

КИРИЛЮК Є.М.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК

для вивчення дисципліни

МІКРОЕКОНОМІКА

ЧЕРКАСИ – 2008

*Затверджено на засіданні кафедри економічної теорії
Протокол № 7 від 31.01.2008 р.*

*Затверджено на засіданні Вченої ради університету
протокол № 7 від 13.03.2008 р.*

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за модулями й темами, вміщено плани лекцій і семінарських (практичних) занять, матеріал щодо набуття та закріплення знань (самостійна робота, контрольні запитання, індивідуально-дослідні завдання), методичні рекомендації до оцінювання знань студентів.

Рекомендовано для студентів економічних спеціальностей.

ВСТУП

Вивчення мікроекономічного аналізу дозволяє зрозуміти глибинні основи господарської діяльності окремої людини (домогосподарства), фірми (підприємства), розібратися у прямих та опосередкованих зв'язках між цінами, попитом та пропозицією на окремих ринках, а також особливостях їх формування в умовах різних типів ринкових структур.

Навички такого аналізу є основою планування та прогнозування, оцінки ситуації та прийняття оптимальних рішень при управлінні фірмою (підприємством), вибору її ринкової стратегії, найбільш доцільних форм і методів контролю та обліку.

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів сучасного типу економічного мислення і системи знань щодо методів прийняття оптимальних господарських рішень за наявних обмежених ресурсів та альтернативних можливостей їх використання.

Завдання дисципліни:

- надання знань про базові положення мікроекономічної теорії;
- прищеплення навичок використання інструментарію мікроекономічного аналізу;
- підготовка до вивчення прикладних дисциплін, що базуються на мікроекономічній теорії.

Предметом дисципліни є поведінка економічних суб'єктів і механізм прийняття рішень за обмежених ресурсів та альтернативних можливостей їх використання.

Наукову основу дисципліни складають теоретичні методи і моделі, математичний апарат, сучасні концепції, які визначають різні підходи до аналізу функціонування господарських одиниць.

Структура навчальної дисципліни „Мікроекономіка” наведена в табл. 1.

Таблиця 1.

Структура навчальної дисципліни

Курс: другий Семестр: четвертий	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів: – національних: 3,3; – ECTS: 5. Змістових модулів: 5 Загальна кількість годин: 180 у т.ч. за змістовними модулями: модуль 1 – 43 год.; модуль 2 – 43 год.; модуль 3 – 39 год.; модуль 4 – 29 год.; модуль 5 – 26 год.	Галузь знань: 0305 Економіка і підприємництво Напрямок підготовки: 6.030501 Економічна теорія 6.030503 Міжнародна економіка 6.030504 Економіка підприємства 6.030509 Облік і аудит 6.030502 Економічна кібернетика Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	Нормативна Лекції: кількість годин – 30; Практичні (семінарські): кількість годин – 42; Самостійна робота студентів: кількість годин – 90; Індивідуальні заняття: кількість годин – 18. Форма модульного контролю: контрольна робота Форма підсумкового контролю: іспит

1. КВАЛІФІКАЦІЙНІ ВИМОГИ ДО СТУДЕНТІВ

Навчальна дисципліна „Мікроекономіка” є базовою для підготовки бакалаврів із таких напрямів: „Економічна теорія”, „Міжнародна економіка”, „Економіка підприємства”, „Облік і аудит”, „Економічна кібернетика”, „Менеджмент організацій”.

Необхідна навчальна база перед початком вивчення дисципліни. З метою кращого засвоєння матеріалу студенти повинні до початку вивчення дисципліни опанувати знання і навички із таких дисциплін: політична економія, вища математика, економічна історія.

У результаті вивчення дисципліни „Мікроекономіка” студент повинен **знати:**

- методи дослідження у мікроекономіці;
- у чому сутність споживчого вибору і яким чином досягається споживча рівновага;
- як криві байдужості і бюджетна лінія можуть бути використані для графічної інтерпретації споживчої рівноваги;
- як формується попит на товар;
- закони попиту та пропозиції;
- суть і види еластичності попиту та пропозиції;
- яка природа витрат і їх основні види;
- особливості виробництва і витрат у короткостроковому і довгостроковому періодах;
- класифікацію й ознаки ринкових структур;
- умови рівноваги фірми у короткостроковому і довгостроковому періодах;
- основні види й особливості ринку виробничих ресурсів;
- у чому особливості попиту на виробничі ресурси;
- яким чином досягається рівновага на ринку праці і наслідки її порушення;

вміти:

- зображувати криву виробничих можливостей і визначати альтернативні витрати на виробництво додаткової кількості продукту;
- визначати параметри ринкової рівноваги, величину дефіциту (надлишку) товарів на ринку;
- визначати ефективний споживчий вибір аналітичним і графічним способами;
- визначати коефіцієнти еластичності і категорії товарів;
- аналізувати вплив податків (субсидій) на стан ринкової рівноваги;
- установлювати зв'язок коефіцієнта еластичності попиту з числовими характеристиками економічних явищ (виторгом, податковим тягарем продавця і споживача, сумою податку і т.ін.);
- визначати усі види витрат і зображувати їх на графіках;
- визначати оптимальний обсяг виробництва для різних типів ринку;
- визначати оптимальну кількість працівників на підприємстві та рівень заробітної плати;
- оцінювати майбутні доходи методом дисконтування.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

При вивченні дисципліни „Мікроекономіка” студент має ознайомитися з програмою дисципліни, її структурою, формами та методами навчання, видами та методами контролю знань.

Тематичний план даної дисципліни складається з п'яти модулів, кожен із яких об'єднує в собі відносно окремий самостійний блок дисципліни, який логічно пов'язує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв'язками.

Навчальний процес здійснюється у таких формах: лекційні, семінарські (практичні) заняття, індивідуальні заняття, науково-дослідна робота, самостійна робота студентів. Структура навчальної дисципліни наведена у табл. 2.

Таблиця 2.

Структура дисципліни “Мікроекономіка” за модульною системою

№ п/п	Змістовий модуль	Кількість годин:				
		всього	лекції	семін. заняття	СРС	індив. заняття
Модуль 1. Мікроекономічний аналіз поведінки споживача						
1.	Предмет і метод мікроекономіки	9	2	2	4	1
2.	Теорія граничної корисності та поведінка споживача.	11	2	2	6	1
3.	Ординалістська теорія поведінки споживача.	9	2	2	4	1
4.	Аналіз поведінки споживача.	14	2	4	6	2
Разом годин за модулем		43	8	10	20	5
Модуль 2. Мікроекономічний аналіз поведінки виробника						
5.	Попит, пропозиція, їх взаємовідносини.	12	2	4	4	2
6.	Мікроекономічна модель підприємства.	10	1	2	6	1
7.	Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника.	10	1	2	6	1
8.	Витрати виробництва.	11	2	4	4	1
Разом годин за модулем		43	6	12	20	5
Модуль 3. Моделі ринку продуктів						
9.	Ринок досконалої конкуренції.	11	2	2	6	1
10.	Монопольний ринок.	13	2	4	6	1
11.	Олігополія та монополістична конкуренція.	15	4	4	6	1
Разом годин за модулем		39	8	10	18	3
Модуль 4. Ринок факторів виробництва у мікроекономічному аналізі						
12.	Загальна характеристика ринку факторів виробництва. Ринок праці.	16	2	4	8	2
13.	Ринок капіталу. Ринок землі та природних ресурсів.	13	2	2	8	1
Разом годин за модулем		29	4	6	16	3
Модуль 5. Рівновага та ефективність ринкової системи						
14.	Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту.	13	2	2	8	1
15.	Інституціональні аспекти ринкового господарства.	13	2	2	8	1
Разом годин за модулем		26	4	4	16	2
Всього годин		180	30	42	90	18

3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА МОДУЛЯМИ ТА ТЕМАМИ

МОДУЛЬ 1. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки

Проблема обмеженості ресурсів і необхідність вибору. Зміст, співвідношення і генезис термінів «політична економія», «економічна теорія», «теоретична економіка», «економікс» та ін. Макро- та мікроекономіка як найважливіші складові сучасної теоретичної економіки.

Предмет та об'єкти дослідження мікроекономічної теорії. Суб'єкти мікроекономіки, її взаємозв'язок з іншими дисциплінами. Етапи розвитку мікроекономіки як науки, школи мікроекономічного аналізу. Характеристика базових підручників, що репрезентують зарубіжні та вітчизняні школи мікроекономіки.

Альтернативність цілей використання обмежених ресурсів, раціональність поведінки суб'єктів ринкових відносин. Методологія мікроекономіки: граничний аналіз, моделювання: графічне, аналітичне, табличне; оптимізація і визначення рівноваги тощо. Нормативна й позитивна мікроекономіка.

Мікросистема: поняття, різновиди. Мета, роль і особливості функціонування мікросистем у ринковій економіці. Матриця ринкових форм. Основні характеристики (ознаки) ринків досконалої та недосконалої конкуренції. Характеристика дії мікросистем у різних ринкових ситуаціях.

Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінка споживача

Поняття потреби, види потреб. Економічні блага, їх класифікація. Поняття корисності, її особливості та спосіб досягнення. Сукупна та гранична корисність. Функція корисності як залежність між кількістю одиниць споживаного блага та рівнем корисності, що досягається споживачем.

Процес споживання та динаміка зміни сукупної і граничної корисності. Перший закон Госсена. Закон спадної граничної корисності блага, його графічне зображення.

Вплив на поведінку споживача бюджетних обмежень і цін. Модифікація функції корисності як залежності між кількістю споживаних благ та рівнем корисності за умови бюджетних обмежень. Суть раціонального вибору споживача.

Поняття рівноваги споживача з позицій кардиналістської концепції. Модель споживання набору благ. Другий закон Госсена. Математична інтерпретація оптимуму споживача.

Еквіваріантний принцип досягнення раціонального вибору та рівновага споживача. Поняття попиту на благо. Моделювання поведінки споживача, який прагне раціоналізувати свій вибір з урахуванням спадної граничної корисності блага: визначення індивідуального попиту на благо.

Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача

Система переваг споживача та її основні елементи: здатність до ранжування альтернатив; транзитивність переваг; ненасиченість благами; субституціональність. Множинність благ та повна інформованість споживача, зовнішні умови для здійснення вибору.

Особливості аналізу функції корисності з ординалістських позицій.

Криві байдужості як спеціальний інструментарій мікроекономічного аналізу. Спадний характер та неможливість перетину кривих байдужості за кращих однакових умов. Карта байдужості.

Гранична норма заміщення благ: суть і методика обчислення. Наслідок динаміки норми у поясненні форми кривих байдужості. Крайні випадки взаємозаміщення та взаємодоповнення благ.

Бюджетне обмеження і можливості споживача. Бюджетна лінія: рівняння і графічна побудова. Визначення нахилу бюджетної лінії та кута нахилу внаслідок зміни цін на блага. Вплив зміни доходу споживача на положення бюджетної лінії та на процес споживання.

Рівновага споживача з позицій ординалістської концепції, її графічна інтерпретація. Різні випадки досягнення рівноваги: „кутова” і „внутрішня” рівновага.

Тема 4. Аналіз поведінки споживача

Зміна оптимуму споживача в результаті зміни його доходу. Графічний аналіз і побудова лінії „дохід – споживання”. Нахил лінії як свідчення ставлення споживача до благ. Поняття „нормальних” і „неякісних” товарів (товарів низької споживчої цінності). Крива Енгеля, закон Енгеля. Закон Енгеля – Швабе. Розподіл споживчих витрат за напрямками їх використання.

Зміна вибору споживача в результаті зміни ціни одного з товарів та обох товарів. Побудова лінії „ціна – споживання”. Траєкторія зміни споживання внаслідок зниження цін. Побудова лінії індивідуального попиту споживача.

Моделювання поведінки споживача при зменшенні ціни одного з товарів за незмінних цін на інші товари та незмінного доходу споживача. Неоднозначність впливу на споживчий вибір. Вплив зміни ціни окремого блага на обсяг споживання благ: ефект доходу і ефект заміщення. Одно – та різно-направлений вплив ефектів. Парадокс Гіффена.

Ефекти заміщення і доходу як основа побудови функції індивідуального попиту на благо в ординалістській теорії корисності.

Утворення „надлишку споживача” в результаті перевищення корисності товарів над ціною. Приріст надлишку споживача як показник зміни його добробуту. Сукупний надлишок споживача та формування ринкового попиту на певний товар. Зміна надлишку і втрати в результаті введення податків та дотацій на товари.

МОДУЛЬ 2. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ ВИРОБНИКА

Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємовідносини

Суть поняття „попиту”, індивідуальний попит. Ринковий попит як сума індивідуальних попитів усіх споживачів певного товару. Зображення попиту: аналітичне, табличне та графічне. Закон попиту та його пояснення за допомогою базових положень теорії поведінки споживача. Цінові та нецінові детермінанти попиту. Зміна величини (обсягу) попиту: переміщення вздовж функціонально заданої лінії попиту. Зміна попиту в цілому під впливом нецінових детермінант, його графічна ілюстрація. Особливості взаємовпливу цін взаємопов'язаних товарів. Оцінка дії цінових та нецінових факторів попиту в діагностиці реальних ситуацій на товарних ринках.

Суть поняття „пропозиції”, індивідуальна пропозиція окремої фірми. Ринкова пропозиція (пропозиція галузі). Табличне та графічне зображення ринкової пропозиції. Закон пропозиції та його аргументація: ціна як ринковий стимул для виробника, збільшення граничних витрат як стримуючий фактор збільшення обсягу виробництва. Аналітичне, табличне та графічне зображення пропозиції. Цінові та нецінові детермінанти пропозиції. Різниця понять „зміна пропозиції” та „зміна обсягу пропозиції”. Зсув кривої пропозиції під впливом нецінових детермінант.

Умови часткової ринкової рівноваги, рівноважний обсяг і рівноважна ціна. Вплив зміни попиту і пропозиції на стан рівноваги, рівноважну ціну та рівноважну кількість товару на ринку. Деякі варіанти комбінації попиту та пропозиції: множинність рівноваги. Сталість ринкової рівноваги. Вплив держави на ринкову рівновагу.

Концепція цінової еластичності попиту як визначення міри чутливості споживача до зміни цін на товари. Методичні підходи до обчислення показника еластичності. Діапазон числових значень коефіцієнта цінової еластичності попиту. Чинники цінової еластичності попиту, особливості їх впливу. Суть абсолютно еластичного та абсолютно нееластичного попиту. Взаємозв'язок між ціною та валовим виторгом за різної еластичності.

Методика обчислення коефіцієнта еластичності попиту за доходом, параметри його значень для „нормальних” та „неякісних” товарів. Суть „перехресної” еластичності попиту, методика обчислення відповідного коефіцієнта. Кількісні параметри еластичності для взаємозамінних та взаємодоповнюючих товарів. Практичне використання концепції „перехресної” еластичності попиту для обґрунтування цінової політики продавців (виробників) товарів-замінників.

Методика обчислення рівня цінової еластичності пропозиції. Фактори, що впливають на еластичність пропозиції. Перехресна еластичність пропозиції та її вплив на стратегію товаровиробника.

Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства

Підприємство як суб'єкт ринкових відносин, економічна організація, найважливіший різновид мікросистем. Спрощена схема ринково-виробничої системи (вхід, процесор, вихід). Підприємство як закупівельна система, товаровиробник та продавець. Динамічність зовнішнього середовища і його вплив на внутрішню динаміку виробництва. Поняття адаптивності, гнучкості та гомеостатичності у виробничо-ринковій системі.

Мотивація поведінки підприємства. Альтернативність вибору підприємства: що виробляти (продукція, роботи, послуги), як виробляти (технологія, фактори виробництва), для кого виробляти (ринки, споживачі ціни). Фактор часу і періоди функціонування підприємства: миттєвий, короткий і тривалий.

Виробничий процес і його складові. Технологія і технологічно ефективний спосіб виробництва. Поняття і параметри виробничої функції. Однофакторні та багатофакторні виробничі функції. Властивості виробничої функції. Неокласична виробнича функція, виробнича функція Кобба-Дугласа, виробнича функція Леонтьєва.

Динаміка загального, середнього та граничного продуктів для виробничої функції з одним змінним ресурсом. Правило спадної віддачі (продуктивності) змінного фактору виробництва. Стадії розвитку виробництва за умови збільшення обсягів одного змінного ресурсу. Еластичність виробництва: поняття, методика обчислення показників, діапазон змін.

Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника

Фактори виробництва, їх групування та варіації. Виробнича функція з двома змінними факторами, виробнича сітка. Крива однакового продукту (виробничої байдужості) – ізокванта. Карта ізоквант. Заміщення факторів виробництва. Гранична норма технологічного заміщення, особливості її зміни. Можливі конфігурації ізоквант. Еластичність заміщення. Доповнюваність, подільність, мобільність та інтенсивність використання факторів виробництва.

Збільшення випуску за рахунок пропорційного нарощування обсягів ресурсів. Постійна (стала), спадна та зростаюча віддача від масштабу в довгостроковому періоді. Поняття однорідних та неоднорідних виробничих функцій. Графіки віддачі від масштабу однорідних виробничих функцій. Причини позитивного та негативного ефекту від масштабу. Еластичність масштабу та її взаємозв'язок з еластичністю виробництва. Теорема Вікселя – Джонсона.

Суть і властивості ізокошти. Мінімізація витрат і умови досягнення оптимуму виробника. Оптимальна комбінація ресурсів у довгостроковому періоді. Траєкторія розвитку фірми (лінія зростання). Обґрунтування управлінських рішень щодо розширення та згорання виробництва. Вплив технологічного прогресу на виробничу функцію.

Тема 8. Витрати виробництва

Альтернативні витрати та їх склад. Зовнішні (явні) та внутрішні (неявні) витрати. Економічний та бухгалтерський підходи до визначення витрат виробництва.

Особливості витрат у короткостроковому та довгостроковому періоді. Постійні та змінні витрати. Часткова варіація факторів виробництва і функція витрат. Суть та динаміка загальних, середніх та граничних витрат. Чинники, що впливають на величину затрат у короткостроковому періоді. Закон неминучого зростання граничних витрат (зниження доходності).

Зв'язок між затратами короткострокового та довгострокового періодів. Види кривих довгострокових середніх і граничних витрат.

Концепція мінімально ефективного розміру підприємства. Варіанти технологічного вибору фірми в процесі вироблення довготермінової стратегії розвитку. Оптимальна виробнича потужність (оптимальні обсяги випуску). Мінімально ефективний розмір виробництва та структура ринку.

Поняття загального (сукупного, валового), середнього та граничного доходу. Прибуток як кінцевий результат діяльності підприємства. Різні концепції прибутку. Поняття нормального та економічного прибутку.

МОДУЛЬ 3. МОДЕЛІ РИНКУ ПРОДУКТІВ

Тема 9. Ринок досконалої конкуренції

Ознаки й умови досконалої конкуренції: атомістичність, відкритість, мобільність ресурсів, прозорість, однорідність товару тощо. Поліполістичний спосіб поведінки суб'єктів ринку.

Ринковий попит на продукцію фірми за умов досконалої конкуренції. Графічне зображення попиту, середнього, граничного і сукупного доходу підприємства.

Максимізаційно-мінімізаційні цілі підприємства у короткотерміновому періоді. Визначення оптимальних обсягів випуску: два підходи. Поведінка підприємства за умов зміни ринкової ситуації. Правила поведінки підприємства, їх універсальність. Пропозиція фірми у короткотерміновому періоді, її зв'язок з кривими витрат: графік галузевої пропозиції.

Рівновага фірми та галузі у короткотерміновому періоді. Умови оптимального випуску конкурентної фірми. Максимізація прибутку, мінімізація збитків та закриття конкурентної фірми.

Рухомість ринкового попиту та пропозиції. Звуження мотивації діяльності підприємства з одночасним розширенням можливостей маневрування ресурсами. Пропозиція фірми в довготерміновому періоді. Крива ринкової пропозиції на тривалому інтервалі та її можливі конфігурації (галузі з постійними, зростаючими, спадними витратами та їхні комбінації). Тривала рівновага підприємства, галузі, ринку та механізм її підтримки.

Тема 10. Монопольний ринок

Поняття одного продавця, ринкової (монопольної) влади у вузькому та широкому розумінні слів. Ознаки „чистої” монополії: один продавець, відсутність замінників товару, бар’єри для доступу конкурентів у монополізовану галузь тощо.

Крива попиту монополіста. Динаміка граничної та загальної виручки монополіста. Одночасний вибір монополістом ціни й обсягу виробництва. Вплив на поведінку монополіста цінової еластичності попиту. Правило максимізації прибутку. Деякі варіанти стану фірми-монополіста у короткому періоді. Пропозиція монополіста та особливості її формування. Визначення монопольної ціни. Цінова дискримінація: поняття, умови, різновиди.

Рівновага фірми-монополіста у довготерміновому періоді. Свідоме створення та підтримування вхідних бар’єрів монополістом. Досягнення та утримання ринкової влади монополістом у тривалому періоді.

Різновиди монополій: відкриті, закриті, природні, державні, недержавні тощо. Діагностування монопольної влади. Особливості поведінки реальних монополій. Економічні наслідки монополізації галузі, порівняльна оцінка конкурентного та монопольного ринків, потреба у державному регулюванні монополії, антимонопольна політика.

Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція

Нечисленність фірм в олігополістичних галузях, високі бар’єри для входження в галузь, загальна взаємозалежність підприємств. Поведінка олігополістів: некооперативна й кооперативна. Цінові війни за некооперативної поведінки: межі зниження рівня цін, наслідки для споживачів і товаровиробників.

Аналіз взаємовідносин двох товаровиробників у статистиці. Модель Курно: договірна й конкурентна рівновага. Інтерпретації дуополії: моделі Бертрана, Еджворта, Штакельберга. Олігополія з погляду теорії ігор. „Дилема ув’язнених” – приклад некооперативної гри з ненульовою сумою.

Аналіз „ламаної” лінії попиту. Негнучкість цін. Формування підприємством політики стабілізації цін і маневрування капітальними витратами (стабільність середніх змінних витрат).

Інституційні аспекти утворення та діяльності картельних спілок. Таємні змови, їх міцність і загострення конкуренції. Антитрестовське законодавство як чинник, що протидіє таємній змові. Мовчазна згода (тип лідерства у цінах). Ціноутворення за принципом „витрати плюс...”.

Ефективність олігополії порівняно з іншими ринковими структурами. Економічні наслідки олігополії. Можливості державного регулювання за олігополії.

Спільні риси та відмінності монополістичної конкуренції порівняно з досконалою конкуренцією та чистою монополією. Кількість товаровиробників та диференціація виробів. Умови входження в галузь. Нецінова конкуренція за даної ринкової структури.

Еластичність попиту за монополістичної конкуренції. Прибутковість та збитковість підприємства у короткотерміновому періоді. Визначення оптимального обсягу продажу та цінова політика. Умова досягнення і підтримання беззбитковості в довгостроковому періоді. Суть і передумови розвитку нецінової конкуренції. Поглиблення диференціації продукту: позитивні наслідки і загрози. Реклама товару. Вплив рекламної діяльності на обсяг продажу і витрати.

Наслідки нецінової конкуренції для споживачів: діапазон споживчого вибору і втрати вільного часу. Позитивний і негативний аспекти рекламної пропаганди товарів. Надлишкова виробнича потужність і наслідки для товаровиробника та суспільства в цілому.

МОДУЛЬ 4. РИНОК ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА У МІКРОЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Тема 12. Загальна характеристика ринку факторів виробництва. Ринок праці

Попит на товар та попит на фактори виробництва. Ринки факторів виробництва та їх функції в економіці. Споживання факторів виробництва: цілі та обмеження. Граничний фізичний продукт виробничого ресурсу.

Виробнича функція, витрати виробництва та попит на фактори виробництва. Вплив різновиду структури ринку товару на похідний попит. Особливості поведінки підприємства-покупця на моносонічному та олігосонічному ринках факторів виробництва.

Індивідуальний та галузевий попит на фактори виробництва. Функція галузевого похідного попиту. Зміна обсягу попиту та попиту в цілому. Цінова еластичність попиту на ресурс виробництва. Аналіз залежності між ринком товару та ринком ресурсу щодо обсягів та цін, її графічне зображення. Функція монопольного похідного попиту, аналітичне та графічне зображення. Порівняння похідних попиту за монополії та досконалої конкуренції. Попит на конкурентному ринку ресурсів, попит на ресурси з боку моносоніста.

Порівняння граничного доходу та граничних витрат товаровиробника за умов зміни одного фактору виробництва. Вартісний граничний продукт та ціна фактора. Основне правило визначення попиту на фактори виробництва. Умова довгострокової рівноваги підприємства з урахуванням похідного попиту.

Функції ринків ресурсів в економіці. Споживання виробником факторів виробництва: цілі і обмеження. Граничний фізичний продукт ресурсу, методика його обчислення і графічна інтерпретація. Гранична доходність ресурсу для різних виробників. Граничні витрати ресурсу і максимізація прибутку виробником. Попит на ресурси, зміна обсягу попиту та попиту в цілому. Цінова еластичність попиту на ресурс.

Праця як фактор виробництва, її мобільність. Суть та особливості використання поняття заробітної плати. Характеристика досконало

конкурентного ринку праці. Граничний виграш виробника від найманої праці. Обґрунтування рішення про наймання. Попит окремого виробника на працю. Формування галузевого та ринкового попиту на працю.

Еластичність пропозиції праці для галузей з різною динамікою витрат на виробництво. Обґрунтування вибору робітника щодо праці і відпочинку: інструментарій ординалістської теорії корисності. Ефекти доходу і заміщення за змін у рівні заробітної плати. Криві пропозиції праці, що „вигинаються назад”. Ринкова пропозиція послуг праці. Диференціація заробітної плати. Рівновага на ринку праці: двосекторна модель.

Попит монополії на працю і монополярна рівновага. Моносонічний та олігосонічний ринки, їх особливості. Граничні витрати на працю для моносоніста. Прийняття рішення про наймання на моносонічному ринку праці.

Монополярна влада продавців праці. Контроль профспілок над пропозицією робочої сили, рівнем заробітної плати та продуктивністю праці. Двостороння монополія і визначення реального рівня заробітної плати.

Дискримінація на ринках робочої сили. Проблеми еквівалентності праці.

Тема 13. Ринок капіталу. Ринок землі та природних ресурсів

Капітал як ресурс тривалого використання, форми капіталу. Рух капіталу і капітальні фонди. Поняття позичкового процента. Вплив ставки позичкового процента на короткострокові інвестиційні проекти підприємців. Обґрунтування інвестиційних рішень у тривалому періоді.

Часова перевага як економічна категорія. Гранична норма часової переваги, її графічна інтерпретація. Міжчасове бюджетне обмеження та міжчасова рівновага накопичувача. Ефекти зміни доходу і заміщення в результаті зміни ставки позичкового процента.

Ринкова ставка позичкового процента, однозначність її для позичальників та кредиторів. Вплив зміни ставки на рівноважний обсяг підприємницьких інвестицій. Поняття поточної або дисконтованої вартості, методика її обчислення. Поточна вартість і ринкова ціна основних фондів. Обґрунтування інвестиційних рішень щодо придбання основних фондів. Ризик в інвестуванні та оцінка надійності вкладень.

Особливості та чинники впливу на попит та пропозицію землі. Види земельної ренти: абсолютна, диференційна, монополярна. Ціна землі та фактори, що її визначають. Рента в будівництві. Ціна послуг земельного капіталу.

Тема 14. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту

Часткова та загальна рівновага. Необхідність визначення ринкової системи як цілого, дослідження взаємодії та взаємозалежності її частин. Аналіз загальної рівноваги. Ефект зворотного зв'язку. Система рівнянь загальної рівноваги за Вальрасом. Закон Вальраса.

Необхідність та вигоди ринкового обміну. Порівняння граничних норм заміщення для пар товарів, що обмінюються. Діаграма Еджворта. Ефективність

при обміні. Крива контрактів. Парето-ефективний розподіл. Крива можливостей споживачів. Загальна рівновага за Парето. Ефективність та справедливість. Основні підходи щодо справедливості в суспільстві.

Розподіл виробничих ресурсів. Крива виробничих контрактів. Парето-оптимальний розподіл ресурсів. Рівновага виробника на конкурентному ринку (фактори виробництва). Крива виробничих можливостей та ефективність випуску. Ефективність на конкурентних ринках товарів.

Сукупна (зведена) ефективність конкурентних ринків (при обміні, при використанні вкладень у виробництво, на ринку товарів). Причини обмеженої спроможності ринкового регулювання: наявність ринкової влади, непрозорість ринків, неповна чи асиметрична інформація, вплив зовнішніх ефектів, існування суспільно значущих благ, позаринкова діяльність економічних суб'єктів та неринкові механізми регулювання тощо. Оптимум та квазиоптимум ринкової системи. Теорія загальної рівноваги та політика у галузі економіки добробуту. Критерії оцінки добробуту.

Тема 15. Інституціональні аспекти ринкового господарства

Сучасна економічна теорія про права власності як сукупність санкціонованих норм поведінки. Трансформування власності та ринкові процеси. Офіційні та неофіційні інституції. Неповна раціональність та процесуальна раціональність у поведінці споживачів. Опортуністична поведінка.

Інституціональна природа сучасної фірми. Загальні, специфічні, інтерспецифічні ресурси фірми. Контрактна концепція фірми. Трансформаційні та трансакційні витрати.

Поняття про зовнішні ефекти. Негативні та позитивні зовнішні ефекти. Суспільні та приватні витрати (вигоди), коригуючі податки та субсидії. Теорема Коуза. Забруднення навколишнього середовища. Роль держави у вирішенні екологічних проблем.

Споживчі властивості суспільних благ: загальнодоступність, неконкурентність та невиключність. Суспільні блага та ефективність. Чисті суспільні блага, змішані блага та чисті локальні блага. Неспроможність ринкового механізму регулювати ефективність суспільних благ та функції держави.

4. ПЛАНИ ЛЕКЦІЙ

МОДУЛЬ 1. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки

- 1.1. Становлення і етапи розвитку мікроекономіки як науки.
- 1.2. Предмет, основні проблеми та функції мікроекономічної теорії.
- 1.3. Методологія мікроекономічного аналізу. Позитивний і нормативний підходи.

Рекомендована література:

Основна: [1], [4], [7], [10], [13], [14], [17]; додаткова: [27], [29], [30], [33], [36].

Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінка споживача

- 2.1. Поняття корисності та її основні ознаки.
- 2.2. Загальна і гранична корисність. 1-ий закон Госсена.
- 2.3. Кардиналістська функція корисності та раціональний вибір споживача. II-ий закон Госсена.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5], [6], [7], [10], [14], [17]; додаткова: [27], [33], [37].

Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача

- 3.1. Ординалістська функція корисності. Аксиоми ординалістського підходу.
- 3.2. Бюджетні обмеження і можливості споживача.
- 3.3. Рівновага споживача з ординалістських позицій.

Рекомендована література:

Основна: [1], [3], [7], [9], [12], [13], [15], [16], [17]; додаткова: [24], [37].

Тема 4. Аналіз поведінки споживача

- 4.1. Реакція споживача на зміну його доходу. Закон Енгеля.
- 4.2. Реакція споживача на зміну цін товарів.
- 4.3. Ефект заміщення і ефект доходу для нормальних і низькоякісних товарів. Товари Гіффена.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [7], [8], [9], [10], [14], [15]; додаткова: [27], [30], [33].

МОДУЛЬ 2. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ ВИРОБНИКА

Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємовідносини.

- 5.1. Індивідуальний і ринковий попит. Закон попиту.
- 5.2. Надлишок споживача та фактори, що його визначають.
- 5.3. Індивідуальна і ринкова пропозиція. Закон пропозиції.
- 5.4. Еластичність попиту і пропозиції.
- 5.5. Взаємодія попиту і пропозиції: ринкова рівновага.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [7], [8], [10], [11], [12], [15], [16]; додаткова: [22], [23], [24], [27], [30], [33].

Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства

- 6.1. Загальна характеристика процесу виробництва: ресурси і випуск.
- 6.2. Виробнича функція, її основні властивості та види.
- 6.3. Загальний, середній і граничний продукт змінного ресурсу.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [6], [7], [9], [10], [11], [12], [14]; додаткова: [18], [24], [27].

Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника

- 7.1. Ізокванта. Гранична норма технологічного заміщення.
- 7.2. Віддача від масштабу в довгостроковому періоді.
- 7.3. Оптимум виробника та траєкторія розвитку фірми.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [6], [10], [14], [16], [17]; додаткова: [18], [30], [33], [27].

Тема 8. Витрати виробництва

- 8.1. Економічні витрати та їх структура. Нормальний прибуток.
- 8.2. Короткострокові витрати. Зв'язок між величинами витрат і продукту.
- 8.3. Взаємозв'язок між коротко- і довгостроковими витратами.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [9], [10], [11], [12], [14], [15]; додаткова: [21], [24], [27], [29], [37].

МОДУЛЬ 3. МОДЕЛІ РИНКУ ПРОДУКТІВ

Тема 9. Ринок досконалої конкуренції

- 9.1. Ознаки та умови існування досконалої конкуренції.
- 9.2. Максимізація прибутку конкурентної фірми у короткостроковому періоді.
- 9.3. Умови мінімізації збитків і закриття фірми у короткостроковому періоді.
- 9.4. Довгострокова рівновага і пропозиція конкурентної фірми та галузі.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [11], [13], [16], [17]; додаткова: [23], [28], [33], [36], [38].

Тема 10. Монопольний ринок

- 10.1. Причини виникнення і види монополій.
- 10.2. Обсяг випуску, ціна і прибуток монополіста.
- 10.3. Цінова дискримінація.
- 10.4. Соціально-економічні наслідки панування монополії. Х-неефективність.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [7], [11], [14], [16]; додаткова: [20], [21], [23], [25], [30], [33], [34], [39].

Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція

- 11.1. Суть і причини виникнення олігополії.
- 11.2. Олігополістична конкуренція. Варіанти ціноутворення олігополістів.
- 11.3. Дуополія: моделі Бертрана та Курно.
- 11.4. Умови формування ринку монополістичної конкуренції.
- 11.5. Коротко- і довгострокова рівновага фірми – монополістичного конкурента.
- 11.6. Соціально-економічні наслідки панування олігополії та монополістичної конкуренції.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [6], [13], [14], [16], [17]; додаткова: [21], [22], [23], [30], [33], [34], [39].

МОДУЛЬ 4. РИНОК ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА У МІКРОЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Тема 12. Загальна характеристика ринку факторів виробництва. Ринок праці

- 12.1. Особливості ринків факторів виробництва.
- 12.2. Ринкова й індивідуальна пропозиція та попит на робочу силу.
- 12.3. Рівновага на конкурентному ринку робочої сили.
- 12.4. Монопсонічний ринок робочої сили.
- 12.5. Вплив профспілок на стан ринку праці.

Рекомендована література:

Основна: [1], [6], [7], [9], [10], [14]; додаткова: [24], [27], [30], [33], [36], [37].

Тема 13. Ринок капіталу. Ринок землі та природних ресурсів

- 13.1. Капітал, інвестиції та інвестиційний попит.
- 13.2. Поняття вибору у часі. Аналіз інвестиційних рішень.
- 13.3. Ринок землекористування. Рента та її різновиди.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [10], [14], [15], [17]; додаткова: [27], [30], [37].

МОДУЛЬ 5. РІВНОВАГА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКОВОЇ СИСТЕМИ

Тема 14. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту

- 14.1. Засади аналізу загальної ринкової рівноваги.
- 14.2. Ефективність у виробничій сфері та в обміні.
- 14.3. Концепції економіки добробуту.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [4], [9], [14], [15], [16]; додаткова: [24], [27], [35], [37].

Тема 15. Інституціональні аспекти ринкового господарства

- 15.1. Інституціональні основи мікроекономічного аналізу.
- 15.2. Суспільні блага.
- 15.3. Зовнішні ефекти в економіці.
- 15.4. Мікроекономічний аналіз перехідної економіки.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [4], [9], [12], [14], [15]; додаткова: [24], [26], [31], [32], [40].

5. МАТЕРІАЛИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМ

ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ І МЕТОД МІКРОЕКОНОМІКИ

Предмет, основні проблеми та функції мікроекономіки

Мікроекономіка як наука – це розділ економічної теорії, що вивчає поведінку та механізм прийняття рішень окремими господарськими одиницями (індивідами, домашніми господарствами, підприємствами, громадськими організаціями і державними агенствами), тобто мікросистемами.

Мікроекономіка намагається пояснити: як споживач витрачає свій дохід, щоб максимізувати задоволення; як фірми комбінують свої ресурси, щоб мінімізувати виробничі витрати і максимізувати прибутки; як та чи інша форма ринкової структури (досконала конкуренція, монополія, олігополія та ін.) виникає і як вона впливає на добробут суспільства; як уряд може впливати на поведінку господарських одиниць за допомогою субсидій чи податків; чому забруднення навколишнього середовища виникає і як його можна регулювати; чому надання деяких благ забезпечуються урядом.

Предметом мікроекономіки є економічна поведінка суб'єктів господарювання, на основі якої вони здійснюють свій вибір стосовно того, які товари (що) виробляти; як їх виробляти; як мають бути розподілені ресурси для виробництва належного обсягу благ належної структури; для кого виробляти блага в умовах обмежених економічних ресурсів.

Об'єктом дослідження мікроекономіки як науки є мікрорівень господарської системи. Мікроекономічний рівень господарської системи відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні її функціонування. На цьому рівні підприємства створюють товари та послуги, які задовольняють потреби окремих індивідів, домогосподарств, інших приватних та державних підприємств, установ, організацій, а також урядових структур. Мікрорівень – це система функціонуючих економічних суб'єктів та галузевих ринків, що мають свою структуру, специфіку ціноутворення, механізм саморозвитку та регулювання.

Об'єктами дослідження мікроекономіки є також різні типи ринкових структур, на яких зустрічаються та вступають у ринкові зв'язки покупці та продавці. Об'єктом мікроекономічного аналізу можуть бути умови часткової та загальної рівноваги тощо.

Основними *суб'єктами* мікроекономіки є домогосподарства, підприємства (фірми) та держава, які, у свою чергу, можуть виступати продавцями й покупцями, заощаджувачами та інвесторами, виробниками і споживачами і т.д.

Домогосподарство – об'єднання свідомо організованих індивідів (осіб) на основі спільного формування й використання ресурсного потенціалу та бюджету на принципах взаємодопомоги. Найхарактернішим прикладом домогосподарства є сім'я. Домогосподарство може бути одноосібним і багатоосібним. Кожна сім'я розглядається як окреме домогосподарство, і економічні відносини всередині сім'ї не є предметом традиційного економічного аналізу. До основних функцій домогосподарства як суб'єкта

мікроекономіки слід віднести: постачання факторів виробництва, отримання та розподіл сукупного доходу, споживання, створення умов для відтворення життєвих сил, здатності до праці.

Підприємства (фірми) – це будь-які господарюючі суб'єкти, які виробляють економічні блага (товари та послуги) з метою отримання прибутку, використовуючи обмежені економічні ресурси.

Одна людина може одночасно відігравати дві ролі – фірми та домогосподарства, бути споживачем і виробником. Класичний приклад – Робінзон Крузо. Ми можемо відокремити його аналіз рішень як виробника від аналізу рішень Робінзона як домогосподарства – споживача благ власного виробництва та власника виробничих факторів (коли він, наприклад, робить вибір між працею та відпочинком).

Держава як суб'єкт мікроекономіки – це сукупність органів влади всіх рівнів, які впливають на діяльність окремих господарських одиниць, регулюючи відносини між домогосподарствами і підприємствами, між самими підприємствами та взаємини підприємств і домогосподарств з державою.

Мікроекономіка вивчає, як окремі суб'єкти вирішують такі основні економічні проблеми:

1. *Що виробляти, тобто які блага виробляти і в якому обсязі.*

Будь-яка економіка завжди стоїть перед вибором, які та в якій кількості товари і послуги виробляти. Можливості суспільства в кожний момент обмежені. Через те, що жодне суспільство не має змоги виробляти всі товари і послуги, які хоче, воно змушене обирати, що виробляти, а від чого відмовитись.

Для графічного аналізу проблеми уявімо, що суспільство виробляє лише два узагальнені блага – інвестиційні товари (Y) та споживчі товари (X) і може варіювати обсяги виробництва кожного блага аж до повної відмови від виробництва одного з них за рахунок спрямування своїх рідкісних ресурсів на виробництво іншого. Тоді на площині у просторі двох благ (по горизонтальній вісі відкладаються обсяги блага X , по вертикальній – блага Y) можна показати межу виробничих можливостей цього суспільства (рис. 1.1) – криву $ABCD$, яка називається *межею виробничих можливостей (PPF)*.

Це сукупність різних комбінацій благ, які суспільство здатне виробити в будь-який визначений час при фіксованих ресурсах та при наявних технологіях за умови, що всі ресурси використовуються повністю і ефективно. Тобто будь-яка точка на цій кривій показує *максимально можливу* кількість одиниць обох благ, які виробляються при *повному* й *ефективному* використанні ресурсів в економіці.

Точки сектора OAD (обмеженого кривою PPF) утворюють *множину*

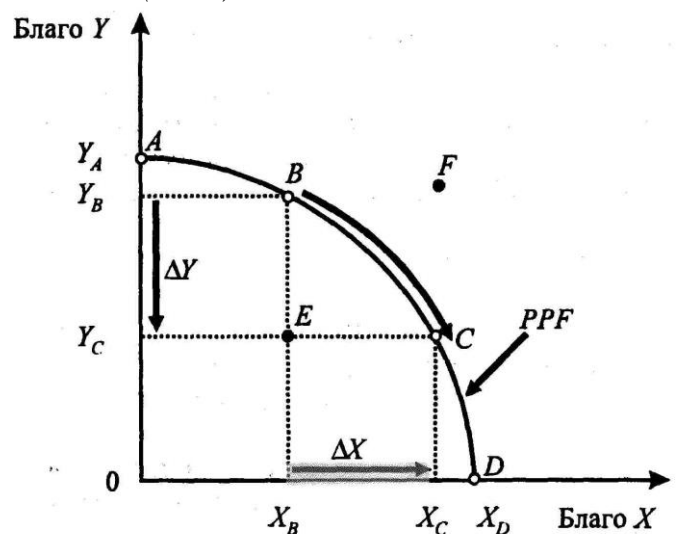


Рис. 1.1. Межа виробничих можливостей.

виробничих можливостей суспільства. Ефективність використання ресурсів означає, що неможливо з того самого обсягу ресурсів виробити будь-яке благо в більших обсягах без одночасного зменшення обсягів виробництва хоч одного з інших благ (це відомий *принцип ефективності Парето у виробництві*). Якщо всі ресурси вкласти у виробництво лише засобів виробництва, то вироблятимуться тільки інвестиційні блага в обсязі Y_A . Якщо всі ресурси вкласти у виробництво споживчих благ, тоді вироблятимуться лише вони в обсязі X_D . Комбінований випуск двох благ одночасно призводить до станів економіки В (X_B, Y_B) та С.

Стан економіки, якому відповідає точка F , недосяжний за даних обмежених можливостей. Стан економіки, якому відповідає точка E , розташована нижче межі можливостей, означає, що ресурси використані неповністю або неефективно; така ситуація має бути предметом турботи для влади, адже за цим можуть стояти як соціальні проблеми (безробіття), так і суто економічні (неефективність ринкових механізмів, нездатних за рахунок лише саморегуляції працювати з вищою віддачею). Розв'язання таких проблем потребує проведення відповідної державної політики.

Межа виробничих можливостей відома також під назвою *кривої трансформації*, тому що при русі вздовж цієї кривої (наприклад, від точки B до точки C) відбувається начебто трансформація одного блага в інше завдяки переорієнтації ресурсів з виробництва одного блага на інше.

2. Проблема ЯК виробляти?

Проблема „Як” полягає у визначенні організації виробництва: як розподілити ресурси між виробництвами різних благ? Які саме фірми повинні виробляти кожне із благ? Які комбінації ресурсів або яку технологію слід для цього використовувати? Наприклад, чи потрібно виробляти цукрові буряки з використанням великої кількості праці і малої кількості капіталу, чи, навпаки, малої кількості праці і великої кількості капіталу?

За ринкової економіки те, яким чином слід поєднати ресурси у виробництві, визначається ціновим принципом. Оскільки ресурси обмежені, фірми комбінуватимуть їх таким чином, щоб мінімізувати витрати виробництва і виробляти ті блага, які суспільство потребує і цінує найбільше. Коли ціна на ресурс зростає, фірми намагатимуться використовувати його ощадливо і замінювати іншими, дешевшими ресурсами, щоб мінімізувати витрати виробництва.

При виробництві благ ресурси слід використовувати так, щоб досягти стану ефективності у виробництві (тобто вийти на межу виробничих можливостей). Тоді подальше збільшення виробництва благ можливе за рахунок лише вдосконалення технологій або залучення додаткових ресурсів в економіку.

3. Проблема ДЛЯ КОГО виробляти?

Проблема "Для кого" ставить питання, хто купуватиме вироблені блага і отримуватиме користь від їх споживання? Як розподілити дохід, отриманий від продажу ресурсів, товарів та послуг?

При вирішенні цієї проблеми також діє ціновий принцип. Ті індивіди, які володіють найбільш цінними навичками (тобто кваліфікацією) або більшою кількістю інших ресурсів, отримуватимуть більші доходи і матимуть змогу

платити й вимагати від фірм виробляти більше благ, яких вони потребують. Більш вагомі „грошові” голоси таких споживачів дають їм змогу задовольняти чимало своїх потреб. Наприклад, у США суспільство виробляє більше товарів і послуг для посереднього фізика, ніж для клерка, тому що перший має більший дохід, ніж останній.

При вирішенні проблеми прийняття оптимальних рішень економічними суб'єктами мікроекономіка реалізує функції: 1) пояснення явищ, які спостерігаються; 2) прогнозування поведінки економічних суб'єктів; 3) розробка найкращих варіантів розв'язання економічних проблем.

Пояснення економічних явищ та прогнозування поведінки економічних суб'єктів належать до позитивного аналізу.

Позитивна мікроекономіка встановлює економічні зв'язки, що реально склалися, не даючи їм оцінки – добрі вони чи погані. Вона приймає дійсність такою, як є. Наприклад, позитивна мікроекономіка досліджує, що таке попит і пропозиція і які фактори на них впливають.

Нормативна мікроекономіка – це оцінювальні судження відносно правильності чи неправильності дій, вони відповідають на питання: якими мають бути економічні зв'язки, якою має функціонувати галузь, які рішення потрібно прийняти.

Рациональність – центральне поведінкове припущення мікроекономіки. Воно ґрунтується на понятті „людини економічної”. Така людина має принаймні дві ознаки: вона діє раціонально і керується власними інтересами або власною вигодою, як вона її розуміє. При виборі варіантів поведінки економічні суб'єкти мають на меті максимізацію свого зиску (вигоди). Зиск може бути як поточним, так і перспективним. Для економічного життя характерною є суперечність між поточним і перспективним зиском, що називається "ефектом Робін Гуда". Грабуючи багатих купців та роздаючи їхнє майно бідним, Робін Гуд поліпшував життя бідних. Однак, зрештою, купці взагалі припинили постачання товарів у цю місцевість, що призвело до різкого зростання цін та погіршення життя бідних.

Становлення і етапи розвитку мікроекономіки як науки

Як самостійний розділ економічної теорії мікроекономіка сформувалась в кінці XIX – на початку XX століття. Однак її становлення пройшло довгий шлях еволюційного розвитку. Засади мікроекономічного аналізу виявляються ще в класичній політичній економії.

Основоположниками мікроекономіки вважаються вчені Томас Мальтус і Жан-Батіст Сей. Закон спадної доходності Мальтуса та теорія трьох факторів виробництва Сея і нині використовуються в мікроекономіці. Однак при всій значущості відкриттів мікроекономічного характеру представниками пізнього класицизму становлення мікроекономіки як науки відбулось значно пізніше і пов'язується передусім з неокласицизмом.

У другій половині XIX ст. завершується становлення економіки з переважно ринковим механізмом її регулювання. За цих умов особливо актуальним стає дослідження практичних питань економічного життя

суспільства, що спричинило зміщення аспектів від з'ясування загальних принципів політичної економії до аналізу конкретних проблем господарської практики.

Мікроекономічний аналіз пройшов такі етапи еволюційного розвитку:

I етап (1845 – 1890). Закладаються основи мікроекономіки, формуються основні методологічні принципи дослідження. Найвідомішими представниками цього етапу є Г. Госсен (Німеччина), К. Менгер, Ф.Візер, Е.Бем-Бамверк (австрійська школа), Дж.Б. Кларк (американська школа).

Головними здобутками I етапу є [14, 35-36]:

- відкриття та формування двох законів Госсена: закону насичення потреб (спадної граничної корисності) та закону вирівнювання граничних корисностей;
- вчення про блага; суб'єктивна теорія цінності, згідно з якою цінність речей вимірюється їх граничною корисністю; вчення про взаємовигідність, а не еквівалентність обміну (К. Менгер);
- тлумачення політичної економії як розділу прикладної психології, яка пояснює економічні явища за допомогою аналізу мотивів економічної діяльності;
- теорія альтернативних витрат, згідно з якою:
 - обмеженість ресурсів визначає альтернативність способів їх використання;
 - витрати виробництва залежать від альтернативних можливостей, якими доводиться жертвувати, виробляючи певне благо;
 - витрати виробництва – плата за відволікання ресурсів від інших можливих способів використання;
 - цінність певного блага – це недоотримана корисність інших благ, які могли б бути вироблені за допомогою цих ресурсів, витрачених на виробництво цього блага.
- перехід від кардиналістського (кількісного) до ординалістського (порядкового) виміру корисності (Ф. Візер);
- розгорнутий виклад теорії цінності, яка ґрунтується на ідеї граничної корисності, виокремлення суб'єктивної (індивідуальної) та об'єктивної (ринкової) цінності (Е. Бем-Баверк);
- модифікація теорії граничної корисності в теорію граничної продуктивності (Дж.Б. Кларк).

II етап (1890 – 1933). На цьому етапі мікроекономіка виділяється в окрему галузь економічних досліджень на основі систематизації і узагальнення ідей пізньої класики, австрійської та американської шкіл. Представниками другого етапу є: А. Маршалл (Англія, кембриджська школа) та представники математичної школи В.С. Джевонс (Англія), Ф. Еджворт (Англія), Л. Вальрас (Швейцарія), В. Парето (Італія). Ця школа вперше широко використала апарат математики як інструмент економічних досліджень і спробувала описати ринок конкурентних товарів як замкнуту систему жорстких кількісних взаємозалежностей.

Внесок А. Маршалла (Англія) в теорію мікроекономіки полягає у [14, 36]:

- визнанні рушійними силами економічного розвитку економічної свободи та конкуренції;
- розмежуванні індивідуального та ринкового попиту;
- дослідженні цінової еластичності попиту і пропозиції;
- здійсненні аналізу „споживчого надлишку”;
- відкритті та формуванні законів: спадної, зростаючої та постійної продуктивності;
- виділенні довго- та короткострокових періодів;
- розвитку теорії ринкової рівноваги.

В.С. Джевонс (Англія):

- запропонував суб'єктивну теорію пропозиції праці;
- ввів до економічного аналізу фактор часу.

Л. Вальрас (Швейцарія):

- виділив із загальної системи економічних наук:
 - чисту економічну теорію (позитивну);
 - прикладну економічну теорію (нормативну);
 - соціальну економічну теорію (теорію політики);
- розробив мікроекономічну модель загальної економічної рівноваги.

Внесок А. Пігу (Англія) в мікроекономічну теорію полягає в розробці економічної теорії добробуту:

- обґрунтуванні поняття "економічний добробут" та найважливіших його факторів;
- дослідженні проблеми узгодження інтересів індивідів, фірм та суспільства в аспекті відносин розподілу;
- започаткуванні сучасної теорії зовнішніх ефектів (екстерналій);
- обґрунтуванні необхідності доповнення економічної політики "laissez faire" державним регулюванням з виокремленням прямих та непрямих засобів впливу держави на економіку;
- доведенні, що більш рівномірний розподіл доходу максимізує суспільний добробут.

III етап (з 1933 р. – до сьогодні). На цьому етапі мікроекономіка розвивається на власній основі й поповнюється новими відкриттями. Здобутками в мікроекономічній теорії цього періоду є:

- відкриття ефекту доходу та ефекту заміщення (Є. Слуцький, Д. Хікс);
- розробка теорії монополістичної та недосконалої конкуренції (Е. Чемберлін та Дж. Робінсон);
- розробка теорії ігор (Дж. Неш, О. Моргенштерн, Дж. фон Нейман);
- розробка теорії невизначеності, інформації (Дж. Стігліц);
- розробка теорії суспільних благ (П. Самуельсон, Д.Х. Б'юкенен);
- розробка інституціональної теорії фірми (Р.Х. Коуз).

Методологія мікроекономічного аналізу. Мікроекономічні моделі.

Панівною методологічною основою сучасної мікроекономіки є маржиналізм, адже виокремлення мікроекономіки в самостійну науку збіглося з періодом маржинальної революції, яка ознаменувала перехід від класичної політичної економії до неокласичної економічної теорії (кінець XIX ст.).

Основні теоретичні засади маржиналізму:

- суб'єктивно-психологічний підхід до дослідження економічних явищ і процесів;
- перетворення політичної економії з науки про об'єктивні закони економічного розвитку в науку про поведінку економічних суб'єктів;
- примат сфери обміну та споживання над виробництвом;
- егоїстичний інтерес індивіда визначає його економічну поведінку;
- джерелом формування цінності (вартості) є корисний ефект блага;
- розмежування сукупної та граничної корисності.

Досягнення цілей мікроекономіки пов'язане з використанням певних методів пізнання економічного життя суспільства. Одними з основних методів дослідження в мікроекономіці є:

1. Індукція – це хід дослідження від окремих фактів до загальних висновків і узагальнень. Фактами слугують статистичні дані, результати анкет, спостереження та ін.;

2. Дедукція – це висування гіпотез на основі несистематичних спостережень, практичного досвіду, інтуїції, логічних роздумів із подальшою їх перевіркою на фактах. Тобто хід дослідження йде від попередніх висновків(гіпотез) до фактів. Гіпотеза – це попереднє судження про існування певної залежності між економічними явищами. Вивчаючи якесь економічне явище, економісти не можуть досліджувати всі його деталі.

3. Аналіз – уявне розчленування об'єкта дослідження на частини (сторони, ознаки, властивості, риси, функції, відношення), вивчення кожної із частин окремо.

4. Синтез – це уявне поєднання в єдине ціле розчленованих аналізом частин. Уявне (мисленне) розчленування та поєднання елементів (складових) об'єкта здійснюється за допомогою абстрактних понять.

