

Федеральное агентство по образованию
Бурятский государственный университет

Балдаева Ирина Борисовна

МИКРОЭКОНОМИКА

в вопросах и ответах

Учебное пособие

Улан-Удэ
2008

УДК 330(075.8)

Микроэкономика в вопросах и ответах

Микроэкономика в вопросах и ответах. Учебное пособие И.Б.Балдаева. – Улан-Удэ: БГУ, 2008. – 88 с.

ISBN

Данное учебное пособие, подготовленное в виде вопросов и ответов, может быть использовано студентами, изучающими курс микроэкономики. В пособие включены наиболее важные вопросы в соответствии с Государственными стандартами, включаемые в билеты для экзаменов, зачетов и семинаров.

Издание предназначено для студентов 1-2 курсов экономических специальностей БГУ.

ISBN

© Балдаева И.Б.

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы все большее внимание обращается на качество подготовки специалистов в высших учебных заведениях страны. В учебном пособии последовательно излагаются основы экономических знаний на микроуровне, на котором находится современная наука экономики. Приобретение качественных знаний – двусторонний процесс: он зависит, с одной стороны, от качества преподавания, а с другой – от качества самостоятельной работы студентов. Данное учебное пособие, подготовленное в виде вопросов и ответов, направлено на помощь студенту в контроле и проверке изучаемой дисциплины. В пособие включены наиболее важные сущностные вопросы курса микроэкономики. Ответ содержит лишь главные моменты, характеризующие категорию, процесс или закономерность для более полного ответа необходимо обратиться к учебнику «Экономикс» К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю.

Тема 1. Предмет и метод экономической теории

Дайте определение экономической теории (экономикс, политэкономии).

Экономическая теория исследует поведение людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг в условиях ограниченных ресурсов.

Что собой представляет процесс производства?

Процесс производства – это процесс воздействия людей на материальные ресурсы и создание обществом потребительских товаров и услуг.

Что такое процесс обмена?

Процесс обмена – это процесс купли-продажи произведенных товаров и услуг, возникающий в результате общественного разделения труда (специализации).

Что такое процесс распределения и перераспределения?

Процесс распределения – это получение денежного дохода в виде ренты, заработной платы, процента и прибыли. Перераспределение доходов является одной из основных функций государства, которое распоряжается собранными налогами, направляя их на содержание самого государства (системы управления, обороноспособности, здравоохранения, образования), выплат по государственным долгам, поддержания экологии, для нужд социального обеспечения, культуры, транспорта, строительства и т.д.

5. Что такое процесс потребления?

Процесс потребления – это непосредственное удовлетворение экономических потребностей общества и индивида, включающее косвенное производство.

6. Каковы экономические потребности общества и индивида?

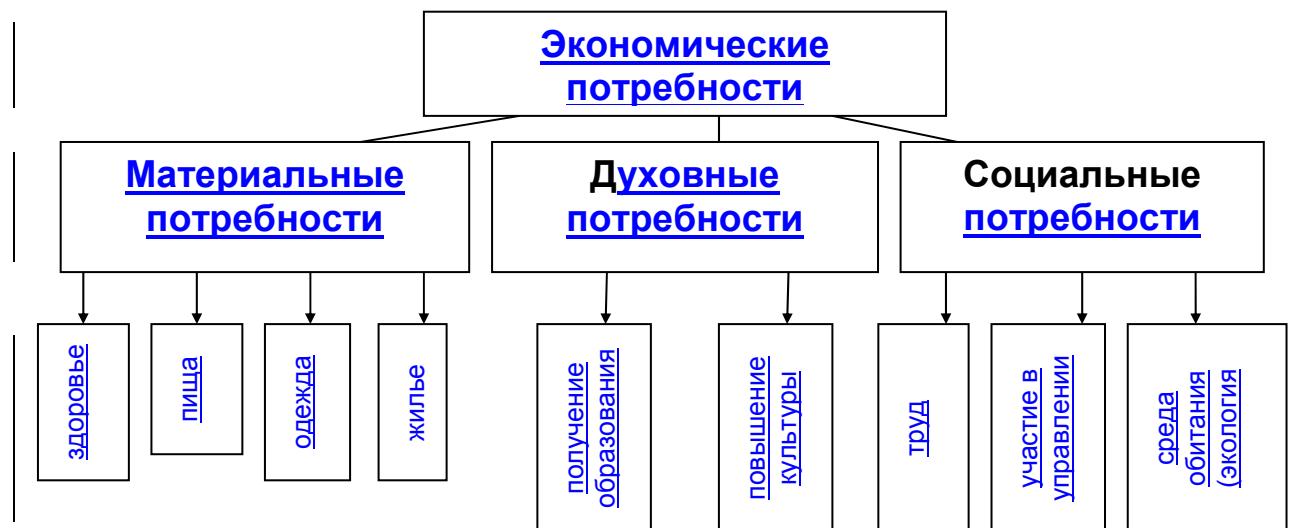


Рис. 1.1.

6. Чем вызвана необходимость экономической теории?

Экономическая теория занимается решением общетеоретических проблем эффективного использования ограниченных производственных ресурсов или

управления ими с целью достижения максимального удовлетворения материальных потребностей человека.

7. Какие существовали экономические школы до создания экономических теорий?

Школа меркантализма, возникшая в Англии в период зарождения товарного производства (капитализма, рынка). Мерканте в переводе с итальянского языка означает торговец, купец. Представители школы Томас Мен, Антуан де Монкретьен, утверждали, что государство обогащается за счет мировой торговли (неэквивалентного обмена) золота.

Школа физиократов, возникшая во Франции. Физио в переводе с латинского – власть природы. Представители школы Мирабо, Тюрго, Кэнэ. Представители данной школы являются основателями трудовой теории стоимости. Они показали, что в результате только сельскохозяйственного труда общество можно получить прибавочный продукт, потому что под воздействием природных сил (различных природно-климатических условий и плодородия земли) происходит обогащение государства. Общество не может получать прибыль в сфере торговли.

8. Какая школа является экономическим учением или теорией?

Английская классическая школа является уже учением или теорией. Представители Адам Смит, Давид Рикардо, Уильям Петти. Они продолжили теорию трудовой стоимости и показали, что обогащение общества происходит не только за счет сельского хозяйства, а в результате процесса трудовой деятельности человека и в промышленности, и в торговли, и в банковской сфере. Они показали, что стоимость любого товара – это затраты человеческого труда.

9. Назовите основные экономические теории.

Марксистская теория (К. Маркс, Ф. Энгельс);

Маржиналистская, теория (Джереми Бентам, Уильям Джевонс);

Кейнсианская теория (Джон Мейнард Кейнс);

Монетаристская теория (Милтон Фридман);

Теория рациональных ожиданий.

10. Почему экономическая теория является описательной?

Экономическая теория является эмпирической. Это означает, что она базируется на фактах, т.е. на наблюдаемых и поддающихся проверке изменениях известных данных или определенных явлений. Используемые данные в физических науках фактические данные относятся к неодушевленным предметам. Экономикс является общественной наукой, которая исследует поведение индивидов и институтов, занимающихся производством, обменом и потреблением товаров и услуг.

11. Какие методы используются при изучении экономикс?



Рис. 1.2.

Основные методы – индукция, дедукция (гипотеза), абстракция, обобщения, анализ (микро-и-макроэкономика), синтез (бритва Оккама, интроспекция), статистический, эконометрика, позитивная и нормативная экономика и др.

12. Что такое индукция?

Индукция – это “выкристаллизовывание”, или выведение принципов из фактов (из частного к общему).

13. Что такое дедукция?

Дедукция – это выдвижение гипотез, которые затем сопоставляются с фактами.

14. Что такое гипотеза?

Гипотеза – это когда экономисты могут опереться на случайное наблюдение, умозрительное заключение, логику или интуицию, чтобы сформулировать предварительный, непроверенный принцип.

15. Что такое абстракция?

Абстракция – процесс отсортировывания неэкономических и не относящихся к делу фактов в ходе сбора нужных фактов.

16. Что собой представляют обобщения?

Обобщения – экономические принципы (законы, теории, модели) - это упрощенная картина реальности, абстрактное обобщение того, каково действительное поведение соответствующих статистических данных. Обобщать - значит абстрагировать или намеренно упрощать; обобщение в экономике имеет практическое значение, а поэтому такое же значение имеет и абстракция. Существуют два совершенно разных уровня анализа, на основе которых экономист может выводить законы, касающиеся экономического поведения.

17. Что такое экономический анализ?

Уровень *макроэкономического анализа (разложение, расчленения)* относится либо к экономике как целому, либо к таким составляющим ее основным подразделениям, или агрегированным показателям (агрегатам), как правительственный сектор, домохозяйства и частный сектор.

18. Что такое агрегат?

Агрегат – это совокупность специфических экономических единиц, которые рассматриваются так, как если бы они составляли одну единицу.

19. Что такое макроэкономика?

Макроэкономика представляет общую схему структуры экономики и связей между крупными агрегатами, составляющими экономику в целом. Макроэкономические исследования различных экономических проблем охватывают анализ таких величин, как общий объем продукции (ВНП), общий уровень занятости, общий объем дохода (*I-income*), общий объем расходов, общий уровень цен и т.д.

20. Что такое микроэкономика?

Микроэкономический анализ имеет дело с конкретными экономическими единицами, с детальным изучением поведения этих индивидуальных единиц. К микроэкономике относятся такие единицы как отдельная отрасль, фирма или домохозяйство. В данном случае сосредотачиваем внимание на таких величинах, как производство или цена конкретного продукта, численность рабочих, занятых в одной фирме, выручка или доход отдельной фирмы или отдельного домохозяйства, расходы данной фирмы или семьи и т.д..

21. Что такое бритва Оккома?

Экономисты стремятся предпочитать более простые теории более сложным в тех случаях, когда и те и другие согласуются с фактами (предпочтение, отдаваемое простым теориям перед более сложным, известно под названием *бритвы Оккома*, который предложил “сбивать” теоретические сложности, не являющиеся необходимыми).

22. Что представляет собой экономический синтез?

Экономический синтез означает сочетание, соединение имеющихся фактов.

23. Что такое интроспекция?

Интроспекция представляет самоанализ, основанный на собственном опыте и используемый для проверки своих теорий.

24. Что такое эконометрика?

Эконометрика – статистический анализ экономических данных, что означает наука об экономических измерениях.

25. Что такое позитивная и нормативная экономика?

Позитивная экономическая теория – это та часть экономической науки, которая изучает факты и зависимости между этими фактами.

Нормативная экономическая теория – это та часть экономической теории, которая занимается суждениями о том, хороши или плохи экономические условия и политика.

27. Какую задачу (анализ) решает экономическая теория?

Задача экономической теории или анализа заключается в том, чтобы привести в систему, истолковать и обобщить факты.

28. Что собой представляют принципы и теории?

Принципы и теории – это конечный результат экономического анализа – вносят порядок и смысл в набор фактов, связывая их воедино, устанавливая надлежащие взаимосвязи между ними и выводя из них определенные обобщения. “Теория без фактов может быть пустой, но факты без теории бессмысленны” (Макконнелл, Брю. Экономикс. М., Республика, 1990. Т.1, с. 21).

29. Назовите основные экономические цели общества?

экономический рост;

экономическая эффективность;

экономическая свобода;

экономическая обеспеченность (экономические гарантии);

полная занятость;

справедливое распределение доходов;

стабильный уровень цен;

торговый баланс;

экологическая безопасность.

30. Что такое экономический рост?

Желательно обеспечить производство большего количества и лучшего качества товаров и услуг, а проще говоря - более высокое качество жизни.

31. Что такое экономическая эффективность?

Мы хотим получить максимальную отдачу при минимуме издержек от имеющихся ограниченных производственных ресурсов.

32. Что такое экономическая обеспеченность или экономические гарантии?

Следует обеспечить существование хронически больных, нетрудоспособных, недееспособных, престарелых и других иждивенцев.

33. Что такое экономическая свобода?

Управляющие предприятиями, рабочие и потребители должны обладать в своей экономической деятельности высокой степенью свободы.

34. Что такое полная занятость?

Подходящее занятие следует обеспечить всем, кто желает и способен работать.

35. Что такое справедливое распределение доходов?

Ни одна группа граждан не должна пребывать в крайней нищете, когда другие граждане купаются в роскоши.

36. Что такое стабильный уровень цен?

Необходимо избегать значительного повышения или снижения общего уровня цен, т.е. инфляции и дефляции.

37. Что такое торговый баланс?

Мы стремимся к поддержанию разумного баланса нашей международной торговли и международных финансовых сделок.

Почему необходима экологическая безопасность?

Среда обитания является одной из социальных потребностей индивида, которая оказывает, прежде всего, влияние на материальную потребность как здоровье.

Глоссарий

Экономика – это общественная наука, изучающая выборы, которые люди совершают, используя ограниченные ресурсы для удовлетворения своих желаний.

Экономическая эффективность – это такое состояние дел, при котором невозможно произвести изменение с целью более полного удовлетворения желаний одного человека, не нанося при этом ущерба удовлетворению желаний другого человека.

Эффективность в производстве – это ситуация, в которой при наличном уровне знаний и данном количестве производительных ресурсов невозможно произвести большее количество одного товара, не жертвуя при этом возможностью произвести некоторое количество другого товара.

Тема 2. Центральная проблема экономики

1. Сформулируйте центральную проблему экономики.

Центральной проблемой экономики являются проблемы *безграничности потребностей и ограниченности экономических ресурсов*.

2. Что собой представляет безграничность потребностей?

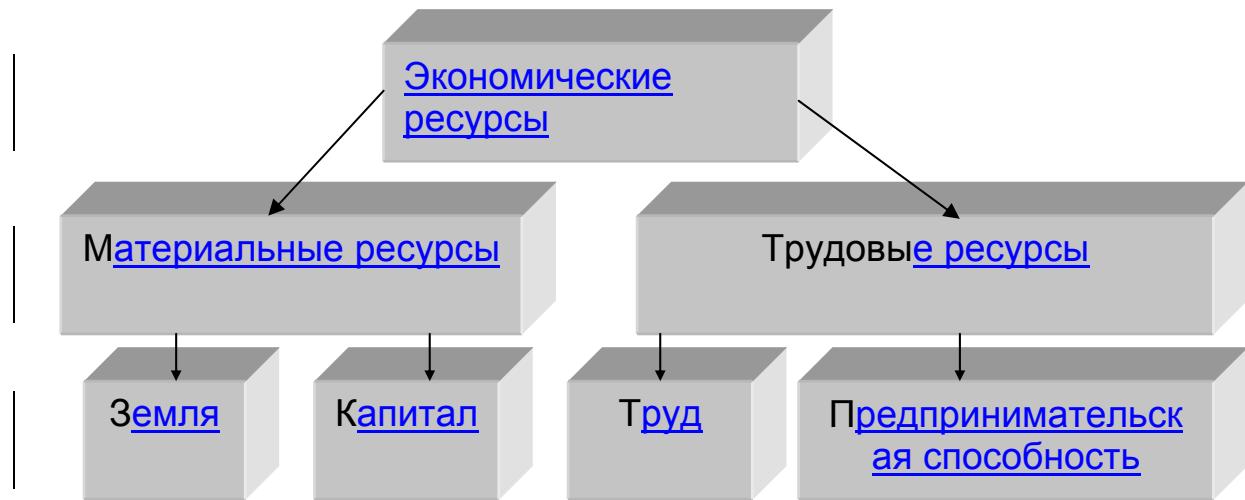
Безграничность потребностей определяется тем, что общество (предприниматели) предлагает все новые и новые товары и услуги, в результате чего у людей появляются все новые и новые потребности (желания), обусловленные главным образом воздействием рекламы.

3. Как возникает проблема ограниченности ресурсов?

Данная проблема возникает из-за безграничности потребностей. Существуют природные ресурсы, которые человек потребляет безгранично – это воздух, солнечное тепло, вода и т.д. Но любой индивид как трудовой ресурс ограничен: а) физических и умственных способностях; б) во времени (продолжительность жизни человека и время суток); в) в средствах достижения цели.

4. Что такое факторы производства?

Факторы производства – это основные вложения труда, капитала и природных ресурсов, используемых в производстве товаров и услуг (Т и У). Какие существуют факторы производства (экономические ресурсы)?



| Рис. 2.1.

земля – под землей подразумеваются все природные ресурсы, которые располагаются на земле (леса, пахотные земли, вода), над землей (воздушное пространство) и в земле (полезные ископаемые). Полезные ископаемые являются природными ресурсами, которые могут быть использованы в производстве в натуральном состоянии, без обработки.

труд – все умственные и физические затраты, совершаемые людьми в процессе производства.

капитал – все средства производства, созданные людьми, включая инструменты, промышленное оборудование и инфраструктуру. Процесс производства и накопления этих средств производства называют инвестированием, т.е. капитал – это еще и инвестиционные товары (ИТ). Реальный капитал – инструменты, машины, технология и другое производительное оборудование – это экономический ресурс. Деньги (финансовый капитал) таким ресурсом не являются, т.е. это не капитал. Существующий термин “денежный капитал” подразумевает деньги, используемые для закупки ИТ. ИТ отличаются от потребительских товаров (ПТ) тем, что ПТ удовлетворяют потребности непосредственно, тогда как ИТ удовлетворяют потребности человека косвенно (косвенное производство), обеспечивая производство ПТ.

предпринимательство - это процесс поиска новых возможностей, использование новых технологий и новых сфер вложения капитала, преодоление старых стереотипов и границ. *Предпринимательская способность* - это особый вид способности индивида, такой же как способность композитора, поэта, художника, спортсмена, фотомодели и т.д. Предпринимательская способность определяется четырьмя взаимосвязанными функциями предпринимателя: а) инициаторские

способности; б) ответственность за принятие решений в процессе ведения бизнеса, которые и определяют курс деятельности предприятия (фирмы); в) новаторские способности; г) готовность рисковать как своим временем, трудом и деловой репутацией, но и вложенными средствами - своими собственными и своих компаний или акционеров.

5. Проиллюстрируйте сущность проблемы экономики.

Проблема экономики иллюстрируются посредством таблицы или графика *кривой производственных возможностей (КПВ)*. Данный метод выявляет или показывает, что ресурсы ограничены. В условиях экономики полной занятости и полного объема производства не обеспечивается неограниченный выпуск Т и У, следовательно, необходимо принимать решения о том, какие Т и У следует производить, а от каких отказаться.

6. Какие допущения используются для построения кривой производственных возможностей (КПВ)?

эффективность производства: экономика функционирует в условиях полной занятости и достигает полного объема производства;

постоянное количество ресурсов: имеющиеся факторы производства постоянны как по количеству, так и по качеству, но в определенных пределах может изменяться соотношение их использования в различных целях. Например, относительно неквалифицированный работник может работать на ферме, в ресторане быстрого обслуживания или на автозаправочной станции;

неизменная технология: технология производства считается постоянной, т.е. в ходе нашего анализа она не изменяется на протяжении очень короткого периода времени;

два продукта: производство ПТ и ИТ.

7. Что представляет собой полная занятость в случае вопроса № 6?

Под *полной занятостью* понимается использование всех *пригодных* для этого ресурсов. Это означает, что рабочие не должны вынужденно оказываться без работы, экономика должна обеспечивать занятие для всех, кто хочет и способен трудиться. Не должны также приставать пахотные земли или капитальное оборудование. Использоваться должны только *пригодные* для этого ресурсы. Каждому обществу присуща традиционно установленная практика, которая определяет, какие именно ресурсы пригодны для применения. Например, законодательство и обычай предусматривают, что не должен использоваться труд детей и престарелых, а пахотные земли в целях сохранения их плодородия необходимо периодически оставлять под паром.

8. Что включает понятие полный объем производства?

Полный объем производства означает, что ресурсы надо *распределять* эффективно, т.е. применяемые ресурсы следует использовать таким образом, чтобы они вносили наиболее ценный вклад в общий объем продукции. Недопустимо использование квалифицированных кадров в иных областях, нежели те, в которых они способны заниматься эффективным трудом, соответствующим уровню их профессиональной подготовки.

9. Что такое альтернативная стоимость?

Альтернативная стоимость – это стоимость производства Т или У, измеряемая с точки зрения *потерянной возможности* заниматься наилучшим из доступных альтернативных видов деятельности, требующим того же самого времени или тех же ресурсов, например, ПТ или ИТ.

10. Как можно показать экономические возможности общества?

Экономические возможности общества демонстрируются посредством таблицы и графика производственных возможностей (ПВ).

11. Постройте график КПВ.

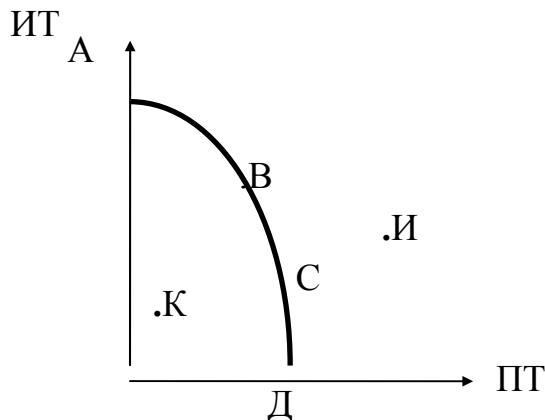


Рис. 2.2.

Используя двухмерный график, произвольно размещаем данные о производстве инвестиционных товаров (роботы) на вертикальной оси, а данные о производстве потребительских товаров (пицца) на горизонтальной оси, тем самым получаем КПВ, или кривую трансформации АВСД

12. Что показывает кривая трансформации?

Кривая трансформации (ПВ) показывает некий *максимальный* объем производства любых двух продуктов (роботов и пиццы). Общество вынуждено определять, какую комбинацию этих продуктов оно желает: больше роботов означает меньше пиццы и наоборот.

13. Может ли общество достичь точки И в данный момент времени?

Ограничность людских и материальных ресурсов (ФП) делает неосуществимой всякую комбинацию производства роботов и пиццы, оказывающуюся в точке, расположенной вне КПВ, как, например, точка И.

14. Что означает точка расположенные внутри кривой трансформации или ПВ?

Любая точка внутри кривой трансформации, как, например, К, показывает *незанятость* или *неполную занятость* ресурсов (например, безработица). Продвигаясь к полной их занятости и полному объему производства, общество может производить большее количество либо одного, либо обоих продуктов.

15. Что произойдет с кривой трансформации (ПВ), если мы откажемся от допущений согласно которым *количество и качество ресурсов и технология* остаются неизменными?

Положение КПВ (кривой трансформации) сместится, т.е. изменится потенциальный общий объем производства в экономике - произойдет *экономический рост*.

16. Приведите пример экономического роста.

Предположим, что существуют две экономики, Алфания и Бетания, которые в данный момент во всех отношениях идентичны, за исключением того, что в настоящее время (1990 г.) Алфания на ее КПВ отдает предпочтение не “товарам будущего” (ИТ), а “текущим товарам” (ПТ). Точка на рисунке 2.4(а) отражает эту альтернативу. В свою очередь, Бетания в настоящее время (1990 г.) отдает предпочтение выпуску большего объема “товаров будущего” (ИТ) за счет уменьшение объема “товаров для настоящего” (ПТ) (рисунок 2.4 (б)). Следовательно, при неизменности всех прочих позиций можно предвидеть, что будущая (2010 г.) кривая ПВ Бетании окажется значительно более смещенной вправо, чем кривая Алфании. Иначе говоря, избрав сегодня структуру производства, которая более благоприятствует технологическому прогрессу, увеличению количества и повышению качества материальных и людских ресурсов (новая технология и повышение образования), Бетания сумеет обеспечить больший экономический рост, чем Алфания, чей сегодняшний выбор структуры производства менее ориентирован на те Т и У, которые способствуют смещению КПВ вправо. Руководствуясь исключительно идеей примата ИТ, Бетания предпочитает делать больше пристроек к своей “национальной фабрике”, т.е. инвестировать большую долю своей текущей продукции, чем Алфания. Такой выбор обеспечивает Бетании компенсацию, или выгоду, в форме более быстрого экономического роста - в виде большей производственной мощности (новая технология) в будущем. Разумеется, это достигается ценой меньшего объема потребительских благ для текущих нужд (сокращения потребления или “затягивание поясов”). Экономический рост Алфании осуществляется за счет *экстенсивных факторов* - привлечения дополнительных природных ресурсов (полезных ископаемых и роста населения), пример, в СССР освоение целины, Сибири и строительство БАМа. Бетания осуществляет экономический рост за счет *интенсивных факторов* (применение новых технологий производства).

