

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН**

ДЖИЗАКСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

КАФЕДРА «Ишлаб чиқаришда бошқарув»

ТЕКСТЫ ЛЕКЦИЙ
«МИКРОЭКОНОМИКА»

Джизак 2010

Тексты лекций рассмотрены на заседании кафедры "Ишлаб
чиқаришда бошқарув" протоколом № 1 от 28.08.2010 г.

Зав. кафедрой доц. Эшонкулов Т.

М.Цой Микроэкономика (тексты лекций), ЖизПИ, 2010

Тексты лекций составлены на основании типовой рабочей программы и учебного плана Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан №БД 53401003, утвержденных 18 июля 2009 года №166.

Современная микроэкономика - наука о принятии решений. Она закладывает основу для понимания предпринимательских решений и индивидуального выбора. Микроэкономическая перспектива позволяет постигнуть то, что в противном случае было бы невидимым. Анализ бесчисленных решений, принимаемых ежедневно менеджерами, потребителями, рабочими, инвесторами - ключ к пониманию того, как функционирует экономика.

Составитель:

доц. Цой М.П.

Ответственный редактор:

ст.преп. Рашидова Б.Я.

Рецензенты:

д.э.н., проф. Зайнутдинов Ш.Н.
ст. преп. Бердикулов А.

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН**

ДЖИЗАКСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

КАФЕДРА «Ишлаб чиқаришда бошқарув»

**ТЕКСТЫ ЛЕКЦИЙ ПО ПРЕДМЕТУ
«МИКРОЭКОНОМИКА»
для направления 5340200 - менеджмент (бакалавриат)**

составитель : доц. кафедры «Ишлаб чиқаришда бошқарув» Цой М.П.

Джизак 2010

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение

Экономические знания нашего времени отражают долгий эволюционный путь экономической науки. Экономическая сторона жизни всегда оказывала огромное влияние на людей. Начиная с глубокой древности, общество стремилось влиять на экономические процессы, сознательно вмешиваться в их ход. Современная *микроэкономика* - наука о принятии решений. Она закладывает основу для понимания предпринимательских решений и индивидуального выбора. Микроэкономика детально рассматривает экономические взаимоотношения. Анализ бесчисленных решений, принимаемых ежедневно менеджерами, потребителями, рабочими, инвесторами - ключ к пониманию того, как функционирует.

В условиях нестабильности рыночных отношений, крайними проявлениями которых являются периодически проявляющиеся в региональном или в мировом масштабах кризисы, особо важное значение имеет способность бизнеса функционировать эффективно, быть готовым к возможным рыночным ситуациям, связанным с элементами риска.

«Принятая в Узбекистане собственная модель реформирования и модернизации, ставя перед собой целью достижение национальных интересов и долгосрочной перспективе, изначально подразумевала отказ от настойчиво навязываемых нам методов шоковой терапии, наивных, обманчивых представлений о саморегулировании рыночной экономики.»*

* И.Каримов «Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана», Ташкент, 2009.

Как известно из теории экономики, структурно экономика делится на два уровня - микро- и макроэкономику. Микроэкономика рассматривает уровень предприятия и всю инфраструктуру, связанную с его функционированием.

В современной экономической науке нет разделительной черты между микроэкономикой и макроэкономикой. Изучая мотивы и стимулы принятия решений экономическими субъектами на микроуровне, можно лучше понять закономерности динамики совокупных, или агрегированных, величин. Сложность проблемы заключается в том, что отдельный индивид, осуществляя свой выбор, как правило, не имеет информации о том, какие решения будут приняты другими действующими субъектами экономики.

Тема «Современная микроэкономика и ее методология»

План

1. Ограниченность ресурсов и цены
2. Роль цен в распределении ресурсов
3. Цель и функция рынков
4. Права собственности как специфическая черта рыночной экономики

Ключевые термины и понятия

Дефицит

Альтернативная стоимость выбора

Цены

Рынок

Нерыночная деятельность

Собственность

Частная собственность

Права собственности

1. Современная *микроэкономика* - наука о принятии решений. Она закладывает основу для понимания предпринимательских решений и индивидуального выбора. Микроэкономика детально рассматривает экономические взаимоотношения. Анализ бесчисленных решений, принимаемых ежедневно менеджерами, потребителями, рабочими, инвесторами - ключ к пониманию того, как функционирует.

Как известно из теории экономики, структурно экономика делится на два уровня - микро- и макроэкономику. Микроэкономика рассматривает уровень предприятия и всю инфраструктуру, связанную с его функционированием.

Потребности и желания безграничны в отличие от ресурсов для их удовлетворения. Ограниченность ресурсов есть дисбаланс между потребностями в товарах и услугах и средствами удовлетворения этих потребностей. Проблема *дефицита* в крайней форме - голодание детей в африканских странах, расположенных в зоне Сахары, как трагическое последствие дисбаланса между потребностью в продовольствии и средствами ее удовлетворения.

Закон ограниченности ресурсов: экономические ресурсы недостаточны. Единственный способ получить больше - это чем-то жертвовать. Тем не менее, дефицит - это общая проблема, с которой сталкиваются как богатые так и бедные страны. Даже огромного богатства США недостаточно для удовлетворения всех желаний их граждан. Спрос на товары и услуги должен быть подкреплен покупательской способностью и люди должны укладываться в рамки своих бюджетов. Они должны согласовывать свое желание получать доход в результате трудовой деятельности с желанием наслаждаться отдыхом. Правительственные расходы на социальное обеспечение, дороги, просвещение должны быть сбалансированы с тем, от чего придется отказаться ради финансирования этих программ. И чем больше ресурсов будет направлено на оборону или в любую другую сферу государственной деятельности, тем меньше их останется для удовлетворения других нужд.

Экономическая теория изучает решения, принимаемые в обществе при распределении дефицитных ресурсов между различными вариантами их использования. Такие ресурсы, как труд, здания и сооружения, оборудование, сырье - ограничены. В экономической теории выделяется 4 фактора производства: труд, капитал, земля и ее недра, предпринимательская способность.



Рис. 1. Факторы производства

Инвестиционные ресурсы, или *капитал*, включают в себя всю совокупность созданных прошлым трудом человека благ. К капиталу (а точнее, к *реальному капиталу*) относятся здания, сооружения, станки, машины, оборудование, инструменты и т.п., используемые для производства и транспортировки товаров и услуг потребителю.

Следует отметить, что *финансовый капитал* (акции, облигации, банковские депозиты, деньги) к факторам производства не относится, так как не связан с реальным производством, а выступает лишь в качестве инструмента получения реального капитала.

Ресурс *земля* охватывает все сельскохозяйственные угодья и городские земли, отведенные под промышленную или жилищную застройку, а также всю совокупность природных условий, необходимых для производства товаров и услуг, — полезные ископаемые, водные ресурсы и т.д.

Предпринимательский талант предполагает особые способности человека, заключающиеся в его умениях:

- *Организовать производство* и выпуск товаров и услуг путем соединения всех необходимых факторов производства;
- *принимать основные решения* по управлению производством и ведению бизнеса;
- *рисковать* своими денежными средствами, временем, трудом, деловой репутацией, поскольку деятельность в условиях рынка связана с большой неопределенностью, а прибыль не гарантирована;
- *быть новатором*, т.е. внедрять новые технологии, новые продукты, методы организации производства.

Проблема ограниченности ресурсов заставляет людей делать выбор. При выборе оптимального варианта использования ресурсов «альтернативной стоимостью» сделанного выбора можно назвать самый лучший из вариантов, которыми пришлось пожертвовать. Например, при распределении времени между учебой и отдыхом придется столкнуться с фактом, что чем больше

времени уделяется одному занятию, тем меньше времени остается для другого. В любом обществе ограниченность ресурсов требует делать выбор для решения следующих основных вопросов:

1. Что производить? - Известная альтернатива «пушки или масло».
2. Каким образом произвести избранные виды продукции?
3. Кто получает то, что произведено?
4. Какой объем ресурсов использовать для текущего потребления и какой - для будущего?

Современная микроэкономика изучает, как решаются эти четыре вопроса.

2. Цены показывают, от чего необходимо отказаться, чтобы получить каждую единицу желаемых товаров и услуг. Цена товара заставляет покупателей согласовывать свои желания иметь товар с «альтернативной стоимостью» выбора при его покупке. Потребители учитывают цены альтернативных благ, когда принимают решение о том, как потратить свой ограниченный доход.

Цены есть то, что производители получают за каждую единицу продаваемой продукции в порядке компенсации за их усилия и расходы. В этом своем качестве цены дают сигналы, которые побуждают продавцов выбрать определенный вариант использования наличных ресурсов. Цены влияют на прибыльность производства альтернативных благ и услуг.

Цены обычно измеряются через суммы денег. Но денежная цена блага не всегда лучший показатель того, от чего необходимо отказаться, чтобы получить единицу блага. Одна из причин этого - то, что покупательская способность денег может изменяться с течением времени. Когда покупательская сила денег не постоянна, относительные цены благ отражают затраты на покупки лучше, чем денежные. Мир, в котором товары и услуги не имеют цены, пребывал бы в состоянии хаоса. Функция цен - содействовать правильному распределению товаров, услуг, природных ресурсов между альтернативными вариантами использования. Микроэкономику иногда называют «теорией цен», поскольку главная цель ее анализа - объяснить, как цены определяются, и как они влияют на экономические решения.

3. Рынок есть встреча продавцов и покупателей с целью торговли товарами или услугами. Рынки дают возможность покупателям и продавцам связываться друг с другом и торговать на взаимовыгодных условиях. Конкуренция и сделки на рынках устанавливают цену, на которых основаны многие решения. Рынки обеспечивают распространение информации о том, что продавцы хотят продать, и что покупатели хотят купить.

Покупатели и продавцы используют информацию, получаемую на рынке, чтобы решить, что именно и сколько купить и продать. Обеспечивая обмен новой информацией, рынки дают возможность ценам изменяться. Цены действуют как сигналы продавцам и покупателям, сообщая информацию и дефиците товаров, услуг и производственных ресурсов. Например, если цена

сырой нефти растет, имеет место комплексная и быстрая связь увеличившейся дефицитности этого ресурса и цен на бензин и нефть для отопления. Альтернативные источники энергии, такие как газ и дрова, повысятся в цене, так как потребители ищут заменители нефтепродуктам. Цены на автомобили могут упасть, так как возросшие цены на горючее ведут к сокращению пользования автомобилями. Через некоторое время возрастут цены на электроэнергию и другие товары, для производства которых требуются нефтепродукты (синтетические ткани, кровельные материалы, средства химчистки и др.) Процесс заходит дальше и дальше по мере того, как бизнесмены и потребители отвечают на цепную реакцию, вызванную повышением цены сырой нефти.

4. Главной, определяющей чертой рыночной экономики и фундаментом этой системы является безусловное преобладание частной собственности.

Рыночное хозяйство как экономическая система, независимо от конкретных форм его проявления, имеет ряд обязательств, специфических черт:

- 1) частная собственность на инвестиционные ресурсы;
- 2) свобода предпринимательства и свобода потребительского поведения;
- 3) приоритет личного (корыстного интереса), индивидуализм;
- 4) конкуренция как противовес индивидуализму;
- 5) рынок и цены как механизм саморегуляции;
- 6) рыночная направленность деятельности государства;
- 7) социальное неравенство.

Выводы

1. Микроэкономика исследует поведение людей, когда они принимают решения и участвуют в операциях, чтобы обеспечить себя товарами и услугами.
2. Дефицит есть дисбаланс между потребностями в товарах, услугах и средствами их удовлетворения.
3. Дефицит вынуждает людей ежедневно делать выбор относительно использования ресурсов, рассматривая и выгоду, и издержки своих действий.

Контрольные вопросы

1. В чем состоят достоинства и недостатки рыночной системы? Как усилить первые и ослабить вторые?
2. Какие факторы производства вы знаете?
3. Перечислите основные субъекты экономики и опишите их роль.

Тема 2. Базисные определения экономики

1. Теория и модели
2. Позитивный анализ в сравнении с нормативным

Ключевые понятия и термины

Теория

Экономическая модель

Экономические переменные

Предельный анализ

Нормативный экономический анализ

1. Микроэкономика стремится понять факторы, влияющие на выбор, которые делают люди, решая проблему дефицита. Экономисты обычно предполагают, что люди преследуют такие цели, как стремление максимизировать удовлетворение от покупок или максимизировать прибыль от продажи продукта. В микроэкономике широко изучается влияние цен на экономические решения.

Теория устанавливает причинно-следственные связи, которые объясняют наблюдаемый результат. Любая теория упрощает реальность, делая предположение о факторах, которые влияют на наблюдаемое явление, она сосредоточивается только на немногих основных факторах, влияющих на результаты.

В экономических теориях делаются предположения о поведении людей. Затем при помощи логики прослеживаются выводы из этих предположений. Например, теорию принятия решений владельцами предприятий можно построить, предполагая, что они стремятся максимизировать прибыль от продажи продукта на протяжении определенного периода. В этом случае были бы исследованы наиболее важные факторы, влияющие на прибыльность продажи: объем продаж, цена продукции и условия, определяющие размер удельных затрат (затрат на единицу продукции). Также были бы сделаны предположения о том, как могут измениться цена и удельные затраты, когда в неделю производится большее или меньшее количество продукции. Затем было бы прослежено, как изменения факторов, влияющих на прибыль, отразилось бы на решениях продавцов.

Знание теории необходимо. Только анализ причин и последствий процесса позволяет осуществлять контроль за его результатами. Хорошая теория предсказывает результаты, которые подтверждаются фактами. Теория, основанная на предположении, что предприниматели действуют таким образом, чтобы максимизировать прибыль, может быть нереалистичной, так как владельцы предприятий и менеджеры также имеют и другие цели. Кроме прибыли, они могут интересоваться своей репутацией в обществе или объемами продаж и размерами дивидендов.

Модели используются для получения выводов из теории (при помощи логики, графических построений и математики), что позволяет выявить последствия предпосылок для явления, которое теория стремится объяснить. Таким образом, модель может быть использована для предсказания того, как изменения экономических условий приводят к изменению в решениях и к изменению цен и объемов продаваемых и покупаемых благ.

Экономические переменные - измеримые натуральные величины (например, годовой объем производства) или суммы денег (издержки, цены), которые могут принимать ряд возможных значений. Экономическая модель обычно стремится объяснить, как на ключевые *экономические переменные* влияют экономические условия. Переменные, чьи значения принимаются в модели в качестве заданных, называются *параметрами*. Модель обычно

принимает во внимание небольшое количество факторов, влияющих на переменные, которые она стремится объяснить; она связывает эти переменные, делая определенные предположения о поведении людей и об ограничениях, при которых люди должны делать выбор. Экономическая модель похожа на светокopию или схематический рисунок сложного механизма, на котором пытаются показать, что происходит, когда нажимают на определенные кнопки и рычаги. Цель экономической модели - помочь понять, как функционирует данный сектор экономики.

Выводы из экономической модели выражаются в форме гипотез, которые представляют собой утверждения о причинах и следствиях, которые могут быть подтверждены или опровергнуты фактами. Чтобы модель была полезной, предположения о поведении экономических субъектов сами по себе не должны быть абсолютно реалистичны. Цели потребителей и менеджеров могут быть самыми разнообразными. Однако рассмотрение многих, зачастую конфликтующих целей повышает сложность модели и ограничивает возможности ее применения. Модели, используемые в микроэкономике, обычно упрощают реальность, предполагая, что люди стремятся к достижению единственной цели.

Полезность экономической модели зависит от степени, в которой ее предсказания соответствуют фактам, а не от реализма ее предпосылок, так как - это упрощения и абстракции, которые не претендуют на зеркальное отражение реальности.

Экономическая теория использует два подхода к познанию экономических явлений — позитивный и нормативный. Говоря словами А. Маршалла, экономическая наука не только помогает определить основную цель развития, но и «рекомендует наилучшие методы ... достижения указанной цели».

Позитивный подход предполагает объективный анализ прогнозирования последствий, к которым могут привести или иное решение экономического субъекта, его альтернативные издержки.

Позитивный анализ позволяет выявить причинно-следственные связи между исследуемыми явлениями и ответить вопрос: *Что имеет место быть в экономике?*

Нормативный подход, напротив, дает субъективную оценку анализируемым явлениям, практические рекомендации и рецепты действия.