5. Абстрагування – це навмисне спрощення досліджуваного об'єкта шляхом виключення з аналізу деяких його деталей. Наприклад, при розгляді домогосподарства ми не враховуємо смаки, уподобання та переваги кожного члена сім'ї, а вважаємо домогосподарство єдиною неподільною одиницею.

6. Функціональний аналіз. У ході його здійснення в досліджуваному явищі виділяється головна риса, яка нас цікавить, а потім розпочинається пошук факторів, що на неї впливають. Після встановлення таких факторів визначається спосіб їх взаємодії з виділеною головною рисою, тобто функція. Необхідно зазначити, що з'ясування функціонального взаємозв'язку важливе навіть тоді, коли чітке визначення причинно-наслідкових зв'язків між досліджуваними явищами ускладнене.

7. Методи статички й динаміки. Метод статички передбачає порівняння різних рівноважних станів, при цьому перехід від однієї рівноваги до іншої

залишається поза аналізом. Метод динаміки, навпаки, вимагає аналізу власне переходу від одного стану рівноваги до іншого.

8. **Граничний аналіз** – це дослідження того, як кожна додаткова операція, здійснена за певний період, впливає на мету, досягти якої прагне людина. Прикладами таких граничних величин можуть бути граничні витрати (витрати, необхідні для збільшення результату на одиницю) чи гранична корисність (корисність, яку приносить споживання додаткової одиниці блага).

9. **Моделювання** – це опосередкований метод наукового дослідження, коли оригінальний об'єкт аналізу замінюється ідеальним – моделлю, що існує у відповідній знаковій формі та функціонує за законами логіки, яка відображає реальні економічні процеси. Мікроекономічні дослідження, як правило, розпочинаються зі збирання та вивчення фактів економічного життя. Узагальнення їх, виділення найсуттєвіших та абстрагування від другорядних, дослідження причинно-наслідкових зв'язків дає змогу встановити мотиви поведінки економічних суб'єктів та побудувати модель. Модель – це уявний або реальний об'єкт, який у процесі дослідження замінює об'єкт – оригінал.

Одними з найголовніших причин використання модельного підходу є недоступність об'єкта – оригіналу або небезпечність безпосереднього його дослідження. Оскільки економіка – це наука про людей, то експериментувати потрібно, над людьми, що, м'яко кажучи, не завжди бажано. Економіст має справу не лише з моделями того, що вже відбулось чи відбудеться, а й того, що може не здійснитися ніколи.

Побудова моделі пов'язана з втратою частини інформації про об'єкт, який досліджується. Це допомагає абстрагуватися від його другорядних елементів, сконцентруватися на головних складових системи та їхніх взаємозв'язках. Відомі величини, що вводяться у модель у готовому вигляді, називаються *екзогенними*; величини, які отримують у рамках моделі при вирішенні поставленого завдання, називаються *ендогенними*.

Найпростішим видом економіко-математичного моделювання є моделювання у двовимірному просторі – за допомогою графіків. Саме цей метод найчастіше використовується у мікроекономіці.

ТЕМА 2. ТЕОРІЯ ГРАНИЧНОЇ КОРИСНОСТІ ТА ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА

Поняття корисності та її основні ознаки

Споживач, виходячи на ринок, має на меті придбати деяку кількість товарів або послуг для того, щоб задовольнити свої потреби. При цьому він орієнтується на властивості товарів задовольняти потреби та приносити задоволення.

Потреби – це внутрішні збуджуючі стимули діяльності людини. Це стан незадоволення, який людина хоче змінити, або задоволення, яке вона хоче продовжити. Враховуючи різноманітність людських потреб, їх можна об'єднати у групи, використовуючи ті чи інші класифікаційні ознаки.

Одночасно задовольнити всі потреби неможливо, людина ранжирує потреби за ступенем їх важливості у кожен даний момент.

Блага – це товари, послуги та соціальні й екологічні умови, які задовольняють потреби людини або які людина вимушена споживати чи використовувати.

Економічні блага – це блага, в яких відчувається певна нестача, тобто їх не вистачає на всіх. Залежно від своєї корисності блага поділяються на блага з додатною корисністю та блага з від’ємною корисністю (або антиблага). Блага з додатною корисністю – це блага, збільшення обсягу яких у розпорядженні людини є привабливим для людини (відпочинок житло, одяг). Блага з від’ємною корисністю або антиблага – це блага, збільшення яких небажане для людини (наявність CO₂ у повітрі або радіонуклідів).

Залежно від впливу рівня доходу на обсяг споживання розрізняють нормальні блага та блага низької споживчої цінності (неякісні блага). Нормальні блага – це блага, обсяг споживання яких зростає при зростанні доходу (більшість товарів і послуг). Блага низької споживчої цінності – це блага, обсяг споживання яких спадає при зростанні доходу (одяг чи взуття, що вийшли з моди, дешеві продукти харчування).

Корисність – це задоволення, яке споживач отримує від споживання товарів чи послуг або від будь-якої діяльності. Термін „корисність” ввів англійський вчений Джемері Бентам. Корисність – поняття виключно індивідуальне: те, що для одного споживача може мати високу корисність, іншим може сприйматись як антиблаго (наприклад, кава, сигарети, алкоголь).

Розрізняють *пряму, непрямую та повну* корисність. Якщо благо безпосередньо впливає на умови життя людини, то вважається, що воно має *пряму* корисність.

Якщо благо безпосередньо не впливає на добробут людини, а використовується для виготовлення товарів, що мають пряму корисність, то воно має *непряму* корисність. Сукупність прямої та непрямої корисності є *повною* корисністю блага.

Для викладення теорії вибору споживача та інших досліджень корисності представниками кардиналістської теорії (яка говорить про те, що корисність можна виміряти кількісно) запропонована одиниця виміру корисності – „ютіль” (від англ. слова utility – корисність). Тоді рівень корисності людини, яка споживає набір із n товарів у кількості $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$, можна виразити функцією корисності.

Функція корисності – це економіко-математична модель, котра відображає зв’язок між певною кількістю економічних благ, які споживач прагне придбати, і рівнем корисності, яку споживач сподівається отримати від споживання цих благ протягом певного періоду:

$$U = f(x_1, x_2, \dots, x_n), \quad (2.1)$$

де U – корисність,

x_1, x_2, x_3, x_n – кількість відповідних товарів, що споживається за даний період.

Загальна і гранична корисність. 1-й закон Госсена

Сукупна корисність (TU) – це загальне задоволення, яке отримує споживач від спожитих ним товарів чи послуг. TU зростає у процесі споживання, але вона зростає все меншими і меншими темпами.

Гранична корисність (MU) – це приріст корисності від споживання кожної додаткової одиниці товару чи послуги ($MU = \Delta TU / \Delta Q$). Гранична корисність блага спадає, тобто корисність кожної наступної одиниці блага, яку одержуємо в даний момент, менше корисності попередньої одиниці – **перший закон Госсена**.

На системі графіків показано взаємозв'язок сукупної та граничної корисності (рис. 2.1).

Точка *N* – точка максимальної загальної корисності (TU). Її ще називають точкою насичення. Цій точці відповідає нульове значення граничної корисності. Гранична корисність знижується до від'ємних величин, адже благо при надмірному споживанні стає антиблагом.

Для побудови графіка скористаємося табл. 2.1, в якій наведемо умовні дані.

Таблиця 2.1. Сукупна та гранична корисність різної кількості економічного блага X.

Кількість блага X, од.	Сукупна корисність, TU, ют.	Гранична корисність, MU, ют.
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	-2

На основі даних табл. 2.1 і графіків (рис. 2.1) можна зробити такі висновки:

- 1) якщо людина споживає більшу кількість товару X, то загальна корисність від споживання зростає (від 0 до 30 ют.);
- 2) зростання загальної корисності від більшої кількості благ відбувається тільки до точки насичення, де загальна корисність досягає максимуму (30 ют.);

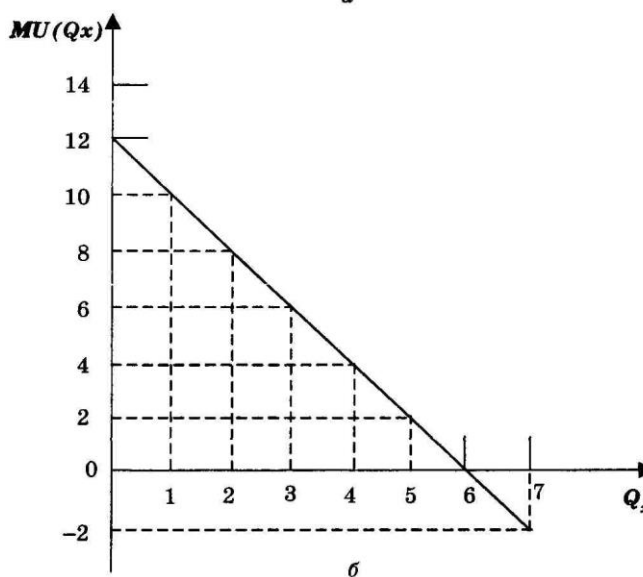
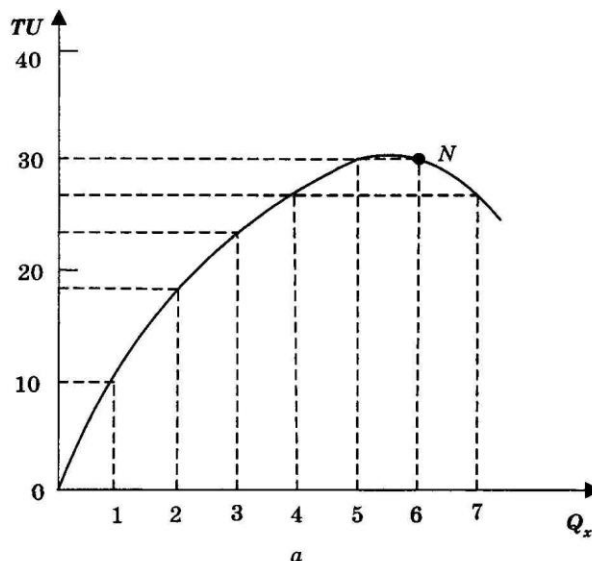


Рис. 2.1. Взаємозв'язок сукупної та граничної корисності

3) після точки насичення загальна корисність спочатку залишається незмінною, а потім зменшується (від 30 до 28 ют.);

4) одночасно зі зростанням сукупної корисності товару X на певному етапі зменшується задоволення (корисність) від споживання кожної додаткової одиниці товару. У нашому прикладі це зменшення MU_X відбувається вже з другої одиниці товару. Але така динаміка граничної корисності не безумовна.

Є випадки, коли кожна наступна одиниця товару спочатку збільшує його граничну корисність і тільки з часом вона почне зменшуватися. Може мати місце й ситуація, за якої додаткова одиниця товару не лише зменшує додатну граничну корисність, а перетворює її у від'ємну величину.

Наприклад, перша ін'єкція антибіотика при пневмонії менш корисна, ніж друга, третя – корисніша, ніж друга і т. д. протягом перших трьох діб, а потім гранична корисність кожної наступної ін'єкції зменшується, хоча загальна корисність зростає (від 4 до 7 днів), а подальше вживання такого антибіотика може зашкодити (від'ємна корисність).

Незважаючи на те, коли саме (спочатку чи згодом) починає зменшуватися корисність кожної додаткової одиниці економічного блага, зменшення граничної корисності, пов'язане зі споживанням додаткової кількості одного й того самого блага, є закономірним. Цей зв'язок в економічній теорії називають *законом спадної граничної корисності*.

Конкретним прикладом дії закону є споживання кави (квасу, цигарок, морозива тощо). Перша чашка кави любителю і знавцеві цього напою приносить насолоду, але недостатню для повного задоволення. Друга – більшу насолоду. Третя – вже меншу, ніж друга. Четверта – меншу, ніж третя. А п'ята може викликати відразу (корисність зі знаком мінус).

Із розглянутих вище тенденцій сукупної та граничної корисності є деякі винятки. Для *антиблаг* максимальна корисність досягається за їх відсутності, а функція корисності є монотонною спадною (рис. 2.2). Іноді трапляються випадки, коли гранична корисність може бути зростаючою (для людей, що перебувають у полоні сильних пристрастей: колекціонерів, наркоманів, алкоголіків) – рис. 2.3. Зростаюча гранична корисність може спостерігатись лише у певному інтервалі споживання блага.

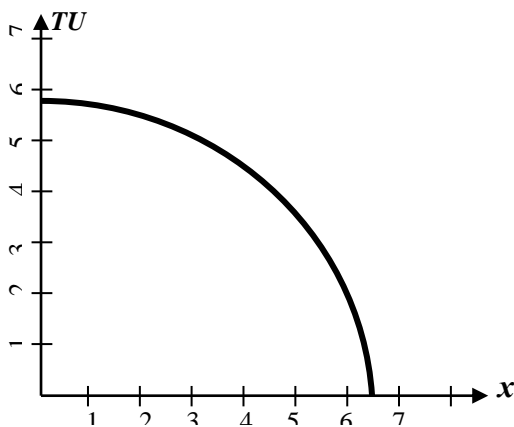


Рис. 2.2. Динаміка сукупної корисності для антиблаг

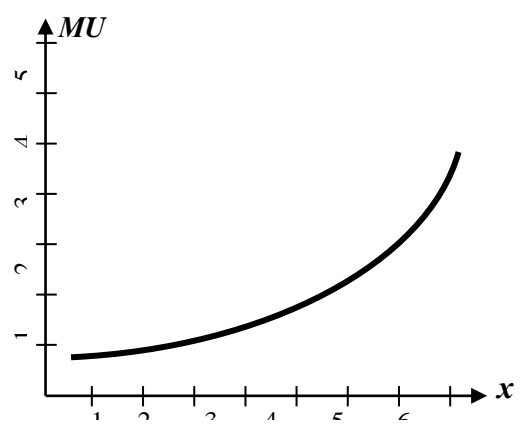


Рис. 2.3. Динаміка зростаючої граничної корисності

Є блага з додатною корисністю, які при надмірному споживанні можуть бути антиблагами, наприклад, ліки. Корисність ліків полягає в суворому дозуванні. Подібно, надмірне перебування на сонці може призвести до опіків та захворювання шкіри.

Кардиналістська функція корисності та раціональний вибір споживача.

Другий закон Госсена

Рівновага споживача – це досягнення максимальної сукупної корисності, це оптимальний набір товарів, що максимізує корисність при певному обмеженому рівні бюджету (доходу) споживача. Така рівновага передбачає: як тільки споживач отримує даний набір товарів – у нього зникає стимул змінювати цей набір на інший.

Якщо споживач не заощаджує частину своїх доходів, не бере та не дає в борг, то бюджет споживача можна виразити через його витрати:

$$I = P_A A + P_B B + \dots + P_X X, \quad (2.2)$$

де I – бюджет споживача;

A, B, X – споживчі товари;

P_A, P_B, P_X – ціни відповідних товарів.

Рівність 2.2 називають бюджетним обмеженням.

У економічній теорії існувало два підходи до визначення корисності: *кількісний (кардиналістський)* і *порядковий (ординалістський)*. Кардиналістська концепція ґрунтується на передумові, що споживач здатен кількісно визначити міру задоволення власних потреб тим чи іншим економічним благом. Оскільки не було одиниці кількісного визначення корисності, то вчені домовилися використовувати умовну одиницю – ютиль. Отже, *кардинальна корисність* означає, що індивід може надавати спеціальні значення або числа в ютилях корисності будь-якої спожитої кількості товару (або кошика товарів).

Із позицій кардиналістського підходу максимальна корисність при певному бюджеті досягається тоді, коли остання грошова одиниця, яка використана на придбання товару А, і остання грошова одиниця, використана на придбання товару В, забезпечують однакову граничну корисність. Це можна виразити рівнянням:

$$MU_A / P_A = MU_B / P_B = \dots = MU_N / P_N \quad (2.3)$$

Споживач при заданих цінах і бюджеті максимізує свою функцію корисності, якщо відношення граничної корисності блага до його ціни однакове по всіх благах. Цей висновок називають *другим законом Госсена*. Коли споживач розподіляє свій бюджет у відповідності з другим законом Госсена, тоді його структура покупок стає оптимальною (досягається оптимум споживача). Такий стан називають *рівновагою споживача*, оскільки будь-яка зміна у структурі покупок знижує рівень його задоволення.

Припустимо, що $MU_A / P_A > MU_B / P_B$, наприклад:

$MU_A = 40$ ютилів за 1 кг, $P_A = 2$ грн./кг;

$MU_B = 50$ ютилів за 1 кг, $P_B = 4$ грн./кг, тому:

$$MU_A / P_A = 40 / 2 > MU_B / P_B = 50 / 4.$$

Очевидно, що при цьому покупець не досягає максимуму задоволення. Він може скоротити споживання товару В на 1 кг, втративши 50 ютилів. Але на зекономлені 4 грн. можна купити 2 кг товару А, що дасть додатково приблизно 80 ютилів (приблизно тому, що другий кілограм товару А може принести меншу корисність, наприклад 38, а не 40 ютилів). Чистий вигравш становить приблизно $80 - 50 = 30$ ютилів.

Із зменшенням споживання товару В збільшується його гранична корисність і, навпаки, із збільшенням споживання товару А зменшується його гранична корисність. Тому різниця між MU_a/P_a і MU_b/P_b буде зменшуватись. Перерозподіл витрат буде тривати до тих пір, поки відношення граничної корисності до ціни для кожного реально спожитого товару не стане однаковим:

$$MU_a/P_a = MU_b/P_b.$$

Споживач, який максимізує свою корисність, купуватиме товари таким чином, щоб їх граничні корисності в розрахунку на грошову одиницю ціни були рівні. Цей підхід називається *еквімаржинальним принципом*. Відношення MU_a/P_a показує приріст загальної корисності в результаті збільшення витрат на товар А на 1 грн. Кожне відношення з рівності (2.3) можна вважати граничною корисністю грошей (точніше 1 гривні). Ця величина показує, на скільки ютилів збільшується загальна корисність при збільшенні доходу споживача на 1 грн.

ТЕМА 3. ОРДИНАЛІСТСЬКА ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Аксіоми ординалістського підходу. Криві байдужості

Як зазначалося у темі 2, представники кардиналістської теорії поведінки споживача (кардиналісти) стверджували, що індивід може надавати спеціальні значення або числа в ютилях корисності будь-якої кількості спожитого товару. Ординалісти ж доводять, що споживач лише ранжує (впорядковує) корисність, отриману від споживання різної кількості товарів. Таким чином, споживач знає, що споживання двох одиниць товару (наприклад, піци) дає йому більшу корисність, ніж споживання однієї одиниці, не вказуючи точно, яку кількість додаткової корисності забезпечує додаткова одиниця товару, тобто друга піца.

Отже, у зв'язку з тим, що неможливо визначити ступінь корисності певного блага в ютилях, вчені запропонували реальніший метод виміру корисності – порядковий (ординалістський). Порядкова корисність означає, що вподобання споживача можна упорядкувати.

Ординалістський (порядковий) підхід до аналізу корисності ґрунтується на таких припущеннях (аксіомах):

1) *Аксіома повноти (порівняльності)* – споживач може порівняти будь-які два набори благ, тобто вказати, що для нього один з двох наборів є кращим або вони еквівалентні.

2) *Аксіома транзитивності* – означає несуперечливість уподобань у тому сенсі, що коли для даного споживача кошик Х кращий за У, а У кращий за Z, то це означає, що Х кращий за Z. Це припущення дає можливість однозначно

вибудувати всі товари у послідовності зростання або спадання задоволення від їх споживання.

3) *Аксіома монотонності* – впливає з бажань людини мати якомога більше благ, адже споживач віддає перевагу більшій, аніж меншій кількості благ; цю властивість ще називають *ненасичуваністю потреб*.

4) *Аксіома спадної граничної корисності* – гранична корисність блага зменшується із збільшенням обсягу його споживання.

Ці припущення можуть бути використані для зображення індивідуальних переваг споживача з використанням кривих байдужості.

Вибір споживача можна виразити за допомогою кривої байдужості. **Крива байдужості** – це крива, кожна точка якої характеризує споживацький вибір у вигляді певного набору товарів чи послуг (ринковий кошик чи споживчий кошик), що забезпечує однаковий рівень корисності. Таку назву дана крива отримала тому, що споживачеві байдуже, який набір товарів придбати, адже вони приносять йому однакову корисність. Набір споживчих кошиків з однаковим рівнем корисності називають *набором байдужості*.

Криві байдужості – це інструмент для *моделювання вподобань*. Якщо на площині координат по одній осі відкладати обсяг споживання одного блага (наприклад, хліба), а по другій – іншого (скажімо, м'яса), то крива байдужості – це всі комбінації обсягів цих двох благ, які для індивіда є еквівалентними (за інших рівних умов забезпечують однаковий рівень корисності) – рис. 3.1.

Якщо йдеться про блага (на відміну від антиблаг), то згідно з аксіомою ненасичуваності збільшення споживання одного блага при незмінних обсягах споживання інших благ завжди збільшить загальну корисність людини (рівень добробуту). Тобто всі набори благ, що містяться вище кривої байдужості, забезпечують більший рівень корисності.

Множину кривих байдужості, які відповідають різним рівням корисності, називають картою кривих байдужості (рис. 3.2).

Споживач максимізує свою корисність, якщо він знаходиться на кривій байдужості, яка максимально віддалена від початку координат.

Основні риси кривої байдужості:

1. Для будь-якої комбінації двох товарів є інші комбінації цих самих товарів, які мають однакову загальну корисність для споживача.

2. Крива байдужості має нисхідний нахил (спадний характер). Він пояснюється тим, що для збереження незмінної загальної корисності по кривій байдужості має бути зворотний зв'язок між товарами, що формують споживчий кошик. Тобто, зменшення кількості одного товару в споживчому кошику має

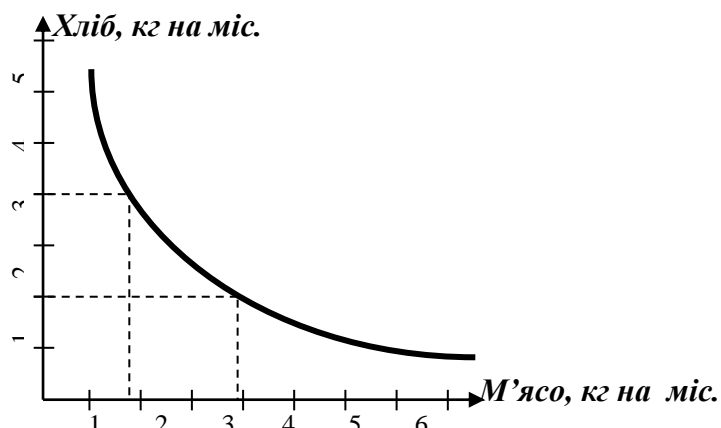


Рис. 3.1. Крива байдужості

компенсуватися збільшенням кількості другого товару для збереження загальної корисності споживчого кошика.

3. Крива байдужості має опуклу до початку координат форму. Це означає, що нахил кривої байдужості стає плоскішим у міру наближення її до горизонтальної та вертикальної осей координат. Така конфігурація кривої байдужості – свідчення дії закону спадної граничної корисності. Рухаючись по кривій байдужості (рис. 3.1) згори донизу спостерігаємо, що чим менше у споживчому кошикові товару Y (хліба), тим ціннішим він стає для споживача, тим важче споживач відмовляється від цього товару, сплачуючи за кожну одиницю відмови від товару Y більшу плату, яка вимірюється обсягом товару X .

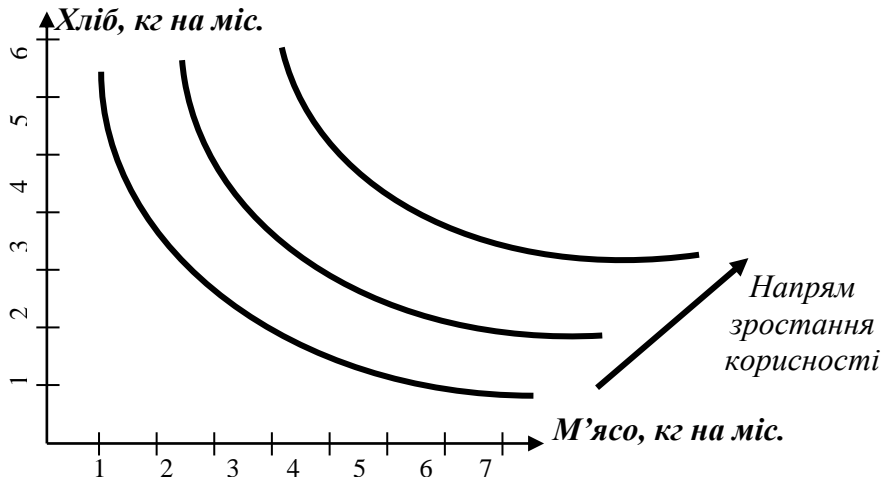


Рис. 3.2. Карта кривих байдужості

Описана поведінка споживача математично представлена *граничною нормою заміщення (MRS)* одного товару іншим. Тобто перехід від однієї до іншої точки вздовж кривої байдужості означає, що індивід згоден пожертвувати певною кількістю одного блага в обмін на інше. Максимальна кількість одного блага, якою людина згодна пожертвувати в обмін на одну додаткову одиницю іншого, називається *граничною нормою заміщення (MRS)* – рис. 3.3.

Гранична норма заміщення розраховується за формулою:

$$MRS_{yx} = - \Delta y / \Delta x \quad (3.1)$$

Особливості величини граничної норми заміщення:

а) гранична норма заміщення є завжди від'ємною величиною, оскільки показує відмову (-) від певної кількості одного товару заради збільшення на 1 одиницю кількості іншого товару, тому при її розрахунку перед дробом ставимо знак мінус, щоб отримати додатню величину;

б) Гранична норма заміщення зменшується за абсолютною величиною у міру руху вниз по кривій байдужості.

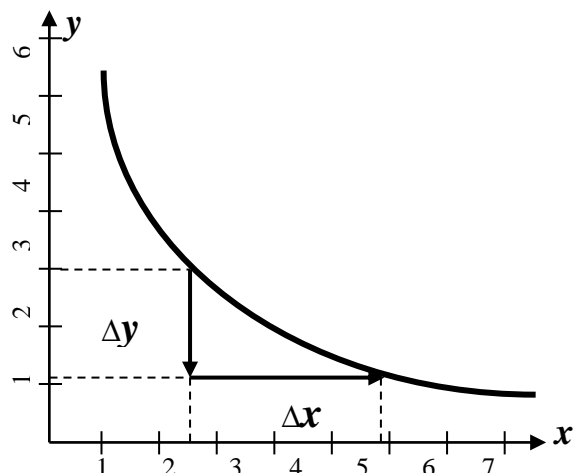


Рис. 3.3. Графічна інтерпретація заміни товару Y товаром X

Гранична норма заміщення є мірою відносної корисності двох благ, тобто MRS – це, по суті, і є гранична корисність блага, виміряна не в абстрактних одиницях корисності, а в одиницях іншого блага:

$$MRS_{yx} = MU_x / MU_y.$$

Форми (види) кривих байдужості визначаються уподобаннями споживача і залежать від ступеня взаємозамінності благ у споживанні. Адже для споживача існує певна заміність благ – додаткова кількість одного блага компенсує йому втрати іншого. Якщо така заміність відсутня (споживач не відмовиться від жодної одиниці певного блага, яку б кількість іншого блага йому не пропонували), то криві байдужості матимуть форму прямого кута (рис. 3.4). Два блага, криві байдужості для яких мають таку форму, називають *абсолютними доповнювачами*.

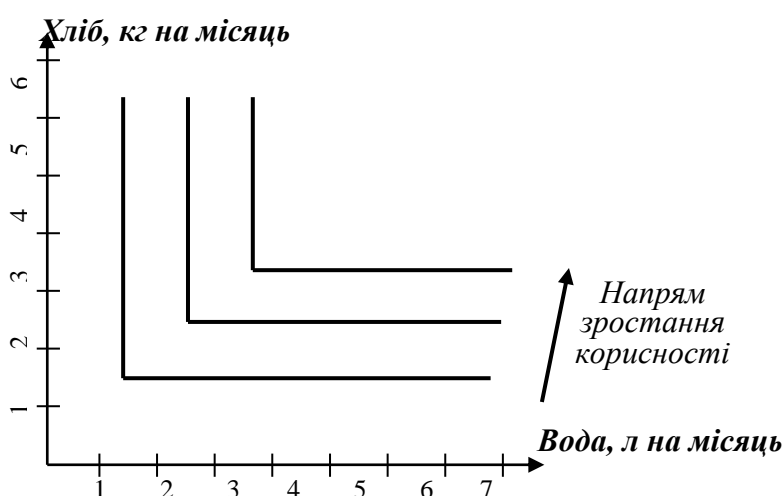


Рис. 3.4. Карта кривих байдужості для благ – абсолютних доповнювачів (повна відсутність взаємозамінності)

Протилежним випадком є *абсолютна заміність благ* – коли споживач згоден обмінювати одне на інше в одній і тій самій пропорції незалежно від того, який загальний обсяг одного чи іншого блага у нього є (рис. 3.5).

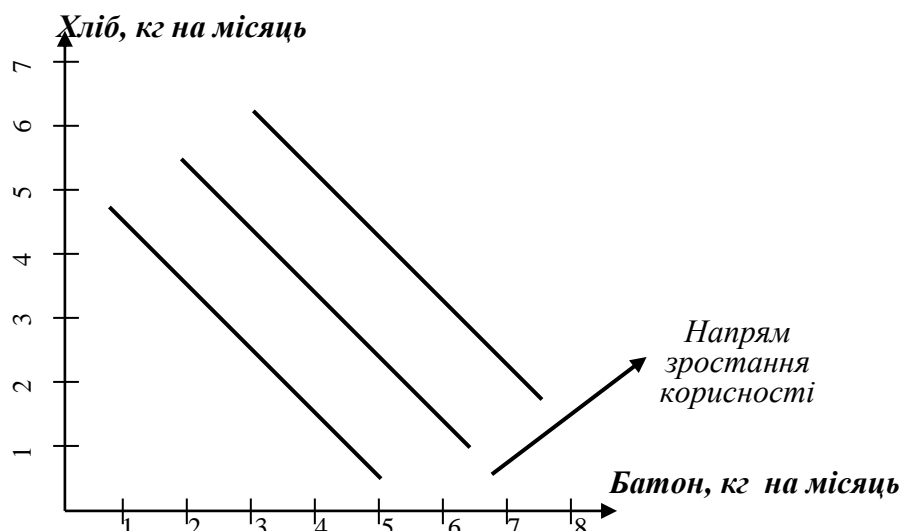


Рис. 3.5. Карта кривих байдужості для благ – абсолютних заміників

Бюджетні обмеження і можливості споживача

Вибір споживача залежить не тільки від його уподобань і переваг, а й від бюджету. **Бюджет** – це кількість грошей, яка доступна споживачеві для витрат у певний період часу. Для аналізу впливу бюджетних обмежень на вибір споживача будемо вважати, що:

- розмір бюджету домогосподарства на споживання визначається розміром поточного доходу;
- на споживання витрачається весь обсяг поточного доходу.

Крім розміру наявного бюджету, обмежуючим фактором є ринкові ціни благ. Залежність обсягів споживання благ від розміру бюджету показує **бюджетна лінія** (*лінія бюджетних обмежень*).

Бюджетна лінія показує всі можливі набори благ, які домашнє господарство спроможне придбати протягом певного періоду за наявного бюджету за умови, що весь бюджет витрачається повністю. Тобто графічно бюджетне обмеження можна представити як лінію, що показує доступні комбінації благ (рис.3.6).

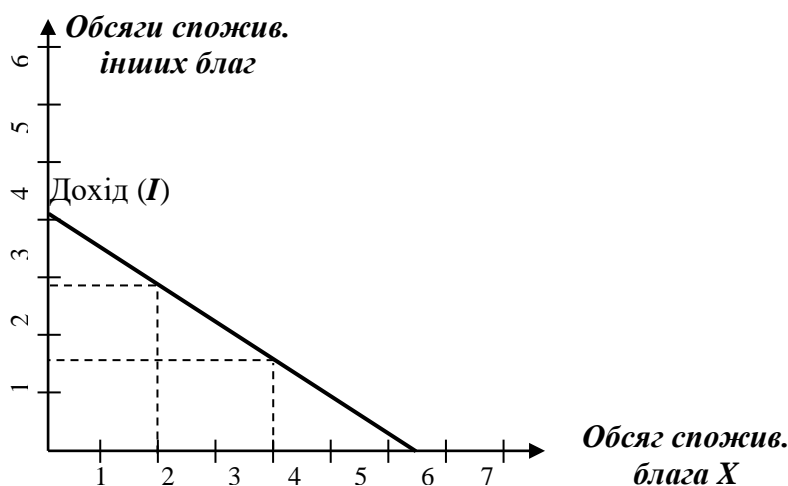


Рис. 3.6. Бюджетна лінія

При доході розміром I людина може придбати I/P_x одиниць блага x , витративши на нього увесь свій дохід. Інша крайність – не купувати благо x зовсім, витрачаючи дохід на інші блага. Усі можливості домогосподарства, за умови, що весь бюджет витрачається, можуть графічно бути представлені відрізком між цими двома точками – він називають **бюджетною лінією**.

Нахил бюджетної лінії має важливу економічну інтерпретацію – він показує, яким обсягом споживання всіх інших благ необхідно пожертвувати, щоб збільшити споживання блага X на одиницю. Чим крутіша лінія бюджетного обмеження, тим більшою кількістю товарів треба пожертвувати для отримання додаткової одиниці товару X .

Зміна доходу та цін на товари змінює положення лінії бюджетного обмеження. Збільшення доходу означатиме паралельний зсув бюджетної лінії праворуч угору (і, навпаки, – при зменшенні доходів) – рис.3.7.

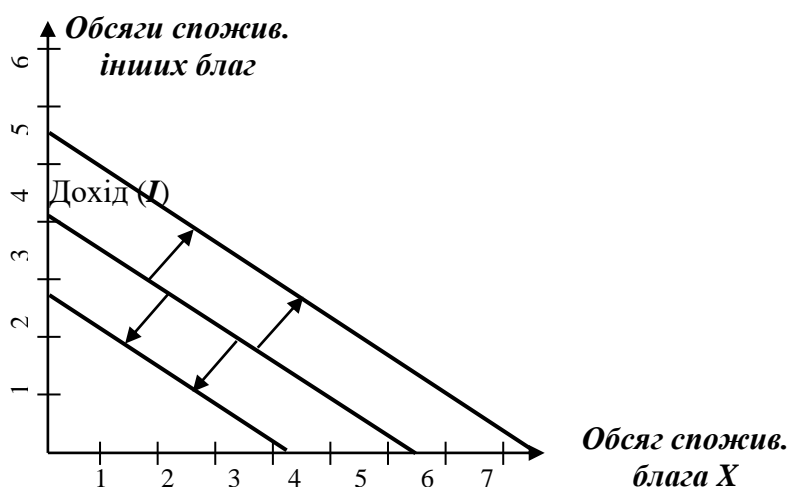


Рис. 3.7. Зміна положення бюдж. лінії під впливом зміни доходу споживача

Зміна ціни блага X означатиме поворот бюджетної лінії навколо точки, що позначає дохід домогосподарства – рис. 3.8.

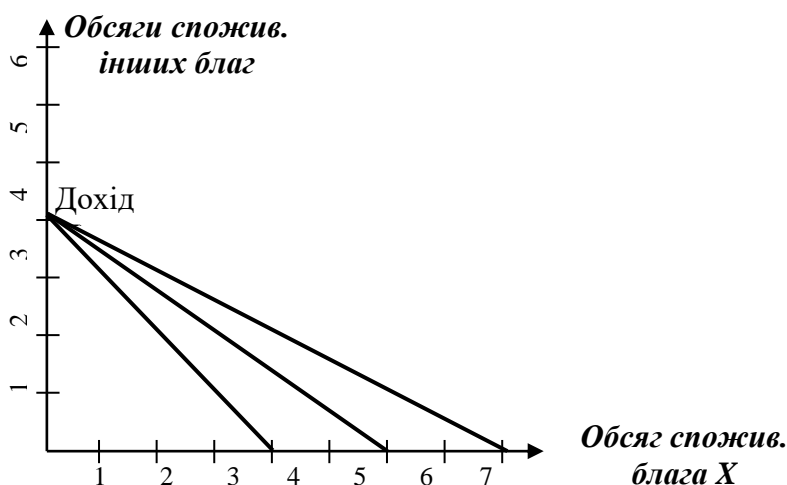


Рис. 3.8. Зміна положення бюдж. лінії під впливом зміни ціни на товар X

При зменшенні ціни блага X зменшуватиметься і кут нахилу бюджетної лінії (і навпаки).

Якщо змінюються ціни на інші блага, які споживаються поряд із благом X , то це означає поворот бюджетної лінії навколо точки перетину її з віссю x . Коли змінюються ціни обох товарів, бюджетна лінія буде зміщуватися в просторі і її нове положення буде визначатись співвідношенням зміни цін.

Якщо ціни змінюються так, що їх співвідношення залишається незмінним, це рівнозначно збільшенню або зменшенню доходу, тобто бюджетна лінія зміщується паралельно сама собі. Отже, зміна цін веде до зміни купівельної спроможності споживачів.

Рівновага споживача з ординалістських позицій

Споживач максимізує корисність при наявності певних бюджетних обмежень, тому завданням моделі поведінки споживача є пояснення того, як на його вибір впливають уподобання, дохід і ціни на товари. Для наочної

демонстрації процесу вибору сумістимо на одному графіку карту кривих байдужості та лінію бюджетних обмежень споживача (рис. 3.9).

Максимальна корисність, яка доступна при заданому бюджеті, досягається тоді, коли споживається комбінація товарів, що відповідає точці, де бюджетна лінія дотикається до найвіддаленішої від початку координат кривої байдужості. Всі криві байдужості, які розташовані вище точки A_2 , є недосяжними для споживача. Рівновага споживача відповідає комбінації товарів, яка максимізує корисність при заданому бюджетному обмеженні, тобто це найкращий для споживача (за даних умов – доходу, ринкових цін, уподобань) набір благ. Рівноважним це положення є тому, що у людини відсутні мотиви замінювати своє рішення відносно обсягів споживання.

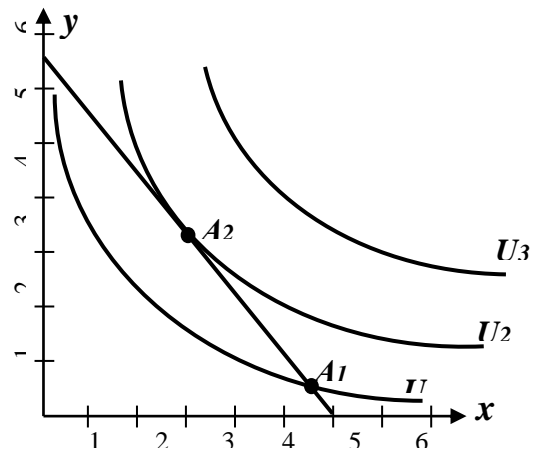


Рис. 3.9. Графічне зображення рівноваги споживача

Рівновага споживача, при якій він придбає обидва товари, називається *внутрішньою*. Однак може статися, що споживач буде максимізувати свою корисність, зупинившись на придбанні лише одного товару. Така рівновага називається *кутовою*. Наприклад, студент, що споживав молоко і булочки, витрачаючи 5 грн., вирішив обмежити споживання молока, тоді кут нахилу кривої байдужості значно зросте, і в жодному місці лінія бюджетних обмежень не зможе бути дотичною до такої кривої байдужості. Рівновага буде досягатися в точці, яка відповідає максимально можливій кількості булочок, що може придбати студент залежно від його бюджету (рис. 3.10).

У наведеному прикладі кутова рівновага може перетворитись у внутрішню, коли ціни значно знизяться на молоко чи значно зростуть на булочки.

Кутовою рівновага споживача буде і тоді, коли один із товарів є антиблагом, тобто таким, що має від'ємне значення корисності для споживача. У цьому разі зміниться сам характер кривої байдужості: замість спадної вона стане зростаючою. Наприклад, через зайву вагу споживач взагалі не хоче вживати калорійні булочки, тоді його приваблюватиме той набір, де менше булочок, а рівновага (максимізація корисності) досягатиметься у точці, що відповідає максимальній кількості молока, яку він може придбати, виходячи з бюджету (рис. 3.11).

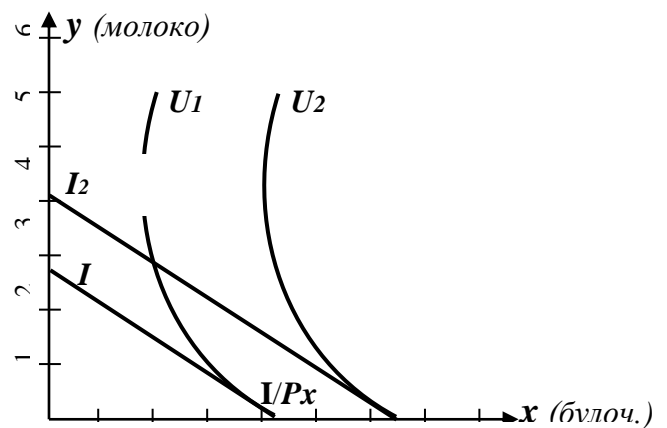


Рис. 3.10. Кутова рівновага споживача

Максимальне задоволення потреб споживача за допомогою бюджетного обмеження забезпечується в точці, де гранична норма заміщення товару Y товаром X буде дорівнювати співвідношенню цін цих товарів:

$$MRS_{yx} = P_x / P_y.$$

Таким чином, рівність граничної норми заміщення благ співвідношенню їх цін і є умовою рівноваги споживача в ординалістській концепції.

Якщо $MRS_{yx} > P_x / P_y$, то в такому випадку можна досягти економії бюджету за того самого рівня корисності, зменшуючи споживання блага Y і, відповідно, збільшуючи споживання блага X . Поліпшити набір благ неможливо лише за умови $MRS_{yx} = P_x / P_y$.

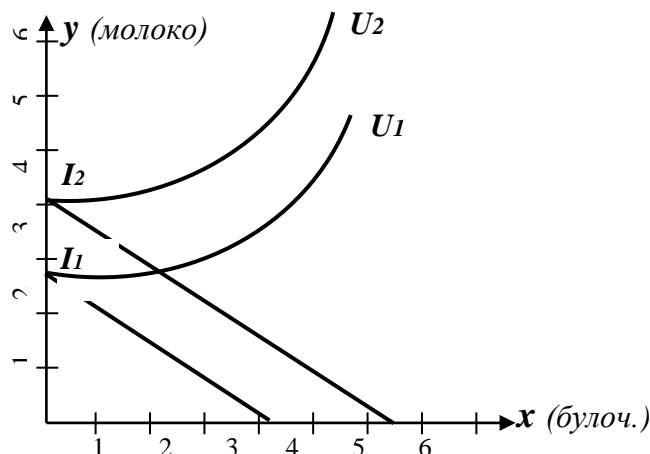


Рис. 3.11. Кутова рівновага споживача за умови, що товар X – це антиблага

ТЕМА 4. АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Реакція споживача на зміну його доходу. Закон Енгеля

Відомо, що збільшення доходу споживача призводить до переміщення бюджетної лінії праворуч і вгору. Відповідно, точки рівноваги (тобто перетину бюджетної лінії і кривої байдужості) будуть знаходитись далі від початку координат, що забезпечуватиме більшу корисність вибраного набору благ.

Змінюючи грошовий дохід споживача і в той же час утримуючи ціни та смаки споживача незмінними, ми можемо вивести криву „дохід–споживання”. Крива „дохід–споживання” є множиною точок оптимуму споживача при зміні лише доходу споживача і незмінному співвідношенні цін.

Отже, якщо зобразити на рисунку відповідний графік, де показати точки рівноваги споживача при різних рівнях його доходу, та провести лінію, що проходить через ці точки, то отримаємо криву „дохід–споживання” (рис. 4.1).

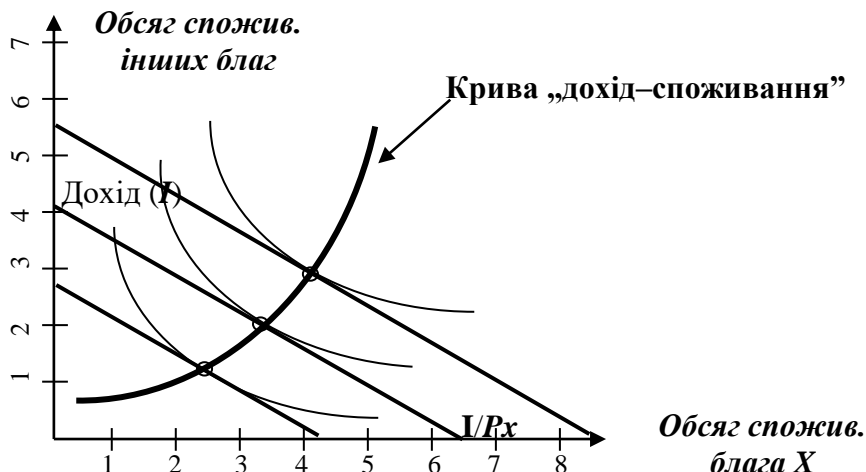


Рис. 4.1. Крива „дохід–споживання” за умови споживання нормальних благ

Характер кривої „дохід–споживання” буде залежати від оцінки товару споживачем. Адже при зростанні доходу споживання окремих благ може при цьому як зрости, так і зменшитись. *Нормальні товари* – це такі товари, які людина споживає у більшій кількості, коли зростає її дохід. *Неякісні товари* – це товари, споживання яких зменшується за умови зростання доходу споживача. Належність товару до тієї чи іншої групи залежить не стільки від його специфічних властивостей, скільки від сприйняття цього товару споживачем. Те, що для одного споживача буде нормальним товаром, інший оцінюватиме як неякісний (наприклад, міський транспорт). Тому для нормальних товарів крива "дохід – споживання" матиме зростаючий характер, а для неякісних – спадний (рис. 4.2).



Рис. 4.2. Крива „дохід-споживання” за умови, якщо благо X – неякісне благо

Разом з тим, є група товарів, яка не належать ні до нормальних, ні до неякісних. Обсяги їх споживання не залежать від рівня доходу споживача. Це порівняно дешеві товари, які не мають субститутів. Малоймовірно, що хтось у разі зростання доходу збільшить споживання, наприклад, солі. Отже, крива "дохід–споживання" для цієї групи товарів матиме вигляд вертикальної лінії.

Взагалі залежності між розміром доходу та обсягами споживання тих чи інших благ прийнято називати кривими Енгеля. *Крива Енгеля* показує кількість блага X, яку споживач придбав би (за одиницю часу) за різних рівнів доходу, тобто характеризує зв'язок між обсягом споживання блага і доходом споживача (за незмінних цін і смаків споживача). Для більшості нормальних товарів крива Енгеля має зростаючий характер із прискоренням, тобто певний приріст доходу спричиняє менший приріст споживання товару X. Це пояснюється дією закону спадної граничної корисності (рис. 4.3).

Однак для певної групи товарів крива Енгеля може зростати із затуханням. До цієї групи належать предмети розкоші, споживання яких зростає швидше, ніж зростає дохід споживача. Ці залежності ввійшли в мікроекономіку як закон Енгеля:

1. при незмінних цінах на всі блага частка сімейного бюджету, що

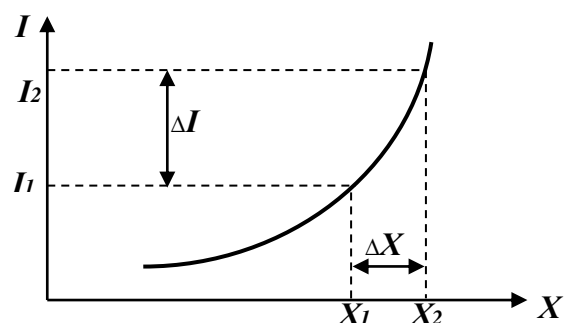


Рис. 4.3. Крива Енгеля

витрачається на продукти споживання, має тенденцію до зменшення за умови зростання доходів сім'ї;

2. споживання освітніх, медичних, юридичних послуг і послуг, пов'язаних з відпочинком, має тенденцію зростати швидше, ніж зростають доходи.

Реакція споживача на зміну цін товарів. Лінія „ціна-споживання”

Якщо вважати дохід постійним, а ціни змінними, то можна побудувати криву "ціна-споживання". Якщо при зміні ціни на товар X дохід і ціни на інші товари залишаються незмінними, то точка перегину лінії бюджетних обмежень з віссю Y залишиться попередньою. Зниження ціни на товар X призведе до повороту лінії бюджетних обмежень до нової точки її перетину з віссю X , більш віддаленої від початку координат. І, навпаки, підвищення ціни на товар X повертає лінію бюджетних обмежень до точки, що лежить ближче до початку координат.

Крива "ціна - споживання" показує, як змінюється обсяг закупівель товару X при переході до іншого рівня цін на цей товар за умови незмінності всіх інших факторів попиту (рис. 4.4). Від кривої "ціна-споживання" можна перейти до кривої індивідуального попиту. Для цього потрібно перенести точки E_1, E_2, E_3 кривої „ціна-споживання” в іншу систему координат, де по вертикальній осі ординат замість обсягу споживання інших благ (Q_Y) відобразити ціну товару X (P_X).

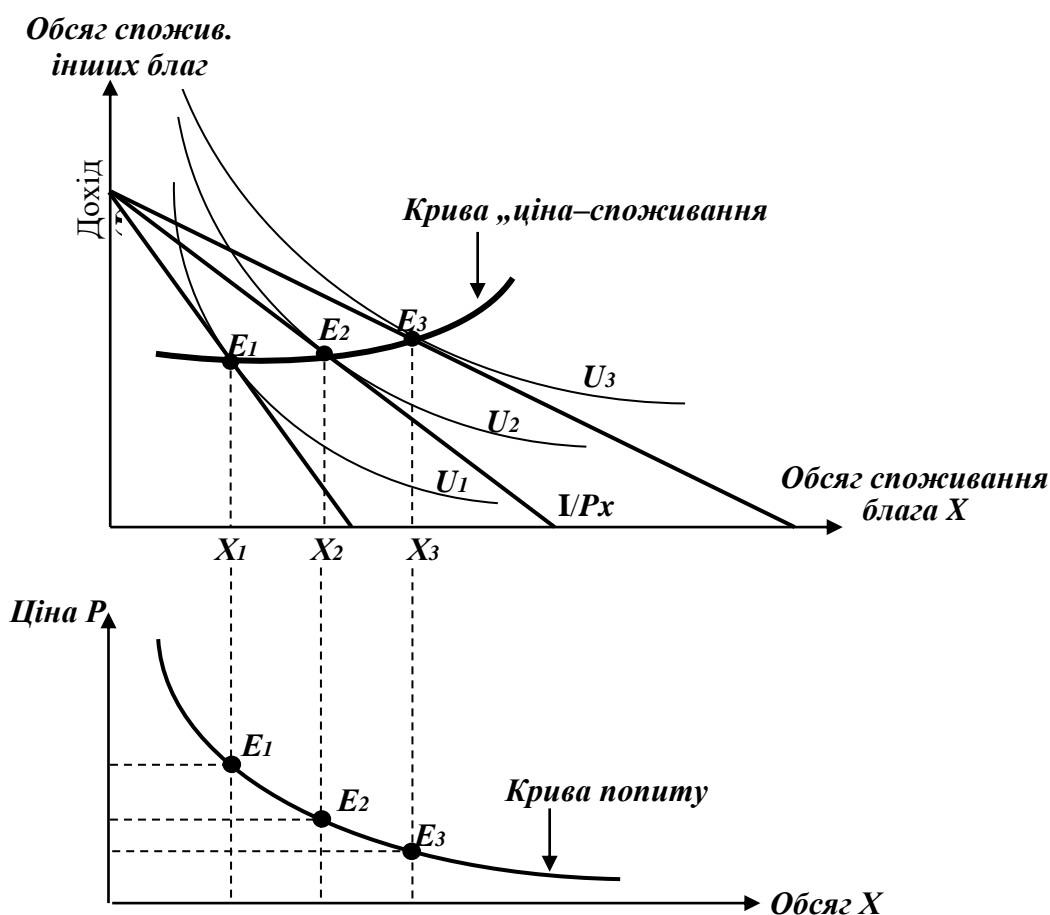


Рис. 4.4. Крива „ціна-споживання” та крива індивідуального попиту на благо X

Зменшення кута нахилу лінії бюджетних обмежень (зниження цін на товар X) супроводжується збільшенням обсягів закупок цього товару. Залежність між ціною на товар (P_x) та розміром його бажаних закупок для споживача відображає **крива індивідуального попиту**.

Попит (demand) – це та кількість продукту, яку споживач готовий та може придбати за тими чи іншими цінами протягом певного періоду. Крива попиту та крива "ціна - споживання" – це два різні способи описання того, як придбана кількість товару змінюється при зміні ціни на нього (за умови, що інші фактори не діють).

Оскільки залежність між цінами товару та попитом на нього досить стійка, то можна говорити про **закон попиту**, який наголошує, що із зростанням цін на товар розмір попиту на нього зменшується і, навпаки, зниження цін сприяє збільшенню кількості товару, яку бажає придбати споживач.

Ефект заміщення та ефект доходу для нормальних і низькоякісних товарів. Товари Гіффена

Вплив зміни ціни на обсяг споживання певного блага може бути поділений на дві складові. По-перше, зниження цін на товар X робить його привабливішим для споживача, оскільки він стає дешевшим щодо товарів-субститутів. По-друге, вивільнення коштів від здешевлення покупки товару X дає змогу людині збільшити споживання інших товарів. Таким чином, зростає реальний доход споживача, хоча його номінальний доход залишається незмінним.

Щоб моделювати поведінку споживача, необхідно розмежовувати дію двох ефектів, які спостерігаються при зміні цін на один з товарів (рис. 4.5).

