Санкт-Петербургский Государственный экономический университет
кафедра Общей экономической теории и истории экономической мысли
(наб. канала Грибоедова 30/32, ауд. 3027)

Микроэкономика
уровень II

Лекции (2 часа)

Преподаватель:
К.э.н., доцент Павлова Елена Евгеньевна
pavleniar@mail.ru

Требования курса:

- Итоговое испытание – **экзамен.** Проводится в письменной форме. Структура: открытый вопрос, тестовые задания и задачи.

- Допуск к экзамену – **контрольная работа.** Выполняется и сдается на кафедру ОЭТиИЭМ не позднее чем за две недели до экзамена.

Литература:

- *Вэриан Х. Р.* **Микроэкономика. Промежуточный уровень.** Современный подход / пер. с англ. – М. ЮНИТИ, 1997;
- Микроэкономика: учебник для вузов / *Переверзева С. В., Дмитриев А. Л.* и др. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013;
- *Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И.* Микроэкономика: Учебник. 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2011;
- *Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. И.* Микроэкономика. В 3-х т. – М.: Омега-Л, Экономикус, 2010;
- Микроэкономика: практикум / *Переверзева С. В., Дмитриев А. Л.* и др. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013;
- *Дмитриев А.Л.* **Микроэкономика-II:** Практикум. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016.

Раздел I
ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Тема 1. Выбор потребителя. Выявленные предпочтения. Неопределенность и риск.

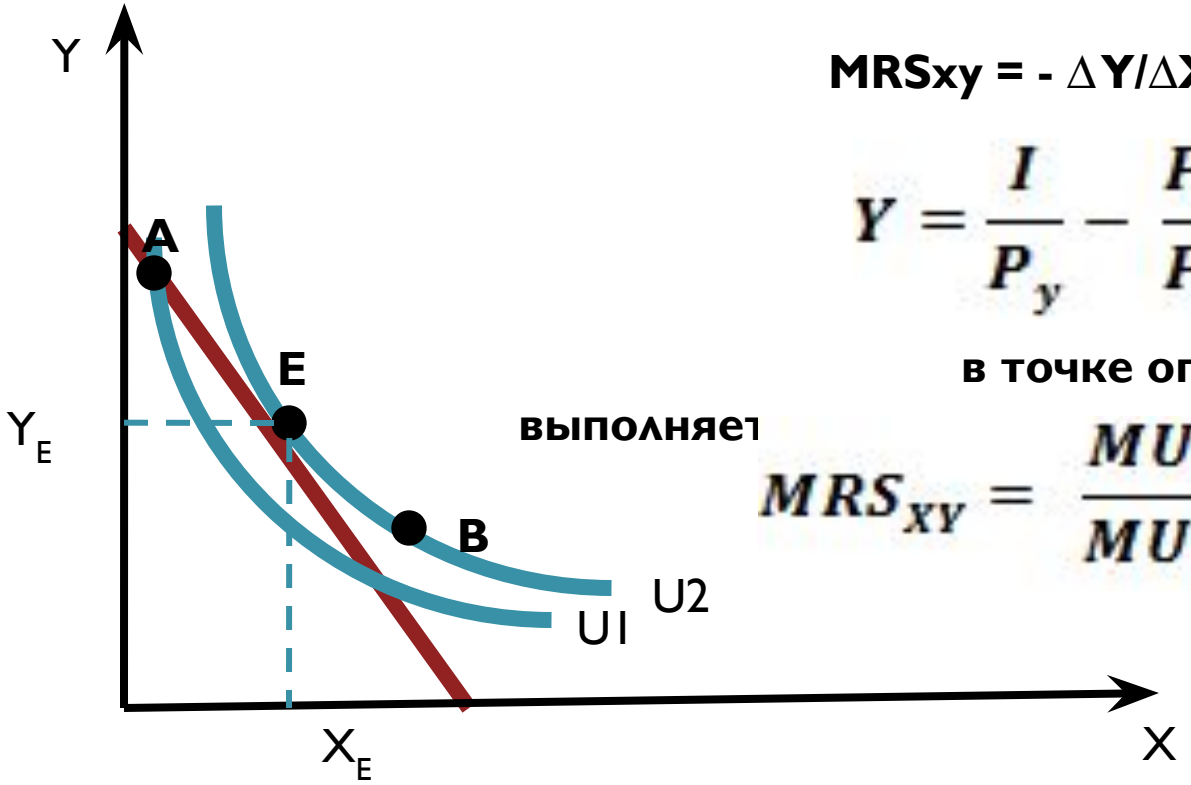
Тема 2. Поведение потребителя при изменении дохода и цен.

Тема 3. Выбор потребителя при первоначальном запасе благ (ресурсов).

Теория поведения потребителя

- **Теория потребительского поведения и спроса** изучает совокупность взаимосвязанных принципов и закономерностей, руководствуясь которыми индивидуум формирует и реализует свой план потребления различных благ
- **Полезность вещи** – это ее свойство, благодаря которому она приобретает статус блага
- **Цель индивидуума** – максимизация суммарной полезности, которую он извлекает при потреблении различных благ, при фиксированном уровне своего дохода

Ключевые термины: Потребительские предпочтения, виды предпочтений, кривые безразличия, MRS_{XY}, функция полезности, предельная полезность, бюджетное ограничение, бюджетная линия, оптимальный выбор, внутренний оптимум, краевой оптимум, оценочная функция полезности.



MRSxy = - ΔY/ΔX $\Big|_{U = const}$

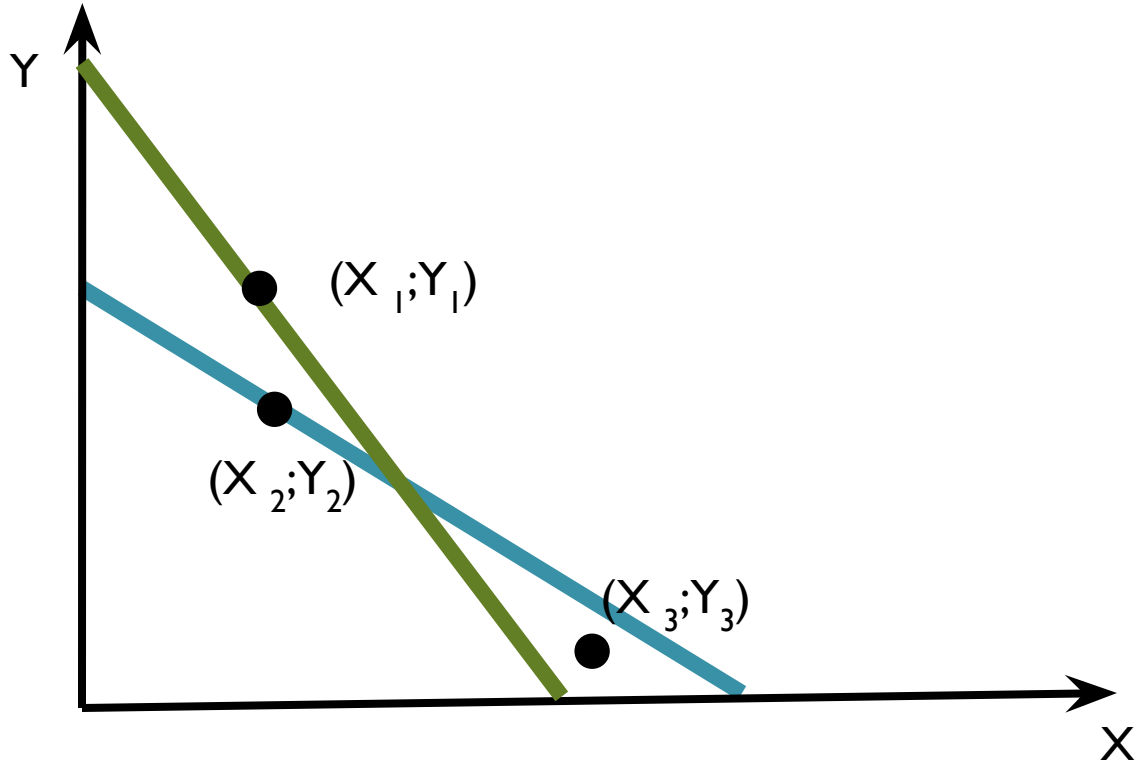
$$Y = \frac{I}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} X$$