Нормативная экономика на основе позитивного анализа решает, надо или не надо предпринимать данные шаги, оценивает их с точки зрения самых различных факторов (экономических и политических интересов, мировоззрения и т.д.). Нормативный анализ позволяет пойти дальше объяснений и прогнозов, предполагает выработку экономической политики и её конкретных вариантов, и ответ на вопрос: *что «должно быть в экономике»?*

Позитивный анализ изменений в экономической политике или экономических условий стремится предсказать влияние изменений таких наблюдаемых явлений, как производство, покупки, цены или личный доход. С помощью позитивной экономической теории экономист может делать

утверждения типа «если..., то...», которые затем могут быть подтверждены или опровергнуты посредством сравнения с доступными фактами и цифрами. Например, позитивный анализ сельскохозяйственной политики в РУз, направленной на зерновую независимость, может быть применен для выяснения того, как субсидирование закупочных цен влияет на цены, уплачиваемые покупателями, и на доходы производителей.

Позитивный анализ не выносит приговора относительно того, плох или хорош результат. Определение относительной значимости альтернативных результатов требует оценочных суждений, чтобы установить критерий, что - плохо, а что - хорошо.

Нормативный экономический анализ используется для оценки желательности экономических результатов в соответствии с основополагающими оценочными суждениями и может быть использован для выдачи рекомендаций относительно того, что должно иметь место. Нормативные утверждения дают рекомендации, они говорят, что «следует сделать *это* или *то*». Пример нормативного утверждения - «политика, которая сдерживает свободную торговлю, должна быть *исключена*», то есть хорошо иметь свободную торговлю.

Нормативное утверждение нельзя опровергнуть фактами, оно содержит предписание, а не предсказание.

То есть позитивный анализ стремится понять и объяснить экономические связи. Нормативный анализ предписывает изменения в использовании ресурсов для достижения целей, базирующихся на оценочных суждениях.

Выводы

1. Экономическая модель состоит из предпосылок, которые устанавливают связи между экономическими переменными.
2. Гипотезы, получаемые на основе экономических теорий, должны быть проверены на фактах. Полезная теория объясняет экономические явления, для изучения которых она была создана, и с ее помощью можно делать предсказания, которые могут быть подтверждены фактами.
3. Позитивный анализ стремится понять и объяснить экономические связи. Нормативный анализ предписывает изменения в использовании ресурсов для достижения целей, базирующихся на оценочных суждениях.

Контрольные задания

1. Укажите, позитивными или нормативными являются следующие утверждения и объясните, почему:
 - а) если бы цена на мужские костюмы возросла на 20%, объем их продукции упал бы на 30%;
 - б) следует ввести тарифы на иностранные автомобили;
 - в) следует проводить политику, которая повышает национальный доход, так как она полезна для страны;
 - г) следует устранить дефицит государственного бюджета;
 - д) устранение дефицита госбюджета приведет к уменьшению процентных ставок.

Рекомендуемая литература:

1. Каримов И. Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса. Т.:Узбекистон,1997, гл .II, с.240.
2. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. М.: Дело, 1992, с. 3-12.
3. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. М.: Финансы и статистика, 1992, глава 1, с.2-17
4. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю Экономика 14 издание -М:2003, гл 1,2, с.21-23, 36-38.

Тема «Спрос, предложение и рынок»

План

1. Кривая и закон спроса
2. Изменение в спросе
3. Кривая и закон предложения
4. Изменения в предложении и рыночное равновесие

Ключевые термины и понятия

Спрос

Закон спроса

Таблица спроса

Объем спроса

Кривая спроса

Изменение объема спроса

Предложение

Закон предложения

Таблица предложения

Объем предложения

Кривая предложения

Изменение объема предложения

Равновесие

Дефицит, избыток

1. Рынки обеспечивают обмен между покупателями и продавцами. Анализ спроса и предложения используется для объяснения факторов, воздействующих на цены и объемы товаров, обмениваемых на рынке, где существует множество конкурирующих продавцов и покупателей. Рыночная цена и количество товара могут быть рассмотрены на качественном уровне и с количественной точки зрения.

Спрос показывает, какое количество продукции потребители готовы приобрести по каждой цене. *Закон спроса* утверждает, что чем ниже цена товара, тем больше его количество, которое покупатели хотят и могут приобрести. Модель спроса может быть представлена в виде таблицы и кривой спроса.

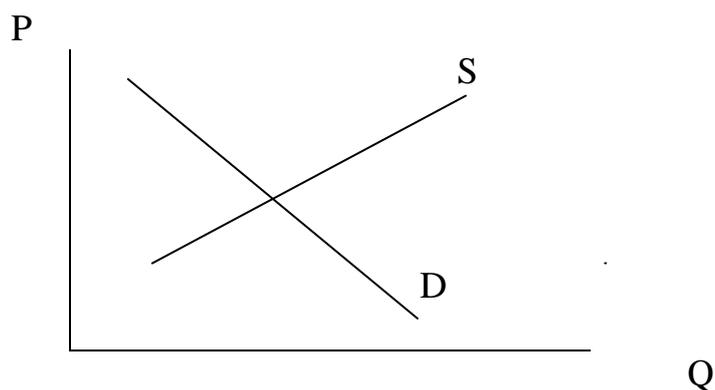
Таблица спроса - зависимость между различными возможными уровнями цен и количествами продукции, покупаемой по соответствующим ценам.

Спрос и предложение на рынке зерна

кол-во спрашиваемой в течении недели продукции, ц	цена за единицу	кол-во предлагаемой в течении недели продукции, ц	излишек (+), дефицит (-). ↑↓ - направление давления на цену
---	-----------------	---	--

2000	5	12000	+1000 ↓
4000	4	10000	+6000 ↓
7000	3	7000	0
1000	2	4000	-7000 ↑
16000	1	1000	-15000 ↑

Закон спроса может быть проиллюстрирован с помощью переноса информации таблицы спроса на оси координат. Кривая спроса отражает обратно пропорциональную зависимость между ценой (P) и количеством товара, которое покупатели хотят и могут купить. Каждая точка кривой спроса показывает объем спроса Q_d и соответствующую ему цену. Как правило, цены отражаются на вертикальной оси, а соответствующие им объемы спроса - на горизонтальной. Отрицательный наклон кривой спроса иллюстрирует закон спроса. По мере того, как цена падает, объем спроса растет. Кривая спроса может быть изображена только в том случае, если все остальные факторы, влияющие на количества товара, которое купят потребители, кроме самой цены товара, принимаются в качестве постоянных. Экономисты часто уточняют свои утверждения о спросе с помощью фразы «при прочих равных условиях» (латинский эквивалент : *ceteris paribus*).



Если бы любой из данных факторов был изменен, произошло бы соответствующее изменение в зависимости между ценой и объемом спроса и пришлось бы составлять новую таблицу спроса и изображать новую кривую спроса.

Движение вдоль кривой спроса называется изменением объема спроса. Оно представляет собой изменение количества покупаемого товара в ответ на изменение его цены.

Кривая спроса также дает информацию о максимальной цене, которую потребители заплатят за различные количества товара, имеющегося на рынке в некоторый промежуток времени.

2. Изменение спроса - движение всей кривой спроса в ответ на изменение некоторых других факторов, влияющих на спрос помимо цены. Изменение спроса подразумевает, что при каждой данной цене потребители будут покупать больше или меньше товара. Например, рост дохода потребителей может повысить спрос на определенный товар. Это означает, что при каждой из

цен, перечисленных в таблице спроса, покупатели приобрели бы большее количество товара. И наоборот, понижение дохода приводит к падению спроса на товар.

Товар, спрос на который растет при повышении дохода, называется нормальным. Некоторые товары, называемые некачественными (в том числе непрестижными), таковы, что повышение дохода вызовет падение спроса на них. Например, недорогие виды мяса могут быть отнесены к некачественным (непрестижным) товарам, так как повышение дохода побуждает потребителей заменять их более качественными видами.

Изменение спроса сдвигает кривую спроса вправо или влево в зависимости от повышения или понижения его.

3. Предложение - связь между ценой товара и его количеством, которое продавцы хотят и могут продать. Закон предложения утверждает, что при прочих равных условиях чем выше цена товара, тем больше желание продавца сделать этот товар доступным (произвести его, предложить на продажу). При более высоких ценах повышается доходность продаж, и путем увеличения чистого дохода от дополнительного производства более высокие цены побуждают продавцов увеличивать объем предложения.

Существуют другие факторы, помимо цен, влияющие на количество товара, которое продавцы хотят реализовать. К числу таких факторов относятся цены на труд (рабочую силу), материалы, машины, технология (знание методов производства товаров и услуг), качество ресурсов, ожидаемые в будущем цены, цены альтернативных товаров, которые могут быть произведены с помощью тех же самых ресурсов, а также число продавцов на рынке.

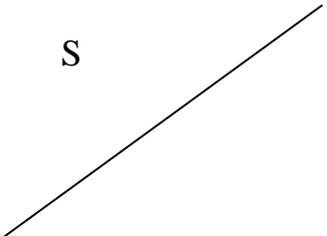
Изменение цен на товары, которые могут быть произведены с помощью тех же самых ресурсов, повлияет на альтернативную стоимость производства товара, предложение которого анализируется. Например, повышение цены на кукурузу может уменьшить желание фермеров поставлять на рынок пшеницу, стимулируя их использовать больше площади под кукурузу, а меньше под пшеницу, так как производство кукурузы становится более прибыльным. Ожидание изменений в прибыльности производства товара также могло бы повлиять на его текущее предложение.

Таблица предложения - табличный способ выражения зависимости между ценой и количеством товара, которое продавцы хотят реализовать за определенный период. Объем предложения - количество товара, соответствующее каждой цене в таблице предложения.

Кривая предложения - график, показывающий отношение между ценой и объемом предложения за определенный период. Кривая предложения получается путем нанесения на соответствующие оси координат значений цены (P) против соответствующих величин объема предложения (Q_s). Положительный наклон кривой иллюстрирует закон предложения.

P

S





Изменение объема предложения - изменение количества товара, предлагаемого для продажи, в ответ на изменение цены (при прочих равных условиях). Изменение объема предложения отображается движением вдоль данной кривой предложения.

Кривая предложения также может быть интерпретирована как отношение между объемом предложения и минимальной ценой, которая необходима для обеспечения поставки на рынок этого объема товара.

4. Кривая предложения строится из предпосылки, что все другие факторы, кроме цены, побуждающие поставить товар на рынок, являются фиксированными. Изменение предложения (характера предложения) товара - смещение всей кривой предложения в ответ на воздействие неценовых факторов.

В любой экономической модели равновесие отражает такой баланс сил, что переменные, которые стремятся объяснить модель, не увеличиваются и не уменьшаются. Экономическая модель спроса и предложения стремится объяснить цены и количества товаров, обмениваемых на рынке за определенный период. Рыночное равновесие в этой модели существует тогда, когда нет тенденции к изменению рыночной цены или количества продаваемых товаров. Если рынок находится в равновесии, цена товара такова, что количество товара, которое покупатели хотят приобрести, точно совпадает с количеством товара, которое продавцы хотят предложить. Когда цены достигают равновесной величины, они «нормируют» товары в том смысле, что все покупатели, которые хотят приобрести товары по рыночной цене, получают к ним легкий доступ. В то же время все продавцы, которые хотят продать товар (услугу) по данной цене, легко найдут покупателя для своих товаров.

Изобразив кривые спроса и предложения в одних и тех же осях координат, можно использовать графический анализ для того, чтобы показать, как определяются равновесные цены и объемы товаров. Любой отход от цены равновесия приводит в действие некоторые силы, чтобы вернуть рынок в прежнее равновесное состояние.

Когда при данной цене, объем спроса превышает объем предложения ($Q_D > Q_S$), имеет место дефицит товара. Дефицит равен разнице между количеством товара, которое покупатели хотят приобрести при данной цене, и количеством товара, которое продавцы хотят продать. Дефицит иногда также называют избыточным спросом.

Если цена выше уровня равновесия, объем спроса не достигнет уровня объема равновесия ($Q_D < Q_S$). В таком случае разница между объемом спроса и объемом предложения называется избыточным предложением при данной цене. Конкурирующие продавцы видят, что происходит накопление нераспроданных товаров, и тогда начинают снижать цены. Так как цены начинают уменьшаться, объем спроса увеличивается, а объем предложения падает до тех пор, пока не устранится излишек.

В нижеследующей таблице показано, как рыночная цена будет меняться при наличии дефицита или избытка. Эти изменения приводят цену к равновесному уровню.

Рыночное равновесие

Рыночная ситуация	Отношение между Q_D и Q_S	Рыночная цена
Равновесие	$Q_D = Q_S$	Равновесная
Дефицит	$Q_D > Q_S$	Повышается
Избыток	$Q_D < Q_S$	Падает

Контрольные задания

1. Предположите, что все государства отказались от субсидирования цен на сельскохозяйственные товары. Используйте анализ спроса и предложения для прогнозирования воздействия этого отказа на цены товаров, правительственные расходы и доходы фермеров в различных странах. Почему фермеры в некоторых странах в действительности выиграют в результате отказа от такого рода политики?
2. Кратко опишите механизм образования рыночного равновесия. Почему модель конкурентного рынка может быть лучшим инструментом предсказания действительных рыночных цен и объемов производимых и продаваемых товаров, когда установление рыночного равновесия происходит скорее быстро, чем медленно.

Рекомендуемая литература:

1. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. М.: Финансы и статистика, 1992, глава 2, с.21-41
2. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю Экономика 14 издание -М:2003

Тема «Эластичность и процесс адаптации рынка»

План

1. Определение эластичности
2. Факторы эластичности

Ключевые термины и понятия

Спрос

Эластичность

Эластичный и неэластичный спрос, единичная эластичность

Абсолютно эластичный и абсолютно неэластичный спрос.

Факторы ценовой эластичности спроса - незаменимость, значимость товара для потребителя, удельный вес в доходах и расходах, временные рамки

Товары- субституты, товары -комплементарии

Факторы ценовой эластичности предложения

1. Для характеристики степени влияния изменения цены на поведение покупателей и продавцов в экономике используется понятие эластичности. *Эластичность* – степень реакции одной величины на изменение другой.

Зависимость изменения спроса на товар от изменения его цены называется *эластичностью спроса по цене*, или *ценовой эластичности спроса*. Выражение «эластичность X по Y» означает, что измеряется реакция величины X (зависимой переменной) на изменение Y (независимой переменной). Принято различать три варианта *ценовой эластичности спроса*:

1) *эластичный спрос* – когда при незначительных понижениях цены объем продаж значительно возрастает;

2) *единичная эластичность* – когда изменение цены, выраженное в процентах, равно проценту изменения объема продаж;

3) *неэластичный спрос* – вслед за изменением цены не происходят существенного изменения продаж.

Эластичность можно измерить с помощью коэффициента ценовой эластичности

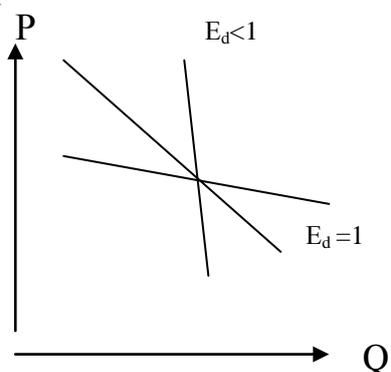
$$E_d = \text{изменение } Q \text{ в } \% / \text{изменение } P \text{ в } \% = \Delta Q/Q : \Delta P/P.$$

В случае $E_d > 1$ – эластичный спрос,

если $E_d < 1$ - неэластичный спрос,

если $E_d = 1$ – спрос единичной эластичности.

Эластичным спрос по цене бывает, как правило, для предметов роскоши – драгоценностей, мехов и т.п., и для достаточно дорогих предметов потребления – автомобили, телевизоры, персональные компьютеры и др. Неэластичен спрос на товары первой необходимости с относительно низкими ценами – хлеб, картофель, одежда, обувь, расходы на общественный транспорт и пр.



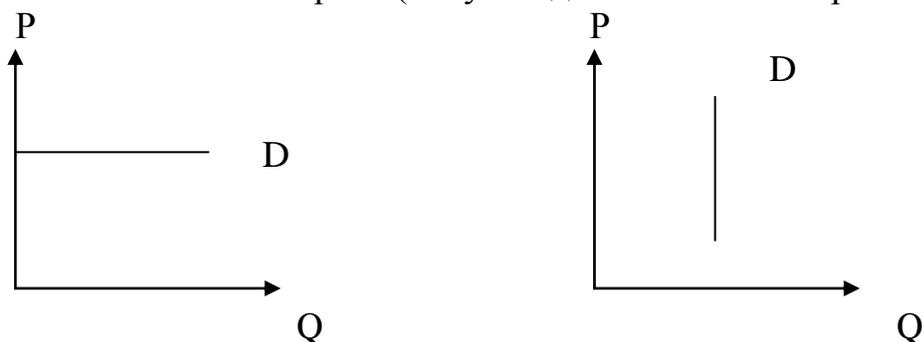
Графическая интерпретация спроса

с различной эластичностью

Кроме рассмотренных трех случаев эластичности спроса по цене, можно указать еще два – *абсолютно эластичный* и *абсолютно неэластичный спрос*.