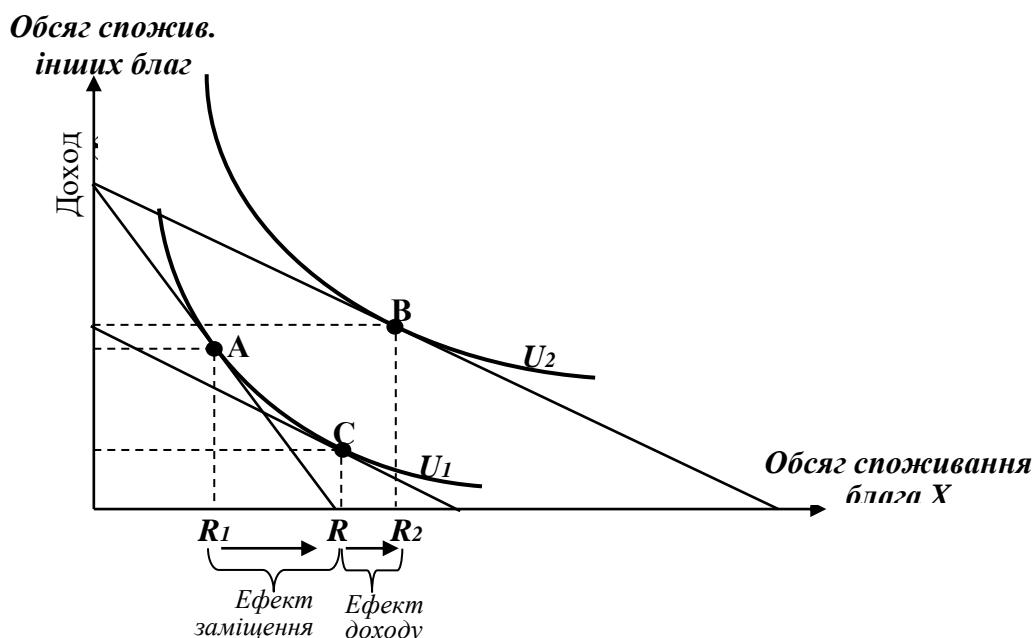


Рис. 4.5. Ефект заміщення і ефект доходу, якщо благо X – нормальне благо

Ефект заміщення – це ефект, який вказує на те, що споживач у процесі споживання заміщує товаром, що став дешевшим, інші більш дорогі товари. Ця заміна ілюструється рухом вздовж кривої байдужості U_1 (переміщення з точки А у точку С (відрізок $R_1 - R$)).

Ефект доходу – це ефект, який виникає внаслідок впливу на попит споживача зміни обсягу його реального доходу. Зміна останнього викликана зміною ціни товару X без врахування ефекту заміщення. Ефект доходу показує механізм переміщення від однієї кривої байдужості U_1 до іншої U_2 (відрізок $R - R_2$). Тобто зменшення ціни навіть одного блага означає загальне збільшення можливостей суб'єкта щодо споживання, а це значить, що збільшується реальний дохід споживача.

Напрямок впливу ефекту доходу залежить від того – йдеться про нормальний чи неякісний товар. Зростання доходу суперечливо впливає на споживання нормальних та неякісних товарів: якщо із збільшенням доходу споживання нормальних товарів зростає, то споживання неякісних – зменшується. Тобто у випадку нормального блага при зменшенні ціни ефект доходу створює мотив до збільшення споживання. Для неякісних товарів навпаки, ефект доходу діятиме у протилежному напрямку стосовно ефекту заміщення.

Залежно від того, який ефект спрацьовує сильніше, динаміка ціни та динаміка споживання матимуть однакову або протилежну спрямованість. Якщо ефект заміщення має більший вплив, то при зниженні ціни споживання товару X збільшується. Однак може виникнути ситуація, коли переважає ефект доходу, тоді при зменшенні ціни зменшується і споживання (рис. 4.6).

Неякісний товар, для якого ефект доходу переважає над ефектом заміщення, називається **Гіфеновим товаром**, а зростання споживання цього товару із підвищенням ціни на нього – **парадоксом Гіфена**.

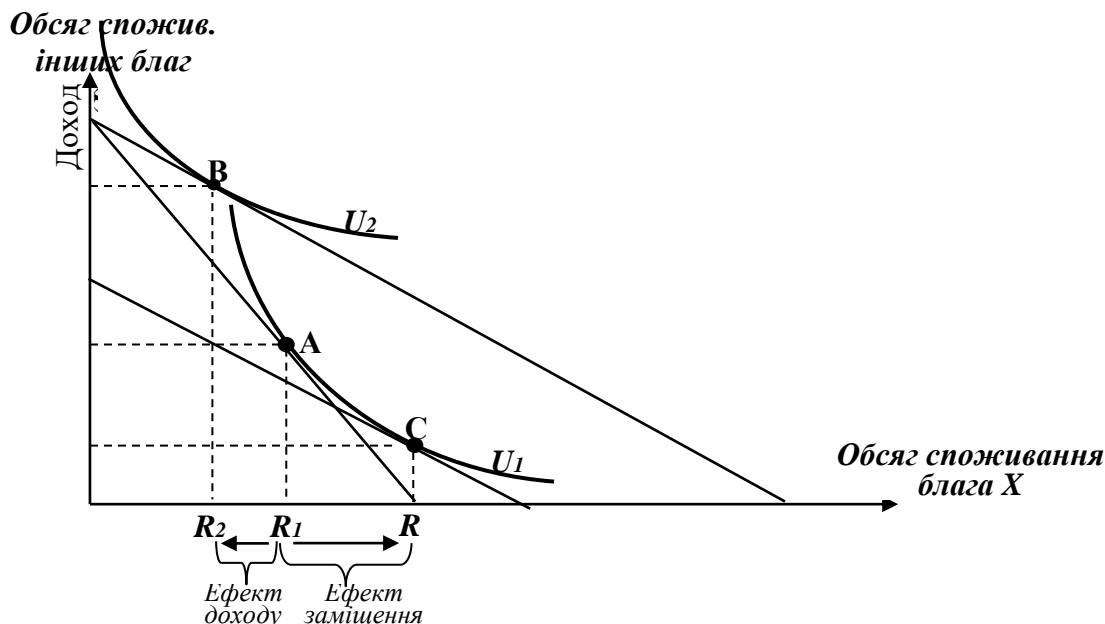


Рис. 4.6. Ефект заміщення і ефект доходу, якщо товар X – Гіфеновий товар.

Таку ситуацію можна було спостерігати при аналізі структури споживання малозабезпечених верств населення України під час економічної кризи 90-х років. Товар Гіффена повинен відповідати таким вимогам:

- бути неякісним в уявленні споживача;
- становити значну частку в його витратах.

ТЕМА 5. ПОПИТ, ПРОПОЗИЦІЯ, ЇХ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ

Індивідуальний і ринковий попит. Закон попиту

Індивідуальний попит – це та кількість продукту, яку споживач готовий та може придбати за тими чи іншими цінами протягом певного періоду. *Ринковий попит* – це сума індивідуальних попитів за певного рівня цін. Тобто це кількість товару, яку всі споживачі готові придбати за тими чи іншими цінами.

Крива ринкового попиту показує загальний обсяг попиту всіх споживачів при будь – якій ціні (рис. 5.1).

Функція попиту – це залежність між величиною попиту та факторами, що на нього впливають. Найбільше впливає на попит ціна товару. Обернена залежність між ціною та споживанням називається законом попиту.

Функція попиту може бути задана рівнянням:

$$X_D = f(P), \quad (5.1.)$$

де X_D – обсяг попиту, одиниць товару;
 P – ціна товару.

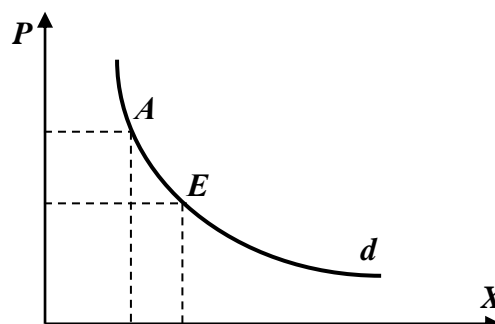


Рис. 5.1. Крива ринкового попиту

При зміні ціни товару відбувається зміна обсягу попиту, цій ситуації відповідає рух вздовж кривої попиту (від т. А до т. Е).

При зміні нецінових чинників крива попиту зсувається або праворуч–угору, коли попит зростає ($D_1 - D_3$), або ліворуч–вниз, коли попит скорочується ($D_1 - D_2$). Збільшення попиту означає, що за тією ж ціною споживачі готові купити більшу кількість одиниць товару (рис. 5.2).

До нецінових факторів ринкового попиту належать :

- зміна споживацьких переваг під впливом зміни потреб споживача, моди чи реклами;
- зміна цін на інші товари, зокрема товари – замінники;
- кількість споживачів, які виходять на ринок цього товару;
- цінові очікування покупців;
- доходи споживачів.

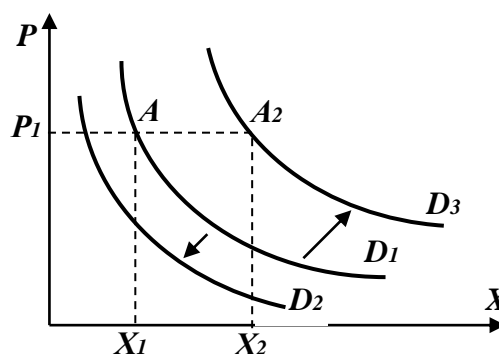


Рис. 5.2. Зміщення кривої попиту під впливом нецінових чинників

Індивідуальна і ринкова пропозиція. Закон пропозиції

Індивідуальна пропозиція окремої фірми визначається її виробничими можливостями, згідно з якими для кожної конкретної ціни фірма може запропонувати до продажу певні обсяги блага.

Ринкова пропозиція блага складається із суми індивідуальних пропозицій блага за кожною конкретною ціною.

Функція пропозиції – це залежність обсягу пропозиції блага від його ціни:

$$X_s = f(P).$$

Закон пропозиції: обсяг пропозиції зростає при зростанні ціни, і, навпаки, обсяг пропозиції спадає при зменшенні ціни.

Крива пропозиції – це графічне відображення функції пропозиції (рис. 5.3).

Переміщення кривої пропозиції S вправо (S_2) чи вліво (S_1) означає, що пропозиція збільшується чи зменшується при тій же ціні. Якщо жоден з факторів, що впливають на пропозицію, не змінюється, а ціна товару змінюється, то відбувається переміщення по кривій пропозиції S вгору чи вниз.

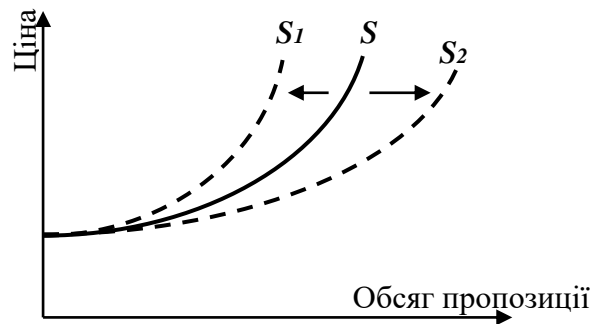


Рис. 5.3. Крива ринкової пропозиції

До основних факторів зміни пропозиції належать:

1. *Ціни на ресурси*. Зниження цін на ресурси для виробництва певного товару дає змогу виробляти більше його за тієї самої ціни. Тобто крива пропозиції зміщується праворуч.

2. *Технології виробництва*. Якщо технологія вдосконалюється, то за тієї самої ціни фірми здатні виробляти більше.

3. *Кількість продавців на ринку*. Збільшення продавців на ринку за інших однакових умов призводить до збільшення пропозиції.

4. *Податки та дотації*. Збільшення податків призводить до підвищення собівартості, відповідно відбувається зменшення пропозиції товару за тієї ж ціни. І, навпаки, зменшення податків, як і надання державою дотацій виробникам, веде до зменшення собівартості й підвищення пропозиції.

5. *Очікувані зміни цін*. Якщо виробник очікує підвищення ринкових цін на його товар, то він зменшуватиме пропозицію цього товару, щоб притримати його до нових, вищих цін.

Взаємодія попиту і пропозиції: ринкова рівновага

Ринкова рівновага визначається такими ціною і обсягом благ, коли обсяг попиту Q_D збігається з обсягом пропозиції Q_S , тобто готовність продати урівноважується з готовністю купити. Точка перетину кривої попиту (D) і кривої пропозиції (S) – це точка їх рівноваги (C) – рис. 5.4.

Взаємодію попиту і пропозиції можна простежити, якщо ціна з якихось причин встановиться на рівні, нижчому за рівноважний. Тоді за такою низькою ціною готовність споживачів купувати благо буде вища, ніж готовність виробників продавати це благо. Тому на ринку виникає дефіцит. Аналогічні міркування можна навести у ситуації встановлення на ринку ціни вищої за рівноважну – тоді виникає надлишок.

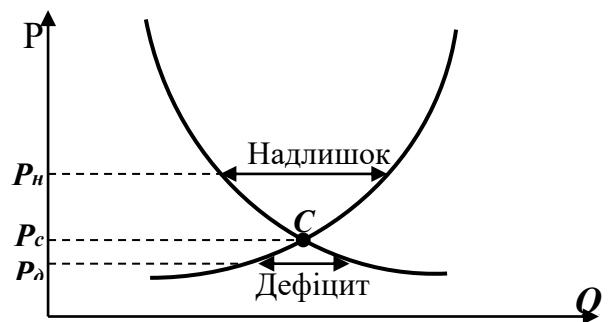


Рис. 5.4. Ринкова рівновага

Рівноважна ціна та рівноважний обсяг мають місце на рівні, де кількість товару, яку виробники можуть і хочуть купувати. Рівність попиту і пропозиції – теоретична абстракція. Вона майже не зустрічається в реальній господарській практиці.

Розглянемо наслідки введення нових податків на конкурентному ринку для окремих груп учасників і суспільства в цілому. Для цього необхідно розглянути такі поняття як надлишок споживача і надлишок виробника. **Надлишок споживача** (або споживчий надлишок за Маршалом) – це різниця між тим, скільки споживач згоден заплатити за благо, і тим, скільки він реально за нього сплачує. Визначається надлишок споживача як площа фігури, обмеженої згори лінією попиту, зліва – вертикальною віссю, знизу – лінією ціни.

Наприклад, ви маєте п'ять останніх квитків до оперного театру. Ви заходите в хол і оголошуєте присутнім, що у ваших руках усі останні квитки на оперу, і що ви продасте один квиток особі, яка запропонує найвищу ціну. Кожна особа в кімнаті встановить для себе максимальну ціну V_1 , яку вона готова заплатити за квиток. Якщо доведеться платити таку максимальну ціну, людина не вагатиметься, купувати чи не купувати. На рис. 5.5. зображено оцінки квитка, що їх дали присутні в холі, у спадному порядку за вартістю порядку зліва направо.

Хтось один оцінить квиток у V_1 , що перевищує оцінки вартості з боку решти присутніх. У цьому випадку вартість означає максимальну суму грошей, яку особа готова заплатити, враховуючи свій бюджет та інші споживчі властивості. Після продажу першого квитка за ціною V_1 можна виставити на продаж другий квиток, який купить особа з другою найвищою оцінкою, запропонувавши V_2 . Вам пощастило, як продавцеві, одержати від кожної особи суму грошей, в яку вона оцінила квиток. Якби ж ви оголосили наперед одну ціну (скажімо V_c), то декому з покупців квитки обійшлися б суттєво дешевше, ніж максимальна сума, яку вони ладні заплатити. Різницю між індивідуальною грошовою оцінкою і ціною, яку насправді заплатить індивід, можна вважати за надлишок вартості, здобутий ним завдяки цій торговельній операції. Додаючи надлишки, що їх здобули всі особи, ми одержимо міру надлишку споживача на ринку. Сходи на рис. 5.5 іноді називають графіком граничного оцінювання, бо вони показують, якою мірою споживачі оцінюють кожну наступну одиницю певного товару.

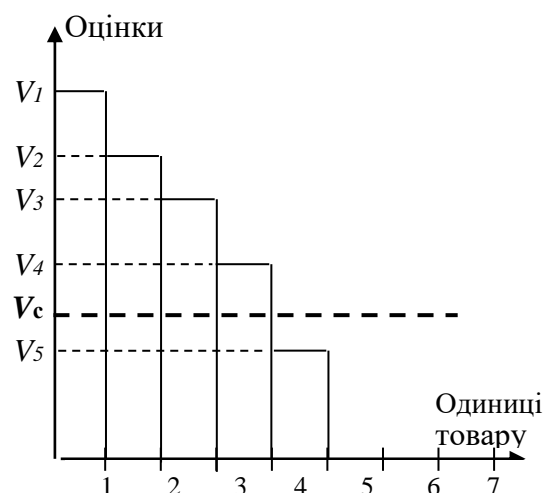


Рис. 5.5. Оцінки товару

Отже, надлишок споживачів є своєрідним мірилом їх добробуту, який утворюється на ринку певного блага. Надлишок споживачів дозволяє кількісно визначити ефективність рішення споживачів купувати обсяг блага, відповідний ціні.

Якщо подивитись на спадну криву попиту (рис. 5.6), то вона ілюструє той факт, що за першу одиницю блага споживач готовий платити більше, ніж за кожну наступну.

Якщо на ринку встановилась ціна P_e , то за цією ціною споживач готовий придбати Q_e одиниць блага, але на рівні P_e він оцінює вигоди від споживання лише останньої з одиниць, яку він придбає. За першу і кожну з наступних одиниць блага, аж до одиниці з номером Q_{e-1} , він готовий заплатити більше, ніж P_e . Якщо він купить Q_e одиниць, то його сумарний виграш (сукупна чиста вигода) складе величину, яка вимірюється площею заштрихованого трикутника EP_eC на рис. 5.6. Ця величина має назву надлишку споживача (CS). Це перевищення його сукупних вигід (площа фігури $OCEQ_e$) від споживання блага над сукупними витратами на придбання блага ($P_e \times Q_e$), графічно – площа прямокутника OP_eEQ_e .

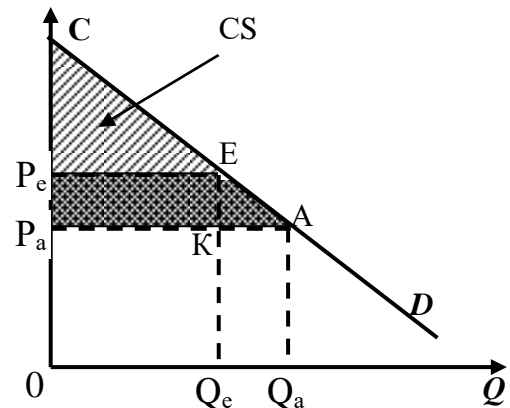


Рис. 5.6. Графічне зображення надлишку споживача (CS)

Концепція надлишку має надзвичайно велике значення, коли ми оцінюємо вплив на добробут споживачів державного втручання в ринкове ціноутворення. Створюється потенційна можливість оцінити кількісно вплив на ефективність для споживачів таких державних рішень, як, наприклад, про встановлення мінімальних цін на цукор (які є вищими, ніж нерегульовані ринкові ціни) або максимальних цін на певні товари та послуги (які є нижчими, ніж рівноважні ціни).

Так, наприклад, якщо внаслідок такого втручання ринкова ціна знизиться з $P_e = 3$ грн. до $P_a = 2$ грн., а обсяг попиту зросте відповідно з $Q_e = 4$ тис. шт. до $Q_a = 5$ тис. шт., тоді споживачі отримають додатковий виграш, який вимірюється сумою площ прямокутника EP_ePaK (4 тис. грн. – виграш за рахунок зменшення ціни тих споживачів, які купували товар і за вищої ціни) та трикутника EAK (0,5 тис. грн. – виграш нових споживачів, які не були готові купувати товар за ціною 3 грн. і готові його купувати за нижчою ціною). Саме на величину 4,5 тис. грн. зріс сумарний добробут споживачів при зниженні ціни, тобто зросла ефективність для споживачів.

Надлишок виробника – це різниця між вартістю виробництва кожної одиниці продукції і ціною реалізації кожної одиниці. Визначається надлишок виробника як площа фігури, обмежена згори лінією ціни, зліва – вертикальною віссю, знизу – лінією пропозиції.

Введення податку типу акцизного (коли кожна вироблена одиниця продукції оподатковується за ставкою t) веде до зміщення кривої пропозиції вгору на величину t , збільшує ціну продукції з P_E до P_t , і скорочує обсяг продажів з Q_E до Q_t . Стан ринкової рівноваги зміщується з т. E у т. E_t (рис. 5.7).

Зазначимо, що ціна на рівні P_t встановлюється для споживачів. Виробники після сплати податку отримують від продажу кожної одиниці своєї продукції суму $P_s = P_t - t$. Також зазначимо, що ціна зросла на величину $(P_t - P_E)$, яка менша, ніж ставка податку t .

Бюджетні надходження складатимуть величину $t \times Q_t$. Ці надходження частково формуються за рахунок оподаткування споживачів – на величину $(P_t - P_E) \times Q_t$, частково за рахунок виробників – на величину $(P_E - P_s) \times Q_t$.

При оцінюванні наслідків введення податку з позицій ефективності, на відміну від ситуації з регульованими цінами, в цьому випадку слід врахувати наявність третьої групи учасників – органів влади, які отримують вигоди у вигляді надходжень до бюджету в обсязі податкового збору. В результаті відбувається перерозподіл надлишків виробників (PS) і споживачів (CS) на користь бюджету.

Отже, виникають зміни в надлишках:

зміна CS для споживачів складатиме величину $(-I-IV)$;

зміна PS для виробників – величину $(-II-III)$;

зміни для влади – надходження до бюджету податкового збору $(III+IV)$;

зміна TS як підсумок змін для всіх трьох груп учасників ринку – складатиме величину $(-I-II)$.

Бачимо, що сумарні втрати виробників і споживачів перевищують здобутки влади; ця різниця є *незворотними втратами добробуту*. Таким чином, для суспільства зміна сукупного надлишку TS визначає *незворотні втрати добробуту* внаслідок введення податку, тобто *втрати в ефективності*.

Ці збитки виникають внаслідок *втрат чистих вигід* у тих виробників і споживачів, які не готові відповідно виробляти і купувати продукцію за менш вигідними для них новими цінами, які фактично встановлюються після введення податку. Адже для споживачів ціна зростає, для виробників вона падає, і ринок з урахуванням податків перестає бути ефективним.

Якщо метою стягнення податків було профінансувати якісь соціальні програми, тобто соціальні цілі, тоді втрати в ефективності становлять своєрідну плату суспільства за прагнення підвищити справедливість розподілу доходів.

Еластичність попиту і пропозиції

Еластичність попиту за ціною – це показник відсоткової зміни обсягу попиту при зміні ціни на товар на 1 %. Вона показує чутливість обсягу попиту до змін ціни товару за умови, що всі інші фактори, які впливають на попит, залишаються незмінними:

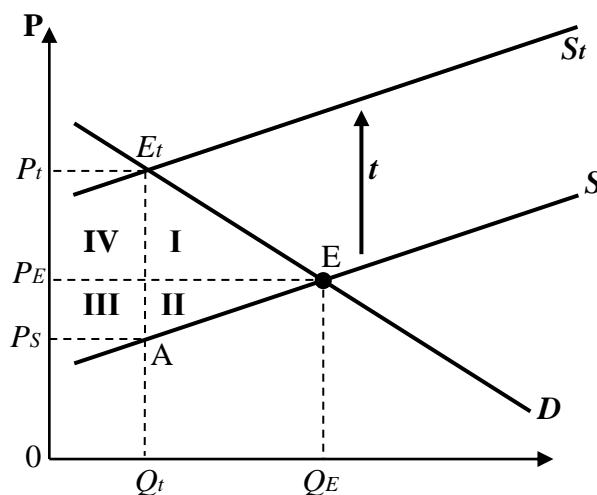


Рис. 5.7. Наслідки введення акцизного податку за ставкою t

$$Ed = (\Delta Q / Q) : (\Delta P / P), \quad (5.2.)$$

де ΔQ і ΔP – це приріст попиту і ціни.

Еластичність попиту – завжди від’ємна величина, тому що крива попиту має від’ємний нахил. Але для практичного застосування часто беруть показник еластичності по модулю.

Розрізняють *точкову* та *дугову* еластичність. *Точкова еластичність* (або еластичність в точці) характеризує відносну зміну обсягу попиту від нескінченно малої зміни ціни:

$$Ed = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad (5.3)$$

Коефіцієнт еластичності попиту буде різним в різних точках кривої попиту. Навіть якщо крива попиту задана лінійною функцією, і нахил лінійної кривої попиту залишиться незмінним, даний коефіцієнт буде різнитись.

Для значних відсоткових змін у ціні або обсязі попиту цінова еластичність може бути підрахована між двома точками. У цьому випадку говорять про *дугову еластичність*. Дугова еластичність розраховується як середня еластичність і розраховується з використанням середніх величин ціни і кількості проданого товару:

$$Ed = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{(P_1 + P_2) / 2}{(Q_1 + Q_2) / 2} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2} \quad (5.4)$$

Розрахунок дугової еластичності попиту не дасть точних результатів, оскільки еластичність на початку кривої та в її кінці суттєво відрізняється. Тому доцільно розраховувати еластичність для певних відрізків кривої попиту.

Якщо : $0 < |Ed| < 1$ – попит нееластичний;
 $|Ed| = 1$ – попит з одиничною еластичністю;
 $1 < |Ed| < \infty$ – попит еластичний.

Абсолютно еластичний попит означає, що будь-яке збільшення ціни призводить до повної відмови від споживання блага. Таку еластичність має попит, якому відповідає горизонтальна лінія (рис. 5.8).

Абсолютно нееластичний попит означає, що будь-які зміни ціни не призводять до зміни обсягів попиту. Така ситуація гіпотетично можлива, якщо якесь благо є життєво необхідним і його нема чим замінити у споживанні.

Еластичність попиту за ціною залежить від таких факторів:

а) наявності товарів – замінників. Чим більше існує товарів, здатних досить ефективно замінити один одного, тим ефективніше реагує попит на зміну цін на них (тобто попит стає еластичнішим);

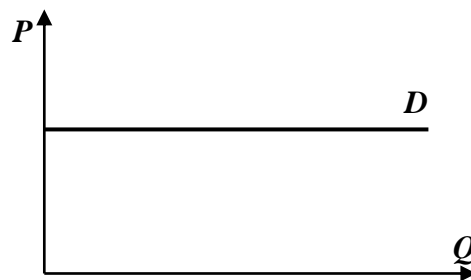


Рис.5.8. Абсолютно еластичний попит

б) часу пристосування до зміни цін. У короткотерміновому періоді попит менш еластичний, ніж у довготерміновому, адже для пошуку товарів-субститутів та зміни структури споживання потрібен час;

в) частки споживацького бюджету, що витрачається на продукт. Тут залежність зворотна: чим більша частка, тим менша еластичність і навпаки.

г) ступінь необхідності благ для життєдіяльності. Життєво необхідні блага мають нижчу еластичність попиту, ніж предмети розкоші.

Еластичність попиту за доходом розраховується як співвідношення відносної зміни попиту та відносної зміни доходу споживача:

$$E_i = (\Delta Q / Q) : (\Delta I / I) \quad (5.5)$$

Еластичність попиту за доходом може приймати різні значення:

$E_i > 0$ – для нормальних товарів, тобто споживачі готові купувати їх у більших обсягах, якщо їхні доходи зростають;

$E_i < 0$ – для неякісних товарів, що означає відмову споживачів від споживання низькоякісних благ при зростанні їх доходів;

$E_i > 1$ – для предметів розкоші, споживання яких починається при досить високому рівні доходів і зростає випереджаючими темпами щодо зростання доходів (на відміну від нормальних товарів).

Для предметів першої необхідності еластичність попиту за доходом менша за 1 і часто буває близька до нуля, тобто зміни в доходах слабо впливають на зміни в обсягах споживання таких благ.

Ціни на інші суміжні товари також впливають на попит, і силу такого впливу показує **коефіцієнт перехресної еластичності попиту**, що показує відсоткову зміну обсягу придбаних товарів X залежно від одновідсоткової зміни ціни будь-якого іншого товару Y :

$$E_c = (\Delta x / x) : (\Delta P_y / P_y) \quad (5.6.)$$

Якщо коефіцієнт перехресної еластичності має додатне значення, то із підвищенням ціни на товар Y зростає попит на товар X . Ця залежність характерна для *товарів – субститутів*.

Еластичність пропозиції за ціною – це співвідношення між відотною зміною пропозиції та відотною зміною ціни:

$$E_s = (\Delta S / S) : (\Delta P / P) \quad (5.7.)$$

Із визначення закону пропозиції (зростання пропозиції при підвищенні ціни) випливає: коефіцієнт еластичності пропозиції за ціною завжди буде додатним.

Як і попит, пропозиція може бути нееластичною ($0 < E_s < 1$), еластичною ($1 < E_s < \infty$) або мати одиничну еластичність ($E_s = 1$).

Цінова еластичність пропозиції залежатиме від *технології виробництва*, можливостей гнучко і швидко змінювати обсяги виробництва у відповідь на зміну ринкової кон'юнктури.

Чинник часу є вирішальним щодо впливу на показник цінової еластичності пропозиції. У більшості випадків фірми не можуть миттєво збільшити обсяги пропозиції благ при підвищенні ринкової ціни на продукцію.

Предметом економічного аналізу може бути також вплив цін факторів виробництва на обсяг пропозиції готової продукції за допомогою показників *еластичності пропозиції залежно від цін на фактори виробництва*.

ТЕМА 6. МІКРОЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА

Загальна характеристика процесу виробництва: ресурси і випуск

Виробництво – це процес перетворення факторів виробництва на блага, які прямо або непрямо слугують задоволенню людських потреб.

Економісти виокремлюють три найважливіших типи агрегованих ресурсів (або три групи факторів виробництва), які беруть участь у процесі виробництва продуктів:

- *засоби виробництва* (або фізичний (реальний) капітал), які найчастіше називають капіталом;
- *робоча сила*, яка приводить в рух засоби виробництва, перетворюючись на найману працю. Носіями робочої сили, чи здатності до найманої праці, є наймані працівники як фізичної, так і розумової праці;
- *природні ресурси*, тобто земля, на якій здійснюється процес виробництва, та надра, з яких добувають сировину, а також ліси та водойми з їх флорою та фауною.

Структура факторів виробництва, представлена на рис. 6.1, потребує відповіді на запитання: яким чином слід поєднати різноманітні складові економічних ресурсів з метою вироблення певного продукту. Таку відповідь можна отримати, звернувшись до поняття "технологія".

Технологія – це система знань про технічні засоби здійснення виробничого процесу. Це форма кількісного співвідношення (поєднання) факторів виробництва, адже кожен процес виробництва характеризується як певним набором факторів, так і стійким співвідношенням між ними.

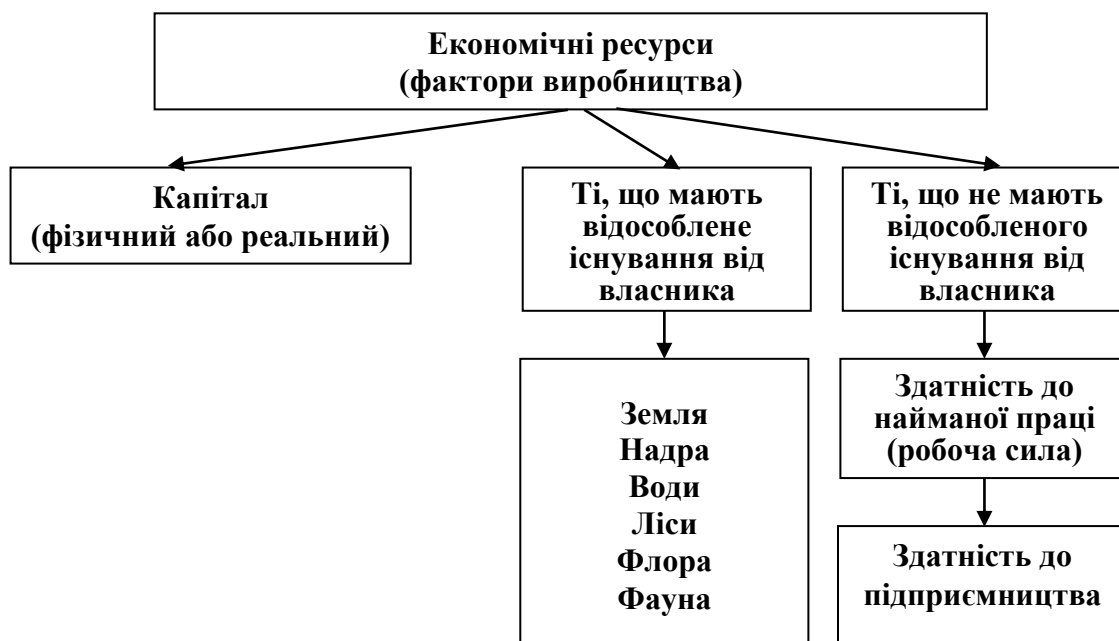


Рис. 6.1. Структура факторів виробництва

Вплив технології на результативність виробничого процесу відбувається за такими основними напрямками:

по-перше, через наукові відкриття, що мають визначальний вплив на створення нових машин, устаткування та інструментів з вищою, ніж у попередніх поколінь, продуктивністю;

по-друге, через відкриття, що забезпечують економію сировини, матеріалів, палива, енергії;

по-третє, через вплив технологічного прогресу на загальноосвітній рівень працівників, їх кваліфікацію та продуктивність.

Прикладом революційних стрибкоподібних впливів технологічного прогресу на результативність (ефективність) виробництва може слугувати перехід суспільства від мануфактурного до великого машинного виробництва, а від нього – до автоматизованого. Щодо другого напрямку, то перехід від використання вугілля як основного палива до використання нафти та нафтопродуктів, а також впровадження штучних матеріалів хімічного походження послугували могутнім поштовхам для суттєвого прискорення обсягів індивідуального, національного та світового виробництв. І, насамкінець, запровадження комп'ютерних та інтернет-технологій стало революційним переворотом щодо швидкості збирання, обробки, збереження та передачі інформації. Ці нові технології породили нову генерацію робочої сили. Запровадження їх здійснюється з метою збільшення обсягів виробництва, економії затрат на виробництво одиниці продукції або ж з метою поліпшенню якості виробленого продукту. Інакше кажучи, технологія є визначальним чинником, що впливає на ефективність виробництва.

Ефективним є виробництво, яке дає змогу випустити максимальний фізичний обсяг високоякісного продукту за допомогою заданого обсягу введених до виробничого процесу ресурсів або, інакше кажучи, яке дає змогу випустити заданий фізичний обсяг високоякісної продукції за допомогою мінімального обсягу введених ресурсів.

Технологічно ефективнішим є той спосіб, який забезпечує максимальний випуск при використанні хоча б одного ресурсу в меншому обсязі (за незмінності обсягів усіх інших ресурсів). Якщо *перший* спосіб пропонує використання одних ресурсів у більшому обсязі, а інших – у меншому порівняно з *другим* способом, то ці способи вважаються незіставними за їх технологічною ефективністю. У такому разі обидва випадки вважаються технологічно ефективними. Який варіант варто обрати виробникові, залежатиме від співвідношення цін на ресурси, з яких виробляється продукт.

Виробнича функція, її основні властивості та види.

У межах застосування однієї технології завжди існує стійка залежність між кількістю використаних ресурсів і обсягом випуску продукції. *Виробнича функція* – це функціональна залежність між будь-яким набором факторів виробництва та обсягом випуску продукції. Виробнича функція описує множину технологічно ефективних способів виробництва. Математично виробнича функція записується так:

$$Q = f(L, K, M) \quad (6.1)$$

де Q – обсяг в-ва; L – затрати праці; K – затрати капіталу; M – матеріали.

Головна мета побудови виробничих функцій полягає в тому, щоб знайти можливі варіанти комбінації факторів, за яких би забезпечувався випуск продукції в заданому обсязі з найбільш високою економічною ефективністю. Вона може бути побудована для будь-якого числа змінних факторів. В залежності від цього виробничі функції поділяються на *однофакторні* та *багатофакторні*.

Властивості виробничої функції:

1. Існує межа для збільшення обсягів виробництва, які можуть досягатися зростанням затрат одного ресурсу за інших незмінних умов.
2. Існує певна взаємозамінність та доповнюваність факторів виробництва.
3. Зміни у використанні факторів виробництва більш еластичні у довгостроковому періоді, ніж в короткостроковому.

Найбільш поширеними є виробничі функції з двома змінними ресурсами: працею (L) та капіталом (K). Серед них широкого практичного використання набула ступенева виробнича функція, в якій допускається взаємозаміна факторів: $Q = A \times K^\alpha \times L^\beta$, де A, α , β – константи (як правило, додатні); L і K – витрати праці й капіталу.

Показники α і β ступеневої виробничої функції є показниками (коефіцієнтами) еластичності випуску продукції за рахунок відповідних факторів виробництва. Вони показують, на скільки відсотків зміниться випуск продукції, якщо використання відповідного фактору зміниться на один відсоток.

Ступенева виробнича функція, в якій допускається взаємозаміна факторів, носить назву *неокласичної виробничої функції*. Ступенева виробнича функція, в якій $\alpha + \beta = 1$, називається *виробничою функцією Кобба-Дугласа*.

Окрім неокласичних виробничих функцій, які припускають можливість повної або часткової взаємозаміни факторів виробництва для досягнення одного і того ж результату, відомі так звані *Леонтьєвські виробничі функції*, тобто виробничі функції, що відтворюють технологію виробництва з чинниками, що не піддаються заміні. Тобто виробнича функція Леонтьєва – це функція з фіксованими пропорціями використання виробничих факторів. Наприклад, якщо для випуску автомобіля потрібно мати один корпус і 4 колеса, то обсяг випуску буде незмінним, якщо ми будемо мати від одного до трьох „некомплектних” колеса.

В мікроекономічній теорії розрізняють поняття миттєвого, короткострокового та довгострокового періодів. *Миттєвим періодом* називають настільки короткий період, що випуск кожного підприємства є фіксованим. *Короткостроковий період* – це період виробництва, протягом якого деякі фактори виробництва не можуть бути змінені (найчастіше – капітал). *Довгостроковий період* – це період, протягом якого виробник має достатньо часу для зміни всіх факторів виробництва.

Загальний, середній і граничний продукт змінного ресурсу

Щоб з'ясувати, як впливають зміни обсягів використання одного з факторів виробництва на результати виробництва, потрібно розглянути ряд показників:

1. **Сукупний продукт** змінного фактора виробництва (наприклад, праці) – TR_L – це кількість продукції, що виробляється при певній кількості цього фактора за інших незмінних умов.

2. **Середній продукт** змінного фактора виробництва (AP_L) – це відношення сукупного продукту змінного фактора до кількості цього фактора, яка використовується у виробництві: $AP_L = TR_L / L$.

3. **Граничний продукт** змінного фактора (MP_L) – це приріст сукупного продукту цього фактора при зміні кількості фактора на одиницю:

$$MP_L = \Delta TR_L / \Delta L.$$

Залежність сукупного продукту від зміни фактора L показано на рис. 6.2.

Із збільшенням змінного фактора сукупний продукт зростає. Але це зростання затухаюче. Настає момент, коли збільшення змінного фактора призводить до зменшення обсягу виробництва продукції. Тобто виробничий процес настільки перенасичений цим фактором виробництва, що він не може ефективно використовуватись.

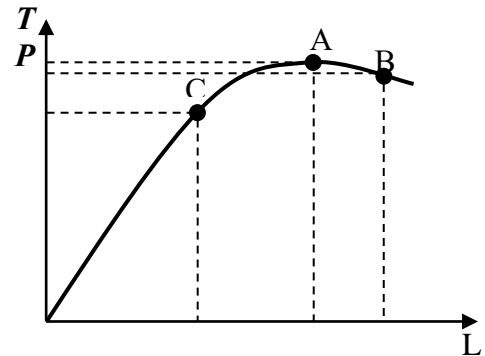


Рис. 6.2. Динаміка сукупного продукту змінного фактора

Середній і граничний продукти мають схожу динаміку. Спочатку вони зростають, а потім зменшуються. Середній продукт буде збільшуватися до тих пір, поки граничний продукт буде більший за нього (рис. 6.3).

Максимальне значення середній продукт набуває в точці перетину кривих середнього та граничного продуктів, тобто при $AP = MP$.

На проміжку від початку координат до точки C діє закон зростаючої віддачі (зростаючої продуктивності) ресурсу „праця”. Починаючи з точки C, діє закон спадної віддачі (спадної продуктивності) ресурсу „праця”.

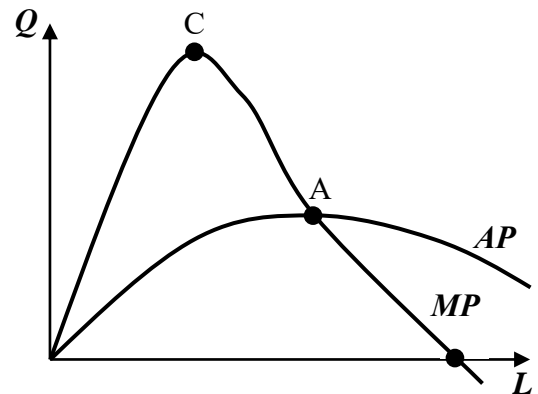


Рис. 6.3. Графічне зображення середнього і граничного продуктів

Закон спадної граничної продуктивності: починаючи з певного обсягу, збільшення використання одного з факторів виробництва супроводжується зменшенням граничного продукту цього фактора (за умови, що інші фактори залишаються незмінними). Точка зменшення граничної продуктивності (C) – це межа використання змінного фактора, за якою його граничний продукт починає зменшуватися.

ТЕМА 7. ВАРІАЦІЇ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА ТА ОПТИМУМ ТОВАРОВИРОБНИКА

Ізокванта. Гранична норма технологічного заміщення

Якщо аналізувати залежність обсягів виробництва від зміни двох факторів, то можна скласти *виробничу сітку* – таблицю, що описує виробничу функцію для певного максимального обсягу продукції, який може бути вироблений при кожній комбінації факторів виробництва (табл. 7.1).

Таблиця 7.1. Виробнича сітка

Затрати праці (L), люд.-год.	Обсяг виробництва зошитів, тис. шт., при витратах капіталу (K), маш.-год.			
	100	200	300	400
100	20	30	35	38
200	30	85	150	210
300	55	150	210	270
400	65	180	250	315

Однакові обсяги продукції можуть бути отримані при різних співвідношеннях факторів виробництва : 210 тис. шт. при $K = 400$ і $L = 200$ та при $K = 300$ і $L = 300$ тощо.

Можна графічно показати ті комбінації факторів виробництва, що дають однаковий виробничий результат. Отримана таким чином крива називається *ізоквантою* (рис. 7.1).

Ізокванта – це крива, що відображає різні варіанти комбінації ресурсів, які можуть бути використанні для виробництва заданого обсягу продукції. Ізокванти за своїм змістом є близькими до кривих байдужості. З рис. 7.1. видно, що при комбінації M_1 обсяг виробництва перевищить заданий. Через цю точку можна провести свою ізокванту. Так отримуємо карту ізоквант.

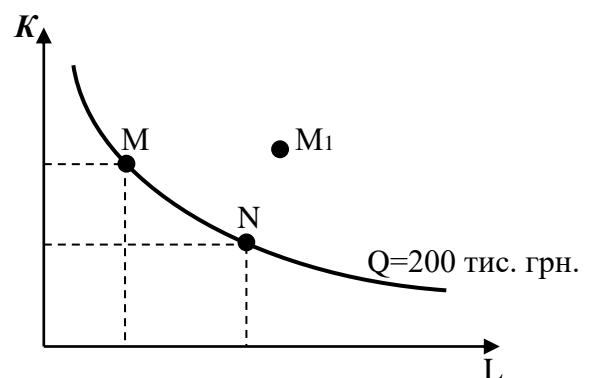


Рис. 7.1. Графічне зображення ізокванти

Карта ізоквант – це ряд ізоквант, що відображає максимальний випуск продукції за будь-якого набору факторів виробництва. Чим далі від початку координат розміщена ізокванта, тим більший обсяг випуску забезпечують різні комбінації ресурсів на ній. Аналізуючи ізокванти, можна визначити показник заміщення одного фактора виробництва іншим.

Гранична норма технологічного заміщення капіталу працею ($MRTS_{KL}$) визначається обсягом капіталу, який може бути замінений додатковою одиницею праці при збереженні незмінного обсягу випуску:

$$MRTS_{KL} = - \Delta K / \Delta L = - K_2 - K_1 / L_2 - L_1.$$

Гранична норма технологічного заміщення завжди вважається додатною величиною. Гранична норма технологічного заміщення праці капіталом визначається обсягом праці, який може замінити додаткова одиниця капіталу:

$$MRTS_{LK} = - \Delta L / \Delta K.$$

Віддача від масштабу в довгостроковому періоді

Довгостроковий період – період, достатній для зміни всіх ресурсів. Це означає, що економічний зміст довгострокового (до речі, як і короткострокового) періоду визначається не календарним часом, а саме здатністю підприємства здійснити зміни в усіх ресурсах, які воно використовує. Тривалість довгострокового періоду визначається не законодавством, не бажанням підприємців, а, насамперед, особливостями технологічного процесу. Для кіоска, що торгує морозивом, довгостроковий період може визначатися декількома місяцями, для сталеплавильного заводу – десятками років.

Фундаментальною проблемою виробництва в довгостроковому періоді є виявлення залежності приросту обсягу випуску від збільшення обсягів всіх введених до виробничого процесу ресурсів. Підприємство, намагаючись збільшити обсяги виробництва продукції, залучає все більше ресурсів, тобто збільшує масштаб виробництва. При цьому спостерігається різний ефект від зміни масштабу виробництва.

Позитивний ефект масштабу спостерігається тоді, коли обсяг виробництва продукції зростає відчутніше, ніж обсяги використання ресурсів. (рис. 7.2). Наприклад, при подвоєнні факторів виробництва обсяг випуску продукції зростає у три рази.

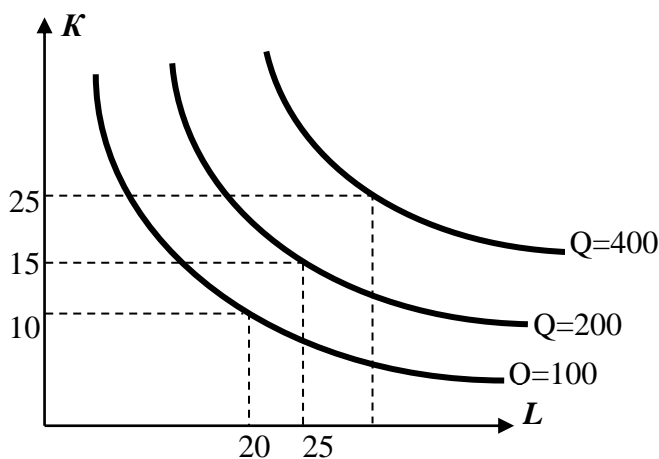


Рис. 7.2. Позитивний (зростаючий) ефект масштабу

Зростаючий ефект масштабу виробництва може досягатися завдяки впливу таких факторів:

1. Поділ праці. На більших підприємствах можлива глибша спеціалізація, що призводить до підвищення продуктивності праці і зниження витрат.
2. Поліпшення управління. Виділення спеціалістів, які безпосередньо займаються маркетингом, рекламою, науково–технічною роботою допомагає збільшити ефективність діяльності підприємства в цілому.
3. Збільшення масштабів виробництва найчастіше не вимагає пропорційного збільшення всіх ресурсів. Наприклад, збільшення вдвічі кількості верстатів на заводі не вимагає такого ж збільшення механіків, електриків, охоронців і т.д.

Постійний ефект масштабу спостерігається тоді, коли обсяги виробництва продукції та обсяги використання ресурсів зростають

пропорційно. В цьому разі замість одного великого підприємства можна мати декілька малих (туристичні агентства).

Спадаючий ефект масштабу спостерігається тоді, коли випуск продукції зростає менш відчутніше, ніж зростають обсяги використаних факторів виробництва (рис. 7.3).

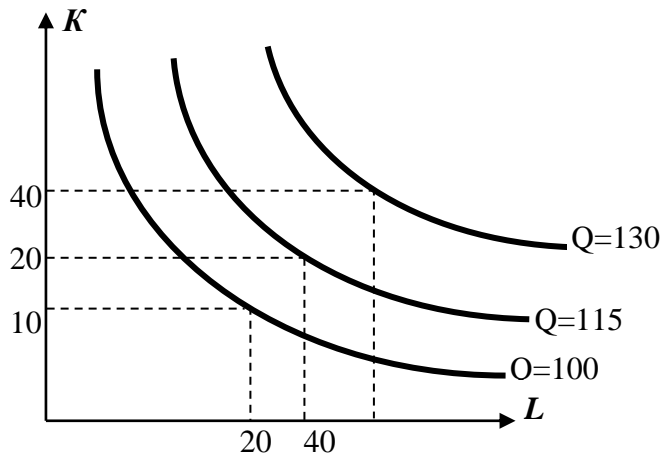


Рис. 7.3. Спадний ефект масштабу

Спадний ефект масштабу виробництва виникає через вплив таких факторів:

1. Значну інерцію великих систем, втрату ними гнучкості, необхідної в умовах нестабільного ринку.

2. Вихід підприємства за межі порога керованості (великі розміри підприємства створюють громіздку систему управління, затрудняється координація проміжних ланок, обмін інформацією, а це призводить до зниження ефективності управлінських рішень).

Отже, існують різні ефекти зміни масштабу виробництва:

1) якщо зростання обсягу випуску на кожні додаткові 10 одиниць потребує пропорційного збільшення обсягів ресурсів, має місце *постійна віддача від масштабу*;

2) якщо для збільшення обсягу випуску на кожні додаткові 10 одиниць необхідно, щоб ресурси зростали на більшу величину, має місце *спадна віддача від масштабу*;

3) якщо збільшення обсягу випуску на кожні наступні 10 одиниць потребує все менших приростів ресурсів, має місце *зростаюча віддача від масштабу*.

Оптимум виробника та траєкторія розвитку фірми

Якщо у процесі виробництва використовують лише два змінних фактора, працю (L) та капітал (K) за відповідними цінами (P_L і P_K), то сукупні витрати (ТС) можна визначити за формулою: $ТС = P_L L + P_K K$ (7.1).

При фіксованих цінах на фактори виробництва можна знайти безліч різних наборів капіталу і праці, які можна придбати за ті самі сукупні витрати.

Графічне зображення таких наборів називається *ізокостою* (рис. 7.4). *Ізокоста* – це лінія, що відображає затрати капіталу та праці, при яких витрати виробництва залишаються незмінними.

Властивості ізокошти:

1. Кут нахилу ізокошти залежить від цін на фактори виробництва.

2. Усі точки ізокошти відповідають однаковим сукупним витратам факторів виробництва.

3. Чим далі від початку координат розміщена ізокошта, тим більший обсяг ресурсів використовується у виробництві.

Рівновага виробника – це такий його стан, при якому він не бажає змінювати співвідношення факторів виробництва

(праці та капіталу), що задіяні у виробничому процесі. Це досягнення фірмою максимальних обсягів виробництва за певних витрат на ресурси. Умовою рівноваги є однаковий нахил ізокошти та найбільш віддаленої від початку координат ізокванти, що мають спільну точку (рис.7.5).

Оскільки нахил ізокошти визначається співвідношенням цін праці та капіталу, а нахил ізокванти – граничною нормою технологічного заміщення, то умову рівноваги можна записати як рівність:

$$MRTS_{LK} = P_L / P_K \quad (7.2.)$$

Оскільки $MRTS_{LK} = MP_L / MP_K$, то справедливим буде рівняння:

$$MP_L / MP_K = P_L / P_K \quad (7.3.) \text{ або}$$

$$MP_L / P_L = MP_K / P_K \quad (7.4.)$$

Рівняння 7.4. відображає принцип найменших витрат, сущ якого у тому, що виробництво

заданого обсягу продукції з мінімальними витратами вимагає, щоб ресурси, які одночасно використовуються, мали однакову величину граничного продукту на одиницю вартості ресурсу. Якщо граничний продукт на одиницю витрат одного фактора перевищує граничний продукт іншого фактора, то фірма може отримати приріст продукції за рахунок зміни співвідношення факторів виробництва.

Для кожного бажаного обсягу випуску можна знайти точку мінімальної вартості в системі координат „праця-капітал” (або навпаки – для кожного рівня витрат можна знайти максимально можливий обсяг випуску). Поєднання таких точок для різних обсягів випуску або рівнів витрат утворює криву, яка зображена на рис. 7.6 і відома під назвою лінія (траєкторія) розвитку (експансії) фірми у довгостроковому періоді.

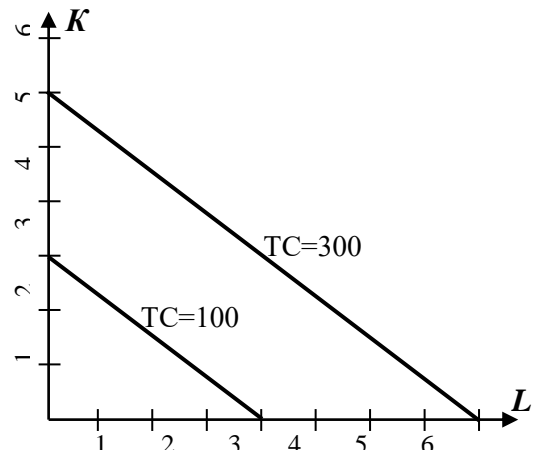


Рис. 7.4. Ізокошта

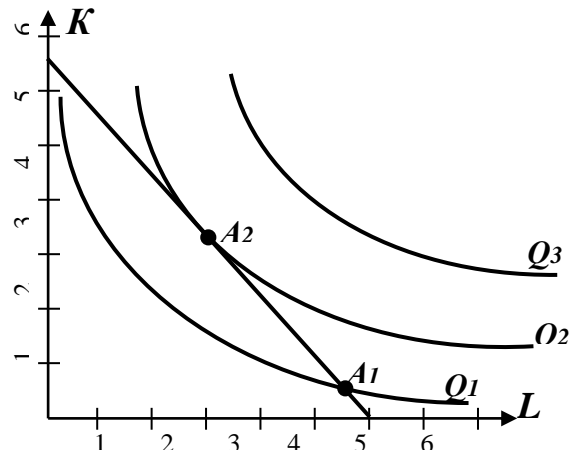


Рис. 7.5. Рівновага виробника

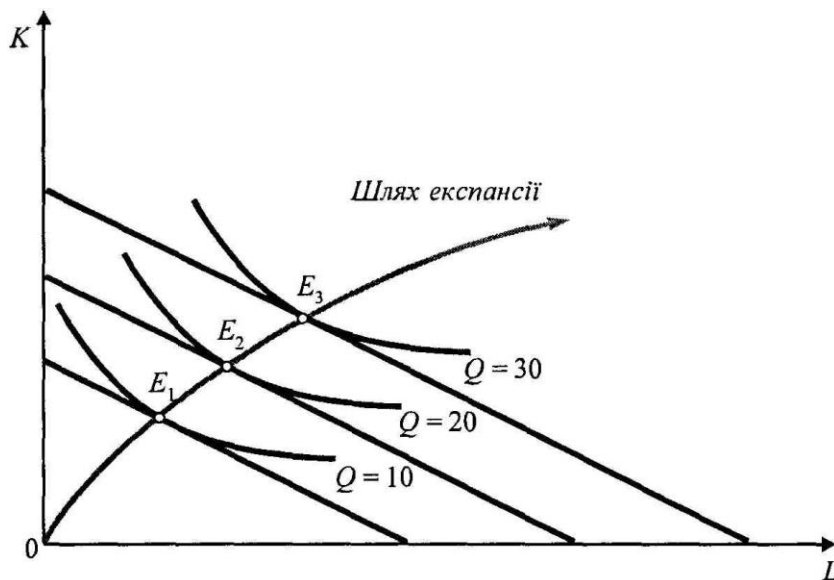


Рис. 7.6. Траєкторія розвитку фірми

Додатній нахил траєкторія розвитку фірми має тоді, коли зростання обсягу виробництва потребує збільшення обсягів використання обох ресурсів (праці і капіталу). Нахил траєкторії розвитку фірми може бути і від'ємним, коли для збільшення обсягу виробництва необхідно обсяг одного ресурсу збільшити, а іншого – зменшити. Той ресурс, частка якого зменшується при зростанні обсягу випуску продукції, називають ресурсом низької якості.