в точке оптимума

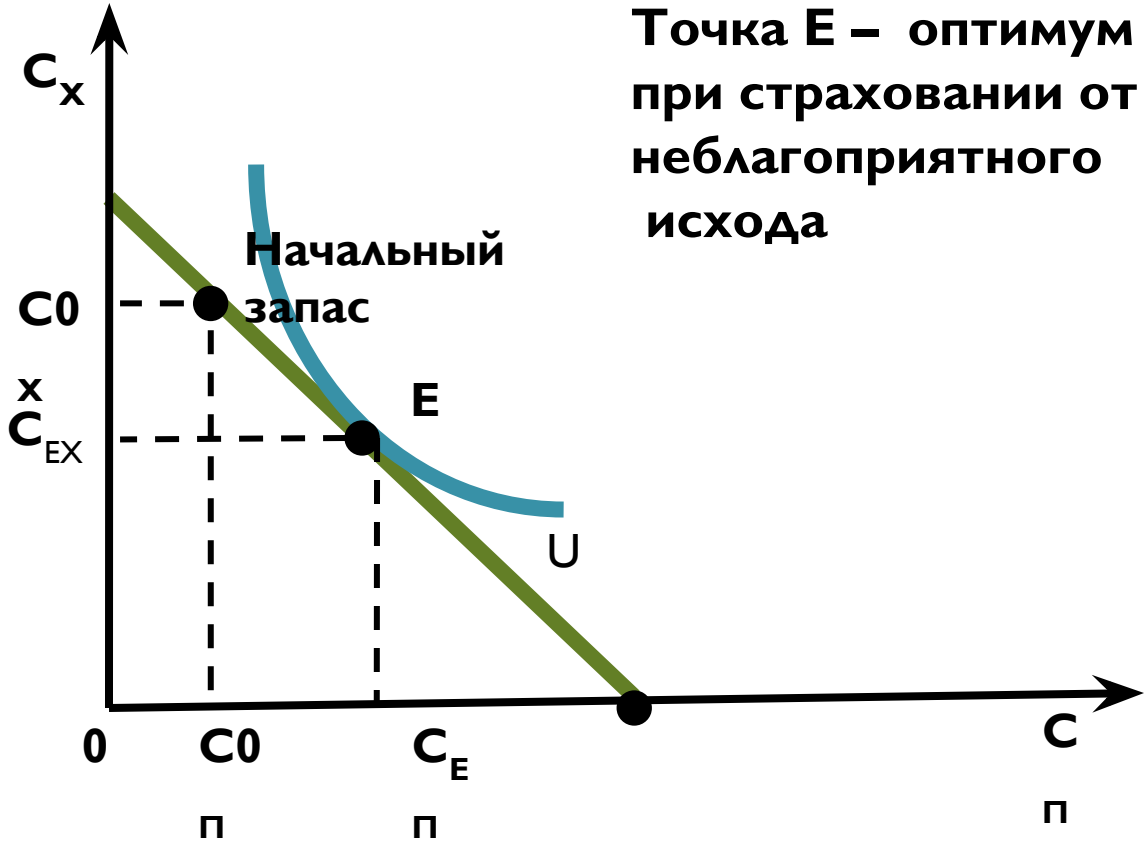
выполняет

$$MRS_{XY} = \frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_X}{P_Y}$$

Ключевые термины: **Прямо выявленные предпочтения, косвенно выявленные предпочтения, слабая аксиома выявленных предпочтений (WARP), сильная аксиома выявленных предпочтений (SARP), индексы реального дохода и цен.**



Ключевые термины: Неопределенность, ожидаемая полезность, функция полезности фон Неймана-Моргенштейна, отношение к риску, диверсификация и рассредоточение риска.



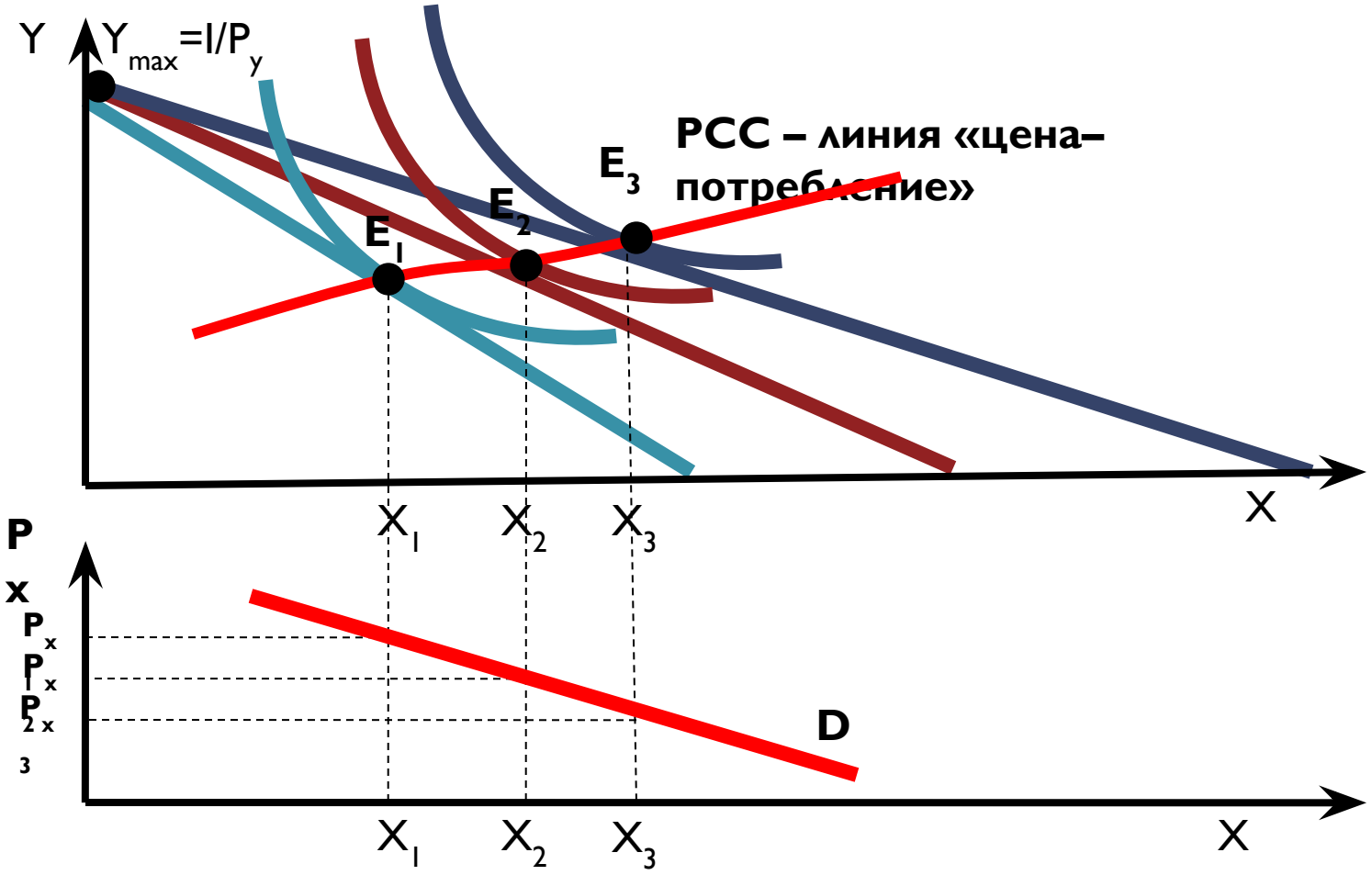
Точка Е – оптимум потребителя при страховании от неблагоприятного исхода

Ключевые термины: Кривая «доход-потребление», кривая Энгеля, нормальные товары, товары низшей категории, товар Гиффена.

Изменение оптимума потребителя при изменении его дохода

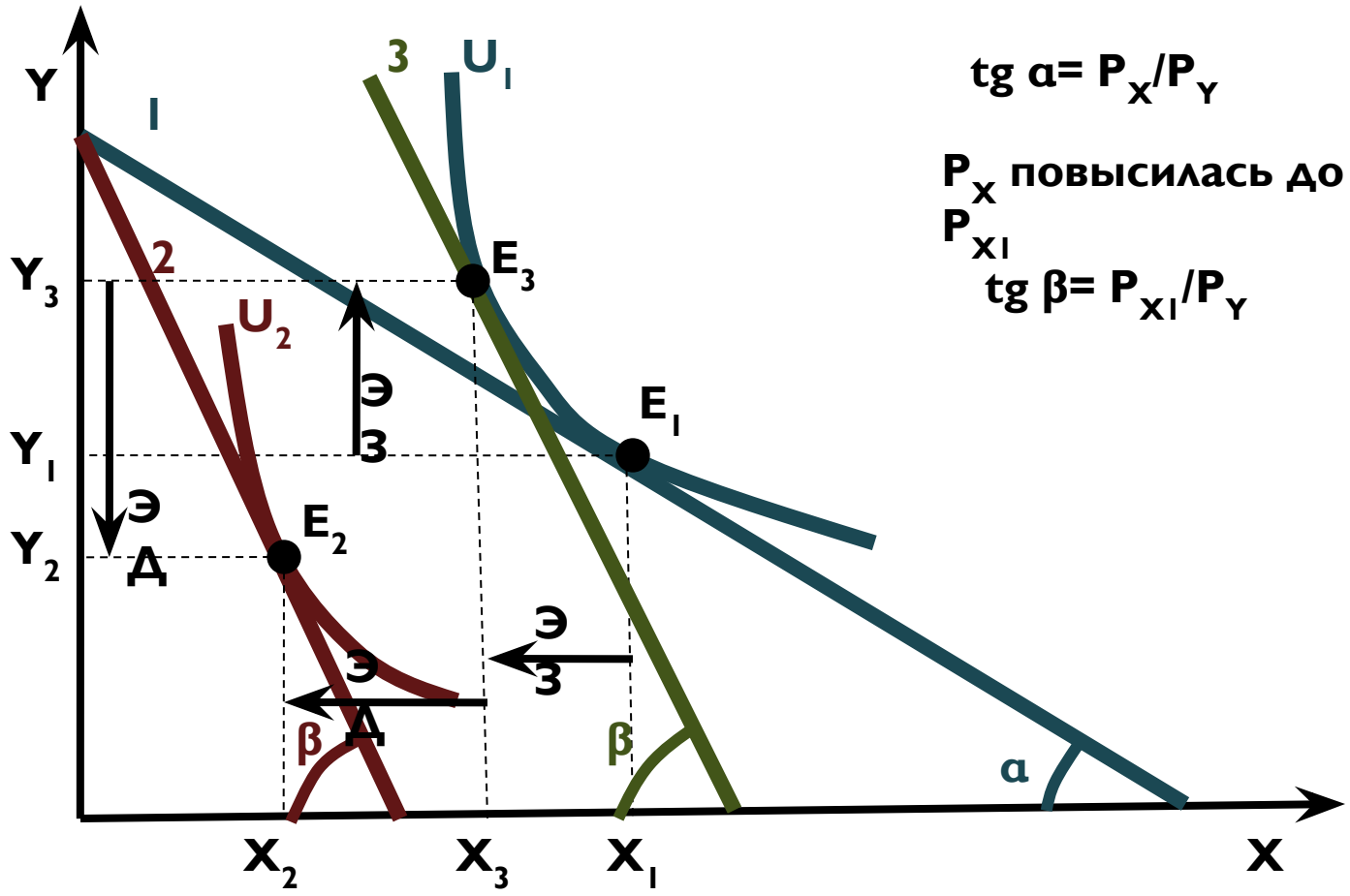
ICC – линия «доход – потребление» для нормальных товаров