В случае абсолютно эластичного спроса потребители платят одну и ту же цену за товар, невзирая на величину спроса ($E \rightarrow \infty$). Абсолютно эластичный спрос характерен для ситуации совершенной конкуренции, когда производители не могут влиять на цену, а покупатели готовы приобретать любое количество товаров по данной цене.

В случае абсолютно неэластичного спроса они покупают одно и то же количество товара при любых уровнях цен. То есть изменение цены не вызывает никакого изменения спроса (инсулин для больных сахарным диабетом).



Экстремальные случаи эластичного спроса

а) абсолютно эластичный;

б) абсолютно неэластичный.

2. Эластичность спроса по цене зависит от ряда факторов, к которым относятся следующие:

1) *незаменимость* – если у товара есть заменители – *товары-субституты*, то спрос будет эластичным.

2) *значимость товара для потребителя* – неэластичным является спрос на товары первой необходимости, а более эластичным – на все другие группы товаров. Высокая степень необходимости товара для потребителя предопределяет его относительно низкую эластичность по цене. Необходимость в товаре может быть обусловлена как объективными, так и субъективными факторами. Объективные факторы связаны с удовлетворением жизненно важных физиологических потребностей человека (минимально необходимый набор продуктов питания, зубная паста, мыло, инсулин для больного диабетом). Субъективная необходимость определяется вкусами и предпочтениями конкретного человека.

3) *удельный вес расходов на товар*. Высокий уровень расходов на товар в бюджете потребителя | делает спрос на большинство товаров более чувствительным к изменению цен. В случае промышленного покупателя важным] является не цена единицы товара, а расходы на него за период] (месяц или год);

4) *временные рамки* – эластичность спроса увеличивается в долгосрочном плане и становится менее эластичной на коротких периодах времени.

Факторы низкой эластичности спроса по цене

Чувствительность различных групп потребителей к цене на один и тот же товар может существенно отличаться. По мнению Майкла Портера, потребитель будет нечувствителен к цене при следующих обстоятельствах:

1. Потребитель придает большое значение характеристикам товара. Спрос неэластичен по цене, если «выход из строя» или «обманутые ожидания» ведут к значительным потерям или неудобствам. Риск, связанный с этим, заставляет человека переплачивать за качество товара и приобретать те модели, которые себя уже зарекомендовали. Хорошим примером может служить оборудование для добычи нефти. Спрос на оборудование, не позволяющее нефти вырываться из скважины при повышении давления, неэластично по цене.

2. Потребитель желает иметь товар, сделанный на заказ, и готов платить за это.

Если покупатель желает приобрести товар, сделанный в соответствии с его индивидуальными потребностями, то он часто становится привязанным к производителю и готов оплачивать более высокую цену как плату за хлопоты. Позже производитель может повысить цену на свои услуги без особого риска потерять покупателя.

3. Потребитель приобретает товар, потому что считает, что этот товар улучшит качество его конечной продукции.

Если считается, что данный компонент усиливает характеристики готовой продукции или что компонент перенесет свой престиж на конечную продукцию, то спрос на данный компонент будет неэластичен по цене. Так, производители автомобилей стремятся использовать моторы престижных марок, тем самым повышая престиж самого автомобиля.

Зная об этом, продавцы моторов могут запросить за свою продукцию несколько более высокую по сравнению с другими фирмами цену.

4. Потребитель имеет значительную экономию от использования конкретного товара или услуги.

Если товар или услуга позволяют сэкономить время или деньги, то спрос на такой товар будет неэластичен. Это же верно в отношении своевременной доставки товара покупателю, качественного его обслуживания или быстрого ремонта. Так, например, в добыче нефти используется сложное электронное оборудование для поиска нефти. Полученная информация позволяет компании избежать пустого бурения. Поэтому она готова заплатить за оборудование несколько дороже.

5. Цена товара мала по сравнению с бюджетом потребителя.

При низкой цене товара покупатель не утруждает себя походами по магазинам и тщательным сравнением товаров различных производителей. Это особенно верно, когда главным мотивом приобретения товара являются удобство, вкус или какой-либо другой критерий предпочтения.

6. Потребитель может позволить себе не обращать внимание на повышение цены и на затраты на сырье и комплектующие.

Чем прочнее позиция фирмы, тем меньше она реагирует на изменения в ценах на сырье и комплектующие. Это верно и в случае высокой нормы

прибыли, когда фирме легче согласиться с повышенными ценами, чем искать новых поставщиков.

7. Потребитель плохо информирован и делает не лучшие покупки.

Плохо информированный покупатель менее чувствителен к цене и ее повышению, так как не знает о преобладающей цене на рынке, условиях спроса и предложения, доступности и ценах на заменители, качестве и услугах конкурентов. Такой потребитель легче поддается убеждающей рекламе, стратегии принижения качеств товаров конкурентов и т.д.

8. Затраты потребителя на замену продавца чрезмерно высоки.

В некоторых случаях промышленный покупатель компонентов может настолько привязать к ним характеристики своих изделий, что ему легче и дешевле согласиться с повышением цен на них, чем менять поставщиков (особенно, если повышение небольшое).

Источник: Томпсон А. Формби Дж. Экономика фирмы / пер. с англ. - М.: ЗАО «Изд-во БИНОМ», 1998. — С. 146—147.)

Практическую значимость коэффициент эластичности приобретает при анализе влияния изменения цены на объемы продаж и доходы фирмы для товаров с различной эластичностью. Предположим, что на рынке некоторого товара задана функция спроса. При рыночной цене (Р) у.е. фирма может реализовать объем продукции Q (шт.). Если цена сократится на q , то по закону спроса объем увеличится на q . Как при этом изменится доход фирмы R (revenue)?

Наименование показателя	E,	Доля, (%)	Наименование показателя	E,	Доля, (%)
Питание (дома и в ресторанах, кафе и т.д.)	0,2 и 0,8	23	Транспорт	1	9
Товары повседневного спроса	0,2-0,4	13,5	Отдых, развлечения	1	10
Одежда, обувь и прочее	0,7	12	Медицинские услуги	0,8	4
Недвижимость	0,8	7	Образование	0,6	5

Источник: Гурова Т. На старте российской мечты // Эксперт. -2001 № 45, 3 декабря. - С.43-45.

Тема «Затраты и выпуск»

План

1. Кривые издержек в краткосрочном периоде
2. Производство и издержки в долгосрочном периоде

3. Положительная и отрицательная экономия от масштаба

1. При обсуждении производства в краткосрочном периоде следует отметить различие между постоянными и переменными видами затрат.

Постоянные издержки (FC) - это издержки, не зависящие в краткосрочном периоде от того, сколько фирма производит. Они представляют собой издержки ее постоянных факторов производства.

Переменные издержки (VC) - это издержки, которые зависят от объема выпуска продукции. Они представляют собой издержки переменных факторов производства фирмы.

Совокупные издержки (TC) - равны сумме постоянных и переменных издержек фирмы : $TC = FC + VC$.

Фирма может избежать издержек, связанных с ее постоянными факторами производства, только полностью прекратив свою деятельность. Постоянные издержки, которых нельзя избежать даже при прекращении деятельности, называются *невозвратными* издержками. Затраты на аренду помещения для офиса относятся к постоянным издержкам, которые не являются невозвратными, так как фирма может избежать этих затрат, прекратив свою деятельность. С другой стороны, владельцы фирмы могут вложить свой капитал в специализированное оборудование, которое можно использовать исключительно для производства нового изделия фирмы и которое нельзя реализовать по стоимости металлолома. Постоянные альтернативные издержки этого капитала представляют собой невозвратные издержки, так как вложение обесценится, если новое изделие «не идет». Вместе с тем, если фирма временно закрывается, она может уклониться от платы за любой переменный фактор производства.

Различие между бухгалтерским и экономическим подходом к издержкам обуславливает и различные концепции прибыли.

Бухгалтерская прибыль измеряется разницей между совокупными доходами фирмы и ее фактическими затратами (в том числе амортизационными отчислениями).

Экономическая прибыль учитывает альтернативные издержки, в частности те доходы, которые предприниматель мог бы получить при вложении капитала в альтернативный проект.

Переменными затратами выявляется порог целесообразности продолжения производственной деятельности при отрицательных финансовых результатах. В условиях, когда текущая рыночная цена не приносит в краткосрочном периоде положительной экономической прибыли, фирма становится перед выбором:

*либо продолжать убыточное производство;

*либо временно приостановить свое производство, понести убытки в размере постоянных издержек (TFC) производства.

Если фирма принимает решение о закрытии, ее совокупные доходы (TC) падают до нуля, а возникающие убытки становятся равными ее совокупным постоянным

затратам. До тех пор, пока цена больше средних переменных издержек ($P > AUC$), фирме следует продолжать производство. Если цена равна средним переменным издержкам $P = AUC$, то с точки зрения минимизации убытков фирме безразлично, продолжать или прекращать свое производство. Однако, скорее всего, фирма будет продолжать свою деятельность, чтобы не потерять покупателей и сохранить рабочие места служащих. При этом ее убытки будут не выше, чем при закрытии.

И, наконец, если рыночная конъюнктура такова, что цена не покрывает даже минимального уровня средних переменных издержек $P < AUC$,

фирме следует уйти с рынка. В этом случае убытки будут меньше, чем при продолжении производственной деятельности. На конкретном материале это иллюстрирует задача .

Задача. Анализ целесообразности продолжения производства

Компания имеет следующие показатели производственной деятельности за год:

Совокупный объем продаж $Q = 100$ тыс. ед.

Рыночная цена $P = 1,5$ у. е.

Совокупные издержки производства $TC = 160$ тыс. у.е.

Средние постоянные издержки $APC = 0,2$ у.е.

Оценка перспектив рыночного спроса и рыночных цен не выявила возможности улучшения ситуации на рынке и руководство фирмы принимает решение о закрытии производства.

Что можно сказать о правильности решения на основе имеющихся данных?

Проведем поэтапный анализ.

1. Оценим совокупную прибыль фирмы за год.

$\Pi = TK - TC = 100 \times 1,5 - 160 = -10$ тыс. у.е. (убыток).

2. Выясним средние переменные издержки производства.

$AUC = ATC - APC = TC / Q - APC = 1,6 - 0,2 = 1,4$ у.е.

3. Сопоставим средние переменные издержки и цену реализации.

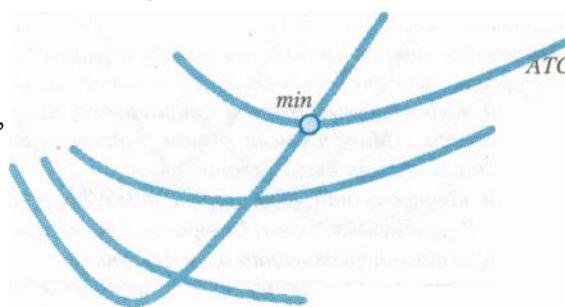
$P = 1,5$ у.е.; $UC = 1,4$ у.е.

$P > AUC$, следовательно, закрытие производства нецелесообразно, поскольку увеличит величину убытков до уровня совокупных постоянных затрат, т.е. до 20 тыс. у.е.

Средние переменные издержки, в отличие от средних постоянных, могут как сокращаться, так и увеличиваться по мере роста объемов выпуска, что объясняется зависимостью переменных издержек от объема производства.

Как правило, средние переменные издержки достигают своего минимума при объеме, обеспечивающем максимальное значение среднего продукта AP переменного ресурса.

Представим совокупные,



графически в виде кривых средних и предельных издержки

(рис.).

Издержки (С)

АУС

Объем выпуска (Q) Рис1. Форма кривых издержек производства

V-образная форма краткосрочных кривых АТС, АУС и МС является экономической закономерностью и отражает рассмотренный выше закон убывающей отдачи .

Поскольку предельная производительность труда и предельные издержки находятся в обратной зависимости, закон убывания предельного продукта может быть интерпретирован как закон возрастания предельных издержек.

Бухгалтерская прибыль = Совокупный доход фирмы — Бухгалтерские (Явные) издержки.

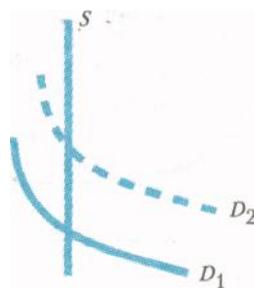
Экономическая прибыль = Совокупный доход — Экономические (Явные + Неявные) издержки.

или

Экономическая прибыль = Бухгалтерская прибыль — Неявные издержки.

Для более полного анализа статическая модель равновесия рассматривает рыночную деятельность экономических субъектов в одном из трех взаимосвязанных временных периодов: мгновенном, краткосрочном или долгосрочном.

• **Мгновенный период** характеризуется тем, что количество производственных ресурсов (факторов производства), которыми располагают фирмы-производители, не меняется, т.е. все факторы являются постоянными. В этих условиях продавец не имеет возможности приспособлять предложение к объему спроса и равновесная цена определяется только функцией спроса. Как следствие функция предложения становится независимой от уровня цен, а кривая предложения (S) принимает вид вертикальной линии (рис. 1). Возросший спрос на товар стимулирует рост цен, сохраняя объем предлагаемой



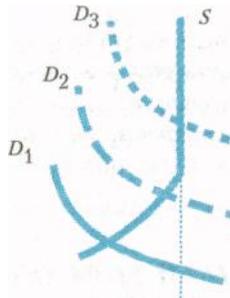
Количество (Q)

Рис. 1. Равновесие в мгновенном периоде

продукции на неизменном уровне.

• **В краткосрочном периоде** компания получает возможность изменить объем какой-то части ресурсов и за счет этого приспособить величину предложения к изменениям в рыночном спросе (в пределах имеющихся у фирмы производственных мощностей).

Цена (P)



2 тах

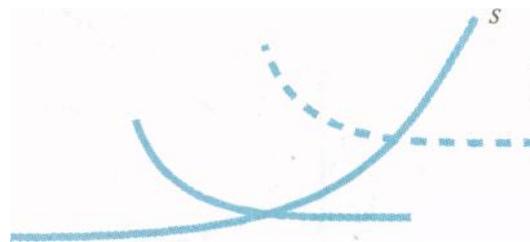
Количество (Q)

Рис. 2. Равновесие в краткосрочном периоде

Кривая предложения S (рис. 3) в этих условиях состоит из *двух участков: возрастающего и вертикального* на уровне максимально возможного при данных мощностях объема (Q_{max}), а рыночная цена определяется на возрастающем отрезке не только] спросом, но и предложением.

В рамках *долгосрочного периода* фирма получает возможность увеличить или сократить объемы всех используемых] производственных ресурсов, т.е. изменить масштабы производства в соответствии с долгосрочной динамикой рыночного спроса. Для большинства рынков кривая долгосрочного предложения S является возрастающей (рис. 3).

Цена (P)



Количество (Q)

Рис. 3. Равновесие в долгосрочном периоде

Таким образом, комплексное исследование факторов спроса и предложения позволяет дать качественный анализ рынка конкретных товаров и услуг и спрогнозировать краткосрочные и долгосрочные перспективы рыночной конъюнктуры.

Переменные издержки связаны с использованием переменных факторов производства. Большая часть переменных издержек, как правило, приходится на затраты труда и материалов. Так как затраты переменных факторов увеличиваются по мере роста выпуска продукции, то и переменные издержки растут с ростом выпуска. В таблице 1 показаны постоянные (FC), переменные (VC), совокупные (TC) и предельные (MC) издержки при различных объемах выпуска фирмы. Труд является единственным переменным видом затрат. Стоимость каждой единицы труда составляет 200 ден. единиц в неделю. Издержки и выпуск в производстве товара

Таблица 1

Выпуск в неделю	Затраты труда, занятых в неделю	Постоянные издержки (FC), \$ в неделю	Переменные издержки (VC), \$ в неделю	Совокупные издержки (TC), \$ в неделю	Предельные издержки (MC), \$ на единицу
0	0	500	0	500	
1	1,7	500	340	840	340
2	2,8	500	560	1060	220
3	3,6	500	720	1220	160
4	4,5	500	900	1400	180
5	5,6	500	1120	1620	220
6	7,0	500	1400	1900	280

В краткосрочном периоде растут только переменные издержки при увеличении объема выпуска. Во втором столбце показаны затраты труда, требуемые для производства каждого объема выпуска. При затратах, составляющих \$200 на каждого занятого работника в неделю, переменные издержки в неделю равняются численности занятых, помноженной на \$200 в неделю.