ТЕМА 8. ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА

Економічні витрати та їх структура. Нормальний прибуток

Витрати виробництва або *сукупні витрати* (ТС) – це вартість факторів виробництва, використаних для створення певного обсягу продукції.

Оскільки ресурси завжди обмежені, їх використання в одному місці не дає можливості використати їх в іншому, тому всі витрати завжди є альтернативними. Взагалі *альтернативна вартість* (вартість втрачених можливостей) – вартість найкращої альтернативної можливості виробництва чи поведінки фірми.

Витрати виробника поділяються на *зовнішні (явні)* і *внутрішні (неявні)*.

Явні(зовнішні) витрати – це витрати на оплату економічних ресурсів, постачальники яких не є власниками фірми (витрати на придбання сировини, палива, обладнання, трудових та транспортних послуг тощо). Ці витрати приймають форму прямих грошових виплат за отримані ресурси.

Неявні (внутрішні) витрати – це витрати, що обумовлені використанням власних (неоплачуваних) ресурсів підприємця (капітал, підприємницькі здібності). Ці витрати не передбачаються контрактами, які є обов'язковими для явних виплат. Неявні витрати, як правило, не знаходять відображення в бухгалтерському обліку підприємства, їх можна оцінити альтернативним використанням.

Відповідно до цього розглядають два види витрат:

а) бухгалтерські, тобто ті, що обліковуються у відповідності з системою національних рахунків (включають тільки явні витрати);

б) економічні витрати – включають ще й альтернативну вартість власних ресурсів, тобто включають явні й неявні витрати.

Залежно від того, які витрати беруться до уваги – лише явні чи сума явних і неявних, розрізняють поняття бухгалтерського прибутку і економічного прибутку.

Бухгалтерський прибуток дорівнює різниці між виручкою і бухгалтерськими (явними) витратами.

Економічний прибуток дорівнює різниці між виручкою і економічними витратами, що включають явні й неявні витрати.

Отже, економічний прибуток менший, ніж бухгалтерський прибуток, на величину неявних витрат (рис 8.1).

В економічній теорії існує також поняття нормального прибутку. **Нормальний прибуток** – звичайний для галузі прибуток від використання економічних ресурсів; це мінімальний дохід, який стимулює підприємця продовжувати справу, залишаючись у певній сфері бізнесу. Нормальний прибуток є винагородою за виконання підприємницьких функцій.

Економісти повинні чітко розрізнити поняття нормального і економічного прибутку. Якщо підприємство не має економічного прибутку, але його неявні витрати покриваються, то це значить, що воно має нормальний прибуток. Тобто нормальний прибуток – це різниця між бухгалтерським і економічним прибутком. Якщо ж неявні витрати підприємства не покриваються, то це значить, що воно не має прибутку взагалі (див схему). Отже, нормальний прибуток фактично дорівнює неявним витратам. Якщо економічного прибутку немає, то бухгалтерський прибуток дорівнюватиме нормальному прибутку.

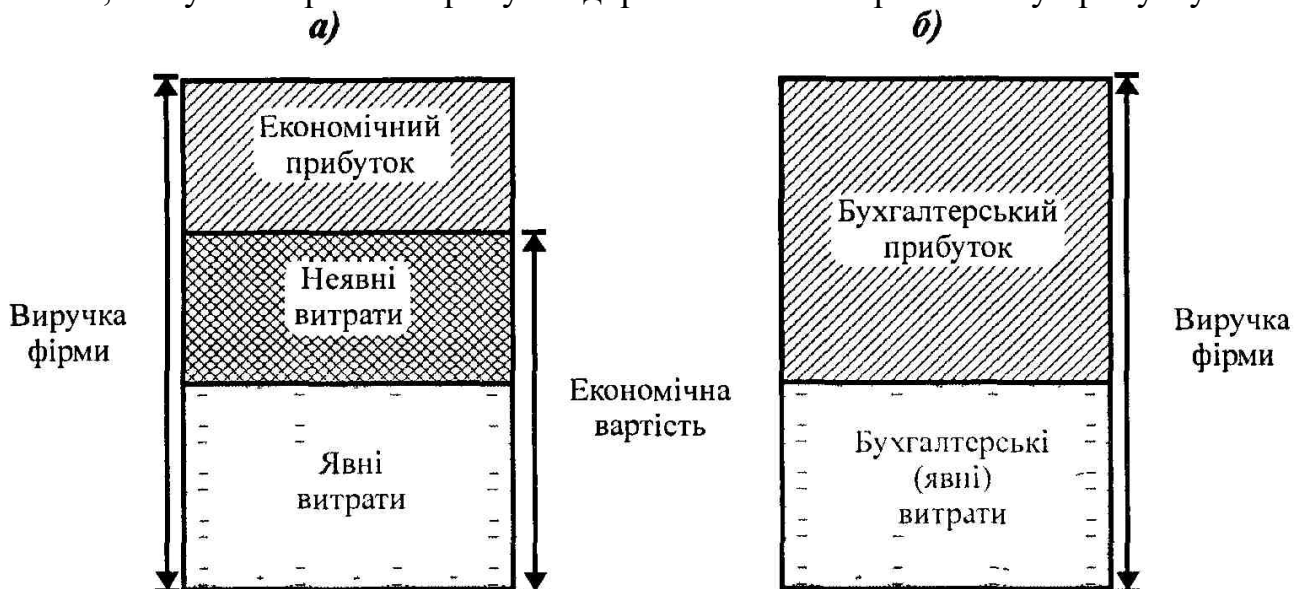


Рис. 8.1. Вартість і прибуток: а) в економічному аналізі; б) в бухгалтерському обліку

З рис. 8.1. видно, що нормальний прибуток дорівнює бухгалтерському прибутку за вирахуванням економічного прибутку.

Економічний прибуток – це надлишок над нормальним прибутком, породжений ініціативою підприємця, його вмінням знайти здійснювати нововведення, ризикувати тощо.

Витрати підприємства також поділяють на постійні й змінні.

Постійні (FC) – це витрати, обсяг яких в даний момент часу не залежить від обсягу і структури продукції, що виробляється (оренда землі, приміщень, амортизація, опалення).

Змінні (VC) – це витрати, загальна величина яких на даний період часу залежить від обсягу і структури продукції, що виробляється і реалізується (вартість сировини, заробітна плата).

Різниця між постійними і змінними витратами є основою для поділу періоду часу на короткостроковий і довгостроковий. У довгостроковому періоді всі витрати є змінними.

Сукупні (валові) постійні та змінні витрати можуть бути як загальними, тобто такими які відносяться на весь обсяг виробництва, так і *середніми*, тобто такими що відносяться на одну одиницю продукції. Особливу роль в мікроекономічному аналізі мають *граничні витрати (MC)* – приріст сукупних витрат для виробництва додаткової одиниці продукції: $MC = \Delta TC / \Delta Q$. Граничні та середні витрати є важливою інформацією щодо вибору обсягу виробництва.

8.2. Витрати виробництва у короткостроковому періоді

У короткостроковому періоді постійні витрати існують навіть тоді, коли продукція зовсім не виробляється. Постійні, змінні та сукупні витрати фірми зображено на рис. 8.2.

Середні постійні витрати (AFC) – це кількість постійних витрат виробництва (FC), що припадає на одиницю виробленої продукції (Q):

$$AFC = FC / Q.$$

Середні змінні витрати (AVC) – це кількість змінних витрат виробництва (VC), що припадає на одиницю виробленої продукції (Q):

$$AVC = VC / Q.$$

Середні сукупні витрати (ATC) – це кількість сукупних витрат виробництва (TC), що припадає на одиницю виробленої продукції (Q):

$$ATC = TC / Q.$$

Середні сукупні витрати (ATC або AC) можна розрахувати як суму середніх постійних і середніх змінних витрат:

$$ATC = AFC + AVC = (FC + VC) / Q.$$

Криві середніх сукупних, середніх змінних та граничних витрат зображено на рис 8.3.

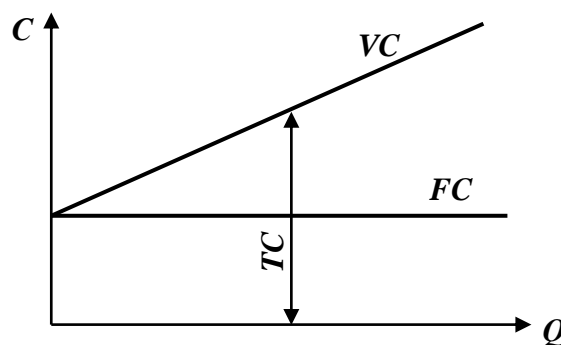


Рис. 8.2. Динаміка постійних, змінних і сукупних витрат фірми

Поки граничні витрати будуть меншими, ніж середні, виробництво додаткової одиниці продукції зменшуватиме середні витрати. Сукупні середні витрати будуть мінімальними за умови їх рівності з граничними витратами.

Зміни витрат у короткостроковому періоді відображають дію закону спадної граничної продуктивності змінного фактора.

V-подібний характер кривих середніх і граничних витрат обумовлений динамікою середнього (AP) і граничного продукту (MP). Якщо продуктивність кожної наступної одиниці ресурсу зростатиме, це спричинятиме зниження витрат на одиницю продукції. Під дією закону спадної граничної продуктивності, починаючи з певного обсягу випуску граничний продукт змінного ресурсу знижуватиметься, що спричинятиме підвищення граничних, а згодом і середніх витрат.

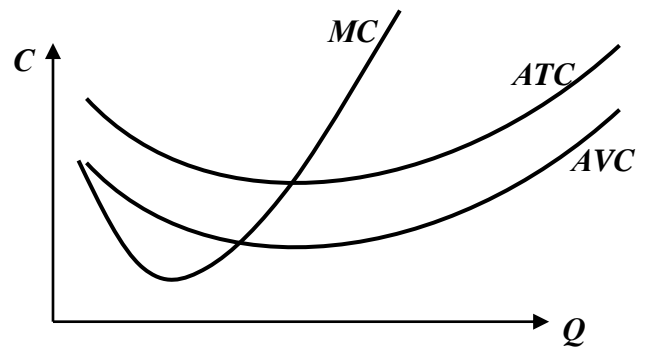


Рис. 8.3. Криві середніх та граничних витрат

Взаємозв'язок між коротко- і довгостроковими витратами

Аналізуючи витрати у довгостроковому періоді слід мати на увазі, що при цьому немає поділу на постійні та змінні витрати: усі витрати можуть змінюватися залежно від обсягу виробництва. Можна відмовитися від оренди або продати основні фонди чи придбати нові. В довготерміновому періоді найголовніша проблема – оптимізація розмірів підприємства.

V – подібний характер кривих середніх довгострокових витрат (LATC або LAC) такий же, як і в короткостроковому періоді, але чинником цього в довгостроковому періоді є ефект масштабу, тоді як в короткостроковому – закон спадної віддачі факторів виробництва.

Існує зв'язок та залежність між динамікою витрат у короткостроковому та довгостроковому періодах. Наприклад, функціонують певні виробничі дільниці, кожен з яких здатний забезпечити виробництво 5000 тис. стільців на рік при мінімальних середніх витратах. Рівень цих витрат для кожної дільниці свій. Тоді потужність підприємства буде залежати від кількості дільниць, введених у експлуатацію. На рис. 8.4. показано криві середніх витрат для кожного модуля.

Нехай потреби ринку становлять 9000 стільців. Цей обсяг можна отримати як за допомогою однієї виробничої дільниці, залишаючись у рамках короткотермінового періоду, так із введенням в експлуатацію іншого, тобто через довготерміновий період:

$$1 \text{ варіант: } 9 \text{ тис.} \times 21 = 189000 \text{ грн.}$$

$$2 \text{ варіант: } 5 \text{ тис.} \times 9 + 4 \text{ тис.} \times 15 = 45000 + 60000 = 105000 \text{ грн.}$$

$$3 \text{ варіант: } 5 \text{ тис.} \times 15 + 4 \text{ тис.} \times 9 = 75000 + 36000 = 111000 \text{ грн.}$$

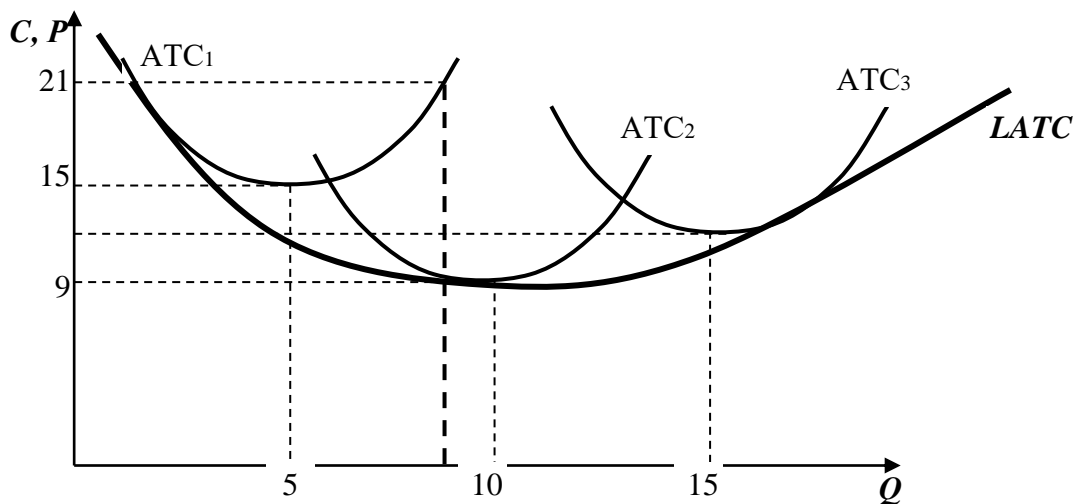


Рис. 8.4. Взаємозв'язок між коротко- і довгостроковими витратами

В даній ситуації доцільно вибрати другий варіант, тобто 5 тис. стільців виробити на другій ділянці й 4 тис. стільців – на першій. Якщо даний обсяг виробляти за допомогою однієї ділянки, то витрати виробництва становитимуть 189 тис. грн.

Довгострокова крива середніх витрат (LAC) отримується як дотична до кривих короткострокових середніх витрат. Графік довгострокових середніх витрат спочатку відображає зростаючий ефект масштабу, але при збільшенні обсягу виробництва цей ефект стає постійним і від'ємним.

Граничні витрати у довгостроковому періоді (LMC) – це приріст витрат виробництва в умовах можливої зміни розмірів підприємства.

ТЕМА 9. РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Ознаки та умови існування досконалої конкуренції

Умови досконалої (чистої) конкуренції:

1. Велика кількість продавців, які на рівних умовах конкурують між собою. Часка кожного з них на ринку повинна бути настільки малою (< 1 %), що будь-які його дії ніяк не вплинуть на ринкову ситуацію. Такі умови трапляються досить рідко.

2. Стандартна продукція. Споживач не розрізняє продукцію різних продавців, йому однаково, в кого купити певний товар.

3. Неможливість впливу окремого продавця на ринкову ціну. Продавець може продати товар дешевше ринкової ціни, але це ніяк не вплине на загальну ринкову ціну через мізерну частку продавця на ринку.

4. Відсутність нецінової конкуренції. Основою для її проведення є диференціація товару. Оскільки на конкурентному ринку товари стандартні, то підстав для нецінової конкуренції немає.

5. Інформація про ціни, технології та ймовірний прибуток легко доступна, що забезпечує гнучке реагування на зміну ринкових умов.

6. Вільний вступ та вихід з галузі. Не повинно існувати ніяких законодавчих, технологічних, фінансових та інших перешкод, що можуть завадити появі або зникненню фірм.

На відміну від ринкового попиту, крива попиту, з якою стикається окремий конкурентний виробник, абсолютно еластична, адже скільки б продукції він не запропонував до продажу, це ніяк не вплине на ринкову ціну (рис. 9.1; 9.2).

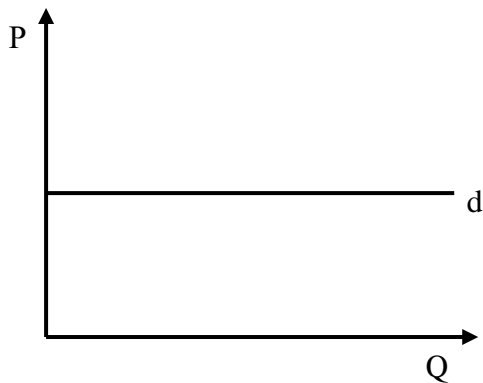


Рис. 9.1. Крива попиту для конкурентного виробника

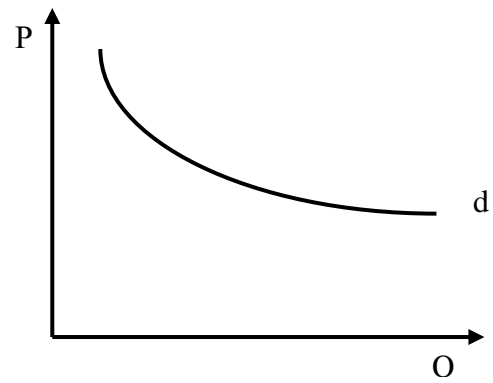


Рис. 9.2. Крива ринкового попиту

Особливості попиту на продукт конкурентної фірми проявляються також через динаміку основних показників, що характеризують її доходи: валової (сукупної) виручки, середньої виручки, граничної виручки.

Залежність зміни перелічених показників від обсягу виробництва продукції показана на рис. 9.3.

1. *Сукупна (валова) виручка або дохід (TR)* – це загальна виручка від продажу всього обсягу продукції:

$$TR = Q \times P.$$

2. *Середня виручка (AR)* – це відношення сукупної виручки до кількості проданої продукції:

$$AR = TR / Q = P.$$

3. *Гранична виручка (MR)* – це приріст валової виручки, що відбувся за рахунок продажу додаткової одиниці товару:

$$MR = \Delta TR / \Delta Q.$$

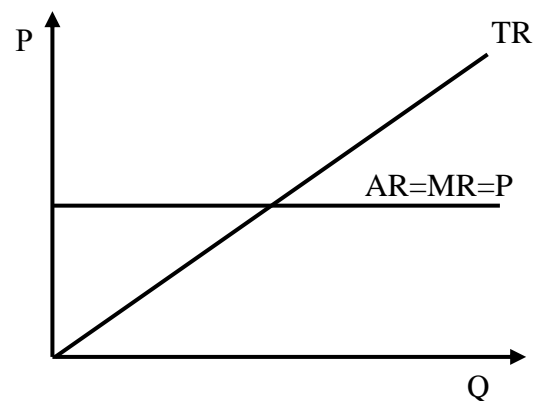


Рис. 9.3. Динаміка валової і граничної виручки конкурентної фірми

Умови максимізації прибутку, мінімізації збитків та закриття конкурентної фірми у короткостроковому періоді

У мікроекономіці існує два підходи до аналізу показників виробництва.

1. *Сукупний аналіз* (порівняння сукупної виручки і сукупних витрат).
2. *Граничний аналіз* (порівняння граничної виручки і граничних витрат).

1. Сукупний аналіз

Підприємство виробляє продукцію, якщо це приносить йому економічний прибуток або якщо збитки будуть меншими, ніж у разі повного припинення виробництва. Якщо фірма припинить виробництво, то її збитки

дорівнюватимуть *постійним витратам*. Тому якщо збитки від виробництва менші, ніж постійні витрати, то в короткостроковому періоді таке виробництво потрібно продовжувати. Отже, у короткостроковому періоді фірмі слід виробляти такий обсяг продукції, при якому вона *максимізує свої прибутки чи мінімізує збитки*.

Економічний прибуток чи збиток фірми буде дорівнювати різниці між валовим доходом (виручкою) і сукупними витратами (явними й неявними). *Бухгалтерський прибуток* буде більшим за економічний і дорівнюватиме різниці між валовою виручкою і явними (бухгалтерськими) витратами.

В табл. 9.1. наведені розрахунки показників валової виручки, економічного прибутку, граничних витрат та граничної виручки за умови, що ринкова ціна одиниці продукції становить 40 грн., а постійні витрати – 50 грн.

Таблиця 9.1

Розрахунки показників діяльності конкурентної фірми за умови, що ринкова ціна одиниці продукції – 40 грн., а постійні витрати – 50 грн.

Обсяг випуску продукції, Q	Сукупна виручка, TR	Сукупні витрати, TC	Середні сукупні витрати, ATC	Змінні витрати, VC	Середні змінні витрати, AVC	Економ. прибуток, ЕП	Граничні витрати, MC	Гранична виручка, MR
0	0	50	-	-	-	-50	-	-40
1	40	100	100	50	50	-60	50	40
2	80	128	64	78	39	-48	28	40
3	120	148	49	98	32,7	-28	20	40
4	160	162	40,5	112	28	-2	14	40
5	200	180	36	130	26	20	18	40
6	240	200	33	150	25	40	20	40
7	280	222	32	172	24,6	58	22	40
8	320	260	32,5	210	26,3	60	38	40
9	360	305	34	255	28,3	55	45	40
10	400	360	36	310	31	40	55	40

Дані таблиці можливо виразити графічно – ми можемо визначити єдиний обсяг виробництва, який максимізує прибуток підприємства (рис. 9.4).

Оптимальним із позицій сукупного аналізу обсяг виробництва буде за умови досягнення максимальної різниці між сукупною виручкою і сукупними витратами. Q_{opt} – оптимальний обсяг виробництва продукції конкурентною фірмою (8 одиниць). Величина відрізка А–В показує прибуток підприємства (за таблицею – 60 грн.).

Положення, для якого крива валових (сукупних) витрат стане дотичною до лінії валової (сукупної) виручки в т. А, буде відповідати умові точки

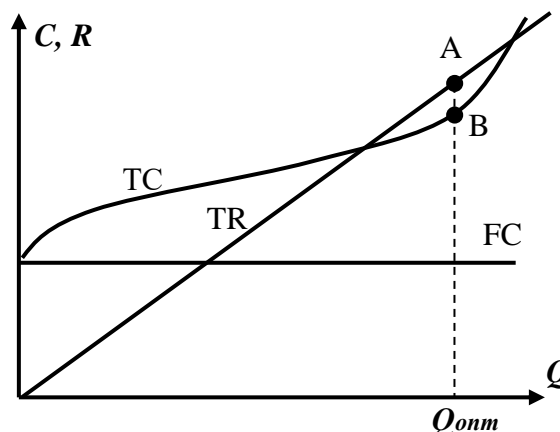


Рис. 9.4. Графічне зображення максимізації прибутку фірми з позицій сукупного аналізу

беззбитковості виробництва.

2. Граничний аналіз

Аналогічного результату щодо визначення обсягу випуску продукції, за якого максимізується прибуток чи мінімізуються збитки, можна досягти на підставі граничного аналізу, тобто порівняння *граничної виручки з граничними витратами*.

Якщо ринкова ціна одиниці продукції 40 грн., то продаж кожної наступної одиниці принесе підприємцю 40 грн. додаткової виручки (*MR*) при додаткових (граничних) витратах (*MC*): 50 грн. на першу одиницю, 28 – на другу, 20 – на третю і так далі.

Але, починаючи з 9 одиниці продукції, витрати на виробництво кожної одиниці перевищують додаткову виручку, отриману від її продажу. *Тому доцільно виробляти будь-яку одиницю продукції, гранична виручка від продажу якої перевищує граничні витрати на її виробництво ($MR > MC$)*. Аналогічно, якщо гранична виручка менше граничних витрат ($MR < MC$), то виробництво доцільно зменшувати.

Рівновага виробництва досягається тоді, коли гранична виручка зрівняється з граничними витратами ($MR = MC$), тоді підприємець отримає найбільший прибуток чи найменший збиток.

Графічне порівняння граничної виручки, граничних та середніх витрат наведено на рис. 9.5.

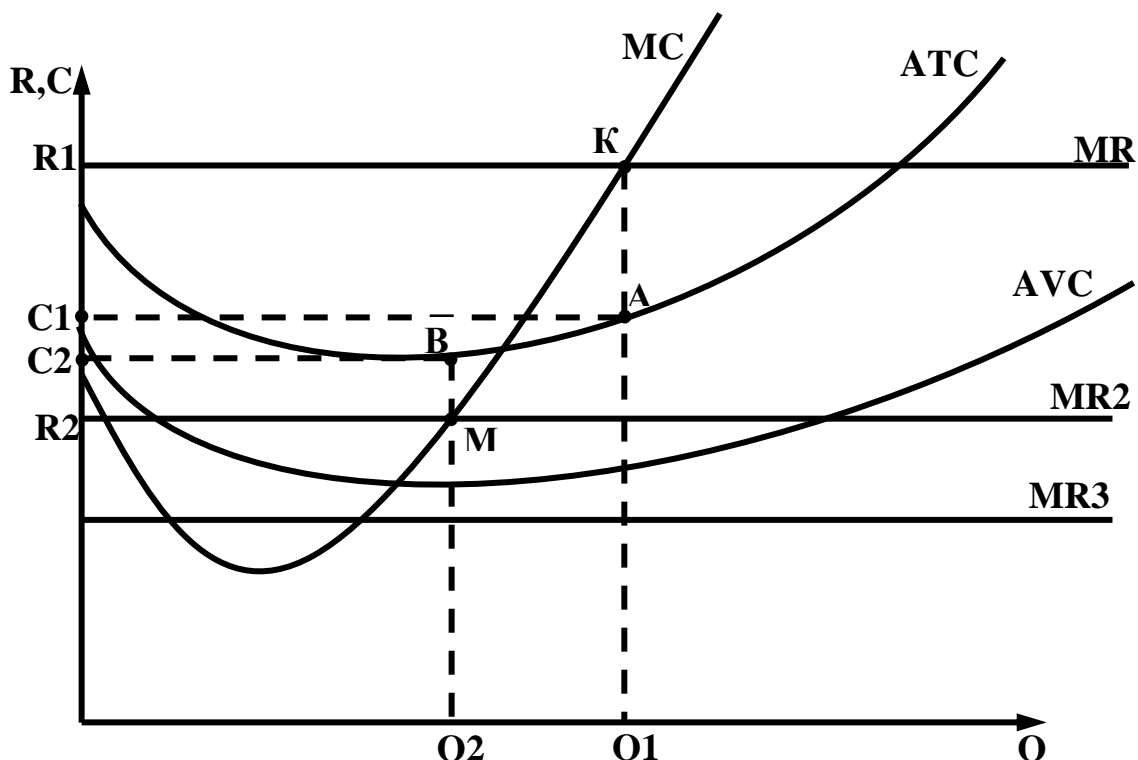


Рис. 9.5. Порівняння граничної виручки, граничних та середніх витрат. Умови максимізації прибутку, мінімізації збитків та закриття конкурентної фірми

Умови максимізації прибутку або мінімізації збитків конкурентної фірми:

1. Якщо лінія граничної виручки перетинає криву середніх сукупних витрат, то фірма вирішує проблему максимізації прибутку. Його максимальний розмір

досягається у точці К, де перетинаються лінія граничної виручки і крива граничних витрат. Сукупний обсяг прибутку визначається як площа прямокутника AKR_1C_1 .

2. Якщо лінія граничного доходу проходить нижче, ніж крива середніх сукупних витрат, то фірма вирішує проблему мінімізації збитків. Вони будуть найменшими в точці М, де перетинається крива граничних витрат з лінією граничної виручки. Обсяг цих збитків можна визначити через площу прямокутника MBC_2R_2 .

3. Якщо лінія граничного доходу не перетинає криву середніх змінних витрат, то фірмі потрібно відмовитись від виробництва та шукати шляхи усунення постійних витрат, що в даній ситуації дорівнюють збиткам.

Довгострокова рівновага конкурентної галузі

У довгостроковому періоді розглядається поведінка не окремої фірми, а взаємодія всіх фірм на даному ринку. Для галузі є дві ознаки довгострокового періоду:

1. Пристосування галузі до потреб ринку в довгостроковому періоді відбувається за рахунок входження в галузь нових виробників або їх виходу з галузі.

2. Усі фірми в галузі мають схожі криві витрат, що дає можливість виділити окрему фірму як типову.

Якщо якась типова фірма при певній ціні P_1 на свою продукцію отримує економічний прибуток, то інші фірми будуть намагатися переорієнтувати своє виробництво на цей же товар. Це призведе до переміщення кривої ринкової пропозиції вправо, а це призводить до зниження ціни рівноваги (рис. 9.6).

Тому вступ у галузь нових виробників зменшує економічний прибуток, а, отже, розпочнеться відтік фірм з цієї галузі та встановлення вищого рівня цін. Такі зміни призведуть до встановлення ціни, що покриватиме лише мінімальні середні витрати виробництва.

Встановиться ціна довгострокової ринкової рівноваги – це ціна беззбитковості підприємства, це найменша ціна, за якою у довгостроковому періоді підприємство може лише повертати свої витрати.

Воно відповідатиме самій низькій точці на кривій довгострокових середніх сукупних витрат (АТС). В цій ситуації деякі підприємства можуть мати фактичний прибуток завдяки тому, що вони мають доступ до обмежених факторів виробництва і отримують економічну ренту. *Економічна рента* є різницею між ціною, яку підприємство платить за потрібний фактор на конкурентному ринку, і його найнижчою ціною.

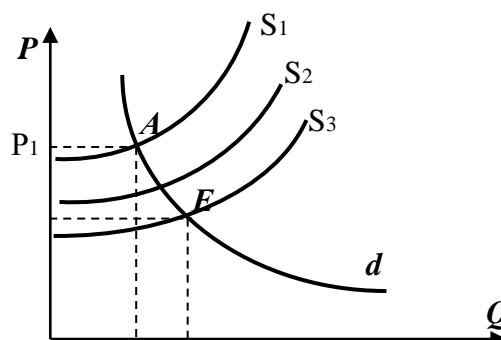


Рис. 9.6. Наслідки входження на ринок нових фірм

ТЕМА 10. МОНОПОЛЬНИЙ РИНОК

Причини виникнення та види монополій

Характеристики монопольного ринку:

1. На ринку діє тільки один виробник певної продукції. Тому для чистого монополіста еквівалентні поняття „ринкова пропозиція” та „пропозиція окремої фірми”, а також відсутній поділ на попит для окремої фірми і ринковий попит.

2. Товар, що виробляється монополістом, не має близьких замінників. Це твердження дещо абстрактне, але для спрощення ситуації будемо вважати, що у споживача є лише два варіанти: або взагалі відмовитись від споживання певного товару, або придбати його в монополіста.

3. Ціну на свій товар монополіст встановлює сам. Для монополіста попит збігається з ринковим і його можна розглядати як заданий, тому він встановлює ціну, маневруючи пропозицією: збільшення пропозиції знижує ціну, а зменшення пропозиції призводить до зростання цін.

4. Заблокований вступ у дану галузь для інших виробників. Бар'єрами для вступу в галузь можуть бути:

- a) масштаби виробництва (монополія – це велике підприємство, і для створення їй гідної конкуренції потрібно вкласти значні кошти);
- b) легальні бар'єри (патент – виключне право на виробництво якогось продукту чи використання технології, ліцензія – право на заняття певним видом діяльності);
- c) власність на найважливіші види ресурсів (коли обмеженість ресурсів абсолютна, й у них немає близького замінника);
- d) недобросовісна конкуренція (тиск на постачальників сировини, цінова війна з метою банкрутства конкурента, підкуп чиновників і т. д.).

Монополізація ринку може досягатися:

1. Розширенням фірми за рахунок капіталізації прибутку, банкрутством конкурентів, їх поглинанням до досягнення фірмою повного панування в галузі.

2. Об'єднанням капіталів на добровільних засадах. Форми монополістичних об'єднань:

a) картель – це досягнення угоди про розподіл ринків збуту, квот та цін виробництва при умові збереження всіма учасниками комерційної та виробничої самостійності;

б) синдикат – це створення учасниками, що зберігають виробничу самостійність, спільного спеціалізованого підрозділу, що здійснює постачально-збутові операції для всіх членів об'єднання;

в) трест – це об'єднання підприємств однієї галузі, що втрачають і комерційну і виробничу самостійність.

Обсяг випуску, ціна і прибуток монополіста

Головна відмінність між чистою конкуренцією і чистою монополією полягає у своєрідності кривої попиту: якщо для конкурентної фірми вона має

абсолютно еластичний характер (пряма лінія), то для чистого монополіста – спадний характер (рис. 10.1).

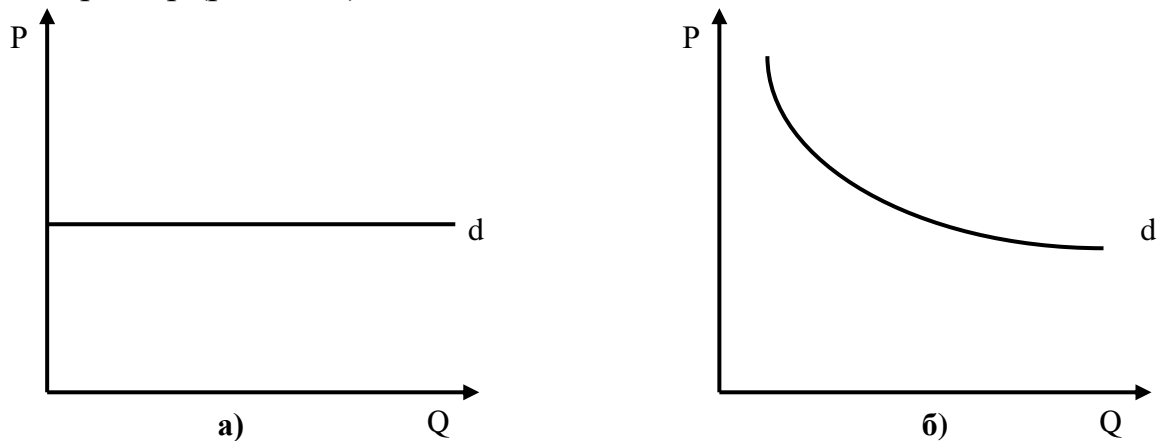


Рис. 10.1. Зображення кривих попиту: а) на продукцію конкурентної фірми; б) на продукцію монополіста

Спадний характер кривої попиту на продукцію монополіста означає, що він не зможе продати більше продукції без зниження ціни на неї. Проте він буде змушений знизити ціну не тільки на додаткову одиницю продукції, а й на весь обсяг продаж. Для монополіста виручка, отримана від продажу додаткової одиниці продукції, завжди менша її ціни. Наприклад, якщо монополіст може продати 20 одиниць товару за ціною $P_1 = 200$ грн., то для збільшення обсягу продаж до 30 одиниць товару він змушений зменшити ціну до $P_2 = 170$ грн. Приріст сукупної виручки (ΔTR) буде дорівнювати 1100 грн., а гранична виручка (MR) – 110 грн., тоді як ціна додаткової одиниці проданого товару – 170 грн.

Адже вигреш від збільшення обсягів продажу зменшується на величину програшу від зниження ціни (рис. 10.2).

Гранична виручка може бути:

1) додатною величиною ($MR > 0$), коли $S_2 > S_1$, тоді сукупна виручка (TR) зростає;

2) від'ємною величиною ($MR < 0$), коли $S_2 < S_1$, тоді сукупна виручка спадає;

3) нульовою ($MR = 0$), коли $S_2 = S_1$, тоді сукупна виручка набуває максимального значення.

Монополіст максимізує прибуток при обсягах

виробництва менших, ніж це могло бути на конкурентному ринку ($Q_M < Q_K$). Правило оптимального випуску $MR=MC$ є універсальною необхідною умовою максимізації прибутку для всіх типів ринкових структур. Розбіжність результатів при максимізації прибутку виникає за рахунок показника граничної виручки. Для конкурентної фірми $MR=P$, а для монополіста $MR < P$ (рис. 10.3).

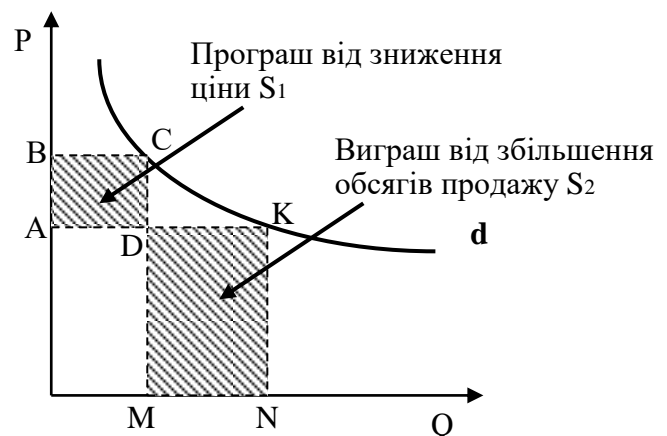


Рис. 10.2. Формування граничної виручки чистого монополіста

Помилкові уявлення про політику монополіста:

1. Що монополіст намагається встановити найвищу ціну. Але збільшення ціни обертається зменшенням обсягів продаж. Тому мета монополіста – збільшити не ціну, а прибуток.

2. Що чим більша різниця між ціною реалізації продукції та середніми витратами на виробництво одиниці продукції, тим більший прибуток отримує монополіст. Однак це твердження справедливо лише відносно

одиниці продукції, а монополіст ставить мету – максимізувати загальний прибуток. Наприклад, ціна товару 10 грн./кг, його собівартість – 5 грн./кг, прибуток при реалізації 10 одиниць товару становитиме 50 грн. $((10 - 5) \times 10)$. Однак можлива ситуація, що навіть при меншій ціні (9 грн.) і вищих витратах (6 грн.), але при умові більшого обсягу реалізації (20 кг), прибуток може бути більший ніж у першому випадку $((9 - 6) \times 20 = 60)$.

3. Що монополіст завжди гарантує беззбиткову діяльність. Але бувають ситуації, коли попит на якийсь товар різко падає та крива попиту середніх витрат і крива попиту проходять нижче, ніж крива середніх витрат, не маючи з нею спільних точок. Наприклад, монополіст з виробництва рахівниць або примусів може не отримати прибутку взагалі.

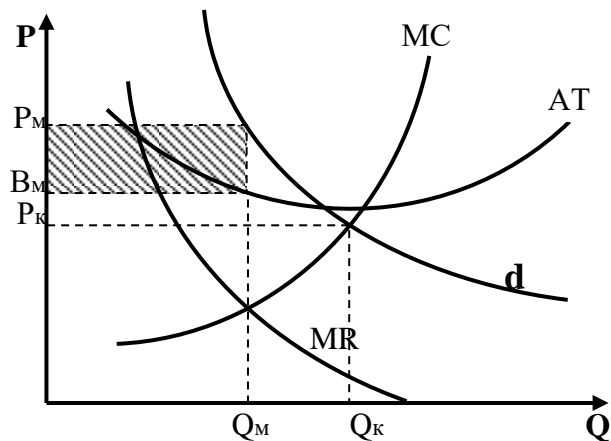


Рис. 10.3. Графічне зображення максимізації прибутку монополістом

Соціально-економічні наслідки панування монополій.

Х-неефективність

Найголовнішими економічними наслідками діяльності чистої монополії є:

1. Порівняно з конкурентним виробником монополіст вважає за доцільне призначати вищі ціни і продавати менший обсяг продукції. Тому:

а) суспільство перевитрачає певну кількість ресурсів, бо рівноважний обсяг виробництва монополіста не збігається з мінімальним рівнем середніх витрат;

б) споживачі змушені сплачувати „монополістський податок”, цей „податок” – економічний прибуток монополіста.

Уперше зробив спробу дати кількісну оцінку збиткам, що приносить монополізація економіки, американський економіст А. Харберг у 1954 р. Для спрощення оцінювання величини збитків припускається, що граничні витрати постійні і дорівнюють середнім витратам (рис. 10.4).

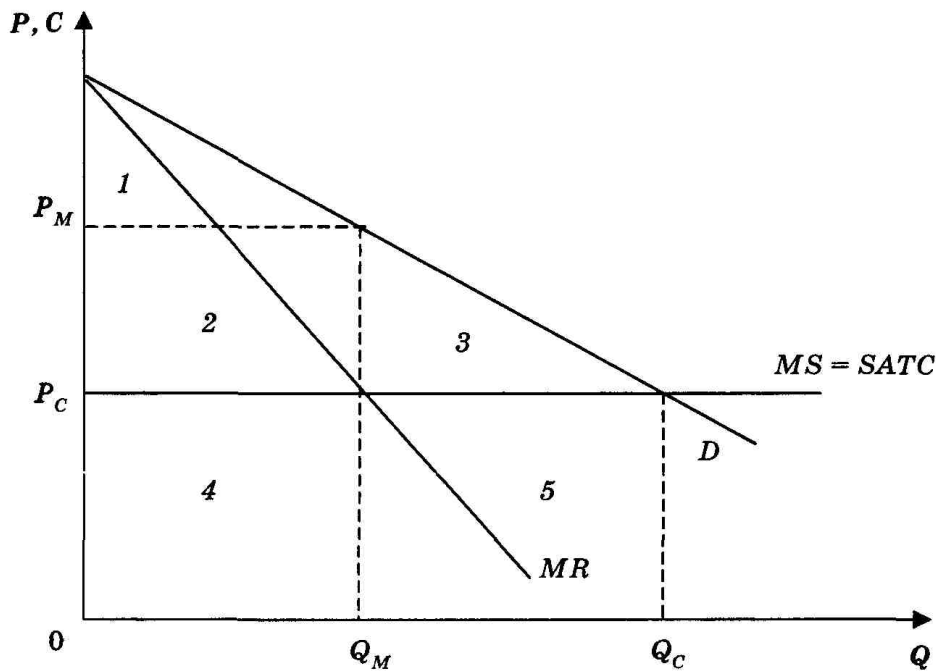


Рис. 10.4. Оцінка збитків, які приносять монополії

В умовах досконалої конкуренції продукція буде продаватися в обсязі Q_C за ціною P_C при монополізації ринків – в обсязі Q_M за ціною P_M .

В умовах досконалої конкуренції:

- площа (1 + 2 + 3) – надлишок споживача при продажу за ціною P_C ;
- площа (4 + 5) – витрати виробника.

Після монополізації:

- площа трикутника 1 – надлишок споживача;
- площа прямокутника 2 – прибуток монополіста;
- площа трикутника 3 – *безповоротні втрати суспільства*;
- площа прямокутника 4 – витрати монополіста;
- площа прямокутника 5 – альтернативна цінність ресурсів.

Площу безповоротних втрат суспільства можна розрахувати за формулою:

$$W = \frac{1}{2} \Delta P \times \Delta Q,$$

де ΔP і ΔQ – відхилення від конкурентної ціни та обсягу випуску.

Оцінка втрат добробуту, що виникає внаслідок неоптимального розподілу ресурсів монополією, зумовила появу статті Х. Лейбенстайна про Х-неефективність. Він стверджував, що Х-неефективність, тобто втрати фірми, які виникають внаслідок нездатності фірми працювати на межі виробничих можливостей, може бути пов'язана з неконкурентною ринковою структурою. Тиск конкуренції змушує учасників ідеальної конкуренції боротися за мінімізацію витрат, тоді як свобода від конкуренції дає монополістові можливість працювати неефективно, або Х-неефективно. Тобто монополіст може дозволити собі працювати в точці, яка розташована вище від теоретичної кривої витрат.

Значення конкуренції для уникнення Х-неефективності досліджували багато економістів. Наприклад, В. Прімо вивчав витрати електростанцій у 49 містах

США, де діяли дві компанії-конкуренти. Було визначено, що у фірмах, якими володіли муніципалітети та котрі брали участь у конкуренції, витрати були на 11 % меншими за середні, ніж у фірмах, де муніципалітети мали монополію. Р. Стівенсон з'ясував, що витрати на виробництво електроенергії американських електростанцій, які також володіли місцевими газорозподільними компаніями, були на 6–8 % вищими, ніж у компаніях, котрі не контролювали конкуренцію на ринку природного газу.

Ці факти свідчать про існування X-неефективності та про тенденції щодо її зменшення під тиском сильної конкуренції.

2. Середні витрати монополіста, як правило, не збігаються з середніми витратами конкурентної фірми, вони можуть бути як меншими, так і більшими:

а) $ATC_M < ATC_K$, адже монополіст – це велике підприємство і на розмір середніх витрат може вплинути ефект масштабу;

б) $ATC_M > ATC_K$, у зв'язку, як правило, з меншою ефективністю виробничої діяльності монополіста:

- цілі менеджерів монополіста не збігаються з метою мінімізації витрат (вони можуть ставити завдання – збільшити фірму, не беручи до уваги витрати, ухилятися від надмірного ризику за рахунок збільшення витрат, брати на роботу некомпетентних друзів та родичів);
- монополіст, не відчуваючи "подиху в потилицю" конкурента, стає в'ялим, припиняє пошук нових технологій;
- монополіст несе додаткові витрати (придбання патентів, ліцензій, підкуп чиновників, тиск на постачальників).

3. Монополія суперечливо впливає на науково-технічний прогрес:

а) масштаби монополії дають змогу виділяти значні кошти на науку та розробку нових технологій;

б) однак у монополіях немає постійних стимулів до НТП.

Цінова дискримінація

Чистий монополіст має можливість проводити цінову дискримінацію. Вона відбувається тоді, коли один продукт реалізується більш ніж за одною ціною при тих же незмінних витратах. Наприклад, різні тарифи на електроенергію населенню та підприємствам, пасажирські і вантажні перевезення Укрзалізницею.

Монополіст самостійно встановлює ціну на власну продукцію і тому може продавати її за різними цінами або у різній кількості. Для цього потрібно, щоб еластичність попиту на товар у різних покупців була різною, а ці покупці були легко ідентифіковані, і неможливим був перепродаж товару. Цінову дискримінацію можна проводити лише за певних умов:

- наявності ринкової влади у продавця, яка дає можливість впливати на попит шляхом регулювання ціни;
- можливості класифікувати покупців за групами із однаковими ціновими перевагами;

- виключення перепродажу товару однією групою покупців іншим, а також створення штучних бар'єрів для розподілу покупців.

Поняття цінової дискримінації впровадив в економічну теорію у першій третині ХХ ст. А. Пігу¹, хоча явище, що дістало цю назву, було відоме й раніше.

За умовами, що забезпечують можливість встановлення різних цін на одне й те саме благо, розрізняються такі види цінової дискримінації:

- 1) у просторі (продаж у місті та в селі);
- 2) у часі (білети на вечірні та денні сеанси);
- 3) за доходами споживачів (послуги юриста для багатих та бідних);
- 4) за обсягами споживання блага (мінімально потрібна кількість і понад норму);
- 5) за соціальним статусом споживачів (квитки для працюючих та пенсіонерів).

А. Пігу запропонував розрізняти три види, або ступені, цінової дискримінації.

Цінова дискримінація першого ступеня має місце, коли кожна одиниця товару продається за ціною, яку кожен споживач згоден сплатити за цю одиницю, тобто за ціною попиту. Для кожного покупця такі ціни будуть різними. Цей вид цінової дискримінації передбачає як персональні, так і міжособисті відмінності цін попиту, і тому він також має назву досконалої цінової дискримінації.

На рис. 10.5 представлено графічну модель цінової дискримінації першого ступеня. Оптимальний обсяг випуску для підприємства-монополіста визначається перетином кривих граничної виручки та граничних витрат.

Із рис. 10.5 видно, що оптимальний обсяг становить Q_E і буде продаватися за ціною P_E . Надлишок споживача складатиме у цьому випадку суму, яка дорівнює площі трикутника P_EAL . Якщо монополіст має можливість здійснювати досконалу цінову дискримінацію, то він почав би продавати кожен одиницю продукції за ціною попиту, вся множина яких представлена ординатами точок лінії попиту D . Наприклад, обсяг товару Q_2 , буде продаватися за ціною P_2 . Відповідно кожна додаткова продана одиниця продукції збільшуватиме загальну виручку монополіста рівно на ту суму, за котру вона продається. Це означає, що для монополіста, який здійснює досконалу цінову дискримінацію (дискримінацію першого ступеня), крива попиту стає кривою граничної виручки, як у випадку досконалої конкуренції, але, на відміну від неї, немає єдиної ціни, всі одиниці продукції продаються за різними цінами, тобто $MR \neq MC$.

Оскільки кривою граничної виручки стає крива попиту, то саме її перетин із кривою MC (точка E_1 на рис. 10.5) визначає оптимальний випуск. Тепер монополіст збільшує обсяг випуску до рівня Q_1 , але кожен одиницю товару він буде продавати не за ціною P_1 , а за різними цінами, що вище P_1 , і, таким чином, він привласнює весь споживчий надлишок.

¹ Пігу А. Экономическая теория благосостояния. – М., 1985. – Т. 1, гл. 16.

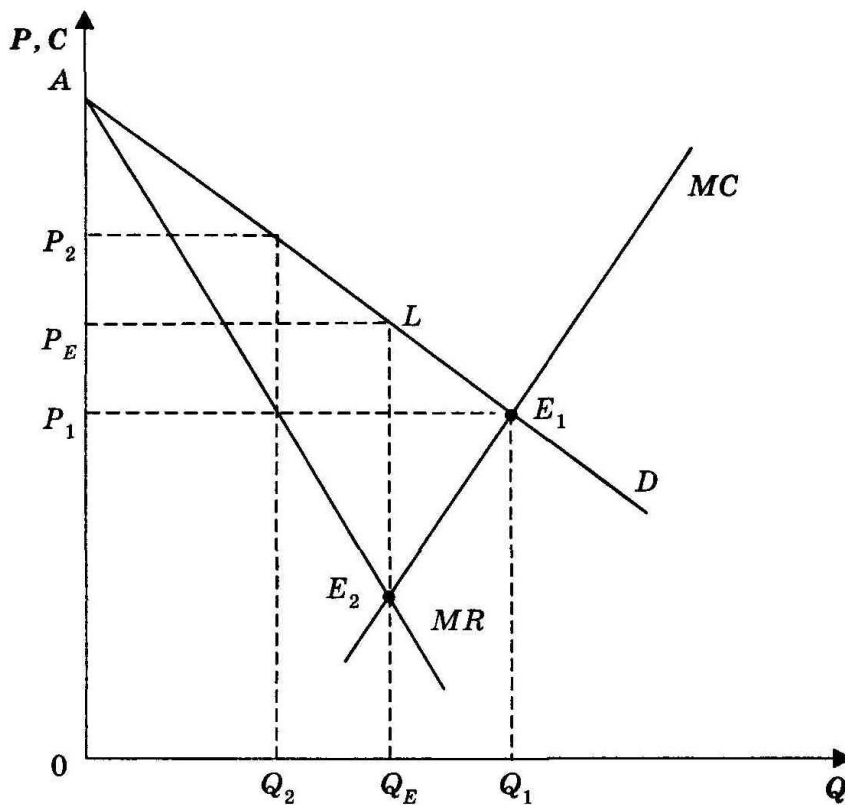


Рис. 10.5. Цінова дискримінація першого ступеня

У чистому вигляді цінова дискримінація зустрічається дуже рідко. Найбільш наближеною до неї є ситуація, коли кожна одиниця товару виробляється на індивідуальне замовлення, або ситуація продажу на аукціоні, коли крива попиту збігається з кривою граничної виручки.

Цінова дискримінація другого ступеня має місце, коли ціни на продукцію однакові для всіх споживачів, але розрізняються залежно від обсягу покупки. Типовим прикладом такого виду дискримінації є ціноутворення у сфері комунальних послуг: водо- та енергопостачання, телефонні послуги. Наприклад, у рахунку за телефон зазвичай є щомісячна абонентська плата (тверда ставка) та вартість телефонних розмов (змінна ставка). Оскільки є тверда ставка, ціна одиниці (ціна однієї хвилини розмови) скорочується зі збільшенням кількості дзвінків. Такі ціни часто називаються нелінійними або багатоставочними.

На практиці цінова дискримінація другого ступеня також може мати вигляд цінового дисконту або знижок на обсяг товару. Наприклад:

- знижки на обсяг продажу – чим більший обсяг, тим більша знижка у ціні;
- кумулятивні знижки – сезонний квиток на залізниці дешевший, ніж разові квитки;
- цінова дискримінація у часі – різні ціни у кінотеатрі на вечірні та денні сеанси;
- стягнення абонементної плати згідно з пропорційною оплатою кількості товару, що купується.

При ціновій дискримінації другого ступеня продавець не може визначити платоспроможність покупців, тому пропонує кожному однакову структуру цін, надаючи можливість покупцю обрати обсяг покупки.

Цінова дискримінація третього ступеня має місце, коли галузевий попит може бути представлений у вигляді окремих груп покупців (на основі сегментації) з різними функціями попиту. У цьому випадку завдання підприємства – встановити такі ціни для кожної групи споживачів, які б максимізували загальний прибуток.

При ціновій дискримінації третього ступеня продавець має призначити меншу ціну на продукцію в сегментах ринку з високою ціновою еластичністю попиту. Така модель пояснює, чому експортна ціна може бути меншою від ціни на внутрішньому ринку.

Наведемо деякі приклади цінової дискримінації третього ступеня:

- надання знижок покупцям із високою еластичністю попиту: сезонні знижки в кінці сезону, купонні знижки;
- підвищення цін для непоінформованих споживачів: продаж за каталогами; високі преїскурантні ціни, але зі знижками у разі претензій до якості, ціни;
- дискримінація залежно від статусу споживачів: знижки для пенсіонерів, студентів, військових; передплата газет, журналів для фізичних осіб дешевша, ніж для юридичних; тарифи у готелях для іноземців вищі, ніж для громадян цієї країни;
- встановлення нижчих цін у найменш завантажені години: їжа в обідні та вечірні години, ціни на готелі взимку;
- дискримінація залежно від різної оцінки часу: надання знижок, якщо потрібно зачекати поставки товару або купівля здійснюється в іншій частині міста.