Ключевые термины: Кривая «цена-потребление», кривая спроса, обратная функция спроса, закон спроса, излишек потребителя, рыночный спрос, эластичность спроса.



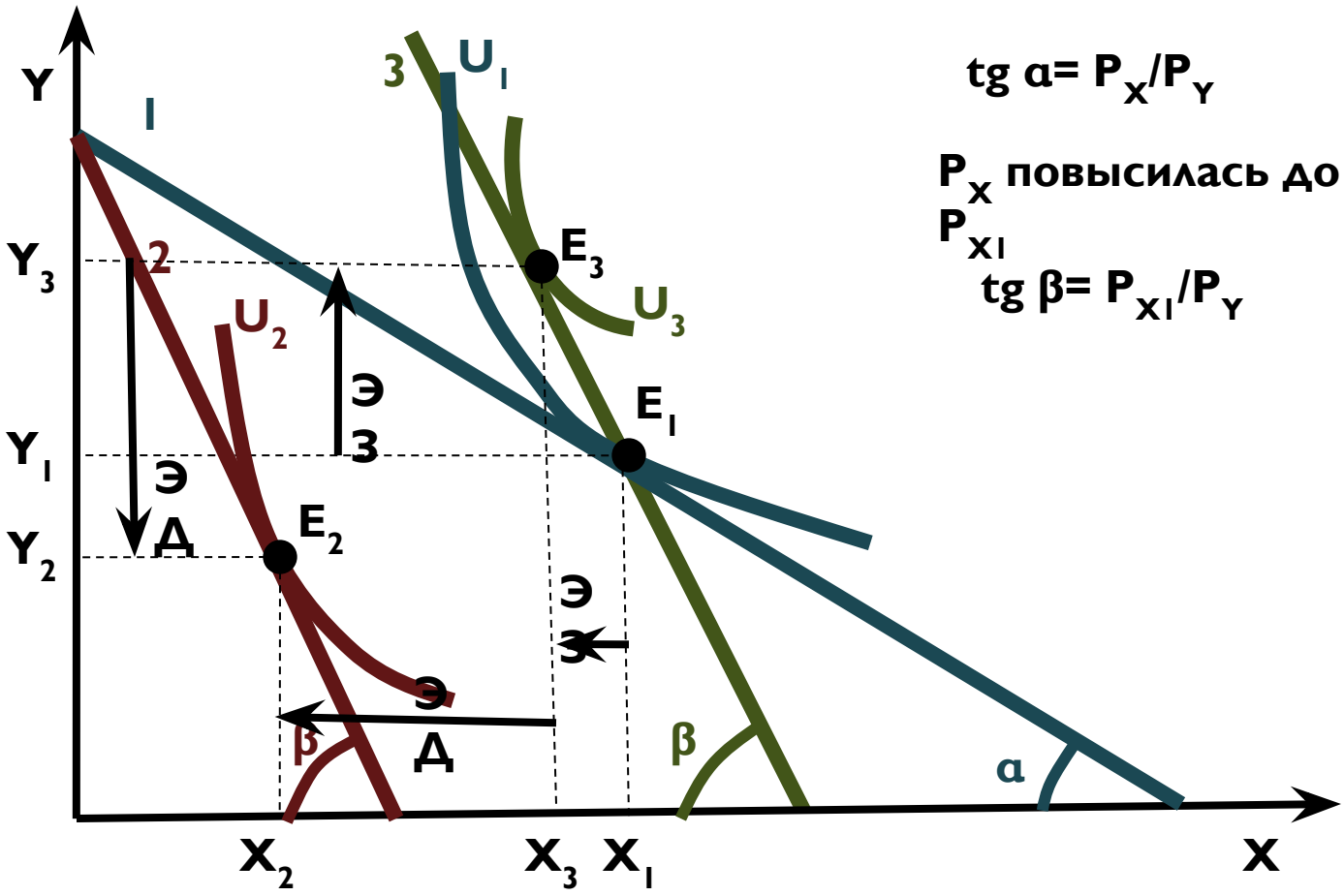
Ключевые термины: Эффект замещения, эффект дохода, общий эффект изменения цены, тождество Слуцкого.

Эффект замены и эффект дохода по Хиксу



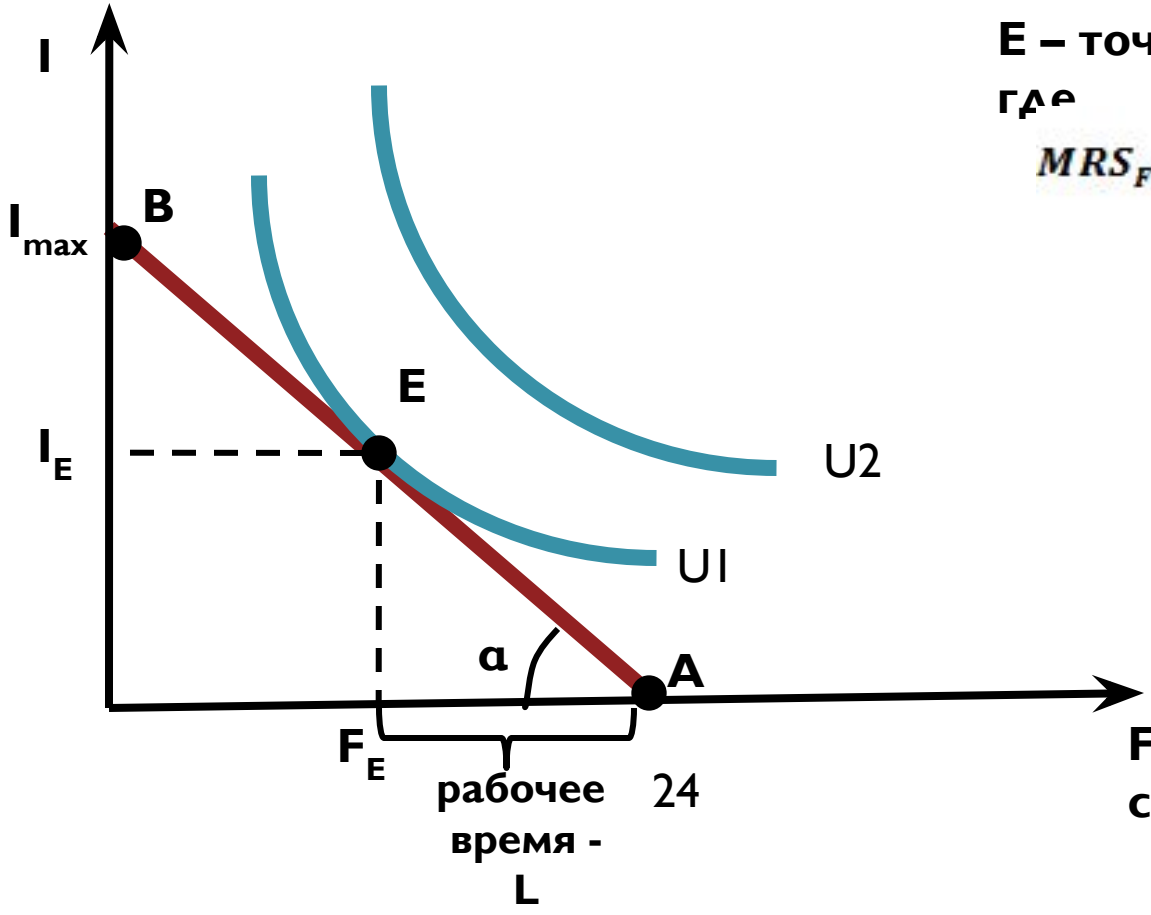
Ключевые термины: Эффект замещения, эффект дохода, общий эффект изменения цены, тождество Слуцкого.