Чтобы понять, является ли выгодным производство дополнительной единицы продукции, необходимо сравнить между собой последовавшее бы за этим изменение дохода с предельными издержками производства.

Предельные издержки (MC) - это издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукции, они представляют собой увеличение совокупных издержек, на которой должна пойти фирма ради производства еще одной единицы продукции.

Например, по данным таблицы, по мере увеличения выпуска с 3 до 4 единиц совокупные издержки возрастают с \$1220 до \$1400. Предельные издержки, следовательно, равны \$180 (\$1400- \$1220).

На рисунке 1 в графическом виде представлена информация об издержках из таблицы 1. Кривая постоянных издержек (FC) параллельна горизонтальной оси, поскольку постоянные издержки не меняются с изменением объема выпуска. Расстояние по вертикали между кривыми FC и TC представляет собой переменные издержки, которые увеличиваются вместе с объемом производства.

Соотношение между выпуском и переменными издержками вытекает непосредственно из кривой совокупного продукта. Разделив VC на \$200 (затраты на 1 работника), получаем численность работников, требуемых для производства каждого объема выпуска. Изображая в виде графика эту зависимость с численностью работников по горизонтальной оси и объемом выпуска по вертикальной, получаем кривую TC.

При низких объемах выпуска предельные издержки падают по мере увеличения выпуска. Это происходит потому, что когда затраты труда увеличиваются в целях роста выпуска, каждый дополнительный работник добавляет больше к выпуску, чем предыдущий. Вследствие увеличения предельного продукта труда предельные издержки [(в долларах на 1 занятого) \times (численность занятых в расчете на единицу продукции)] уменьшаются при низких объемах выпуска. Тогда как первая единица выпуска повышает издержки на \$340, вторая единица добавляет только \$220 к издержкам, а предельные издержки третьей единицы равны \$160. При высоких объемах выпуска фирма испытывает действие убывающей отдачи. На каждого работника приходится все меньший и меньший объем капитала, и предельный продукт труда падает. Это означает, что для производства следующей единицы продукции необходимы возрастающие объемы дополнительного труда. Так как затраты на каждого дополнительного работника составляют \$200, то предельные издержки выпуска возрастают, поскольку предельный продукт труда убывает. К тому времени, когда объем выпуска достигает 6 единиц, издержки производства следующей седьмой единицы составляют \$380.

Таким образом, в силу закона убывающей отдачи кривая MC является возрастающей. При некотором объеме выпуска (в данном случае где-то между двумя и тремя единицами в неделю) начинается действие убывающей отдачи труда и увеличивающиеся объемы выпуска могут быть обеспечены только при увеличивающихся предельных издержках.

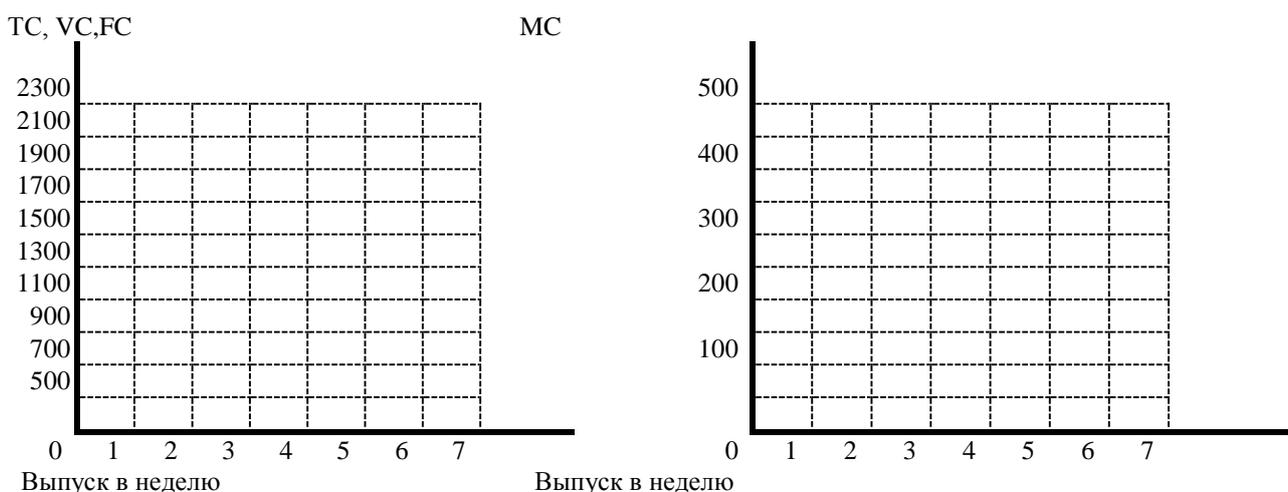


Рис. 1 Издержки производства

Последняя концепция издержек - средние издержки, соответствующий среднему продукту (AP) труда.

Средние издержки представляют собой затраты на единицу выпускаемой продукции.

$$\begin{aligned} \text{Средние переменные издержки} = AVC &= \frac{VC}{\text{выпуск}} \\ \text{Средние постоянные издержки} = AFC &= \frac{FC}{\text{выпуск}} \\ \text{Средние совокупные издержки} = ATC &= \frac{TC}{\text{выпуск}} = AVC + AFC \end{aligned}$$

В таблице 2 показаны средние и предельные издержки фирмы и на рисунке 2 показаны графики кривых этих средних и предельных издержек.

Средние и предельные издержки производства

Таблица 2

Выпуск	FC	AFC	VC	AVC	TC	ATC	MC
0	500	-	0	-	500	-	
1	500	500	340	340	840	840	340
2	500	230	560	280	1060	530	220
3	500	167	720	240	1220	407	160
4	500	125	900	225	1400	350	180
5	500	100	1120	224	1620	324	220
6	500	83	1400	233	1900	317	280

На рисунке 2 и в общем случае кривая средних совокупных издержек (ATC) всегда располагается выше кривой средних переменных издержек (AVC). Разрыв между кривыми ATC и AVC показывает величину средних постоянных издержек AFC. Средние постоянные издержки снижаются при увеличении объема выпуска, так как они равны постоянной величине, деленной на все увеличивающиеся объемы выпуска. Таким образом, по мере увеличения выпуска расстояние между кривыми ATC и AVC уменьшается, но при низких объемах выпуска разница между ATC и AVC может быть значительной.

MC, ATC, AVC

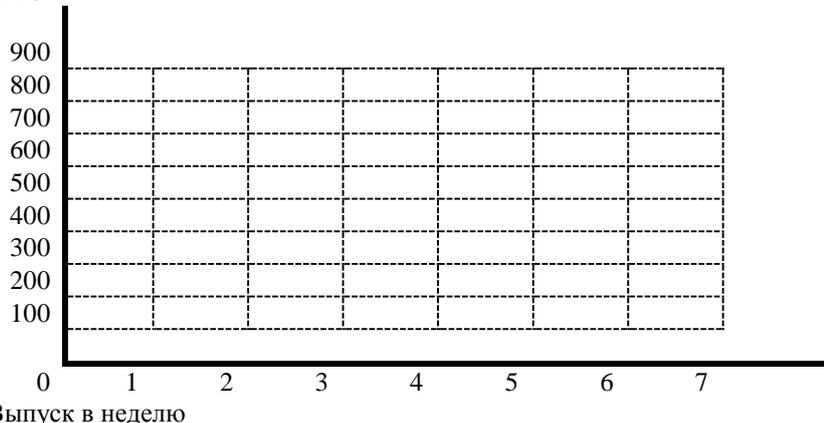


Рис.2 Средние и предельные издержки производства.

На рис.2 показан обычный случай: предельные издержки первоначально ниже как средних совокупных издержек, так и средних переменных издержек, но вследствие закона убывающей отдачи они поднимаются выше и тех, и других (средних издержек) по мере увеличения выпуска, и становится все более и более дорогостоящим производить еще больше, увеличивая только затраты труда. Как показано на рис.2, кривая предельных издержек должна пересекать кривые средних издержек в точках их минимума. Слева от точки пересечения предельные издержки ниже средних издержек, так что средние издержки падают. Справа от точки пересечения предельные издержки выше средних издержек, так что средние издержки растут. Из этого следует, что пересечение кривых должно происходить при наименьшем значении средних издержек.

2. Долгосрочный период отличается от краткосрочного способностью фирмы свободно варьировать *все факторы* производства. В то время как здания и оборудования не могут быть заменены в краткосрочном периоде, в долгосрочном периоде фирма может построить или арендовать дополнительные производственные помещения и установить именно те машины, которые ей необходимы. В долгосрочном периоде все факторы являются переменными. На рисунке 3 показан ряд кривых АТС, обозначенных АТС₁, АТС₂, АТС₃. Каждая из этих кривых представляет собой средние совокупные издержки производства различных объемов продукции при работе производств различной мощности. Более крупные предприятия требуют вовлечения больших объемов таких затрат, как производственная площадь и машины, которые являются постоянными в краткосрочном периоде.

Кривая АТС₁ соответствует предприятию наименьшей мощности. Средние издержки его ниже, чем средние издержки более крупного предприятия, соответствующего АТС₂, при низких объемах выпуска, в силу того что его постоянные издержки ниже. Но действие убывающей отдачи начинается раньше для более мелкого предприятия, поскольку здесь используется меньше машин и оборудования, и в конечном итоге АТС₁ поднимается выше АТС₂. Каждая из краткосрочных кривых имеет U-образную форму. Эти кривые отличаются по объему выпуска, при котором они достигают своих минимальных значений.

Кривая долгосрочных средних издержек (LAC) показывает наименьшие издержки производства любого заданного объема выпуска, допуская при этом возможность изменения всех факторов производства оптимальным образом в целях минимизации издержек. Кривая LAC фирмы отражает уровень ее знаний как бы на заданную дату. Улучшения в технологии снижают издержки и, следовательно, сдвигают кривую вниз. Каждой точке на кривой LAC соответствует конкретное предприятие со своей собственной кривой АТС. Кривая АТС каждого предприятия касается кривой LAC в точке, соответствующей тому объему выпуска, при котором оно может производить с более низкими совокупными издержками, чем любое другое предприятие.

АТС на ед. продукции





Выпуск продукции (в неделю)

Рис.3 Кривая долгосрочных средних издержек

3. Кривая краткосрочных средних совокупных издержек АТС всегда имеет U-образную форму. Форма кривой долгосрочных средних издержек отражает наличие положительной и отрицательной экономии от масштаба, где под масштабом понимается размер фирмы, измеренный объемом выпуска.

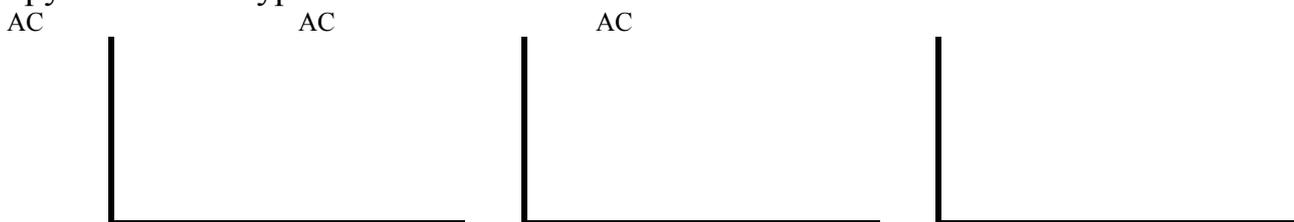
Экономия от масштаба (или возрастающая отдача от масштаба) имеет место тогда, когда долгосрочные средние издержки фирмы падают по мере увеличения выпуска.

Постоянная отдача от масштаба имеет место в том случае, когда долгосрочные средние издержки не зависят от объема выпуска.

Отрицательная экономия от масштаба (или убывающая отдача от масштаба) имеет место, когда долгосрочные средние издержки растут по мере увеличения выпуска.

При наличии экономии от масштаба больший масштаб является более выгодным. С другой стороны, в условиях отрицательной экономии от масштаба мелкая фирма хороша во всех отношениях или по крайней мере в состоянии производить с меньшими издержками.

На рис.4 показаны три различных случая. На рисунке (а) экономия от масштаба при всех объемах выпуска. Если все фирмы в отрасли имеют данную кривую LAC, то фирмы, имеющие в своем составе более крупные предприятия, обладают преимуществами в смысле издержек над их более мелкими конкурентами. На рисунке (в) имеет место постоянная отдача от масштаба, так что средние издержки фирмы не зависят от ее размера. Наконец, на рисунке (с) имеется отрицательная экономия от масштаба при любых объемах выпуска. Если все фирмы некоторой отрасли имеют данную кривую LAC, то более мелкие фирмы имеют преимущества в части издержек над своими более крупными конкурентами.



(а) Возрастающая отдача от масштаба (в) Постоянная отдача от масштаба (с) Убывающая отдача от масштаба

Рис.4 Отдача от масштаба и кривая долгосрочных средних издержек

Существуют три основные причины возникновения экономии от масштаба:

1. Неделимость производства.
2. Специализация.

3. Существование технической экономии.

Контрольные задания

1. Совокупные издержки производства радиоприемников на одной из фабрик оцениваются в \$50 000 в месяц при объеме выпуска 1000 штук. Постоянные издержки составляют \$10 000 в месяц. Определить переменные издержки, средние издержки, средние переменные издержки и средние постоянные издержки.
2. 2. Объяснить, почему бухгалтерские издержки часто отличаются от экономических
3. Предположим, что кривая предельного продукта труда имеет постоянный наклон вниз. Может ли краткосрочная кривая предельных издержек в таком случае иметь наклон вниз, вверх или U-образную форму?
4. Предположим, что предельные издержки производства юбок составляют \$10 при объеме выпуска 5000 штук в месяц. Средние переменные издержки при этом составляют \$20. Какой стадии производства при рассмотрении его в краткосрочном периоде соответствует такое положение на фирме?
5. Предположим, что налог, взимаемый с производителя, составляет \$10 000 в год. Покажите, что в краткосрочном периоде этот налог увеличит средние издержки производства, но не отразится на величине средних переменных издержек и предельных издержек.

Рекомендуемая литература.

1. Д.Н. Долан Современная микроэкономика: анализ и применение, т.1 М.: Финансы и статистика, 1992
2. С. Фишер, Р Дорнбуш Экономика, М.: Дело, 1993.

Тема « Максимизация прибыли и краткосрочное предложение на совершенно конкурентном рынке»

План

1. Совершенно конкурентные фирмы и рынки
2. Решение фирмы об объеме предложения в краткосрочном периоде
3. Краткосрочные кривые предложения фирмы и рынка в целом.

Ключевые термины и понятия

Совершенная конкуренция

Конкурентная фирма

Экономическая прибыль

Предельная прибыль и предельный доход

Точка прекращения деятельности

Краткосрочная кривая предложения

1. Совершенно конкурентная фирма принимает цену на свою продукцию как данную, не зависящую от продаваемого ею объема продукции. Совершенно

конкурентная фирма сталкивается с кривой спроса, показанной на рис.1а. Фирма может продавать любое количество продукции, которое она может произвести, по существующей рыночной цене P_0 или по любой более низкой цене. Но при любой цене, превышающей P_0 даже на ничтожно малую величину, объем спроса равен нулю. Совершенно конкурентная фирма теряет всех своих клиентов, если она пытается поднять цену. И так как она принимает рыночную цену как данную, то при выборе объема выпуска, в целях максимизации прибыли она будет рассматривать свой выпуск как постоянную величину.



(а) кривая спроса совершенно конкурентной фирмы

(в) кривая спроса несовершенного конкурента

Рис.1 Кривые спроса для совершенных и несовершенных конкурентов

На рис.1в показана падающая кривая спроса, с которой сталкиваются монополисты и другие несовершенно конкурентные фирмы. Фирма сталкивается с такого рода кривой спроса, когда может поднимать свою цену без потери всех своих клиентов, а для того, чтобы существенно увеличить спрос на свою продукцию, должна значительно понизить цену.