17. Назовите существующие модели экономических систем.

Рыночная экономика (чистый капитализм); 2. *Командная экономика*; 3. *Смешанная экономика*; 4. *Традиционная экономика*.

18. Чем различаются перечисленные модели экономических систем?

а) по *форме собственности* на средства производства и б) по способу, посредством которого координируется и управляемася экономическая деятельность.

19. Дайте характеристику командной экономики.

Примером командной экономики (военная диктатура или диктатура пролетариата) или тоталитарного социализма являлся СССР. Командная экономика характеризуется *общественной собственностью* и централизованным планированием (Госплан) и централизованным управлением (Совет Министров).

20. Дайте характеристику общественной собственности.

Общественная собственность выступала в следующих формах: *общенародная, колхозно-кооперативная и личная*.

21. Как происходит переход от командной к смешанной экономике в России? Переход к появлению рыночных отношений основывается на процессах *разгосударствления* и *приватизации* общеподсобной и колхозно-кооперативной собственности. В результате *приватизации* появляется *частная собственность*, а процесс *разгосударствления* - к *акционерной собственности*.

22. Что собой представляет смешанная система?

Смешанная система основывается на *государственном регулировании* экономикой и *рыночных отношениях*. С одной стороны существует централизованное планирование (прогнозирование) и управление, а с другой частная собственность не признающая вмешательства со стороны государства.

23. Дайте характеристику традиционной системе.

Традиционная экономика основывается на традициях и обычаях в обществе. Люди, которые основываются на данной системе соблюдают экологическую безопасность живут за счет природных ресурсов (охотничьства и рыболовства). Российскую экономику еще называют традиционной экономикой, потому что она развивается за счет продажи природных ресурсов, но при этом не соблюдает экологическую безопасность.

24. Перечислите проблемы М.С. Горбачева, характеризующие трудности, которые ставит КПВ на пути реализации, осуществляемые им программ возрождения советской экономики.

а) произвести крупные инвестиции в машины и оборудование новейшей технологии и тем самым модернизировать "национальную фабрику" СССР. Как это возможно осуществить? Из каких альтернативных источников можно получить необходимые для этого ресурсы? Выбор, который напрашивается, прежде всего, состоит в том, чтобы сократить потребление. Но в СССР уровень потребления и так весьма низок. Потребление на душу населения в СССР составляет лишь около трети его уровня в США, а многие ПТ первой необходимости хронически дефицитны. По существу, главная задача реформы - это обеспечить давно обещанное населению повышение жизненного уровня.

б) перераспределения ресурсов из военного сектора в гражданские отрасли. Согласно имеющимся оценкам, военные расходы СССР почти равны военным расходам США. Учитывая, что национальный продукт СССР составляет лишь около половины американского, бремя военных расходов там примерно вдвое больше, чем в США. Можно с полным основанием предположить, что последние соглашения с США и их союзниками о сокращении вооружений, вывод советских войск из Афганистана и провозглашенные планы сокращения численности Красной Армии вызваны стремлением переключить ресурсы из военной сферы на гражданские инвестиции и потребительские нужды.

с) повышение эффективности экономики – повышение отдачи от имеющихся ресурсов. Это можно разрешить: 1) увеличение стимулов для рабочих и управляющих. Реформы Горбачева включают умеренные шаги, позволяющие получать прибыль от производства за пределами системы централизованного планирования, а крестьянам теперь предоставляют право арендовать у государства землю и производить сельскохозяйственную продукцию ради прибыли. 2) в приобретении новейших технологий и управленческого опыта у других индустриальных стран. Так, были созданы совместные предприятия (в 20-30 гг. XX в. существовали в СССР концессии), в которых американские, западногерманские и японские фирмы сооружали бы заводы в СССР и помогали бы ими управлять.

Глоссарий

Редкость – это ситуация, когда ресурса недостаточно, чтобы удовлетворить желания каждого.

Альтернативная стоимость – это стоимость производства товара или услуги, измеряемая с точки зрения потерянной возможности заниматься наилучшим из доступных альтернативных видов деятельности, требующем того же самого времени или тех же ресурсов.

Инвестиции – это увеличение объема функционирующего в экономической системе капитала, т.е. предложенного количества факторов производства, созданных людьми.

Сравнительное преимущество – это способность производить товар или услугу по относительно меньшей альтернативной стоимости.

Эффективность распределения – это ситуация, в которой невозможно путем перераспределения существующих количеств благ удовлетворить желание одного человека более полно, не нанося этим ущерба удовлетворению желаний другого человека.

Стихийный порядок – это способ осуществления координации, в котором индивидуумы приспосабливают свои действия к условиям, основываясь на информации и стимулах своего непосредственного окружения.

Иерархия – это способ достижения, в котором индивидуальные действия подчинены инструкциям центральной власти.

Эконометрика – это статистический анализ эмпирических экономических данных.

Закон непредвиденных последствий – это свойство политических действий иметь ненамеренные эффекты в дополнение к тем, которые были целью этих действий.

Полная рациональность – допущение того, что люди полностью используют доступную информацию, рассчитывая, как наилучшим образом достичь своих целей.

Ограниченная реальность – допущение того, что люди намерены выбирать такие варианты, которые наилучшим образом соответствуют их целям, но они располагают ограниченными возможностями в получении и обработке информации.

Тема 3. Чистый капитализм и кругооборот дохода

1. Перечислите характерные черты присущие чистому капитализму (рынку).
а) частная собственность; б) свобода предпринимательства и выбора; в) личный интерес как главный мотив поведения; г) конкуренция; д) рынки и цены; е) ограниченная роль правительства.

2. Назовите признаки характерные любой экономической системе.

а) специализация, возникающая на основе общественного разделения труда;
б) использование научно-технические достижения; в) использование денег.

Дайте определение собственности.

3. Собственность – как экономическая категория, возникает в процессе владения, распоряжения, использования и присвоения.

4. Что понимается под частной собственностью?

В условиях рынка материальные ресурсы составляют собственность частных лиц и частных институтов, а не правительства. Частная собственность, наряду со свободой заключать обязывающие партнеров юридические контракты, позволяет частным лицам или фирмам по своему усмотрению приобретать, контролировать, применять и реализовывать материальные ресурсы. Институт частной собственности поддерживается на протяжении веков правом завещания, т.е. правом владельца собственности назначать приемника этой собственности после своей смерти.

5. Дайте характеристику свободе предпринимательства и выбора.

Свобода предпринимательства означает, что при рыночных отношениях частные фирмы вправе приобретать ФП, организовывать процесс производства этих ресурсов Т и У по своему собственному выбору и продавать этот Т или У на рынках по выбору самой фирмы. Никакие искусственные препятствия или ограничения, устанавливаемые правительством или другими производителями, не мешают предпринимателям принимать решение вступить в какую-либо конкретную отрасль или выйти из нее. *Свобода выбора* означает, что владельцы ФП и денежного капитала могут использовать или реализовывать эти ресурсы по своему усмотрению. Она означает также, что работники вправе заняться любым видом труда, на который они способны (например, бездомные). Потребители же свободны в пределах своих денежных доходов покупать Т и У в таком наборе, который они считают наиболее подходящим для удовлетворения своих потребностей, но существуют довольно широкие юридические ограничения и для производителей.

6. Дайте характеристику роли личного интереса.

Главной движущей силой рынка является стимулирование личного интереса каждой экономической единицы.

7. Назовите экономические единицы экономических систем.

домохозяйство, фирма (предприятие), рынки ресурсов (ФП) и рынки потребительских товаров (Т и У).

8. Что такое домохозяйство?

Домохозяйство – это экономическая категория, имеющая в собственности какой-то ФП, состоящая из одного или нескольких индивидов. В роли домохозяйства выступают ИЧП (сфера услуг или производители Т общественного пользования и, использующие свой труд). Домохозяйство имеет следующие свойства: воспроизводство рабочей силы (демографический процесс); владелец какого-либо ФП; самостоятельно принимает решение; стремиться к *максимизации общей полезности* (*удовлетворению своих потребностей*).

9. Что такое фирма?

Фирма – это экономическая категория, осуществляющая *соединение всех ФП* для любого процесса деятельности (производства, торговля, банковское дело, сфера услуг) и использующая наемный труд. Фирма имеет следующие свойства: осуществляет процесс деятельности; самостоятельно принимает решения; *стремиться к максимизации прибыли*.

10. Что входит в понятие рынков ресурсов (ФП)?

Это могут мировые, национальные и местные рынки. Мировые фондовые биржи (Нью-Йоркская фондовая биржа, Чикагская зерновая биржа, ОПЕК и т.д.), рынки природных ресурсов, рынки труда.

11. Что входит в понятие рынков потребительских товаров (Т и У)?

Рынки Т и У – оптовая и розничная торговля – магазины, рынки сельскохозяйственной продукции, ларьки, киоски, бутики.

12. Что собой представляет конкуренция?

Конкуренция или экономическое состязание представляется экономистами следующее: 1. Наличие на рынке *большого* числа независимо действующих *покупателей и продавцов* любого конкретного Т, У или ресурса; 2. *Свободу для покупателей и продавцов* выступать на тех или иных рынках или покидать их. Антиподом конкуренции является *монополия*.

13. Что такое рынки и цены?

Рынок – это механизм сводящий продавцов и покупателей для определения цены. Цена - это денежное выражение товара, которая определяется только спросом и предложением. В данном случае подразумевается рыночная цена.

14. Эти цены определяются мировыми ценами.

Дайте характеристику ограниченной роли правительства.

В рыночной системе роли государства предоставляется создание правовой базы и прогнозирование экономики, защита национальных и личных интересов. Существует понятие “фиаско” рынка, которое означает, что рынку не свойственно создание общественных Т и У, а также проведение социальной политики.

15. Назовите некоторые институты и формы деятельности, свойственные всем экономическим системам.

1) использование передовой технологии и средств производства в крупных масштабах; 2) специализация; 3) применение денег. Специализация и передовая технология служат предпосылкой эффективного использования ресурсов всякой экономики. Применение денег представляет собой всеохватывающий институт, позволяющий обществу легче осуществлять

специализацию, использовать самую производительную технологию и извлекать из этого выгоду.

16. Изобразите модель кругооборота (продукта и дохода).

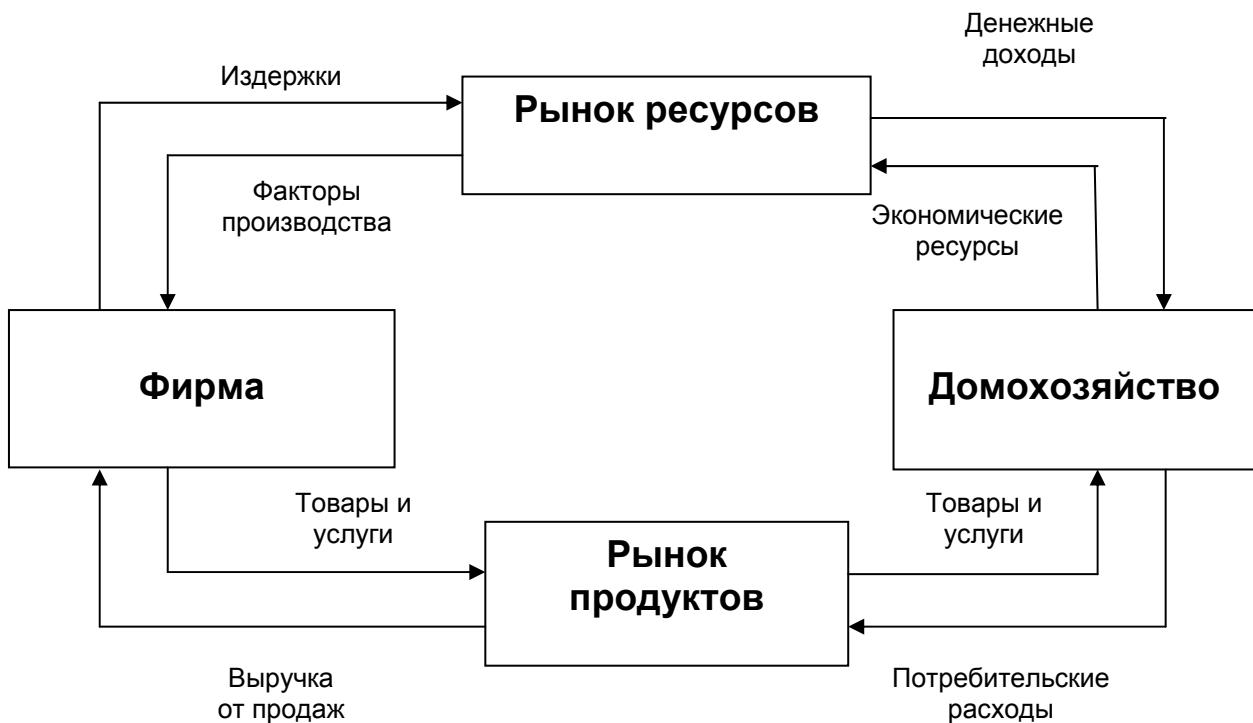


Рис. 3.1.

17. Что представляет денежный доход?

Каждый фактор производства приносит домохозяйству определенный денежный доход, как показано в таблице.

| Факторы производства | Денежный доход |
|---------------------------------|-----------------|
| Земля | рента |
| Труд | заработка плата |
| Капитал | процент |
| Предпринимательская способность | прибыль |

Рис. 3.2.

Глоссарий

Права собственности – это установленные законом правила, которые определяют, какими вещами может пользоваться или распоряжаться то или иное лицо. А также условия, при которых такое использование или распоряжение может быть осуществлено.

Рациональность – это целесообразная деятельность, направленная на достижение цели и учитывающая заданные ограничения и имеющиеся возможности.

Функционирование рынка – проблема того, насколько эффективно рынки справляются со своей задачей обеспечения организации взаимовыгодной торговли.

Фиаско рынка – это ситуация, при которой рынок оказывается не в состоянии координировать процессы экономического выбора таким образом, чтобы обеспечить эффективное использование.

Внешние эффекты – это эффекты производства или потребления блага, воздействие которого на третьих лиц, не являющихся ни покупателями, ни продавцами, никак не отражено в цене этого блага.

Общественные блага – Блага: 1) которые не могут быть предоставлены одному лицу так, чтобы не предоставить их в распоряжение всех других; 2) которые, будучи предоставлены одному лицу, могут быть предоставлены другим без дополнительных затрат.

Монополия – это ситуация, при которой на рынке есть всего один продавец, какого-либо товара или услуги.

Теория общественного выбора – изучение того, каким образом люди используют правительственные учреждения (институты) преследуя свои собственные интересы.

Экономическая рента – это любая плата, приходящаяся на долю некоторого фактора производства и превосходящая его альтернативную стоимость.

Поиск политической ренты (поиск ренты) – процесс поиска и защиты экономической ренты с помощью политического процесса.

Фиаско правительства - ситуация, при которой политика правительства приводит к неэффективному использованию ресурсов.

Тема 4. Теория спроса и предложения

1. Что такое спрос?

Спрос (D - demand) – это платежеспособная потребность в определенном количестве товара, которую потребители готовы и в состоянии купить по некоторой цене из возможных в течение определенного периода времени цен.

2. С помощью чего можно изобразить кривую спроса?

Кривую спроса можно изобразить в виде графика. Спрос выражает ряд альтернативных возможностей, которые можно представить в форме таблицы. Он показывает то количество продукта, на которое (при прочих равных условиях) будет предъявлен спрос при разных ценах.

| Цена (P - price) в руб. | Величина спроса в неделю (количество - Q - quantity) в кг. |
|-------------------------|--|
| 5 | 10 |
| 4 | 20 |
| 3 | 35 |
| 2 | 55 |
| 1 | 80 |

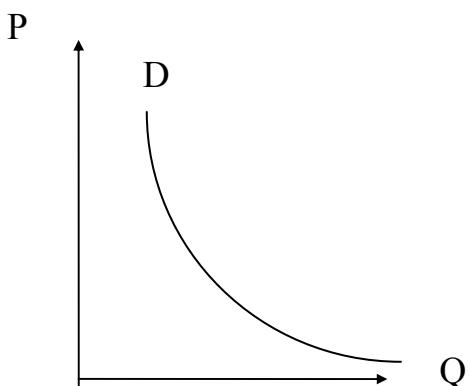


Рис. 4.2.

3. Что показывает кривая спроса?

Кривая спроса показывает зависимость величины спроса от цены, т.е. цена причина, а количество спроса следствие.

4. Что такое закон спроса?

Закон спроса отрицательная или обратная зависимость между ценой и величиной спроса.

Что лежит в основе закона спроса?

5. Здравый смысл и элементарное наблюдение действительности согласуются с тем, что нам показывает нисходящая кривая спроса. Обычно люди действительно покупают данного продукта больше по низкой, чем по высокой цене. Для потребителей цена представляет собой барьер, мешающий им совершить покупку, чем ниже цена, тем больше спрос, чем выше цена, тем ниже спрос; 2. В любой данный период времени каждый покупатель продукта получает меньше удовлетворения, или выгоды, или *полезности* от каждой последующей единицы продукта. Например, второй стакан воды дает меньше удовлетворения потребителю, чем первый; третий приносит еще меньше удовольствия или полезности, чем второй, и т.д. отсюда следует, что, поскольку потребление подвержено действию *принципа убывающей предельной полезности* - т.е. принципа, согласно которому последующие единицы данного продукта приносят все меньше и меньше удовлетворения, - потребители покупают дополнительные единицы продукта лишь при условии, что *цена его снижается*; 3. На несколько более высоком уровне анализа закон спроса можно объяснить *эффектами дохода и замещения*. Эффект дохода указывает на то, что при более низкой цене человек может позволить себе купить больше данного продукта, не отказывая себе в

приобретении каких-либо альтернативных Т и У, т.е. если *цена* на потребляемый Т *снижается*, то покупательская способность денежного дохода потребителя *увеличивается*, потому что потребитель имеет возможность приобретать большее количество данного Т или может позволить приобрести еще какое-то количество другого Т. Эффект замещения означает, что при более низкой цене у потребителя появляется стимул приобрести дешевый Т вместо Т-субститута (взаимозаменяемый), которые относительно дороже. Потребители склонны заменять дорогие Т более дешевыми.

6. Дайте объяснение (в т.ч. графическое) изменения величины (количества) спроса.

Изменение величины спроса происходит при изменении такого фактора, как цена, в данном случае происходит изменение количества спроса.

Графическое изображение будет представлять движение точек по кривой спроса.

7. Покажите отличие индивидуального спроса от рыночного спроса.

Индивидуальный спрос представляет спрос одного потребителя на определенный вид Т, а рыночный спрос (совокупный - AD - aggregate) - график или кривая, показывающие, на какой общий объем Т и У, которое может быть предъявлен спрос (или какой их объем может быть куплен) при различных уровнях цен. При этом просто совмещаются все кривые индивидуального спроса по горизонтали, чтобы вывести общую кривую спроса.

8. Что собой представляет изменение в спросе?

Изменение одной или более детерминант спроса (кроме цены) вызывает изменение спроса, т.е. смещение кривой спроса вправо или лево.

8. Перечислите детерминанты спроса.

вкусы и предпочтения потребителей;
количество потребителей на рынке;
денежные доходы потребителя;
цены на сопряженные товары;
инфляционные ожидания.

9. Объясните вкусы и предпочтения потребителей.

Вкусы и предпочтения потребителей зависят от моды или рекламы, от появления новых технологий - новых товаров приводят к изменению потребительских вкусов. Например, мода на здоровый образ жизни вызывает увеличение спроса на спортивный инвентарь и т.д.

10. Объясните, от чего зависит количество потребителей на рынке?

на определенные Т зависит от развития технологий (например, усовершенствование средств связи привело к увеличению спроса на акции, облигации и другие финансовые активы); демографическая причина: а) рост рождаемости приводит к увеличению спроса на детские Т; увеличение продолжительности жизни повышает спрос на медицинские препараты; сезонность (например, 1 сентября увеличивается спрос на школьно-письменные принадлежности).

11. Что такое сопряженные Т?

Сопряженные Т рассматриваются как взаимозаменяемые (субституты) и взаимодополняемые (комплементы) или сопутствующие Т. Примером Т субститутов являются масло и маргарин, мясо говядины и мясо птицы и т.д. Примером комплементарных Т или сопутствующих являются теннисная ракетка и мяч, магнитофон и аудиокассета, видеомагнитофон и видеокассета и т.д.

12. Что собой представляют инфляционные ожидания?

Потребительские ожидания относительно таких факторов, как будущие цены на Т, наличие товаров и будущий доход, способны изменить спрос. Ожидания потребителей относительно возможности повышения цен в будущем могут побудить покупать теперь же, чтобы “упредить” угрожающее повышение цен; равным образом и ожидание увеличения доходов может заставить потребителей меньше ограничивать текущие расходы. Наоборот, ожидание падения цен и снижения доходов ведет к сокращению текущего спроса на Т.

13. Дайте определение предложению ($S - supply$).

Предложение – это количество Т, которые производитель может и желает произвести и предложить к продаже на рынке по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определенного периода времени.

| Цена (Р) руб. | Количество предложения (Q_s) |
|---------------|----------------------------------|
| 1 | 1 |
| 2 | 2 |
| 3 | 3 |
| 4 | 4 |
| 5 | 5 |

Перечислите детерминанты спроса.

вкусы и предпочтения потребителей;
количество потребителей на рынке;
денежные доходы потребителя;
цены на сопряженные товары;
инфляционные ожидания.

14. Объясните вкусы и предпочтения потребителей.

Вкусы и предпочтения потребителей зависят от моды или рекламы, от появления новых технологий - новых товаров приводят к изменению потребительских вкусов. Например, мода на здоровый образ жизни вызывает увеличение спроса на спортивный инвентарь и т.д.

15. Объясните, от чего зависит количество потребителей на рынке?

на определенные Т зависит от развития технологий (например, усовершенствование средств связи привело к увеличению спроса на акции, облигации и другие финансовые активы);

демографическая причина: а) рост рождаемости приводит к увеличению спроса на детские Т; увеличение продолжительности жизни повышает спрос на медицинские препараты;

16. Что такое сопряженные Т?

Сопряженные Т рассматриваются как взаимозаменяемые (субституты) и взаимодополняемые (комплементы) или сопутствующие Т. Примером Т субститутов являются масло и маргарин, мясо говядины и мясо птицы и т.д. Примером комплементарных Т или сопутствующих являются теннисная ракетка и мяч, магнитофон и аудиокассета, видеомагнитофон и видеокассета и т.д.

17. Что собой представляют инфляционные ожидания?

Потребительские ожидания относительно таких факторов, как будущие цены на Т, наличие товаров и будущий доход, способны изменить спрос. Ожидания потребителей относительно возможности повышения цен в будущем могут побудить покупать теперь же, чтобы “упредить” угрожающее повышение цен; равным образом и ожидание увеличения доходов может заставить потребителей меньше ограничивать текущие расходы. Наоборот, ожидание падения цен и снижения доходов ведет к сокращению текущего спроса на Т.

18. Дайте определение предложению (S - supply).

Предложение – это количество Т, которые производитель (продавец) может и желает произвести и предложить к продаже на рынке по каждой конкретной цене из ряда возможных цен в течение определенного периода времени.

| Цена (P) руб. | Количество предложения (Qs) |
|---------------|-----------------------------|
| 1 | 1 |
| 2 | 2 |
| 3 | 3 |
| 4 | 4 |
| 5 | 5 |

Рис. 4.4

19. Назовите основной фактор, влияющий на величину предложения.

Основным фактором, влияющим на количество предложения является цена, при этом величина предложения перемещается вдоль кривой предложения из одной точки к другой - от точки А к точке В, от точки В к точке С, точки С к точке Д и т.д. Данное перемещение называется изменением величины или количества предложения.