Эффект замены и эффект дохода по Слуцкому



Ключевые термины: Индивидуальное предложение труда, загибающаяся назад кривая предложения труда.

Оптимум потребителя во временном отрезке 24 часа



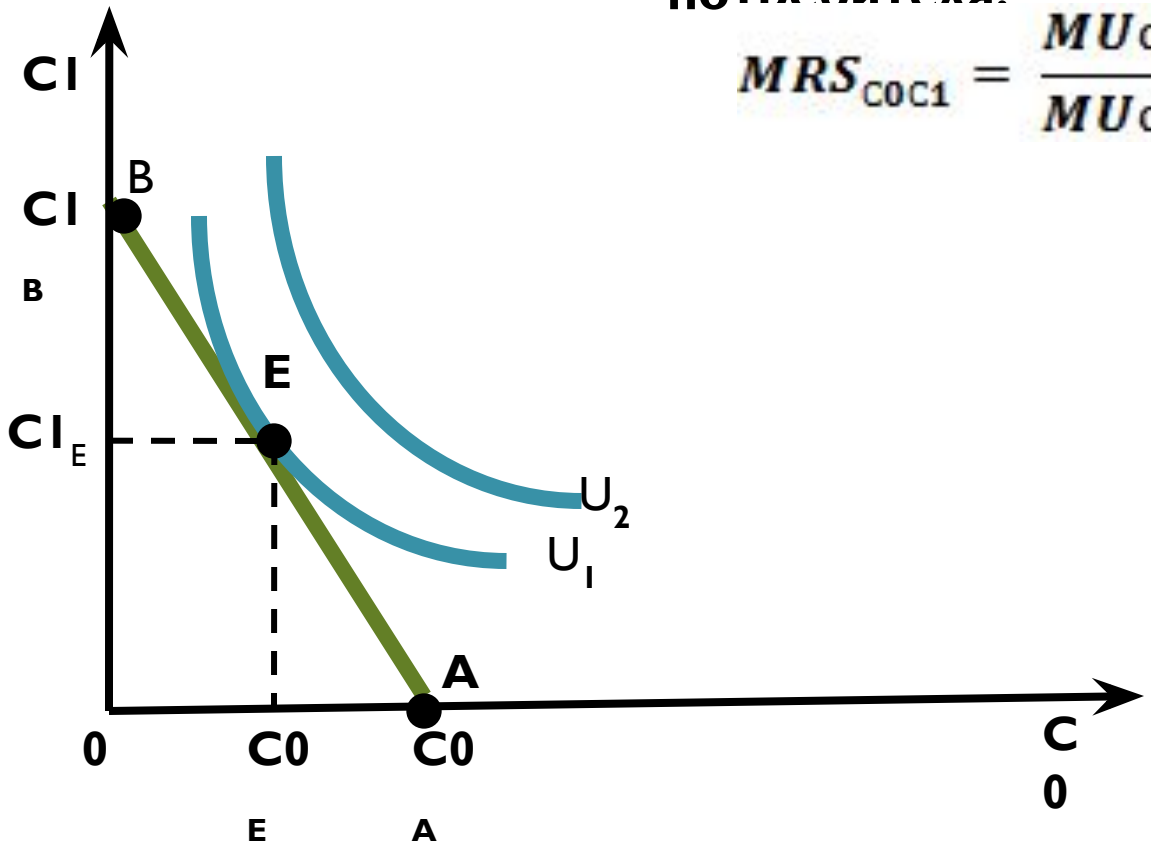
E – точка оптимума, где

$$MRS_{FI} = \frac{MU_F}{MU_I} = w$$

Ключевые термины: Будущая стоимость, текущая стоимость, бюджетное ограничение для межвременного выбора, реальная ставка процента.

Точка E – оптимум потребителя:

$$MRS_{C0C1} = \frac{MU_{C_0}}{MU_{C_1}} = (1 + i)$$



Раздел II
ТЕОРИЯ ФИРМЫ

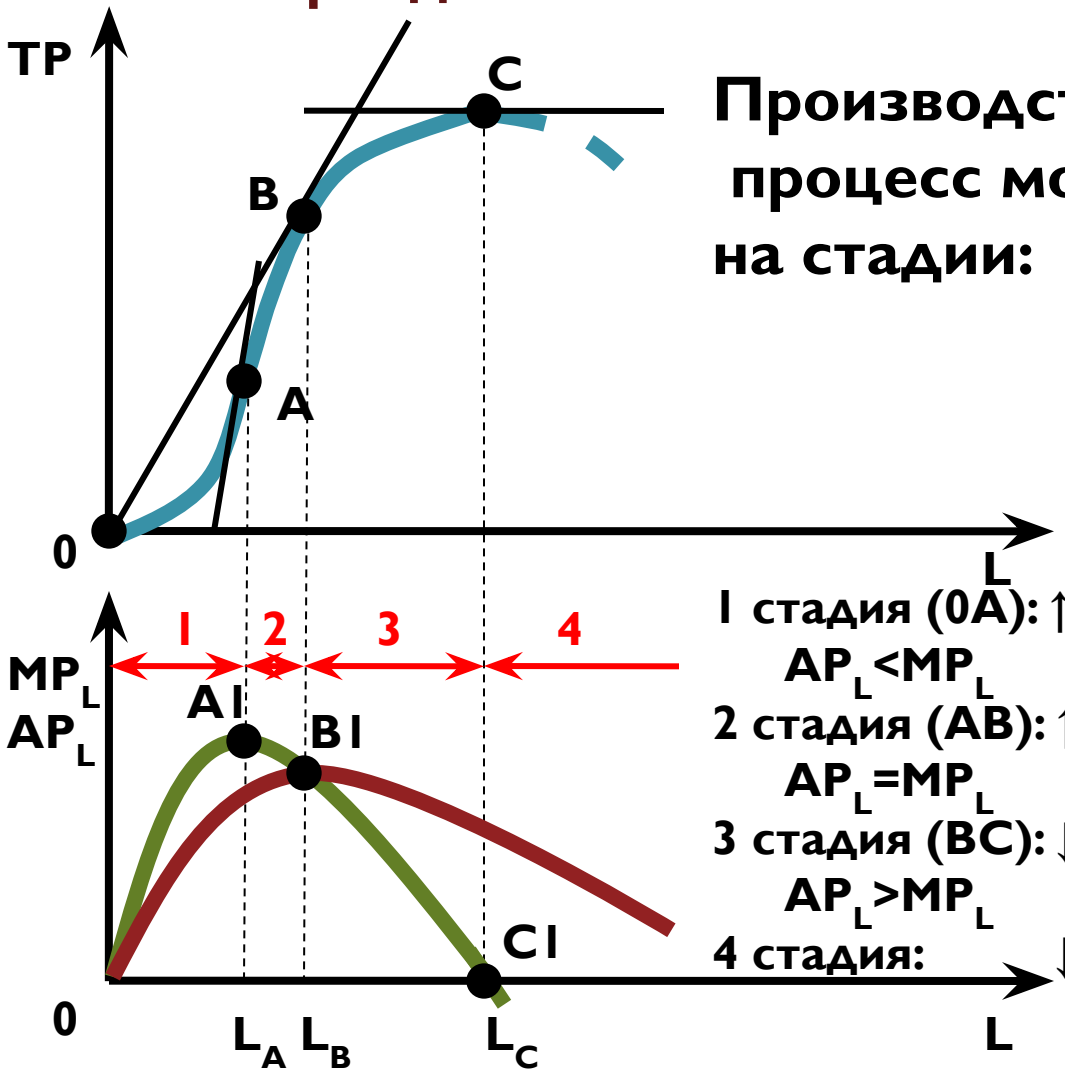
Тема 1. Теория производства.

Тема 2. Теория затрат, теория прибыли и теория предложения благ.

Теория фирмы

- **Теория** производства изучает соотношение между количеством применяемых ресурсов и объемом выпуска
- **Цель фирм** – максимизация прибыли, которая может быть разделена на две задачи: **минимизацию издержек и выбор объема, максимизирующего прибыль**
- На основе максимизации прибыли выводится кривая **предложения фирмы**

Ключевые термины: Факторы производства, производственная функция, предельные продукт, закон убывания предельного продукта, короткий и длительный периоды.