Все продавцы на рынке будут совершенными конкурентами, если

- 1. Каждый из них мал относительно рынка в целом,
- 2. Продукция является однородной,
- 3. Покупатели хорошо информированы о ценах продавцов,
- 4. Продавцы действуют независимо друг от друга,
- 5. Фирмы могут свободно выходить из отрасли и входить в отрасль.

Рынок является совершенно конкурентным, если все продавцы в отрасли - совершенные конкуренты и имеется много покупателей, каждый из которых хорошо информирован о ценах продавцов и которые малы относительно рынка в целом и действуют независимо.

Крупные покупатели, так же как и крупные продавцы могут своими собственными действиями оказывать влияние на цену, а группы покупателей, действующих сообща, могут манипулировать ценой, например, договариваясь ничего не покупать в том случае, если продавцы запрашивают больше некоторой минимальной цены.

2. Любая фирма выберет такой объем выпуска, который максимизирует ее прибыль. Фирма находит свой оптимальный положительный, то есть объем

выпуска, который максимизирует прибыль фирмы в предположении, что она не собирается закрываться.

Так как прибыль - это разница между доходом и издержками, то единичный прирост выпуска продукции увеличит прибыль только в том случае, если дополнительный доход, полученный от продажи дополнительной единицы, превышает издержки производства данной единицы продукции

Если существующая цена превышает предельные издержки при любом конкретном объеме выпуска, то фирма получит больше прибыли, производя на одну единицу больше, поскольку прирост дохода P_0 превышал бы прирост издержек MC . Если цена ниже предельных издержек при некотором объеме выпуска, тот же самый аргумент приводит к выводу, что фирма могла бы увеличить прибыль, производя на 1 единицу меньше. Если никакое изменение выпуска не может увеличить прибыль, то фирма должна находиться на своем максимальном уровне при условии, что она решает остаться в деле. При наилучшем положительном объеме выпуска цена равняется предельным издержкам. Совершенно конкурентная фирма может увеличить прибыль за счет увеличения выпуска тогда, когда существующая рыночная цена превышает предельные издержки производства ($P > MC$). В том случае, если цена меньше предельных издержек ($P < MC$), прибыль может быть увеличена за счет сокращения выпуска. Поэтому при оптимальном положительном выпуске, максимизирующем прибыль, при условии, если не закрывается, цена должна равняться предельным издержкам.

Это правило проиллюстрировано графически на рис.2.

цена, MC

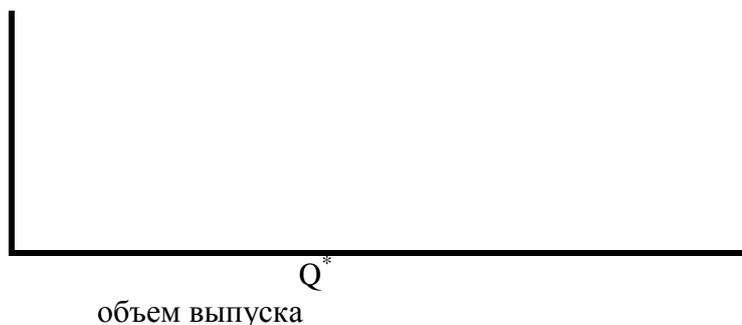


рис.2 Правило максимизации прибыли : $P=MC$

3. *Краткосрочная кривая предложения* конкурентной фирмы показывает объем выпуска, который будет предлагать фирма при каждом значении цены, чтобы максимизировать прибыль. Краткосрочная кривая предложения фирмы совпадает с ее кривой предельных издержек для цен, превышающих минимальный уровень средних переменных издержек (AVC). Если цена ниже минимального уровня AVC , который называется *краткосрочной ценой ликвидации*, то фирма закрывается и объем ее предложения будет нулевым.

Показанная на рис.3 краткосрочная кривая предложения фирмы представляет собой утолщенную часть ее кривой средних издержек, лежащую

выше ее цены прекращения выпуска, то есть выше минимального уровня ее средних переменных издержек.

цена, MC, ATC



Рекомендуемая литература

С.Фишер Экономика, М.: Дело, 1993

Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю Экономика 14 издание -М:2003

Тема «Долгосрочное равновесие и предложение на совершенно конкурентном рынке»

План

1. Решение фирмы об объеме предложения в долгосрочном периоде
2. Долгосрочная кривая предложения фирмы
3. Рыночная долгосрочная кривая предложения

1. В долгосрочном периоде, так же как и в краткосрочном, предельные издержки являются важнейшим фактором, определяющим решение фирмы об объеме предложения. Кривая долгосрочных средних издержек LAC и соответствующая кривая предельных издержек LMC характеризуют издержки фирмы в том случае, если фирма может свободно изменять все виды своих затрат, достигая, таким образом, наиболее низких издержек производства для любого заданного объема выпуска.

Предельное условие выбора оптимального выпуска в долгосрочной перспективе включает долгосрочные издержки.

В долгосрочном периоде фирма, принимающая решение о функционировании, будет производить свой оптимальный положительный объем выпуска, такой, при котором цена равняется долгосрочным предельным издержкам: $P = LMC$.

Объем выпуска фирмы, максимизирующей прибыль, в долгосрочном периоде получается посредством двухшаговой процедуры: первый шаг включает анализ предельных издержек, второй шаг зависит от средних издержек.

В долгосрочном периоде фирма продолжает свою деятельность только в том случае, если она возмещает все свои издержки, включая альтернативную стоимость капитала, вложенного в предприятие, оборудование и другие виды

затрат, являющиеся постоянными в краткосрочном периоде. Если цена слишком низка для возмещения всех ее издержек, то фирме следует вовсе уйти из отрасли.

Общее условие для долгосрочного периода, или *проверка прибылью* выбора оптимального выпуска: фирме следует осуществлять свою деятельность в долгосрочном периоде только в том случае, если цена выше или равна долгосрочным средним издержкам : $P \geq LAC$.

В таблице 1 сведены критерии фирмы для определения оптимального объема выпуска в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Оптимальный выбор совершенно конкурентной фирмой объема предложения

Таблица 1

Период	Предельное условие	Проверка прибылью
Краткосрочный	Выбрать объем выпуска, при котором $P=MC$	Производить только в том случае, если $P > AVC$ Прекратить производство, если $P < AVC$
Долгосрочный	Выбрать объем выпуска, при котором $P=LMC$	Производить только в том случае, если $P > LAC$ Уйти из отрасли, если $P < LAC$

Так как в долгосрочном периоде все издержки являются переменными, то в обоих случаях критерии являются теми же самыми: выбрать выпуск таким образом, чтобы установленная цена равнялась соответствующим предельным издержкам, и затем производить этот объем выпуска, если цена возмещает средние переменные издержки производства.

2. Долгосрочная кривая предложения совершенно конкурентной фирмы представляет собой часть ее кривой LMC , расположенную выше точки минимального уровня LAC .

На рисунке 1 LAC минимизируется при объеме выпуска Q_A , соответствующая этому значению цена - P_A - долгосрочная цена безубыточности фирмы.

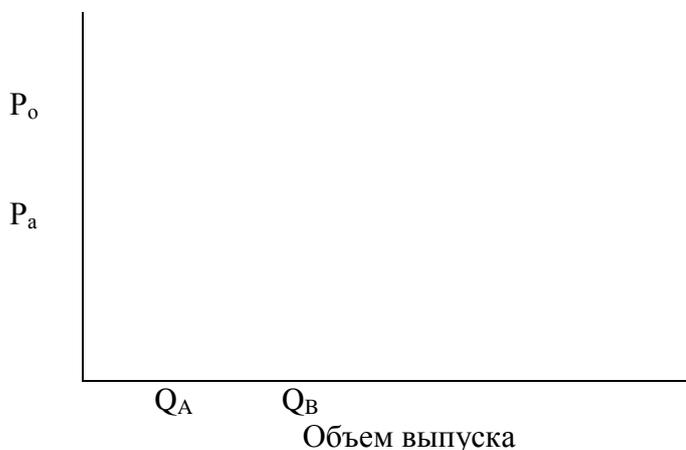


Рис.1 Долгосрочная кривая предложения фирмы.

Долгосрочная цена безубыточности фирмы - это наименьшая цена, при которой в долгосрочном периоде фирма может лишь возместить свои издержки. Эта величина представляет собой минимальные долгосрочные издержки фирмы и соответствует низшей точке на ее кривой LAC.

Кривая предложения фирмы совпадает с частью кривой долгосрочных предельных издержек, расположенной выше P_A .

Если цена опустится ниже уровня P_A , то фирма не будет производить в долгосрочном периоде, если цена поднимется на уровень выше P_A , то фирма будет функционировать. Долгосрочная цена безубыточности P_A в долгосрочном периоде играет ту же роль, которую в краткосрочном периоде играет цена прекращения выпуска: обе дают наименьшее значение цены, при которой фирма будет производить, хотя в долгосрочном периоде цена безубыточности - это цена, ниже которой фирма совсем уходит из отрасли, а не закрывается временно.

С другой стороны, если цена выше долгосрочной цены безубыточности P_A , то цена будет превышать и средние издержки при том объеме выпуска, для которого $P = LMC$. Например, при цене P_B цена равняется LMC при объеме выпуска Q_B . При этом объеме выпуска цена превосходит средние издержки на величину отрезка EF, и фирма должна производить и предлагать Q_B . Затем, поскольку прибыль в расчете на единицу продукции равна цене за вычетом средних издержек, площадь выделенной области равна величине экономической прибыли фирмы или прибыли на единицу продукции, умноженной на объем выпуска Q_B .

Фирмы, получающие положительную экономическую прибыль, также характеризуются экономистами, как получающие *сверхприбыль*, или *прибыль, превышающую конкурентную*.

3. В долгосрочном периоде, как и в краткосрочном, рыночная кривая предложения получается путем сложения объемов предложения всех фирм при каждом значении цены.

На рисунке 2 показаны краткосрочная и долгосрочная кривые предложения совершенно конкурентного рынка. Долгосрочная кривая предложения LS более полого, чем краткосрочная кривая предложения S по двум причинам. Во-первых, долгосрочная кривая предложения более полого, чем краткосрочная, для каждой фирмы отрасли. Во-вторых, в долгосрочном периоде с ростом цен в отрасли увеличивается число фирм. Когда цена продукции поднимается выше средних издержек, предприниматели видят возможность получения прибыли и пытаются проникнуть в эту сферу деятельности. Но такого рода проникновение требует времени и происходит только в долгосрочном периоде, после того как возросшие цены продержались в течение некоторого времени. Если цена продукции падает и остается низкой некоторое время, фирмы начнут уходить из отрасли.

цена

|

S

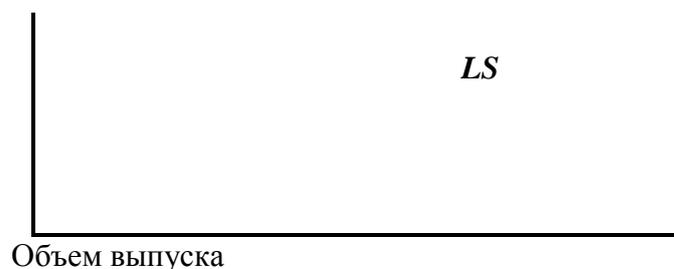


Рис.2 Краткосрочные и долгосрочные отраслевые кривые предложения

Выпуск возрастает в большей мере в долгосрочном периоде, чем в краткосрочном, в ответ на увеличение цены в силу того, что вхождение новых фирм на рынок происходит только в долгосрочном периоде. Соответственно выпуск падает на большую величину в долгосрочном периоде, чем в краткосрочном, в ответ на уменьшение цены, потому что уход с рынка фирм также происходит только в долгосрочном периоде.

В долгосрочном периоде совокупный объем предложения падает до нуля, если цена сохраняется на уровне ниже долгосрочной цены безубыточности P_A . В краткосрочном периоде цена должна упасть до краткосрочной цены прекращения выпуска P_B , прежде чем прекратится предложение. P_A выше P_B потому, что в краткосрочном периоде фирмы должны возмещать только свои переменные издержки, тогда как в долгосрочном периоде должны быть возмещены все издержки.

Контрольные задания

1. Перечислите условия, которые должны преобладать, чтобы отрасль была совершенно конкурентной. Будет ли кривая спроса конкурентной фирмы с необходимостью горизонтальной линией, если покупатели этой фирмы не знают цены у других фирм?
2. Предположим, что цена продукта фирмы \$ 50. При текущем уровне выпуска фирма имеет предельные издержки, равные \$30. Объясните, что фирма должна сделать для максимизации прибыли?
3. В конце года бухгалтер говорит вам, что ваша прибыль -\$50 000. Управляя своей собственной фирмой, вы упускаете зарплату в \$30 000, которую могли бы получить в другом месте. У вас также \$100 000 собственных средств вложения в ваш бизнес. Предполагая, что вы упускаете 15% интереса (процента) с этих фондов, подсчитайте экономическую прибыль. Останетесь ли вы в этом бизнесе на следующий год?

Рекомендуемая литература

С. Фишер и др. Экономика М.: Дело, 1993, глава 9 - 9.4

Тема «Несовершенная конкуренция : монополия»

План

1. Монополия и монополярная власть
2. Сравнение монополии и конкуренции
3. Естественная монополия : важнейшие ресурсы и государственная политика
4. Ценовая дискриминация

Ключевые термины и понятия

Чистая монополия

Монополярная власть

Рыночная структура

Барьер для входа на рынок

Естественная монополия

Ценовая дискриминация

1. Рынки, на которых либо покупатели, либо продавцы принимают в расчет свою способность воздействовать на рыночную цену, являются *несовершенно конкурентными*. *Монополия* характеризуется наличием одного-единственного продавца конкретного товара или вида услуг на рынке.

На совершенно конкурентном рынке имеется множество продавцов и покупателей, ни один из которых не является достаточно крупным для того, чтобы влиять на рыночную цену. Однако на несовершенном конкурентных рынках индивидуальные продавцы *могут* влиять на цену, которую они получают за свою продукцию.

К несовершенным конкурентным рынкам относятся : монополистическая конкуренция, олигополия и монополия.

Самым крайним случаем несовершенной конкуренции является монополия, то есть рынок с единственным продавцом и исключающий возможность вхождения в него других. Например, до начала 80-х годов компания «Объединенные прииски Де Бирс» фактически контролировали все источники поставок алмазов в некоммунистическом мире. Или монополия «Полароида» на моментальную фотографию, единственный магазин и единственный врач в уединенном маленьком городке. В большинстве крупных городов услуги местной телефонной связи и электроснабжение также обеспечиваются монополиями, но цены регулируются государственными организациями.

Поскольку монополист является единственным поставщиком какого-то товара или услуг, цена, которую он получает за свою продукцию, цена, которую он получает за свою продукцию, определяется *рыночной* кривой спроса на его продукцию. Поскольку рыночная кривая спроса на алмазы является убывающей, компания «Де Бирс» знает, что чем больше алмазов она произведет, тем ниже будет цена, которую она получит за каждый экземпляр. Таким образом, сокращая продаваемое ею количество алмазов, она может повышать рыночную цену - «Де Бирс» обладает монополярной властью.

Монополярные издержки обычно меньше, чем при условии, когда такой же совокупный объем производства поделен между множеством сравнительно мелких конкурирующих производителей».

Обычно естественные монополии получают от государства право на обслуживание определенного рынка или географической области, а взамен соглашаются подчиняться государственному контролю и регулированию, направленному на защиту прав потребителей от злоупотребления монопольной (рыночной) властью. Преодоление подобного барьера под силу лишь крупным диверсифицированным корпорациям.

Патент на продукцию или на технологический процесс, применяемый при ее изготовлении, также может служить причиной монополизации рынка.

Патент предоставляет изобретателю или новатору исключительное право на производство и продажу какого-либо товара в течение определенного периода времени, а также запрещает использовать изобретение другим лицам.

Например, в России максимальный срок охраны изобретения составляет 20 лет, а промышленных образцов — 10 лет.

Классическими примерами такого рода монополии могут быть компания *General Electric* (изобретение Томаса Эдисона позволило фирме господствовать в отрасли с 1892 по 1930 гг.) или компания *Xerox* (она занимала более 75% рынка копировального оборудования до окончания срока действия патента в 1970-х гг.).

Сырьевые монополии.

Они обусловлены владением и контролем над поставка!» редкого или стратегически важного сырья. Рассмотрим конкретный пример.