ТЕМА 11. ОЛІГОПОЛІЯ ТА МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ

Суть і причини виникнення олігополії

Поведінка виробника на олігополістичному ринку є найскладнішою для прогнозування, тому що потрібно враховувати реакцію конкурентів на певні дії виробника та їх відповідну корекцію. Основні ознаки олігополістичного ринку:

1. Панування на олігополістичному ринку кількох фірм. Їх може бути від двох до двадцяти. Олігополістичний ринок формується за умови досягнення високого ступеня концентрації виробництва. Для його виміру використовується ціла система показників, серед яких такі:

- частка *кількох найбільших виробників* (як правило, чотирьох чи восьми) у загальному обсязі галузевого продажу. Для підтримки конкурентного середовища у багатьох країнах встановлюється гранична межа галузевої концентрації виробництва. Так, у США вважається, що для нормального розвитку галузі має бути не менше, ніж 10

конкуруючих фірм. При цьому на частку найбільшої з них не повинно припадати більше, ніж 31 % усіх галузевих продаж, двох фірм – не більше, ніж 44%, трьох – не більше, ніж 54%, чотирьох – не більше, ніж 64 %;

- *індекс Херфіндаля-Хіршмана (IХХ)*, в основу розрахунку якого теж покладена частка окремих виробників на галузевому ринку продажу. Він розраховується за формулою:

$$IХХ = \sum_{i=1}^n d_i^2 = d_1^2 + d_2^2 + \dots + d_n^2$$

де d_i – частка i -го підприємства на галузевому ринку продажу, %;
 n – кількість підприємств на ринку.

Максимального значення цей індекс досягає тоді, коли галузь представлена однією чистою монополією ($100^2 = 10\ 000$). Тому чим менший індекс Херфіндаля-Хіршмана, тим більш конкурентним можна вважати ринок. Найхарактернішим для олігополістичного ринку є значення індексу від 1200 до 5000.

Проте застосування зазначених показників не завжди реально відображає ступінь розвитку конкуренції, оскільки всі показники, як правило, розраховуються для загальнодержавного ринку. Реально ж кожен ринок має свої обмежені географічні рамки. Більше того, деякі товари взагалі не утворюють єдиного загальнодержавного ринку, а завжди формуються лише на певних територіях. Скажімо, це може бути ринок цегли чи цементного розчину, побутових послуг чи окремих продуктів харчування.

Досить суттєвим у формуванні конкурентного середовища для відкритих економік є зовнішній фактор – іноземні виробники. Тому, визначаючи модель ринку, яка склалася у тій чи іншій галузі, слід обов'язково враховувати доступність на нього виробників аналогічної продукції з інших країн.

2. Продукт, який виробляє олігополія, може бути як стандартним, так і диференційованим. Типовими олігополістичними ринками є ринки сталі та автомобілів. Якщо у першому випадку виробляється стандартний продукт, то у другому він досить диференційований. Однак вид продукту (стандартний чи диференційований) суттєво не впливає на функціонування олігополістичного ринку. Оскільки частка будь-якого виробника на загальному ринку відповідного товару досить значна, кожен з них *може проводити самостійну цінову політику*.

3. Вступ у галузь нових виробників дещо обмежений. Він не настільки заблокований, як це властиво для ринку чистої монополії, однак бар'єри для вступу в галузь існують.

Олігополістична модель ринку – поширена модель, оскільки при відносно незначній кількості виробників у більшості галузей є можливість досягти ефекту масштабу. У цьому разі перехід до великих фірм обов'язково супроводжуватиметься поглинанням конкурентів і переходом до олігополії. В економіці існує об'єктивне прагнення фірм до злиття, оскільки об'єднання

кількох фірм може суттєво збільшити їхню частку і дати можливість новій структурі досягти вищих результатів, у тому числі за рахунок ефекту масштабу. Злиття може дати більшу економічну владу, більші можливості контролю за цінами, а також виграш на цінах закупки ресурсів внаслідок перетворення на значного покупця.

Олігополістична конкуренція. Варіанти ціноутворення олігополіста

Точний прогноз поведінки фірми в умовах монополістичного ринку не можливий, бо існує декілька варіантів олігополії. У галузі може бути як 2-3 найбільші фірми („жорстка” олігополія), так і 10-20 („м’яка” олігополія). Тому виділяють такі варіанти ціноутворення олігополіста:

- 1) ламана крива попиту;
- 2) ціноутворення, зумовлене таємним зговором;
- 3) лідерство в цінах;
- 4) ціноутворення за принципом "витрати плюс".

1. *Ламана крива попиту.* Припустимо, що галузь має три рівноцінні фірми (А, В, С), що не погоджують свої ціни. При цьому можливі такі два варіанти поведінки цих фірм:

а) якщо фірма А знижує ціну з P_1 до P_2 , щоб реалізувати більше своєї продукції, то фірми-конкуренти будуть її наслідувати, щоб не втратити своєї частини ринку, і приріст продажу буде досить незначним (в основному за рахунок інших галузей);

б) коли А підвищить ціни, то В і С проігнорують таку поведінку, щоб звільнитися від А і захопити його частку ринку. Тому крива попиту для олігополіста матиме вигляд ламаної кривої (рис. 11.1).

Крива попиту буде сильно еластичною на ділянці, що розташована вище від ринкової ціни P_1 , та слабо еластичною (коли продукт диференційований) або взагалі нееластичною (якщо олігополісти продають стандартну продукцію) на ділянці нижче, ніж ринкова ціна. Через таку суттєву відмінність у еластичності попиту крива граничного доходу буде мати розрив.

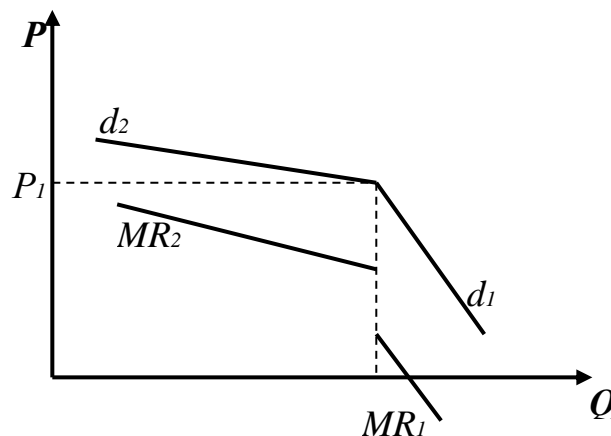


Рис. 11.1. Ламані криві попиту та граничної виручки для олігополіста

Ціни на олігополістичному ринку є негнучкими (жорсткими), адже ініціатор зміни ціни не має виграшу ні при її підвищенні, ні при зменшенні. Крім того, ламана крива граничної виручки означає, що в певний момент зміни граничних витрат не впливають на ціну та обсяги виробництва (рис. 11.2).

Однак, ґрунтуючись лише на ламаній кривій попиту неможливо пояснити, чому ринкова ціна встановлюється на рівні P_1 . Вивчення моделі поведінки виробника на олігополістичному ринку має доповнюватись аналізом можливостей до зговору кількох продавців.

2. Ціноутворення, зумовлене таємним зговором. Якщо кілька фірм у галузі приблизно однакові за розмірами та рівнем середніх витрат, то для них збігатимуться рівень ціни та обсяги виробництва, що максимізує економічний прибуток. Тому є стимули до таємного зговору з метою зафіксувати ціни та поділити ринки збуту. Такий зговір фактично перетворює ринок олігополістичної конкуренції в ринок чистої монополії. При цьому ринкова ціна відповідатиме тій, що максимізує економічний прибуток кожної фірми.

В економіці існує багато факторів, що протидіють укладанню картельних угод:

а) відмінності у витратах та обсягах продаж фірм-олігополістів; за таких умов не збігатимуться ціни, що максимізують економічний прибуток кожної фірми;

б) при „м'якій” олігополії кількість фірм у галузі надто велика для досягнення погоджених дій;

в) серед учасників угоди можливе порушення угоди (зниження цін) з метою отримання додаткових замовлень;

г) державне регулювання економіки через обмеження цін, притягнення до адміністративної та кримінальної відповідальності учасників цінового зговору.

д) економічний прибуток у галузі може приваблювати нових виробників.

3. Лідерство в цінах. Для олігополістичного ринку, на якому представлені різні за розмірами фірми, властиве узгодження дій через механізм „лідерства в цінах”. Найважливіша фірма в галузі з мовчазної згоди інших визнається лідером у ціноутворенні, а всі інші її наслідують. Оскільки зміни цін пов'язані з певним ризиком для ініціатора, то навіть лідер переглядає їх рідко. Перед цим він обов'язково повідомляє своїх партнерів, щоб дати їм можливість підготуватися до маневру і вивчити їх реакцію.

4. Ціноутворення за принципом "витрати плюс". Варіант ціноутворення за принципом "витрати плюс" використовується лідерами для спрощення механізму розрахунку ціни. За основу беруть певні типові витрати, до яких додається економічний прибуток у вигляді надбавки. Цей метод не потребує глибокого вивчення кривих попиту, доходу та граничних витрат. Метод розрахунку ціни „витрати плюс” добре поєднується з таємним зговором олігополістів. Якщо вони мають хоча б приблизно однакові витрати, то достатньо

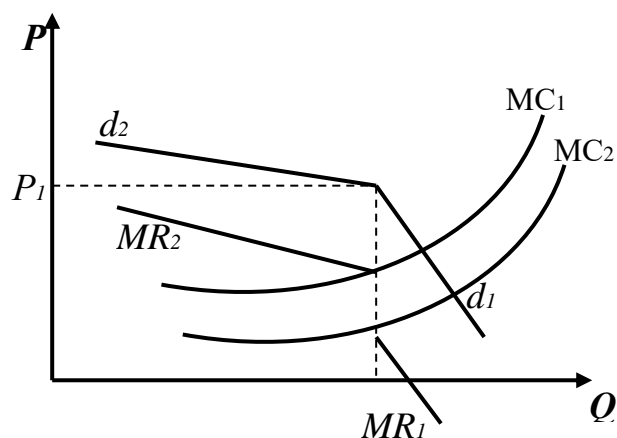


Рис. 11.2. Залежність цін та обсягів в-ва олігополіста від рівня граничних витрат

погодити відсоток надбавки до них (5 чи 10%), щоб фактично проводити узгоджену політику цін на всі свої продукти.

Отже, олігополісти фактично не використовують цінової конкуренції, переважає в основному нецінова конкуренція. Вдале вирішення реклами, післяпродажного обслуговування або стимулювання збуту конкурент може повторити чи нейтралізувати не так швидко, що на певний час дасть фірмі-ініціатору ринкові переваги.

Оскільки крива попиту на продукцію олігополіста завжди має спадний характер, то для нього ціна і гранична виручка ніколи не збігаються. Тому точка перетину кривих граничної виручки і граничних витрат завжди лежатиме лівіше від мінімального рівня середніх витрат. Отже, олігополіст завжди обирає таке співвідношення "ціна-обсяг", де обсяг менший, а ціна вища, ніж на конкурентному ринку. Суспільство, погодившись на існування олігополії, змушене як обмежувати своє споживання, так і платити більшу ціну за продукцію.

Дуополія: моделі Бертрана, Курно та Штакельберга

Дуополія – це олігополія з двома фірмами. Двома класичними моделями дуополії є *дуополія Бертрана* і *дуополія Курно*. Обидві моделі виходять з припущення про відсутність змови між конкурентами.

Модель дуополії Бертрана – це модель цінової війни. *Ціновою війною* є послідовність знижень цін фірмами-суперниками в умовах олігополії (рис. 11.3).

Нехай галузь перебуває у стані E_1 (P_1, Q_1). Одна з фірм може сподіватися збільшити власні обсяги продажу (виручку) і прибуток, якщо знизить ціну, скажімо, до рівня P_2 (за умови, що конкурент залишить свою ціну без змін). Але конкурент досить швидко відреагує також зниженням ціни на свою продукцію, і галузь перейде у стан $E_2(P_2, Q_2)$ – ціна спадає, обсяг зростає. Зниження цін триватиме доти, доки фірми не досягнуть рівня беззбитковості – тим самим галузь опиниться у стані конкурентної рівноваги $E_c(P_c, Q_c)$. Від цінових війн виграють споживачі і суспільство в цілому, а програють фірми.

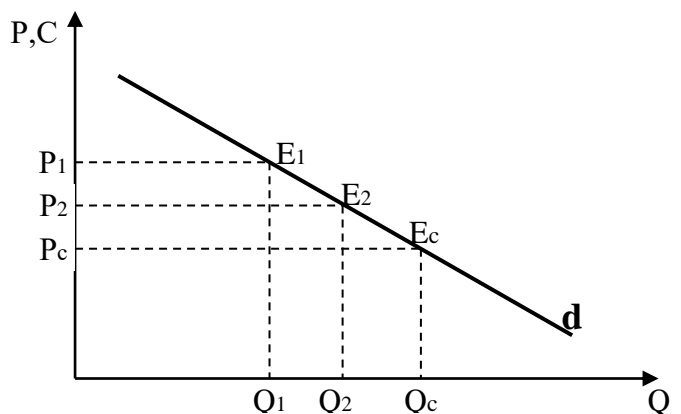


Рис. 11.3. Модель цінової війни

Олігополія Бертрана може бути присутньою на ринках, на яких фірми-виробники можуть відносно швидко збільшити обсяги виробництва продукції без істотного підвищення середніх витрат. Тобто технологія повинна характеризуватись економією на масштабі, довжина короткострокового періоду повинна бути відносно невеликою (тобто можна швидко збільшити обсяг капіталу). Лише за цих умов фірма може скористатися вигодами від зменшення ціни, швидко зайнявши частку ринку конкурента. Відсутність можливості збільшити обсяги виробництва без збільшення витрат ставить під сумнів вигоди фірми від зменшення ціни.

Конкурентну боротьбу в моделі Бертрана можна проілюструвати за допомогою так званих *кривих реагування* (рис. 11.4): крива реагування R_1 фірми 1 побудована з точок, які для кожної фіксованої ціни P_2 конкурента визначають ціну P_1 , що максимізує прибуток.

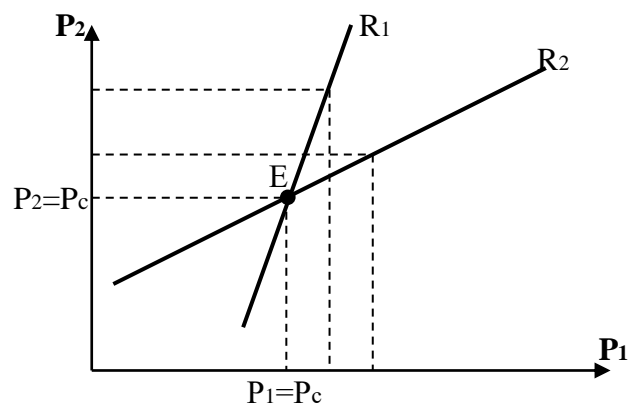


Рис. 11.4. Криві реагування в моделі дуополії Бертрана

Аналогічно будується крива реагування R_2 для фірми 2 – вона дає змогу визначити оптимальну ціну P_2 другої фірми відповідно до кожної фіксованої ціни P_1 конкурента. Ця модель має стійку рівновагу в точці перетину двох кривих реагування E , де обидві фірми встановлюють однакову ціну, $P_1=P_2=P_c$.

Модель дуополії Курно. Центральне припущення моделі Курно – кожна фірма визначає свій обсяг випуску, виходячи з незмінності обсягу випуску конкурента. Це можливо у випадку, коли технологія випуску продукції не дозволяє фірмам миттєво змінювати обсяги виробництва та/чи особливості ринку не дозволяють миттєво збільшити обсяги продажів.

Нехай обидві фірми мають однакові криві витрат, причому середні витрати постійні і дорівнюють граничним: $MC=ATC$.

Фірма 1 намагається максимізувати свій прибуток, виходячи з припущення про незмінність обсягу випуску Q_2 , який встановила фірма 2, наприклад, $Q_2 = 160$ (рис. 11.5). Тоді для фірми 1 кривою попиту буде лише частина AD ринкової кривої попиту, а кривою граничної виручки буде лінія MR_1 .

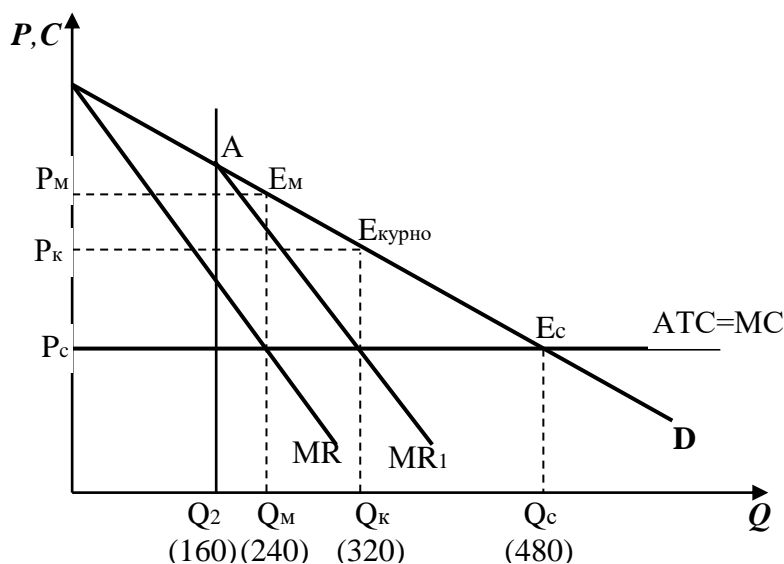


Рис. 11.5. Модель дуополії Курно

Оптимальний обсяг для фірми 1 у такому разі визначається умовою $MR_1=MC$ і дорівнює $Q_1 = Q_k - Q_2$; у нашому прикладі: $Q_1 = 320 - 160 = 160$.

Для цієї моделі також можна побудувати криві реагування – у моделі Курно крива реагування кожної фірми дає змогу визначити оптимальний обсяг випуску, якщо відомий обсяг випуску іншої фірми.

Криві реагування (рис. 11.6) можна побудувати з урахуванням кривої попиту, граничної виручки і граничних витрат, що представлені на рис. 11.5. Якщо спочатку на ринок вийде лише фірма 2, то вона, як монополіст, обере обсяг $Q_M = 240$ (точка **B** на рис. 11.6).

Фірма 1 також буде виходити із фіксованого можливого обсягу пропозиції 240. Згідно з кривими реагування та відповідно до умов максимізації прибутку фірми зійдуться на обсягах випуску $Q_1 = Q_2 = 160$, яким відповідає точка $E_{\text{КУРНО}}$ – точка перетину двох кривих реагування. Якщо порівняти це з обсягом конкурентної рівноваги (на рис. 11.5 – обсяг $Q_C = 480$), то бачимо, що у випадку лінійної кривої попиту

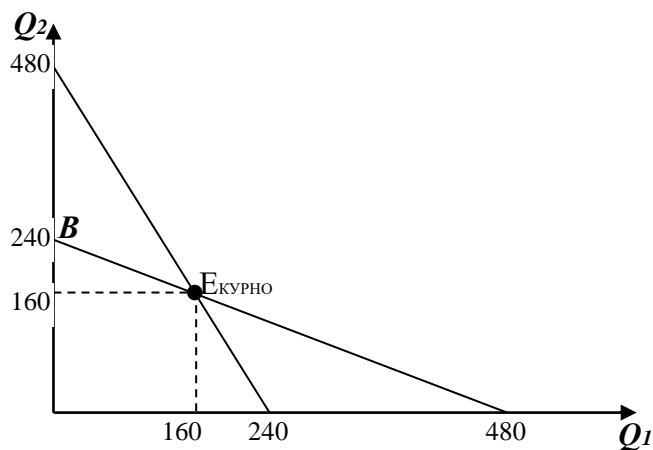


Рис. 11.6. Криві реагування в моделі дуополії Курно

кожна фірма у стані рівноваги Курно (точка $E_{\text{КУРНО}}$ на рис. 11.6) забезпечує третину ефективного конкурентного обсягу, а разом галузь при дуополії Курно випускає $2/3$ конкурентного обсягу, тоді як чиста монополія забезпечує половину його. Тобто конкуренція за обсягами в моделі Курно не приводить ринок до стану конкурентної рівноваги (на відміну від моделі Бертрана).

Дуополія Штакельберга. Подібно до моделі Курно, фірми у моделі дуополії Штакельберга конкурують обсягами виробництва, але відмінністю є те, що одна з фірм вибирає свій обсяг виробництва першою, а друга повинна сприймати обсяг виробництва першої фірми як даність і вибирати свої рішення, виходячи з того, що перша фірма вже має певні обсяги і відповідну частку ринку.

При цьому фірма 1, яка вибирає обсяг виробництва першою, знає, що фірма 2 орієнтуватиметься на вибраний нею обсяг і намагатиметься максимізувати прибуток. За умови олігополії Штакельберга фірма 1, яка вибирає обсяг виробництва першою, матиме більшу частку ринку (і більший прибуток) порівняно з випадком олігополії Курно, а фірма 2 – відповідно, меншу. Загальний обсяг виробництва галузі у олігополії Штакельберга буде більшим від олігополії Курно, а ціна – нижчою.

Модель Штакельберга припускає неоднакову економічну силу конкурентів. Це дозволяє сильнішому із них взяти роль лідера на ринку. Єдиною умовою досягнення рівноваги Штакельберга є наявність у лідера такого запасу економічної сили, який би дозволив йому, незважаючи на реакцію конкурента, утримуватися на незалежній позиції. У такому разі рівноважні обсяги випуску визначаються не як наслідок вирішення системи рівнянь реакції дуополістів, а на підставі максимізації прибутку лідера.

Умови формування ринку монополістичної конкуренції

Ознаки монополістичної конкуренції:

1. *Диференціація продукції* – продукт кожного продавця має виключні якості або характеристики, які надають йому переваги над іншими конкурентами. Диференціація може бути побудована на реальних та удаваних (фіктивних) відмінностях.

Реальні відмінності:

- якість товару (особливості сировини, якість роботи, дизайн);
- місце продажу (невеличкий торговий кіоск на людному перехресті краще, ніж великий магазин на околиці);
- додаткове післяпродажне обслуговування (безкоштовна доставка купленого товару, гарантійний термін безкоштовного ремонту, сервісне обслуговування);
- стимулювання збуту (зниження ціни оптовим або постійним покупцям, подарунки).

Щоб виділити свій товар серед інших, продавці часто, крім реальних, використовують *удавані (фіктивні) відмінності*. Це досягається за допомогою активної реклами, використання відомих торгових знаків або торгових марок, іміджу фірми. Завдяки диференціації споживачі здатні розрізнити на ринку продукцію різних фірм, отже, попит на продукцію окремої фірми вже не є абсолютно еластичним, хоча й залишається високоеластичним. Це означає, що фірми мають певну ринкову владу і можуть варіювати ціни (дуже обмежено) без ризику втратити всіх покупців.

2. На ринку існує відносно велика кількість продавців (10, 40 чи 100), кожен з яких задовольняє незначну частку ринкового попиту. Частка кожного з виробників коливається від 1% до 10% продажу на ринку.

3. Продавці, встановлюючи ціни на свої товари або визначаючи обсяги продажу, не враховують реакцію своїх конкурентів. Малоімовірно, щоб якийсь конкурент поніс збитки або втратив значну частку ринку при зменшенні продажної ціни будь-якою фірмою, оскільки він має унікальний товар, на який є досить сталий попит.

4. На ринку є умови для вільного входу і виходу. Вхід на ринок нових підприємств не заблокований, але більш складний, ніж за умов досконалої конкуренції, оскільки треба мати відповідний розмір капіталу, ноу-хау, та певний термін для визнання покупцями товарів нових торгових мереж. Крім того, кількість вільних місць на ринках та можливих місць для будівництва магазинів також обмежена, що є додатковим бар'єром на шляху нових підприємств.

Типовим прикладом монополістичної конкуренції є ринки безалкогольних напоїв, виробів побутової хімії, ліків.

Короткострокова та довгострокова рівновага фірми при монополістичній конкуренції

Еластичність кривої попиту підприємства, що функціонує в умовах монополістичної конкуренції, буде залежати від кількості його конкурентів та ступеня диференціації продукції, що ним виробляється. Чим більша кількість конкурентів та слабша диференціація продукції, тим більш еластичною буде крива попиту. Тобто монополістична конкуренція в такому випадку наблизатиметься до досконалої конкуренції. Якщо ж кількість конкурентів мала, а глибина диференціації значна, то крива попиту буде мати менш еластичний вигляд, що робить її схожою на криву попиту підприємства, що працює на монополюному ринку.

Крива попиту для ринку монополістичної конкуренції буде мати спадний характер (при незначному куті нахилу), тому, подібно до монополюного ринку, крива граничної виручки завжди лежатиме нижче від неї. Отже, підприємство в умовах монополістичної конкуренції у короткотерміновому періоді буде максимізувати прибуток або мінімізувати збиток, виготовляючи такий обсяг продукції, що відповідає координатам точки перетину кривих граничних витрат і граничної виручки (рис. 11.7).

Максимізуючи прибуток фірма-монополістичний конкурент здійснює випуск продукції Q_1 , який відповідає точці E. У даній точці $MR=MC$. При обсязі випуску Q_1 і ціні P_1 фірма одержує прибуток на одиницю продукції, що дорівнює відрізку AB. Загальна величина економічного прибутку дорівнює площі $ABVP_1$.

Фірма отримуватиме економічний прибуток, якщо крива її попиту перетинає криву середніх витрат. Якщо ж вона проходить нижче, ніж крива середніх витрат, але вище, ніж крива середніх змінних витрат, то підприємство вирішує проблему мінімізації збитків. Тобто виробництво збиткове, але виручка покриває змінні витрати і частково постійні витрати. Зупинка виробництва в такій ситуації призведе до збитків, що дорівнюватимуть постійним витратам.

Якщо крива попиту пройде навіть нижче, ніж крива середніх змінних витрат, то фірма зупинить виробництво, бо не окупуються навіть змінні витрати, не кажучи вже за постійні.

Якщо будь-яка фірма одержує економічний прибуток, то на цей ринок у довгостроковому періоді будуть виходити нові фірми, які зменшать попит на продукцію окремої фірми й обмежуватимуть її граничну виручку (MR). Тому галузь знаходиться у стані рівноваги тоді, коли ціна на товар встановлюється на рівні середніх витрат LATC (рис. 11.8).

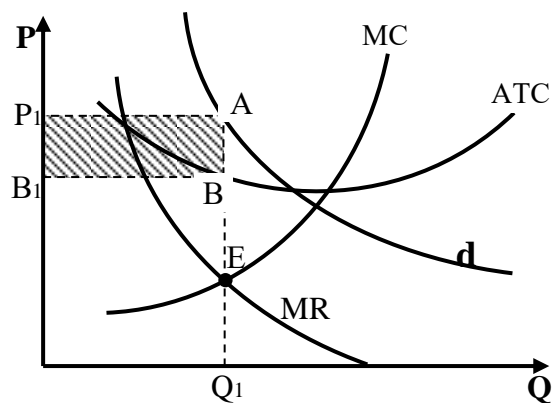


Рис. 11.7. Короткострокова рівновага фірми в умовах монополіст. конкуренції

При довгостроковій рівновазі криві попиту і криві витрат не перетинаються, а мають лише одну спільну точку, тобто:

$$P = LATC$$

Вільний вхід до галузі дозволяє фірмам отримувати в довгостроковому періоді лише нормальний прибуток.

Отже, умовами довгострокової рівноваги фірми – монополіст.-го конкурента є $MR=MC$ і $P = LATC$.

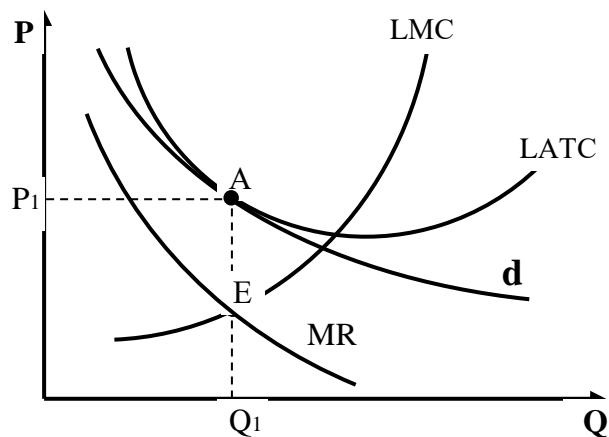


Рис. 11.8. Довгострокова рівновага фірми в умовах монополіст. конкуренції

Ефективність монополістичної конкуренції

При аналізі конкурентного ринку ми довели, що умовою рівноваги є: $P = MC$. Але при монополістичній конкуренції у стані рівноваги ціна не дорівнює граничним витратам, бо рівновага настає при $MC = MR$. Оскільки при монополістичній конкуренції ціна завжди більша за MR , то вона більша і за MC ($P > MC$). При монополістичній конкуренції ціна також більша за мінімальні середні витрати ($P > ATC_{min}$). Отже, споживачі завжди платять на ринку монополістичної конкуренції за продукцію чи послуги більше, ніж це могло б бути на конкурентному ринку.

Також відбувається деяке недовикористання ресурсів для виробництва товарів. Отже, монополістична конкуренція не забезпечує оптимального розподілу та використання ресурсів. Є багато випадків недовикористання виробничих потужностей (автозаправка неподалік від іншої).

Таким чином, недовантажені потужності підприємств та завищені ціни – це плата суспільства за монополістичну конкуренцію.

Позитивним моментом є те, що монополістична конкуренція постійно націлює фірму на пошук варіантів виділення свого продукту серед аналогічних товарів галузі, найповніше враховуючи при цьому різноманітність потреб споживачів. Це досягається шляхом проведення нецінової конкуренції.

Методи нецінової конкуренції:

1. Пов'язані з удосконаленням продукту. Продукт може змінюватись без докорінної зміни його споживацьких якостей (упаковка, дизайн, способи продажу), але в довгостроковому періоді фірма орієнтується на розробку нових моделей товару, які втілюють у собі нові досягнення науки й техніки.

2. Орієнтовані на рекламно-пропагандистську діяльність. Мета реклами – збільшення частки продукції фірми на ринку та посилення лояльності споживачів до товару фірми.

ТЕМА 12. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА. РИНОК ПРАЦІ

Похідний попит за досконалої і недосконалої конкуренції

Попит на будь-який ресурс залежить від продуктивності ресурсу при створенні товару. Однак попит навіть на найпродуктивніший ресурс буде близький до нуля, якщо товар, виготовлений з нього, не матиме збуту. Отже, попит на певний ресурс залежить також від попиту та ціни на виготовлений з нього товар, що реалізується на ринку кінцевих продуктів. Таким чином, попит на ресурси є похідним попитом, тобто таким, що залежить від попиту на товари, що виробляються з їх допомогою. Попит на ресурси і ціни на ресурси залежать від типу структур ринків благ та ринків ресурсів.

Вигоди фірми від найму додаткової одиниці змінного фактора виробництва в короткостроковому періоді за незмінних обсягів залучення інших факторів вимірюються показником *граничного продукту у грошовому виразі (MRP)* – це додаткова виручка, отримана від реалізації продукції, виробленої за допомогою цієї додаткової одиниці змінного фактора виробництва: $MRP = MP \times P$.

Витрати фірми із залучення у виробничий процес додаткової одиниці змінного фактора виробництва у короткостроковому періоді називають *граничними витратами на ресурс (MC)*: $MC = \Delta TC / \Delta L$.

Щоб максимізувати прибуток, фірма повинна залучати додаткові одиниці будь-якого виду змінного ресурсу до тих пір, поки кожна наступна одиниця дає приріст валової виручки більший, ніж приріст сукупних витрат. Межею залучення змінного ресурсу буде точка, в якій врівноважуються граничний продукт у грошовому вираженні та граничні витрати на ресурс: $MRP = MC$.

Якщо виробник купує змінний ресурс на конкурентному ринку, то ціна на нього залишатиметься незмінною і не залежатиме від кількості залученого ресурсу. Щодо ресурсу праці (змінним ресурсом у короткостроковому періоді є передусім праця), то граничні витрати на ресурс будуть дорівнювати заробітній платі (W), тоді правило максимізації прибутку дещо видозміниться: $MRP = W$.

Наприклад, зарплата становить 20 грн., а *MRP* наведено в табл. 12.1.

Таблиця 12.1. Обсяги залучення змінного ресурсу праці на конкурентному ринку конкурентною фірмою (обсяги залучення капіталу незмінні)

L, чол.	TR, шт.	MP, шт.	P, грн.	TR, грн.	MRP, грн.	MRC (W)
0	0	–	4	0	–	–
1	10	10	4	40	40	20
2	19	9	4	76	36	20
3	27	8	4	108	32	20
4	34	7	4	136	28	20
5	40	6	4	160	24	20
6	45	5	4	180	20	20
7	49	4	4	196	16	20
8	52	3	4	208	12	20
9	54	2	4	216	8	20
10	55	1	4	220	4	20

Фірмі доцільно залучати 6 працівників, оскільки сьомий працівник коштуватиме виробникові 20 грн., а приріст валової виручки буде лише 16 грн.

Для моделі конкурентного ринку ресурсів крива попиту на певний ресурс збігатиметься з кривою граничного продукту у грошовому вираженні (рис. 12.1).

Фірма буде наймати змінний ресурс до тих пір, поки приріст валової виручки (MRP) від його використання не зрівняється з рівнем граничних витрат (MC). В нашому випадку крива MRP і крива MC (W) перетинаються у випадку найму 6 працівників.

Фактори, що впливають на обсяги залучення змінного ресурсу:

1) ціна ресурсу (рівень зарплати – у випадку, якщо змінним ресурсом є праця), яка склалася на ринку ресурсів.

Її зміна перемістить лінію MC вгору або вниз, що змінить точку її перетину з кривою MRP;

2) зміна цін на продукт, тоді переміститься сама крива MRP;

3) зміна продуктивності змінного ресурсу.

Вплив недосконалої конкуренції на похідний попит. На ринку недосконалої конкуренції фірма для збільшення обсягів продажу змушена знижувати ціну, а для збільшення ціни – відмовлятися від частини обсягу реалізованої продукції. Тому граничний продукт у грошовій формі зменшуватиметься не тільки під впливом дії закону спадної граничної продуктивності, як це було в умовах досконалої конкуренції, а й під впливом зниження ціни на продукцію (табл. 12.2).

Таблиця 12.2.

Граничний продукт змінного фактора в грошовому вираженні на ринку недосконалої конкуренції (праця – змінний, капітал – постійний)

L, чол.	TP, шт.	MP, шт.	P, грн.	TR, грн.	MRP, грн.	MRC (W)
0	0	-	5,00	0	-	-
1	10	10	4,80	48,0	48,0	20
2	19	9	4,60	87,4	39,4	20
3	27	8	4,4	118,8	31,4	20
4	34	7	4,2	142,8	24,0	20
5	40	6	4,0	160,0	17,2	20
6	45	5	3,8	171,0	11,0	20
7	49	4	3,6	176,4	5,4	20
8	52	3	3,4	176,8	0,4	20
9	54	2	3,2	172,8	-4,0	20
10	55	1	3,0	165,0	-7,8	20

При недосконалій конкуренції виробник менше реагує на зміну заробітної плати при залученні ресурсу праці, ніж виробник в умовах досконалої конкуренції. Наприклад, при зарплаті 20 грн. в умовах досконалої конкуренції залучено буде 6 працівників, а при недосконалій конкуренції – 4 працівники.

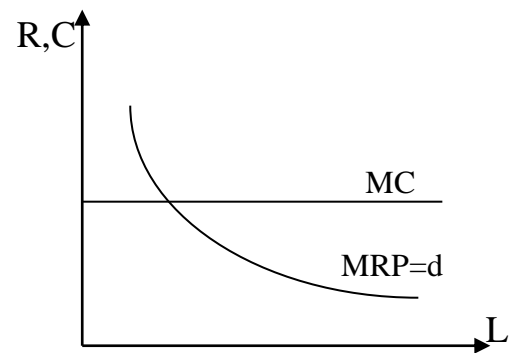


Рис. 12.1. Попит конкурентної фірми на змінний ресурс на конкурентному ринку ресурсів

Виробник при недосконалій конкуренції виробляє продукції менше, ніж на конкурентному ринку, тому йому необхідно менше ресурсів. Отже, попит на ресурси на ринках недосконалої конкуренції завжди менший, ніж на конкурентних ринках.

Зміни попиту на ресурси. Оптимальне співвідношення ресурсів

Фактори, що змінюють попит на ресурс:

1. *Зміни у попиті на продукт* (між зміною попиту на ресурс і попиту на продукт, виготовлений з нього, існує пряма залежність).

2. *Зміни продуктивності ресурсу* (підвищення продуктивності ресурсу пересуває криву попиту на нього вправо, а зменшення – навпаки).

3. *Зміни цін на інші ресурси:*

а) при зміні цін на ресурси-замінники діють одночасно протилежні ефекти: ефект заміщення та ефект обсягу.

Наприклад, якщо знизилася зарплата, то праця стала дешевою відносно капіталу, і виробнику доцільніше збільшувати обсяги залучення праці та зменшувати капітал (ефект заміщення). Тоді попит на капітал зменшиться.

Але здешевлення праці призводить до зменшення витрат виробника взагалі та зростання обсягів виробництва, що має супроводжуватися зростанням попиту на ресурси (ефект обсягу). Попит на капітал зростає. Фактична зміна попиту на ресурс залежатиме від співвідношення сил, з якими діють ці ефекти;

б) якщо змінюється ціна на комплементарні ресурси, то спрацьовує лише ефект обсягу продукції (зменшується ціна на комплементарний ресурс – збільшується попит на нього і на головний ресурс).

Чутливість попиту на ресурси залежно від зміни його цінових та нецінових факторів визначається показниками *еластичності*. Цінова еластичність попиту на ресурси ($E = \Delta Q/Q_c : \Delta P/P_c$) залежить від таких факторів:

1) *темпи спадання граничного продукту* (якщо граничний продукт праці знижується повільними темпами при збільшенні кількості праці, то і крива попиту на ресурс матиме менший нахил та тенденцію до більшої еластичності і навпаки);

2) *легкість ресурсозаміщення* (чим більше ресурсів-субститутів, тим вища еластичність попиту на певний ресурс);

3) *еластичність попиту на продукт виробника* (пряма залежність);

4) *частка витрат на ресурс у загальних витратах* (чим більше загальних витрат припадає на ресурс, тим вища еластичність попиту на нього).

У довготерміновому періоді перед виробником постає два головних питання:

1. При якому співвідношенні ресурсів витрати на їх придбання для досягнення певного обсягу продукції будуть мінімальними?

2. Яке співвідношення ресурсів забезпечує максимальний прибуток?

Правило мінімізації витрат: витрати мінімізуються при такому співвідношенні ресурсів, коли граничні продукти у розрахунку на одиницю вартості кожного ресурсу є однаковими:

$$MP_L/P_L = MP_K/P_K$$

Однак мінімальні витрати на виробництво не завжди забезпечують максимальний прибуток. Вони збігаються лише для умов конкурентного ринку, де попит абсолютно еластичний, а ціна на продукт залишатиметься незмінною при зміні пропозиції фірми. Тому доцільніше користуватися більш загальним підходом: максимальний прибуток досягається за умови зрівноважування граничного продукту та граничних витрат $MR = MC$.

Щодо витрат на придбання окремих ресурсів, то прибуток зростатиме до того часу, поки граничний продукт у грошовому вираженні змінного фактора виробництва буде перевищувати витрати на придбання додаткової одиниці цього ресурсу: $MR_{PL} > P_L$. Максимального значення прибуток набуває тоді, коли витримується така рівність:

$$MR_{PL} / P_L = MR_{PK} / P_K.$$

Попит і пропозиція праці на досконало конкурентному ринку

Характеристика конкурентного ринку праці:

1. Значна кількість фірм, що конкурують між собою за придбання трудових послуг.
2. Велика кількість працівників однакової кваліфікації, що пропонують свої послуги незалежно один від одного.
3. Ні окрема фірма, ні окремий працівник не можуть впливати на ринкові ставки заробітної плати.

На конкурентному ринку праці фірма погоджується з ціною трудових послуг, що сталася на ринку. Вона може за цією ціною придбати нескінченну кількість трудових послуг. Тому пропозиція праці для окремої фірми на конкурентному ринку буде абсолютно еластичною і матиме вигляд прямої лінії, що відповідатиме ринковій ціні трудових послуг та граничним витратам на цей ресурс: $W = MRC$ (рис.12.2).

Попит на працю для фірми визначається кривою граничного продукту в грошовому вираженні, а тому, на підставі дії закону спадної граничної продуктивності ресурсу, матиме вигляд спадної кривої. До того часу, поки граничний продукт у грошовому вираженні перевищуватиме граничні витрати, фірма буде брати на роботу більше працівників. Вона максимізує свій вигаш тоді, коли MRP зрівняється з MRC .

Також доцільно сконцентрувати увагу на аналізі динаміки індивідуальної пропозиції праці окремим працівником. Рішення кожної людини про необхідність і тривалість своєї праці залежить від багатьох факторів (наявність сім'ї, дітей, кредитних зобов'язань тощо), але головним є фактор оплати праці. Кожен працівник робить вибір між доходом від праці і дозвіллям або працею, що є антиблагом, та доходом.

Індивідуальна крива пропозиції робочої сили направлена вгору (рис.12.3).

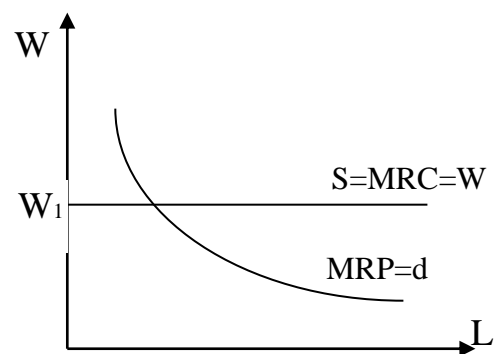
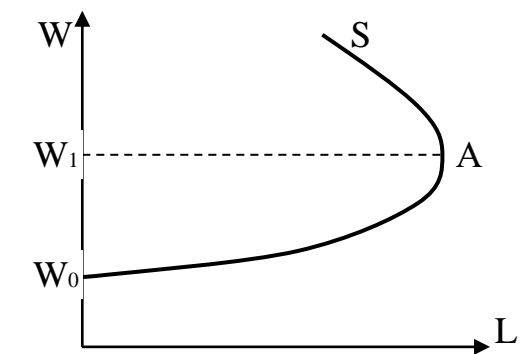


Рис. 12.2. Попит фірми на працю на досконало конкурентному ринку праці

Чим вища зарплата (W), тим більше часу захоче працювати робітник. Однак з підвищенням зарплати спостерігається два ефекти:

1. Ефект заміщення – це заміна годин дозвілля робочим часом для збільшення можливості споживання (відрізок W_0A).

2. Ефект доходу – при зростанні зарплати підвищується і ціна дозвілля, тобто при більш високому доході працівник може купити більшу кількість товарів, одним з яких є відпочинок. Якщо зарплата вища за W_1 , то це призводить до зменшення пропозиції праці.



L – кількість годин праці
 W_0 – найменший рівень зарплати, при якому робітник починає працювати.

Рис. 12.3. Крива пропозиції праці окремого працівника

Монополістичний ринок робочої сили. Вплив профспілок на ринок праці

На ринку праці часто виникає ситуація, коли монополічне становище займає покупець трудових послуг (монопсонія). *Монопсонічний ринок* – це ринок, на якому покупці можуть вплинути на ціну ресурсу. Оскільки трудові послуги немобільні (працівники не можуть швидко змінити місце проживання), то фірма диктує заробітну плату, визначаючи кількість взятих на роботу.

На ринку монопсонії крива пропозиції для фірми матиме зростаючий характер. Щоб збільшити число залучених до праці, фірма змушена буде виплачувати більшу зарплату, причому не тільки додатковим працівникам, але й взятим раніше. Тому для цієї фірми граничні витрати на ресурс завжди вищі зарплати. Крива пропозиції фактора виробництва для монопсоніста співпадає з кривою ринкової пропозиції. Монопсоніст платить однакову ціну за кожен одиницю ресурсу, тому крива пропозиції ресурсу є кривою середніх витрат (AC).

Підприємство має збільшувати обсяг закупівлі фактора виробництва до тих пір, поки граничні витрати не зрівняються з граничною виручкою від реалізації продукції. В цьому випадку виручка від останньої купленої одиниці ресурсу (MRP) буде точно дорівнювати витратам на її закупку (MC). Монопсоніст буде наймати L_m одиниць праці, за цього обсягу $MRP = MC$ (рис. 12.4).

Ставка заробітної плати W_m , що сплачується монопсоністом, буде визначатись точкою перетину перпендикуляра, опущеного з точки перетину MRP і MC, і кривої пропозиції праці S. Покупець-монопсоніст максимізує чисту вигоду (корисність мінус витрати) від покупки ресурсів до тих пір, поки він буде збільшувати кількість фактора виробництва до точки, де $MRP = MC$.

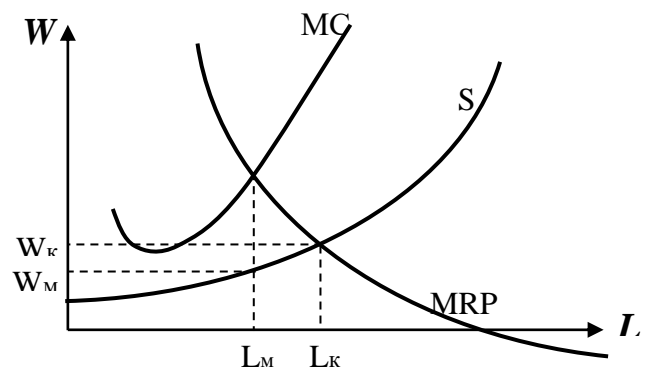


Рис. 12.4. Обсяги залучення змінного ресурсу праці монопсоністом

Отже, точка максимізації прибутку фірми ($MRP = MRC$) відповідатиме меншій ставці зарплати (W_m), та меншій кількості взятих на роботу (L_m), ніж при конкурентному ринку.

Монополізація ринку праці можлива не лише з боку покупця, а й з боку продавця (*профспілок*). Профспілки можуть впливати на рівень зарплати через збільшення попиту на працю:

1. Сприяння зростанню попиту на кінцеві продукти.
2. Збільшення продуктивності праці.
3. Підвищення кваліфікації.

Профспілки намагаються впливати і на пропозицію праці. Застосовуються дві тактики:

а) *замкнутий (цеховий) тред-юніонізм* – використовується тоді, коли формальні чи неформальні професійні об'єднання можуть безпосередньо впливати на кількість трудових послуг певної кваліфікаційної групи. Вхідження до цієї групи контролюється її членами (наприклад, спеціалізовані вчені ради із захисту дисертацій можуть регулювати кількість кандидатів і докторів наук), і, відповідно, регулюється рівень зарплати (рис. 12.5);

б) *відкритий тред-юніонізм* застосовується тоді, коли не можна жорстко регулювати приплив нових працівників. Тоді через укладання галузевих тарифних угод чи законодавчому порядку встановлюється певний мінімальний рівень зарплати, який відкидає ту ділянку кривої пропозиції, що лежить нижче цього рівня (рис. 12.6). Крива пропозиції набуває ламаного характеру.

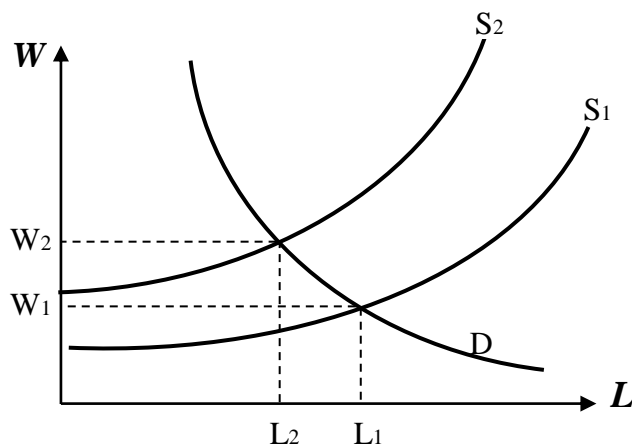


Рис. 12.5. Замкнутий тред-юніонізм на ринку праці

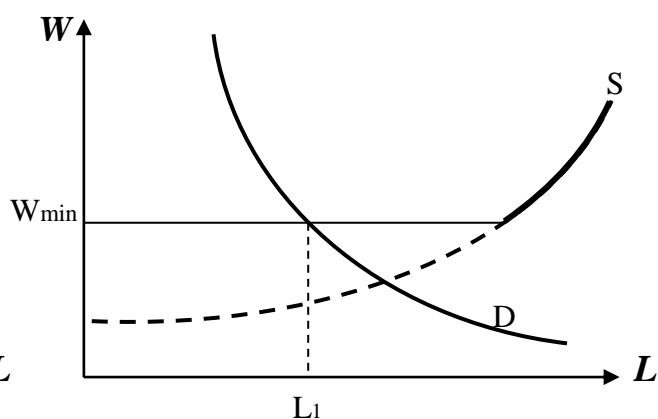


Рис. 12.6. Відкритий тред-юніонізм на ринку праці

Двостороння монополія – це коли продавець і покупець праці займають монопольне становище (профспілки вимагають рівня зарплати, не нижче мінімального рівня, а фірма наполягає на нижчій зарплаті). Фактично ціна на такому ринку залежатиме від співвідношення сил.

ТЕМА 13. РИНОК КАПІТАЛУ. РИНОК ЗЕМЛІ ТА ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

Капітал, інвестиції та інвестиційний попит

Під *капіталом* у мікроекономіці розуміють створені засоби виробництва, що використовуються у виробничому процесі протягом певного часу. До поняття капіталу відносять не лише будівлі, машини, обладнання, оборотний капітал (*фізичний капітал*), але й знання, навички, досвід робітників (*людський капітал*).

Якщо людина частину свого доходу не споживає, а відкладає на зберігання, то ці заощадження стають кредитними капіталами, що надаються в тимчасове користування для придбання споживчих благ (споживчий кредит) або для інвестування у виробництво (інвестиційний кредит). Таким чином, заощадження стають об'єктом купівлі–продажу на ринку факторів виробництва, де й складається їх ціна – плата за право користування цими капіталами.

Інвестиції – це процес створення капіталу, який вимагає витрат ресурсів.

У класичній економічній теорії ринок капіталу розглядається як ринок інвестиційних ресурсів – коштів, необхідних для здійснення інвестицій. У найпростішій класичній моделі ринку капіталу – *моделі ринку позичкових коштів* – одні економічні агенти (кредитори) надають іншим (позичальникам) можливість використання ресурсів для здійснення інвестицій (створення капіталу) в обмін на зобов'язання повернення ресурсів у майбутньому з деякою винагородою – позичковим відсотком.

Під *попитом на капітал* розуміють загальний обсяг ресурсів, який готові позичати фірми і домашні господарства при кожному у рівні ціни – процентної ставки. Пропозиція відображає, який обсяг коштів (заощаджень) готові запропонувати домашні господарства при кожному значенні процентної ставки. Якщо ринок позичкових коштів характеризується досконалою конкуренцією, то процентні ставки і обсяг інвестицій в економіці встановляться на такому рівні, коли обсяги попиту на інвестиційні ресурси і пропозиції заощаджень будуть рівними.

Рівень процентної ставки впливає на обсяги інвестування в економіку. Низькі процентні ставки сприяють підвищенню ділової активності підприємців, а чим вища норма відсотка, тим рідше господарські агенти будуть використовувати позичковий капітал як засіб інвестування.

Інвестиційний попит з боку фірм не єдиний, але головний фактор попиту на позичкові кошти. Фірма, створюючи капітал, робить це з метою максимізації прибутку. Стимули створення нового капіталу з'являються у фірми, коли інвестовані кошти дозволяють отримати додатковий прибуток. Цей додатковий прибуток може бути охарактеризований показником дохідності інвестицій (віддачі на інвестовані кошти) – приросту прибутку в розрахунку на одиницю інвестованих коштів. Доходність інвестицій може бути різною залежно від виду діяльності, розміру фірми чи інших факторів, але існує загальна закономірність, обумовлена законом спадної граничної продуктивності факторів виробництва – із збільшенням обсягу інвестицій їхня дохідність у межах окремої фірми зменшується.

Рішення про інвестиції, як і будь-яке інше економічне рішення, визначається співставленням вигід і витрат. Витратами, або точніше – вартістю створення капіталу, – виступає в моделі позичкових коштів ринкова процентна ставка. Якщо фірма використовує запозичені кошти, процентна ставка – це явні витрати, які необхідно понести для створення капіталу. У випадку використання власних ресурсів процентна ставка відіграє роль упущених вигід (неявних витрат), пов'язаних з тим, що кошти використані на створення капіталу, а не надані в користування іншим учасникам ринку.

Таким чином, рішення фірми про обсяг інвестицій визначається, з одного боку, ефективністю (дохідністю) власних інвестиційних проектів, з іншого – ринковою ставкою процента, яка в даній моделі відіграє роль альтернативної вартості створення капіталу. Це ілюструє рис. 13.1 – фірма збільшує обсяг інвестицій доти, поки дохідність інвестицій не стане рівною ринковій процентній ставці.

Крива $I(r)$ відображає граничну ефективність інвестицій: норму віддачі (дохідність) інвестицій залежно від обсягу. Обсяг інвестицій оптимальний, коли дохідність інвестицій дорівнює ринковій процентній ставці i . Крива $I(r)$ є кривою попиту фірми на інвестиційні ресурси.

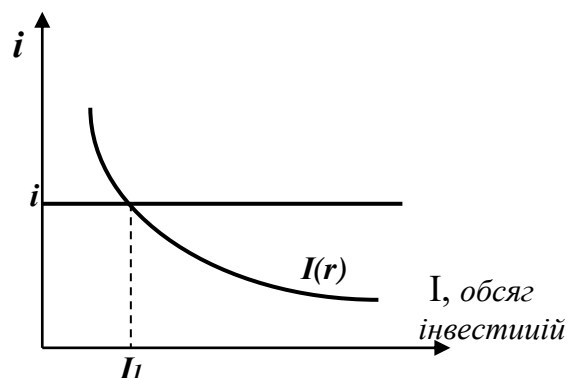


Рис. 13.1. Обсяг залучення інвестицій фірмою при певній динаміці дохідності інвестицій

Поняття вибору у часі. Аналіз інвестиційних рішень

Вибір у часі – це жертвування частиною сьогоdnішнього споживання для виграшу в майбутньому. Для більшості людей за інших додаткових умов негайне споживання привабливіше, ніж очікування цього самого блага у майбутньому.