Производственный процесс можно разделить на стадии:

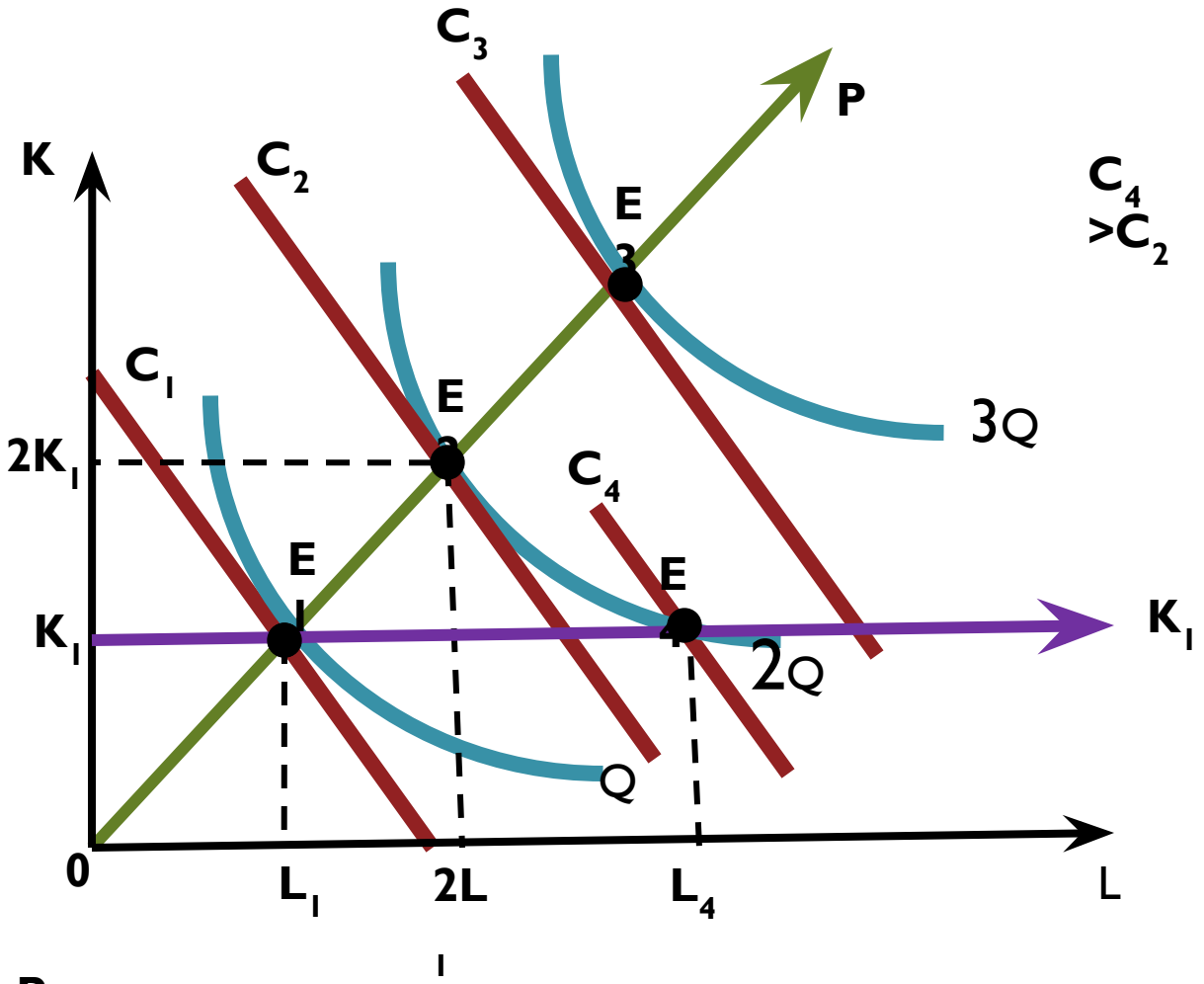
I стадия (0A): $\uparrow AP_L$ $\uparrow MP_L$
$AP_L < MP_L$

2 стадия (AB): $\uparrow AP_L$ $\downarrow MP_L$
$AP_L = MP_L$

3 стадия (BC): $\downarrow AP_L$ $\downarrow MP_L$
$AP_L > MP_L$

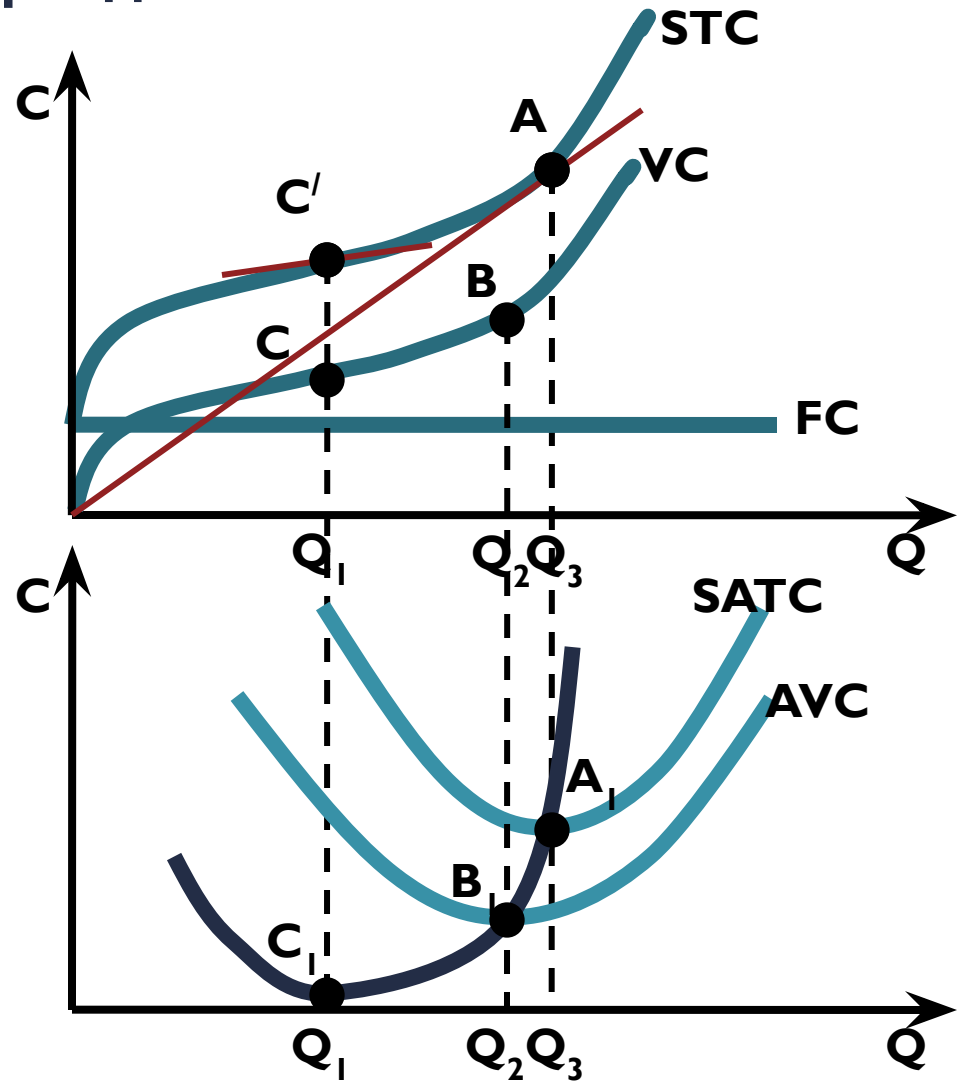
4 стадия: $\downarrow AP_L$ $MP_L < 0$

Ключевые термины: Изокоста, изокванта, предельная норма технической замены, оптимум фирмы по ресурсам, отдача от переменного ресурса, отдача от масштаба.



Расширение производства в коротком и длительном периоде

Ключевые термины: Затраты фирмы в коротком периоде, постоянные и переменные издержки, средние издержки, предельные издержки, затраты длительного периода.