20. Перечислите неценовые факторы, влияющие на изменение предложения.
цены на ресурсы;
технология производства;
налоги и дотации;
количество продавцов на рынке;
цены на другие товары;
инфляционные ожидания.

21. Изменение предложения можно изобразить графически смещением кривой предложения.

22. Как влияют цены на ресурсы на изменение предложения товаров?

Если цены на ресурсы изменяются то, изменяются издержки производства производителя. Увеличение цены на ресурсы приводит к увеличению издержек производства, то предложение товаров уменьшается. При уменьшении цен на ресурсы уменьшает издержки и увеличивает предложение.

23. Как влияет технология производства на изменение предложения товаров?

Изменение технологии производства увеличивает производительность труда, которое в свою очередь, влияет на количество выпускаемой продукции, которое ведет к увеличению предложения.

24. Как влияют налоги и дотации на изменение предложения товаров?

Данная мера (налоги и дотации) рассматривается как вмешательство государства в рыночную экономику, и разрешается с помощью фискальной политики государства.

Налоги производитель относит к издержкам производства, и если происходит увеличение налоговой ставки, то увеличиваются издержки производства, которые в свою очередь уменьшают предложение товаров. Государство может с помощью дотаций (фискальная политика) увеличивать предложение товаров, потому что дотации - это уменьшение издержек производства.

Как влияет количество продавцов на рынке на предложение товаров?

Количество продавцов на рынке зависит от количества производителей. Чем больше будет производиться продукции, тем больше будет продавцов на рынке.

25. Как влияют цены на другие товары на предложение товаров?

Цены на другие товары оказывают влияние на предложение взаимозаменяемых товаров. Если цены на пшеницу больше, чем на кукурузу, фермер в будущем сезоне посеет больше пшеницы, чем кукурузы.

26. Как влияют инфляционные ожидания на предложение товаров?

Если товаропроизводитель или продавец ожидает повышение цен на выпускаемые товары, то он уменьшит предложение своих товаров в настоящий период времени, потому что в будущем он может продать их с большей выгодой для себя. Если же продавец ожидает, что цены в будущем на продаваемый товар понизятся, то он увеличит текущего предложения своих товаров.

27. Что такое равновесная точка?

Графически: точка пересечения кривой предложения с кривой спроса на продукт и есть равновесная точка.

28. Что такое равновесная цена?

Равновесная цена – это цена по которой согласны покупатели приобрести данное количество товаров и продавцы по спрашиваемой цене согласны продать данное количество товаров или $P_e = P_d = P_s$ и $Q_e = Q_s = Q_d$

29. Уравновешивающая функция цены.

Способность конкурентных сил предложения и спроса устанавливать цену на уровне, на котором решения о продаже и купле синхронизируются, называется уравновешивающей функцией цен.

Глоссарий

Предложение – это желание и способность продавцов предоставлять товары для продажи на рынке.

Спрос – это желание и способность людей покупать товары.

Закон спроса – это принцип, в соответствии с которым существует обратная зависимость между ценой товара и величиной покупательского спроса на этот товар (при прочих равных условиях).

Кривая спроса – это графическое выражение зависимости между ценой товара и величиной спроса, предъявленного покупателями на этот товар.

Изменение величины спроса – это изменение количества товара, которое потребители хотят и могут купить, происходящее в результате изменения цены товара (при прочих равных условиях). Показывается движением от одной точки кривой спроса к другой точке этой кривой.

Изменение спроса – это изменение количества товара, которое покупатели желают и могут купить, происходящее в результате изменения неценового фактора.

Взаимозаменяющие товары (субституты) – такие пары товаров, для которых рост цены одного товара приводит к росту спроса на другой товар.

Взаимодополняющие товары (комплементы) – такие пары товаров, для которых рост цены одного товара приводит к падению спроса на другой товар.

Нормальный товар – это товар, спрос на который растет при росте потребительских доходов.

Низший товар (товар низкого качества) – это товар, спрос на который падает при росте потребительских доходов.

Кривая предложения – это графическое выражение зависимости между ценой товара и количеством этого товара, которое производители хотят предложить на рынке.

Изменение величины предложения – это изменение того количества товара, которое производители желают и могут продать, происходящее в результате изменения цены товара; показывается движением вдоль кривой предложения.

Равновесие – это ситуация, когда планы покупателей и продавцов на рынке полностью совпадают, так, что при данной цене величина предложения равна величине спроса.

Величина избыточного спроса (дефицит) – ситуация, в которой при данной цене величина спроса превосходит предложенное количество товара.

Товарные запасы – это товарные фонды, готовые для реализации и использования.

Избыточная величина предложения (избыток) – ситуация, когда величина предложения товара по данной цене превышает величину спроса на него.

Тема 5. Эластичность спроса и предложения

1. Что понимается под эластичностью спроса?

Эластичность спроса представляет собой степень чувствительности покупателей к изменению цены. Если у потребителей под влиянием изменения цены меняется спрос, товар является эластичным. Если же у потребителей с изменением цены не происходит изменения спроса, то товар является неэластичным.

2. По какой формуле можно определить степень эластичности и неэластичности спроса?

Коэффициент эластичности (Ed) определяется отношением процентного изменения количества спрашиваемой продукции к процентному изменению цены.

$Ed = \frac{\text{процентное изменение количества спрашиваемой продукции}}{\text{процентное изменение цены}} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P}$

При $Ed > 1$, то товар является эластичным, если же $Ed < 1$, товар является неэластичным. Существует еще единичная эластичность, когда $Ed = 1$, то товар нельзя отнести ни к эластичному и неэластичному спросу. Существует понятие совершенная и несовершенная эластичность товаров.

3. Перекрестная эластичность спроса и ее значение.

Концепция перекрестной эластичности спроса позволяет измерять, насколько чувствителен потребительский спрос на один продукт (например, X) к изменению цены какого-то другого продукта (например, Y). Формула перекрестной эластичности идентична формуле простой ценовой эластичности, с той разницей, что нам придется взять отношение процентного изменения объема потребления продукта X к процентному изменению цены продукта Y.

процентное изменение количества спрашиваемой продукции X

$Ed = \frac{\text{процентное изменение цены продукта Y}}$

Данная формула или перекрестная эластичность спроса применяется в случае сопряженных товаров. Если $Ed > 0$, т.е. положительное значение, количество спрашиваемой продукции X варьируется в прямой зависимости от изменения цены продукта Y, то продукты X и Y являются взаимозаменяемыми (субституты) товарами. Если коэффициент перекрестной эластичности имеет отрицательное значение, то продукты X и Y являются взаимодополняемыми (“идут в комплекте” комплементарными) товарами.

4. Объясните совершенную эластичность товаров.

Совершенная эластичность товара – это тогда, когда при малейшем изменении цены меняется количество товара. Примером данных товаров являются товары относящиеся к товарам роскоши – изумруды, яхты и другие.

5. Объясните совершенную неэластичность товаров.

Совершенная неэластичность товара возникает тогда, когда при любом изменении цены не происходит изменения количества товара. Примером

данных товаров являются товары не имеющие заменителей, такие как соль, героин и инсулин.

6. Как еще можно определить эластичность спроса?

Существует зависимость между ценой и общей выручкой или общим доходом (TR). Если цена и общая выручка изменяются в одном направлении, то спрос является неэластичным, если же цена и общая выручка изменяются в разных направлениях, то спрос является эластичным. Концепция эластичности спроса по доходу позволяет измерить процентное измерение количества спрашиваемой продукции, обусловленное тем или иным процентным изменением дохода потребителя:

процентное изменение количества спрашиваемой продукции

$$E_i = \frac{\text{процентное изменение дохода}}{\text{процентное изменение количества спрашиваемой продукции}}$$

Для большинства товаров коэффициент эластичности по доходу будет иметь *положительное* значение. При положительном коэффициенте эластичности существенно варьируется от одного товара к другому. Например, эластичность по доходу спроса на автомобили оценивается примерно в +3.0, тогда как для большинства продуктов сельского хозяйства она колеблется около +0.2. Отрицательное значение коэффициента эластичности по доходу указывает на то, что речь идет о товаре *низшей* категории. Маргарин, картофель, капуста, автобусные билеты, поддержанные товары и дешевые крепленые вина являются наиболее вероятными претендентами на попадание в эту категорию. Потребители, как правило, сокращают покупки такого рода продуктов по мере роста своих доходов.

7. Практическое значение коэффициента эластичности по доходу.

Данный коэффициент используется для прогнозирования того, какие в будущем, вероятнее всего, ожидает застой и сокращение производства. Точнее говоря, при прочих равных условиях высокая положительная эластичность по доходу означает, что вклад конкретной отрасли в экономический рост будет больше, чем ее доля в структуре экономики. Небольшой положительный или, еще хуже, отрицательный коэффициент указывает на перспективу сокращения производства в отрасли. Например, упомянутая высокая положительная эластичность спроса на автомобили предвещает процветание автомобильной промышленности на долгосрочную перспективу, тогда как низкая эластичность по доходу спроса на сельскохозяйственную продукцию предполагает хронические затруднения в этой отрасли.

8. Назовите факторы ценовой эластичности спроса.

Факторами ценовой эластичности являются: а) место продукта в бюджете потребителя; б) количество доступных заменителей; в) деление товаров на предметы роскоши и предметы первой необходимости; г) фактор времени.

9. Место продукта в бюджете потребителя.

Если, например, цены на все товары увеличились на 10 %, то потребители не изменят спрос на товары, которые занимают небольшое место в его доходе, как карандаши, жевательные резинки и т.д., то эти товары неэластичного спроса. Если же – это автомобили, коттеджи, бытовая техника и т.д., то спрос

на эти товары является эластичным, потому что покупатели отложат покупку на эти товары.

10. Количество доступных заменителей.

Если у товара много заменителей, то спрос на данный товар является эластичным, если же у товара нет заменителей, то спрос на данный товар является неэластичным. Например, у пищевого масла имеется множество заменителей, поэтому на данный продукт спрос является эластичным, если же у товара нет заменителей, например, произведения искусства – картины Рафаэля, Микеланджело, Дали, Го Гена и т.д. – спрос на этот товар является неэластичным.

11. Предметы роскоши и предметы необходимости.

Спрос на предметы необходимости обычно является неэластичным; спрос на предметы роскоши обычно эластичен. Хлеб и электроэнергия общепризнаны в качестве предметов необходимости; без них люди не могут существовать. Повышение цен не приведет к существенному сокращению потребления хлеба или электричества для освещения и других бытовых нужд. Также, никто не отказывается от операции по поводу острого аппендицита по той причине, что плата за медицинское обслуживание только что повысилась! На товары первой необходимости очень низкая ценовая эластичность спроса. С другой стороны, французский коньяк «Наполеон» и изумруды являются предметами роскоши, которые, по определению, могут быть исключены из потребления без особых затруднений.

12. Фактор времени. Каким образом и как скажется этот фактор на эластичности спроса.

Спрос на товар обычно тем эластичнее, чем длиннее период времени для принятия решений. Одна из причин этого правила заключается в том, что многие потребители – это люди *привычки*. Если цена на товар увеличивается, потребителям потребуется время, чтобы найти и опробовать другие продукты, пока они не убедятся в их приемлемости. Если цена говядины повысится на 10 %, потребители, возможно, не сразу сократят свои покупки. Но через некоторое время они могут перенести свои симпатии на птицу или рыбу, на которые у них теперь “появился вкус”. Другое объяснение этого правила связано с долговечностью товара. Исследования показывают, что “краткосрочный” спрос на бензин менее эластичен (0.2), чем “долгосрочный” спрос (0.7). Почему так происходит? Потому что в долгосрочном плане большие, пожирающие бензин автомобили изнашиваются и из-за подорожания бензина заменяются меньшими по размеру, более экономичными машинами. Краткосрочный спрос неэластичен, а долгосрочный спрос более эластичен.

13. Приведите примеры практического применения эластичности спроса.

А) переговоры об уровне заработной платы; б) небывалый урожай; в) автоматизация; г) deregulирование воздушного транспорта; д) акцизный налог; ж) героин и уличная преступность.

14. Определение понятия “эластичности предложения”.

Если производители чувствительны к изменениям цен, предложение эластично, а если производители не чувствительны к изменениям цен, предложение неэластично.

15. Формула ценовой эластичности предложения, ее определение.

Ценовая эластичность предложения - это есть отношение процентного изменения количества предлагаемой продукции к процентному изменению цены.

процентное изменение количества предлагаемой продукции

$$Es = \frac{\text{процентное изменение цены}}{\text{процентное } \Delta Q_s} = \frac{\text{процентное } \Delta P}{\text{процентное } \Delta Q_s}$$

Предложение эластично при $Es > 1$, предложение неэластично при $Es < 1$, единичное эластичность предложения при $Es = 1$.

16. Основной фактор, влияющий на эластичность предложения.

Важнейшим фактором, влияющим на эластичность предложения, является количество времени, имеющегося в распоряжении производителей, для того чтобы отреагировать на данное изменение цены товара. Чем продолжительнее время, которым располагает производитель, для того чтобы приспособиться к данному изменению цены, тем больше изменится объем производства и тем больше соответственно эластичность предложения. Реакция производителей на рост цены товара X зависит от их способности перераспределить ресурсы в пользу производства товара X за счет сокращения производства других товаров (цены на которые мы предполагаем неизменными). Перераспределение ресурсов требует времени: чем продолжительнее время, тем сильнее "подвижность" ресурсов. Следовательно, больше изменится объем производства и выше будет эластичность предложения.

17. Рыночный период и его различие.

Рыночный период различается на кратчайший рыночный период, краткосрочный и долговременный периодами.

18. Кратчайший рыночный период и его характеристика.

Кратчайший рыночный период настолько мал, что производители не успевают отреагировать на изменение спроса и цены. Пример. Мелкий фермер привез на рынок на одном грузовике весь свой урожай томатов данного сезона. Кривая предложения будет совершенно неэластична; фермер продаст все, что он привез, независимо от высокой или низкой цены, потому что он не может предложить больше томатов, чем он привез на своем грузовике, если цена томатов превысит его ожидания. Даже если бы он захотел предложить больше, томаты невозможно вырастить за одну ночь. Понадобится целый сельскохозяйственный сезон, чтобы отреагировать на повышение цены производством большего количества продукции. С другой стороны, поскольку продукт является скоропортящимся, фермер не может изъять его с рынка, если цена окажется ниже его ожиданий, - он все равно продаст то, что привез. Издержки производства в этом случае не будут иметь значения для принятия решения. Даже если цена томатов упадет гораздо

ниже уровня издержек производства, фермер тем не менее полностью реализует свой товар, чтобы избежать его потери. Таким образом, в пределах очень короткого промежутка времени предложение томатов со стороны нашего фермера является фиксированным; он может предложить лишь столько, сколько привез на грузовике, как бы высока ни была цена. Причем угроза порчи (выхода из моды товара) вынуждает продавца продавать всю продукцию даже в случае значительного снижения цены.

19. Характеристика краткосрочного периода.

В пределах краткосрочного (короткого) периода производственные возможности (мощности) отдельных производителей и всей отрасли остаются неизменными. Однако предприятия имеют достаточно времени, чтобы использовать свои мощности более или менее интенсивно. Так, в пределах данного периода предприятие нашего фермера, под которым мы будем иметь в виду его землю и сельскохозяйственную технику, не претерпевает никаких изменений. Но в этот период времени фермер может применить более интенсивные методы выращивания томатов, прилагая больше труда, больше удобрений и пестицидов для получения урожая. Результатом будет рост производства как реакция на предполагаемое увеличение спроса; такая реакция со стороны производства будет означать более высокую эластичность предложения томатов. Цена оказывается ниже, чем в примере с кратчайшим рыночным периодом.

20. Долговременный период и его характеристика.

Долговременный (долгий) период достаточно продолжителен, для того чтобы фирмы успели принять все желательные меры по приспособлению своих ресурсов к требованиям изменившейся ситуации. Отдельные фирмы могут расширить (или сократить) свои производственные мощности; новые фирмы могут войти в состав отрасли (а старые – покинуть ее). В “отрасли” по производству томатов наш фермер имеет возможность приобрести дополнительный участок земли, а также закупить больше машин и оборудования. Кроме того, большее количество фермеров может быть привлечено к производству томатов вследствие расширения спроса и роста цен. Такие изменения означают еще более активную реакцию со стороны предложения, т.е. еще более эластичную кривую предложения.

21. Отрасль с растущими издержками производства и ее характеристика.

Отрасль с растущими издержками производства – это расширение отрасли ведет к росту цен на потребляемые в ней ресурсы. Расширенный спрос на удобрения и оборудование для ферм вызвал некоторый рост цен на них; расширенный спрос на землю обусловил увеличение ее рыночной и рентной стоимости. Расширение отрасли приведет к “растущим издержкам”. Кривая долгосрочного предложения была бы более эластичной.

22. Отрасль с постоянными издержками производства и ее характеристика.

Отрасль с постоянными издержками производства – это расширение отрасли использует небольшую или ничтожно малую долю соответствующих ресурсов, при этом рост спроса со стороны этой отрасли оставляет их цены без изменений. Кривая долгосрочного предложения совершенно эластична.

23. Что происходит с рыночным механизмом в случае государственного регулирования цен?

Государственного регулирования цен в рыночной экономике приводит к возникновению потолка (максимальной) и нижнего уровня (минимальной) цен.

24. Потолок цены и его использование.

Потолок цены представляет собой законодательно установленную максимальную цену, которую продавцу разрешается запрашивать за свой товар или услугу. Основанием для введения потолков цен на конкретные товары служит представление о том, что эти потолки цен позволяют потребителям приобретать некоторые товары первой необходимости или услуги, которые они не смогли бы купить при равновесных ценах. Потолок цен или максимальная цена приводят к дефициту. Примерами могут служить: введение талонной или карточной системы; контроль за рентными платежами (контроль за уровнем квартплаты); законы о ростовщичестве, определяющие максимальную норму процента, которую разрешается взимать с должников (потолки процента по кредитным карточкам); замораживание цен и заработной платы со стороны правительства; концерты рок-групп.

25. Нижний (минимальный) уровень цены и ее применение.

Нижний уровень цены – минимальная цена, устанавливаемая правительством и превышающая цену равновесия, - обычно применялся в таких случаях, когда обществу представлялось, что свободное функционирование рыночной системы не способно обеспечить достаточный уровень доходов определенным группам поставщиков ресурсов или производителей.

Минимальный уровень цены приводит к перепроизводству или избытку продукции. Примерами могут служить: законодательство о минимальной заработной плате (недискреционная фискальная политика), а также поддержка цен на сельскохозяйственную продукцию.

Глоссарий

Эластичность спроса по ценам – отношение процентного изменения величины спроса на товар к заданному процентному изменению его цены при прочих равных условиях.

Эластичный спрос – ситуация при которой величина спроса изменяется на больший процент, чем цена, и поэтому общий доход возрастает по мере того, как падает цена.

Неэластичный спрос – ситуация, при которой величина спроса изменяется на меньший процент, чем изменяется цена, и общий доход уменьшается по мере падения цены.

Спрос с единичной эластичностью – ситуация, при которой цена и величина спроса изменяются на одинаковый процент и, следовательно, общий доход остается неизменным по мере изменения цены.

Совершенно эластичный спрос – ситуация, при которой кривая спроса строго горизонтальна.

Совершенно неэластичный спрос – ситуация, при которой кривая спроса строго вертикальна.

Эластичность спроса по доходам - это отношение процентного изменения величин спроса на товар к заданному процентному изменению доходов потребителей при прочих равных условиях.

Перекрестная эластичность спроса – это отношение процентного изменения величины спроса на товар к заданному процентному изменению цены некоторого другого товара при прочих равных условиях.

Эластичность предложения по цене – это отношение процентного изменения величины предлагаемого товара к заданному процентному изменению в цене этого товара при прочих равных условиях.

Структура налогообложения – это распределение налогового бремени между субъектом экономических отношений.

Тема 6. Теория потребительского поведения

1. Объясните теорию потребительского поведения.

Теория потребительского поведения или выбора объясняет, как потребители тратят свой доход (R) с целью максимизации общей полезности (TU). Данная теория показывает, каким образом их выбор влияет на цену товаров, доход, предпочтения и как покупатели максимизируют свои “чистые” выигрыши от приобретения товаров и услуг. Эта теория имеет широкую сферу применения не только при осуществлении выбора в рыночной деятельности. Она может объяснить, например, как экономические соображения влияют на решения вступить в брак, иметь детей и распределять время между трудом и отдыхом.

2. Модель структуры потребительского поведения.

Теория потребительского поведения можно описать через цели, ограничения и варианты выбора.

3. Полезность и ее обозначение.

Полезность (u – utility) – это способность удовлетворять потребность человека. Впервые данный термин был введен английским философом и социологом Джереми Бентам. Полезность является целью в построении теории потребительского выбора.

4. Способ описания ограничений, накладываемых на множество их возможностей, которым располагают потребители.

Ограничения на множество возможностей, которые имеет потребитель: это редкость и ограниченность ресурсов; цены на товары; размер потребительского бюджета. Например, обычное столовое меню.

5. Возможна ли ситуации, в которых важнейшими ограничениями могут быть и не бюджет и не рыночные цены?

Да, возможны. Например, выбирая скорость движения автомобиля, Вы знаете, что “цена” (альтернативная стоимость) большей безопасности может состоять в том, что у Вас уйдет больше времени на дорогу до места назначения; выбирая себе супруга или супруга, Вы исходите из действия

закона, который гласит, что Вы не можете иметь одновременно более одного (одной) супруги (супруга).

6. Какие существуют подходы в процессе разбора теории выбора (которые делают потребители с целью максимизации полезности исходя из своего ограниченного бюджета)?

Рассматриваются 2 подхода: кардиналистский – традиционная версия с точки зрения полезности; ординалистский – в которой полезность играет менее существенную роль.

7. Кем был создан принцип убывающей предельной полезности?

В конце XIX века данный принцип убывающей предельной полезности, в понимании рационального выбора потребителей был создан Уильямом Джевонсом. Этот принцип основан на том, что выбор потребителей не сводится к принятию решений “все или ничего” (например, выбор, между тем, чтобы начать курить и тем, чтобы дать зарок вообще никогда не курить). Решения потребителей являются инкрементальными, имеющими приростный характер (например, о потреблении того или иного продукта, могут различаться между собой на очень малую физическую величину реального потребления этого продукта). Например, Вы решаете съедать каждый месяц на 1 цыпленка больше, чем обычно.

8. Объясните, что такое “предельный” (marginal)?

В тех случаях, когда экономисты характеризуют результаты того, что нечто сделано в чуть большем или чуть меньшем объеме, они пользуются прилагательным “предельный”.

9. Предельная полезность и ее определение.

Предельная полезность (MU) – представляет собой величину добавочной, дополнительной полезности, которую получает потребитель от потребления еще одной единицы товара при прочих равных условиях.

Принцип убывающей предельной полезности (MU), его характеристика.

Принцип убывающей предельной полезности – это чем большее количество потребляемых товаров, тем меньше предельная полезность, извлекаемая из потребления каждой последующей единицы этого товара.

11. Данный принцип убывающей предельной полезности можно ли зафиксировать?

Принцип убывающей предельной полезности был сформулирован на основе самоанализа (интроспекции) нежели наблюдения. Возможно, Вы испытали убывание предельной полезности на себе, например, в жаркий день Вас мучает жажда, первый стакан воды приносит Вам максимальную полезность, а второй, а тем более 3, 4 и т.д. приносят Вам уже меньшее удовольствие, а возможно и отрицательное удовольствие. Полезность понятие субъективное. Никто еще не изобрел “измеритель” полезности, который можно было бы подсоединить к живому человеку и измерить полученную полезность с той же легкостью, с какой можно измерить артериальное давление.

12. Изобразите графически предельную полезность.

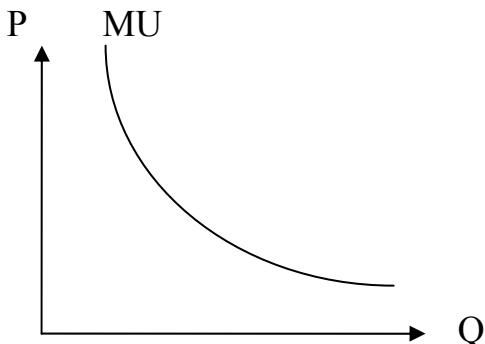


Рис. 6.1

13. Потребительский выбор и его определение.