Перед підприємством, яке бажає придбати капітал, завжди стоїть складне завдання. Йому потрібно співставити витрати на придбання капіталу з прибутком, який він може отримати від використання, наприклад, машини, для купівлі якої він позичає капітал. Проблема полягає в тривалому (декілька років) використанні капітального ресурсу. Платити за нього потрібно сьогодні, а віддачу він буде давати протягом ряду років. Якщо припустити, що підприємству вдалось якимось чином підрахувати чисту віддачу капіталу за кожний рік експлуатації машини, сумарний чистий прибуток за весь період її експлуатації не буде дорівнювати середній чистій сумі виручки за кожний рік. Невитрачені кошти при їх вкладі на депозитний рахунок у банк дають відповідний приріст. Тому витрати, які підприємство робить сьогодні, неможливо безпосередньо порівнювати з прибутками у майбутньому. Для цього використовують теперішню вартість (PV)

майбутніх доходів. Тобто потрібно розрахувати приведену до сьогоднішнього дня вартість доходів, які підприємство буде отримувати у майбутньому. Операція приведення до єдиного (початкового) моменту часу вартості процента носить назву *дисконтування*. *Ставка дисконту* – це, як правило, відсоток, який можна отримати на ринку за наданий в кредит капітал. Ставка дисконту може бути обліковою ставкою процента, під який Національний банк видає кредити комерційним банкам, або інша величина, яка може розглядатися як норма прибутку, яку можна отримати із найкращого із можливих альтернативних варіантів капіталовкладень.

Оскільки майбутні надходження менш цінні порівняно з теперішніми, вони при дисконтуванні зменшуються, перемножуються на коефіцієнт дисконтування:

$$k = \frac{1}{(1+i)^t}, \quad (13.1)$$

де i — дисконтна ставка; t – порядковий номер періоду у майбутньому (період віддалення коштів, що будуть надходити у майбутньому від сьогоднішнього часу).

Майбутня вартість (FV) сьогоднішнього доходу через t років буде більшою за рахунок того, що ефективне використання цих коштів (альтернативна вартість) дасть додаткову величину їх приросту, тому майбутню вартість капітальних витрат визначають за формулою:

$$FV = PV \times (1+i)^t, \quad (13.2)$$

де – FV – майбутня вартість
PV – теперішня вартість

Наприклад, вкладені в банк під 10% 1000 грн. через рік становитимуть 1100 грн.: $(1000 \times (1 + 0,1) = 1100 \text{ грн.})$.

Ця ж сума, вкладена на 2 роки під той же відсоток, становитиме 1210 грн.: $(1100 \times (1 + 0,1) = 1000 \times (1 + 0,1)^2 = 1210$.

Отже, гривня, вкладена сьогодні в банк, через t років становитиме більшу суму: $(1+i)^t$, або навпаки, гривня, що може бути отримана через t років, сьогодні коштуватиме менше, а саме: $1/(1+i)^t$.

Звідси два різних підходи до оцінки грошей у динаміці:

- 1) *бухгалтерський*: 1 грн. сьогодні дорівнює 1 грн. через t років;
- 2) *економічний*: 1 грн. сьогодні не дорівнює (вона більша) 1 грн. через t років.

Вартість, яку матимемо в майбутньому, розраховану (дисконтовану) на даний момент, називають теперішньою вартістю (PV) або дисконтованою на даний момент вартістю. Вартість, яку ми маємо сьогодні, розраховану на певний момент в майбутньому, називають майбутньою вартістю на момент t .

Приймаючи рішення про інвестування деякого проекту, інвестор порівнює витрати й очікуваний прибуток. При цьому потрібно враховувати, що гроші можна було покласти в банк і отримати певний альтернативний дохід. Тому,

оцінюючи сьогоднішню вартість очікуваних у майбутньому доходів, потрібно їх зменшити на величину доходу, що міг бути отриманий від депозиту в банку, тобто майбутній дохід потрібно продисконтувати на теперішній момент. Наприклад, фірма вирішує купити ще один комп'ютер вартістю 5000 грн. Очікуваний дохід від його використання – 9000 грн. Через 3 роки фірма зможе продати його за 1000 грн. Банківський відсоток: а) 20%; б) 30%. Чи вигідна фірмі така покупка?

$9000 + 1000 = 10000$ грн. (майбутній дохід FV);

$$PV = FV / (1 + i)^t = 10000 / 1,2^3 = 10000 / 1,728 = 5727 > 5000;$$

$$PV = FV / (1 + i)^t = 10000 / 1,3^3 = 10000 / 2,197 = 4552 < 5000.$$

Отже, при банківському відсотку 20% вигідно купувати комп'ютер, а при відсотку 30% – невигідно, бо для того, щоб отримати аналогічний прибуток (10000 грн.), достатньо вкласти в банк 4552 грн., а не 5000 грн.

Цю ж задачу можна розв'язати іншим методом: перевести теперішню вартість (5000 грн.) у майбутню і порівняти.

$$FV = PV \times (1 + i)^t = 5000 (1 + 0,2)^3 = 5000 \times 1,728 = 8640 < 10000;$$

$$FV = PV \times (1 + i)^t = 5000 (1 + 0,3)^3 = 5000 \times 2,197 = 10985 > 10000.$$

Висновок отримаємо аналогічний: вклавши 5000 грн. у банк під 20% річних на три роки, отримаємо 8640 грн., що значно менше, ніж 10000 грн., тобто в банк у даному разі невигідно вкладати гроші, краще купити за них комп'ютер. А при 30% 5000 грн. перетворяться в банку у 10985 грн., що вигідніше, ніж інвестувати в комп'ютер і отримати 10000 грн. доходу.

Аналогічно можна аналізувати будь-які інші інвестиції (будівництво і продаж будинку, купівлю цінних паперів і т. д.).

Ринок землекористування. Рента та її різновиди

Земля як фактор виробництва – це не тільки частина земної поверхні, яка не зайнята водою, але й природні ресурси – ліси, корисні копалини, ресурси морів, родючість ґрунтів, які можуть бути використані у процесі виробництва, тобто всі рідкісні природні ресурси.

Природні ресурси розподіляються на такі, що не відтворюються (вони можуть бути використані лише один раз – вугілля, нафта, природний газ) і що відтворюються (тобто можуть використовуватись у виробничих процесах неодноразово – моря, земельні угіддя).

Пропозиція землі

Запас природних ресурсів визначається самою природою. Обсяг потоку послуг природних ресурсів визначається людським вибором. Ціною послуг природних ресурсів (землі) є земельна рента *R*. **Рента** – це ціна, що сплачується за використання землі та інших природних ресурсів, кількість яких жорстко обмежена. Оскільки пропозиція землі абсолютно нееластична, то єдиним дійовим фактором визначення ренти є попит на землю. Він залежить від ціни продукції, що вирощується на землі, продуктивності землі та цін на ресурси, що

використовуються разом із землею (добрива). Відповідно крива попиту переміщується вправо і вліво.

Оскільки земля має різну природну родючість, то власник родючішої землі отримуватиме додатковий економічний прибуток. Він називається диференційною рентою. Власники кращих земель можуть отримувати диференційну ренту навіть у довготривалому періоді, тому що кількість землі обмежена, і диференційна рента не може бути ліквідована за рахунок перетікання капіталу.

Однак родючість землі може змінюватися внаслідок економічної діяльності людини. Але відмінності економічної родючості менш стабільні і можуть бути ліквідовані, якщо конкуренти перейдуть до аналогічного використання землі. Ціна землі як запасу визначається поточною цінністю майбутньої ренти. Якщо відомі процентна ставка r і щорічна рента R , тоді поточна цінність P ренти за нескінченно великий проміжок часу (вважаючи, що земля може приносити ренту необмежено довго) складатиме:

$$P = R/r.$$

Загалом обсяг землі обмежений – і в національному масштабі, і на рівні окремих домогосподарств та сільськогосподарських підприємств. Щодо якості землі вона може бути з часом покращена або погіршена, залежно від того, як ведеться господарювання.

Ключовою відмінністю ринку землі від інших ринків факторів виробництва є фіксований обсяг землі, доступний для корисного використання. Це означає, що пропозиція землі абсолютно нееластична, тобто крива пропозиції землі S є вертикальною лінією (рис. 13.2). Сукупна пропозиція землі не може бути змінена внаслідок індивідуальних рішень. Окремі домогосподарства можуть змінювати обсяг землі, що перебуває у їхній власності, але це не впливає на її сукупний обсяг.

Попит на землю

Попит на землю є вирішальним чинником земельної ренти, він визначається цінністю землі для фірм-користувачів. Можна вирізнити сільськогосподарський попит і несільськогосподарський (попит на землю для житлового будівництва, для промислового використання тощо).

На цінність землі сільськогосподарського призначення впливає якість ґрунтів, клімат, віддаленість від центрів споживання (хоча вага останнього чинника послаблюється внаслідок удосконалення засобів зберігання продукції та її транспортування). Сільськогосподарський попит є вторинним стосовно попиту на продовольство, котрий вважається низькоеластичним; отже, чинники, які визначають попит на продовольство і стан рівноваги на ринку продовольства, прямо впливають на сільськогосподарський попит.

На цінність земель несільськогосподарського призначення головним чином впливає її розміщення – цінність землі порівняно вища в містах, ніж у сільській місцевості, і надзвичайно висока в центрі великих міст; меншою мірою на цінність землі впливає її якість, придатність для житлового будівництва чи промислового використання. Криві попиту на землю є спадними, тому що при збільшенні обсягів використання земельних ресурсів доводиться залучати все менш

прибуткові ділянки землі; знову ми зустрічаємось із дією закону спадної граничної продуктивності факторів виробництва.

Ринкова ціна землі (або орендна плата за використання землі) визначається лише фактором попиту – граничними вигодами (граничним доходом у грошовому вираженні), що отримують фірми від використання землі у процесі виробництва. Вся оплата, яку отримують власники землі, є рентою.

Розглянемо, як функціонує ринок земельних ресурсів, тобто як встановлюється орендна плата за землю. На рис 13.2 зображені криві попиту на земельні ділянки в приміській зоні: D – сільськогосподарський попит, D' – несільськогосподарський попит (будівництво).

Якби кожен із цих двох напрямків попиту існував окремо, то для сільськогосподарського використання на ділянку площею Q_E була б встановлена орендна плата P_E . Для будівництва встановилась би орендна плата у розмірі P_A . Коли на одну й ту саму ділянку існує попит на землю для її використання у різних напрямках, тоді власники землі, які максимізують свої вигоди, здаватимуть землю в оренду тому орендареві, попит якого вищий і, відповідно, готовність платити більша, а отже, і орендна плата як рівноважна ціна буде вищою. Для прикладу, на рис 13.2. земля буде використана для будівництва з орендною платою P_A .

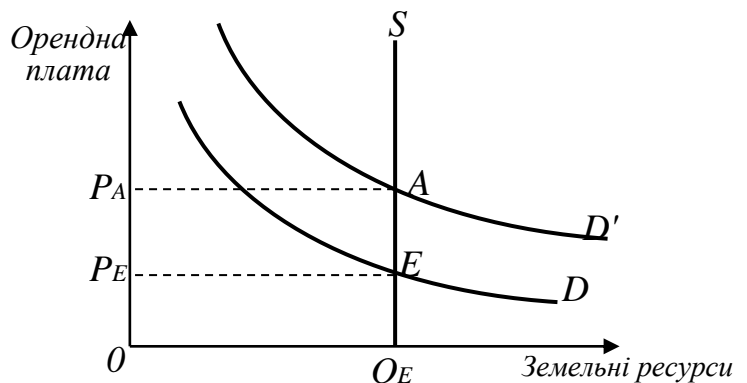


Рис. 13.2. Попит і пропозиція землі

Коли пропозиція фактора абсолютно нееластична (як у випадку землі), то економічна рента власника фактора збігається з його рентним доходом, тобто дорівнює добуткові площі земельної ділянки, яка здається в оренду, на орендну ставку. Геометрично економічна рента в цьому випадку визначається площею прямокутника, що обмежений вертикальною лінією пропозиції та горизонтальною лінією – рівнем орендної плати. Якщо орендна плата встановлюється на рівні P_A , як у попередньому прикладі, то економічна рента на рис 13.2 чисельно дорівнюватиме площі прямокутника OP_AAQ_E .

ТЕМА 14. ЗАГАЛЬНА РИНКОВА РІВНОВАГА ТА ЕКОНОМІКА ДОБРОБУТУ

Засади аналізу загальної ринкової рівноваги

Однією з особливостей ринкової економіки є те, що рівновага на окремому ринку залежить від рівноваги на інших ринках.

Часткова рівновага – це встановлення рівноважних цін та рівноважних обсягів виробництва на окремих специфічних ринках, які є складовими загальної ринкової системи.

Загальна рівновага – це рівновага, що виникла у результаті взаємодії всіх ринків, коли зміни попиту чи пропозиції на одному ринку впливають на рівноважний стан усіх інших ринків.

В умовах вільної конкуренції сукупність цін на товари відповідає стану загальної рівноваги (рівноваги на всіх ринках), якщо задовольняються наступні вимоги:

- всі споживачі максимізують свою корисність за даних бюджетних обмежень;
- всі виробники максимізують свій прибуток за даної технології;
- для кожного блага попит дорівнює пропозиції.

Ефект зворотнього зв'язку – це зміна цін та обсягів товарів та послуг на певному ринку у відповідь на зміну цін, що сталися на пов'язаних з ним ринках. Наприклад, через розрив економічних зв'язків зменшилось постачання нафти в Україну, це призводить до її подорожчання, відповідно стає дорожчим бензин, а це призводить до зменшення попиту на автомобілі й бензин. Крім того, подорожчання нафти призводить до ефекту заміщення її на вугілля. Тобто спостерігається зворотний зв'язок.

Загальна рівновага відбудеться тоді, коли ціни прореагували на зміну попиту чи пропозиції на певному ринку таким чином, що обсяги попиту і пропозиції стали рівні на всіх ринках. За цих умов на жодному ринку немає тенденції до подальших змін попиту чи пропозиції.

Ефективність у виробничій сфері та в обміні

Припустимо, що в економічній системі використовується лише два фактори виробництва (праця і капітал). Протягом дня для виробничих цілей може бути використано 4000 люд.-год. праці й 2000 маш.-год. капіталу.

Сукупний обсяг послуг факторів виробництва, доступний за певний проміжок часу, називається *ресурсним обмеженням економіки*. Після використання всього обсягу ресурсів їх пропозиція буде абсолютно нееластичною.

Якщо виробляється лише два продукти (X та Y), то чим більше виробляється одного з них, тим менші можливості для виробництва іншого. Ресурсні обмеження для двопродуктової моделі матимуть вигляд:

$$L = L_x + L_y; K = K_x + K_y.$$

Для аналізу виробництва і розподілу ресурсів в економіці з фіксованою пропозицією праці та капіталу використовується діаграма Еджворта. Вона є

прямокутником, сторони якого становлять обсяги ресурсів, які є у розпорядженні для виробництва двох товарів. Кожна точка на цій діаграмі показує певний варіант розподілу ресурсів для виробництва X і Y (рис.14.1). Ізокванта Q_x показує різні варіанти використання капіталу й праці для виробництва 600 од. товару X . Ізокванта Q_y показує різні варіанти використання капіталу й праці для виробництва 300 од. товару Y .

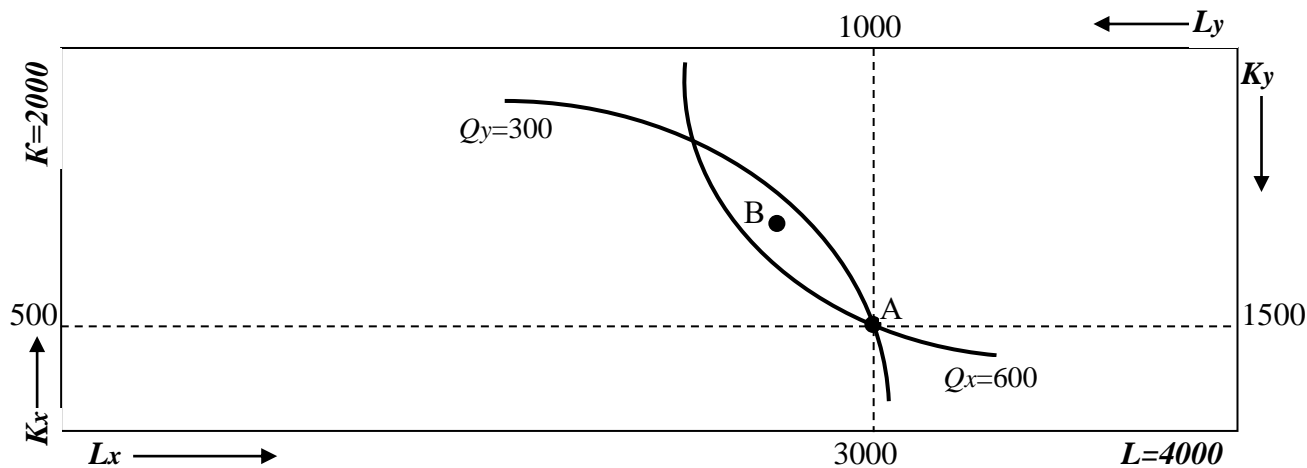


Рис. 14.1. Діаграма Еджворта

Наприклад, у точці А на виробництво товару X буде витрачено $L_x = 3000$, $K_x = 500$, а на товар Y : $L_y = 1000$, $K_y = 1500$.

Тобто кожна точка на діаграмі Еджворта відповідає певним значенням шести змінних: L_x , L_y , K_x , K_y , Q_x , Q_y .

Ефективність виробництва досягається тоді, коли неможливо перебудувати використання наявних ресурсів так, щоб збільшити випуск одного товару без зменшення іншого. Тому в точці А використання ресурсів неефективне – можна збільшити випуск товарів X і Y та перейти до точки В.

Ефективними варіантами розподілу ресурсів будуть такі їх комбінації, які відповідають точкам дотику двох ізоквант (рис.14.2).

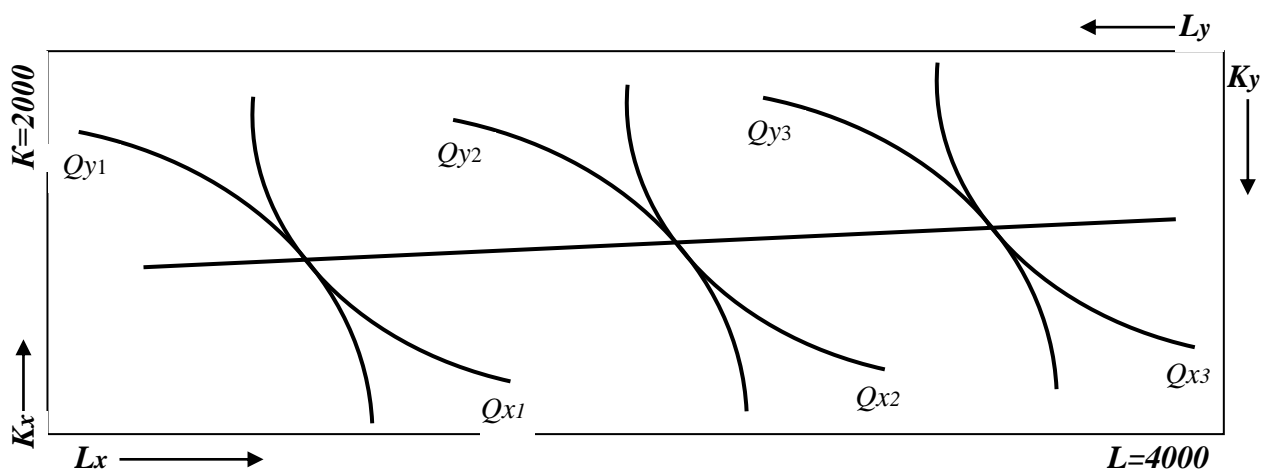


Рис. 14.2. Крива ефективності виробництва

Через усі точки дотику ізоквант можна провести криву, яка називається *кривою ефективності використання ресурсів* (ефективності виробництва). Вона показує всі ті комбінації ресурсів, за яких вони використовуються

ефективно. Від кривої ефективності виробництва легко перейти до *кривої виробничих можливостей*. Вона показує, який максимальний обсяг товару можна виробити при заданих обсягах випуску інших благ, ресурсних обмеженнях та технології (рис. 14.3).

Гранична норма трансформації одного продукту в інший показує, якою кількістю товару Y потрібно знехтувати, щоб отримати додаткову одиницю товару X: $MRT_{xy} = \Delta Q_y / \Delta Q_x$.

Гранична норма трансформації дорівнює нахилу кривої виробничих можливостей, її можна виразити також через граничні витрати на виробництво відповідних товарів: $MRT_{xy} = MC_x / MC_y$.

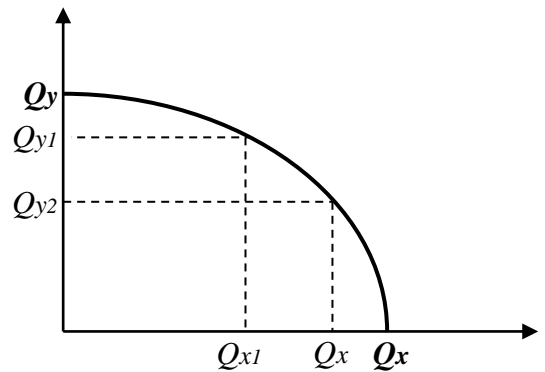


Рис. 14.3. Крива виробничих можливостей суспільства

Розподіл продуктів ефективний тоді, коли заданий обсяг продукції, який випускається за певний період часу, розподіляється між споживачами таким чином, що стає неможливим покращувати становище однієї особи без нанесення шкоди іншій. Розподіл заданого обсягу продукції між двома споживачами буде ефективним, коли він відповідатиме точкам дотику кривих байдужості цих споживачів (рис. 14.4).

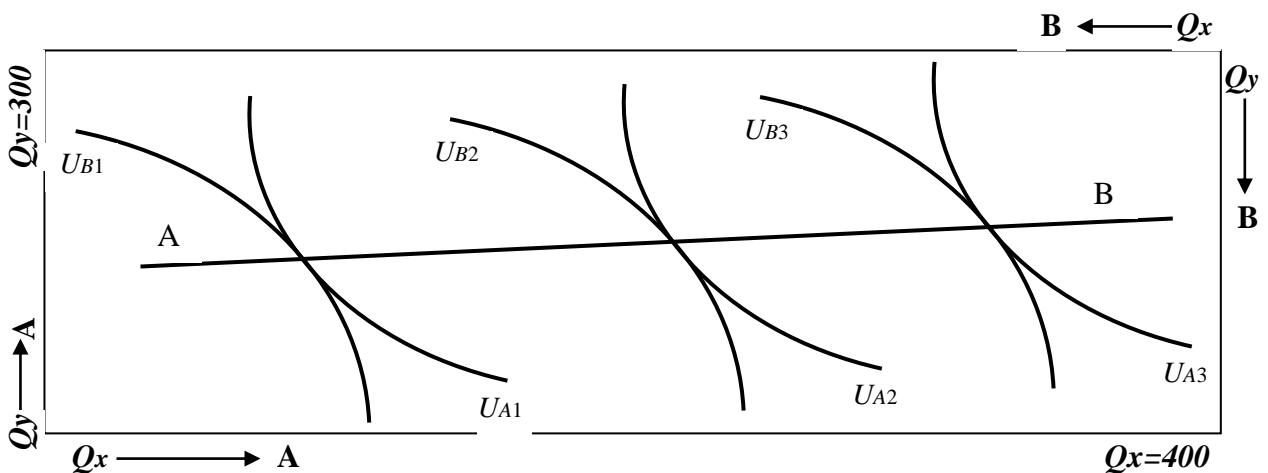


Рис. 14.4. Ефективність розподілу продукції

Лінія АВ, що з'єднує всі можливі точки дотику кривих байдужості двох споживачів, називається *договірною лінією*. Вона показує всі можливі ефективні варіанти розподілу двох благ між двома споживачами.

Виробництво тоді буде ефективнішим, коли воно буде максимізувати корисність для споживачів і водночас не виходитиме за межі наявних ресурсів, тобто знаходитиметься на кривій виробничих можливостей. Отже, крива виробничих можливостей і крива байдужості, що відображає максимальний рівень задоволення потреб, будуть мати тільки одну спільну точку – точку дотику (14.5).

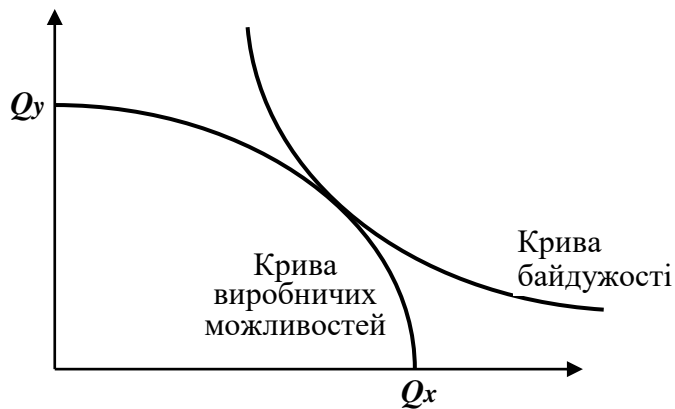


Рис. 14.5. Оптимальний за Парето розподіл ресурсів

Коли і ресурси, і продукція розподіляються таким чином, що неможливо поліпшити становище однієї особи без шкоди для іншої, досягається оптимальний за Парето розподіл ресурсів:

$$МС_A / МС_B = P_A / P_B.$$

Концепції економіки добробуту

Проблема досягнення ефективних станів в економіці потребує забезпечення певного розміщення ресурсів і продуктів між виробниками і споживачами. Ключова концепція, яка використовується для визначення економічно ефективного стану, – ефективність або оптимальність за Парето (підхід базується на понятті ефективності, яке було запропоноване італійським економістом Вільфредо Парето наприкінці ХІХ століття). Влада має здійснювати заходи, щоб привести економічну систему до одного із рівноважних станів, що відповідає умовам Парето-ефективності у виробництві, а розподіл благ і доходів – до рівноважного стану, що відповідає умовам Парето-ефективності у споживанні. Парето-ефективність у виробництві досягається тоді, коли всі ресурси використовуються оптимально, тобто неможливо перебудувати використання наявних ресурсів так, щоб збільшити випуск одного товару без зменшення випуску іншого. Розподіл продуктів ефективний тоді, коли заданий обсяг продукції, який випускається за певний період часу, повністю розподіляється між споживачами, і таким чином, що стає неможливим покращувати становище однієї особи без нанесення шкоди іншій.

Але теоретично може існувати безліч ефективних станів економіки з різною соціальною привабливістю. Згідно з Парето, економічний стан, коли всі блага і доходи належать одному індивіду, а інший злидарює, є ефективним, але його не можна назвати соціально бажаним. Разом з тим, якщо економіка перебуває в неефективному стані, покращення за Парето (рух у напрямі ефективності) є одночасно соціально бажаним, тому що дозволяє покращити стан хоча б однієї людини чи соціальної групи, не погіршивши при цьому стан інших членів суспільства.

Отже, якщо першою ціллю державної політики є усунення всіх неспроможностей ринку, аби привести економічну систему до одного із станів, що відповідає умовам Парето-ефективності у виробництві і споживанні, то

другою важливою ціллю політики можна вважати досягнення більшого ступеня справедливості в розподілі благ і доходів, ніж це дозволяє досягти саморегульована економіка; тобто виникає потреба в перерозподілі благ і доходів. Досягнення цієї цілі пов'язується із *соціальною політикою*.

Актуальним питанням є розробка критеріїв оцінки добробуту. *Існують такі підходи:*

1. Універсальний Паретоефективний розподіл.
2. Добробут підвищується, якщо ті, хто виграє, оцінюють свій дохід вище збитків потерпілих.
3. Максимізація корисності для найменш забезпечених членів суспільства.
4. Принцип зрівнялівки.

Отже, предметом нашого аналізу будуть різні погляди на ступінь державного втручання в розподіл доходів і відповідні підходи до визначення суспільного добробуту. Існує чотири основні філософські підходи до справедливості і, відповідно, до перерозподілу доходів:

- егалітаризм;
- утилітаризм;
- лібералізм (ролзіванський підхід);
- лібертаріальний підхід (класичний лібералізм).

Утилітаризм

Утилітаризм – політична філософія, згідно з якою влада повинна намагатися максимізувати сукупну корисність у суспільстві як суму індивідуальних корисностей. Це означає практично повну відсутність перерозподілу, але не виключає його.

Так, згідно із законом спадної граничної корисності, 1 грн. додаткового доходу приносить більшу користь бідній людині, ніж заможній, тому це виправдовує перерозподіл з метою максимізації сумарної корисності, проте лише до певних меж, адже механізми перерозподілу (в основному – податки) спотворюють стимули і призводять до безповоротних втрат в ефективності.

Тобто влада має підтримувати баланс між додатковими вигодами внаслідок зростання сумарної корисності при перерозподілі та додатковими втратами від спотворення стимулів і вартістю здійснення перерозподілу.

В основі *утилітаризму* перебуває уявлення про суспільний добробут як суму функцій індивідуальної корисності членів суспільства. При такому підході можна використати *класичну утилітаристську або функцію добробуту Джемсера Бентама:*

$$W = U_1 + U_2 + \dots + U_n.$$

В її основі концепція суспільного добробуту як "найбільше щастя найбільшій кількості людей". Згідно з критерієм Бентама, суспільний добробут зростатиме, якщо зростатиме сума індивідуальних добробутів. Отже, перерозподіл, який збільшує добробут отримувачів додаткових доходів більшою мірою, ніж втрати тих, за чий рахунок здійснюється перерозподіл, приводить до зростання суспільного добробуту.

Узагальненням функції Бентама є *функція суспільного добробуту із зваженою сумою корисностей*:

$$W = a_1 U_1 + a_2 U_2 + \dots + a_n U_n.$$

де a_1, a_2 – коефіцієнти, які враховують, наскільки важливим є рівень корисності кожного із n індивідів для суспільного добробуту. Такий підхід означає, що, наприклад, якщо $a_1 < a_2$, то перерозподіл на користь групи 2 за рахунок групи 1 збільшує суспільний добробут, а перерозподіл у протилежному напрямку – зменшує.

Ролзівський підхід

Лібералізм (ролзівський погляд) – політична філософія, згідно з якою влада має проводити політику, спрямовану на підтримку справедливості, ступінь якої оцінює сторонній спостерігач.

Аргументація Ролза базується на прийнятті двох принципів: усі члени суспільства повинні мати рівні права на основні свободи; суспільство повинно приймати рішення, виходячи з інтересів найменш забезпечених його членів. Саме їх добробут визначає й стан суспільного добробуту (а не сумарний добробут усіх членів суспільства). Звідси виводиться критерій: *влада повинна намагатися максимізувати добробут найбільш вразливого члена суспільства*.

У цьому випадку ФСД матиме вигляд:

$$W = \min (U_1, U_2, \dots, U_n).$$

Цей підхід передбачає активнішу політику перерозподілу доходів, ніж утилітаризм, проте також не означає зрівнялівку в розподілі доходів.

Адже при повній рівності в доходах внаслідок перерозподілу зникають стимули до праці у найенергійніших членів суспільства, що зменшує сукупний дохід у суспільстві й погіршує становище найбільш вразливих (підкреслимо, внаслідок надактивного перерозподілу).

Егалітарний підхід

За *егалітарним підходом* найсправедливішим буде розподіл, коли всі блага поділені порівну між усіма індивідами. Справедливим вважається лише рівний розподіл корисностей між членами суспільства. Така конструкція вже не будується, як попередні, на припущенні про доброзичливе ставлення до індивідів (що означає підвищення суспільного добробуту внаслідок будь-якого підвищення індивідуального добробуту будь-якого члена суспільства, бідного чи багатого).

Єдине, що інколи береться до уваги, це те, що додаткова одиниця добробуту бідного має вищу соціальну цінність, ніж така сама додаткова одиниця добробуту багатого. Збагачення багатих, згідно з егалітарними поглядами, зменшує суспільний добробут.

Подібний підхід досить легко критикувати з позицій лібералізму, економічний аналіз, який бере до уваги вартість перерозподілу (про це йтиметься нижче, в п. 9.5), також не на користь зрівнялівки, адже сумарні вигоди швидше за все будуть меншими за сумарні витрати і втрати. Проте "серцю не накажеш" – підтримка егалітаризму досить широка, особливо в країнах з високим ступенем нерівності в розподілі доходів і значною кількістю бідного населення.

Лібертаріальний підхід (класичний лібералізм)

У трьох попередніх підходах сукупний дохід у суспільстві розглядався як подільний ресурс, який може вільно перерозподілятися доброзичливою владою.

Згідно з поглядами лібертаріанців, доходи отримують індивіди, а не суспільство, і влада не має права посягати на індивідуальні доходи. Сама постановка питання про оцінку справедливості ступеня нерівності доходів вважається неправомірною.

Найсправедливішим вважається той розподіл, який досягнуто на конкурентному ринку, коли добробут кожного досягається з урахуванням індивідуальних стартових можливостей і здібностей.

Обов'язком влади залишається лише стежити за *процесом отримання доходів*. Якщо цей процес несправедливий – доходи отримані, припустимо, внаслідок хабарництва чи торгівлею заборонених для виробництва і продажу благ (наркотики) чи внаслідок недобросовісної конкуренції (напр., обдурювання споживачів), – тоді влада має втрутитись і покарати злочинців.

Згідно з цим ринковоорієнтованим підходом найкращими для суспільства вважаються фактично досягнуті оптимальні за Парето варіанти розподілу, тоді як три попередні підходи вимагали державного втручання для досягнення найкращого, найсправедливішого стану суспільства.

Через те, що первинним вважається рівність можливостей, а не рівність доходів, впливає інший обов'язок влади – створення більш-менш рівних можливостей для здобуття доходів.

Отже, прагнення до справедливішого розподілу багатства і доходів – одна з фундаментальних цінностей, притаманних суспільству. Думки щодо того, що слід вважати справедливим, як ми бачимо, різні, проте загально визнаним є той факт, що надто великий розрив у доходах неприпустимий.

ТЕМА 15. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РИНКОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Інституційні основи мікроекономічного аналізу

Мікроекономічний аналіз в сучасному вигляді сформувався під впливом неокласичної економічної теорії, яка базується на досить жорстких і не завжди реалістичних припущеннях, – про раціональність поведінки всіх учасників і сталість їхніх уподобань, намагання максимізувати власну вигоду, існування ринкової рівноваги. Проте в рамках цього підходу неможливо пояснити багато економічних явищ, які відбуваються в сучасному світі, особливо в перехідних економіках. Тому економісти намагаються розширити рамки неокласичного аналізу, беручи на озброєння надбання інших суспільних наук.

Інституційна економічна теорія – різновид економічного аналізу, що наголошує на ролі соціальних, політичних і економічних інститутів у визначенні економічних явищ. Тобто наголос робиться на ролі середовища, в якому індивіди приймають рішення.

Базовими поняттями інституційного підходу є *інституції, трансакційні витрати та права власності*.

Інституції (за Д. Норт) – це правила гри в суспільстві або, точніше, вигадані людьми обмеження (офіційні та неофіційні), які спрямовують людську взаємодію в певне русло. І як наслідок вони структурують стимули у процесі людського обміну – політичного, соціального або економічного. Офіційні і неофіційні обмеження разом створюють неперервний ряд правил – від табу, звичаїв і традицій на одному кінці – до писаних конституцій – на іншому.

Фактично інституції визначають і обмежують сукупність варіантів вибору для індивідів. Врахування інституційних обмежень дозволяє відповідно зменшити кількість варіантів, які слід розглядати у процесі аналізу майбутньої державної політики.

Слід розрізняти інституції й організації (інститути), які також структурують людські взаємодії.

Організації (інститути) охоплюють політичні органи (парламент, кабінет міністрів, органи місцевої влади, політичні партії), економічні органи (фірми, профспілки), громадські організації (релігійні організації, благодійні фонди, спортивні клуби), освітні організації (школи, університети) та ін.

Організації складаються із груп індивідів, пов'язаних між собою спільним прагненням досягти певних цілей. Те, як організації виникають і зникають, в основному визначається інституційною основою.

Інституції впливають на функціонування економіки через дії на трансакційні та трансформаційні витрати.

Традиційна теорія при визначенні вартості продукції враховує лише трансформаційні витрати – вартість затрачених виробничих факторів (капітал, праця, природні ресурси, підприємницькі здібності), необхідні для трансформації ресурсів у кінцеву продукцію.

Трансакційні (операційні) витрати враховують вартість економічного обміну, вони складаються з витрат на вимірювання цінних атрибутів того, що обмінюється, витрат на захист прав, нагляд за дотриманням угод і забезпечення їх виконання.

Чим краще організована економічна система, тим менші трансакційні витрати; їхня величина свідчить про ефективність функціонування економіки і, відповідно, ефективність державного управління. У корумпованому суспільстві, у країнах, де законодавство (тобто правила гри) чітко не визначені, трансакційні витрати, як правило, надзвичайно великі, що зменшує прибутковість будь-якого бізнесу, отже, зменшує інвестиційну привабливість економіки, негативно впливає на економічне зростання, збільшує зубожіння населення.

Права власності – це права, які визначають дозволені засоби використання економічних благ – ресурсів, товарів і послуг. Володіння активами включає такі права: використання активів, зміну їхньої форми і субстанції, передачу прав через продаж. Володіння активами обмежується чинними контрактами та законодавством.

Для забезпечення прав власності необхідні відповідні політичні і юридичні інститути, які гарантують виконання умов контрактів. Сучасна теорія прав власності визначає дедалі більшу кількість окремих елементів прав власності, які обмежують класичне розуміння приватної власності. У зв'язку з цим актуальною

стає роль державної влади щодо визначення (специфікації) прав власності і організації ринку прав власності, що має забезпечити ефективність функціонування економічної системи.

З урахуванням інституційного підходу збагачується концепція раціональної поведінки. Це стосується, по-перше, ступеня раціональності індивідів. На відміну від повної раціональності, розглядається *неповна (обмежена) раціональність* та *процесуальна раціональність*.

Неповна раціональність додатково враховує обмежені можливості індивідів щодо отримання та обробки необхідної для цього інформації; тобто слід брати до уваги ціну отримання інформації, що напряму пов'язано з аналізом інституційних аспектів.

Процесуальна раціональність передбачає, що індивід оптимізує свій вибір лише серед певних зразків поведінки, які йому відомі. Тобто його поведінка визначається не лише його індивідуальними смаками та уподобаннями, але й суспільними уподобаннями.

По-друге, модифікується припущення про орієнтацію індивідів на максимізацію особистої вигоди. За умов орієнтації на власну вигоду можлива так звана опортуністична поведінка, коли вигода максимізується з порушеннями формальних чи неформальних норм поведінки, що завдає шкоду партнерам, і просте дотримання власних інтересів, якщо при цьому враховуються всі норми і правила поведінки.

Інша модель поведінки – орієнтація на колективну, або суспільну вигоду, інколи навіть всупереч особистим інтересам (у цьому випадку виникають проблеми комунікації при виробленні рішень).

Суспільні блага, класифікація суспільних благ

Суспільні блага – це блага, надання яких окремій особі неможливе без одночасного надання їх іншим особам: не можна позбавити когось можливості користуватися світлом маяка чи системою національної безпеки. Звідси слідує характеристика суспільних благ – *невиключеність у споживанні*.

Надання суспільного блага новому споживачеві не потребує додаткових виробничих витрат (звідси ознака – *неконкурентність у споживанні*). Суспільні блага не можуть бути поділені між споживачами (*неподільність*). Класичними прикладами таких благ є національна оборона, юстиція або правнича система, щеплення проти хвороб, національні парки, система водопостачання або каналізації, національні бібліотеки та інші національні культурні заклади.

Невиключеність у споживанні означає, що витрати на виключення когось із числа споживачів такого блага є надзвичайно високими, що робить це виключення економічно недоцільним або взагалі нездійсненним.

Неконкурентність у споживанні означає, що гранична вартість обслуговування кожного додаткового споживача (окрім першого) дорівнює нулю або настільки незначна, що цією величиною можна знехтувати. Наприклад, для того, щоб мостом міг скористатися хоч один споживач, має бути побудований, отже, вартість обслуговування першого споживача цього блага дорівнює вартості всього моста (ТС). Вартість обслуговування вже

другого і кожного наступного додаткового споживача не потребує додаткових витрат, тобто дорівнює нулю. Отже, міст є благом, яке неконкурентне у споживанні.

Але при великій кількості користувачів міст буде неспроможний пропустити їх усіх без затримок, тобто додаткових витрат.

Блага, які, починаючи з певної кількості споживачів (N), втрачають властивість неконкурентності у споживанні, називаються *переобтяженими благами*. Тобто переобтяженість означає, що гранична вартість MC_{N-1} обслуговування ($N-1$)-го споживача дорівнює нулю, а, починаючи із споживача з порядковим номером N , обслуговування кожного з нових споживачів потребуватиме додаткових витрат ($MC_N > 0$).

Блага, які є одночасно невиключні і неконкурентні, називаються *чистими суспільними благами*. На відміну від суспільних благ, виключні і конкурентні блага називаються *чистими приватними благами* (одяг, їжа). Невиключні і конкурентні блага (риба в океані), а також виключні і неконкурентні блага (кабельне телебачення) називаються *змішаними благами*. Не завжди легко однозначно сказати, чи благо виключне або конкурентне, чи ні, тому що витрати на обслуговування додаткового споживача та витрати на виключення можуть коливатися від нуля до значних величин неперервно.

У випадку, коли ресурси перебувають у спільній власності (або коли права власності на ресурси взагалі не визначені), вони є конкурентними у споживанні (тому що споживання кожної одиниці таких ресурсів зменшує їх доступність для інших), проте вони мають властивість невиключеності у споживанні. Прикладом таких благ є довкілля у широкому розумінні (зокрема, ліси, моря, ріки, повітря), риба в морях і океанах, родовища нафти й газу. У всіх цих випадках досить дорого (приклад лісів) або взагалі неможливо (приклад риби в океані) обмежити доступ до цих ресурсів.

Продукція природних монополій часто може розглядатись як приклад змішаних благ, які є неконкурентні, проте виключені із споживання. Як приклад можна навести кабельне телебачення (вартість обслуговування додаткового споживача дуже мала порівняно з витратами на забезпечення трансляції). Мережі електропередач, залізничні колії також дозволяють отримувати блага, які практично неконкурентні у споживанні, тому що вартість інфраструктури незрівнянно більша, ніж вартість обслуговування (підключення) додаткового споживача. Проте обмежити доступ до всіх цих благ досить дешево, що свідчить про їх виключність із споживання.

Багато які послуги, що надаються суспільству органами державного управління можуть розглядатись як суспільні блага. Це, зокрема, нормотворча діяльність. Виключити когось із громадян можливостей користуватись цими послугами важко і не бажано. Поява нових громадян практично не впливає на рівень бюджетних видатків на фінансування державного управління. Навіть якщо послуги органів державного управління неякісні, тобто уряд своїми діями завдає шкоди суспільству, характеристика продукту діяльності влади залишається незмінною. В даному випадку можна говорити про *суспільні антиблага*, споживання яких індивідам не приносить вигоди, а завдає шкоди.

Чисті суспільні блага, вигоди від споживання яких обмежуються лише певною територією, називаються *чистими локальними благами*.

Зовнішні ефекти в економіці

Часто позитивні зовнішні ефекти, які приносять спільну користь суспільству чи окремим групам індивідів, можуть розглядатись як суспільні блага. Так, системний позитивний зовнішній ефект від вищої освіти (тобто вигоди від наявності в суспільстві людей з вищою освітою) неконкурентний у споживанні і невиключний; отже, цей побічний продукт вищої освіти є чистим суспільним благом. Так само позитивний ефект. Який виникає внаслідок профілактичного щеплення груп ризику, забезпечує профілактику захворювань навіть тим, хто й не здогадується про існування деяких інфекційних хвороб і груп ризику. Тому такий ефект також є прикладом чистого суспільного блага.

Взагалі при виробництві і споживанні товарів і послуг досить часто виникають додаткові вигоди або витрати для осіб, які не є безпосередніми учасниками ринку, де виробляється така продукція. Тобто вони не фінансують виробництво, хоча можуть отримувати вигоди і не отримують компенсацій, якщо йдеться про випадки, коли сторонні особи потерпають від існування таких ринків. Такий стан речей не можна вважати справедливим.

Зовнішні ефекти – це витрати або вигоди від здійснення ринкових операцій, які не відображені в ринковій ціні. Інакше кажучи, це прямі впливи діяльності одних економічних агентів (які є учасниками ринкової операції купівлі-продажу) на діяльність інших економічних агентів, які не є учасниками цього ринку. Такі впливи можуть бути сприятливими і приносити вигоди іншими учасникам (позитивні впливи), і можуть бути несприятливими і приносити додаткові витрати для інших учасників (негативні впливи).

Негативний вплив або ефект – прямий вплив дій учасників окремого ринку на втрати добробуту інших економічних агентів (що не є учасниками цього ринку), які не компенсуються через ціновий механізм. Такі втрати добробуту називаються *зовнішніми втратами*.

Позитивний вплив або ефект – прямий вплив дій учасників окремого ринку на підвищення добробуту інших економічних агентів, які не компенсуються через ціновий механізм. Таке підвищення добробуту створює *зовнішні вигоди*.

У разі існування зовнішніх ефектів ринок у змозі забезпечити певний обсяг продукції за ринковою ціною, але робить це неефективно: або виробляє надто мало продукту, або надто багато і за ціною або занадто високою або занадто низькою.

Позитивні зовнішні ефекти:

1. «Виробництво – виробництво»: наприклад, тепла вода від АЕС, використовувана в пониззі річки рибними господарствами;
2. «Виробництво – споживання»: наприклад, приватні ліси для промислового використання, які приносять насолоду любителям природи;
3. «Споживання – виробництво»: наприклад, хобі одного з мешканців – розведення квітів під вікнами свого будинку, а це сприяє зростанню доходів бджоляра, вулики якого розташовані неподалік;

4. «Споживання - споживання»: наприклад, імунізація проти інфекційних хвороб, яка допомагає захищати інших людей.

За умови відсутності зовнішніх ефектів стан ринкової рівноваги досягається в точці ринкової рівноваги E , де $MB=MC$. Ця умова визначає відповідні ефективний обсяг Q_E і ефективну ціну P_E . (рис. 15.1). Однак позитивний зовнішній ефект призводить до того, що благо виробляється в недостатніх обсягах і продається за ціною, нижчою, ніж ефективна ціна.

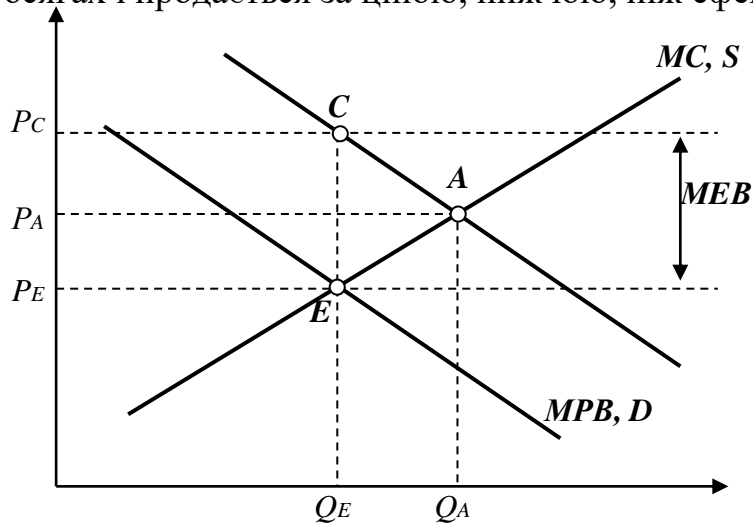


Рис. 15.1. Позитивний зовнішній ефект

Вигоди окремої особи від споживання блага далі називатимемо *приватними вигодами*: $MB=MPB$; $TB=TPB$

У випадку існування позитивного зовнішнього ефекту кожна додаткова одиниця споживаного блага приносить *граничні зовнішні вигоди (MEB)* – це вигоди третіх осіб, які не є безпосередніми учасниками ринку, тобто вони не є покупцями і не сплачують за благо. У підсумку кожний заданий обсяг вироблених благ Q приносить цим зовнішнім користувачам *сукупні зовнішні вигоди (TEB)*.

Отже, з урахуванням зовнішнього ефекту кожна одиниця блага приносить суспільству вигоди, які оцінюються величиною граничних суспільних вигід (MSB): $MSB = MPB + MEB$ і рівноважному стану відповідають ефективна ціна P_A і ефективний обсяг Q_A . Позитивний зовнішній ефект призводить до того, що благо виробляється в недостатніх обсягах і продається за ціною, нижчою, ніж ефективна ціна. Недовиробництво блага призводить до втрат у чистій вигоді для суспільства або втрат в ефективності, які чисельно дорівнюють площі трикутника ACE .

Класичним прикладом ефектів, які приносять зовнішні вигоди споживачам, вважається освіта. За відсутності державної системи існуватиме приватний ринок освіти, і люди мусять платити за набуті знання. Однак суспільство в цілому отримує вигоди від наявності кваліфікованих працівників, які сприяють підвищенню темпів зростання економіки. Отже, є додаткові вигоди, якими користуються всі члени суспільства. Проблемою для державної політики є дисбаланс між ефективною кількістю студентів, яка формується з урахуванням

суспільних вигід від вищої освіти і вартості навчання, і тією кількістю абітурієнтів, які готові сплачувати за навчання.

Практично це означає, що фінансування освіти, яке можуть забезпечити зацікавлені в освіті абітурієнти, є недостатнім для підготовки тієї кількості фахівців, у якій зацікавлене суспільство.

Чотири з восьми можливих наслідків зовнішніх ефектів стосуються негативних:

1. «Виробництво – виробництво»: забруднення токсичними хімічними відходами, яке завдає шкоди промислового виробництва.

2. «Виробництво – споживання»: забруднення повітря заводами, яке завдає шкоди людям, що проживають поруч.

3. «Споживання – виробництво»: внаслідок пікніків на природі виникають лісові пожежі, які завдають шкоди лісовому господарству.

4. «Споживання – споживання»: гучна музика в одній з квартир порушує спокій інших мешканців.

Яскравим прикладом негативного впливу на інших споживачів є паління. Але ринкова ціна відображатиме лише вигоди для тих, хто палить і вартість цигарок для виробників. У цьому випадку можна встановити податки на тютюнові вироби, і тим самим на їх споживання.

Наслідки існування негативних зовнішніх ефектів:

Економічні витрати окремої фірми на виробництво блага будемо називати приватними витратами $MC = MPC$, $TC = TRC$. У випадку існування негативного ефекту кожна додаткова одиниця виробленого продукту призводить до так званих граничних зовнішніх витрат MES – це витрати третіх осіб, які не є безпосередніми учасниками ринку, але потерпають від змушеного споживання забрудненого довкілля. У підсумку кожний заданий обсяг виробництва благ Q приносить цим зовнішнім користувачам сукупні зовнішні витрати TES , тобто суму MES від Q одиниць.

Отже, з урахуванням зовнішнього ефекту кожна одиниця блага приносить суспільству витрати, які оцінюються величиною граничних суспільних витрат $MSC = MPC + MES$.

Інтерналізація зовнішніх ефектів: коригуючи податки і субсидії

Усунення позитивних або негативних зовнішніх ефектів, що дозволяє ринку перейти в ефективний стан, називається *інтерналізацією зовнішніх ефектів*. Тобто треба так вплинути на попит і пропозицію, щоб вони відбивали відповідно суспільні вигоди і суспільні витрати, а не лише приватні вигоди і витрати.

У випадку позитивного зовнішнього ефекту треба змусити когось платити за зовнішні ефекти так, щоб з урахуванням додаткових фінансувань крива D (MB) співпала б з кривою MSB . Як відповідний інструмент інтерналізації позитивних зовнішніх ефектів запроваджується *коригуючи субсидія*, яка нараховується за кожен одиницю виробленого блага за ставкою S , що дорівнює величині граничних зовнішніх вигід (MEB). Інтерналізація позитивного зовнішнього ефекту дозволяє збільшити обсяги виробництва до ефективного рівня і збільшити ціну до ефективного рівня.

У випадку негативного зовнішнього ефекту треба змусити когось платити за зовнішні витрати. Як відповідний інструмент запроваджується *коригуючий податок*, який встановлюється на кожну одиницю виробленого блага за ставкою t , яка дорівнює граничним зовнішнім витратам. Інтерналізація негативного зовнішнього ефекту дозволяє скоротити обсяги виробництва до ефективного рівня. В результаті через державне втручання можна досягти більш ефективного розміщення ресурсів, ніж за умов нерегульованого ринку. Одночасно, вирішується проблема фінансування природоохоронних заходів.

Інші інструменти державної політики для усунення негат. зовн. ефекту:

1. штрафи за забруднення довкілля;
2. державна регламентація, тобто встановлюються гранично допустимі норми вмісту шкідливих речовин у викидах.

Щоб спростити адміністрування екологічних податків може бути встановлена обмежена кількість ліцензій на право забруднення довкілля в певних обсягах.

Мікроекономічний аналіз перехідної економіки

У зв'язку із крахом світової соціалістичної системи у світі посилився інтерес до аналізу перехідної економіки – це економічна система, в якій відбувається заміна командно-адміністративного механізму координації на переважно ринковий механізм, здійснюється широка приватизація державної власності.

Аналіз перехідної економіки і державної політики в умовах перехідної економіки має деякі особливості порівняно з класичним аналізом для країн з розвинутою змішаною економікою, але ці особливості більше стосуються інституційних аспектів і майже не торкаються самих принципів аналізу.

Взагалі термін "Перехідна економіка" (економіка перехідного періоду) стосується періоду інтенсивної трансформації більшої або меншої кількості інституцій у суспільстві. Цей термін широко вживається, коли йдеться про певні етапи трансформації американської, японської, західноєвропейських і південно-східних азіатських економік.

Для нас актуальним є приклад переходу від командно-адміністративної до змішаної (орієнтованої на ринок) економіки. Аналіз української практики ускладнюється суміщенням економічної трансформації і процесів державотворення – створення інститутів незалежної держави. Методологічні засади аналізу такого роду трансформацій і відповідної державної політики розглядаються в межах економічних теорій перехідного періоду. Важливою тут є теорія інституційних змін.