Пример. Монополия на рынке алмазов

Бриллианты доступны немногим. Между тем алмазы, из которых их делают, в природе распространены ничуть не менее, чем, скажем, каменный уголь. Так почему же уголь дешев, а алмазы дороги? Потому что их специально добывают в малом количестве.

Первым этот секрет открыл Сесил Роде, основатель компании De Beers. «Если бы на планете осталось только четыре человека, алмазов нужно было продавать столько, чтобы хватило лишь на двоих», — любил повторять Роде. Он сократил количество алмазных копий — и его компания стала процветать. Процветает и сейчас, потому что все последующие владельцы алмазного гиганта свято блюдают заветы Роде.

Когда в 1870 г. 17-летним юношей Роде открыл собственное дело, он, естественно, и не подозревал, что возглавит компанию, контролирующую 90% мирового рынка алмазов. Его первое предприятие было скромной фермой, на которой выращивался хлопок.

В этот период над Южной Африкой витала алмазная лихорадка. Всего за несколько лет до этого европейцы случайно обнаружили в районе Кимберли одно из крупнейших месторождений алмазов. Все неудачники Европы поспешили в Южную Африку в надежде разбогатеть. Шахты по добыче золота и алмазов росли, как грибы.

Прошло несколько лет. К 1881 г. Роде был уже не только фермером, но и заметной политической фигурой в английских колониях. Работа в парламенте научила его мыслить стратегически. Вместо того чтобы купить на свои деньги несколько участков для добычи алмазов, Роде решил оккупировать весь рынок драгоценных камней. Для этого следовало лишь скупить все шахты Кимберли, разорив предварительно их владельцев.

Для осуществления столь грандиозного плана требовались не менее грандиозные деньги, которыми в конце XIX века располагали лишь Ротшильды. Именно к ним и отправился за деньгами Сесил Роде. Ротшильд оценил сделанное ему предложение, и через три дня кредит был выдан.

Используя все доступные средства (не исключая поджогов шахт и запугивания рабочих), Сесил скупил все без исключения мелкие шахты. После этого

выбросил на рынок рекордное количество камушков и сбил до рекордного уровня цены. Основной конкурент Родса — компания Барнеттов — не выдержал многомесячного падения цен и разорился.

В 1888 г. Роде объединил все рудники Кимберли в одну компанию -De Beers.

В 1891 г. она контролировала 90% рынков алмазов. Сегодня, как и прежде, 94% всех добываемых в мире алмазов по-прежнему продается через De Beers. Соответственно и цены устанавливаются здесь же. История De Beers продолжается.

Источник: Вансович Е., Татарченко О. Камешки за пазухой // Коммерсантъ Деньги. — 2000. №12(265). С. 41—43.

Локальные монополии.

Данный вид монополии обусловлен высокими транспортными расходами, способствующими формированию изолированных местных рынков и появлению локальных монополистов в рамках единой в технологическом смысле отрасли.

При анализе модели чистой монополии используется допущение о совершенной информированности всех субъектов рынка. Это означает, что единственный продавец (производитель) - монополист — и все покупатели знают все необходимые параметры рынка: цены, физические характеристики товара, функции доходов и издержек. При этом предполагается (так же как и при анализе совершенной конкуренции), что информация распространяется мгновенно и бесплатно.

Продавец обладает монопольной властью (или властью над рынком), если он может повышать цену на свою продукцию путем ограничения своего собственного объема выпуска. В таблице 1 показаны основные типы рынков.

Таблица 1

Структурная характеристика	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		монопольная конкуренция	олигополия	монополия
Число продавцов	Много	Много	Мало	Один
Барьеры вхождения	Нет	Нет	Обычно есть	Да (нет вхождения)
Дифференциация продукции	Нет	Есть	Возможна	Нет (один продукт)
Примеры	С/х, рынок акций	Рестораны, аптеки	Автомобили, производство стали	Алмазы

В реальной жизни монополия - это всегда вопрос меры, то есть власти над рынком. Поскольку монополист является единственным поставщиком некоего товара или вида услуг, то цена, которую он получает за свою продукцию, определяется рыночной кривой спроса на его продукцию. Поскольку рыночная кривая спроса на алмазы является убывающей, компания «Де Бирс» знает, что чем больше алмазов она произведет, тем ниже будет цена, которую она получит за каждый экземпляр. То есть сокращая продаваемое количество, компания может превышать рыночную цену; компания обладает монопольной властью.

Продавец обладает монопольной властью (или властью над рынком), если он может повышать цену на свою продукцию путем ограничения своего собственного объема выпуска.

Чтобы обладать некоторой монопольной властью, фирме вовсе не требуется быть монополистом. Таблица 1 указывает и на другое важное различие между совершенной конкуренцией и монополией. В условиях совершенной конкуренции не существует никаких препятствий к вхождению в рынок новых производителей. Например, если рыночная цена пшеницы поднимается выше величины долгосрочных средних издержек производства, производители переключаются с других зерновых культур на пшеницу. С другой стороны, на монопольных рынках существуют *барьеры вхождения*, которые делают невозможным проникновение на рынок любого нового продавца. В силу этого монополия может иметь значительный приток прибыли.

Чтобы максимизировать свою прибыль, монополист придерживается такого же рода двухшаговой процедуры, что и совершенно конкурентная фирма. На первом шаге фирмы обоих типов рассчитывают величину *оптимального положительного выпуска*, который позволяет максимизировать прибыль. И если совершенный конкурент в этих расчетах использует рыночную цену, монополист пользуется предельным доходом. На втором шаге фирмы обоих типов решают, производить ли им этот положительный выпуск или же останавливать производство и не производить ничего. Действия монополиста на втором шаге даже более сходны с аналогичными действиями совершенного конкурента.

При оптимальном положительном объеме выпуска для монополии, позволяющем максимизировать прибыль при условии, что фирма не прекращает производство, предельный доход должен равняться предельным издержкам ($MR=MC$).

Решение монополиста об оптимальном объеме предложения

Таблица 2

Период	Предельное условие	Проверка прибылью
Краткосрочный	Выбрать объем выпуска, при котором $MR=MC$	Производить только в том случае, если $P^*>AVC$. Прекратить производство, если $P^*<AVC$
Долгосрочный	Выбрать объем выпуска, при котором $MR=LMC$	Производить только в том случае, если $P^*>LAC$. Уйти из отрасли, если $P^*<LAC$

P^* - цена, при которой объем спроса равен оптимальному положительному выпуску, когда $MR=MC$ в краткосрочном периоде или $MR=LMC$ в долгосрочном периоде.

4. Целью ценовой дискриминации является максимизация совокупных доходов фирмы при неизменном уровне общих затрат.

При анализе ценовой стратегии той или иной компании I важно иметь в виду, что различия в ценах не всегда являются признаком ценовой дискриминации, а единая цена свидетельствует о ее отсутствии.

Так, например, не является ценовой дискриминацией поставка одного и того же товара по разным ценам в разные регионы, в различные периоды времени (сезонность), разного качества и т.д. Вместе с тем в отдельных случаях поставка для разноудаленных покупателей одного и того же товара по единой цене может рассматриваться как ценовая дискриминация.

Для осуществления ценовой дискриминации монополистом необходимо, чтобы выполнялись некоторые условия, в частности чтобы ценовые эластичности спроса на товар у разных покупателей были существенно различными, а сами эти покупатели были легко идентифицируемы, а также была бы невозможна дальнейшая перепродажа товара между заинтересованными лицами.

Впервые понятие ценовой дискриминации в экономическую теорию ввел английский экономист Артур Пигу (1877-1959). Он же предложил различать три ее степени.

Ценовая дискриминация первой степени (или совершенная ценовая дискриминация имеет место, когда каждая единица товара продается фирмой по ее цене спроса, т.е. по максимально возможной цене, которую готов заплатить покупатель. Иногда такую политику называют ценовой дискриминацией по доходам покупателя.

Такой подход приведен в приложении.

Приложение. Витринных дел мастер, или принцип Вулворта

Америка - родина универсальных магазинов. Именно американцы приучили мир к тому, что шопинг не обязательно совершать, передвигаясь от магазина к магазину. Именно в этой стране впервые появились магазины-гиганты, в которых можно было купить все — от иголки до паруса для яхты.

Разумеется, супермаркеты разнятся классом, а магазин, в котором делаются покупки, служит барометром финансового и социального положения покупателя.

*Но основой устройства всех без исключения современных универмагов является принцип, интуитивно найденный в начале XX века **Франком Вулвортом**: цена на товар должна быть доступна взгляду покупателя, как и сам товар.*

Франк Вулворт, застенчивый молодой человек, работал продавцом в одном из магазинов Нью-Йорка. Он хорошо помнил, чему его учили профессионалы: оцени платежеспособность покупателя и назначь ему цену, которую он способен заплатить. Таково в те времена было главное правило торговли. И талант продавца состоял в умении измерять толщину кошелька клиента до того, как он достанет его из кармана.

Сам Вулворт был никудышным покупателем. Для него не было ничего сложнее, чем задать в магазине простейший вопрос: «Сколько это стоит?» И возможно, удачный маркетинговый ход, приведший в итоге к его увольнению, был вызван не его выдающейся прозорливостью, а сублимацией комплексов неполноценности.

Как бы то ни было, однажды, когда владелец магазина, где работал Вулворт, уехал за товаром, он уговорил менеджера разрешить ему оформить витрины по-новому. Тот, подумав, согласился. И буквально через пару часов пространство за стеклом оклеили красной бумагой. К ней приколоты полный ассортимент товаров магазина. Под каждой вещью — листок с ценами. Эффект был потрясающий: все товары, даже залежалые, были распроданы в течение дня. Так был изобретен ценник.

После увольнения Франк уговорил отца взять для него кредит и на полученные деньги открыл первый магазин Вулворта. Все витрины были немедленно выкрашены в столь ненавистный прежнему хозяину и милый его сердцу красный цвет. На витринах он поместил товары, снабдив их ценниками. Продавцам строжайше запретили уговаривать покупателей что-либо покупать. Теперь их обязанности сводились к тому, чтобы быстро упаковать купленную вещь и бесконечно улыбаться. Максимальная сумма, которую Вулворт разрешал писать на ценниках, была 10 центов.

В 1886 г. Франк Вулворт стал владельцем семи пятицентовых магазинов. В 1895 г. их число достигло 28, а через пять лет — 59. Торговый оборот компании в 1900 г. превышал 5 млн долл. Спустя пять лет он вырос втрое. И хотя в 1997 г. пяти- и десятицентовые магазины «Вулворт» прекратили свое существование, принципы, открытые их основателем, действуют по всему миру — полная наглядность, полная информация о цене.

Источник: Гуленков К., Татарченко О. Витринных дел мастер // Коммерсантъ Деньги. — 2000. №14 (267). С. 61-63.

При осуществлении политики совершенной ценовой дискриминации оптимальный объем производства монополиста, осуществляющего ценовую дискриминацию, расширяется до точки оптимума совершенно конкурентного рынка. В этих условиях совокупная прибыль монополиста включает в себя весь потребительский излишек и компания извлекает максимально возможную добавочную прибыль.

На практике совершенная ценовая дискриминация крайне затруднительна, поскольку для ее реализации монополист должен знать цены спроса всех возможных потребителей своей продукции. Некоторое приближение к ценовой дискриминации.

Контрольные задания

1. При наличии постоянного эффекта роста масштабов производства, неизменных издержках и линейной кривой спроса докажите, что монополюсный выпуск составит ровно половину того выпуска, который существует при совершенной конкуренции.

2. Предположим, что монопольный производитель стали назначает цену на нее в \$1000 за тонну. При этой цене предельные затраты также равны \$1000. Максимизирует ли этот монополист прибыль?
3. Предположим, что с выпуска производителя стали взимается налог в \$1 за фунт. При условии, что этот производитель является монополией, сталкивается с линейной кривой спроса и производит при постоянных издержках, каким будет изменение цены стали?
4. Покажите, каким образом установленный для монополии верхний предел цены может привести к приросту выпуску продукции, а не к ее сокращению?

Тема «Рыночное предложение ресурсов и экономическая теория труда»

План

1. Функционирование конкурентных рынков ресурсов.
2. Различия в оплате по видам деятельности.
3. Различия в качестве условий труда и дифференциация зарплаты.
4. Спрос фирм на факторы производства.
5. Выбор между трудом и отдыхом и предложение труда отдельным работником.
6. Понятие о капитале и его структуре

Основные понятия

Конкуренция (от лат. *Concurrere* - столкновение, состязание) - экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей.

Монополия - монополия одного покупателя ресурса или его услуг, предлагаемых на этом рынке, причем возможностей альтернативного сбыта мало или нет совсем.

Олигополия - структура рынка факторов производства, когда небольшое количество фирм закупает все рыночное предложение определенного ресурса.

Капитал (с лат. *capitalis* - главный) – особый фактор производства объединяет любые производственные ресурсы

1. Конкурентный рынок ресурсов предусматривает условия, при которых цены и объем услуг, проданных за определенный период времени, определяется на основе спроса и предложения. Ресурсы предлагаются другими фирмами и их цена покрывает издержки их производства, а факторы предлагаются домашними хозяйствами и их цена образует доходы владельцев. Типы рынков факторов производства : рынки труда, капитала и земли.

Спрос на фактор производства зависит от ситуации на рынке готовой продукции фирмы. Модель функционирования фирмы предусматривает оптимальное сочетание факторов и поведение фирмы на рынке производственных ресурсов. При изменении условий труда и повышении его производительности кривая спроса на труд будет смещаться.

(построение графика по взаимозависимости роста численности населения, роста производительности труда и зарплаты).

МОДЕЛЬ РЫНКА ТРУДА

При анализе рынка труда кривую предложения иногда изображают в виде дуги (рис. 2.). Это означает, что после достижения определенного уровня заработной платы снижается интенсивность труда и соответственно падает количество тайных часов. Если при этом кривая спроса имеет нормальный убывающий вид, возможно существование *двух точек равновесия* (E_1 и E_2).

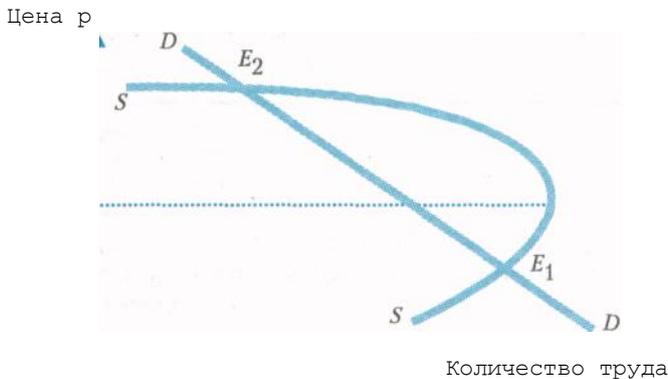


Рис. 2. Случай двух точек равновесия

При анализе рынка большое значение приобретает фактор *времени*. Экономические модели (в том числе и модели равновесия рынка) исследуются как с учетом, так и без учета фактора времени. Соответственно различают *статические* и *динамические* модели равновесия.

В статических моделях экономическая ситуация описывается применительно к одному определенному моменту времени и представляет собой своего рода срез, фрагмент, динамической системы. Для статических моделей равновесия дается представление и сопоставление различных равновесиях состояний рынка, при этом механизм перехода от одного состояния к другому не изучается, а время учитывается лишь косвенным образом.

Метод сравнительной статики позволяет анализировать сдвиги спроса, предложения и точек равновесия под воздействием неценовых (экзогенных) факторов спроса или позволяет также делать на основе подобного анализа достоверные прогнозы и оценивать перспективы развития того или иного рынка.

Законы о минимальной зарплате относятся в основном к неквалифицированным рабочим. Объем предложения труда при данной зарплате выше объема спроса. И чем выше эластичность спроса на труд, тем выше излишек. Например, в промышленности эластичность спроса по зарплате $(-1,6)$, в торговле $(-2,0)$. При этом коэффициент эластичности $(-2,0)$ означает, что 50% снижение зарплаты удваивает объем спроса на труд - следовательно снижение минимальной зарплаты увеличивает возможность получить работу неквалифицированным рабочим (подросткам).

2. Существует множество отдельных конкурентных рынков труда, с диапазоном от генерального управляющего корпорации до официанта. При

этом на уровень зарплаты влияет квалификация, мастерство, подготовка, уровень интеллекта, способности, опыт.

Например, при росте 5 футов (1 фут - 30,48 см), близорукости и недостаточном физическом развитии едва ли можно войти на рынок профессионального баскетбола, хотя плата ведущим игрокам довольно высокая. Или при стандарте - высокий рост и стройность для манекенщицы, при изменении стандарта - зарплата упадет.