Потребительский выбор – это выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов. Функция полезности максимизируется в том случае, когда денежный доход потребителя расходуется таким образом, что каждый последний рубль, затраченный на приобретение любого товара, приносит одинаковую предельную полезность.

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_3}{P_3} = \lambda$$

Вывод о максимизации полезности при удовлетворении потребностей в товарах и услугах.

14. Существует правило максимизации полезности?

Правило максимизации полезности и его определение.

Правило максимизации полезности позволяет сопоставить предельную полезность товара с затратами потребителя, то разумный потребительский выбор не только предполагает сопоставление дополнительных выгод и дополнительных затрат.

15. Виды потребительского выбора.

Наряду с общими принципами выбора рационального потребителя существуют особенности – эффект зависит от вкусов и предпочтений, который был сделан американским экономистом Лейбенстайном. Виды потребительского выбора: функциональный и нефункциональный спрос. Функциональный спрос – это спрос на товары и услуги, обусловленный качествами, присущими самому товару. Нефункциональный спрос – это спрос, обусловленный факторами, не связанными с самим товаром. Нефункциональный спрос возникает в результате спекулятивного, нерационального спроса и социального эффекта. Спекулятивный спрос – это отношение покупателей к товару, возникающий с высокими инфляционными ожиданиями, когда опасность увеличения цены в будущем стимулирует дополнительное потребление в течение какого-то времени. Нерациональный спрос – это незапланированный спрос, возникающий под влиянием сию минутного желания, внезапного изменения настроения и каприза. Нерациональный спрос нарушает предпосылку о рациональном поведении потребителя. Многие люди в большей и меньшей степени подвержены вспышкам нерационального спроса и часть совершают покупки, о которых нередко жалеют в дальнейшем. Социальный эффект – это отношение

покупателей к товару, который определяется влиянием на него вкусов и предпочтений, который возникает в результате эффекта присоединения к большинству, эффекта сноба и эффекта Веблена. Эффект присоединения к большинству – потребитель, стремясь не отставать от других, приобретает то, что покупают другие. Он зависит от мнения других потребителей, и эта зависимость прямая. Эффект сноба возникает в том случае, когда у потребителя доминирует стремление выделиться из толпы и здесь у данного потребителя выбор зависит от выбора других, и эта зависимость обратная. Эффект Веблена или “теория праздного класса”, возникает, когда товары и услуги используются не по прямому назначению, а для того, чтобы произвести на окружающих неизгладимое впечатление. Этот эффект увеличение потребительского спроса, связан с тем, что товар имеет более высокую цену (а не низкую). Эффект Веблена зависит от цены. Кривая потребительского спроса менее эластична, имеет участки с положительным наклоном и рассматривается точно также как эффект Гиффена.

16. Постулаты теории потребительского выбора.

множественность видов потребления. Каждый потребитель желает потреблять множество разнообразных индивидуальных благ.

Ненасыщенность – потребитель стремиться иметь большее количество любых товаров и услуг, он не пресыщен ни одним из них. Предельная полезность всех этих экономических благ всегда положительна.

Транзитивность. Теория потребительского выбора исходит из постоянной и определенной согласованности вкусов потребителей. Если потребителю безразличны товары А и В; В и С, то ему безразличны товары А и С.

Субституция. Потребитель согласен отказаться от небольшого количества товара А, если ему предложат взамен большее количества товара В субститута.

Убывающая предельная полезность зависит от его общего количества, которым располагает данный потребитель и с увеличением количества потребляемых товаров предельная полезность уменьшается.

Глоссарий

Полезность – это то удовольствие, удовлетворение или исполнение запросов, которое получают люди от потребления товаров или пользования услугами.

Предельная полезность – эта величина добавочной полезности, полученной от прироста величины потребления, равного единице некоторого блага при прочих равных условиях.

Принцип убывания предельной полезности – это принцип, согласно которому чем больше потребление некоторого блага, тем меньше приращение полезности, получаемой от единичного приращения потребления этого блага.

Потребительское равновесие – это ситуация, в которой потребитель не может увеличить общую полезность, получаемую исходя из данного

бюджета, расходуя меньше денег на покупку одного блага и больше на покупку другого блага.

Эффект замещения – та часть прироста величины спроса на подешевевший товар, которая образовалась вследствие замещения (замены) менее дорогостоящим благом, других благ, ставших теперь сравнительно дороже.

Эффект дохода – это доля изменения величины предъявленного спроса на подешевевший товар, вызванная соответствующим увеличением реального дохода.

Товар Гиффина – это низший товар, занимающий в бюджете потребителя значительное место, имеющий кривую спроса с положительным наклоном; для товара Гиффина эффект дохода от изменения цены перевешивается действием эффекта замещения.

Потребительский излишек – разница между максимумом цены, который потребитель готов заплатить за единицу некоего товара, и той реальной ценой, которую он заплатил фактически.

Излишек производителя – это разность между тем, что производители фактически получают за единицу товара и тем минимумом (цены), который они готовы за него получить.

Избыточное налоговое бремя – та часть экономического бремени налога, которая принимает форму излишка потребителя и производителя, утрачиваемого из-за того, что налог сокращает равновесное количество спроса и предложения товаров и услуг.

Набор безразличия – это набор вариантов потребительского выбора, каждый из которых обладает одинаковой полезностью; поэтому ни один из вариантов, составляющих этот набор, не имеет предпочтения перед другими.

Кривая безразличия – это графическое отображение набора безразличия.

Предельная норма замещения – эта норма, в соответствии с которой одно благо может быть замещено другим без выигрыша или потери для удовлетворения потребителя.

Карта безразличия – набор кривых безразличия для одного потребителя и одной пары благ.

Транзитивность – это принцип, согласно которому если А предпочтительнее, чем В, а В предпочтительнее, чем С, то А должно быть предпочтительнее, чем С.

Тема 7. Издержки производства

1. Экономические издержки производства и их характеристика.

Издержки в экономике непосредственно связаны с отказом от возможности производства альтернативных товаров и услуг. Экономические, или вмененные, издержки любого ресурса, выбранного для производства товара, равны его стоимости, или ценности, при наилучшем из всех возможных вариантов использования. Такая концепция издержек получила яркое воплощение в кривой производственных возможностей. Экономические издержки – это денежные выплаты, которые фирма обязана сделать, или те

доходы, которые фирма обязана обеспечить поставщику ресурсов для того, чтобы отвлечь эти ресурсы от использования в альтернативных производствах.

2. Что рассматривается под денежными выплатами?

Денежные выплаты (издержки) могут быть *внешними или внутренними*. Данное деление происходит на основе собственности на ресурс. Если ресурс не является собственным, то он внешний, а если он собственный, то внутренний.

3. Внешние издержки и их характеристика.

Внешние издержки – это денежные выплаты, или денежные расходы, которые фирма несет «из своего кармана» в пользу «аутсайдеров», поставляющих трудовые услуги, сырье, топливо, транспортные услуги, энергию и т.д. Внешние издержки представляют собой плату за ресурсы поставщикам, не принадлежащим к числу владельцев фирмы.

4. Внутренние издержки и их характеристика.

Внутренние издержки – это издержки на собственный и самостоятельно используемый ресурс представляют собой неоплачиваемые, которые ничего не стоят собственнику данной фирмы. С точки зрения фирмы, эти внутренние издержки равны денежным платежам, могли бы быть получены за самостоятельно используемый ресурс при наилучшем – из возможных способов – его применения.

5. Перечислите виды прибылей?

Прибыль бывает нормальной, бухгалтерской и экономической.

6. Нормальная прибыль и ее особенности.

Минимальная плата, необходимая, чтобы удержать предпринимательский талант в рамках данного предприятия, называется нормальной прибылью. Ее нормальное вознаграждение за выполнение предпринимательских функций является элементом внутренних издержек наряду с внутренней рентой и внутренней заработной платой. Если это минимальное, или нормальное, вознаграждение не обеспечивается, предприниматель переориентирует свои усилия с данного направления деятельности на другое, более привлекательное, либо даже откажется от роли предпринимателя ради получения зарплаты, или жалованья. Экономисты считают издержками все платежи – *внешние и внутренние, включая в последние и нормальную прибыль, - необходимые для того, чтобы привлечь и удержать ресурсы в пределах данного направления деятельности.*

7. Бухгалтерская прибыль и ее определение.

Бухгалтерская прибыль представляет собой общую выручку фирмы за вычетом внешних издержек.

8. Экономическая прибыль и ее определение.

Экономическая прибыль (чистая прибыль) – это общая выручка за вычетом всех издержек (внешних и внутренних, включая во внутренние издержки и нормальную прибыль предпринимателя). Экономическая прибыль не входит в издержки, т.к., по определению, это доход, полученный сверх нормальной прибыли, необходимой для сохранения заинтересованности

предпринимателя в данном направлении деятельности. Экономическая прибыль получается в том случае, когда предприниматель принимает на себя риск и с обладанием монопольной властью.

9. К чему стремиться любой предприниматель?

Любой предприниматель стремиться максимизировать прибыль, а чтобы больше получать прибыль он увеличивает объем производства.

Какими путями можно увеличить объем производства?

Существует два пути увеличения производительности труда и объема производства – интенсивный и экстенсивный. Интенсивный путь увеличения объема производства осуществляется в краткосрочном периоде: фиксированные мощности, а экстенсивный – в долгосрочном периоде: изменяющиеся мощности. Поскольку на изменение количества используемых в производственном процессе ресурсов затрачивается разное время, необходимо различать краткосрочный и долгосрочный периоды.

10. Краткосрочный период: фиксированные мощности и его характеристика.

Краткосрочный период – это период времени слишком короткий, чтобы предприятие смогло изменить свои производственные мощности, но достаточно продолжительный для изменения степени интенсивности использования этих фиксированных мощностей. Производственные мощности фирмы остаются неизменными в пределах краткосрочного периода, но объем производства может быть изменен путем применения большего или меньшего количества живого труда, сырья и других ресурсов. Существующие производственные мощности в пределах краткосрочного периода могут использоваться более или менее *интенсивно*.

11. Долгосрочный период: изменяющиеся мощности и его характеристика.

Долгосрочный период – это период времени достаточно продолжительный, чтобы изменить количества всех занятых ресурсов, включая и производственные мощности. С точки зрения отрасли, долговременный период включает в себя достаточно времени, чтобы действующие в ней фирмы смогли расформироваться и покинуть отрасль, а новые фирмы – возникнуть и вступить в отрасль.

12. Назовите закон, действующий в краткосрочном периоде?

В краткосрочном периоде действует закон убывающей отдачи.

13. Закон убывающей отдачи и его определение.

Закон убывающей отдачи или закон изменяющихся пропорций или закон убывающего предельного продукта утверждает, что начиная с определенного момента, последовательное присоединение единиц переменного ресурса (например, труда) к неизменному, фиксированному ресурсу (например, капиталу или земле) дает уменьшающийся добавочный, или предельный, продукт в расчете на каждую последующую единицу переменного ресурса. Например, если количество рабочих, обслуживающих данное машинное оборудование, будет увеличиваться, то рост объема производства будет происходить все медленнее, по мере того, как больше рабочих будет привлекаться к производству.

14. Средняя производительность труда и его определение.

Средняя производительность труда или производительность труда – это количество продукции или объем производства, в расчете на одного работающего.

15. Предельная производительность и его определение.

Предельная производительность – это изменение общего объема производства, связанное с каждым дополнительным вложением труда или величина изменения общего объема производства, связанного с присоединением каждой добавочной единицы труда.

16. Характеристика издержек производства в краткосрочном периоде.

В краткосрочном периоде существуют постоянные и переменные издержки. Причиной деления на постоянные и переменные издержки является объем производства или количество произведенной продукции.

17. Постоянные издержки и их характеристика.

Постоянные издержки – это издержки, величина которых не меняется в зависимости от объема производства. Постоянные издержки связаны с самим существованием производственного оборудования фирмы и должны быть поэтому оплачены, даже если фирма ничего не производит. К постоянным издержкам относится оплата обязательств по облигационным заемам, рентные платежи, часть отчислений на амортизацию зданий и оборудования. Страховые взносы, а также жалованье высшему управленческому персоналу и будущим специалистам фирмы.

18. Переменные издержки и их характеристика.

Переменные издержки – это издержки, величина которых меняется в зависимости от изменения объема производства. К ним относятся затраты на сырье, топливо, энергию, транспортные услуги, большая часть трудовых услуг (непосредственно, производящих товары и услуги) и т.п. прирост суммы переменных издержек, связанный с увеличением объема производства на одну единицу, не является постоянным.

19. Общие издержки и их характеристика.

Общие издержки – это сумма постоянных и переменных издержек. Общие издержки зависят от изменения переменных издержек.

20. Средние издержки производства и их характеристика.

Средние издержки производства – это затраты, приходящиеся на единицу продукции.

21. Необходимость расчета средних издержек производства?

Средние издержки производства необходимо рассчитывать для того, чтобы начать производство товаров или услуг, потому что они сравниваются с ценой, которая всегда указывается в расчете на единицу продукции. Если средние издержки больше, чем цена товара, то производить данный товар не стоит, и наоборот. Средние издержки показывают затраты производства данного товара и будут ли они окупаться.

22. Необходимость расчета предельных издержек производства?

Предельные издержки производства называются дополнительные, или добавочные, издержки, связанные с производством еще одной единицы продукции. Предельные издержки определяются для каждой добавочной

единицы продукции как изменение суммы издержек, которое явилось результатом производства этой единицы. Предельные издержки показывают увеличение издержек при увеличении объема производства, стоит ли увеличивать объем производства. Формула предельных издержек $MU = \frac{\text{изменение ТС}}{\text{изменение } Q}$

23. Издержки производства в долговременном периоде и их характеристика. В долгосрочном периоде все издержки являются переменными, потому что происходит изменение в структуре всех ресурсов.

24. Положительный эффект роста масштабов производства и его характеристика.

Положительный эффект масштаба, или эффект массового производства, или экономия обусловленная ростом масштаба производства объясняет исходящую часть кривой долгосрочных АТС. По мере роста размеров предприятия целый ряд факторов начинает действовать в направлении снижения средних издержек производства.

25. Положительные факторы, определяющие рост масштабов производства.

а) Специализация труда.

б) Специализация управленческого труда.

г) Эффективное использование капитала.

д) Производство побочных продуктов.

26. Отрицательный эффект роста масштабов производства и его характеристика.

Однако со временем расширение фирмы может привести к отрицательным экономическим последствиям и, следовательно, к росту издержек производства единицы продукции. Основная причина возникновения отрицательного эффекта масштаба связана: 1. с определенными управленческими трудностями, бюрократическая волокита; 2. проблема экологии, крупное предприятие загрязняет окружающую среду, природа уже не может уже справиться с загрязнением.

27. Минимальный эффективный размер предприятия и его характеристика.

Минимальный эффективный размер предприятия представляет собой просто наименьший объем производства, при котором фирма может минимизировать свои долгосрочные средние издержки.

28. Естественная монополия и ее характеристика.

Естественная монополия – это такая рыночная ситуация, при которой минимизация издержек производства единицы продукции достигается при наличии одной-единственной фирмы, производящей данный товар или услугу.

Глоссарий

Явные (денежные) издержки – альтернативные издержки, которые принимают форму явных (денежных) платежей поставщикам факторов производства и промежуточных изделий.

Неявные (имплицитные) издержки – альтернативные издержки использования ресурсов, принадлежащих владельцам фирмы (или

находящихся в собственности фирмы как юридического лица), которые недополучены в обмен не явные (денежные) платежи.

Чистая экономическая прибыль – сумма, остающаяся после вычитания из совокупного дохода фирмы величины явных и имплицитных издержек.

Бухгалтерская прибыль – совокупный доход минус явные (денежные) издержки.

Постоянные затраты – это затраты, которые не могут быть за относительно короткий промежуток времени ни увеличены, ни уменьшены с целью увеличения или уменьшения объема выпуска продукции.

Постоянные издержки - это явные денежные и имплицитные альтернативные издержки, связанные с обеспечением постоянных затрат.

Переменные затраты – затраты, которые могут быть увеличены или уменьшены с целью соответствующего изменения объемов производства в рамках краткосрочных временных интервалов.

Переменные издержки - явные денежные и имплицитные издержки, связанные с обеспечением переменных затрат.

Краткосрочный временной интервал - временной горизонт, в рамках которого объем выпуска продукции может регулироваться только с помощью изменения объемов переменных затрат, в то время как постоянные затраты остаются неизменными.

Долгосрочный временной интервал - временной горизонт, величина которого достаточно для того, чтобы дать возможность измениться как постоянным, так и переменным затратам.

Безвозвратные издержки - это издержки, осуществляемые фирмой единожды: они могут быть возвращены ни при каких обстоятельствах.

Совокупный физический продукт – совокупный выпуск продукции фирмы, измеренный в физических единицах.

Предельный физический продукт - выраженный в физических единицах прирост выпуска продукции, произведенной каждой дополнительной единицей переменных затрат данного рода при неизменности всех других видов затрат.

Закон убывающей доходности – принцип, гласящий, что при увеличении одного и неизменности всех других видов затрат, будет достигнута точка, за которой предельный физический продукт переменных затрат начнет сокращаться.

Предельные издержки – дополнительные издержки, требуемые для прироста выпуска некоего товара или услуги на 1 единицу.

Правило предельных и средних – это правило, согласно которому предельные издержки должны равняться средним издержкам в том случае, когда величина средних издержек достигает своего минимума.

Экономия, обусловленная ростом масштабов производства – сокращение долговременных средних издержек с увеличением объемов выпуска.

Ущерб, обусловленный ростом масштабов производства – увеличение долговременных средних издержек с увеличением объемов производства.

Постоянный эффект от изменения масштабов производства – отсутствие у фирмы, как экономии, так и ущерба от изменений масштабов производства.

Наименьший эффективный масштаб – это уровень выпуска продукции, начиная с которого прекращается действие эффекта экономии, обусловленной ростом масштабов производства.

Направление экспансии – линия на изоквантовой диаграмме, представляющая комбинацию затрат по производству различных объемов продукции (при заданных ценах) которая обеспечивает наименьший уровень издержек.

Тема 8. Четыре модели рынка

1. Основа выделения четырех моделей рынка.

Определение и выделение основных рыночных структур или моделей основана на определение цены и объема производства.

2. Четыре рыночных моделей: *чистая конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция и олигополия*.

3. Назовите виды конкуренции.

Существует совершенная и несовершенная конкуренция.

4. Модель совершенной конкуренции и ее характеристика.

К совершенной конкуренции относится чистая конкуренция, которая является абстрактной моделью, т.е. не существующей на рынке.

5. Несовершенная конкуренция и ее модели.

К несовершенной конкуренции относятся чистая монополия (абстрактная модель), монополистическая конкуренция и олигополия.

6. Какие модели рынка осуществляют производство товаров и услуг?

Монополистическая конкуренция и олигополия. Монополистическая конкуренция зависит от олигополии, потому что она создает технические средства для нее и ее техническое развитие зависит от развития олигополии. Чистая конкуренция ближе к монополистической конкуренции, чистая монополия ближе к олигополии.

Чистая конкуренция

1. Чистая конкуренция и ее характеристика.

Чистая конкуренция характеризуется следующими характерными чертами:

а) *очень большое число*. Основной чертой чисто конкурентного рынка является наличие большого числа независимо действующих продавцов (от 100 до 10000), обычно предлагающих свою продукцию на высокоорганизованном рынке. Примером служат рынки сельскохозяйственных товаров, фондовая биржа и рынки иностранных валют.

б) *стандартизированная продукция*. Конкурирующие фирмы производят стандартизированную, или однородную продукцию. При данной цене

потребителю безразлично, у какого продавца покупается товар. На конкурентном рынке товары фирм Б, В, Г, Д и т.д. рассматриваются покупателем как точные аналоги продукта фирмы А. Вследствие стандартизации продукции отсутствует основание для неценовой конкуренции, т.е. конкуренции на базе различий в качестве продукции, рекламе или стимулировании сбыта.

в) *«соглашающийся с ценой»*. На чисто конкурентном рынке отдельные фирмы осуществляют незначительный контроль над ценой продукции. Это свойство вытекает из предшествующих двух. В условиях чистой конкуренции каждая фирма производит настолько небольшую часть от общего объема производства, что увеличение или уменьшение ее выпуска не будут оказывать ощутимого влияния на общее предложение, или, следовательно, цену товара.

г) *свободное вступление и выход из отрасли*. Новые фирмы могут свободно входить, а существующие фирмы – свободно покидать чисто конкурентные отрасли. Не существует никаких серьезных препятствий – законодательных, технологических, финансовых и других – которые могли бы помешать возникновению новых фирм и сбыту их товаров на конкурентных рынках.

Чистая монополия

1. Чистая монополия и ее признаки.

Абсолютная, или чистая, монополия существует, когда одна фирма является единственным производителем товара, у которого нет близких заменителей. Признаки чистой конкуренции: а) *единственный продавец*. Чистый, или абсолютный монополист есть отрасль, состоящая из одной фирмы. Одна фирма является единственным производителем данного товара или единственным поставщиком услуги. Фирма и отрасль синонимы; б) *нет близких заменителей*. Из первого признака следует, что товар монополии уникален в том смысле, что не существует хороших или близких заменителей. С точки зрения покупателя, это означает, что нет приемлемых альтернатив. Покупатель должен покупать товар у монополиста или обходиться без него. То, что не существует близких заменителей монополизированного товара, имеет важное значение с точки зрения рекламы. В зависимости от типа предполагаемых товаров или услуги монополист может заниматься или не заниматься широкой рекламой и деятельностью по стимулированию сбыта; в) *«диктующий цену»*. Отдельная фирма, действующая в условиях чистой конкуренции, не оказывает влияния на цену товара: она *«соглашается с ценой»*. Это так, потому что она дает только незначительную долю совокупного предложения. Ярким контрастом выступает чистый монополист, диктующий цену: фирма осуществляет значительный контроль над ценой. И причина очевидна: он выпускает и, следовательно, контролирует общий объем предложения. При нисходящей кривой спроса на свой товар монополист может вызвать изменение цены товара, манипулируя количеством предложенного товара. Если это выгодно,

мы можем ожидать, что эта способность будет использована таким образом; г) *заблокированное вступление*. Чистый монополист не имеет прямых конкурентов, должна быть причина такому отсутствию конкуренции. И она есть: существование монополии зависит от существования барьеров для вступления: экономические, технологические, юридические или другие, определенные препятствия должны существовать, чтобы удерживать новых конкурентов от вступления в отрасль, если монополия собирается продолжать свое существование. Вступление в условиях чистой монополии заблокировано. Барьеры для вступления в отрасль: 1. *технологический* – а) экономия, обусловленная ростом масштабов производства: издержки; б) предприятия общественного пользования: естественные монополии; 2. *законодательный* – а) легальные барьеры: патенты и лицензии; б) собственность на важнейшие виды сырья; 3. *экономические* – нечестная конкуренция; д) *примеры*: в большинстве городов принадлежащих государству или регулируемые государством предприятия общественного пользования: газовые, электрические, водопроводная, кабельного телевидения, телефонная компании – являются монополиями или по сути таковыми. Конечно, почти всегда есть некоторая конкуренция. Свечи или керосиновые лампы являются очень несовершенными заменителями электричества; телефон может быть заменен телеграммами, письмами и услугами посыльных. Но такие заменители либо дороги, либо неудобны и непривлекательны. Классическим примером частной нерегулируемой монополии является алмазный синдикат «Де Бирс», который эффективно контролирует от 80 до 85 % мирового предложения алмазов. Хотя монополия в очень точном смысле слова не существует, были и есть ряд фирм, приближающихся к ней по типу. Профессиональные спортивные лиги также обладают монопольной властью в США. Лиги предоставляют клубам-членам права быть единственными поставщиками их услуг в определенных географических районах. За исключением Чикаго, Нью-Йорка и одного двух других чрезвычайно больших городских районов, более крупные города США обслуживаются одной профессиональной бейсбольной, футбольной, хоккейной или баскетбольной командой. Если вы хотите увидеть живую игру в баскетбол профессионалов высшей лиги в Фениксе или Сиэтле, то должны оказать финансовую поддержку соответственно командам «Санз» или «Соникс». Монополия может также иметь географическое измерение. Небольшой город подчас обслуживается только одной авиалинией или железной дорогой. Местный банк, кинотеатр, театр или книжный магазин может относиться к монополии в маленьком и географически изолированном населенном пункте.