SATC = STC/Q = FC/Q +VC/Q

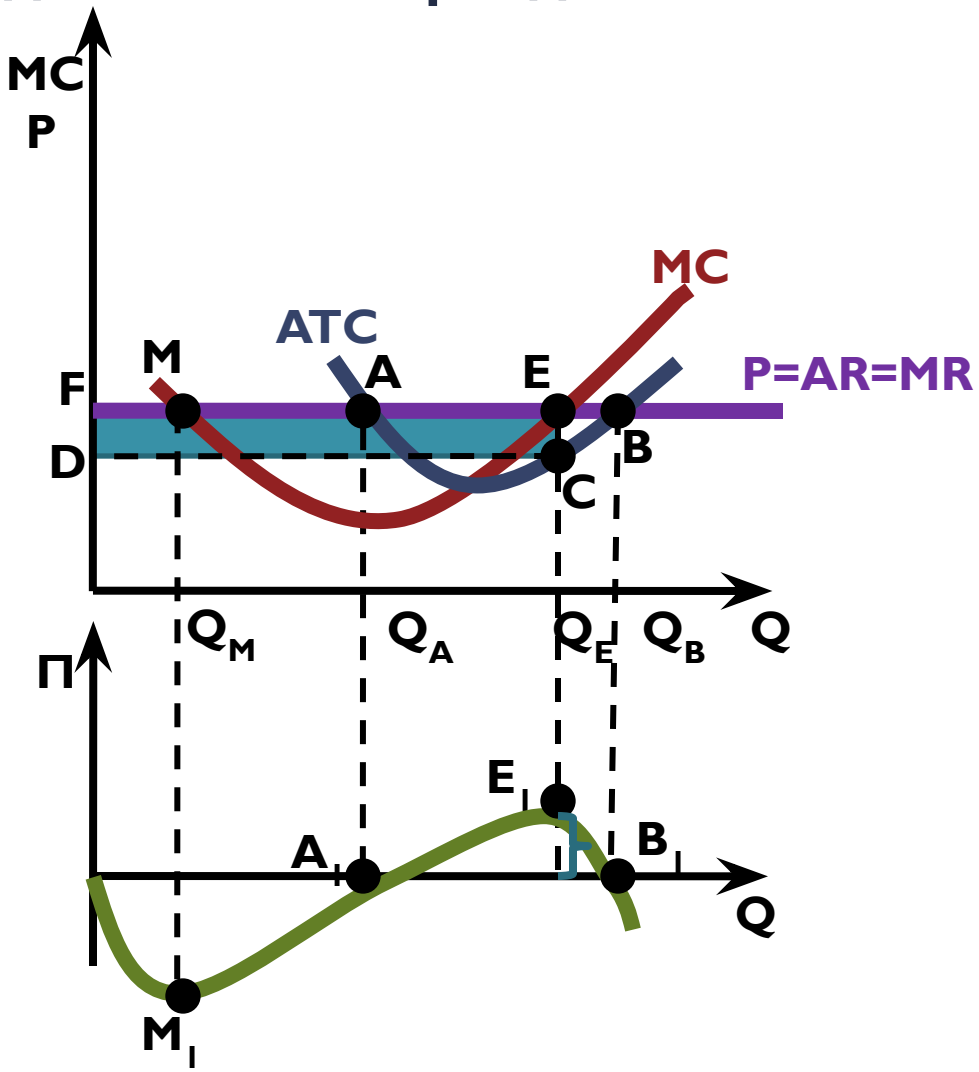
SATC = AFC+AVC

SMC=ΔSTC/ΔQ

или

SMC=dSTC/dQ= dVC/dQ

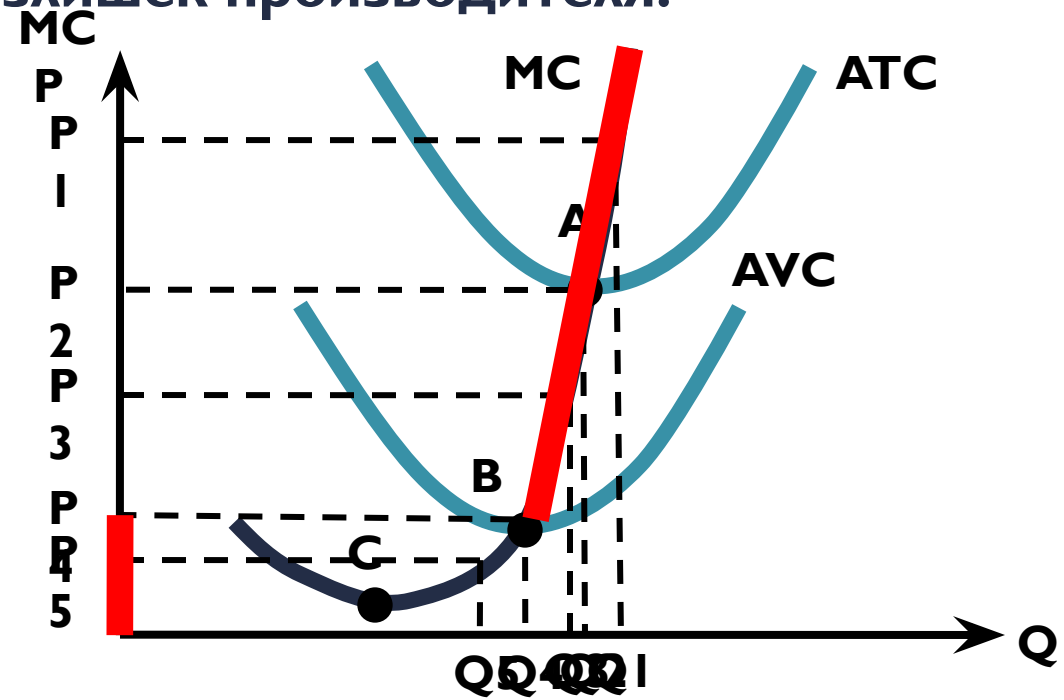
Ключевые термины: Экономическая прибыль, максимизация прибыли, изопрофитные линии, прибыль в длительном периоде.



В точках А и В:
$P = ATC \Rightarrow П = 0$
Точки А и В – точки безубыточности

Условие максимизации прибыли:
$MR = MC (Q)$

Ключевые термины: Ценополучатель, индивидуальная функция предложения, минимальная цена предложения, излишек производителя.



Если P1>ATC, то фирма получает прибыль

Если P2 =ATC, то прибыль равна нулю, точка A – точка безубыточности

Если AVC < P3 < ATC, фирма терпит убытки, но они меньше чем FC

Если P4 = AVC, убыток фирмы при работе (FC) равен убытку при закрытии,

Если P5<AVC, убыток превышает FC, фирма прекращает функционирование

Раздел III
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ОБЩЕЕ РАВНОВЕСИЕ И БЛАГОСОСТОЯНИЕ

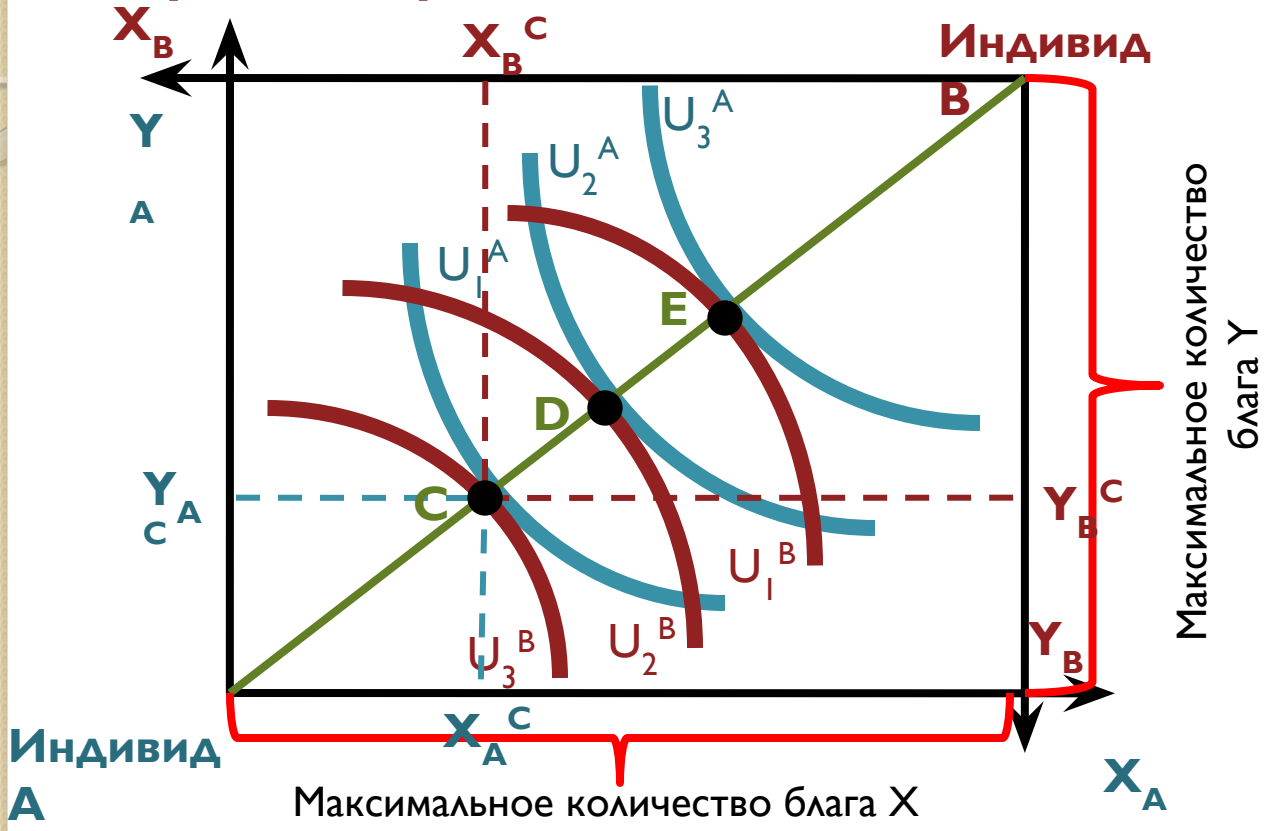
Тема 1. Общее экономическое равновесие: эффективность и справедливость.

Тема 2. Несовершенство рынка: внешние эффекты, внешние затраты, общественные блага.