Усі інституції – неофіційні і офіційні – поступово (інколи раптово – внаслідок революцій) змінюються, відповідно змінюються варіанти вибору як у окремих індивідів та інститутів влади, так і у суспільства в цілому. Офіційні правила (наприклад, земельний кодекс) можуть бути впроваджені одномоментно внаслідок політичного рішення, тоді як традиції і людські звичаї набагато менше піддаються цілеспрямованому впливу державної політики.

Рушієм змін виступають, як правило, політичні керівники або індивідуальні підприємці. Зміна складається з певних поправок до існуючих правил і норм та забезпечення їх дотримання.

Чому виникає *інституційна зміна*? Як правило, внаслідок формування в суспільстві критичної маси незадоволення існуючим станом речей – низькою ефективністю економічної системи, нерезультативною державною політикою, що негативно впливає на суспільний добробут і на розподіл добробуту серед членів суспільства. Зміни в країні стають нагальнішими, коли у світі існують ефективніші економіки, які забезпечують своїм членам кращі можливості для розвитку. Сучасні комунікації полегшують можливості подібних порівнянь для широких верств населення. Тобто чинник глобалізації, за якої стає практично неможливим існування ізольованих від загальнолюдського процесу розвитку суспільств, відіграє вирішальну роль у створенні передумов до інституційних змін.

6. ПЛАНИ ТА ЗАВДАННЯ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

МОДУЛЬ 1. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки

(2 години)

План семінару:

1. Становлення і етапи розвитку мікроекономіки як науки. Школи мікроекономічного аналізу.
2. Предмет, основні проблеми та функції мікроекономічної теорії.
3. Методологія мікроекономічного аналізу. Позитивний і нормативний підходи.
4. Роль методу моделювання в мікроекономічному аналізі. Значення і особливості застосування графіків.

Основні терміни та поняття теми:

предмет мікроекономічних досліджень, економічні суб'єкти (домогосподарство, фірма), крива виробничих можливостей, альтернативна вартість, функції мікроекономіки, метод, методологія, гіпотеза, діалектика, наукова абстракція, індукція, дедукція, аналогія, порівняння, аналіз, синтез, історичний і логічний підходи, планування, прогнозування, екстраполяція, метод моделювання, модель (рівноважна і оптимізаційна), графік, залежна і незалежна змінні, кутовий коефіцієнт нахилу (додатній, від'ємний і нульовий), метод періодизації, метод соціально-економічного експерименту, позитивний і нормативний підходи, австрійська, кембріджська, американська і математична школи.

Питання для обговорення:

1. Назвіть головних суб'єктів мікроекономіки та розкрийте взаємозв'язки між ними.
2. Дайте визначення предмета та об'єкта дослідження в мікроекономічній науці.
3. Назвіть етапи розвитку мікроекономіки та розкрийте здобутки цієї науки на кожному із етапів.
4. Наведіть приклади використання у процесі пізнання мікроекономічних явищ індукції й дедукції, аналізу та синтезу, абстрактного та конкретного.
5. Яка поведінка економічних суб'єктів називається раціональною?
6. Побудуйте криву виробничих можливостей і дайте її характеристику.

Теми рефератів: 1, 2, 3.

Типові практичні завдання:

1. Фірма випускає два товари: електрочайники і електрокавоварки. Витрати на виробництво одного електрочайника становлять 60 грн., а однієї кавоварки – відповідно 80 грн. Побудуйте криву виробничих можливостей фірми, якщо її загальні витрати на виробництво не можуть перевищувати 240000 грн. Поясніть, чому крива не вигнута від початку координат? Розрахуйте і проаналізуйте альтернативну вартість випуску товарів.

2. Припустимо, що перекладач заробляє за 1 годину 25 грн., а швачка – 8 грн. Перекладачу треба пошити костюм, а швачці перекласти інструкцію до нової швейної машинки. Якщо кожен із них буде сам для себе виконувати цю роботу, то вони витратять на неї відповідно 60 і 20 годин. У випадку, коли швачка шитиме костюм, а перекладач перекладатиме, витрати часу становитимуть відповідно 80 і 4 години. Ми бачимо, що перекладач виконує обидва види робіт швидше, ніж швачка. Чи вигідна у такому випадку буде спеціалізація? Доведіть це розрахунками.

3. В Україні відроджуються народні промисли. Дерев'яну ложку майстер може вирізьбити за 40 хвилин та розписати за 20 хвилин. На виконання цієї роботи учню потрібно відповідно 90 хвилин та 30 хвилин.

а) Яку максимальну кількість ложок-сувенірів вони в змозі виробити за 8 годин, якщо кожен буде займатися виробництвом самостійно?

б) Як їм раціонально розподілити цю працю, використовуючи принцип порівняльних переваг?

в) Скільки при цьому вони вироблять ложок за ті ж 8 годин?

Рекомендована література:

Основна: [1], [4], [7], [10], [13], [14], [17]; додаткова: [27], [29], [30], [33], [36].

Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінка споживача

(2 години)

План семінару:

1. Поняття корисності та її основні ознаки.
2. Загальна і гранична корисність. 1-ий закон Госсена.
3. Кардиналістська функція корисності та раціональний вибір споживача. II-ий закон Госсена.

Основні терміни та поняття теми:

благо, набір (кошик) благ, економічне благо, благо з додатною корисністю, благо з від'ємною корисністю (антиблаго), благо низької споживчої цінності, корисність, кількісне (кардиналістське) вираження корисності, функція корисності, гранична корисність, пряма корисність, непряма корисність, повна корисність, перший закон Госсена, кардиналістська функція корисності, рівновага споживача, раціональний вибір споживача, другий закон Госсена, еквімаржинальний принцип вибору.

Питання для обговорення:

1. Дайте визначення загальної та граничної корисності. Розкрийте відмінність між ними.
2. Сформулюйте перший закон Госсена.
3. Поясніть, чому споживач, виходячи на ринок, орієнтується на граничну корисність товарів.
4. Чи завжди гранична корисність є спадною?
5. Сформулюйте основні положення кардиналістської теорії поведінки споживача.
6. Назвіть умови досягнення оптимуму споживача з позицій кардиналістської концепції.

Теми рефератів: 4.

Типові практичні завдання:

1. Споживач хоче сформуванати оптимальний набір із яблук та апельсинів. Задоволення від залучення до споживчого набору 1 кг яблук становить 20 ютилів. Яким повинно бути задоволення від залучення до цього набору 1 кг апельсинів, якщо кілограм яблук коштує 2,5 грн., а кілограм апельсинів – відповідно 5,5 грн.?

2. Споживач має намір витратити 32 грн. на купівлю яблук ціною 2 грн. за кілограм і бананів ціною 5 грн. Гранична корисність яблук для нього дорівнює $100 - 2x$, де x – кількість яблук у кілограмах. Гранична корисність бананів дорівнює $200 + 5y$, де y – кількість бананів у кілограмах. Яку кількість яблук і бананів купить раціональний споживач?

3. Споживач здійснює вибір між купівлею цукерок і печива. У таблиці наведено сукупну корисність, яку він отримує від споживання різної кількості цих товарів. Ціна цукерок – 3 гр. од., печива – 2 гр. од. за кілограм. Припустимо, що споживач купує 4 кг цукерок і 2 кг печива на місяць і витрачає весь бюджет, виділений для цих цілей.

Кількість товару, кг	Сукупна корисність цукерок, ютилів	Сукупна корисність печива, ютилів
1	21	20
2	39	38
3	54	54
4	66	68
5	75	80
6	81	90
7	84	98
8	85	104

а) Яку корисність він отримує від споживання такого набору товарів?

б) Чи максимізує він корисність? В якій комбінації він максимізуватиме корисність?

в) Яку корисність він одержить, якщо весь бюджет витратитиме для купівлі печива?

г) Визначте реальний дохід споживача, виражений у кількості придбаних цукерок і в кількості придбаного печива.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5], [6], [7], [10], [14], [17]; додаткова: [27], [33], [37].

Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача

(2 години)

План семінару:

1. Ординалістська функція корисності. Аксиоми ординалістського підходу.
2. Криві байдужості та їх основні властивості.
3. Гранична норма заміщення.
4. Бюджетні обмеження і можливості споживача.

5. Рівновага споживача з ординалістських позицій.

Основні терміни та поняття теми:

ординалістська функція корисності, порядкове (ординалістське) вираження корисності, аксіома безперервності, ненасиченість, транзитивність, монотонність, набір (кошик) байдужості, уподобання, крива байдужості, карта кривих байдужості, гранична норма заміщення, товари-субститути, товари-комплементи, бюджетне обмеження, бюджетна лінія, рівняння бюджетної лінії, кутовий коефіцієнт нахилу бюджетної лінії, внутрішня рівновага споживача, кутове рішення оптимуму споживача.

Питання для обговорення:

1. Поясніть, на основі яких припущень будується типова крива байдужості і доведіть її основні властивості.
2. Яким благам властивий: а) спадний нахил кривої байдужості; б) горизонтальний; в) вертикальний; г) додатний? Аргументуйте свою позицію.
3. Доведіть, що криві байдужості не можуть перетинатися.
4. Що означає транзитивність уподобань?
5. Зробіть порівняльний аналіз кількісного і порядкового визначення корисності. Поясніть, чому кількісні (числові) характеристики корисності необов'язкові для ранжирування переваг споживача.
6. Доведіть, що для досягнення оптимуму споживача потрібно, щоб норма заміщення для двох товарів дорівнювала відношенню їх цін.

Теми рефератів: 5.

Типові практичні завдання:

1. Місячний дохід споживача становить 800 гр. од. Припустімо, що споживач витрачає його на придбання двох товарів: товару X за ціною 20 гр. од. за одиницю товару і товару Y за ціною 40 гр. од. за одиницю товару. Зобразіть бюджетну лінію споживача. Як зміниться її положення, якщо:

- а) ціна товару X знизиться до 10 гр. од.?
- б) ціна товару X зросте до 40 гр. од.?
- в) дохід збільшиться до 1000 гр. од.?
- г) дохід зменшиться до 600 гр. од.?
- д) ціна товару Y знизиться до 20 гр. од.?
- е) ціна товару Y зросте до 80 гр. од.?

Проаналізуйте графіки.

2. На основі даної таблиці зобразіть три кривих байдужості, які показують різні комбінації двох економічних благ – продуктів харчування (X) та розваг (Y) і різний рівень задоволення потреб споживача.

Крива байдужості 1		Крива байдужості 2		Крива байдужості 3	
X	Y	X	Y	X	Y
2	40	10	40	12	45
4	34	12	35	14	40
8	26	14	30	16	35
12	21	17	25	18	30
17	16	20	20	21	25

22	12	25	16	27	20
29	9	30	14	33	17
34	7	37	12	38	15
40	5	43	10	44	13
45	4	50	8	50	12

Яка з кривих байдужості на графіку, який ви побудували, відображає найвищий рівень корисності? Яка з кривих байдужості відображає найнижчий рівень корисності? Побудуйте бюджетну лінію, якщо дохід споживача 20 гр. од., ціна продуктів харчування: $P_x = 0,5$ гр. од. за одиницю, ціна розваг: $P_y = 0,5$ гр. од. за одиницю. Чи можна визначити споживчий набір, який для споживача матиме максимальну сукупну корисність?

3. У таблиці наведено п'ять наборів, які складаються з різної кількості двох товарів – груш і яблук. Кожний з наборів приносить споживачеві однакову сукупну корисність.

Набори товарів	Груші, кг	Яблука, кг
А	12	4
Б	8	6
В	6	8
Г	5	10
Д	4	13

Ціна 1 кг груш – 1 грн., а 1 кг яблук – 2 грн. Споживач має дохід 22 грн., які буде повністю витратити на ці товари.

Побудуйте криву байдужості і бюджетну лінію. Проаналізуйте графік. Визначте, який з наборів двох товарів споживач придбає?

Рекомендована література:

Основна: [1], [3], [7], [9], [12], [13], [15], [16], [17]; додаткова: [24], [37].

Тема 4. Аналіз поведінки споживача

(4 години)

План семінару:

1. Реакція споживача на зміну його доходу. Лінія „дохід-споживання”.
2. Криві та закони Енгеля.
3. Моделювання поведінки споживача при зміні цін товарів. Лінія „ціна-споживання” та її нахил.
4. Функції Торнквіста.
5. Ефект заміщення і ефект доходу для нормальних товарів за Дж. Хіксом та Є. Слуцьким.
6. Ефект заміщення і ефект доходу для низькоякісних товарів.
7. Ефект заміщення і ефект доходу для товарів Гіффена.

Основні терміни та поняття теми:

оптимум споживача, умова оптимуму споживача, лінія „ціна-споживання”, лінія „дохід-споживання”, нормальний товар, другорядний товар, звичайний товар, товар Гіффена, крива Енгеля, закони Енгеля, нейтральний товар, товар першої необхідності, товар розкоші, колекційний товар, ефект заміщення, ефект

доходу, загальний ефект від зміни ціни, компенсуюча бюджетна лінія за підходом Хікса, компенсуюча бюджетна лінія за підходом Слуцького.

Питання для обговорення:

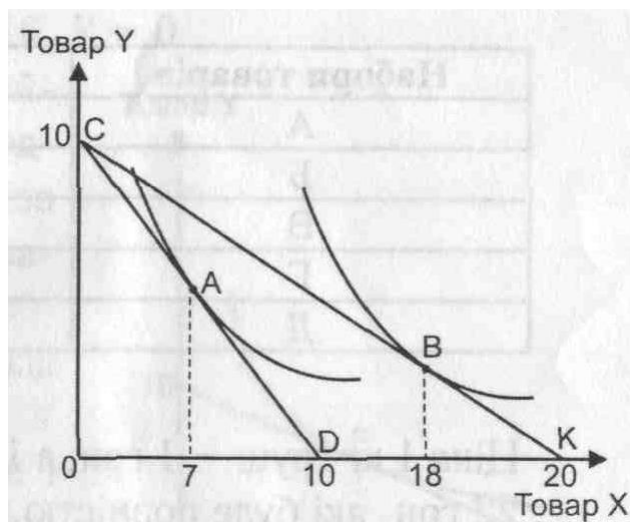
1. Наведіть приклади нормальних і благ нижчої споживчої цінності.
2. Поясніть парадокс існування товарів Гіффена. Наведіть приклад.
3. Виведіть криву Енгеля з лінії „дохід-споживання” і обґрунтуйте її форму для різних економічних благ.
4. Виведіть криву попиту з лінії „ціна-споживання”.
5. В чому суть законів Енгеля? Наведіть приклади благ за класифікацією Торнквіста.
6. В чому полягає суть загального ефекту від зміни ціни? Обґрунтуйте силу і напрямки його складових для різних категорій економічних благ.

Теми рефератів: 6, 7, 8, 9

Типові практичні завдання:

1. На графіку зображено дві бюджетні лінії споживача і відповідні криві байдужості. Відомо, що ціна товару Y становить 10 гр. од.

- а) Визначте величину доходу споживача.
- б) Знайдіть ціну товару X у точці A і в точці B .
- в) Визначте обсяг споживання товару Y в точках A і B .
- г) Запишіть рівняння зображених бюджетних ліній.
- д) Побудуйте лінію попиту споживача на товар X .



2. Споживач увесь свій дохід 800 гр. од. витрачає на придбання товару X за ціною 40 гр. од. і товару Y за ціною 50 гр. од. Вибір споживача, що максимізує корисність, включає 10 одиниць товару X і 8 одиниць товару Y . Позначимо цей набір: $B(10; 8)$. Збільшення ціни товару X до 80 гр. од. приводить до зміщення точки рівноваги в точку $A(5; 8)$, а зниження до 20 гр. од. — у точку $C(20; 8)$. Зобразіть графічно, як змінюватиметься положення бюджетної лінії у разі зниження і підвищення ціни. Побудуйте лінію «ціна – споживання». Використовуючи лінію «ціна – споживання», побудуйте криву попиту споживача на товар X .

3. Номінальний дохід споживача (I_n) становить 300 грн. Буханка білого хліба коштує 1,1 грн. і її ціна є незмінною. Ціна 1 кг яблук змінюється і відповідно складає 3, 5 і 4 грн. Обґрунтуйте належними розрахунками і побудуйте бюджетні лінії, які характеризують задану зміну купівельної спроможності. Як зміняться можливості споживача, якщо ціни товарів будуть незмінними (1,1 та 3 грн.), а дохід споживача становитиме 425 грн.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [7], [8], [9], [10], [14], [15]; додаткова: [27], [30], [33].

МОДУЛЬ 2. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ ВИРОБНИКА

Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємовідносини

(4 години)

План семінару:

1. Індивідуальний і ринковий попит. Цінові і нецінові детермінанти, що впливають на зміщення кривої попиту.
2. Надлишок споживача та фактори, що його визначають.
3. Цінова еластичність попиту та її вимір. Основні фактори цінової еластичності попиту.
4. Взаємозв'язок зміни ціни товару, еластичності попиту і сукупної виручки товаровиробника (витрат споживача).
5. Еластичність попиту за доходом та перехресна еластичність.
6. Пропозиція: суть, види, закон і крива. Цінові та нецінові детермінанти пропозиції.
7. Еластичність пропозиції в миттєвому, коротко- та довгостроковому періодах.
8. Моделі досягнення сталої рівноваги на ринку за Л. Вальрасом і А. Маршаллом.
9. Вплив змін у попиті та пропозиції на ринкову рівновагу.

Основні терміни та поняття теми:

попит, індивідуальний і ринковий попит, закон попиту, зміна обсягу і величини попиту, цінова детермінанта попиту, нецінові детермінанти попиту, надлишок споживача, абсолютний і відносний вимір еластичності попиту, пряма цінова еластичність попиту, еластичний попит, нееластичний попит, одинично-еластичний попит, абсолютно еластичний попит, абсолютно нееластичний попит, основні фактори цінової еластичності попиту, перехресна еластичність попиту, еластичність попиту за доходом, пропозиція, індивідуальна і ринкова пропозиція, закон пропозиції, зміна обсягу і величини пропозиції, цінова детермінанта пропозиції, нецінові детермінанти пропозиції, ринкова рівновага, рівноважна ціна, рівноважний обсяг виробництва і споживання, надлишок, дефіцит, еластичність пропозиції, основні фактори еластичності пропозиції.

Питання для обговорення:

1. Дайте визначення закону попиту. Поясніть спадний характер кривої попиту. Що означає рух по кривій попиту? Що означає збурення (зміщення) кривої попиту?
2. Назвіть чинники, що впливають на попит і величину попиту.
3. Дайте пояснення тому факту, що еластичність попиту за ціною у верхній частині кривої попиту вища, ніж у нижній.
4. Поясніть, чому ефект очікуваних цін створює ілюзію порушення дії закону попиту?
5. Побудуйте криві пропозиції: миттєву, короткострокову та довгострокову. Поясніть відмінності між ними.

- Зробіть порівняльний аналіз лінійної (точкової) та дугової еластичності попиту за ціною. Яке це має практичне значення?
- Наведіть приклад і побудуйте графіки кривих еластичного та нееластичного, абсолютно еластичного та абсолютно нееластичного, а також одинично еластичного попиту.
- Побудуйте графік і дайте економічну інтерпретацію взаємозв'язку між еластичністю попиту за ціною та загальною виручкою від реалізації.

Теми рефератів: 10, 11, 12, 13.

Типові практичні завдання:

1. Охарактеризуйте еластичність попиту і проаналізуйте зміну сукупної виручки продавця, якщо відомо, що ціна на певний товар зросла з 4 до 6 грн./од., а обсяг продажу при цьому скоротився зі 128 до 92 од.

2. Родина споживає за місяць 3 кг макаронних виробів по ціні 1,2 грн. за кілограм. Коефіцієнт цінової еластичності попиту на даний товар дорівнює -0.2 . Як зміняться місячні витрати родини на макаронні вироби, якщо ціна на них зросте на 10 %.

3. У таблиці наведено дані про різні товари.

	Ринок А	Ринок В	Ринок С
P_0	8 грн.		25 гр. од. за одиницю
Q_0	20 млн. штук	12 тис. штук	100 штук товару Y
P_1	12 грн.		15 гр. од. за одиницю
Q_1	16 млн. штук	24 тис. штук	200 штук товару Y
I_0		25000 грн.	
I_1		45000 грн.	

У таблиці в першій колонці позначення означають: P_0, P_1 – попередня і нові ціни за одиницю продукції; Q_0, Q_1 – попередній і новий обсяг попиту (пропозиції); I_0, I_1 – попередній і новий дохід споживача. На основі даних таблиці дайте відповіді на такі питання.

1. Який вид еластичності можна розрахувати для товарів, представлених на кожному ринку?

2. Розрахуйте коефіцієнти еластичності.

3. До якого виду належить товар, представлений на ринку В? Якими один щодо одного є товари на ринку С?

Рекомендована література:

Основна: [2], [7], [8], [10], [11], [12], [15], [16]; додаткова: [22], [24], [27], [33].

Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства

(2 години)

План семінару:

- Суть та форми підприємств залежно від власності, розмірів та сфери діяльності.
- Виробничий процес і його складові. Ефективність виробництва.
- Виробнича функція, її основні властивості та види.
- Загальний, середній і граничний продукт змінного ресурсу.

Основні терміни та поняття теми:

фірма, підприємство, форма власності, форма організації бізнесу, ресурс, фактор виробництва, технологія, технологічно ефективний спосіб виробництва, виробнича функція, однофакторна виробнича функція, багатфакторна виробнича функція, виробнича сітка, миттєвий період, короткостроковий період, довгостроковий період, валовий продукт, середній продукт, граничний продукт, закон спадної граничної продуктивності.

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте основні типи ділових підприємств, їх переваги та недоліки.
2. В чому полягає суть методу періодизації? Дайте визначення миттєвого, коротко- і довгострокового періодів і поясніть відносність такого поділу.
3. Назвіть показники ефективності виробництва.
4. Дайте визначення виробничої функції. Зробіть зістану характеристику виробничої функції в коротко- та довгостроковому періодах.
5. Поясніть дію закону спадної граничної продуктивності змінного ресурсу в короткостроковому періоді.
6. Перед менеджером стоїть завдання розширити виробництво в короткостроковому періоді, коли змінним ресурсом є праця. Динаміка якого продукту (середнього чи граничного) є надійнішим індикатором для прийняття рішення про залучення до виробництва додаткового працівника? Відповідь поясніть.

Теми рефератів: 14, 15.

Типові практичні завдання:

1. Здійснивши відповідні розрахунки, визначте номер технології, яка забезпечить найбільшу ефективність виробництва певного товару, якщо використання будь-якої із цих технологій дозволяє виробляти однакову кількість продукції. Необхідна кількість ресурсів та їхні ціни наведено в таблиці:

	Ціна одиниці ресурсу, грн.	Кількість ресурсів, одиниць		
		Технологія 1	Технологія 2	Технологія 3
„Земля”	6	1	2	3
„Праця”	4	10	15	20
„Капітал”	20	4	1	2
„Інформація”	3	1	2	1

2. Обчисліть величину валового і середнього продукту, якщо відомий граничний продукт праці:

Затрати робочого часу, люд.-год.	Граничний продукт, од./люд.-год.
0	0
1	1
2	2,5
3	5
4	6,5
5	4

6	2
7	1
8	0,5

Накресліть на одному графіку криву валового продукту, а на другому – криві граничного і середнього продукту. За якої тривалості робочого дня праця буде використана з максимальною ефективністю?

3. Виробнича діяльність фірми описана виробничою функцією:

$$Q = 3L^{0.5} \times K^{0.5}$$

де Q – обсяг виробництва; L – затрати праці; K – затрати капіталу.

Який щоденний обсяг виробництва, коли використовується 4 одиниці праці і 4 одиниці капіталу? Як зміниться випуск продукції, якщо кількість ресурсів збільшиться: L = 9, K = 25?

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [6], [7], [9], [10], [11], [12], [14]; додаткова: [18], [24], [27].

Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника

(2 години)

План семінару:

1. Ізокванта та її основні властивості. Гранична норма технологічного заміщення.

2. Ізокоста: суть, основні властивості та фактори зміщення.

3. Оптимум (рівновага) виробника. Траєкторія розвитку фірми.

4. Додатний, незмінний та від'ємний ефект від зростання масштабу виробництва. Мінімальний ефективний розмір фірми.

Основні терміни та поняття теми:

ізокванта, карта ізоквант, основні властивості ізокванти, гранична норма технологічного заміщення, ізокліналь, ізокоста, рівняння ізокости, основні властивості ізокости, оптимум виробника, траєкторія розвитку фірми, додатний (незмінний, від'ємний) ефект масштабу виробництва.

Питання для обговорення:

1. Як зміна продуктивності праці і капіталу впливає на положення ізокванти?

2. Назвіть фактори, що впливають на переміщення ізокости, та поясніть наслідки їх впливу.

3. Обґрунтуйте умову оптимуму виробника. Поясніть специфіку технологічного і економічного вибору.

4. Чому концентрація в галузі відбувається за умов додатного ефекту? Наведіть приклад.

5. Що таке природна монополія? Наведіть приклад.

6. Які фактори обумовлюють спадний ефект масштабу виробництва?

Теми рефератів: 16

Типові практичні завдання:

1. Виробнича функція має вигляд: $Q = 10L^{0.5} \times K^{0.5}$ Заповніть пропуски в даній таблиці:

Капітал, K , машино-годин	Праця, L , людино-годин	Обсяг випуску, Q , од.
20	–	100
–	20	100
25	4	–
4	25	–
10	–	100

Побудуйте ізокванту $Q = 100$, розрахуйте граничну норму технологічного заміщення і проаналізуйте зміну її величини.

2. Для виробництва однієї одиниці певного товару можна використати такі співвідношення капіталу і праці:

Набір	Капітал, K , машино-годин	Праця, L , людино-годин
a	0,5	2,5
b	1,0	1,5
c	1,5	1,0
d	3,0	0,5

Ціна однієї машино-години 3 грн., а однієї людино-години – відповідно 4,ф5 грн. Чи досягнеться стан рівноваги, якщо на виробництво одиниці товару виробник планує витратити 18 грн.? Змоделюйте і поясніть ситуацію.

3. У таблиці наведено дані про затрати праці L , капіталу K і обсягу випуску продукції Q .

	L	K	Q
А	10	30	100
Б	20	60	300
В	30	90	450
Г	45	135	540

а) Визначте, який ефект масштабу спостерігається при переході від точки А до точки Б, від Б до В, від В до Г.

б) Чи є випадковим сповільнення темпів використання ресурсів у виробництві, чи ні? Проілюструйте свою відповідь графічно.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [6], [10], [14], [16], [17]; додаткова: [18], [30], [33], [27].

Тема 8. Витрати виробництва

(4 години)

План семінару:

1. Зміст і структура альтернативних затрат виробництва.
2. Економічний та бухгалтерський підходи до оцінки діяльності фірми.
3. Короткострокові витрати, їх специфіка, форми і взаємозалежності.
4. Зв'язок між величинами витрат і продукту.
5. Взаємозв'язок між коротко- і довгостроковими витратами.

Основні терміни та поняття теми:

альтернативні затрати: явні та неявні, безповоротні затрати, довгострокові та короткострокові криві затрат, валові витрати, постійні витрати, змінні витрати, економічні витрати, бухгалтерські витрати, економічний прибуток,

бухгалтерський прибуток, нормальний прибуток, прямі витрати, непрямі витрати, середні валові витрати, середні постійні витрати, середні змінні витрати, граничні витрати.

Питання для обговорення:

1. Поясніть поняття „альтернативна вартість”. Наведіть приклад.
2. Виділіть основні спільні та відмінні риси економічного і бухгалтерського підходів до оцінки діяльності фірми.
3. Поясніть суть і наведіть приклади зовнішніх (внутрішніх, безповоротних) витрат. Яка роль їх величини (зміни їх величини) у формуванні кінцевого результату діяльності фірми?
4. Розкрийте соціально-економічну суть поняття „нормальний прибуток”. Наведіть приклад.
5. Доведіть, що динаміка постійних витрат не викликає зміни граничних.
6. Обґрунтуйте специфіку форми і взаємозалежність кривих середніх витрат.
7. Чому крива граничних витрат перетинає криві середніх змінних і середніх загальних витрат в точках їх мінімуму?

Теми рефератів: 17, 18, 19

Типові практичні завдання:

1. Дослідіть, як змінюються витрати підприємства (ТС) залежно від обсягу випуску продукції (Q), якщо функція витрат така:

$$TC = 1/6Q^3 - 3,5Q^2 + 80Q + 300.$$

Обчисліть постійні і змінні витрати, а також середні загальні, середні змінні, середні постійні і граничні витрати.

2. Функція валових витрат хлібозаводу задана формулою:

$$TC = Q^3 - 12Q^2 + 50Q,$$

де Q – добовий обсяг виробництва хліба, тис. буханок.

Визначте, за якого середньодобового обсягу виробництва хліба середні витрати будуть мінімальними. Яка величина цих витрат?

3. Постійні витрати фірми становлять 60 грн. За даними таблиці розрахуйте загальні, середні загальні, середні постійні, середні змінні і граничні витрати.

Обсяг випуску продукції, одиниць	Змінні витрати, грн.
0	0
1	45
2	85
3	120
4	150
5	185
6	225
7	270
8	325
9	390
10	465

Побудуйте два графіки: на одному зобразіть криві сукупних витрат, на іншому – криві середніх та граничних витрат.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [9], [10], [11], [12], [14], [15]; додаткова: [21], [24], [27], [29], [37].

МОДУЛЬ 3. МОДЕЛІ РИНКУ ПРОДУКТІВ

Тема 9. Ринок досконалої конкуренції

(2 години)

План семінару:

1. Досконалі і недосконалі типи ринкових структур. Загальна характеристика ринку досконалої конкуренції.
2. Специфіка функцій сукупного, середнього і граничного доходу. Крива ринкового попиту і крива попиту на продукцію окремої конкурентної фірми.
3. Максимізація прибутку. Точки критичного обсягу виробництва.
4. Умови мінімізації збитків і закриття фірми у короткостроковому періоді.
5. Короткострокова рівновага і пропозиція фірми та галузі. Надлишок виробника.
6. Довгострокова рівновага і пропозиція фірми та галузі.

Основні терміни та поняття теми:

досконало конкурентний ринок, класичні ознаки конкурентного ринку, припущення моделі конкурентного ринку, прибуток, загальна виручка, середня виручка, гранична виручка, цільова функція підприємства, умови максимізації прибутку на ринку досконалої конкуренції, ізопрофіта, умови рівноваги фірми і галузі у короткостроковому та довгостроковому періоді, пропозиція фірми, ефективні криві пропозиції, внутрішня та зовнішня економічність, криві пропозиції за зростаючих, спадних та постійних витрат, еластичність пропозиції, надлишок виробника, незворотні втрати виробників.

Питання для обговорення:

1. Поясніть, чому крива попиту на продукцію окремої конкурентної фірми є абсолютно еластичною?
2. Конкурентна фірма в короткостроковому періоді закривається, якщо ринкова ціна на продукцію опуститься нижче за мінімум її середніх змінних витрат. Доведіть це, порівнявши величину її збитків у разі продовження виробничих операцій з ліквідаційними витратами. Змодельуйте ситуацію.
3. Поясніть соціально-економічну сутність надлишку виробника. Від яких факторів залежить його величина?
4. Поясніть, чому незважаючи на нульовий економічний прибуток у довгостроковому періоді, фірми продовжують займатись даним виробництвом?
5. Чи правильне припущення про те, що для отримання максимального прибутку необхідно продати максимальну кількість продукції?
6. Зазвичай менеджери не знають граничних витрат. Чи варто тоді казати, що фірма максимізує прибуток за умови виробництва обсягу продукції, за якого гранична виручка дорівнює граничним витратам?

Теми рефератів: 20, 21, 22

Типові практичні завдання:

1. Підприємство перебуває в умовах досконалої конкуренції. Залежність валових витрат підприємства від випуску продукції наведено в таблиці.

Випуск продукції за одиницю часу, штук	Валові витрати, гр. од.
0	40
1	90
2	130
3	160
4	200
5	250
6	310
7	390
8	490
9	610
10	750

Якщо ринкова ціна товару 70 гр. од., то який обсяг випуску продукції слід фірмі обрати? До якого рівня має знизитись ціна, щоб підприємство закрилось?

2. Функція залежності валових витрат досконало конкурентної фірми: $TC = 8Q + Q^2$. Якщо вона максимізує свій прибуток, виробляючи 14 одиниць товару, то якою буде ринкова ціна одиниці продукції? Використайте обидва підходи до пояснення максимізації прибутку і зробіть потрібні розрахунки.

3. Використовуючи дані про діяльність малого підприємства, заповніть пропуски в таблиці і з'ясуйте за кожним варіантом, що доцільніше для конкурентного підприємства в короткостроковому періоді:

- а) закритися;
- б) збільшити обсяг виробництва для мінімізації збитків;
- в) зменшити обсяг виробництва для мінімізації збитків;
- г) збільшити обсяг виробництва для максимізації прибутку;
- д) зменшити обсяг виробництва для максимізації прибутку;
- е) нічого не змінювати.

Варіанти	P	Q	TR	TC	FC	VC	ATC	AVC	MC
1		5	30				6	5	6
2			13,6		2	10	3		2,7
3	3				1,4	23,1	3,5		3

Поясніть ваше рішення по кожному варіанту, використовуючи графіки.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [11], [13], [16], [17]; додаткова: [23], [28], [33], [36], [38].

Тема 10. Монопольний ринок

(4 години)

План семінару:

- 1. Загальна характеристика ринку досконалої монополії. Види монополії.
- 2. Обсяг випуску, ціна і прибуток монополіста.

3. Правило монопольного ціноутворення. Сила монопольної влади та способи її виміру (коефіцієнт Лернера й індекс Херфіндаля-Хіршмана).
4. Цінова дискримінація.
5. Соціально-економічні наслідки панування монополії. Х-неефективність.
6. Природна монополія.

Основні терміни та поняття теми:

ознаки монопольного ринку, природна, штучна (адміністративна), закрита, відкрита монополія, монопсонія, двостороння монополія, адміністративна монополія, правило монопольного ціноутворення, коефіцієнт Лернера, індекс Херфіндаля-Хіршмана, коефіцієнт концентрації, Х-неефективність, безповоротні втрати суспільства, Харбергівський трикутник, цінова дискримінація, види цінової дискримінації, природна монополія, франшиза.

Питання для обговорення:

1. Наведіть приклади легальних і нелегальних бар'єрів для вступу в галузь.
2. Поясніть, чому фірма-монополіст уникає сильноеластичного попиту і орієнтується на слабоеластичний попит?
3. Чому монополіст не може призначати будь-яку ціну та виробляти будь-який обсяг продукції?
4. Наведіть приклади факторів, які призводять до появи ефекту Х-неефективності.
5. Проаналізуйте і покажіть графічно соціально-економічні втрати від панування чистої монополії за допомогою „трикутників Харбергера”.
6. Чи може монополія в галузі бути більш ефективною, ніж конкуренція? За яких умов?
7. Чи завжди монопольне становище гарантує беззбиткову діяльність?
8. Назвіть види цінової дискримінації. Наведіть приклади.
9. Розкрийте особливості функціонування природної монополії.

Теми рефератів: 23, 24, 25, 26

Типові практичні завдання:

1. Визначте ціну і величину надбавки, якщо еластичність попиту на товар певного монополіста на одному ринку становить $-1,25$, а на іншому, відповідно, $-1,75$ (граничні витрати даної фірми є незмінними і встановилися на рівні 5 грн/од.)? Чи доцільно було б даному монополісту випускати даний товар, якби еластичність попиту на нього незалежно від ринку характеризувалася б значенням коефіцієнта еластичності: а) $-0,25$; б) $-4,75$?

2. Залежність між попитом на продукцію монополіста і валовими витратами відображено в таблиці:

Q, штук	Ціна, гр. од.	Валові витрати, гр. од.
1	15	20
2	14	21
3	13	22
4	12	24
5	11	27
6	10	30,6

7	9	35
8	8	41

За якого обсягу випуску монополіст максимізує прибуток? Яку ціну він встановить? Зобразіть графічно.

3. Функція попиту на монополізованому ринку: $Q_D = 301 - P$, функція загальних витрат монополії: $TC = 120 + Q + Q^2$. За якою ціною буде продавати продукцію монополія при прагненні до максимізації прибутку? Який прибуток вона при цьому отримає?

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [7], [11], [14], [16]; додаткова: [20], [21], [23], [25], [30], [33], [34], [39].

Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція

(4 години)

План семінару:

1. Характерні риси та основні причини виникнення олігополістичних структур.
2. Дуополія. Модель рівноваги за Курно і оптимуму за Нешем.
3. Олігополістична конкуренція. Платіжна матриця. Ламана крива попиту і жорсткість цін.
4. Форми олігополістичної змови. Картель і його обмеження. Лідерство у цінах. Ціноутворення за принципом „витрати плюс”.
5. Теорія гри.
6. Ринок монополістичної конкуренції: умови формування, коротко і довгострокова рівновага.
7. Соціально-економічні наслідки панування олігополії та монополістичної конкуренції.

Основні терміни та поняття теми:

олігополія, стратегічна взаємодія, рівновага Неша, теорія гри, стратегія, платіжна матриця, „дилема ув'язнених”, кооперована та некооперована олігополія, моделі послідовної та взаємної гри, передбачувані варіації, крива реагування, модель Курно, рівновага Курно – Неша, модель Бертрана, парадокс Бертрана, модель Чемберлена, цінова війна, модель Еджворта, модель Штакельберга, лідерство в цінах, модель ламаної кривої попиту, свідомий паралелізм, змова, картель, квазіконкурентні ринки, стратегії покарання, монополістична конкуренція, диференціація продукції, цінова і нецінова конкуренція, реклама.

Питання для обговорення:

1. Чи може фірма, яка є лідером, отримувати в умовах рівноваги за Штакельбергом більш низький прибуток, ніж в умовах рівноваги за Курно?
2. Чи досягається фірмами на ринку олігополії ефективний обсяг випуску?
3. Розкрийте сутність моделі „дилема ув'язнених” та покажіть її застосування у мікроекономіці.

4. Відповідно до моделі Бертрана, конкуренція призводить до того, що прибуток буде нульовим навіть за наявності на ринку лише двох конкурентів. Чому на практиці ми зустрічаємося з цим не так часто?

5. Які внутрішні й зовнішні загрози існують для фірм, що об'єдналися в картель? Наведіть історичні приклади.

6. Поясніть і покажіть графічно, чому в умовах монополістичної конкуренції у фірм виникають надлишкові виробничі потужності. Дайте соціально-економічну оцінку такого ефекту.

7. Порівняйте соціально-економічні наслідки панування монополістичної конкуренції і олігополії. Який тип середовища є більш стійким і ефективним, чому?

8. Які є головні ознаки та особливості ринку монополістичної конкуренції?

9. Чи завжди підприємство на ринку монополістичної конкуренції має економічний прибуток?

10. Поясніть значення реклами для ринку монополістичної конкуренції.

Теми рефератів: 27, 28, 29, 30

Типові практичні завдання:

1. Ринкова ціна на продукцію олігополіста становить 120 гр. од., за цією ціною реалізується 8 одиниць продукції. У таблиці представлено функцію попиту на продукцію олігополіста.

Випуск продукції за тиждень, одиниць	Ціна, гр. од.
5	150
6	140
7	130
8	120
9	100
10	80
11	60

Обчисліть валовий і граничний дохід олігополіста. Зобразіть графічно криву попиту і криву граничного доходу. Обчисліть еластичність попиту в цінових інтервалах 120–150 гр. од. і 60–120 гр. од.

2. Фірма функціонує в умовах монополістичної конкуренції. Протягом місяця вона виробляє Q одиниць продукції, валові витрати $ТС$ є функцією від Q . Ціна, за якою можна продати продукцію, також є функцією від Q .

$$ТС = 1/24Q^2 + 12Q + 200; \quad P = 45 - 1/15Q.$$

Розрахуйте, за якого обсягу виробництва прибуток підприємства буде максимальним. Яку ціну воно встановить. Задачу проілюструйте графіком.

3. Гранична виручка фірми, яка функціонує на ринку монополістичної конкуренції, описується функцією $MR = 20 - Q$, а її довгострокові граничні витрати - відповідно $LMC = 3Q - 10$. Яким буде надлишок виробничих потужностей цієї фірми, якщо мінімальне значення її довгострокових середніх витрат становить 21 грн./од.?

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [6], [13], [14], [16], [17]; додаткова: [21], [22], [23], [30], [33], [34], [39].

МОДУЛЬ 4. РИНОК ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА У МІКРОЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Тема 12. Загальна характеристика ринку факторів виробництва.

Ринок праці

(4 години)

План семінару:

1. Ринок ресурсів: зміст, структура, особливості.
2. Попит конкурентного підприємства на один змінний ресурс на конкурентному і монополістичному ринку ресурсів.
3. Попит монополіста на один змінний ресурс на конкурентному і монополістичному ринку ресурсів.
4. Оптимальне співвідношення змінних ресурсів. Еластичність попиту на ресурси.
5. Ринкова й індивідуальна пропозиція праці.
6. Конкурентний і монополістичний ринок робочої сили.
7. Вплив профспілок на стан ринку праці.

Основні терміни та поняття теми:

проміжний продукт, кінцевий продукт, граничний дохід, граничний (маржинальний) прибуток, граничний продукт ресурсу, граничний продукт у грошовій формі, граничні витрати, ефект заміщення ресурсів, ефект обсягу випуску, закон спадної граничної продуктивності ресурсу, крива індивідуального попиту на ресурс, крива галузевого попиту на ресурс, робоча сила, праця, ринок праці, ефект заміни, ефект доходу, гранична норма заміщення доходу дозвіллям, номінальна і реальна заробітна плата.

Питання для обговорення:

1. Зробіть порівняльний аналіз ринку ресурсів і ринку продуктів. Поясніть, чому попит на ресурси є похідним від попиту на продукти?
2. Чому крива попиту на один змінний ресурс монополіста буде менш еластичною, ніж крива попиту досконалого конкурента?
3. Назвіть чинники, що впливають на попит на змінний ресурс.
4. Розкрийте зміст ефектів заміщення та обсягу випуску на конкретних прикладах. Поясніть взаємодію цих ефектів та наслідки цієї взаємодії.
5. Чи буде фірма максимізувати прибуток, якщо граничний продукт праці її робітників в грошовому виразі дорівнює нулю?
6. У чому полягає соціально-економічна суть ефекту заміщення і ефекту доходу на ринку праці?
7. Охарактеризуйте вплив профспілок на стан ринку праці. Чи завжди він є позитивним? Наведіть історичні приклади.
8. Яка з моделей ринку праці з неповною конкуренцією є більш вигідною для робітника? Для працедавця? Відповідь обґрунтуйте.

Теми рефератів: 31, 32, 33

Типові практичні завдання:

1. Використовуючи наведені дані, визначте, за якого обсягу змінного ресурсу підприємство максимізуватиме прибуток. При цьому слід врахувати, що підприємство купує вказаний ресурс на конкурентному ринку за ціною 20 гр. од. і реалізує свою продукцію в умовах досконалої конкуренції за ціною 5 гр. од., постійні витрати – 50 гр. од.

Обсяг змінного ресурсу	Валовий продукт, одиниць
1	10
2	19
3	27
4	34
5	40
6	45
7	49
8	52
9	53
10	53

2. Фірма є монополією на ринку праці і монополією на товарному ринку. Заповніть таблицю попиту на працю даної фірми.

Одиниці праці, робітників	Валовий продукт, одиниць	Ціна продукції, гр. од.	Ставка заробітної плати, гр. од.	Валовий дохід, гр. од.	Гранична дохідність праці (MRP), гр. од.	Валові витрати на оплату праці, гр. од.	Граничні витрати на працю, гр. од.
1	5	40	130				
2	11	39	140				
3	18	38	150				
4	23	37	160				
5	27	36	170				
6	30	35	180				
7	32	34	190				

а) Скільки робітників найме фірма, яка максимізує прибуток, і яку ставку заробітної плати буде платити? Який розмір прибутку вона отримає?

б) Побудуйте криві попиту на працю, середніх витрат на оплату праці і граничних витрат на працю.

3. Фірма виробляє олівці, які продає на досконало конкурентному ринку за ціною 5 гр. од. за набір. Виробнича функція задана рівнянням:

$$Q = 60L - 0,5L^2,$$

де Q (TP) – кількість наборів на місяць, тис. штук;

L – кількість робітників, чол.

Якщо поточна ставка заробітної плати становить 150 гр. од. на місяць, то яку кількість робітників найме фірма?

Рекомендована література:

Основна: [1], [6], [7], [9], [10], [14]; додаткова: [24], [27], [30], [33], [36], [37].

Тема 13. Ринок капіталу. Ринок землі та природних ресурсів

(2 години)

План семінару:

1. Капітал, інвестиції та інвестиційний попит.
2. Конкурентний ринок інвестиційних ресурсів.
3. Поняття вибору у часі. Аналіз інвестиційних рішень.
4. Ринок землекористування. Рента та її різновиди.

Основні терміни та поняття теми:

капітал, інвестиції, споживання, заощадження, процент, процентна ставка (номінальна і реальна), ринок капіталу, альтернативна вартість капіталу, амортизація основного капіталу, ринок позичкових коштів, інвестиційний попит, гранична схильність до споживання, гранична схильність до заощадження, майбутня вартість, ставка дисконтування, поточна (теперішня) вартість, внутрішня норма віддачі (прибутковості), земля, природні ресурси, відновлювальні та не відновлювальні природні ресурси, земельна рента, оренда землі, орендна плата, ціна землі, сільськогосподарський і несільськогосподарський попит на землю,

Питання для обговорення:

1. Чим відрізняється реальна і номінальна дисконтні процентні ставки? Коли доцільно використовувати при підрахунку чистої дисконтованої вартості номінальну, а коли – реальну процентні ставки?
2. В економічній теорії грошовий капітал не вважається економічним ресурсом. Поясніть, чому грошовий капітал приносить дохід у формі процента?
3. Які чинники лежать в основі диференціації процентних ставок? Поясніть їх зміст.
4. Розкрийте особливості землі як природного ресурсу. Зробіть його зіставну характеристику з фізичним капіталом і працею.
5. Проаналізуйте механізм функціонування ринку земельних ресурсів. Як встановлюється орендна плата за землю? Відповідь обґрунтуйте графічно.
6. Назвіть позитивні та негативні наслідки втручання держави в процес ціноутворення природних ресурсів. Аргументуйте свою позицію.

Теми рефератів: 34, 35

Типові практичні завдання:

1. Якщо певна фірма купить нове обладнання, то її прибуток зросте за 1 рік на 20000 грн., за 2 рік – на 30000 грн., за 3 рік – на 30000 грн. Потім обладнання необхідно замінювати, і при його ліквідації фірма не отримає жодної вигоди. Вартість обладнання 40000 грн., а річна процентна ставка становить 10%. Чи варто фірмі купувати дане нове обладнання?
2. Залежність обсягу вирощування кукурудзи від площі ділянки для фермера описано рівнянням: $Q = 100X - 1,5X^2$,

де Q – обсяг виробництва кукурудзи, центнерів з гектара на рік;

X – площа землі, га.

Ціна центнера кукурудзи – 6 гр. од.

а) Який максимальний розмір ренти, якщо площа земельної ділянки – 25 га?

б) Яка ціна гектара землі, ставка процента становить 5% річних?

3. Є три інвестиційні проекти. Ставка процента – 15%.

	Роки				
	2009	2010	2011	2012	2013
Проект 1					
Інвестиції, тис. грн.	600	300	100	–	–
Дохід від інвестицій, тис. грн.	–	–	100	400	100
Проект 2					
Інвестиції, тис. грн.	300	400	300	–	–
Дохід від інвестицій, тис. грн.	–	–	100	1000	400
Проект 3					
Інвестиції, тис. грн.	300	400	300	–	–
Дохід від інвестицій, тис. грн.	–	–	100	300	1100

На основі чистої дисконтованої цінності визначте, якому проекту слід надати перевагу.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [10], [14], [15], [17]; додаткова: [27], [30], [37].

МОДУЛЬ 5. РІВНОВАГА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКОВОЇ СИСТЕМИ

Тема 14. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту

(2 години)

План семінару:

1. Засади аналізу загальної ринкової рівноваги.
2. Оптимум Парето у виробництві та обміні.
3. Неокласична модель загальної ринкової рівноваги.
4. Кейнсіанський підхід до загальної ринкової рівноваги.
5. Концепції економіки добробуту.

Основні терміни та поняття теми:

Вальрасівська (неокласична) модель загальної ринкової рівноваги, вартість надлишкового попиту, відносні ціни, гранична норма трансформації, теорема економіки добробуту, „економіка Робінзона Крузо”, ефективний попит, ефективність за Парето, ефективність в обміні, ефективність у виробництві, ефективність економіки, загальна ринкова рівновага, закон Вальраса, кейнсіанська модель загальної ринкової рівноваги, контрактна крива, коробка Еджворта, крива ефективності виробництва, крива споживчих можливостей, покращання за Парето, справедливість, бідність, розподіл доходів, суспільний вибір, часткова ринкова рівновага.

Питання для обговорення:

1. Вкажіть основні відмінності між аналізом часткової рівноваги та аналізом загальної рівноваги.
2. У чому полягає концепція ефективності (оптимальності) за Парето?
3. Якими є умови досягнення ефективності розподілу благ та виробничих ресурсів з точки зору загальної рівноваги?
4. Якими є основні фактори, що перешкоджають досягнення нерегульованим ринком стану економічної ефективності?
5. Що вивчає економіка добробуту? Чому економічно ефективний стан економіки може не бути соціально бажаним?
6. Деякі міжнародні організації для міждержавних порівнянь використовують універсальну рису бідності – 1 долар в день на одну особу. Як ви вважаєте, у чому полягають переваги і недоліки такого підходу.

Теми рефератів: 36, 37, 38, 39

Типові практичні завдання:

1. Особистий дохід зростає з 500 до 600 грн.

А. Визначте для кожного із чотирьох випадків середню і граничну ставки податків (*ATR* і *MTR*).

Б. Визначте, який з податків є пропорційним, прогресивним, регресивним.

Доходи	Сплачена сума податків			
	Випадок А	Випадок Б	Випадок В	Випадок Г
500	50	200	10	16
600	100	210	12	24
<i>ATR (1)</i>				
<i>ATR (2)</i>				
<i>MTR</i>				
Тип податку				

2. Нехай згідно з чинним законодавством 50 тис. жителів міста мають право на безоплатне користування міським громадським транспортом, але не всі з них користуються ним. Обстеження показали, що 2 тис. пільговиків здійснюють по 4 поїздки щоденно, 4 тис. – по 3; 10 тис. – по 2; 9 тис. – по 1 поїздки. Еластичність попиту цієї групи пасажирів залежно від доходу $E = 1,0$. Функція попиту пільговиків на послуги транспорту має вигляд:

$$Q_d = 50 - 2P, \text{ або } P = 25 - 0,5 Q_d.$$

Середня вартість однієї поїздки для транспортного підприємства складає 20 коп. Для аналізу пропонується три варіанти підтримки пільговиків:

- (1) залишити ситуацію без змін, тобто надавати право безоплатного проїзду всім пільговикам (з відшкодуванням транспортним підприємствам їхніх витрат);
- (2) надання за рахунок місцевого бюджету іменних місячних проїзних квитків всім пільговикам, хто звернеться (з відшкодуванням транспортним підприємствам по 6 грн. за кожний виданий проїзний);
- (3) надання „транспортної” грошової допомоги всім пільговикам, хто звернеться, наприклад, 6 грн. на місяць.

А. Як надання грошових допомог (за варіантом 3) вплинуло б на обсяги перевезень, якщо б до цього право безоплатного проїзду нікому не надавалося (нехай середньомісячний дохід пільговиків складає 120 грн., а щоденна кількість поїздок до надання допомоги – 50 тис. на добу).

Б. Оцініть видатки міського бюджету для всіх наведених варіантів підтримки пенсіонерів та інших пільговиків.

В. Який варіант може обрати міська влада, якщо вона керуватиметься лише критерієм ефективності для міського бюджету?

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [4], [9], [14], [15], [16]; додаткова: [24], [27], [35], [37].

Тема 15. Інституціональні аспекти ринкового господарства

(2 години)

План семінару:

1. Інституціональні основи мікроекономічного аналізу.
2. Суспільні блага.
3. Зовнішні ефекти в економіці.
4. Мікроекономічний аналіз перехідної економіки.

Основні терміни та поняття теми:

аналіз „вигоди – витрати”, асиметрія інформації, бюрократія, виключення зі споживання, голосування, суспільне благо, змішане благо, клубне благо, конкурентність у споживанні, суспільний вибір, лобювання, модель медіанного виборця, пошук політичної ренти, правило більшості, „проблема безбілетника”, чисте суспільне благо, зовнішній ефект, інтерналізація зовнішнього ефекту, позитивний зовнішній ефект, негативний зовнішній ефект, „трагедія общин”, теорема Коуза, ринок ліцензій та забруднення довкілля.

Питання для обговорення:

1. Які характеристики мають суспільні блага?
2. За якою ознакою ви можете визначити, чи є певне благо неконкурентним у споживанні?
3. Які блага називають змішаними? Наведіть приклади.
4. Чим клубні блага відрізняються від місцевих суспільних благ?
5. Які учасники ринку можуть спричинити зовнішні ефекти, і в чому вони полягають?
6. Наведіть приклади позитивних та негативних зовнішніх ефектів у споживанні та виробництві. Поміркуйте над тим, чим саме обумовлена відсутність інтерналізації зовнішнього ефекту в окремих конкретних випадках.
7. Назвіть можливі інструменти інтерналізації позитивних зовнішніх ефектів.
8. Розкрийте суть теореми Коуза.

Теми рефератів: 40, 41, 42

Типові практичні завдання:

1. Припустимо, що граничні вигоди (МВ) від підвищення контролю за рівнем забруднення навколишнього середовища зменшуються, а граничні витрати (МС) зростають. При скороченні викидів на 80% МВ від контролю за

забрудненням оцінюються у 100 млн. грн. на рік, а МС при цьому становлять 130 млн. грн.

- А. Як можна оцінити ефективний рівень контролю?
- Б. Чи буде ефективним такий рівень контролю (80%)?
- В. Чи буде ефективним 100%-е скорочення викидів?
- Г. Які чинники впливають на зміни попиту на чисте природне довкілля?
- Д. Які чинники впливають на пропозицію чистого природного довкілля?

2. Нехай використання 1 літра бензину, що містить свинець, веде до збитку від забруднення природного середовища в 0,4 грн. Функція попиту на бензин $Q_D = 19 - P$, функція пропозиції бензину $Q_S = P - 1$.

- А. Яким чином можна інтерналізувати цей ефект?
- Б. Як це вплине на розмір збитків від забруднення?
- В. Як це вплине на споживання бензину?