2. X-неэффективность и ее определение.

Эффект от роста масштабов производства свидетельствует, необходимость существования монополии. В этих условиях при монополии существует понятие X-неэффективности. X-неэффективность имеет место тогда, когда фактические издержки фирмы для любого объема производства больше, чем минимально возможные издержки. X-неэффективность появляется при

снижении прибыли фирмы. Примером X-неэффективности в условиях чистой монополии и олигополии является плохой менеджмент, при росте фирмы, более легкой жизни на работе, уклонение от предпринимательского риска, обеспечение работой некомпетентных друзей и родственников, - которые противоречат минимизации издержек. Или фирма может просто стать вялой и сравнительно неактивной, полагающейся на грубо эмпирический метод в принятии решений в противоположность соответствующим расчетам издержек и доходов. Монополисты и олигополисты защищены от конкурентных сил, и такая окружающая среда является благоприятной для X-неэффективности. Например, согласно обоснованным оценкам, X-неэффективность может составлять 5 % или больше от издержек для монополистов, но только 3 % - для «средней» олигополистической отрасли, в которой четыре крупнейшие фирмы производят 60 % общего выпуска продукции. «X-неэффективность» существует и в большей степени подвержена снижению, когда давление конкурентов сильно, чем когда фирмы обладают изолированным рыночным положением.

3. Положительный признак для чистой монополии и олигополии.

Положительным явлением для монополии и олигополии является то, они получают экономическую прибыль, которую могут использовать на развитие научно-технического прогресса – создание НИОКР.

4. Характеристика ценовой дискриминации и ее признаки.

Ценовая дискриминация имеет место, когда данный товар продается по более чем одной цене и эти ценовые различия не оправдываются различиями в издержках. Монополист стремится получить прибыль на весь объем производства, и не заинтересован в простое своего оборудования. Достижение максимального объема продаж товаров происходит при ценовой дискриминации относительно различных групп населения.

Регулируемая монополия и ее характеристика.

Регулирование цен может быть использовано, чтобы устраниить полностью или частично стремление монополистов недораспределить ресурсы и получить экономические прибыли. Целью государственного регулирования цены является достижение эффективности распределения ресурсов, и государство пытается законодательно установить (максимальную) цену для монополиста, которая равна предельным издержкам. Государство регулирует цену монополистам с помощью общественно оптимальной цены и цены, обеспечивающей справедливую прибыль.

6. Определение общественно оптимальной цены и ее характеристика.

«Общественно оптимальная» цена устанавливается там, где кривые спроса и предельных издержек пересекаются. Производство имеет место, когда $P=MC$, и это равенство указывает на эффективное распределение ресурсов для этого продукта или услуги. Эта цена, при которой достигается эффективность распределения ресурсов, называется общественно оптимальной ценой. Общественно оптимальная цена, которая равняется предельным издержкам, будет такой низкой, что средние валовые издержки не покрываются.

Неизбежным результатам являются убытки. Причина этого заключается в основной черте коммунальных услуг. Так как они необходимы, чтобы удовлетворять «пиковые» требования (как ежедневно, так и посезонно) на их продукт или услугу, они имеют тенденцию располагать значительной избыточной производственной мощностью, когда спрос является относительно «нормальным». В качестве одного из вариантов была бы субсидия, достаточная для того, чтобы покрыть убыток, который повлекло бы за собой ценообразование на основе предельных издержек. Другая возможность состоит в том, чтобы оправдывать ценовую дискриминацию в надежде, что дополнительный доход, полученный таким образом, позволит фирме покрыть издержки. На деле государство отступает до некоторой степени от цели достижения эффективности распределения ресурсов и ценообразования на основе предельных издержек. Большинство монополий в США регулируются установлением цены, «обеспечивающей справедливую прибыль».

6. Охарактеризуйте цену, «обеспечивающую справедливую прибыль».

Цена, «обеспечивающая справедливую прибыль», устанавливается там, где пересекаются кривые спроса и средних издержек. Монополии в данном случае смогут покрывать свои издержки и получать прибыль, а в случае общественно оптимальной цены они несли убытки. Валовые издержки включают нормальную прибыль, или «справедливую», прибыль, что цена «обеспечивающая справедливую прибыль» была равна средним издержкам.

Монополистическая конкуренция

1. Монополистическая конкуренция: понятие и распространение.

Монополистическая конкуренция предполагает смешение монополии и конкуренции: а) относительно большое число. 1. Малая доля рынка. Каждая фирма обладает относительно небольшой долей всего рынка и поэтому имеет очень ограниченный контроль над рыночными ценами. Монополистическая конкуренция подразумевает такую рыночную ситуацию, при которой относительно большое число небольших производителей предлагает похожую, но не идентичную продукцию. Различия между монополистической и чистой конкуренции не требуется присутствия сотен и тысяч фирм, достаточно сравнительно большого их числа – 25, 35, 60 или 70, т.е. до 100 фирм. Важные признаки монополистической конкуренции, когда каждая фирма обладает относительно большой долей всего рынка, поэтому она имеет очень ограниченный контроль над рыночной ценой. 2. Невозможность сговора. Наличие сравнительно большого числа фирм к тому же гарантирует, что тайный сговор, согласованные действия фирм с целью ограничения объема производства и искусственного повышения цен, невозможен. 3. Независимость действий. Когда в отрасли действует много фирм, между ними нет жесткой взаимозависимости; каждая фирма определяет свою политику, не учитывая возможную реакцию со стороны конкурентов. При многочисленности фирм в отрасли нет ощущения

взаимной зависимости между ними; каждая фирма определяет свою политику, не учитывая возможную реакцию со стороны конкурирующих с ней фирм. Это весьма приемлемый способ действия фирм в условиях рынка, на котором ее конкуренты очень многочисленны. Реакцию конкурентов можно не учитывать, потому что влияние действий одной фирмы на каждого из ее многочисленных соперников настолько мало, что у этих конкурентов не будет причины реагировать на действия фирмы. б) дифференциация продукта. Дифференциация продукта может принимать ряд различных форм – *качество товара*. Товары могут различаться по своим физическим, или качественным, параметрам. «Реальные» различия, включающие функциональные особенности, материалы, дизайн и качество работы, являются крайне важными сторонами дифференциации продукта. Персональные компьютеры, например, могут различаться с точки зрения мощности, быстродействия, программного обеспечения, качества графического исполнения и степени их «ориентированности на потребителя». Существуют, к примеру, множество учебников по основам экономикс, которые отличаются по содержанию, структуре, способу изложения и доступности, имеют разные методические советы, графики, рисунки и т.д. Любой город достаточно большого размера имеет ряд розничных магазинов, торгующих мужской и женской одеждой, которая значительно отличается от аналогичной одежды из магазинов другого города по стилю, материалам и качеству работы. Подобным образом одна из сетей закусочных, торгующих гамбургерами, придает важное значение качеству булочек, которые отличаются пряным ароматом, в то время как ее конкурент уделяет особое внимание качеству котлет. Кредитные карточки на первый взгляд могут показаться однородными продуктами, различающимися только по размеру ежегодных взносов и процентным ставкам. Однако это не так. По некоторым карточкам предоставляются скидки при покупках, по другим снижается стоимость авиабилетов, а по третьим увеличиваются сроки гарантий на товары, приобретаемые в кредит. Услуги. Услуги и условия, связанные с продажей продукта, являются важными аспектами дифференциации продукта. Например, бакалейный магазин может придавать особое значение качеству обслуживания покупателей: его работники не только упакуют товары, но и отнесут их к автомобилю покупателя. Конкурирующий с ним большой розничный магазин может не делать этого, но продавать товары по более низким ценам. Или чистка одежды за одни сутки часто для потребителей предпочтительнее аналогичной по качеству чистки за три дня. Обходительность и услужливость служащих магазина, репутация фирмы в сферах обслуживания покупателей или обмена продуктов, возможность получения товаров в кредит являются аспектами дифференциации продукта, связанными с услугами. *Размещение*. Продукты также могут быть дифференцированы с точки зрения размещения и доступности. Небольшие бакалеи или продовольственные магазины самообслуживания успешно конкурируют с крупными супермаркетами, несмотря на то что последние имеют намного более широкий ассортимент

продукции и назначают более низкие цены. Владельцы маленьких магазинов располагают их на наиболее оживленных улицах, в густонаселенных кварталах, нередко они работают 24 часа в сутки. Так, расположение бензозаправочной станции на крупных автомагистралях позволяет продавать бензин по цене более высокой, чем на бензоколонке, расположенной в черте города дальше от таких автомагистралей. *Фирменное название и упаковка.* Дифференциация продукции может также обуславливаться предполагаемыми различиями, создаваемыми с помощью рекламы, использования торговых марок и упаковки, указанием на имена знаменитых пользователей продукции. Хотя существует много лекарств типа аспирина, активное продвижение товара и реклама могут убедить потребителей, страдающих головной болью, в том, что аспирин фирмы *Bayer*, или *Anacin*, или *Bufferin* лучше и заслуживает более высокой цены, чем другие лекарства этого типа. Имя знаменитости, ассоциирующееся с джинсами или духами, может улучшать мнение о них покупателей. Многие потребители считают, что зубная паста в специальных контейнерах предпочтительнее пасты в стандартных тюбиках. Для привлечения дополнительных клиентов используется не портящая окружающую среду упаковка или экологически чистые напитки и жидкое мыло. *Контроль над ценами.* Одной из важных характеристик дифференциации продукта является ограниченный контроль над ценами со стороны производителей и продавцов в условиях монополистической конкуренции из-за относительно большого числа фирм, действующих в конкретном секторе рынка. При монополистической конкуренции потребители выбирают продукцию определенных продавцов и в известных пределах платят более высокую цену за нее, чтобы реализовать свои предпочтения. На таком рынке продавцы и покупатели не связаны стихийно, как на рынке совершенной конкуренции. Однако контроль фирмы, действующей в условиях монополистической конкуренции, над ценой весьма ограничен, поскольку существует множество потенциальных заменителей ее продукта.

в) легкость вхождения и выхода из отрасли. Войти в отрасли с монополистической конкуренцией относительно легко. То, что производители в таких отраслях обычно являются небольшими по размеру фирмами как в абсолютном, так и в относительном выражении, предполагает незначительный эффект масштаба и наличие небольшого капитала. Однако в отличие от условий совершенной конкуренции в данном случае могут существовать некоторые дополнительные финансовые барьеры, порожденные потребностью получения продукта, отличающегося от продукта конкурентов, и обязательством рекламировать этот продукт. Кроме того, действующие фирмы могут владеть патентами на продукцию и авторскими правами на фабричные клейма и торговые знаки, что увеличивает трудности и издержки их копирования. Выход фирм из отраслей с монополистической конкуренцией сократить производство или закрыть его.

г) неценовая конкуренция и реклама. Расходы и усилия, вложенные в дифференциацию продукта, были бы потрачены напрасно, если бы

потребители не узнали о характерных особенностях продукта. Именно поэтому в условиях монополистической конкуренции фирмы рекламируют свои товары и услуги, и часто очень активно. Дифференциация продукта и реклама, являясь методами неценовой конкуренции, направлены на то, чтобы уменьшить значение цены как фактора, определяющего спрос потребителей, и усилить роль такого фактора, как оригинальность и неповторяемые особенности товара. В случае успеха кривая спроса фирмы смещается вправо и спрос становится менее эластичным.

д) отрасли с монополистической конкуренцией. Примерами монополистической конкуренции являются отрасли обрабатывающей промышленности, а также предприятия розничной торговли в столичных районах. Продуктовые магазины, бензозаправочные станции, парикмахерские, химчистки, магазины одежды и рестораны также действуют в условиях монополистической конкуренции.

Характеристика монополистической конкуренции в краткосрочном периоде. В течение краткосрочного периода монополистически конкурентная фирма будет максимизировать прибыль или минимизировать убытки, производя продукцию, для которой предельные доходы равны предельным издержкам. Характеристика монополистической конкуренции в долгосрочном периоде. В течение долгосрочного периода легкие вход и выход из отрасли приводят к тому, что монополистически конкурентные фирмы получают только нормальную прибыль.

4. Равновесие в условиях долгосрочного периода при монополистической конкуренции.

Равновесный выпуск монополистически конкурентной фирмы в долгосрочном периоде таков, что цена превышает предельные издержки (это указывает на недостаточное выделение ресурсов для производства) и цена превышает минимальные средние общие издержки (это подразумевает, что потребители не получают продукцию по минимально возможной цене).

Олигополия: характеристики и проявления.

1. Определение олигополии.

Олигополия – это такая структура рынка, когда доминирует несколько крупных производителей однородного или дифференциированного продукта.

2. Олигополия и ее характеристика.

Олигополисты обладают значительным контролем над рыночными ценами, но каждый должен принимать во внимание возможную реакцию своих соперников на его решения в области цен, объемов производства и расходов на рекламу.

а) несколько крупных производителей; б) однородные или дифференцированные продукты; в) контроль над ценами и взаимозависимость; г) барьеры входления на рынок; г) барьеры входления на рынок; д) слияние; ж) показатели концентрации рынка.

3. Несколько крупных производителей в условиях олигополии.

Рыночная модель олигополии охватывает довольно широкий спектр рыночных структур, располагающихся в промежутке между монополией и монополистической конкуренцией. Так, в олигопольным относятся столь разные рынки, как алюминиевая промышленность США, в которой на общенациональном рынке доминируют три очень крупные компании, и рынок запасных частей к автомобилям в городе средних размеров, который примерно поровну разделили между собой четыре или пять, несравненно меньших по размерам, автомобильных магазинов. Вообще говоря, когда существуют «три крупнейших» или «шесть крупнейших» компаний – это олигополия. Большая тройка включает три гиганта автомобилестроения – Дженерал Моторс, Форд и Крайслер.

4. Характеристика однородных или дифференцированных продуктов в условиях олигополии.

В зависимости от того, производит ли фирма, входящая в олигополию, стандартизованный или дифференцируемый продукт, она является либо однородной олигополией, либо дифференциированной олигополией, либо однородной олигополией. Многие товары промышленного назначения (сталь, цинк, медь, алюминий, свинец, цемент, промышленный спирт), которые производятся в условиях олигополии, представляют собой стандартизованные продукты. Напротив, многие отрасли, производящие потребительские товары (автомобили, шины, бытовую технику, электронное оборудование, сухие завтраки, сигареты и спортивные товары), являются дифференциированными олигополиями. Эти олигополии обычно активно участвуют в неценовой конкуренции и расходуют значительные средства на рекламу.

5. Контроль над ценами и взаимозависимость в условиях олигополии.

Поскольку олигополия подразумевает малое число фирм в отрасли, каждая фирма является «создателем цены», т.е. сама назначает цену. Так же как и монополист, фирма – участник олигополии может сама устанавливать цены и объемы производства продукции, позволяющие ей максимизировать прибыль. Но в отличие от монополиста, у которого нет соперников, олигополист должен принимать во внимание возможную реакцию своих конкурентов на любые изменения цены, объема выпуска, характеристик своей продукции, а также расходов на рекламу. Олигополия, таким образом, характеризуется взаимозависимостью: ситуацией, при которой объем прибыли каждого участника зависит не только от его собственной стратегии своих конкурентов. Например, решая, насколько увеличить цены на свои бейсбольные перчатки, компания Rawlings прежде должна узнать о намерениях других ведущих производителей, таких, Wilson. Или, разрабатывая рекламную стратегию, компания Burger King должна учитывать ответную реакцию компании McDonalds.

6. Барьеры входления на рынок в условиях олигополии.

Те же барьеры против вступления на рынок, которые формируют чистую монополию, объясняют и существование олигополии. Экономия на масштабах является важным барьером в большом числе олигопольных

отраслей, таких, как самолетостроение, резино-техническая и цементная промышленность. В этих отраслях три или четыре компании могут сосредоточить в своих руках такой объем продаж, который позволяет им получать значительную экономию от масштабов. Для новых фирм, на долю которых остается небольшая часть рынка, подобная экономия недостижима. Издержки производства в этих компаниях будут намного выше, и, в конце концов, фирмы не смогут удержаться на рынке. Тесно связанным с экономией от масштабов является и другой барьер – значительные капитальные затраты – затраты на приобретение зданий и оборудования, необходимые для начала деятельности. К капиталоемким отраслям, в частности, относятся такие отрасли, как производство реактивных двигателей, автомобильная промышленность, нефтепереработка. Владение и контроль над источниками сырья объясняет формирование олигополии во множестве отраслей добывающей промышленности, включая такие отрасли, как добыча золота, серебра и меди. В электронной, химической, фармацевтической промышленности, производстве фотографического и офисного оборудования в качестве барьеров входления на рынок служат патенты. Кроме того, известно, что олигополисты препятствуют входению на рынок новых потенциальных соперников, проводя политику упреждающего и репрессивного ценообразования, а также упреждающей и репрессивной рекламы. В 80-е годы, например, попытка нового участника (компании King Cola) войти в отрасль безалкогольных напитков была сорвана, как считается, значительным снижением цен и активной рекламой со стороны компаний Coca-Cola и Pepsi.

7. Слияние в условиях олигополии.

Некоторые олигополии возникли в основном в результате внутреннего роста доминирующих фирм (например, сухие завтраки, жевательная резинка, наборы конфет). Но для других отраслей дорога к олигополии имела внешний характер и шла, в частности, через слияния (например, на начальном этапе становления сталелитейной промышленности или позднее в отраслях авиаперевозок, банковского дела, развлечений). Слияния, или соединение, двух или большего числа ранее конкурировавших между собой фирм помогла значительно увеличить их долю рынка, позволяя новому и более крупному производителю добиваться значительной экономии от масштабов. Другим стимулом, побуждающим к слиянию, является желание обрести монопольную власть. Более крупная фирма может обладать и большей способностью контролировать рыночное предложение и, таким образом, цену продукции. Кроме того, поскольку компания становится более крупным покупателем сырья и материалов, она может требовать и добиваться снижения цен на них и, следовательно, сокращать собственные издержки производства.

8. Показатели концентрации рынка в условиях олигополии.

Для измерения уровня концентрации власти в руках крупнейших фирм в олигополистических отраслях используется ряд показателей. Основными

используемыми показателями являются коэффициент концентрации и индекс Герфиндаля.

9. Коэффициент концентрации и его определение.

Коэффициент концентрации показывает выраженную в процентах долю крупнейших фирм в общем объеме продаж отрасли. Так, например, четыре крупнейших американских производителя хлопьев для завтрака сосредоточили в своих руках порядка 85 % всего объема производства хлопьев внутри США. Хотя коэффициенты концентрации представляют собой удобный инструмент для анализа уровня конкуренции или степени монопольной власти в различных отраслях экономики, у них есть недостатки.

10. Недостатки коэффициента концентрации и их характеристика.

а) локальные рынки. Коэффициенты концентрации относятся к национальным рынкам в целом, в то время как реально продажа некоторых продуктов в силу высоких транспортных издержек локализована на местных рынках. Например, коэффициент рыночной концентрации четырех фирм в производстве бетона составляет всего 6 % , что заставляет предположить высокий уровень конкуренции в отрасли. Но подавляющая часть этой продукции поставляется на рынки конкретного города или определенной области, и на таких локальных рынках мы сталкиваемся с олигопольной структурой поставок. На местном уровне некоторые аспекты деятельности розничной торговли, особенно в малых и средних городах, могут быть охарактеризованы как олигополия.

б) межотраслевая конкуренция. Определение границ отраслей до некоторой степени является произвольным. В этом смысле необходимо помнить о межотраслевой конкуренции, т.е. о конкуренции между двумя продуктами, которые выпускаются формально разными отраслями. Так, например, высокий коэффициент концентрации в производстве меди занижает уровень конкуренции в отрасли, поскольку алюминий конкурирует с медью во многих областях, например на рынке линий электропередач. Аналогичным образом стал и алюминий конкурируют друг с другом в производстве некоторых частей автомобилей, например, в производстве наружных панелей и моторов для автомобилей.

г) мировая торговля. Товары, производимые внутри страны могут иметь высокий уровень концентрации, поскольку не учитывают конкуренции со стороны импорта. Производство мотоциклов и велосипедов является хорошим тому примером. Производство мотоциклов и велосипедов в США является хорошим тому примером, поскольку значительная часть мотоциклов и велосипедов, купленных в США, - импортные. Многие из крупнейших корпораций мира являются иностранными компаниями, и значительная часть этих компаний действует в США.

11. Индекс Герфиндаля и его определение.

Перечисленные выше недостатки относятся и к другим показателям концентрации рынка, но одну проблему все же можно решить. Предположим, что в отрасли X одна фирма обеспечивает весь отраслевой выпуск. Во второй отрасли Y существует четыре фирмы, и каждая

производит 25 % отраслевого выпуска. Коэффициент концентрации в обеих отраслях составляет 100 %. Но отрасль X представляет собой абсолютную монополию, в то время как отрасль Y является олигополией, в которой присутствует значительный элемент соперничества. Большинство экономистов скажут, что монопольная власть значительно выше в отрасли X, чем в отрасли Y, что, однако, маскируется одинаковым 100 %-ным коэффициентом концентрации в обеих отраслях. *Индекс Герфиндаля* решает эту проблему. Этот индекс представляет собой *сумму квадратов процентных долей рынка всех фирм в отрасли*. Уравнение выглядит следующим образом: Индекс Герфиндаля = $(\% S1)^2 + (\% S2)^2 + (\% S3)^2 + \dots + (\% Sn)^2$, где $\% S1$ – доля рынка, выраженная в процентах, принадлежащая фирме 1, $\% S2$ – доля рынка, выраженная в процентах, принадлежащая фирме 2, и т.д. для всех фирм данной отрасли. Возводя в квадрат доли рынка всех фирм в отрасли, индекс тем самым придает гораздо большие веса крупным, и, следовательно, более могущественным фирмам, чем мелким. В случае отрасли X с единственной компанией индекс Герфиндаля равен 100^2 (100 % в квадрате), или 10000, указывая на то, что в отрасли наблюдается монополия. Для отрасли Y из четырех равных по силе фирм индекс Герфиндаля равен $25^2 + 25^2 + 25^2 + 25^2$, или 2500, что указывает на существенно меньшие размеры рыночной власти. (Для отрасли с совершенной конкуренцией индекс будет стремиться к нулю, поскольку рыночная доля каждой фирмы в отрасли - $\% S$ в уравнении – бесконечна мала.) Итак, чем выше значение индекса Герфиндаля, тем больше рыночная власть крупнейших компаний над отраслью.

12. Простая модель теории игр и ее описание.

Ценовое поведение участников олигополии имеет сходство с игровой стратегией в таких играх, как покер, шахматы или бридж. Достижение наилучшего результата зависит от того, что делают соперники. Игроки (олигополисты) должны строить свои действия в соответствии с действиями и ожидаемой реакцией игр. Простая модель теории игр используется для анализа ценового поведения олигополистов. Предположим, что на рынке существует дуополия, или олигополия двух фирм, производящих спортивную обувь. Каждая из этих фирм, назовем их RarAir и Uptown, может выбирать между двумя ценовыми стратегиями: повышением и понижением цен. Прибыль, которую получит каждая, зависит от собственной стратегии и стратегии, выбранной соперником. Теория игр показывает, что: а) ценовые политики олигополий взаимозависимы; б) сговор увеличивает прибыли компаний; в) олигополисты стремятся нарушить тайный сговор.

13. Модели олигополии и их формирование.

Чтобы лучше разобраться в механизме формирования цен и объемов производства в условиях олигополии, рассмотрим три различные ценовые модели: 1) ломаная кривая спроса; 2) ценового сговора; 3) ценового лидерства. В случае олигополии не существует одной модели, как это было в исследовании других рыночных структур. Стандартного образа олигополии

не существует потому, что многообразие видов олигополии и сложности, которые создает взаимозависимость.