Экономическая эффективность, общее экономическое равновесие и благосостояние

- Равновесие, складывающееся на отдельном рынке, называется **частичным**
- **Равновесие называется общим**, если система взаимосвязанных цен обеспечивает одновременное равенство спроса и предложения на всех рынках (товарных и факторных)
- Если какое-либо событие в экономике может повлиять на **общественное благосостояние**, то исходя из этого можно рассматривать **Парето-оптимальное и Парето-предпочтительное состояние экономики**

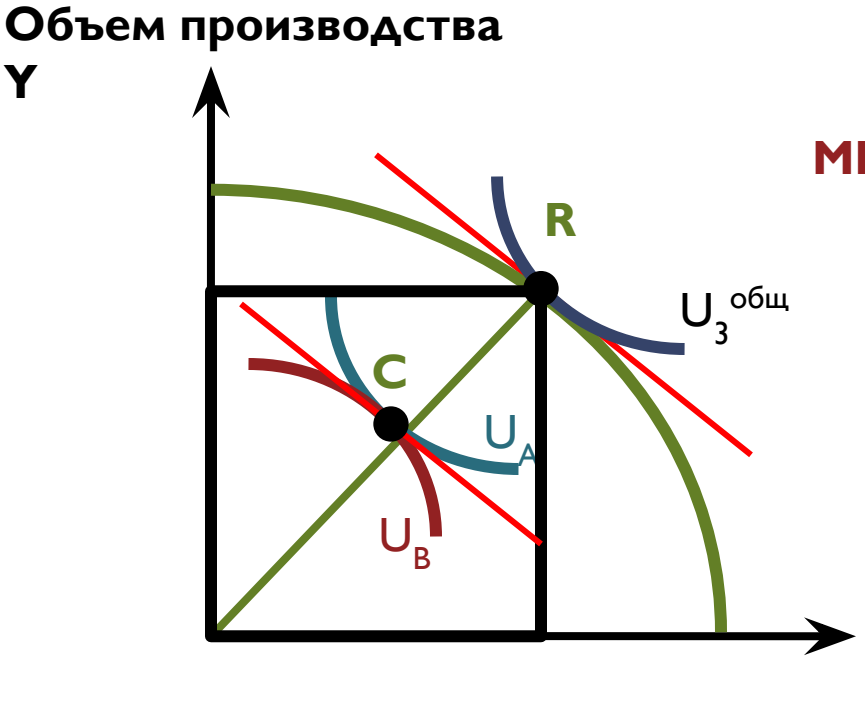
Ключевые термины: Ящик Эджуорта, контрактная кривая, граница потребительских возможностей, закон Вальраса, теоремы экономики благосостояния.



Оптимальными будут точки касания кривых безразличия индивидов, т.е.

$$MRS^A_{xy} = MRS^B_{xy} = P_x / P_y$$

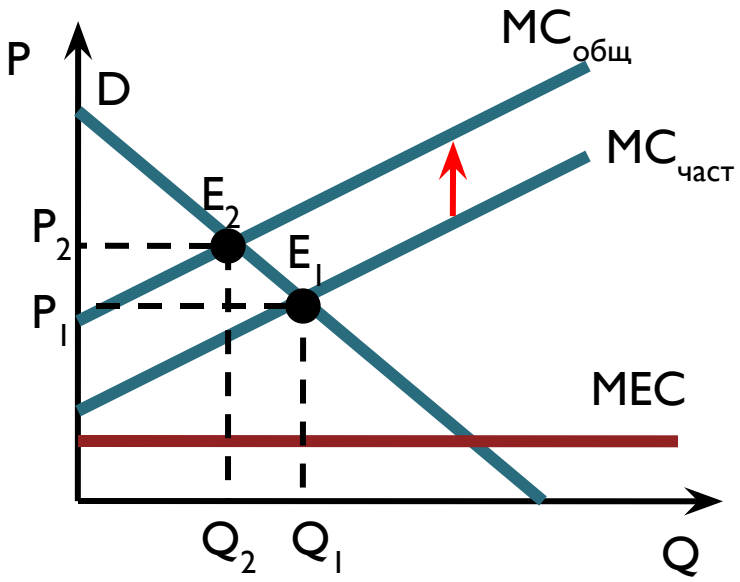
Ключевые термины: Граница производственных возможностей, предельная норма продуктовой трансформации, совместная эффективность в производстве и потреблении, общественное благосостояние, общественная полезность.



$$MRPTxy = MRSxy^{общ} = Px / Py$$
$$MRPTxy = MRS^{A}xy = MRS^{B}xy = Px / Py$$

Дополним анализ коробкой Эджуорта для двух индивидов, соединив начало координат с точкой (0,0) индивида А, точку R с (0,0) индивида В

Ключевые термины: Внешние эффекты и внешние затраты со стороны производства и потребления, теорема Коуза, общественные издержки, частные издержки, налог Пигу.



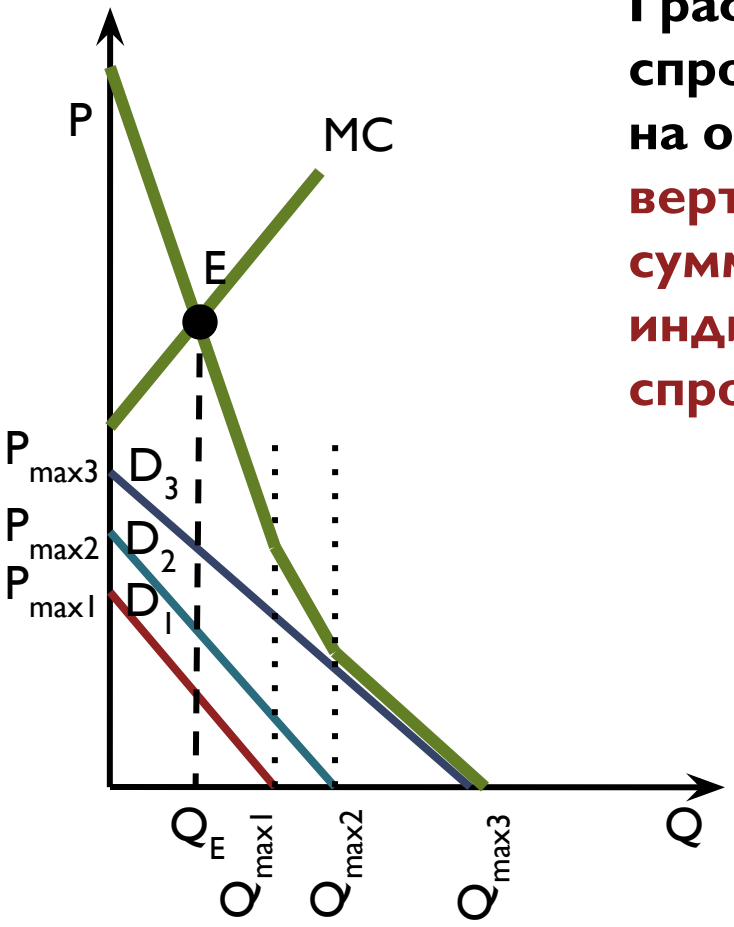
Внешние затраты со стороны производства:

Равновесие достигается при: $MC_{общ} = P$, где

$MC_{общ} = MC_{част} + MEC$,

MEC - предельные внешние затраты.

Ключевые термины: Общественные блага, частные блага, виды общественных благ, проблема «безбилетника», центральный индивид, налог Кларка.



Графически линия совокупного спроса на общественное благо – это вертикальное суммирование всех линий индивидуального спроса

Раздел IV
РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ

Тема 1. Монополия.

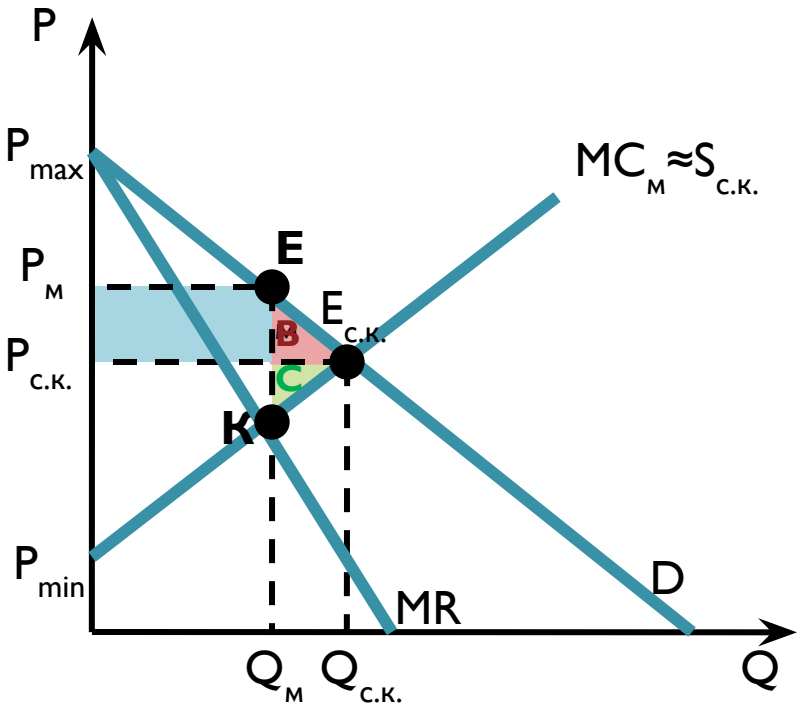
Тема 2. Монополистическая конкуренция.

Тема 3. Олигополия.

Рыночная власть

- **Рынок -** это социально-экономический институт, обеспечивающий продавцам и покупателям возможность вступать друг с другом в контакт для осуществления взаимовыгодных торговых сделок
- Важнейшим признаком, положенным в основу классификации рыночных структур, является **степень влияния отдельного продавца (покупателя) на формирование рыночной цены,** а также число покупателей и продавцов на данном рынке

Ключевые термины: Цели монополии, «ущерб» монополии, показатели рыночной власти, естественная монополия, ценовая дискриминация.