3. Табл.1 ілюструє пропозицію певного продукту. У табл. 2 наведені індивідуальні обсяги попиту трьох осіб А, Б і В на цей продукт для різних цін.

Таблиця 1

Ціна	5	6	7	8	9	10	11	12
Обсяг пропозиції	6	8	9	12	15	16	19	21

Таблиця 2

Ціна	1	2	3	4	5	6	7	8
Обсяг попиту А	8	7	6	5	4	3	2	1
Обсяг попиту Б	9	8	7	6	5	4	3	2
Обсяг попиту В	10	9	8	7	6	5	4	3
Обсяг ринкового попиту на чисте приватне благо								

А. Визначте обсяги ринкового попиту на продукт, якщо це чисте приватне благо типу їжі або одягу. (Для цього додайте рядок в табл. 2 та заповніть його.)

Б. Визначте суспільний попит на продукт, якщо це чисте суспільне благо, наприклад, очищене повітря у місті. (Для цього заповніть табл. 3).

Таблиця 3

Обсяг попиту	3	4	5	6	7	8
Готовність платити споживача А						
Готовність платити споживача Б						
Готовність платити споживача В						
Ринкова ціна (сумарна готовність платити)						

В. Знайдіть рівноважний обсяг виробництва (споживання) і відповідну рівноважну ціну для випадку чистого приватного блага (скористайтесь даними з табл. 1 та з табл. 2).

Г. Знайдіть рівноважний обсяг виробництва/споживання і відповідну рівноважну ціну (тобто ринкову готовність платити) для випадку чистого суспільного блага (скористайтесь даними з табл. 2 та з табл. 3).

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [4], [9], [12], [14], [15]; додаткова: [24], [26], [31], [32], [40].

7. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Для опанування матеріалу дисципліни „мікроекономіка”, окрім лекційних, практичних (семінарських) занять, тобто аудиторної роботи, значну увагу необхідно приділяти самостійній роботі.

Основні види самостійної роботи студента:

1. Вивчення додаткової літератури.
2. Підготовка до практичних (семінарських) занять.
3. Написання рефератів.
4. Підготовка до модульного та підсумкового контролю.

7.1. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

МОДУЛЬ 1. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки

1. Раціональний вибір в умовах обмеженості ресурсів.
2. Модель кругообігу ресурсів, продуктів і доходів.

Рекомендована література:

Основна: [1], [4], [7], [10], [13], [14], [17]; додаткова: [27], [29], [30], [33], [36].

Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінка споживача

1. Суть раціонального вибору споживача. Повна та неповна раціональність.
2. Квазілінійні уподобання та уподобання Кобба-Дугласа.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5], [6], [7], [10], [14], [17]; додаткова: [27], [33], [37].

Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача

1. Нетипові форми кривих байдужості. Взаємодоповнюваність, взаємозамінюваність і насиченість економічних благ.
2. Внутрішня та кутова рівновага споживача.

Рекомендована література:

Основна: [1], [3], [7], [9], [12], [13], [15], [16], [17]; додаткова: [24], [37].

Тема 4. Аналіз поведінки споживача

1. Визначення ефектів заміни і доходу за Слуцьким і за Хіксом.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [7], [8], [9], [10], [14], [15]; додаткова: [27], [30], [33].

МОДУЛЬ 2. МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ ВИРОБНИКА

Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємовідносини.

1. Корисність і гранична норма заміщення на кривій попиту.
2. Наслідки впливу державного обмеження цін і податків на ринкову рівновагу.
3. Інтерпретація зміни надлишку споживача. Розрахунок виграшу і втрат.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [7], [8], [10], [11], [12], [15], [16]; додаткова: [22], [23], [24], [27], [30], [33].

Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства

1. Опис технологічних обмежень. Властивості технології.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [6], [7], [9], [10], [11], [12], [14]; додаткова: [18], [24], [27].

Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника

1. Тенденції зміни граничної норми технологічного заміщення факторів виробництва.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [6], [10], [14], [16], [17]; додаткова: [18], [30], [33], [27].

Тема 8. Витрати виробництва

1. Галузі з постійними, зростаючими і спадними витратами.
2. Умови мінімізації витрат виробництва.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [9], [10], [11], [12], [14], [15]; додаткова: [21], [24], [27], [29], [37].

МОДУЛЬ 3. МОДЕЛІ РИНКУ ПРОДУКТІВ

Тема 9. Ринок досконалої конкуренції

1. Вплив арбітражерів на різні ринки одного товару.
2. Хеджування.
3. Надлишок виробника і його вимірювання.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [11], [13], [16], [17]; додаткова: [23], [28], [33], [36], [38].

Тема 10. Монопольний ринок

1. Проблеми природних монополій.

2. Диверсифікація цін за доходами покупця та її обмеження. Резервна ціна покупця.
3. Диверсифікація цін за часом. Ціноутворення на піковому попиті.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [7], [11], [14], [16]; додаткова: [20], [21], [23], [25], [30], [33], [34], [39].

Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція

1. Моделі олігополії Бертрана та Штакельберга.
2. Моделі олігополії Чемберліна й Еджворта.
3. Стратегії покарання.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [6], [13], [14], [16], [17]; додаткова: [21], [22], [23], [30], [33], [34], [39].

МОДУЛЬ 4. РИНОК ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА У МІКРОЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Тема 12. Загальна характеристика ринку факторів виробництва. Ринок праці

1. Трансфертний дохід і економічна рента. Квазірента.

Рекомендована література:

Основна: [1], [6], [7], [9], [10], [14]; додаткова: [24], [27], [30], [33], [36], [37].

Тема 13. Ринок капіталу. Ринок землі та природних ресурсів

1. Економічний зміст процента: капітал та інвестиції в економіці Робінзона Крузо.
2. Фінансові посередники та інвестиційне середовище.

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [5], [10], [14], [15], [17]; додаткова: [27], [30], [37].

МОДУЛЬ 5. РІВНОВАГА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКОВОЇ СИСТЕМИ

Тема 14. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту

1. Критерій ефективності Калдора – Хікса. Парадокс Скітовського.
2. Функції суспільного добробуту.
3. Справедливі стани розміщення благ.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [4], [9], [14], [15], [16]; додаткова: [24], [27], [35], [37].

Тема 15. Інституціональні аспекти ринкового господарства

1. Проблеми фінансування суспільних благ (проблема безбілетника або проблема „зайців”).
2. Вимірювання ризиків у поведінці економічних суб’єктів.
3. Неєфективність ринку у випадку суспільних благ („трагедія общин”).

Рекомендована література:

Основна: [2], [3], [4], [9], [12], [14], [15]; додаткова: [24], [26], [31], [32], [40].

7.2. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ З КУРСУ

1. Особливості застосування методів моделювання і побудови графічних моделей в мікроекономіці.
2. Становлення і етапи розвитку мікроекономіки як науки.
3. Сучасні економічні проблеми і мікроекономічні теорії.
4. Раціональна поведінка споживача з позицій кардиналістської функції корисності.
5. Корисність товару і попит з позицій ординалістського підходу.
6. Класифікація економічних благ та її варіативність.
7. Ефект заміщення і ефект доходу для нормальних товарів.
8. Ефект заміщення і ефект доходу для низькоякісних товарів.
9. Ефект заміщення і ефект доходу для товарів Гіффена.
10. Цінова еластичність попиту і поведінка товаровиробника.
11. Регулювання ринку: вплив на зміну ринкової рівноваги державного обмеження цін.
12. Вплив на зміну ринкової рівноваги зміни ставок прямих і непрямих податків: соціально-економічний аспект.
13. Дотації та їх вплив на зміну ринкової рівноваги.
14. Закон спадної граничної продуктивності змінного фактору виробництва та його допустимі межі.
15. Технологічне заміщення факторів виробництва та його допустимі межі.
16. Виробнича функція і оптимізація пропорцій виробничих потужностей підприємства.
17. Альтернативність вибору та концепція „витрат втрачених можливостей” у поведінці підприємців.
18. Поняття „нормальний” та „економічний прибуток” і вплив зміни кількісних значень цих показників на ділову активність підприємства.
19. Взаємозв’язок довгострокових витрат підприємства і характеру економії від зростання масштабів виробництва.
20. Ринкова стратегія підприємства за умов досконалої конкуренції.
21. Миттєва, коротко- і довгострокова рівновага конкурентного ринку.
22. Спекуляція як об’єктивне явище конкурентного середовища: мікроекономічний аспект.
23. Ринкова стратегія фірми-монополіста.
24. Антимонопольне законодавство і державне регулювання монополій.
25. Мікроекономічний аспект проблем природних монополій.
26. Цінова дискримінація та її соціально-економічне значення.

27. Ринкова стратегія підприємства за умов монополістичної конкуренції.
28. Нецінова конкуренція та її соціально-економічна ефективність.
29. Теорія ігор та різноманітність моделей поведінки фірми-олігополіста.
30. Надлишок споживача та способи його вилучення в різних типах ринкового середовища.
31. Особливості формування попиту і пропозиції факторів виробництва в умовах різних структур ринку ресурсів.
32. Ефект заміщення і ефект доходу на ринку праці.
33. Механізм функціонування ринку праці і діяльність профспілок.
34. Ефект заміщення і ефекту доходу в моделі пропозиції позичкових коштів
35. Теорія підприємницького ризику і хеджування.
36. Неокласична модель загальної ринкової рівноваги.
37. Кейнсіанський підхід до загальної ринкової рівноваги.
38. Концептуальні підходи щодо справедливості і загального добробуту в суспільстві(класичний лібералізм, ролзіанський підхід, утилітаризм, егалітаризм).
39. Бідність, критерії її визначення та динаміка в Україні.
40. Асиметричність інформації.
41. Суспільний вибір.
42. Теорема Коуза.

7.3. МЕТОДИЧНІ ВИМОГИ ДО НАПИСАННЯ Й ОФОРМЛЕННЯ РЕФЕРАТІВ

Важливе місце у самостійній роботі студентів займає написання рефератів. Їх підготовка сприяє поглибленому вивченню курсу, а також є однією з форм контролю за навчальним процесом студентів.

Основною метою написання реферату є набуття студентом навичок самостійного і творчого мислення, вміння аналізувати опрацьований матеріал і робити відповідні узагальнення й висновки, здійснювати пошук необхідної літератури.

Викладення матеріалу має відповідати сучасному рівню розвитку економічної науки, що висвітлюється в новій економічній літературі.

Реферат повинен мати чітку і логічну структуру, складовими якої є **вступ, основна частина та висновки.**

Вступ (1-2 сторінки формату А-4) – містить обґрунтування актуальності теми, формулювання мети та завдань дослідження, визначення методології дослідження.

Основна частина (близько **10** сторінок) реферату передбачає глибоке і всебічне висвітлення основних питань, проблем теми. Вона будується відповідно до простого плану, який студент розробляє самостійно.

У висновках (1-2 сторінки) необхідно підвести підсумки дослідження по обраній темі роботи.

У кінці реферату наводиться **список використаних джерел** у тому порядку, у якому наведені **посилання**.

Матеріал повинен викладатися відповідно до плану з розбивкою по питаннях. Друкований реферат треба відредагувати. Рукописний реферат повинен бути написаний чітким, розбірливим почерком. При написанні реферату слід уникати повторень, уважно стежити за тим, щоб не було протиріч між окремими положеннями.

Оформлення реферату.

Перша сторінка – титульна. Вона оформляється за стандартизованим зразком. На наступній сторінці міститься план роботи і вказуються номери сторінок, на яких розміщені відповідні питання в роботі. Далі на наступних сторінках розміщується текст роботи відповідно до складеного плану. В тексті вказується назва кожного питання плану. Текст пишуть на одній сторінці аркуша. Аркуші повинні бути пронумеровані. Обов'язковими є посилання на джерела, з яких використано таблиці, графічні моделі, формули, теоретичні положення (назва праці, рік видання, сторінка). На останній сторінці наводять список використаної літератури в порядку посилань.

Виступ з рефератом на семінарі.

Під час виступу з рефератом на семінарі студент має розкрити суть теми, виділити її методологічні особливості, показати обізнаність літератури з даною теми, відповісти на поставлені додаткові питання викладача і аудиторії. Відповідь має бути чіткою, стислою (до 5 хвилин), містити елемент новизни (не повинна дублювати лекційний матеріал).

8. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

При викладанні дисципліни „Мікроекономіка” для активізації навчального процесу передбачено застосування таких сучасних навчальних технологій як: **проблемні лекції; робота в малих групах; семінари-дискусії.**

Розділ форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни наведено в табл. 3.

Таблиця 3.

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
1	2
Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки	Проблемна міні-лекція з питання „Засади мікроекономічного аналізу в працях неокласиків”
Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінка споживача	Семінар-дискусія з питання „Механізми досягнення оптимуму споживача шляхом варіювання структури покупок”. Презентація результатів роботи в малих групах.
Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача	Проблемна міні-лекція з питання „Використання концепції ординальної (порядкової) корисності в реальній поведінці споживачів на ринку”
Тема 4. Аналіз поведінки споживача	Проблемна міні-лекція з питання „Споживання товарів низької споживчої цінності (неякісних товарів) в Україні. Парадокс Гіффена”.
Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємовідносини	Семінар-дискусія з питання „Наслідки для суспільства державного регулювання цін”.

	Презентація результатів роботи в малих групах.
Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства	Проблемна міні-лекція з питання „Організаційні форми підприємств у розвинутих зарубіжних країнах”.
Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника	Семінар-дискусія з питання „Мінімальні розміри підприємств у різних галузях народного господарства”. Презентація результатів роботи в малих групах.
Тема 8. Витрати виробництва.	Семінар-дискусія з питання „Застосування концепції альтернативних витрат у реальній поведінці підприємців”.
Тема 9. Ринок досконалої конкуренції.	Проблемна міні-лекція з питання „Конкурентне середовище на ринку сільськогосподарської продукції в Україні”

Продовження табл. 3

1	2
Тема 10. Монопольний ринок.	Проблемна міні-лекція з питання „Альтернативи державній ціновій політиці щодо природних монополій”
Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція	Семінар-дискусія з питання „Застосування теорії ігор у реальній поведінці виробників”. Презентація результатів роботи в малих групах.
Тема 12. Загальна характеристика ринку факторів виробництва. Ринок праці.	Семінар-дискусія з питання „Функціонування ринку праці в Україні”. Презентація результатів роботи в малих групах.
Тема 13. Ринок капіталу. Ринок землі та природних ресурсів.	Проблемна міні-лекція з питання „Ринок землі в Україні”
Тема 14. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту.	Проблемна міні-лекція з питання „Ефективність за Парето і справедливість”
Тема 15. Інституціональні аспекти ринкового господарства	Семінар-дискусія з питання „Суспільний вибір в умовах прямої і представницької демократії”. Презентація результатів роботи в малих групах.

Проблемні міні-лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, що не знайшов відображення у підручниках, використовується передовий досвід вітчизняних і закордонних навчальних закладів з роздачею студентам під час лекцій друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При викладанні лекційного матеріалу студентам пропонуються питання для самостійного розмірковування. При цьому лектор задає запитання, які спонукають студента шукати розв’язання проблемної ситуації. Така система примушує студентів сконцентруватися і почати активно мислити в пошуках правильної відповіді.

На початку проведення проблемної лекції необхідно чітко сформулювати проблему, яку необхідно вирішити студентам. При викладанні лекційного матеріалу слід уникати прямої відповіді на поставлені запитання, а висвітлювати матеріал таким чином, щоб отриману інформацію студент міг використовувати при розв’язанні проблеми.

Проблемні міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю

логічних побудов, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. Лекційне заняття, проведене в такий спосіб, стимулює активність студентів та увагу при сприйнятті матеріалу, а також спрямовує його на використання системного підходу при відтворенні інформації, яку він одержав від викладача

Проблемні міні-лекції доцільно поєднувати з такою формою активізації навчального процесу, як робота в малих групах.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Після висвітлення проблеми студентам пропонується об'єднуватися в групи по 5 – 6 чоловік та презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг при використанні в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти при роботі в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

9. ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (далі – ІНДЗ) передбачає систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань із дисципліни та застосування їх при дослідженні мікроекономічних явищ та процесів, розвиток навичок самостійної роботи й оволодіння методикою дослідження та експерименту, пов'язаних із темою ІНДЗ.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання виконується самостійно при консультуванні викладачем протягом вивчення дисципліни відповідності до графіку навчального процесу. Студент має надати ІНДЗ для перевірки наприкінці семестру, але не пізніше терміну проведення підсумкового модульного контролю. Оцінка за виконання ІНДЗ враховується при виставленні загальної оцінки з дисципліни.

Тематика ІНДЗ має носити проблемний характер. Студент має право самостійно обрати тему та зміст роботи з обов'язковим її узгодженням з викладачем. У протилежному випадку тема має бути запропонована викладачем (табл. 4).

Індивідуальне завдання складається з: титульної сторінки; змісту; вступу; основної частини; висновків; списку використаної літератури; додатків (при

необхідності). Вступ має розкривати актуальність обраної студентом теми, її проблематику, мету та завдання роботи. Основна частина роботи складається із декількох розділів, у яких розкриваються теоретичні засади дослідження проблеми, характеристику сучасного стану проблеми, огляд різних підходів і власні пропозиції щодо вирішення проблеми.

Таблиця 4.

Орієнтовний перелік індивідуальних навчально-дослідницьких завдань

№ п/п	Перелік тем	Форма подання результатів	Кількість (обсяг) сторінок	Відмітка про виконання
1	2	3	4	5
1.	Вивчення стану розробки теоретичних питань з мікроекономіки в академічних та періодичних виданнях	доповідь	періодично по 5 стор.	
2.	Аналіз впливу субсидій на поведінку малозабезпечених верств населення в Україні	стаття	10 стор.	
3.	Аналіз публікацій у літературних джерелах з питань „Мікроекономіки” (журнали „Економіка України”, „Економіст”, „Економіка АПК” тощо)	доповідь	періодично по 5 стор.	
4.	Вплив еластичності попиту на доходи сільськогосподарських виробників залежно від валових зборів культур	доповідь	7 стор.	
5.	Аналіз впливу інвестиційної активності переробних підприємств на кон’юнктуру ринку молокопродукції	стаття	10 стор.	
6.	Дослідження й оцінка нормативно-правових актів, що впливають на кон’юнктуру певного виду продукції в Україні	доповідь	10 стор.	
7.	Дослідження наслідків змін ставок непрямих податків на певному ринку продукції	доповідь	7 стор.	
8.	Дослідження діяльності малих підприємств на ринку послуг Черкаської області	стаття	10 стор.	
9.	Наслідки дій Уряду щодо регулювання ринку зерна в Україні	доповідь	5 стор.	
10.	Дослідження ринку праці Черкаської області	стаття	10 стор.	
11.	Перспективи розвитку ринку сої в	доповідь	5 стор.	

	Україні			
12.	Вивчення ефективності діяльності ВАТ „Азот” з метою підготовки дипломної роботи	стаття	10 стор.	
13.	Вплив науково-технічного прогресу на технологічні процеси виготовлення меблів (на прикладі фірм м. Черкаси)	доповідь	5 стор.	

Продовження таблиці 4

1	2	3	4	5
14.	Приватизація у сільському господарстві: наслідки для ринку	доповідь	5 стор.	
15.	Конверсія військового виробництва і її місце в економіці (на прикладі підприємств м. Черкаси)	доповідь	5 стор.	
16.	Перспективи розвитку ринку землі в Україні	стаття	10 стор.	
17.	Використання теорії ігор для прогнозування поведінки економічних агентів в умовах невизначеності	стаття	10 стор.	
18.	Вплив асиметричності інформації на поведінку сільськогосподарських товаровиробників в умовах ринку	стаття	10 стор.	
19.	Дослідження зовнішніх ефектів в економіці та механізми їх нівелювання (на прикладі діяльності підприємств хімічної промисловості м. Черкаси)	доповідь	5 стор.	
20.	Монополії на регіональному ринку: особливості та наслідки діяльності	стаття	10 стор.	
21.	Наслідки та механізми регулювання діяльності природних монополій	доповідь	5 стор.	
22.	Монополістична конкуренція на ринку побутової хімії	доповідь	5 стор.	

10. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ ДЛЯ СТУДЕНТІВ – ЗАОЧНИКІВ

Контрольній роботі надається важливе значення. Вона є однією з форм самостійної роботи студентів-заочників. Виконання цих робіт сприяє більш глибокому, самостійному вивченню предмета і водночас є однією з форм перевірки знань студентів. Для немісцевих студентів контрольні роботи є, по суті, єдиною формою зв'язку з викладачами між сесіями.

Робота над підготовкою контрольної вчить студентів багато чому, в тому числі: підбирати та аналізувати законодавчі і нормативні акти, конкретний

фактичний матеріал; узагальнювати явища в економічному житті; виробляти навички підготовки пропозицій і рекомендацій щодо удосконалення економічних зв'язків на мікрорівні, пов'язувати теоретичні положення з їх практичним застосуванням, критично осмислювати та оцінювати виникаючі події.

Контрольна робота повинна виконуватися у строгій відповідності до методичних рекомендацій та вимог вузу щодо їх оформлення. Обсяг теоретичної частини контрольної роботи повинен становити 15 – 20 сторінок формату А4.

Вибір теми

Контрольна робота складається із двох частин. Перша частина – теоретична (одне теоретичне питання), друга – практична (три задачі).

Студенти, прізвища яких починаються з букв А, Б, В, Г, пишуть одне з теоретичних питань під номерами 1-8; Д, Е, Є, Ж, З, І, К – 9-16; Л, М, Н, О – 17-25; П, Р, С, Т – 26-33; У–Я – 34-40. Однакове теоретичне питання дозволяється писати не більш як двом студентам.

Практична частина складається із розв'язку трьох задач, деякі дані яких залежать від останніх двох цифр залікової книжки студента (детальніша інформація далі).

Порядок і графік доставки

Контрольна робота відсилається чи здається в деканат не пізніше, ніж за 2 тижні до початку сесії. Роботи, які присилаються пізніше вказаного строку, перевірятися не будуть вчасно, і студенти не будуть допускатися до сесії.

План роботи

Після вибору теми і вивчення літератури складається план роботи. При цьому студент уважно вивчає відповідний розділ програми з „Мікроекономіки” і відповідну главу підручника, законодавчі та нормативні акти із заданої проблеми. Після цього намічає перелік вузлових питань, які будуть висвітлені в його роботі, тобто складає план контрольної роботи. В плані повинні бути вступ, від 3 до 5 основних питань, висновок, список літератури. У вступі дається постановка проблеми і коротка характеристика основних понять, потрібних для розкриття.

Підбір та вивчення необхідної літератури

Після складання плану починається детальна робота з необхідною літературою. Основну літературу студент може взяти із списку до відповідної теми. Додаткову літературу він підбирає самостійно. Підбір літератури – робота, яка потребує багато праці. Велику допомогу студентам можуть надати працівники бібліотеки, викладачі. Обов'язковою вимогою є глибоке вивчення законів і нормативних урядових документів. Більшість статей з основних проблем публікується в журналах "Економіка України", "Політика і час" "Российский экономический журнал", "Мировая экономика и международные отношения" та інші, а також у періодичній пресі. Вивчення літератури потрібно починати з детального ознайомлення законів з відповідними законодавчими та нормативними актами, підручників, книжок, монографій, статей в журналах і газетах.

Працюючи з літературою, потрібно не тільки пам'ятати її зміст, але й обов'язково робити виписки найбільш важливих означень та доказів, фактів та статистичних даних, теоретичних і практичних висновків. Такі виписки допомагають студентам краще засвоїти та закріпити в пам'яті прочитаний матеріал, полегшити його систематизацію, дозволять при написанні тексту роботи не повертатися до вже прочитаної літератури. Дуже важливо в роботі не допускати бездумного переписування статей і правильно користуватися науковим апаратом. При цьому необхідно пам'ятати основні правила цитування і звернення до авторів. Кожну цитату потрібно взяти в лапки, зняти нумерацію (посторінкову).

Нехай Ви в роботі № 21 бажаєте використати цитату зі статті, опублікованої в журналі „Економіка України” (№ 1 за 2002 р.), автор цієї статті – Ревенко А. Потрібно робити так: цитата "початок... кінець", після чого робите посилання із зазначенням номеру джерела у списку використаної літератури та сторінки.

Якщо авторів більше трьох, то вказуються перші три, а далі пишеться... та інші.

При використанні витягів із законів та постанов у зносці вказується їх повна назва, дата прийняття, місце публікації та номер сторінки.

При використанні матеріалу з книги, монографії вказується: автор, назва, видавництво, рік видання, кількість сторінок.

Оглянувши літературу, потрібно паралельно робити записи своїх думок, які виникають при вивченні літератури. Це може бути розуміння по зав'язці зібраних даних в струнку систему, висновки з аналізованих фактів і т. д. Ці записи потрібно робити на окремих аркушах до кожного розділу роботи.

Наступним етапом є уважний перегляд зібраного матеріалу і осмислення плану викладу. На цьому етапі виникають деякі уточнення плану і його деталізація. Пункти плану розбивати на підпункти і т.д.

Виклад матеріалу

Виклад кожного розділу роботи починається з суті справи, з постановки запитання, з в'яснення змісту, який аналізує економічне явище чи процес. Потім необхідно перейти до характеристики притаманних цьому процесу рис та особливостей, показати всю різноманітність форм його проявів, відобразити його становлення і розвиток. Положення роботи не повинні бути декларативними. Кожну з них потрібно підкріплювати науковою аргументацією, системою доказів і роз'яснень, досвідом з практики. Важливо підкреслити різні точки зору з даної проблеми і висловити власну точку зору.

Під час написання контрольної роботи необхідно уникати нагромодження пропозицій і фраз. Над формою кожної фрази необхідно подумати, її можна вважати відшліфованою тільки тоді, коли вона компактна, та з неї не можна викинути жодного слова без збитку для змісту. Після написання тексту роботи студент повинен ще раз прочитати і детально відредагувати, ліквідувавши повторення, покращивши окремі формулювання, в роботі не допускаються нелітературні скорочення. Після цього робота переписується і готується для відправлення в університет.

На другій сторінці подається план з вказівкою відповідних розділів. На наступних сторінках дається виклад теми по розділах згідно з планом. Кожний

розділ повинен бути наділений відповідним підзаголовком і всі сторінки пронумеровані. Доцільно завершення кожного розділу плану закінчувати висновком.

В кінці роботи наводиться список використаної літератури.

Після рецензування роботи студент повинен ознайомитися із зауваженнями викладача та бути готовим до роз'яснення за зауваженнями.

Оформлення роботи

На титульній сторінці робиться напис:

**Міністерство освіти і науки України
Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького**

Кафедра економічної теорії

**Контрольна робота
з мікроекономіки**

Тема: _____

Роботу перевірів:

Роботу виконав:

студент групи 2А

Поліщук Олександр Андрійович

№ зал. кн. _____

Адреса _____

Телефон _____

Черкаси – 2008

Тематика контрольних робіт з мікроекономіки для студентів заочної форми навчання

1. Предмет та методологія мікроекономіки.
2. Вибір споживача.
3. Моделювання економічних явищ і процесів.
4. Межа області виробничих можливостей.
5. Раціональна поведінка споживача.
6. Позитивний і нормативний аналіз.
7. Попит та його зміни.
8. Пропозиція на споживчому ринку.
9. Зрівноважена ціна.
10. Рівновага в миттєвому, короткочасному, довготривалому періоді.
11. Державне регулювання ринку.
12. Використання виробничих потужностей.
13. Надлишок споживача і надлишок виробника.
14. Підприємство - суб'єкт економічної діяльності із виробництва товарів та послуг.
15. Умови здійснення підприємницької діяльності.
16. Припинення підприємницької діяльності.
17. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств.
18. Розвиток маркетингу в Україні.
19. Витрати підприємства.
20. Собівартість: розрахункова, фабрична, виробнича, комерційна.
21. Суть поняття ціни та механізм утворення.
22. Вплив міжгалузевої конкуренції на формування цін.
23. Затратне ціноутворення. Види цін.
25. Ринок в умовах досконалої конкуренції.
26. Підприємство (фірма) — монополіст.
27. Рівновага в короткочасному періоді монополії та максимізація прибутку фірмою монополістом.
28. Ринок в умовах монополістичної конкуренції.
29. Дискримінація товару в умовах монополістичної конкуренції.
30. Олігополістичний ринок.
31. Прибуток: його норма і фактори підвищення.
32. Попит і пропозиція на ринку праці.
33. Форми і системи зарплати.
34. Ринок капіталу.
35. Відсотковий дохід. Дисконтування.
36. Рента і земельний податок.
37. Аграрні відносини. Ринок природних ресурсів.
38. Теорія добробуту і суспільного вибору.
39. Формування ринкового механізму ціноутворення.
40. Приватизація підприємств.

Практична частина складається із розв'язку трьох задач, деякі дані яких залежать від останніх двох цифр залікової книжки студента.

ЗАДАЧА 1

Для розв'язку задачі необхідно вивчити матеріали теми: „Попит і пропозиція, їх взаємодія”, „Мікроекономічна модель підприємства”.

Студент до значень P_0 табл. 5. додає останні дві цифри своєї залікової книжки, попит та пропозиція дані в табл. 5.

Ціна (P_0)	Попит (D)	Пропозиція (S)
50	2	20
45	4	18
40	6	16
35	8	14
30	10	12
25	12	10
20	14	8
15	16	6
10	18	4
5	20	2

- Побудувати криві попиту ($a - bx$) та пропозиції ($c + dx$).
- Визначити ринкову рівновагу, рівноважну ціну та обсяг випуску продукції.
- Як зміниться ситуація на ринку, якщо ціна на даний товар буде:
 - на 5 грн. вищою за рівноважну;
 - на 10 грн. нижчою за рівноважну.
- Які чинники вплинуть на зміни ситуації на ринку, і що необхідно здійснити для усунення можливих негативних наслідків.
- Як зміниться рівноважна ціна і рівноважний обсяг випуску продукції на ринку (підвищиться, знизиться) при наступних ситуаціях:
 - знижаться доходи покупців, а даний товар – звичайний, якісний;
 - очікується зростання ціни даного товару;
 - очікується зниження ціни даного товару;
 - зросте число покупців даного товару;
 - зменшиться число покупців даного товару;
 - зросли ціни на ресурси;
 - знизились ціни на ресурси;
 - держава ввела податок на продаж даного товару;
 - держава надала дотації виробникам даного товару;
 - на підприємствах галузі введено нову більш прогресивну технологію;
 - фірми галузі змушені перейти на стару технологію;
 - підвищились ціни на інші товари;
 - знизились ціни на інші товари;
 - кількість продавців даного товару зросла;
 - кількість продавців даного товару зменшилась;
 - даний товар став модним;
 - даний товар вийшов з моди;

- т) зросте ціна на товари – замітники;
- у) знизиться ціна доповнюючих (комплементарних) товарів;
- ф) зростуть доходи покупців, а даний товар – товар нижчої категорії (неякісний товар).

6. За даними ціни (P) та величини попиту (D) розрахувати коефіцієнти цінової еластичності попиту для всіх інтервалів цін і встановити відрізки еластичного та нееластичного попиту на кривій попиту.

7. За даними ціни та величини попиту розрахувати дохід (TR) фірми при кожній ціні.

8. Побудувати криву доходу, попиту фірми і встановити залежність динаміки доходу від еластичності попиту та характеру кривих попиту та доходу.

9. При якій ціні фірма максимізує прибуток і яка еластичність попиту при цьому?

10. Що вигідніше: підвищувати чи знижувати ціну фірмі, якщо ціна є:

- а) на 5 грн. вищою за рівноважну;
- б) на 10 грн. нижчою за рівноважну.

ЗАДАЧА 2

Для розв'язку задачі 2 необхідно використати матеріали тем:

- ✓ Витрати і результат виробництва.
- ✓ Ринок досконалої конкуренції.
- ✓ Монопольний ринок.

Використовуючи дані, що характеризують діяльність фірми, визначити, при яких обсягах виробництва і ціні фірма матиме максимальний прибуток чи нестиме мінімальні збитки. Якщо фірма матиме лише збитки, то чи слід їй функціонувати, чи краще припинити виробництво.

Показники, що використовуються в задачі:

- (Q) – обсяг виробництва продукції;
- (P₀) – ціна одиниці продукції;
- (TR = P x Q) – валовий дохід (валова виручка);
- (AR = TR/Q) – середній дохід (середня виручка);
- (MR = ΔTR / ΔQ) – граничний дохід (гранична виручка);
- (TC = TFC + TVC) – валові (сукупні) витрати;
- (TFC) – валові (сукупні) постійні витрати;
- (TVC) – валові змінні витрати;
- (ATC = TC / Q) – середні витрати (собівартість);
- (AVC = TVC/Q) – середні змінні витрати;
- (AFC = TFC/Q) – середні постійні витрати;
- (MC = ΔTC / ΔQ) – граничні витрати.

Студенти отримують свій варіант, помноживши дані Q і TVC (табл. 6) на останні дві цифри своєї залікової книжки, решта даних однакова для всіх варіантів.

Таблиця 6

Дані для розрахунку практичного завдання № 2

Q, од.	TVC	TFC	P ₀	TR	AR	MR	TC	ATC	AVC	AFC	MC	TR-TC
	грн.											
0	0	50	55									
1	5	50	50									
2	15	50	45									
3	30	50	40									
4	50	50	35									
5	75	50	30									
6	105	50	25									
7	140	50	20									
8	180	50	15									
9	225	50	10									
10	275	50	5									

Побудувати графік кривих попиту, граничної виручки, граничних витрат, середніх валових витрат.

ЗАДАЧА 3

Для розв'язання задачі 3 необхідно вивчити теми:

- ✓ Загальна характеристика факторних ринків. Ринок праці.
- ✓ Ринок капіталу. Ринок землі та природних ресурсів.

В таблиці 3 наведено дані про величину валового продукту праці (TR_L) і капіталу (TR_K). Обидва ресурси є змінними, і купуються на конкурентному ринку. Товар (продукт) реалізується також на конкурентному ринку. Ціна одиниці ресурсу праці (L) складає 2 гривні, капіталу (K) – 3 гривні, одиниці товару (продукту) – 50 коп.

Студенти обирають свій варіант множенням показників *таблиці 7* – TR_L , TR_K , Q_L , Q_K на номер останніх двох цифр своєї залікової книжки, решта даних, в тому числі ціна одиниці продукції, однакова для всіх варіантів.

Таблиця 7

Дані для розрахунку практичного завдання № 3

Обсяг праці, Q_L	TR_L	MP_L	AP_L	Обсяг капіталу, Q_K	TR_K	MP_K	AP_K
1	10			1	21		
2	18			2	39		
3	24			3	54		
4	29			4	66		
5	33			5	75		
6	36			6	81		
7	38			7	84		

Визначити:

а) скільки одиниць праці і капіталу повинна використати фірма, щоб виробити з мінімальними витратами – **99** × останні дві цифри залікової книжки – одиниць продукції (товару), та яка величина цих витрат?

б) скільки одиниць праці і капіталу повинна використати фірма, щоб одержати максимальний прибуток?

в) який загальний обсяг продукту (TP), при якому фірма одержить максимальний прибуток, валовий дохід (TR) при цьому, валові витрати (TC) та величина максимального прибутку?

11. ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ПИТАНЬ

1. Предмет, основні проблеми та функції мікроекономіки.
2. Характеристика базових підручників з мікроекономіки.
3. Позитивна та нормативна мікроекономіка. Їх функції. Приклади позитивного і нормативного аналізу.
4. Сутність ефекту „Робін Гуда”. Навести приклади.
5. Місце мікроекономіки серед економічних наук. Основні питання мікроекономіки.
6. Суб’єкти та об’єкти економічних відносин на мікрорівні.
7. Методологія мікроекономіки.
8. Сутність методів індукції, дедукції, абстрагування та припущення „при інших рівних умовах”.
9. Сутність методів функціонального аналізу, статички, динаміки та граничного аналізу.
10. Метод моделювання в мікроекономіці. Економічні моделі.
11. Поняття потреби, види потреб. Економічні блага.
12. Сутність та класифікація економічних благ (нормальні блага, антиблага, неякісні блага і т.д.).
13. Поняття, види та функція корисності. Перший закон Госсена.
14. Визначення сукупної та граничної корисності. Динаміка кривих TU та MU для нормальних благ, антиблаг та предметів розкоші.
15. Рівновага споживача з позицій кардиналістської теорії поведінки споживача. Другий закон Госсена. Приклади досягнення рівноважного стану споживачем шляхом оптимізації структури покупок.
16. Сутність кардиналістської й ординалістської концепцій поведінки споживача. Визначення аксіом, які висувуються економічною наукою щодо вподобань споживачів.
17. Криві байдужості, карта кривих байдужості, гранична норма заміщення.
18. Охарактеризувати криві байдужості для абсолютних доповнювачів та абсолютних заміників. Навести приклади.
19. Бюджетні обмеження і можливості споживача. Причини та механізми переміщення бюджетної лінії.
20. Рівновага споживача з ординалістських позицій. Внутрішня та кутова рівновага.
21. Реакція споживача на зміну його доходу. Характеристика кривих „дохід-споживання” для нормальних товарів.
22. Реакція споживача на зміну його доходу. Характеристика кривих „дохід-споживання” для неякісних товарів.
23. Сутність та характеристика кривих Енгеля. Закон Енгеля.

24. Реакція споживача на зміну цін товарів. Крива „ціна-споживання” та крива попиту.
25. Сутність та графічне зображення ефекту заміщення та ефекту доходу для нормальних товарів.
26. Сутність та графічне зображення ефекту заміщення та ефекту доходу для неякісних товарів.
27. Надлишок споживача, його суть і значення.
28. Ринковий попит, закон попиту, нецінові фактори ринкового попиту.
29. Ринкова пропозиція, закон пропозиції, основні фактори зміни пропозиції та наслідки їх впливу.
30. Взаємодія попиту і пропозиції, ринкова рівновага.
31. Еластичність попиту за ціною. Точкова та дугова еластичність.
32. Абсолютно еластичний та абсолютно нееластичний попит. Фактори, що впливають на еластичність попиту, та наслідки їх впливу.
33. Еластичність попиту за доходом, перехресна еластичність попиту, еластичність пропозиції за ціною.
34. Технологія виробництва. Виробнича функція та її основні властивості.
35. Аналіз ізокванти. Гранична норма технологічного заміщення.
36. Продукт виробництва, його різновиди та їх графічне зображення.
37. Аналіз ефекту масштабу виробництва в довгостроковому періоді.
38. Витрати виробництва та їх класифікація.
39. Ізокоста та її основні властивості.
40. Графічний аналіз сукупних та середніх короткострокових витрат.
41. Аналіз витрат виробництва в довгостроковому періоді.
42. Загальна характеристика ринку досконалої (чистої) конкуренції.
43. Прибуток та його різновиди. Умова і моделі максимізації прибутку конкурентною фірмою з точки зору сукупного аналізу.
44. Графічний аналіз умов максимізації прибутку конкурентною фірмою.
45. Графічний аналіз умов мінімізації збитків конкурентною фірмою.
46. Графічний аналіз умов закриття конкурентної фірми в короткостроковому періоді.
47. Довгострокова рівновага і пропозиція конкурентної фірми та галузі.
48. Аналіз монопольного ринку. Монополія та її різновиди.
49. Особливості попиту на продукцію монополіста. Взаємозв'язок між обсягами продажу та граничною виручкою монополіста.
50. Обсяг випуску, ціна і прибуток монополіста.
51. Аналіз помилкових уявлень про політику монополіста.
52. Економічні наслідки діяльності монополії.
53. Характеристика олігополістичного середовища. Індекс Херфіндаля–Хіршмана.
54. Аналіз кривої попиту фірми-олігополіста. Негнучкість цін.
55. Аналіз варіантів ціноутворення олігополістів (таємний зговір, лідерство в цінах, принцип „витрати плюс”).
56. Аналіз моделі дуополії Бертрана.
57. Аналіз моделі дуополії Курно.

58. Характеристика ринку монополістичної конкуренції.
59. Аналіз взаємозв'язку між ступенем диференціації продукції і кількістю конкурентів та еластичністю попиту на продукцію фірми– монополістичного конкурента.
60. Графічний аналіз короткострокової рівноваги фірми при монополістичній конкуренції.
61. Графічний аналіз довгострокової рівноваги фірми та галузі при монополістичній конкуренції.
62. Аналіз похідного попиту за досконалої і недосконалої конкуренції.
63. Аналіз факторів впливу на похідний попит. Ефект заміщення та ефект обсягу.
64. Аналіз впливу різних факторів на цінову еластичність попиту на ресурси.
65. Оптимальне співвідношення ресурсів, правило мінімізації витрат та максимізації прибутку виробника. Навести приклади.
66. Рівновага на конкурентному ринку праці.
67. Індивідуальна пропозиція праці. Ефект заміщення та ефект доходу.
68. Аналіз ринку праці з недосконалою конкуренцією. Аналіз впливу профспілок.
69. Капітал, інвестиції та інвестиційний попит.
70. Поняття вибору у часі. Аналіз інвестиційних рішень.
71. Мікроекономічна модель земельного ринку.
72. Поняття загальної рівноваги конкурентних ринків. Ефект зворотнього зв'язку.
73. Графічний аналіз ефективності у виробничій сфері.
74. Аналіз рівноваги в економіці обміну.
75. Інституційні аспекти мікроекономічного аналізу.
76. Мікроекономічний аналіз перехідної економіки.
77. Суспільні блага, класифікація суспільних благ.
78. Позитивні й негативні зовнішні ефекти в економіці.

12. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення балів за всіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться в наступних формах:

1. Оцінювання роботи студента під час семінарських (практичних) та лабораторних занять.
2. Оцінювання виконання індивідуального завдання.
3. Оцінювання захисту рефератів.
4. Проведення проміжного контролю.
5. Проведення модульного контролю.
6. Проведення підсумкового письмового іспиту.

Порядок поточного оцінювання знань студентів.

Поточне оцінювання здійснюється під час проведення семінарських (практичних) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

1) систематичність, активність та результативність роботи протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;

- 2) виконання індивідуального навчально-дослідного завдання;
- 3) захист реферату;
- 4) виконання проміжного контролю;
- 5) виконання модульного контрольного завдання.

Оцінювання проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння матеріалу навчальної дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

При оцінюванні практичних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Якщо якась із вимог не буде виконана, то на розсуд викладача оцінка буде знижена.

Проміжний модульний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом матеріалу лекційного модуля та вміння застосовувати його для вирішення практичної ситуації і проводиться у вигляді комплексного завдання (теоретичні питання, тести, практичне завдання). При цьому тестове завдання може містити як запитання, що стосуються суто теоретичного матеріалу, так і запитання, спрямовані на вирішення невеличкого практичного завдання.

Тести для проміжного контролю обираються із загального переліку тестів за відповідними модулями.

Критерії оцінювання індивідуального навчально-дослідного завдання

Індивідуальне навчально-дослідне завдання оцінюється за критеріями:

- 1) самостійність виконання;
- 2) логічність та послідовність викладення матеріалу;
- 3) повнота й глибина розкриття теми;
- 4) обґрунтованість висновків;
- 5) використання додаткових літературних джерел;
- 6) якість оформлення.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання оцінюється у 10 балів і вони враховуються при підсумовуванні балів за СРС (самостійну роботу студентів).

Загальна кількість балів, що відводиться на навчальну дисципліну – 100 балів. Із них на поточно-модульний контроль виділяється **75 балів**, на підсумковий контроль – **25 балів**.

Розподіл балів при оцінюванні знань з мікроекономіки наведено у **додатку 1**

Бали за відвідування занять не нараховуються. За пропуск лекційних і семінарських занять без поважних причин здійснюється **віднімання 1 балу**. Максимальна кількість балів, що нараховуються за СРС, – 15.

У разі, коли студент не з'явився на проведення модульної контрольної роботи без поважних причин, він отримує 0 балів. Передача модульної контрольної роботи допускається у строки, які встановлюються викладачем.

До підсумкового контролю допускаються студенти, які виконали усі модульні контрольні роботи, і за рейтинговим показником набрали не менш як 35 балів. У разі, коли рейтинговий показник з навчальної дисципліни (за поточно-модульним контролем) становить не менш ніж 61 бал, студент має право не складати підсумковий контроль. Рейтинговий показник при цьому виставляється відповідно до набраної кількості балів.

Підсумковий контроль проводиться у **письмовій формі**. Завдання для підсумкового контролю містить 2 теоретичних питання, 5 тестів і практичне завдання (**додаток 2**).

Підсумковий рейтинговий показник студента визначається сумою набраних балів при проведенні поточно-модульного контролю і підсумкового контролю.

Взаємозв'язок між рейтинговим показником із дисципліни, національною шкалою оцінювання знань студента і шкалою оцінок ECTS встановлює шкала оцінювання знань, наведена у табл. 8.

Таблиця 8.

Шкала оцінювання знань

Рейтинговий показник	Оцінка у національній шкалі	Оцінка ECTS
90 – 100	5 (відмінно)	A (відмінно)
82 – 89	4 (добре)	B (добре)
75 – 81		C (добре)
68 – 74	3 (задовільно)	D (задовільно)
60 – 67		E (задовільно)
35 – 59	2 (незадовільно)	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним вивченням)

Додаток 1. Розподіл балів із дисципліни

	Модуль 1					Модуль 2					Модуль 3				Модуль 4			Модуль 5			Захист реферату	Іспит	Сума балів		
Кількість балів за модуль	17					17					14				11			11							
Змістові модулі (ЗМ)	ЗМ 1.1	ЗМ 1.2	ЗМ 1.3	ЗМ 1.4	МК № 1	ЗМ 2.1	ЗМ 2.2	ЗМ 2.3	ЗМ 2.4	МК № 2	ЗМ 3.1	ЗМ 3.2	ЗМ 3.3	МК № 3	ЗМ 4.1	ЗМ 4.2	МК № 4	ЗМ 5.1	ЗМ 5.2	МК № 5					
Кількість балів за змістовим модулем	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5					
у т. ч. за видами робіт:																									
практичні заняття	2	2	2	2		2	2	2	2		2	2	2		2	2		2	2		2	2	2	2	2
СРС	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1		1	1		1	1		1	1	1	1	1

Додаток 2. Зразок екзаменаційного завдання
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ім. БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Економічний факультет
Кафедра економічної теорії

Спеціальність Економічна теорія, Міжнародна економіка, Облік і аудит, Економіка підприємства, Менеджмент організацій, Економічна кібернетика

Дисципліна Мікроекономіка

Курс II

Форма навчання Денна і заочна

Екзаменаційний білет № 3

1. Місце мікроекономіки серед економічних наук. Основні питання мікроекономіки.

2. Аналіз витрат виробництва в довгостроковому періоді.

3. Тести

1. Цінова дискримінація – це:

- а) різниця в оплаті праці за національністю чи статтю
- б) експлуатація трудящих шляхом встановлення високих цін на товари широкого вжитку
- в) продаж за різними цінами однієї і тієї ж продукції різним покупцям
- г) підвищення ціни на товари більш високої якості

2. Нормативна мікроекономіка виконує функцію:

- а) прогнозування поведінки економічних суб'єктів
- б) пояснення економічних явищ, що спостерігаються
- в) розробка найкращих варіантів розв'язання економічних проблем
- г) вивчення законодавчих актів

3. Припустимо, що споживач витратив весь свій дохід на товари X та Y таким чином, що $MU_x/P_x = 10$ $MU_y/P_y = 5$. Згідно з правилом максимізації корисності споживач має:

- а) купувати менше X та Y; б) купувати більше X та Y;
- в) купувати менше X та більше Y; г) купувати більше X та менше Y.

4. Яке з наведених вище тверджень правильне?

- а) якщо пропозиція зменшується, а попит незмінний, то рівноважна ціна впаде;
- б) якщо пропозиція зростає, а попит незмінний, то рівноважна ціна зростатиме;
- в) якщо попит зменшується, а пропозиція незмінна, то рівноважна ціна зросте;
- г) якщо попит зростає, а пропозиція незмінна, то рівноважна ціна зросте.

5. Будь-яка точка, яка знаходиться на ізокванті, характеризує:

- а) межу байдужості споживача
- б) обсяг продукту в грошовому вираженні
- в) комбінацію фізичних обсягів ресурсів
- г) суму загальних витрат
- д) суму змінних витрат

4. Задача. На ділянці механічного цеху машинобудівного заводу виготовляють шестерінки.

Співвідношення затрат праці та щоденного випуску шестерінок наведено в таблиці.

Затрати праці, робітників	Валовий випуск, одиниць
0	0
1	1
2	15
3	30
4	40
5	48
6	54
7	56
8	56
9	54
10	50

Обчисліть AP і MP. Побудуйте два графіки: на одному зобразіть криву валового продукту, а на другому – криві середнього і граничного продуктів. Проаналізуйте графіки.

Зав. кафедри _____

Екзаменатор _____

13. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1998. – 248 с.
2. Веріан Гел Р. Мікроекономіка: проміжний рівень. Сучасний підхід / Пер. з англійської Сергія Слухая. – К.: Лібра, 2006. – 632 с.
3. Гальперин В.М., Игнатьев СМ., Моргунов В.И. Микроэкономика: Учебник. Т. 1, 2. – СПб.: Эконом. школа, 1998. – 503 с.
4. Горобчук Т.Т. Мікроекономіка. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
5. Гребенников Л.И., Леусский А.И., Тарасевич Л.С. Микроэкономика: Учебник. – СПб.: Изд-во СПбУЗФ, 1998. – 447 с.
6. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Микроэкономика. – СПб.: Литера плюс, 1996. – 448 с.
7. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій: Навч. посіб. — К.: Знання, 2005. – 128 с.
8. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка: Навч. посібник. – К.: Четверта хвиля, 1997. – 204 с.
9. Кириленко В.І. Мікроекономіка: Навч. посібник для студентів спец. вузів. – К.: Таксон, 1998. – 334 с.
10. Косік А.Ф., Гронтовська Г.Е. Мікроекономіка: Навч. посіб. – К.: Центр навч. літ., 2004. – 256 с.
11. Краснікова Л.І., Лук'яненко І.Г. Практикум з мікроекономіки: Тести, проблем. ситуації, вправи: Навч. посіб. – К.: Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2005. – 317 с.
12. Кулішов В.В. Мікроекономіка: Основи теорії і практикум: Навчальний посібник. 2-ге вид., стер. – Львів: „Магнолія плюс”, 2006. – 332 с.
13. Лісовий А.В. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: ЦУЛ, 2003. – 200 с.
14. Мікроекономіка: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2007. – 677 с.
15. Мікроекономіка і макроекономіка / С. Будаговська, О. Кілієвич та ін. Підручник для підготовки магістрів державного управління за ред. С. Будаговської. – К.: Основи, 2003. – 518 с.
16. Семюельсон П.А., Нордгауз В.Д. Мікроекономіка: Пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 546 с.
17. Ястремський О., Гриценко О. Основи мікроекономіки: Підручник. – К.: Т-во "Знання", КОО, 1998. – 673 с.

Додаткова

18. Бажал Ю.М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. – К.: Заповіт, 1996. – 240 с.
19. Боардмен Е., Грінберг Д., Вайнінг Е., Веймер Д. Аналіз вигід і витрат. Концепції і практика: Пер. з англ. – К.: АртЕк, 2003 – 218 с.

20. Віскузі К.В., Вернон Д.М., Гарингтон Д.Е. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика. – К.: Основи, 2004. – 1024 с.
21. Вурос А., Розанова Н. Экономика отраслевых рынков. – М.: Экон. ф-т МГУ: ТЕИС, 2000. – С. 49–76.
22. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель. – М.: Туран, 1996. – 496 с.
23. Кабраль Л.М. Организация отраслевых рынков: вводный курс. — Минск: Новое знание, 2003. – С. 92–104.
24. Кілієвич О., Мертенс О. Мікроекономіка для аналізу державної політики: Підручник. – К.: Вид-во Соломії Павличко „Основи”, 2005. – 655 с.
25. Конкуренційне законодавство України: Юрид. зб. – К., 2002. – 336 с.
26. Коуз Р. Проблема социальных издержек // Фирма, рынок и право. – М.: Дело, 1993. – С. 87–169.
27. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Аналітична економія. Принципи, проблеми і політика. – Ч. 2: Мікроекономіка. – 13-те вид. / Пер. з англ.; Наук. ред. перекладу Т. Панчишина. – Л.: Просвіта, 1999. – Т. 1, 2. – 762 с.
28. Микроэкономика: Учебник / Под ред. Е.Б. Яковлевой. – М.; СПб.: Поиск, 1998. – С. 194–207.
29. Наріжна Л.Д., Пономарьова Л.Н. Мікроекономіка в схемах: Навчальний посібник для самостійної роботи студентів. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 160 с.
30. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учеб. для вузов. — 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2004. – 405 с.
31. Олейник А.Н. Институциональная экономика. — М.: ИНФРА-М, 2002. – С. 124–132.
32. Олсон М. Логіка колективної дії: суспільні блага і теорія груп: Пер. з англ. вид. 1965 р. – К.: Лібра, 2004. – 271 с.
33. Піндайк Р.С., Рубінфелд Д.Л. Мікроекономіка. К.– Основи. 1996. – 646 с.
34. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. – М.: Прогресс, 1986. – 179 с.
35. Селигмен Б. Концепция экономического равновесия и унификация теории // Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли. – М.: Прогресс, 1968. – С. 234–286.
36. Селищев А.С. Микроэкономика. – СПб.: Питер, 2002. – 240 с.
37. Слухай С.В. Довідник базових термінів та понять з мікроекономіки. – К.: Лібра, 1998. – 256 с.
38. Стиглер Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Теория фирмы. – СПб.: Эконом. школа, 1995. – 182 с.
39. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / Пер. с англ. под ред. Ю.Я. Ольсевича. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.
40. Cohen S.I. Microeconomic Policy.– London, N.Y.: Rutledge. – 2001.– 446 p.

ЗМІСТ

Вступ	3
1. Кваліфікаційні вимоги до студентів	4
2. Тематичний план навчальної дисципліни	5
3. Зміст навчальної дисципліни за модулями та темами	6
4. Плани лекцій	14
5. Матеріали до вивчення тем	18
6. Плани та завдання до семінарських занять	110
7. Самостійна робота студентів	134
7.1. Питання для самостійного опрацювання	134
7.2. Тематика рефератів з курсу	137
7.3. Методичні вимоги до написання й оформлення рефератів	138
8. Методики активізації процесу навчання	139
9. Індивідуальні навчально-дослідницькі завдання	141
10. Методичні вказівки та тематика контрольних робіт для студентів- заочників	143
11. Орієнтовний перелік екзаменаційних питань	151
12. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів	153
Додаток 1. Розподіл балів із дисципліни	156
Додаток 2. Зразок екзаменаційного завдання	157
13. Список рекомендованої літератури	158