14. Теория ломаной кривой спроса и ее характеристика.

В теории ломаной кривой спроса цена на продукцию олигополии является относительно негибкой, поскольку олигополист предполагает, что его соперники последуют за ним и также снизят цены, проигнорировав повышение цены товара. Теория ломаной кривой спроса основана на том, что участники олигополии не вступают вговор и действуют независимо. Данная зависимость зависит от эластичности и неэластичности спроса на продукт.

15. Модель тайного сговора и ее характеристика.

Одной из форм монополии является картель. Участники картеля договариваются о разделе рынка и устанавливают единую цену, с тем чтобы максимизировать общую прибыль членов картеля, как если бы все они являлись филиалами чистой монополии. Сговор между участниками олигополии затруднен в силу: а) различий в условиях спроса на рынке и издержек продавцов; б) сложности координации объемов производства участников; в) существования возможностей нарушать сговор; г) стремление нарушать тайные соглашения в периоды циклических спадов; д) возможностей вступления новых фирм на рынок; е) действия антимонопольного законодательства.

16. Модель ценового лидерства и ее характеристика.

Ценовое лидерство означает неформальное соглашение между участниками олигополии следовать за изменениями цен, проводимыми по инициативе выбранной фирме (обычно самой крупной в отрасли).

Глоссарий

Структура рынка – это основные характерные черты рынка, к числу которых относятся: количество и размеры фирм, степень сходства или отличий товаров разных фирм, легкость входа на и выхода с конкретного рынка, доступность рыночной информации.

Совершенная конкуренция – эта рыночная структура, характеризуемая большим количеством мелких фирм, однородностью продукции, свободой входа и выхода и равным доступом к информации.

Олигополия – эта рыночная структура, состоящая из небольшого числа фирм, причем, по крайней мере, некоторые из них имеют большие размеры относительно размеров рынка.

Монополистическая конкуренция - рыночная структура, состоящая из множества мелких фирм, выпускающих неоднородную продукцию; характеризуется свободным входом и выходом фирм.

«Прайс – тейкер» - эта фирма, продающая свою продукцию по ценам, определяемым силами, над которыми она не имеет контроля.

Предельный доход – величина, на которую изменяется совокупный доход в результате увеличения количества произведенной и реализованной продукции на 1 единицу.

Закрытая монополия – монополия, защищенная юридическими запретами, наложенными на конкуренцию.

Естественная монополия – отрасль, в которой долгосрочные средние издержки минимальны, только когда одна фирма обслуживает весь рынок.

Открытая монополия – монополия, при которой одна фирма по крайней мере на некоторое время становится единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции.

Простая монополия – монополия, которая в каждый конкретный момент времени продает свою продукцию по одной и той же цене всем своим покупателям.

Лимитирующее ценообразование – стратегия ценообразования, при которой господствующая на рынке фирма устанавливает цену на уровне меньшем того, который дает возможность получать краткосрочную максимальную прибыль.

Цель стратегии – уменьшение вероятности ничьей прибылью.

Ценовая концентрация – это практика установления разных цен на различные единицы одного и того же продукта, не оправданная никакими различиями в издержках.

Чистые потери («дедвейт-убытки») – это потери излишков потребителя или производителя, которые не скомпенсированы ничьей прибылью.

Концентрация рынка – степень преобладания на рынке одной или нескольких больших фирм.

Коэффициент концентрации – процентное отношение продаж четырех или восьми крупнейших фирм к общему отраслевому объему продаж.

Индекс Герфиндаля – это индекс рыночной концентрации, вычисляемый как сумма квадратов долей рынка (выраженных в процентах) всех фирм, продающих продукцию на этом рынке.

Входные барьеры – любые обстоятельства, мешающие новой фирме на равных конкурировать со старожилами отрасли.

Олигополистическая взаимосвязь – необходимость тщательного учета действий конкурирующих фирм на олигополистическом рынке при определении цены и объема выпуска.

Картель – группа производителей, совместно максимизирующих прибыли путем фиксации цен и ограничения объемов выпуска.

Ценовое лидерство – ситуация, когда повышение или понижение цен фирмой, доминирующей в олигополии, – ценовым лидером, поддерживается всеми или большинством компаний на рынке.

Равновесие Нэша – это равновесное решение игры, при котором стратегия каждого игрока оптимальна при условии выбора стратегии другим игроком.

Тема 9. Спрос на ресурсы

1. Причины, обуславливающие необходимость изучения процесса формирования цен на ресурсы.

Существует несколько взаимосвязанных причин, обуславливающих необходимость изучения процесса формирования цен на ресурсы: а) факторы, определяющие денежные доходы. Значимость цен на ресурсы состоит в том, что они представляют собой основной фактор, влияющий на размер денежных, или номинальных, доходов. Расходы предпринимателей на приобретение экономических ресурсов в общем виде выступают как доходы в виде заработной платы, ренты, процентов, прибыли домохозяйств,лагающих имеющиеся в их распоряжении людские и материальные ресурсы; б) распределение ресурсов. Как и в процессе формирования цен на продукцию, они обеспечивают регулирование поступления готовых товаров и услуг покупателям, так как цены на ресурсы способствуют распределению ресурсов среди различных отраслей и фирм. Понимание механизма воздействия цен на распределение ресурсов особенно важно, поскольку в динамичной экономике, где быстро меняются технологии и вкусы, эффективное распределение ресурсов с течением времени вызывает непрерывное перемещение ресурсов между альтернативными пользователями; в) минимизация издержек. Для фирмы цены на ресурсы входят в издержки производства и, чтобы получить максимум прибыли, она должна производить наиболее эффективном сочетании наименее дорогостоящих ресурсов. При данном уровне технологии именно цены на ресурсы определяют то количество земли, труда, капитала и предпринимательской способности, которое можно использовать в производственном процессе; г) вопросы экономической политики. Наконец, существует множество этических аспектов и проблем экономической политики. Например, как следует распределять национальный доход, следует ли вводить специальный налог на «избыток» прибыли, необходимо ли государству устанавливать нижний предел заработной платы, имеет ли смысл предоставлять фермерам субсидии? Эти вопросы, как и вопросы этики распределения доходов, основаны на установлении цен на ресурсы. Ценообразование и использование ресурсов зависят от соотношения спроса и предложения, но существует проблема отдельных рынков, где предложение и спрос на ресурсы могут не просто значительно отличаться от обычных, но быть уникальными. Кроме того, ситуация усложняется тем, что на соотношение рыночных сил спроса и предложения могут серьезно воздействовать (или даже подавлять эти силы) экономическая политика и практические меры государства, фирм и профсоюзов.

2. Производный спрос и его понятие.

Спрос на ресурсы является производным спросом, т.е. производным от спроса на готовые товары и услуги, которые производятся с помощью данных ресурсов. Ресурсы удовлетворяют потребительские запросы не прямо, а косвенно – через производство потребляемых товаров и услуг. Так, никто не станет претендовать на непосредственное потребление акра земли, трактора или услуг фермера. Домохозяйства желают потреблять различные продовольственные товары или готовые ткани, иными словами, продукты, изготовленные из ресурсов, а не сами ресурсы. следуя той же логике, спрос

на автомобили порождает спрос на рабочих автомобильной промышленности, а спрос на такие услуги, как подготовка налоговых деклараций, стрижка волос и уход за детьми, создает вторичный спрос на услуги бухгалтерии, парикмахеров и работников детских учреждений.

Значение производного характера спроса на ресурсы и его зависимость.

Производный характер спроса на ресурсы означает, что устойчивость спроса на любой ресурс будет зависеть от: а) эффективности использования ресурса при создании товара; б) рыночной стоимости, или цены, товара, произведенного из данного ресурса. Другими словами, тот ресурс, который применяется наиболее эффективно в производстве товара, также высоко оценивается обществом и будет пользоваться большим спросом. Спрос будет вялым на относительно менее продуктивный ресурс, из которого производится какой-то товар, не пользующийся большим спросом у домохозяйств. И конечно, не будет никакого спроса на ресурс, из которого эффективно производится продукт, совершенно не пользующийся спросом.

9. Эффективность использования ресурса при создании товара и его понятие.

Производительность характеризует эффективность использования ресурса при создании товара. В данном случае рассматривается предельный продукт (MP), или дополнительный выпуск, от использования каждой дополнительной единицы ресурса, на который оказывает влияние закон убывающей отдачи.

10. Рыночная стоимость, или цена, товара, произведенного из данного ресурса и его влияние.

Цена продукта. Производный спрос на ресурс зависит не только от эффективности использования данного ресурса, но также и от цены на производимый из данного ресурса продукт. В условиях совершенной конкуренции цена продукта – величина постоянная.

11. Предельный продукт в денежной форме (MRP) и его характеристика.

Предельный продукт в денежной форме (MRP) – прирост общего дохода в результате применения каждой дополнительной единицы вводимого переменного фактора производства.

Предельный продукт в денежной форме = изменение дохода/изменение объема ресурсов = $\Delta TR/\Delta Q$

12. Правило использования ресурсов и его понятие. Получение максимальной прибыли.

Чтобы максимизировать прибыль, фирма должна использовать дополнительные единицы любого вида ресурса до тех пор, пока прирост совокупного дохода фирмы от использования каждой последующей единицы ресурса превышает прирост связанных с ней общих издержек. MRP показывает прирост совокупного дохода в результате использования каждого последующего нанятого рабочего. Величина, на которую каждая дополнительная единица ресурса дает прирост издержек (издержек на ресурс), называется предельными издержками на ресурс (MRP). В форме уравнения они имеют следующий вид: предельные издержки на ресурс = изменение общих издержек (ресурсы)/изменение объема ресурсов = $\Delta TC/\Delta Q$.

Можно изменить формулировку правила использования ресурсов следующим образом: фирма будет считать прибыльным применение дополнительных единиц ресурса до той точки, в которой MRP данного ресурса равен MRC. Если число рабочих, которых в текущий момент нанимает фирма, таково, что MRP последнего нанятого рабочего превышает MRC, то фирма нанимает рабочих, которые «не компенсируют фирме своей заработной платы», и поэтому она может увеличить прибыль, только если уволит некоторое число рабочих. Правило равенства предельного продукта в денежной форме предельным издержкам на ресурс ($MRP = MRC$) очень похоже на правило максимизации прибыли ($MR = MC$), использованное при определении цен и объема продукции. Логическое обоснование обоих правил одинаковое, но теперь акцент делается на **затратах на ресурсы**, а не объеме продукции.

13. Применение правила $MRP = MRC$ в условиях совершенной конкуренции. Применение правила $MRP = MRC$ к кривой MRP фирмы показывает, что кривая MRP – это кривая спроса фирмы на ресурс. На совершенно конкурентном рынке ресурсов цена ресурса (ставка заработной платы) равна MRC. Кривая спроса на ресурс совершенно конкурентного продавца снижается только потому, что предельный продукт, произведенный с использованием ресурса, уменьшается; кривая спроса на ресурс несовершенно конкурентного продавца снижается, потому что предельный продукт и цена продукта уменьшаются по мере увеличения объема производства.

14. Факторы спроса на ресурсы и их влияние на кривую спроса.

Спрос на ресурс основывается на следующих факторах – изменения производительности ресурса, изменения спроса на продукт и изменения цен на другие ресурсы.

15. Факторы спроса на труд, смещающие кривую спроса.

а) изменения спроса на продукцию; б) изменения производительности; в) изменения цен на другие ресурсы.

Какие факторы определяют эластичность спроса на ресурсы?

а) коэффициент сокращения предельного продукта (MP); б) легкость замещения ресурса; в) эластичность спроса на продукт; г) соотношение издержек на труд и общих издержек. Эластичность спроса на ресурс является мерой того, насколько производители могут изменить объем потребления ресурса, когда меняется его цена. Эластичность спроса на ресурс будет тем меньше, чем быстрее происходит уменьшение предельного продукта, меньше число заменителей, ниже эластичность спроса на продукцию и меньше доля издержек на ресурсы в общих издержках.

17. Каким должно быть сочетание ресурсов для производства любого данного объема продукции с наименьшими издержками?

Фирма производит любой заданный объем продукции при комбинации ресурсов, обеспечивающей наименьшие издержки, когда последний доллар, затраченный на каждый ресурс, создает одинаковый предельный продукт. Издержки на производство любого объема продукции минимизируются, если

пределный продукт на рубль стоимости каждого применяемого ресурса будет одинаковым. На конкурентном рынке ресурсов предельная стоимость ресурса будет его рыночной ценой. Фирма может использовать столько ресурсов, сколько она может себе позволить за эту цену. В случае использования только двух ресурсов – труда и капитала – конкурентная фирма минимизирует издержки тогда, когда:

$$MP \text{ труда (MPL)}/\text{цена труда (PL)} = MP \text{ капитала (MPC)}/\text{цена капитала (PC)}$$

18. Какое сочетание ресурсов будет максимизировать прибыль фирмы?

Чтобы максимизировать прибыль, недостаточно только минимизировать прибыль, недостаточно только минимизировать издержки. Существует много различных уровней производства, при которых фирма может производить продукт с наименьшими издержками (предыдущая формула). Но есть только один уровень производства, при котором прибыль будет действительно максимальной. Производство продукции с максимальной прибылью достигается тогда, когда предельный доход равен предельным издержкам ($MR=MC$), а если это затраты ресурсов, то $MRP = MRC$. В условиях совершенно конкурентного рынка ресурсов предельная стоимость ресурсов (MRC) точно равна цене ресурсов P . Таким образом, для каждого конкурентного рынка ресурса получается уравнение максимизации прибыли: MRP (ресурса) = цена P (ресурса). Это условие должно относиться ко всем переменным ресурсам, а в долгосрочном плане все ресурсы можно считать переменными. В условиях конкурентного рынка фирма реализует комбинацию ресурсов, обеспечивающую максимальную прибыль, если каждый вводимый фактор производства используется до точки, в которой его цена равна издержкам на получение предельного дохода. Для двух ресурсов – труда и капитала – необходимо соблюдение обоих равенств: $PL = MRPL$ и $PC = MRPC$.

При создании комбинации этих двух условий путем деления обеих частей уравнения на соответствующие цены, уравнение будет иметь вид:

$$MRPL/PL = MRPC/PC = 1.$$

19. Распределение доходов в соответствии с теорией предельной производительности и экономическая справедливость.

В анализе формирования цен на ресурсы раскрывается обоснование положения о том, что экономическая справедливость является одним из признаков конкурентной рыночной экономики. Распределение дохода в соответствии с теорией предельной производительности указывает, что за все ресурсы платят, когда это выгодно экономически: у них есть предельная производительность по отношению к объему выпуска. Критики этой теории уверяют, что такое распределение дохода нельзя считать справедливым и в реальной жизни несовершенства рынка могут привести к тому, что доходы будут выше или ниже предельного вклада ресурса в производство.

Глоссарий

Производный спрос – это спрос на производительный ресурс, зависящий от спроса на продукт, в производстве которого используется данный ресурс.

Предельная доходность ресурса – изменение дохода в результате продажи продукции, произведенной с помощью дополнительной единицы ресурса.

Стоимость предельного продукта – предельный физический продукт, умноженный на цену единицы продукции.

Предельные издержки ресурса – размеры увеличения (прироста) общих затрат фирмы на ресурсы для приобретения дополнительной единицы данного ресурса.

Теория предельной производительности распределения – теория распределения доходов, согласно которой каждый фактор производства получает плату, равную его предельной доходности.

Монопсония – ситуация, когда на рынке только один покупатель; более обобщенно – ситуация, в которой фирма выступает как монополист на рынке, где она является покупателем.

Человеческий капитал – капитал в виде умственных способностей, полученный через формальное обучение или образование, либо через практический опыт.

Тема 10. Определение заработной платы

1. Назовите наиболее важную цену, которую встречает каждый индивид на протяжении всей жизни.

Наиболее важной ценой, с которой встречается индивид на протяжении всей своей жизни, оказывается ставка заработной платы. Она будет важнейшим фактором наряду с годовым количеством отработанных часов, определяющим экономическое благосостояние индивида.

2. Заработка плата и ее определение.

Заработка плата, или ставка заработной платы, является ценой труда. Заработка плата может принимать форму еженедельных или ежемесячных выплат, премий, гонораров, комиссионных вознаграждений, ежемесячных окладов.

Группы работников дифференцируемых по оплате труда.

а) рабочие и служащие самых разных профессий; б) различные специалисты – юристы, врачи, стоматологи, преподаватели и т.д.; в) владельцев мелких предприятий – парикмахеров, водопроводчиков, мастеров по ремонту телевизоров и множество розничных торговцев, предоставляющих услуги в процессе хозяйственной деятельности.

3. Уровень заработной платы и ее виды.

По уровню заработка плата различается на номинальную и реальную. Номинальная заработка плата – это сумма денег, полученная за час, день, неделю и т.д. Реальная заработка плата – это количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату; реальная заработка плата – это покупательная способность номинальной заработной платы. Реальная заработка плата зависит от номинальной заработной платы и цен приобретаемых товаров и услуг.

4. Спрос на труд и его зависимость.

Спрос на труд – как и на любой другой ресурс – зависит от его производительности. Чем выше производительность труда, тем выше спрос на труд. При данном совокупном предложении труда чем больше спрос, тем выше средний уровень реальной заработной платы.

5. Факторы, оказывающие влияние на производительность.

а) избыток капитала. Труд рабочих в развитых странах используется в сочетании с огромной массой основного капитала. Например, последние оценки показывают, что совокупный капитал в виде материальных активов (оборудования и зданий), приходящийся на одного американского работника, составляет приблизительно \$90 тыс.; б) доступ к большим природным ресурсам. В сравнении с величиной совокупной рабочей силы развитые страны располагают огромными природными ресурсами. Эти ресурсы либо имеются на территории самих этих стран, либо импортируются; в) передовые технологии. Технологический уровень производства в развитых странах в целом очень высокий. В этих странах рабочие во многих отраслях применяют не только больший объем основного капитала, чем рабочие за рубежом, но этот капитал – более совершенный технологически, чем в большинстве других стран мира. Методы работы также постоянно совершенствуются благодаря научным исследованиям и разработкам; г) качество труда. Здоровье, образование и подготовка, а также отношение к труду у рабочих развитых стран, как правило, гораздо лучше, чем у рабочих в развивающихся странах. А это означает, что даже при одинаковых количестве и качестве природных ресурсов и капитала рабочие развитых стран должны работать более эффективно, чем многие их зарубежные коллеги; д) другие факторы. Менее ощутимыми, но важными факторами обеспечения высокой производительности рабочих являются *эффективность и гибкость системы управления; деловые, социальные и политические климат.ю стимулирующие производство и производительность; огромный размер внутреннего рынка, обеспечивающего компаниям возможность реализовывать продукцию массового производства.* В долгосрочном плане реальная заработная плата, приходящаяся на одного рабочего, увеличилась примерно в той же степени, что и производительность труда.

6. Совершенно конкурентный рынок труда и его характерные черты.

а) большое число фирм конкурируют друг с другом при найме конкретного вида труда; б) многочисленные квалифицированные рабочие, имеющие одинаковую квалификацию, независимо друг от друга предлагают данный вид услуг труда; в) ни фирмы, ни рабочие не осуществляют контроля над рыночной ставкой заработной платы, и ни те и ни другие не «диктуют уровня заработной платы». Конкурентный наниматель является «получателем цены труда» и нанимает рабочих до тех пор, пока уровень заработной платы, MRC, не сравняется с MRP.

7. Как исчисляется ставка заработной платы, получаемая определенным типом работников?

Определение ставки заработной платы определяется спросом и предложением на труд.

8. Модель монопсонии и ее характеристика.

Монопсония – это когда наниматель обладает монопсонической силой покупать (или нанимать) работников. Монопсонии на рынке труда присущи следующие черты:

- а) существует единственный наниматель конкурентного вида труда;
- б) данный вид труда является относительно небольшим либо в силу географических факторов, либо потому, что альтернативный способ применения труда требует другой квалификации;
- в) фирма «диктует заработную плату», поскольку ставка заработной платы, которую фирма должна выплачивать, находится в прямой зависимости от числа нанимаемых работников.

В некоторых случаях монопсония, по существу, является полной в том смысле, что на рынке труда есть только один крупный наниматель. Например, экономика некоторых крупных и мелких городов почти полностью зависит от одной крупной фирмы. предприятие, добывающее серебро, может оказаться основным местом работы в отдаленном городке штата Колорадо или штата Айдахо. Текстильная фабрика в Новой Англии, целлюлозно-бумажная фабрика в штате Висконсии или какое-нибудь перерабатывающее предприятие в сельскохозяйственном районе часто обеспечивают большую долю занятости в соответствующей местности. Так, компания Maytag (производитель бытовой техники) является основным работодателем в городе Ньютоне, штат Айова. В других случаях может возникать олигопсония – ситуация, когда три или четыре фирмы могут нанимать большую часть предлагаемого на конкретном рынке труда. Наше исследование олигопсонии наводит на мысль о том, что среди олигопсонистов существует ярко выраженная тенденция действовать совместно при найме труда, т.е. выступать как некий монопсонист на рынке труда.

9. Восходящая кривая предложения труда при монопсонии.

Когда фирма нанимает значительную часть труда из общего имеющегося предложения конкретного вида труда, ее решение о найме большего или меньшего числа рабочих повлияет на ставку заработной платы, выплачиваемой за этот труд. В частности, если фирма достаточно велика в сравнении с рынком труда, то она вынуждена будет платить более высокую ставку заработной платы, чтобы привлечь больше труда. Для простоты предположим, что в какой-то местности есть только один наниматель конкретного вида труда. В этом предельном случае кривая предложения труда данной фирме и кривая совокупного предложения труда со стороны всего рынка труда совпадают. Эта кривая предложения, в силу ранее выясненных причин, плавно поднимается, указывая на то, что фирма должна платить более высокую ставку заработной платы для привлечения большего числа рабочих.

Кривая предложения труда по сути является кривой средних издержек на труд со стороны фирмы: каждая точка на ней показывает ставку заработной платы (издержек) одного рабочего, которую следует платить для привлечения соответствующего числа рабочих.

10. MRC выше ставки заработной платы в следующих условиях.

Когда монопсонист платит более высокую заработную плату, установленную для привлечения дополнительных рабочих, он должен выплачивать ее всем рабочим, в т.ч. и ранее нанятым, по более низким ставкам заработной платы. Если этого не происходит, то моральный климат среди рабочих, несомненно, ухудшится, и наниматель столкнется с серьезными проблемами недовольства рабочих из-за различия ставок заработной платы за одну и ту же работу. Что же касается издержек, то выплата одинаковой заработной платы всем рабочим будет означать, что издержки на дополнительного рабочего – предельные издержки на ресурс (труд), то есть MRC, будут превышать ставку заработной платы на величину, необходимую для доведения ставки заработной платы всех ранее нанятых рабочих до нового уровня заработной платы. Для монопсониста предельные издержки на ресурс (труд) будут превышать ставку заработной платы.

11. Равновесие между заработной платой и занятостью.

Сколько рабочих будет нанимать фирма и какую ставку заработной платы устанавливать? Чтобы максимизировать прибыль, фирма будет уравнивать предельные издержки на ресурс (MRC) с предельным продуктом в денежной форме (MRP) (в точке b). Затем монопсонист определяет, какой уровень зарплаты необходимо установить, чтобы привлечь нужных ему Gm рабочих. Зная движение кривой S, ясно, что в точке с заработная плата должна равняться Wm. Очевидно, наниматель нет нужды платить заплату в размере MRP, поскольку он может привлечь нужное чило рабочих (Gm) и при ставке Wm. Естественно, именно столько монопсонист и будет платить. Важно сравнить эти результаты с теми, которые могли бы быть получены в условиях конкурентного рынка труда. При найме труда в условиях конкуренции уровень занятости должен быть выше Gc, а ставка заработной платы – выше Wc. При прочих равных условиях монопсонист максимизирует свою прибыль путем найма меньшего количества рабочих и при этом выплачивает ставку зарплаты меньше, чем в условиях конкуренции. В результате общество получает меньше зарплаты, чем их предельный продукт в денежном выражении. Точно так же как монополист-продавец считает выгодным сократить производство, чтобы поднять цену на свои товары выше конкурентной, так и монопсонист – наниматель ресурсов считает выгодным сокращать занятость, чтобы снизить ставки зарплаты и соответственно издержки, т.е. установить ставки заработной платы ниже конкурентной цены. *Кривая предложения труда для монопсониста возрастает, поэтому MRC превышает ставку заработной платы для каждого рабочего. При прочих равных условиях, пользуясь правилом MRC = WRP, монопсонист будет нанимать меньше работников и платить более низкую заработную плату, чем стал бы платить наниматель в условиях совершенной конкуренции.*

12. Рабочие активно конкурируют при продаже своих услуг труда, а какой коллективный орган выступает от имени рабочих, требующих повышения ставки заработной платы?