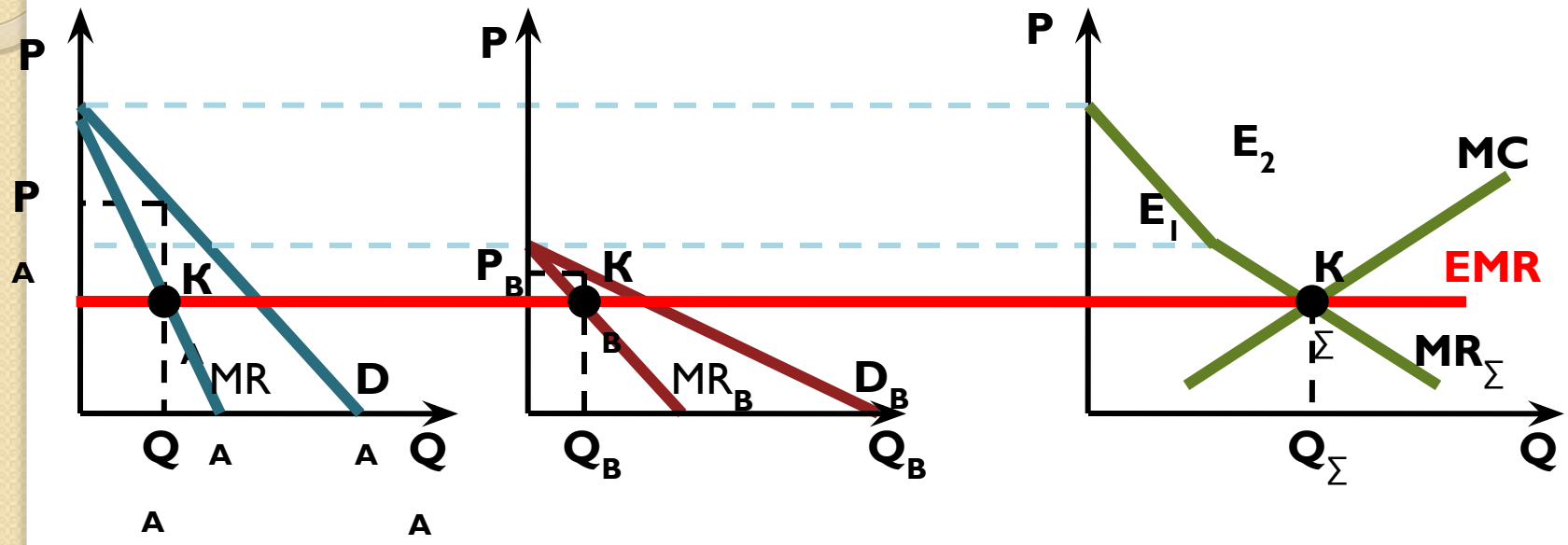


Максимум прибыли монополиии:

$$MC = MR \neq P$$

Площадь на графике, равная сумме B + C, — это полные чистые убытки от монопольной власти, то есть ущерб, наносимый монополией обществу

Ключевые термины: Совершенная ценовая дискриминация, ценовая дискриминация второй степени, ценовая дискриминация на сегментированных рынках.



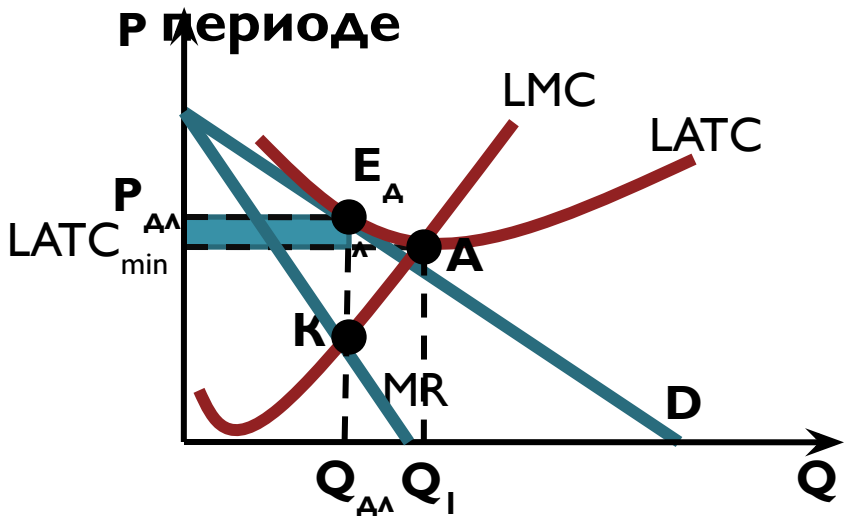
Монополия, проводящая ценовую дискриминацию на основе разделения покупателей на два рынка — A и B, где

MR_{Σ} — линия общего предельного дохода монополиста;

EMR — линия равного предельного дохода.

Ключевые термины: монополистическая конкуренция, избыточные производственные мощности, «плата за разнообразие», долгосрочное равновесие фирмы-монополичстического конкурента

Монополистический конкурент в длительном периоде



Равновесие фирмы в длительном периоде:

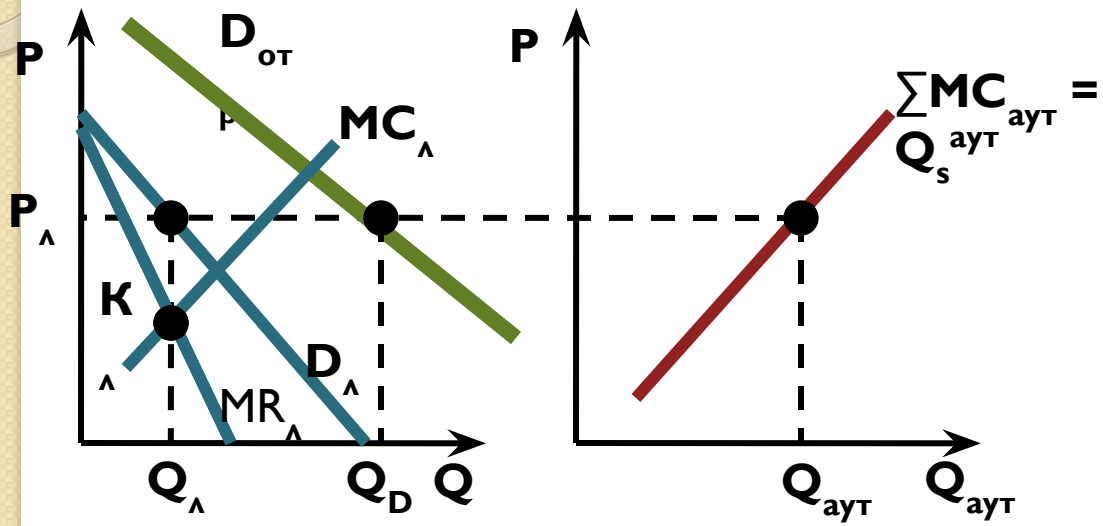
LMC= MR,
P = LATC

Избыточные производственные мощности:

$Q_I Q_{дл}$

Заштрихованная площадь — «плата за разнообразие»

Ключевые термины: Олигополия, дуополия, ценовой лидер, последователь, модель Курно, модель Штекельберга, лидерство в ценах, остаточный спрос.



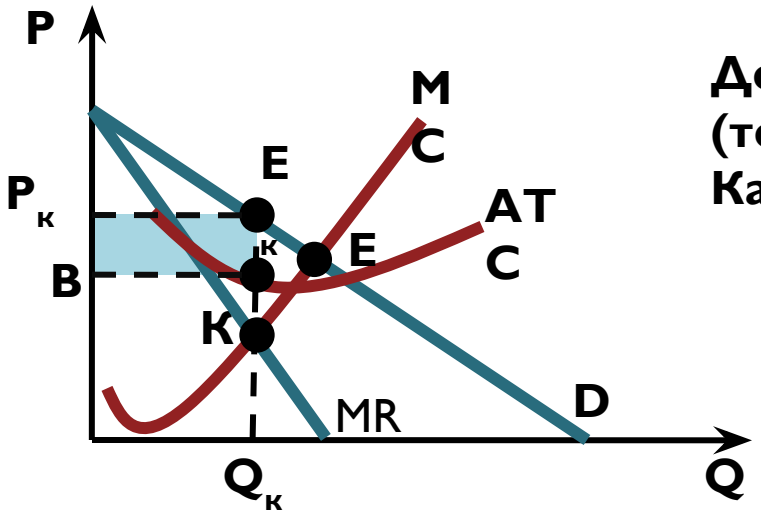
Модель ценового лидера.

Лидер: $MR_л = MC_л \Rightarrow Q_л, P_л$

Остальные фирмы («последователи»): $P_л = MC_{аут} \Rightarrow Q_{аут}$

Рынок: $Q_D = Q_{аут} + Q_л$

Ключевые термины: Сговор, модель картеля, квоты картеля, теория игр, доминирующая стратегия, равновесие по Нэшу.



До вступления в сговор: MC=P (точка E)
Картель: MC= MR ≠ P.

Поскольку монополия имеет возможность установить более высокую цену, ограничивая объем предложения, то **основная проблема картеля —** это проблема согласования **квот на выпуск для каждой фирмы.**