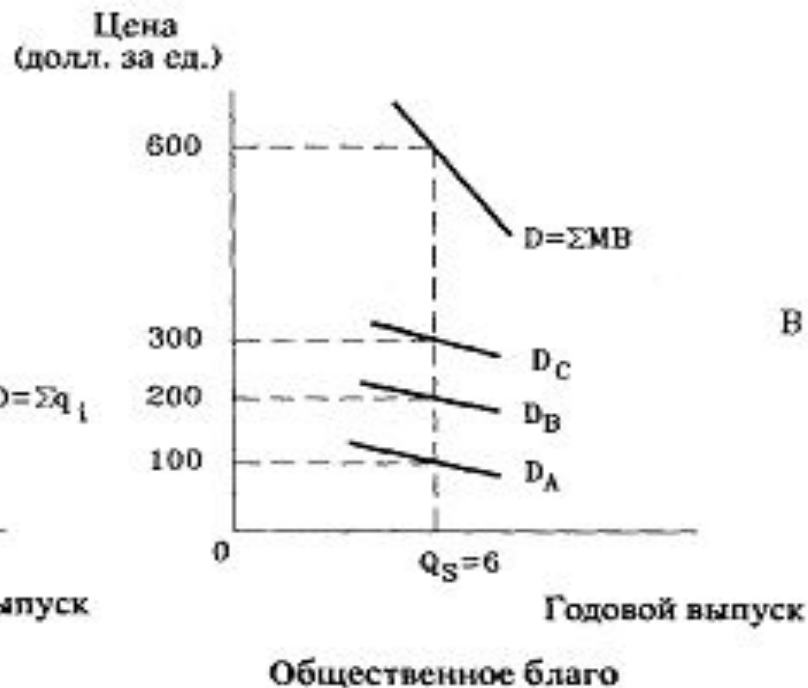
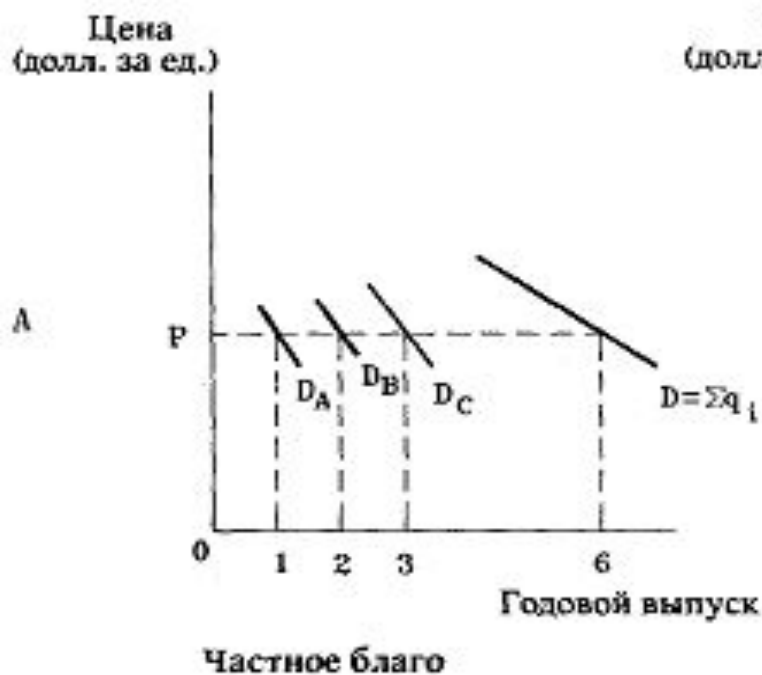




# Чисто экономическое и чисто общественное благо

**ЧЭБ, ЧЧБ** – делиться на части и продается за отдельную плату.

**ЧОБ** – не может быть разделено на части, его нельзя продавать мелкими партиями.



# Проблема фрирайдерства (безбилетника)

**Проблема безбилетника**- это желание получить доступ к общественному благу бесплатно, ожидая получать выгоду от него без всякой оплаты.

- Потребление ОБ происходит коллективно, но индивидуальная польза от них разная.
- Если оплата ОБ необходима, то появляется желание получить благо даром.
- Чаще всего проблема возникает в больших группах потребителей.
- В результате существования проблемы производство чисто ОБ ниже эффективного.
- Рынок терпит фиаско и необходимо вмешательство государства (налоги).

# Участие государства

Производство общественных благ, предоставляемых посредством государства, финансируется за счет налогов, взимаемых со всех граждан, как метод решения проблемы безбилетника.

**Формы участия государства** в обеспечении чисто общественными благами:

- непосредственное производство блага (национальная оборона, пожарная охрана)
- финансирование общественных благ, производимых частным сектором (уборка и вывоз мусора, некоторые виды медицинской помощи)

Предоставление общественных благ с участием государства не означает автоматического достижения эффективного объема их производства.

# ПРОБЛЕМА «БЕЗБИЛЕТНИКА»