Образование связано с издержками денег и времени. Но при отсутствии существенных различий в оплате, многие не стали бы после 9 (11) лет учебы в школе обучаться в институте, чтобы стать специалистом в определенной области.

Хотя человек, много лет потративший на учебу, не гарантированно должен получать высокую зарплату, т.к. может быть невелик спрос на такого рода специалистов, или предложение превышает спрос.

(график по различиям в зарплате по видам деятельности).

И т.к. образование связано с издержками с точки зрения денег и времени, каждый молодой человек решает самостоятельно (или по совету родных и близких), получать ли профессиональную подготовку, сравнивая альтернативную стоимость денег и время на образование (включая недополученную за обучение зарплату по найму, от которого пришлось отказаться из-за учебы) с тем дополнительным доходом, который он думает получить. Дифференциация зарплаты стимулирует людей заниматься определенными видами деятельности и компенсирует затраты на подготовку.

3. Различия в качестве условий труда также могут влиять на зарплату. При найме на работу человек думает не только о деньгах и среди факторов, влияющих на желание наняться на работу, одно из ведущих мест занимают условия труда.

Если две работы требуют одинакового уровня образования и мастерства и работники полностью информированы о предложениях рабочих мест и мобильны, то на конкретном рынке рабочей силы зарплата будет одинакова для обоих видов работ.

Если условия труда различны на этих двух работах, например, на одной работе велик риск заражения какой-либо болезнью или получения повышенной дозы радиации. В таком случае работник предпочтет безопасную работу опасной - при условии, что на обеих работах зарплата одинакова. Если работники в среднем относятся отрицательно к небезопасным условиям труда, то это значит, что при равных денежных зарплатах реальная зарплата будет выше на безопасной работе. Неявная зарплата отражает при этом те аспекты условий труда, которые должны быть учтены при определении реальной зарплаты.

Наличие неявной зарплаты приводит к появлению компенсационных различий в зарплате, которые представляют собой различия, необходимые для установления на одном уровне реальной зарплаты за одинаковую, в том числе по условиям труда, работу. Например, рабочие которые соглашаются работать

на морской буровой платформе, получают более высокую зарплату, чем те, которые заняты такой же работой на берегу.

(на графике показана компенсационная разница в зарплате).

На графике показано, как уменьшение количества людей, желающих наняться на рабочие места, которые требуют определенной квалификации, приводит к появлению компенсационной разницы в зарплате.

Когда работа имеет положительно оцениваемую неявную зарплату, денежная зарплата будет на такой работе ниже, чем на аналогичной. Для двух видов работ, требующих одинаковой квалификации и уровня подготовки, та, на которой предлагаются гибкий график, больше возможностей для профессионального роста, которая более безопасна и приятна, будет оплачиваться ниже.

Неявные выплаты могут быть связаны с определенным местоположением работы. Ими можно объяснить дифференциацию зарплаты по регионам в зависимости от таких факторов, как климат, род населенного пункта, возможности для отдыха. Так считается, что в небольших городах лучшие условия жизни из-за меньшей перенаселенности, меньшего уровня загрязнения, меньшего уровня преступности, поэтому оплата труда за одинаковую работу, требующую одинакового уровня подготовки, в больших городах выше.

Компенсационные различия в зарплате наиболее ярко выражены при наличии у всех людей одинаковых вкусов. Если кто-то получает удовольствие от ощущения опасности и других неблагоприятных факторов, которые для них могут являться даже благами, то в таком случае эти различия будут меньше.

4. Если предположить, что между рабочими свободная конкуренция на имеющиеся свободные места, то кривая предложения на конкретный вид труда будет плавно подниматься вверх, т.к. при отсутствии безработицы нанимающие фирмы вынуждены платить более высокую ставку зарплаты, чтобы получить больше рабочих.

В условиях полной занятости группа фирм на данном конкретном рынке труда должна платить все более и более высокие ставки зарплаты, чтобы привлечь данный вид труда из альтернативных мест работы.

Т.е. кривая предложения загнута вверх, т.к. является кривой издержек упущенных возможностей (ставка зарплаты должна покрывать издержки упущенных возможностей альтернативного использования времени на других рынках труда, или в домашнем хозяйстве, или на отдых).

Предложение труда в условиях чистой конкуренции

единицы труда	ставка з/платы	совокупные издержки на оплату труда	предельные издержки га трудовой ресурс
0	6	0	
1	6	6	6
2	6	12	6
3	6	18	6
4	6	24	6

5	6	30	6
---	---	----	---

Равновесная ставка зарплаты и равновесный уровень занятости в точке пересечения кривых спроса и предложения на труд.

(график спроса и предложения на труд для отдельной фирмы и отрасли).

На графике - для отдельной фирмы предложение абсолютно эластично, поскольку для отдельной конкурентной фирмы задана цена ресурса, по предельные издержки MRC будут постоянны и равны цене ресурса (ставке зарплаты).

Что может привести к изменению спроса фирмы на ресурс:

- 1) Спрос на продукцию фирмы - чем выше спрос на продукцию, тем больше спрос на труд, который должен быть затрачен на производство этой продукции.
- 2) Цены и объемы предлагаемых ресурсов-заменителей, а также комплементарных ресурсов. Со снижением цены на ресурс-заменитель, спрос на труд уменьшится и кривая спроса сместится вниз (например, если станут дешевле посудомоечные машины, которые являются ресурсом-заменителем труда, спрос фирмы на труд уменьшится). Или покупка столов -комплементарных к труду факторов производства в ресторане, потребует больше работников для обслуживания этих дополнительных столов.

В условиях монополии на рынке труда характерны черты:

- 1) количество занятых на данной фирме составляет основную часть занятых каким-то конкретным видом труда.
- 2) данный вид труда является относительно немобильным в силу географических факторов или из-за недостатка квалификации.
- 3) фирма диктует зарплату и ставка зарплаты зависит от количества нанимаемых рабочих.

Иногда может быть олигополия в условиях сговора.

Если фирма является крупной по отношению к рынку труда, она вынуждена платить более высокую ставку зарплаты, чтобы получить больше труда.

Монополия при найме труда

единицы труда	ставка з/платы	совокупные издержки на оплату труда	предельные издержки на ресурс
0	5	0	
1	6	6	6
2	7	14	8
3	8	24	10
4	9	36	12
5	10	50	14

Для монополиста предельные издержки ресурса выше ставки заработной платы. Так, при найме второго рабочего он платит 7 ден. единиц второму работнику + 1 ден. единицу для повышения ставки первому рабочему. Общие издержки составляют 14 ден. единиц (7×2), а не 13 ($6+7$).

(график спроса и предложения на труд в условиях монополии).

На графике уравнивая MRC со спросом на труд MRP в точке b , нанимает Q_m рабочих (по сравнению с Q_c в условиях конкуренции), и платит ставку заработной платы W_m (по сравнению с W_c в конкурентной среде).

5. Для исследования выбора работником между денежным доходом и досугом используется анализ кривых безразличия для получения кривой предложения труда

(график выбора между работой и досугом).

На графике - MA - бюджетная линия (линия бюджетного ограничения), линия показывает комбинации досуга и дохода, которые доступны работнику, когда почасовая зарплата составляет w денежных единиц. Уравнение линии -

$I = w(24 - H)$, где

I - дневной доход, H - часы досуга в день, $(24-H)$ - часы работы в день.

Многие работники заняты стандартную сорокачасовую неделю. Однако существуют способы варьировать количество рабочих часов в день или неделю в данном году (или на протяжении жизни). Так работник может продать больше своих трудовых услуг, беря работу в сверхурочное время, занимая второе рабочее место или откладывая уход на пенсию. Работники могут работать на одном или нескольких рабочих местах неполную смену. Они могут зарабатывать меньше из-за долгого отпуска, прогулов, раннего ухода на пенсию и долгих перерывов между устройством на различные работы. Чтобы полностью понять характер индивидуального предложения труда необходимо рассмотреть эффекту изменения дохода и замещения (изменения взаимозаменяемости дохода с досугом) при изменениях заработной платы.

Когда изменяется зарплата, как эффект изменения дохода, так и эффект замещения влияют на выбор работника. В данном случае замещаемым или заменяющим благом является досуг. С подъемом заработной платы работа становится более привлекательной, т.е. отказ от каждого часа досуга принесет больше дохода. Альтернативная стоимость или неявная цена часа свободного времени будет выше, что заставляет человека замещать работой досуг. При снижении заработной платы эффект замещения побуждает человека заменить работу досугом, и тогда предложение рабочих часов работодателю снижается. Если бы эффект замещения был бы единственным результатом изменения в зарплате, то кривые предложения труда всегда бы имели восходящий наклон.

Эффект изменения дохода при росте заработной платы возникает из-за того факта, что для любого данного количества рабочих часов денежный доход человека становится больше. Рост дохода, даже если нет никаких изменений в количестве рабочих часов, заставляет работника потреблять всех нормальных

благ больше. Досуг для большинства людей - нормальное благо. Рост зарплаты, таким образом, приводит к эффекту изменения дохода, который заставляет человека отдавать больше часов досугу. Потребление большего количества свободных часов означает, что рабочий работает меньше. Эффект изменения дохода при росте цен на предлагаемый труд, таким образом, входит в противоречие с эффектом замещения.

(графики выбора между работой и свободным временем).

На графиках видно, как эффект замещения может быть отделен от эффекта изменения дохода при росте зарплаты.

Так как зарплата образует основной источник дохода для большинства людей, эффект изменения дохода при изменении цен может быть велик. И эффект изменения дохода может перевесить эффект замещения. На графике видно, что количество рабочих часов снижается в ответ на рост оплаты труда и несмотря на снижение количества рабочих часов, работник получает больший доход. После того, как эффект изменения дохода будет устранен, работник снизил бы свободные часы на эту величину.

Возможно, что эффект изменения дохода мог бы точно компенсировать эффект замещения от изменения зарплаты. В таком случае работник в ответ на изменение цены его труда не изменил бы количество рабочих часов, предлагаемых им на рынке. Т.е. если эффект изменения дохода точно компенсирует эффект замещения при изменении цены труда, предложение трудовых услуг абсолютно неэластично.

6. Слово «*капитал*» (с лат. *capitalis* - главный) – особый фактор производства объединяет любые производственные ресурсы – станки, оборудование, инструмент, новейшие технологии и разработки, программные продукты, созданные людьми для того, чтобы с их помощью осуществить производство будущих экономических благ для получения прибыли.

Признаки капитала:

- 1) Капиталом называются ресурсы, созданные людьми. В этом отличие от фактора «земля», объединяющего разнообразные ресурсы, созданные природой.
- 2) Капиталом являются только предметы, используемые для производственной деятельности. Обувь, пища, личные автомобили и пр. предметы потребления созданы людьми, но в процессе производства не используются и капиталом не являются.
- 3) Целью производства, в котором используется капитал, является прибыль.

«Новорожденный капитал источает кровь и грязь из всех своих пор, с головы до пят» К. Маркс.

Здесь описывается реально существовавший механизм накопления первоначального капитала через насильственные и мошеннические методы – работорговля, пиратство, ростовщичество и т.д.

Современные способы сверхбыстрого обогащения отдельных лиц за счет основной массы населения:

- 1) *Ценовой путь* – использование разницы между старыми фиксированными и рыночными ценами. Госпредприятие продает коммерческой фирме материальные ценности по старым государственным ценам, а та реализовывает их потребителям по многократно завышенным ценам.
- 2) *Кредитный путь* – получение по низким ставкам и на длительный срок государственных кредитов или в задержке платежей (например, бюджетникам) и «прокрутке» соответствующих сумм банком.
- 3) *Внешнеторговый путь* – сверхприбыль импортеров потребительских товаров (игра на дефицитах) и экспортеров сырья (игра на разнице внутренних и мировых цен).
- 4) *Ростовщический путь* – кредитование государством и предприятиями реального сектора под грабительские проценты.
- 5) *Криминальный путь* – целый набор откровенных экономических преступлений (подделка платежных документов, перевод денег в фирмы-однодневки и т.д.)

Контрольные задания

1. Объясните, каким образом спрос на ресурс зависит от спроса на продукцию фирмы. Какие другие факторы определяют спрос фирмы на услуги какого-то вида ресурса на конкурентном рынке?
2. Объясните, как получается кривая индивидуального предложения труда при использовании анализа кривых безразличия. Объясните, почему рост уровня оплаты труда увеличит максимально возможную для работника полезность.
3. Введение подоходного налога приводит к тому, что люди работают скорее больше, чем меньше. Снижение подоходного налога уменьшает количество рабочих часов. Экономисты утверждают, что снижение подоходного налога скорее увеличит, чем уменьшит предложение труда. Объясните, почему они могут быть неправы.

Литература:

Д.Н. Хайман Современная микроэкономика: анализ и применение.

М., Финансы и статистика, 1992

Макконнелл, Брю Экономикс - 14 издание, М, 2003

Маленво М. Курс лекций по микроэкономическому анализу, М., 1982

Тема «Роль государства в рыночной экономике»

План

1. Преимущества рыночного механизма

2. Экономические функции государства

1. *Рынок* – особая форма взаимоотношений между отдельными, самостоятельно принимающими решения хозяйственными субъектами, между покупателями и продавцами.

Инфраструктура рынка – совокупность институтов, систем, служб, предприятий, связывающих движение товаров и услуг, обслуживающих рынок и обеспечивающих его нормальное функционирование.

Инфраструктура рынка включает такие *элементы*, как:

- Биржи (товарные, фондовые, валютные);
- Аукционы, ярмарки;
- Предприятия оптовой и розничной торговли;
- Банки, страховые компании, фонды, фондовые биржи;
- Информационные центры;
- Юридические конторы;
- Рекламные агентства;
- Аудиторские и консалтинговые фирмы и т.п.

Наряду с другими классификациями рынка (по объектам рыночных отношений, по субъектам, степени ограничения конкуренции, по отраслевому признаку, по характеру продаж), его можно классифицировать по *соответствию действующему законодательству* (легальный, нелегальный, «теневой» рынок).

Рыночный механизм обладает рядом *преимуществ*:

- обеспечивает *эффективное распределение ресурсов*, смягчающее проблему ограниченности ресурсов;
- *функционирование* при наличии весьма *ограниченной информации* (иногда достаточными являются сведения об уровне цен и издержках);
- наиболее рациональное *использование достижений науки и техники*;
- *свобода выбора* и действий экономических субъектов для *удовлетворения разнообразных потребностей* людей, повышения качества товаров и услуг.

При этом и рыночный механизм не является идеальным.

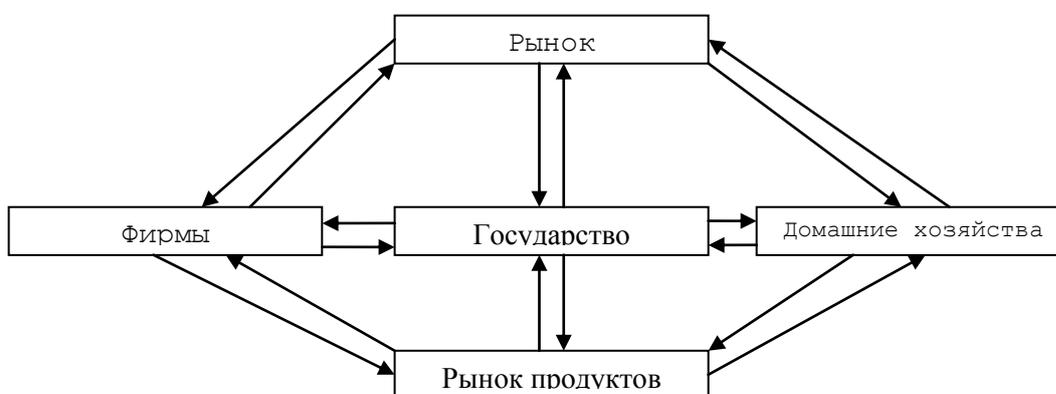
Провалы рынка – экономическая ситуация, при которой рыночный механизм не в состоянии обеспечить эффективное распределение и использование экономических ресурсов.

Несостоятельность рыночного механизма проявляется в неспособности обеспечить в необходимых объемах *производство общественных товаров* (здравоохранение, оборона и др.), сохранение *невоспроизводимых ресурсов*, *выработка* экономических механизмов *защиты окружающей среды* (через законодательные акты), не обеспечивает *социальную защиту населения*, не гарантирует *право на труд и доход*, не *перераспределяет* доход в пользу

малообеспеченных, не обеспечивает *стабильное экономическое развитие* (свойственны циклические подъемы и спады, инфляция, безработица) и т.п.