На многих рынках рабочие «продают» трудовые услуги коллективно через профсоюзы. Чтобы проследить экономическое воздействие профсоюзов в упрощенном варианте, предположим, что на конкурентном рынке формируется профсоюз. Он ведет переговоры с относительно большим числом нанимателей. Профсоюзы преследуют много целей. Однако их основной экономической задачей является повышение заработной платы. В модели увеличения спроса на труд профсоюзы рассматривают увеличение спроса на труд как один из важнейших способов повышения заработной платы.

13. Как профсоюзы добиваются повышения ставки заработной платы?

Профсоюзы могут повышать ставки заработной платы путем сокращения предложения труда. Исторически рабочее движение США выступало за проведение политики, которая вела к уменьшению предложения труда в экономике в целом, чтобы повысить общий уровень заработной платы.

14. Профсоюзы поддерживают законодательство, которое:

а) ограничивает иммиграцию; б) сокращает детский труд; в) обеспечивает обязательный уход на пенсию; г) способствует сокращению рабочей недели.

15. Характеристика закрытого, или цехового, профсоюза.

Другим путем повышения ставок заработной платы является сокращение численности членов профсоюзов. Такая политика наиболее характерна для цеховых профсоюзов, которые объединяют рабочих определенной профессии, например столяров, каменщиков или водопроводчиков. Профсоюзы во многих случаях вынуждали предпринимателей нанимать только рабочих – членов профсоюзов, при этом обеспечивался полный контроль за предложением труда. Затем, путем проведения политики сокращения членства в профсоюзе – длительный срок обучения, непомерные вступительные взносы, ограничения, непомерные вступительные взносы, ограничение или запрещение принятия новых членов – профсоюзы искусственно сокращали предложение труда. По очевидным причинам подобный профсоюз можно назвать закрытым профсоюзом, т.к. более высокая заработка платы является результатом исключения рабочих из союза и, соответственно, из предложения труда.

16. Лицензирование работников и его характеристика.

Лицензирование работников – это широко используемое средство ограничения предложения определенных видов труда. Группа работников определенной профессии оказывает давление на власти региона или муниципалитета, побуждая их принять закон, в соответствии с которым, например, парикмахеры (врачи, водопроводчики, косметологи, сортировщики яиц, контролеры пестицидов и т.п.) могут заниматься своей деятельностью, только если их квалификация отвечает определенным требованиям. Эти требования могут включать уровень образования, стаж работы по специальности, сдачу экзаменов и личные характеристики

(«практикующий специалист должен иметь высокие моральные качества»). В Бюро лицензий, которое регулирует применение лицензионного законодательства, обычно преобладают представители лицензируемых профессий. В результате реализуется политика саморегулирования, отражающая интересы группы лиц. Система лицензирования предъявляет требования, которые ограничивают число лиц, получающих разрешение заниматься данным видом деятельности. Таким образом, целью лицензирования является защита потребителей от некомпетентных специалистов. Но фактически закон о лицензировании нарушается и число высококвалифицированных работников искусственно сокращается, в результате чего заработка плата повышается сверх конкурентной ставки у тех, кто остался работать. Более того, при лицензировании зачастую специально оговаривают местожительство, что сдерживает перемещение квалифицированной рабочей силы между штатами. По имеющимся оценкам, в настоящее время в США лицензируются работники около 600 профессий.

17. открытый, или отраслевой, профсоюз и его характеристика.

Большинство профсоюзов, однако, не ограничивает число своих членов. Наоборот, они стремятся объединить всех имеющихся или потенциальных рабочих. Это характерно для так называемых отраслевых профсоюзов, таких, как профсоюзы автомобилестроителей, шахтеров и сталелитейщиков, которые добиваются членства всех неквалифицированных, низкоквалифицированных и высоквалифицированных рабочих данной отрасли. Профсоюз может быть открытым и закрытым, если его члены являются квалифицированными специалистами, для которых нет в необходимых количествах соответствующей замены. Но профсоюз, включающий главным образом неквалифицированных и низкоквалифицированных рабочих, подорвет свое существование, если будет ограничивать число членов, поскольку в таком случае создается значительный резерв не объединенных профсоюзом рабочих, которыми легко можно заменять членов профсоюза при найме на работу. Если отраслевому профсоюзу удается объединить фактически всех рабочих данной отрасли, то фирмы будут находиться под большим давлением со стороны профсоюза при заключении договора о ставке заработной платы, потому что с помощью забастовки профсоюз может полностью лишить фирму предложения труда. Организуя практически всех рабочих в профсоюзы и тем самым контролируя предложение труда, открытые, или отраслевые, профсоюзы могут навязывать ставку заработной платы, например W_u , которая превышает конкурентную ставку заработной платы W_c . В результате кривая предложения труда перемещается из положения S в положение aS . При ставке заработной платы, равной W_u , наниматели будут сокращать занятость с G_c до G_u .

18. Профсоюзы смягчают безработицу, появившуюся в результате повышения заработной платы и их пути.

Профсоюзы могут смягчать безработицу, появившуюся в результате повышения заработной платы, двумя путями. а) рост спроса. Нормальный

рост экономики со временем вызывает повышение спроса на большинство видов труда. Так, сдвиг кривой спроса на труд может с избытком компенсировать любое воздействие безработицы, которое в противном случае ассоциировалось бы с указанным повышением зарплаты. На требования профсоюзов о повышении зарплаты по-прежнему будет оказывать сдерживающее воздействие фактор занятости, но уже в виде не абсолютного сокращения числа рабочих мест, а скорее снижения темпа прироста вакантных мест; б) эластичность. Величина эффекта безработицы будет зависеть от эластичности спроса на труд. Чем менее эластичен спрос, тем меньше величина безработицы, которая возникает в результате конкретного увеличения ставки заработной платы. Если профсоюзы достаточно сильны, то они могут добиться в коллективных трудовых соглашениях оговорок, в соответствии с которыми сокращается возможность замены труда другими факторами производства и, следовательно, уменьшается эластичность спроса на труд членов профсоюза. Например, профсоюз способен вынудить предпринимателя принять правила, которые препятствуют внедрению нового оборудования и станков. профсоюз может успешно договориться о выходном пособии или выплатах за приостановку производства, что повышает издержки фирмы по замещению труда капиталом, когда увеличиваются ставки заработной платы. Кроме того, профсоюз может добиться оговорок в трудовом соглашении о запрещении фирме передавать заказы субподрядчикам, где нет профсоюзов (более низкая заработкаальная плата), тем самым эффективно препятствуя замещению более дешевым трудом труда рабочих, объединенных в профсоюзы. По этим и другим причинам безработица оказывает менее ограничивающее воздействие на требования профсоюзов о повышении заработной платы, чем предполагается в наших моделях открытых и закрытых профсоюзов.

19. Пути расширения спроса на труд со стороны профсоюзов.

Профсоюзы увеличивают спрос на труд следующими путями: а) если увеличить спрос на готовую продукцию; б) повысить производительность труда; в) изменить цены на другие факторы производства или изменение цен на ресурсы-заменители.

20. Три модели рынка труда с учетом профсоюзов.

а) закрытый, или цеховой, профсоюз. В модели закрытого (цехового) профсоюза тред-юнионы пытаются повысить заработную плату, искусственно ограничивая предложение труда. Профсоюзы могут добиваться этого такими средствами, как, например, увеличение сроков обучения профессии или лицензирование работников; б) модель открытого (отраслевого) профсоюза демонстрирует еще один способ, с помощью которого профсоюзы могут повысить заработную плату, поставив под свой контроль предложение труда для отдельной фирмы и угрожая, с помощью забастовки, полностью лишить фирму рабочей силы, если она не согласиться на условия профсоюза; в) двусторонняя монополия возникает на таком рынке труда, где монополист ведет переговоры с открытым, или отраслевым,

профсоюзом. Размер заработной платы и уровень занятости в этой ситуации зависит от результатов переговоров по поводу коллективного договора.

21. Модель двусторонней монополии и ее характеристика.

Допустим, что на рынке труда, который является монопсоническим, чем конкурентным, сформировался сильный производственный профсоюз. В результате возникнет двусторонняя монополия, которая представляет объединение монопсонической модели с моделью открытых профсоюзов. Профсоюз является монополистическим «продавцом» труда в том смысле, что он контролирует предложение труда и может оказать влияние на ставки заработной платы; он противостоит монопсоническому нанимателю труда (или совокупности олигопсонических нанимателей), который тоже может воздействовать на заработную плату путем изменения занятости. Такое положение не является ни исключительным, ни особым случаем. В таких важных отраслях, как сталелитейная, автомобильная, мясоперерабатывающая и производство сельскохозяйственной техники, «большой труд» – или один крупный производственный профсоюз – ведет переговоры с «большим бизнесом» – несколькими крупными промышленными гигантами.

22. Закон о минимальной заработной плате и дискуссии «за» и «против».

Среди экономистов нет единодушного мнения о необходимости установления минимума заработной платы в качестве механизма предотвращения бедности. С одной стороны, это порождает безработицу среди некоторых низкооплачиваемых категорий работников, с другой стороны, приводит к росту доходов тех, кто продолжает работать.

23. Необходимость дифференциации заработной платы и ее наличие.

Дифференциация заработной платы в целом можно объяснить наличием: а) неконкурирующих групп, т.е. разницей в способностях и уровне подготовки различных групп работников; б) выравнивающих различий в оплате труда, которые компенсируют неденежные различия разных видов труда; в) отклонений от условий конкуренции на рынке в виде географического, искусственного и социологического ограничения мобильности.

24. Проблема «принципал – агент» и ее объяснение.

Проблема «принципал – агент» возникает, когда работники уклоняются от работы, т.е. прилагают меньше усилий, чем от них ожидалось. Фирмы могут бороться с этим, следя за работниками или создавая мотивирующие схемы оплаты, которые связывают получаемое вознаграждение с объемом проложенных усилий.

25. Мотивирующая схема оплаты и ее характеристика.

Мотивирующая схема оплаты тесно связана с оплатой труда работника с его производительностью. Такие мотивирующие схемы оплаты включают сдельную оплату, комиссионные и гонорары, выплату премий и доли от полученной фирмой прибыли, оплату за выслугу лет и плату за эффективный труд.

26. Неконкурирующие группы и ее понятие.

Рабочая сила является неоднородной по составу, рабочие в значительной степени различаются своими умственными и физическими способностями, а

также уровнем образования и подготовки. Следовательно, в любой период времени можно считать, что рабочая сила состоит из ряда неконкурирующих групп, каждая из которых может включать одну или несколько профессий, определяющих состав данной группы. Индивиды различаются по способностям, образованию и подготовке.

27. Инвестиции в человеческий капитал и их характеристика.

Инвестиции в человеческий капитал составляют затраты на образование и профессиональную подготовку, повышение квалификации, иными словами, все затраты, направленные на повышение производительности труда. Расходы на повышение производительности труда, как и расходы предпринимателя на приобретение машин и оборудования, можно отнести к капиталовложениям, поскольку текущие расходы предприниматель несет в надежде получить от них больше, чем он затратил путем увеличения будущего притока поступлений.

Глоссарий

Теория эффективной заработной платы – теория, утверждающая, что повышение заработной платы выше минимума, необходимого для привлечения квалифицированного работника, может поднять производительность в достаточной степени для того, чтобы увеличить прибыль.

Теория предельной производительности распределения – теория распределения доходов, согласно которой каждый фактор производства получает плату, равную его предельной доходности.

Монопсония – ситуация, когда на рынке только один покупатель; более обобщенно – ситуация, в которой фирма выступает как монополист на рынке, где она является покупателем.

Человеческий капитал – капитал в виде умственных способностей, полученный через формальное обучение или образование, либо через практический опыт.

Цеховой профсоюз – это профсоюз квалифицированных рабочих, включающий представителей какой-либо одной профессии.

Производственный профсоюз – это профессиональный профсоюз, объединяющий рабочих какой-либо отрасли в целом, включая квалифицированных рабочих всех специальностей.

Дискриминация на рынке труда – эта ситуация, при которой работодатели не жалеют принимать на работу представителей какой-нибудь группы (национальной, расовой, религиозной и пр.) на условиях оплаты, эквивалентных уровню заработка более предпочтительных групп.

Индекс различий Дункана – коэффициент, определяющий процентный состав мужчин или женщин, которые должны сменить род занятий, чтобы уравнять число мужчин (женщин) в каждой группе, выделенной по профессиональному признаку.

Тема 11. Рента и ссудный процент

1. Экономическая рента и ее понятие.

Экономическая рента – это цена, уплачиваемая за использование земли и других природных ресурсов, количество которых (их запасы) строго ограничено. Именно уникальные условия предложения земли и других природных ресурсов – их фиксированное количество – отличают рентные платежи от заработной платы, процента и прибыли.

2. Совершенно неэластичное предложение и образование земельной ренты.

Поскольку предложение земли S (и другие природные ресурсы) совершенно неэластично, то спрос на землю является единственным действительным фактором, определяющим земельную ренту. Рост спроса с D_2 до D_1 или уменьшение спроса D_1 до D_2 приводит к значительным изменениям размера земельной ренты с R_2 до R_1 в первом случае и с R_2 до R_3 – во втором. Но общее предложение земли остается неизменным – уровне L_0 . Если спрос на землю остается крайне малым (D_4) относительно предложения, то земля становится «свободным благом», или «бесплатным товаром», и перестает приносить ренту ее владельцам.

3. Почему земельная рента является излишком?

Абсолютную неэластичность предложения земли следует сравнить с относительной эластичностью таких материальных ресурсов, как строения, оборудование, складские помещения. В долгосрочном периоде совокупное предложение этих ресурсов не фиксировано. Повышение цен на них будет побуждать предпринимателей строить и предлагать большее количество этих ресурсов. И наоборот, падение цен на них приведет к тому, что предприниматели будут допускать изнашивание имеющихся зданий, оборудования и не станут их заменять. Кривая предложения неземельных ресурсов плавно поднимается, таким образом, цены таких ресурсов выполняют побудительную функцию. Высокая цена стимулирует увеличение предложения ресурсов, низкая цена – сокращение предложения. Однако в отношении земли дело обстоит иначе. Рента не выполняет никакой побудительной функции, поскольку совокупное предложение земли фиксировано. Если рента составляет 10 тыс. руб., 500 руб., 1 руб. или 0 руб. за га, то, независимо от цены, в распоряжении общества будет находиться одинаковое количество земли, пригодной для производства продукции. По этой причине экономисты считают ренту своего рода излишком, т.е. платой, которая не является необходимой в том смысле, что она не обеспечивает наличие земли в экономике.

4. Рента на землю и ее характеристика.

Рента на землю – это избыток в том смысле, что земля была бы доступна обществу, даже если бы рента не выплачивалась. Рента – это излишек, потому что земля была бы вовлечена в хозяйственный оборот даже при отсутствии всех видов рентных платежей. Понятие земельной ренты как излишка привело к возникновению движения за единый налог в конце XIX столетия.

5. Дифференциальная рента и ее понятие.

До сих пор мы исходили из предположения об одинаковом качестве земли. На практике это совсем не так. Производительность земель может значительно различаться. Эта разница возникает главным образом из-за различий в *плодородии почвы и из-за таких климатических факторов, как осадки и температура*. Именно эти факторы объясняют, почему почва в Аларском районе Иркутской области исключительно пригодна для производства зерна, а Мухоршибирский район Бурятии менее пригоден, а пустынные земли Джидинского и Кяхтинского районах Бурятии совсем непригодны для выращивания зерновых культур. Эти различия в производительности земель отражаются на спросе на ресурс. Конкурентное назначение цен фермерами приведет к установлению высокой ренты на высокопродуктивную землю в Аларском районе Иркутской области. Менее продуктивная земля в Мухоршибирском районе Бурятии даст намного меньшую ренту, а земля в Джидинском и Кяхтинском районах Бурятии – совсем никакой. *Местоположение* конкретного участка также является важным фактором при объяснении разницы в размере земельной ренты. При прочих равных условиях арендаторы будут платить больше за участок земли, которая стратегически более выгодно расположена по отношению к материалам, труду и потребителям, чем за удаленный от этих рынков участок. Пример – чрезвычайно высокая земельная рента в крупных мегаполисах и у подножья гор, где обычно размещаются лыжные курорты. Различия в размере ренты, обусловленные качественной неоднородностью земли, можно легко проследить на рис. 1, но несколько с другой точки зрения. Предположим, как и раньше, что производится только один сельскохозяйственный продукт, например зерно, на четырех участках земли разного качества, причем размер каждого участка фиксирован и равен L_0 . В сочетании с адекватными размерами капитала, труда и других взаимосвязанных ресурсов производительность или, точнее, предельная доходность каждого участка земли отражена кривыми спроса D_1, D_2, D_3 и D_4 . Участок земли 1 – наиболее производительный, что отражает положением кривой D_1 , а участок 4 – наименее производительный, о чем свидетельствует положение кривой D_4 . Экономическая рента с участков 1, 2 и 3 будет равна соответственно R_1, R_2 и R_3 , при этом разница в размере ренты отражает качественное различие трех участков земли. Качество участка земли 4 настолько низкое, что фермерам невыгодно вводить его полностью в оборот S . Он является «бесплатным» ресурсом, поскольку не представляет собой насколько редкий ресурс, чтобы на него был предъявлен спрос и могла быть назначена рента.

6. Альтернативное использование земли и ее понятие.

Земля может использоваться не только в производстве сельскохозяйственной продукции, но и по-разному. На одном гектаре земли в Аларском районе Иркутской области можно выращивать не только пшеницу, но и овес, ячмень, крупный рогатый скот. Кроме того, на этом гектаре можно построить жилье, скоростную автостраду или фабрику. Это свидетельствует о том, что

выбор конкретного варианта использования земли предполагает оценку альтернативных издержек – упущенной или непроизведенной продукции в наилучшем из отвергнутых вариантов использования этого ресурса. Там, где фирмы должны платить ренту, покрывающую альтернативные издержки, если они хотят гарантировать себе право использовать землю по собственному усмотрению. Для отдельной фирмы рента, аналогично заработной плате или процентам, представляет собой элемент их издержек производства. *С точки зрения общества экономическая рента не является элементом издержек.* Общество располагает неизменным объемом земли независимо от того, выплачивается экономическая рента. С общественной точки зрения экономическая рента является дополнительным платежом – излишком сверх того, что действительно необходимо обществу, чтобы получить выгоду от использования данного ресурса. Но отдельные фирмы вынуждены платить ренту, чтобы обеспечить их таким образом из других, альтернативных вариантов использования ресурсов. *Для отдельных компаний, следовательно, рентные платежи представляют собой издержки.* Дифференциальная рента позволяет использовать землю одним из альтернативных способов.

7. Процентная ставка и ее характеристика.

Процентная ставка – это цена, уплачиваемая за использование денег. Процентная ставка представляет собой сумму денег, которую нужно заплатить за использование 1 денежной единицы в течение одного года.

8. Цена использования денег и ее понятие.

Цена использования денег отражается в виде процента. Цена денег (процент) исчисляется в тех же единицах, что и сама ссуда, т.е. за денежную ссуду платят деньгами. Поэтому обычно цена денег выражается в виде процента, или доли, от суммы кредита, а не в абсолютном денежном исчислении. Лучше и понятнее сказать «12 % годовых», чем «за использование 1000 руб. надо платить 120 руб. в год». Называя ставку процентным отношением, будет проще сравнить ставки за использование различных сумм денег. Выразив процентную ставку как долевое отношение, можно непосредственно сравнить выплаты 432 руб. в год с суммы в 2880 руб. и 1800 руб. в год с 12 тыс. руб. в обоих случаях процентная ставка составляет 15 % - факт, который не столь очевиден, если оперировать абсолютными величинами. Ставка в 15 % представляет собой процентную годовую ставку.

9. Понятие, почему деньги не являются экономическим ресурсом.

Деньги – не экономический ресурс. Как таковые, деньги не являются экономическим ресурсом. Монеты, бумажные деньги или чековые счета – деньги в любой форме не являются производительными; они не могут производить товары или услуги. Однако предприниматели «покупают» возможность использования денег, потому что их можно истратить для приобретения средств производства – заводских зданий, оборудования, складских помещений и т.д. А эти средства вносят вклад в производство. Таким образом, используя денежный капитал, руководители предприятий в

конечном счете покупают возможность пользоваться реальными средствами производства.

10. Ссудные фонды и их характеристика.

Ссудные фонды – деньги, доступные для выдачи кредитов и получения ссуд. Так, например, теория ссудных фондов исследует процентную ставку не в терминах совокупного спроса на деньги и совокупного предложения денег, а в терминах доступных для кредитования (и, соответственно, заимствования) фондов.

11. Теория ссудных фондов в упрощенном виде и их объяснение.

Для простоты предположим, что домашние хозяйства и потребители являются единственными поставщиками этих фондов, а фирмы – их единственными потребителями. Кроме того, предложим, что процесс кредитования происходит непосредственно между домашними хозяйствами и фирмами, иными словами, между ними не существует финансовых посредников.

12. Предложение кредитных фондов и их объяснение.

Предложение ссудных фондов представлено кривой S. Возрастающий характер кривой свидетельствует о том, что при более высокой процентной ставке домашние хозяйства предоставляют для кредитования больше средств, чем при более низкой ставке. Большинство людей предпочитают использовать свой доход для покупки проносящих удовольствие товаров и услуг сегодня, а не откладывать эти покупки на будущее. Чтобы люди захотели отложить потребление и таким образом увеличили сбережения, их нужно «подкупить» или стимулировать выплатой процента. Чем выше процентные платежи, тем больше объем отложенного домохозяйствами потребления, и, следовательно, тем больше объем ссудных фондов. Между экономистами отмечаются расхождения по вопросу о том, насколько сильно объем ссудных фондов реагирует на изменения процентной ставки. Большинство экономистов склоняются к тому, что сбережения относительно нечувствительны к изменениям процентной ставки. Кривая предложения ссудных фондов, таким образом, может быть менее эластичной, чем это показывает кривая S.

13. Спрос на ссудные фонды и их объяснение.

Фирмы заимствуют ссудные фонды прежде всего с целью увеличить объем собственного основного капитала – для строительства новых заводов и складских помещений, покупки технических средств и оборудования. Допустим, фирма хочет купить станок, который позволит увеличить объем выпуска и продаж, в результате чего совокупный доход фирмы, возрастет на 110 руб. в год. Кроме того, предположим, что этот станок стоит 100 руб. и срок его использования – один год. Сравнивая 10 руб. излишка, который останется у фирмы после покрытия затрат на покупку станка, с затратами на его приобретение (100 руб.), можно рассчитать, что в первый год ожидаемая норма прибыли от этих инвестиций составит 10 % (10 руб./100 руб.) в год. Чтобы определить, насколько прибыльны и целесообразны подобные инвестиции, фирма должна сравнить процентную ставку, или цену

привлечения ссудных фондов, с ожидаемой нормой прибыли – 10 %. Если средства можно привлечь по ставке, меньшей, чем норма отдачи, например под 8 %, тогда инвестиции прибыльны и целесообразны. Но если кредитные ресурсы можно привлечь только по ставке выше 10 %, например по ставке 14 %, то подобные инвестиции не принесут прибыли и осуществлять их не стоит. Почему спрос на кредитные ресурсы представлен убывающей кривой. При более высоких процентных ставках найдется меньше прибыльных инвестиционных проектов и, следовательно, фирмы востребуют меньший объем ссудных фондов. При более низких ставках большее число инвестиционных проектов окажутся прибыльными и, следовательно, большим будет спрос на ссудные фонды. Действительно, мы убедились на примере, что покупка машины стоимостью 100 руб. является вполне прибыльным делом, если можно привлечь средства под 8 %, но если ставка составит 14 %, то покупка машины экономически неоправданна.