Государство – совокупность всех правительственных учреждений, имеющих юридическую и политическую власть для контроля над хозяйственными субъектами и рынком.

Государство как особый экономический субъект стремится максимизировать общественную полезность от своей деятельности.
Государство понимается в широком смысле слова — как совокупность всех правительственных учреждений, имеющих юридическую и политическую власть для контроля над хозяйственными субъектами и рынком. Наиболее общее представление о взаимосвязи экономических субъектов рынка может дать так называемая модель кругооборота доходов.



1.1

Рис. Модель кругооборота доходов

Внешние связи в модели – кругооборот ресурсов и готовой продукции.

Внутренние – движение денег.

Как и в первой модели, сделаем несколько упрощающих предположений:

- все многообразие товарных рынков сведено к двум рынкам: рынку ресурсов и рынку продуктов;
- экономика является закрытой, т.е. отсутствуют внешнеэкономические связи и международный рынок;
- все экономические субъекты полностью расходуют свои доходы, т.е. отсутствуют сбережения.

Рассмотрим экономические связи, возникающие между субъектами рынка в данных условиях (рис. 1.1). Внешняя цепочка связей отражает кругооборот ресурсов и готовой продукции. Домохозяйства, являющиеся собственником имеющихся в экономике ресурсов, продают их на рынке факторов производства фирмам. Фирмы используют полученные ресурсы для производства необходимых товаров и услуг, которые затем продаются на рынке продуктов домохозяйствам.

Внутренние связи (внутри внешней цепочки) на рисунке отражают движение денег. После покупки экономических ресурсов на соответствующем рынке расходы фирм (их издержки) превращаются в доходы домохозяйств (в форме заработной платы, процента, ренты и прибыли). Эти доходы затем поступают на рынок продуктов в качестве потребительских расходов и далее на счета фирм уже в роли производственных доходов.

Государство включено в модель кругооборота через систему государственных расчетов, инфраструктуру рынка, представленную банковской, налоговой, законодательной и прочими сферами.

2. Экономические функции государства:

1) Обеспечение правовой базы и общественной атмосферы, способствующей эффективному функционированию рыночной системы через предоставление законного статуса частным предприятиям, определение прав частной собственности и гарантирование соблюдения контрактов.

2) Защита конкуренции как основного регулирующего механизма в рыночной экономике, когда именно решения многих продавцов и покупателей о спросе и предложении определяют рыночные цены

3) Перераспределение дохода и богатства через
- трансфертные платежи
- рыночное вмешательство путем модификации цен (гарантирование цен фермерам, законодательство о минимальной зарплате)

4) корректирование распределения ресурсов с целью изменения структуры национального продукта. Может быть 2 случая нарушения функционирования рынка:

а) рыночная система производила «не те» количества определенных товаров и услуг – перелив ресурсов

б) рыночная система не в состоянии выделить какие-либо ресурсы на производство некоторых товаров и услуг, выпуск которых экономически оправдан – «государственные или социальные блага».

5) стабилизация экономики – контроль за уровнем занятости и инфляции, стимулирование экономического роста.

Государство воздействует на рыночное равновесие двумя способами:

1. Фиксация цен.
2. Налоговое регулирование.

Литература:

1. И. Каримов Мировой финансово-экономический кризис – пути преодоления в условиях Узбекистана – Тошкент, Узбекистон, 2009
2. Станковская И.К., Стрелец И.А. Экономическая теория –учебник, полный курс МВА, М.:Мирбис, 2006
3. под ред. Грязновой А.Г. Микроэкономика, М.: Кнорус, 2005
- 4.Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. М.: Дело, 1992.

5. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. М.: Финансы и статистика, 1992
6. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю Экономика 14 издание -М:2003
7. Казимова Г., Ибрагимов М. Микроэкономика – курс лекций –Т.: 1999

Вопросы к итоговому рейтинговому контролю по микроэкономике

1. Современная микроэкономика и ее методология.
 - определение микроэкономики
 - потребности и желания общества
 - Ограниченность ресурсов, выбор и задачи экономики
 - Роль цен в распределении ресурсов
 - Цель и функции рынков
 - Нерыночная деятельность
 - Права собственности: необходимое условие рыночного обмена
 - Информация о Решении заседания Каб Мина РУз от 20.02.09 г. «Об итогах социально-экономического развития республики в 2008 году и важнейших приоритетах углубления экономических реформ в 2009 году»
 - Мировой финансово-экономический кризис и роль субъектов производства национальной экономики
2. Базисные определения экономики
 - Экономические потребности
 - Экономические ресурсы
 - Определение предпринимательской деятельности
 - Альтернативные издержки
 - Невозвратные издержки
 - Линия производственных возможностей
 - Коэффициент трансформации
 - экономические переменные
 - Позитивный анализ в сравнении с нормативным
 - Методология микроэкономики: теории и модели
 - Построение модели.
3. Спрос, предложение и рынок.
 - спрос , таблица спроса, кривая спроса
 - Изменение в спросе
 - предложение, закон предложения , кривая предложения
 - Изменения в предложении
 - Рыночное равновесие
 - Изменения в рыночном равновесии : реакция рынка на изменение спроса и предложения
 - взаимодополняемые и взаимозаменяемые товары
 - детерминанты спроса и предложения
4. Равновесный рынок, максимальные и минимальные цены
 - Определение равновесия
 - Рыночное равновесие

- Равновесная цена
- Изменение равновесия
- Роль государства в регулировании цен
- Минимальные цены
- Перепроизводства и неофициальный рынок.

5. Эластичность и процесс адаптации рынка.

- Факторы рыночного спроса и предложения
- Эластичность спроса по ценам (ЭСЦ)- определение, исчисление ЭСЦ, пределы изменения ЭСЦ, факторы, определяющие ЭСЦ
- Коэффициенты эластичности спроса и предложения
- критерии эластичности, неэластичности, единичной эластичности

6. Теория потребительского поведения

- Понятие потребительского поведения
- Различия во вкусах среди потребителей
- Эффект потребления
- Эффект замещения
- Норма замещения
- Бюджетная линия
- Уменьшающаяся предельная полезность товара.

7. Эффективность дохода и заменяемость

- Кривая «доход - потребление»
- Нормальные товары и товары низшей категории (некачественные)
- Закон и кривые Энгеля
- Зависимость «цена - потребление» и выведение кривых спроса
- Кривая Гифена.

8. Рынок и риск.

- Неопределенность и риск
- Понятие вероятности, виды рисков
- Снижение риска
- Диверсификация риска
- Неконкурентная среда
- Плата за риск
- Страхование
- Ассиметричная информация
- Аукционы. Фьючерсы. Опцион и хеджирование.
- Инвестиции и риск

9. Фирма и экономика производства.

- Определение фирмы
- Частное предпринимательство и организационные формы бизнеса – АО, ЗАО, ООО
- Государственные и некоммерческие организации. Кооперативы. Закон РФ «О собственности».
- Фирмы, отрасли и совершенная конкуренция
- Равновесие отрасли
- Расширение операций фирмы в долгосрочном периоде
- Отрасли с возрастающими и убывающими издержками
- Различия в размерах фирм и издержки при совершенной конкуренции.

10. Теория производства.

- Теория производства – производство, технология, производственная функция, свойства производственной функции
- Изокванты, карты изоквант
- Взаимозаменяемость факторов производства
- Изменение масштабов производства

- три фазы процесса производства, производственные отношения, новые технологии
- предельная норма замещения трудом капитала

11. Производственные затраты.

- Изменение затрат: бухгалтерские издержки по сравнению с экономическими
- Пример расчета экономических издержек
- Комбинация факторов производства, минимизирующая затраты для выпуска данного объема производства
- Принцип наименьших затрат: равные предельные продукты факторов производства на денежную единицу затрат
- Убывающая производительность, издержки и стадии производства
- Анализ долгосрочных издержек: изменение размеров предприятия
- соотношение между выпуском и издержками производства
- долгосрочный, краткосрочный, мгновенный периоды производства
- возрастающая, постоянная и убывающая отдача от масштаба

12. Максимизация прибыли и краткосрочное предложение на совершенно конкурентных рынках.

- признаки совершенно конкурентной фирмы
- Спрос с точки зрения конкурентной фирмы
- Максимизация прибыли – валовой доход, совокупные издержки и экономическая прибыль
- Предельный анализ максимизации прибыли
- Цена, предельные издержки, средние издержки и максимизирующий прибыль выпуск
- правило максимизации прибыли
- краткосрочная цена ликвидации
- Предложение в краткосрочном периоде.

13. Долгосрочное равновесие и предложение на немонополистических рынках.

- Фирмы, отрасли и совершенная конкуренция
- Равновесие отрасли
- Расширение операций фирмы в долгосрочном периоде
- Отрасли с возрастающими и убывающими издержками
- Различия в размерах фирм и издержки при совершенной конкуренции
- предельное условие выбора оптимального выпуска в долгосрочном периоде
- двухшаговая процедура определения объема выпуска, максимизирующего прибыль

14. Конкуренция и монополия, неконкурентные модели.

- Определение конкуренции, признаки и характерные черты
- Спрос и цена на продукцию чисто конкурентной фирмы
- Экономическая эффективность конкуренции
- Монополия и монополярная власть
- Предельный доход и монополярный выпуск
- Сравнение монополии и конкуренции
- Естественная монополия
- Важнейшие ресурсы и государственная политика
- Монополия и прогресс.
- Сговор и соперничество в олигополии
- Дифференциация продукции
- Разнообразие форм олигополистического поведения: Явный сговор (картели), молчаливый сговор (лидерство и стабильность), олигополистическое поведение, не основанное на сговоре
- Монополистическая конкуренция в сравнении с совершенной конкуренцией: разнообразие, реклама.

15. Цены в условиях рынка

- Определение и функции цен
- Регулирующая функция цен
- Монополярная цена по правилу «большого пальца»
- Определение цен по доходам потребителей
- Диверсификация цен – по потребителям, категориям товаров

16. Рынок труда.

- Труд как фактор производства
- Определение рынка труда
- Различия в уровне зарплаты
- Предложение рабочей силы для отдельной отрасли, в масштабах экономики в целом
- Равновесие на отраслевом рынке труда
- Минимальная зарплата
- Работа, досуг и ценность рабочего времени
- Инвестиции в человеческий капитал.

17. Капитальные вложения и рынок капиталов.

- Основные фонды и оборотные средства
- Ссудный капитал
- Понятие проекта
- Инвестиции и инвестирование
- Внутренние и внешние инвестиции
- Чистые инвестиции
- Долгосрочные инвестиции
- Облигации – виды, доходность
- Рынок земли, предложение земли, рента
- Абсолютная и дифференцированная рента
- Стоимость земли.

18. Роль государства в рыночной экономике.

- Роль государства в смешанной экономике
- Разработка законов, норм и правил
- Покупка и продажа товаров и услуг
- Осуществление трансфертных платежей
- Налогообложение
- Экономический цикл
- Общественные блага
- Внешние эффекты
- Перераспределение доходов и насущные блага
- Сильная социальная политика государства в экономике РУз.

Средние и предельные издержки производства

Выпуск	FC	AFC	VC	AVC	TC	ATC	MC
0	300	-	0	-		-	
1	300		140				
2	300		260				
3	300		420				
4	300		600				
5	300		1020				
6	300		1300				

Средние и предельные издержки производства

Выпуск	FC	AFC	VC	AVC	TC	ATC	MC
0	400	-	0	-			
1	400		120				
2	400		240				
3	400		370				
4	400		500				
5	400		650				
6	400		780				

Средние и предельные издержки производства

Выпуск	FC	AFC	VC	AVC	TC	ATC	MC
0	200	-	0				
1	200		50				
2	200		110				
3	200		180				
4	200		200				
5	200		310				
6	200		420				

Средние и предельные издержки производства

Выпуск	FC	AFC	VC	AVC	TC	ATC	MC
0	500	-	0				
1	500		320				
2	500		540				
3	500		700				
4	500		850				
5	500		1020				
6	500		1300				

Издержки и выпуск в производстве товара

Таблица 1

Выпуск в неделю	Постоянные издержки (FC), \$ в неделю	Переменные издержки (VC), \$ в неделю	Совокупные издержки (TC), \$ в неделю	Предельные издержки (MC), \$ на единицу
0	500	0		
1	500	340		
2	500	560		
3	500	720		
4	500	900		
5	500	1120		
6	500	1400		

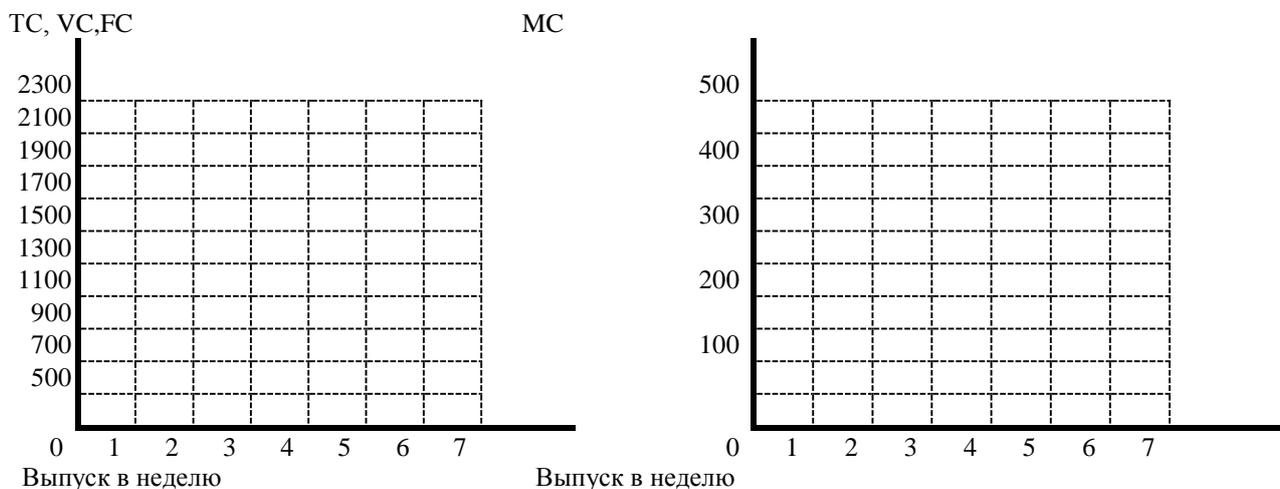


Рис.1 Издержки производства

Средние издержки представляют собой затраты на единицу выпускаемой продукции.

$$\text{Средние переменные издержки} = \text{AVC} = \frac{VC}{\text{выпуск}}$$

$$\text{Средние постоянные издержки} = \text{AFC} = \frac{FC}{\text{выпуск}}$$

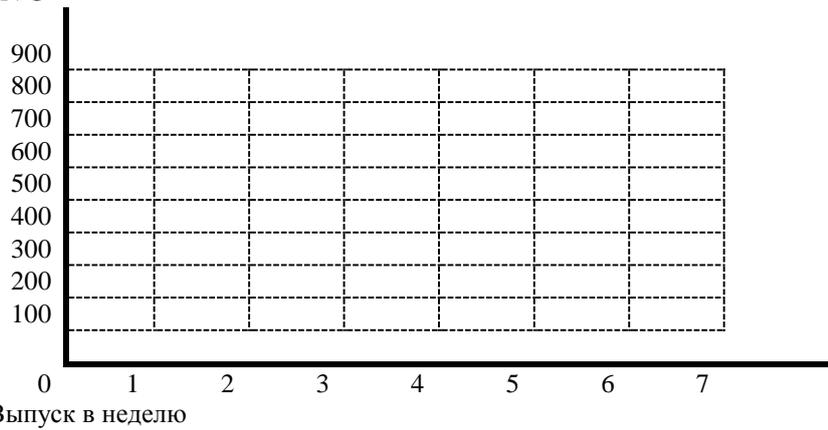
$$\text{Средние совокупные издержки} = \text{ATC} = \frac{TC}{\text{выпуск}} = \text{AVC} + \text{AFC}$$

Средние и предельные издержки производства

Таблица 2

Выпуск	FC	AFC	VC	AVC	TC	ATC	MC
0	500	-	0	-		-	
1	500		340				
2	500		560				
3	500		720				
4	500		900				
5	500		1120				
6	500		1400				

MC, ATC, AVC



Выпуск в неделю

Рис.2 Средние и предельные издержки производства.