Теория ссудных фондов и его расширенная модель.

Расширенная модель ссудных фондов рассматривается по следующим направлениям: финансовые институты; изменения предложения; изменения спроса; прочие участники.

14. Финансовые институты и их объяснение.

Домохозяйства редко непосредственно и напрямую ссужают свои сбережения фирмам, привлекающим эти средства для инвестиций. Напротив, домохозяйства размещают свои сбережения в банках (и других финансовых институтах). Банки выплачивают вкладчикам проценты, чтобы привлечь средства и, в свою очередь, или занимают эти средства у банков, выплачивая те проценты за пользование деньгами. Финансовые институты, выступающие здесь посредниками, получают прибыль в результате того, проценты, по которым они выдают ссуды заемщикам, выше процентов, которые они выплачивают своим вкладчикам. Оба вида процентных ставок, однако, определяются на основе спроса и предложения ссудных фондов.

15. Изменения предложения и его характеристика.

Все, что вынуждает домохозяйства быть более бережливыми при каждой данной процентной ставке, ведет к росту их сбережений и, следовательно, сдвигает кривую предложения сбережений вправо. Например, если процент, который приносят сбережения, будет внезапно освобожден от налогообложения, то можно ожидать, что предложение ссудных фондов возрастет и равновесная процентная ставка понизится. Напротив, уменьшение бережливости сдвинет кривую предложения ссудных фондов влево, и равновесная ставка возрастет. Пример: если правительство увеличит объем социального страхования, чтобы полнее затраты на госпитализацию и выплаты пенсий, то стимулы домохозяйств к сбережению уменьшатся.

16. Изменения спроса и его характеристика.

Все, что увеличивает норму отдачи потенциальных инвестиций со стороны спроса, повышает и спрос на кредитные ресурсы. вернемся к нашему прошлому примеру, в котором фирма получает дополнительный доход в размере 110 руб. при покупке станка стоимостью 100 руб. и в конечном итоге

достигает нормы отдачи инвестиций на уровне 10 %. Какие факторы могут способствовать повышению или понижению нормы отдачи? Предположим, что технологические усовершенствования фирмы повышают производительность станка таким образом, что совокупный доход фирмы увеличивается не на 110, а на 120 руб. Норма прибыли увеличивается с 10 до 20 %. Для того как были внедрены технологические усовершенствования, форма не предъявляла спрос их кредитные ресурсы при ставке на уровне 14 %. Но после их внедрения фирма привлечет ссудных фонды в размере 100 руб. и по такой ставке, это означает, что кривая спроса на ссудных фонды сдвинулась вправо. Аналогичным образом рост потребительского спроса на продукцию фирмы будет способствовать росту ее цены. Поэтому, хотя производительность станка не изменилась, потенциальный доход, который он может принести, возрастет со 110 до 120 руб., повысив норму отдачи от 10 % до 20 %. В этом случае фирма также будет готова к большим заимствованиям средств при сложившейся на рынке ставке, будь то 8 или 14 %, это означает, что кривая спроса на ссудные фонды сдвинулась вправо. При этом равновесная процентная ставка повысилась. Напротив, снижение производительности или цены на продукцию фирмы сдвигает кривую спроса на ссудных фонды влево, и равновесная процентная ставка понижается.

16. Прочие участники и их характеристика.

Мы должны понимать, что существуют и другие участники рынка ссудных фондов, и они находятся как на стороне спроса, так и на стороне предложения. Например, хотя домохозяйства являются поставщиками средств, доступных для кредитования, многие из них сами предъявляют спрос на эти ресурсы. Домохозяйства берут кредит для финансирования дорогостоящих покупок, таких, как дома, автомобили, мебель, бытовая техника. Правительство также предъявляет спрос на ссудные фонды для финансирования бюджетного дефицита. Аналогичным образом, компании, как и домохозяйства, участвуют в формировании одновременно и спроса, и предложения на рынке ссудных фондов. Наконец, из курса макроэкономики известно, что банки и другие финансовые институты не только аккумулируют разрозненные сбережения домашних хозяйств, а затем с их помощью кредитуют экономику, но и сами в процессе кредитования создают средства. Такая деятельность банков является еще одним источником ссудных фондов.

17. Диапазон ставок и их характеристика.

Хотя экономисты ради удобства пользуются одной процентной ставкой, фактически существует группа процентных ставок широкого диапазона. Факторы, влияющие на диапазон ставок:

а) *риск*. Определенное значение имеет разная степень риска при предоставлении кредита различным заемщиком. Чем выше возможность того, что заемщик не выплатит ссуду, тем больший процент будет взимать кредитор, чтобы компенсировать этот риск.

б) *срочность*. Срок, на который выдается ссуда, также влияет на размер ставки. При прочих равных условиях долгосрочные ссуды обычно выдаются

по более высоким ставкам, чем краткосрочные, потому что кредиторы по долгосрочным ссудам испытывают определенные сложности и могут понести финансовый ущерб из-за отказа от альтернативного использования своих денег в течение длительного периода времени.

в) *размер ссуды*. Для двух данных ссуд равной срочности и уровня риска процентная ставка обычно будет более высокой в том случае, когда размер ссуды будет меньше. Это происходит потому, что административные расходы на предоставление крупной и небольшой ссуды приблизительно одинаковые в абсолютном, но не в относительном выражении.

г) *налогообложение*. Проценты по определенным видам облигаций могут не облагаться подоходным налогом. Поскольку кредиторы заинтересованы в получении процентной ставки после выплаты налогов, органы власти могут привлечь кредиторов, хотя они и выплачивают более низкие ставки. Как будет вести себя кредитор, имеющий высокий доход, который платит налог на наиболее высокую часть своего дохода по ставке в 39.6 %? Такой кредитор может предпочесть облигацию, приносящую 6 % годовых, доходы по которой не подлежат налогообложению, облигации производственной корпорации, дающей 8 % годовых, доходы по которой облагаются налогом.

в) *ограничение конкуренции*. Ограничение конкуренции на рынке также играет важную роль при объяснении некоторой дифференциации процентных ставок. Банк в небольшом городке, монополизирующий местный денежный рынок, может взимать высокие ставки с ссуд потребителям, потому что домохозяйствам неудобно пользоваться услугами других банков. Крупная корпорация может изучить деятельность ряда конкурирующих инвестиционных банков по выпуску новых облигаций и тем самым обеспечить самую низкую ставку.

18. Чистая процентная ставка и ее характеристика.

Чистая процентная ставка больше всего приближается к проценту уплачиваемому по долгосрочным, практически безрисковым облигациям правительства. Такую выплату процента можно рассматривать как плату исключительно за использование денег в течение длительного периода, поскольку фактор риска и административные расходы незначительны и проценты по таким ценным бумагам не подвержены воздействию ограничения конкуренции на рынке.

19. Роль процентной ставки и понятие.

Процентная ставка является исключительно важной ценой в том смысле, что она одновременно влияет как на уровень, так и на структуру производства инвестиционных товаров. Кроме того, она оказывает воздействие на объем расходов на исследования и разработки (НИОКР).

20. Процент и совокупное производство и взаимодействие.

Более низкая равновесная процентная ставка стимулирует фирмы активнее использовать кредит для финансирования своих инвестиций. Объем совокупных расходов в экономике в результате растет, и если в экономике имеются неиспользованные производственные ресурсы, то увеличивается и выпуск продукции. Напротив, более высокая процентная ставка снижает

спрос компаний на заемные средства, предназначенные для финансирования инвестиций, уменьшается общий объем капиталовложений и совокупные расходы. Такое сокращение расходов, может быть желательным в условиях развития инфляции. Правительство часто манипулирует процентной ставкой, либо с целью расширения инвестиций и ставкой, либо с целью сокращения инвестиций и инфляции. Правительство может влиять на ставку, изменяя предложение денег. Рост предложения денег увеличивает одновременно предложение ссудных фондов, что ведет к снижению равновесной процентной ставки. Это стимулирует инвестиционные расходы и рост экономики. Напротив, уменьшение предложения денег приводит к сокращению предложения ссудных фондов и росту равновесной процентной ставки. В результате инвестиции и выпуск продукции сокращаются.

21. Процентная ставка и размещение капитала и их взаимозависимость.

Цены выполняют распределительную функцию. Процентная ставка не является исключением; она выполняет функцию распределения денежного и, соответственно, реального капитала среди различных фирм и инвестиционных проектов. Процентная ставка способствует распределению денег, т.е. реального капитала между теми отраслями, где они окажутся наиболее производительными и, соответственно, наиболее прибыльными. Такое распределение средств производства явно отвечает интересам общества в целом. Но процентная ставка не полностью выполняет задачу распределения капитала в целях его наиболее эффективного производительно применения. Крупные заемщики – олигополисты находятся в лучшем положении, чем конкурирующие заемщики, поскольку у них есть возможность перекладывать затраты на погашение процентов на потребителей, контролировать предложение и манипулировать ценами. Большой размер и высокий престиж крупных промышленных концернов также позволяет им получать денежный капитал на более выгодных условиях, в то время как менее известным фирмам трудно войти на рынок денежного капитала.

22. Процентная ставка и НИОКР и их взаимодействие.

Решения об объеме расходов на НИОКР, так же как и инвестиционные решения, зависят от соотношения стоимости привлечения кредита и ожидаемой нормы. При прочих равных условиях чем ниже процентная ставка, т.е. чем ниже стоимость привлечения кредита для НИОКР, тем больший объем расходов на НИОКР является прибыльным. Чем выше ставка, тем меньше будет объем расходов на НИОКР. Кроме того, уровень процентной ставки содействует распределению средств на НИОКР между теми фирмами и отраслями, для которых ожидаемая норма прибыли от НИОКР наибольшая. Общество выигрывает от того, что средства, предназначенные для НИОКР, расходуются на проекты с относительно высокой нормой прибыли, что оправдывает использование ограниченных ресурсов на исследовательские, а не другие цели.

23. Номинальные и реальные процентные ставки и их понятие.

В условиях инфляции необходимо различать номинальную и реальную процентные ставки. Номинальная процентная ставка – выплачиваемая по займу процентная ставка, выраженная в текущих ценах. Реальная процентная ставка – выплачиваемая по займу процентная ставка, выраженная в постоянных ценах, т.е. скорректированная с учетом инфляции. Именно реальная, а не номинальная процентная ставка оказывает влияние на принятие решений в отношении инвестиций и проведения НИОКР.

Глоссарий

Уровень дохода на капитал – это предельный физический продукт, отнесенный к вложенному капиталу и выраженный в виде процентного отношения.

Временное предпочтение – склонность хозяйственных агентов при прочих равных условиях предпочесть реальный товар в настоящий момент, нежели его получение в некоем будущем.

Рынок ссудного капитала – общее название целого ряда финансовых рынков, на которых хозяйствственные агенты и индивиды, исходя из различных причин и мотивов, предоставляют и получают ссуды и займы.

Дисконтирование – процедура вычисления сегодняшнего аналога суммы, которая выплачивается через определенный срок при существующей норме процента.

Чистая экономическая рента – доход, полученный посредством любого производительного фактора, характеризуемого совершенно неэластичным предложением по отношению к его цене.

Капитализированное значение ренты – суммарная величина всех будущих арендных платежей, которые, как ожидается, способен принести конкретный земельный участок.

Дифференциальная рента – рента (прибыль), полученный за счет использования ресурсов более высоких порядков в ситуации ранжирования ресурсов по их производительности.

Инфрамаржинальная рента - разница между оплатой единицы привлеченных ресурсов и тем минимумом, при которых возникает предложение этой единицы на рынке ресурсов, различающихся с точки зрения готовности каждой составляющей его единицы выйти на рынок.

Тесты

Тест 1

1. Кому из экономистов принадлежит фраза: "Земля - мать богатства, а труд – отец богатства"?
- 1) Ф. Кенэ 2) А. Смит 3) У. Петти 4) К. Маркс
2. Если экономическое обобщение сделано на основе фактов, мы имеем дело с методом...
- 1) дедуктивным 2) нормативным
3) индуктивным 4) описательным
3. Фундаментальная для всех экономических систем проблема...
- 1) производство 2) потребление
3) редкость 4) инвестиции
4. Если в обществе возрос объем производственных ресурсов, то...
- 1) будет произведено больше товаров и услуг
2) экономика в состоянии произвести больше товаров и услуг
3) повысился жизненный стандарт
4) улучшилась технология производства
5. В смешанной экономике роль государства...
- 1) значительна 2) никак не проявляется
3) ограничена 4) проявляется во многих секторах хозяйства
6. Укажите определяющий фактор производства в рыночной экономике.
- 1) Капитал 2) Труд
3) Земля 4) Предпринимательская способность
7. Вполне вероятно, что результатом падения цены на продукт является...
- 1) падение цен на производственные ресурсы
2) рост налогов на частное предпринимательство
3) падение цены на взаимодополняющий товар
4) рост потребительских доходов
8. Какое из указанных ниже значений коэффициента эластичное и по доходу относится к товарам первой необходимости?
- 1) Равно 1 2) Больше 0, но меньше 1
3) Больше 1 4) Меньше 0
9. Естественная монополия возникает в том случае, если
- 1) выполняются все нижеперечисленные условия
2) предприятие остается на рынке в единственном лице
3) предприятие производит продукцию, качество которой выше, чем у других предприятий
4) предприятие добывает или владеет редкими ресурсами
10. Что из перечисленного является признаком только монопольного рынка?
- 1) Большие постоянные издержки
2) Один продавец
3) Несколько крупных продавцов
4) Дифференциация продуктов
11. При какой конкуренции позиции фирмы защищены лучше

Тест 2

1. Какой из законов не относится к общим экономическим законам?
 - 1) Закон экономии времени
 - 2) Закон стоимости
 - 3) Все перечисленные законы относятся к общим законам
 - 4) Закон возвышения потребностей
 2. Абстрагирование как метод экономической теории означает...
 - 1) искажение реальности
 - 2) упрощение реальности

- 3) усложнение реальности 4) уход от реальности
3. Какая из потребностей не относится к социальным потребностям?
- 1) Все перечисленные потребности относятся к социальным потребностям
2) Потребность в общении 3) Потребность в досуге 4) Потребность в здоровье
4. Точка на графике под кривой производственных возможностей означает...
- 1) недоиспользование ресурсов
2) напряженное использование ресурсов
3) оптимальное состояние экономики
4) невозможность данного объема производства
5. При росте инвестиций кривая производственных возможностей...
- 1) останется без изменений 2) изменится выпуклость
3) сдвинется влево 4) сдвинется вправо
6. Экономический рост иллюстрируется...
- 1) движением точки на кривой производственных возможного гей
2) движением от одной точки к другой внутри кривой производственных возможностей
3) сдвигом кривой производственных возможностей влево
4) сдвигом кривой производственных возможностей вправо
7. Решение проблемы "что производить" в рыночной экономике связано с...
- 1) выбором между производством инвестиционных товаров и производством предметов потребления
2) определением уровня специализации экономики
3) развитием рынка совершенной конкуренции
4) формированием такой системы, развитие которой находится в компетенции правительства
8. Какова экономическая система современной России?
- 1) Плановая 2) Переходная
3) Рыночная 4) Смешанная
9. Не относится к необходимым мерам в рамках переходной российской экономики...
- 1) национализация коммерческих банков
2) либерализация цен
3) приватизация
4) макроэкономическая стабильность
10. Какое из следующих понятий характеризует производительный экономический ресурс?
- 1) прибыль 2) денежный капитал
3) средства производства 4) процент
11. Рыночный спрос не испытывает влияния...
- 1) цен на взаимосвязные товары
2) численности покупателей
3) цен на ресурсы
4) доходов потребителей
12. Если предложение стабильно, то увеличение спроса...

1) уменьшает равновесную цену

2) оставит стабильной равновесную цену

3) повышает равновесную цену

4) не происходит никаких изменений

13. Производитель товара снизил цену на свой товар на 5%, в результате чего объем продаж вырос на 4%. Спрос на товар X является...

1) абсолютно эластичным

2) эластичным

3) спросом единичной эластичности

4) неэластичным

14. Рост цен на материалы, необходимые для производства товара X вызовет сдвиг кривой...

1) спроса и кривой предложения вверх

2) предложения вверх (или влево)

3) предложения вниз (или вправо)

4) спроса вверх (или вправо)

15. Большинство рынков в России представляет собой...

1) нерегулируемые монополии

2) естественные монополии

3) совершенную конкуренцию

4) совокупность конкурентных и монополистических элементов

16. В отличие от конкурентной фирмы монополия стремится...

1) максимизировать прибыль

2) производим, продукцию меньше, а цену установить выше

3) производим, продукцию больше, а цену установить выше

4) все перечисленное

17. Какое из утверждений означает, что условия совершенной конкуренции не выполняются?

1) Фирма находится в равновесии, когда ее предельный доход равен предельным издержкам

2) Кривые средних и предельных издержек имеют U-образную форму

3) Кривая спроса на продукт фирмы имеет отрицательный наклон

4) Кривая спроса на продукт фирмы - горизонтальная линия

18. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то эта рыночная ситуация называется ...

1) монополистическая конкуренция

2) совершенная конкуренция

3) олигополия

4) монополия

19. Рост прибыли на конкурентном рынке не способствует...

1) притоку в отрасль новых фирм

2) расширению производства в действующих фирмах

3) повышению рыночной цены продукта

4) повышению цен на используемые ресурсы

20. Понятие "предельный" в микроэкономике означает...

1) небольшое изменение измеряемой величины

2) несущественное изменение измеряемой величины

- 3) дополнительное изменение измеряемой величины
4) пограничное изменение измеряемой величины
21. При увеличении ставок заработной платы произойдет...
1) сокращение занятости, если спрос на труд эластичен
2) увеличение занятости, если спрос на труд эластичен
3) сокращение занятости, если спрос на труд неэластичен
4) увеличение занятости, если спрос на труд неэластичен
22. Капитал как фактор производства - это:...
1) оборудование, орудия труда, машины, сырье, с помощью которых производятся товары
2) накопления и сбережения физических и юридических лиц
3) деньги и ценные бумаги
4) денежные средства, используемые в расчетах между покупателем и продавцом
23. Кривая абсолютно неэластичного спроса представляет собой...
1) кривую линию с положительным наклоном
2) горизонтальную линию
3) прямую линию с отрицательным наклоном
4) вертикальную прямую
24. Кривая абсолютно эластичного спроса есть...
1) горизонтальная линия
2) вертикальная линия
3) кривая линия
4) прямая линия с отрицательным наклоном

Тест 3

1. Важную роль государства в экономике подчеркивал...
1) Д. Кейнс 2) Р. Лукас
3) М. Фридмен 4) А. Смит
2. Экономическая теория имеет предметом изучения (в историческом плане)...
1) только рыночную экономику
2) все экономические системы
3) все системы за исключением переходных
4) все системы кроме плановой экономики
3. Готовность покупать дополнительные единицы произведенного товара только по более низкой цене лучше всего объясняет...
1) эффект дохода
2) эффект замещения
3) закон предложения
4) принцип убывающей предельной полезности
4. Какая из трех основных проблем экономики указана неверно?
1) Что производить
2) Как производить

- 3) С какой целью производить
- 4) Для кого производить
5. Чем больших успехов добьется профсоюз в повышении заработной платы, тем будет...
- 1) конкурентоспособнее рынок труда
- 2) больше доля стоимости труда в общих издержках
- 3) выше эластичность замены труда другими факторами производства
- 4) большая ценовая неэластичность спроса на товары
6. Проблема "как производить" в рыночной экономике решается...
- 1) через стремление производителей к получению прибыли и, следовательно, к минимизации издержек производства
- 2) на основе широкого использования в экономике факторов производства
- 3) на основе динамики и объема потребительского спроса, которые определяются через цены на конечные продукты
- 4) на основе специализации, которая используется при применении разных технологических способов производства
7. Плановая экономика по характеру функционирования выступает как...
- 1) либеральная экономика
- 2) командная экономика
- 3) смешанная экономика
- 4) социально ориентированная экономика
8. Какой тип хозяйства выпадает из классификации?
- 1) Индустриальное хозяйство
- 2) Рыночное хозяйство
- 3) Централизованно управляемое хозяйство
- 4) Традиционное хозяйство
9. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спроса?
- 1) Цены товара
- 2) Вкусов и предпочтения потребителя
- 3) Размера или распределения национального дохода
- 4) Численности или возраста потребителей
10. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на один товар из них вызовет...
- 1) рост спроса на другой товар
- 2) падение величины спроса на другой товар
- 3) падение спроса на другой товар
- 4) рост величины спроса на другой товар
11. Если цена товара выросла с 1,5 долл. до 2 долл., а объем спроса сократился с 1000 до 900 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен...
- 1) 3,00 2) 0,3 3) 0,37 4) 2,71
12. Увеличение предложения при неизменном спросе
- 1) понижает равновесную цену
- 2) повышает равновесную цену
- 3) не влияет на равновесную цену

22. В случае, если, несмотря на изменение цен товара, общая выручка не изменяется, коэффициент ценовой эластичности ...
1) равен 0 2) меньше 1 3) равен 1 4) больше 1

Тест 4

1. Укажите пункт, не характеризующий раздел макроэкономики.
 - 1) Теория конкуренции
 - 2) Теория роста
 - 3) Теория денег
 - 4) Теория циклов
2. Что из указанного изучает микроэкономика?
 - 1) производство сахара и динамику его цены
 - 2) объем национального производства
 - 3) численность занятых в народном хозяйстве
 - 4) общий уровень цен
3. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет...
 - 1) эффект дохода
 - 2) эффект замещения
 - 3) принцип убывающей предельной полезности
 - 4) закон предложения
4. Проблемы "что, как и для кого производить" реальны...
 - 1) только в отсталой экономике
 - 2) только в плановой экономике
 - 3) только в рыночной экономике
 - 4) в любом обществе
5. К характеристике рыночной экономики не относится
 - 1) централизованное планирование
 - 2) предпринимательская деятельность
 - 3) частная собственность
 - 4) конкуренция
6. Укажите пункт, не характеризующий фактор производства.
 - 1) труд 2) предпринимательская способность
 - 3) капитал 4) технология
7. Если предложение и спрос на товар возрастают, то
 - 1) цена повысится
 - 2) увеличится общее количество товара
 - 3) цена остается стабильной
 - 4) благосостояние общества возрастает
8. По мере того, как цена товара снижается, а величина спроса растет при линейной функции спроса ...
 - 1) стимулируется потребление товаров - заменителей
 - 2) общая выручка увеличивается до точки, в которой эластичность рынка единице, после чего выручка уменьшается

- 3) эластичность спроса по доходу сокращается
4) происходит нарушение закона спроса
9. Если предложение товара неэластично и спрос на него сокращается, то общая выручка продавца
- 1) сокращается в том случае, если спрос является неэластичным
 - 2) сокращается
 - 3) сокращается в том случае, если спрос является эластичным
 - 4) растет
10. Повышение предложения
- 1) повышает равновесную цену 2) не влияет на равновесную цену
 - 3) уменьшает равновесную цену
 - 4) повышая первоначально, возвращает цену к прежнему уровню
11. Если предприниматели одной отрасли создают совместное предприятие по продаже продукции, а в остальном действуют самостоятельно, то такой монополией будет
- 1) картель 2) концерн
 - 3) трест 4) синдикат
12. Олигополия - это рыночная структура, где действует
- 1) небольшое количество конкурирующих фирм
 - 2) только одна крупная фирма
 - 3) большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт
 - 4) большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт
13. В краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если
- 1) цена продукта ниже предельных издержек
 - 2) цена продукта ниже минимальных средних издержек
 - 3) средние постоянные издержки выше цены продукта
 - 4) цена продукта ниже минимума средних переменных издержек
14. Какого вида конкуренция ведет к образованию рыночных цен?
- 1) ценовая 2) совершенная
 - 3) межотраслевая 4) внутриотраслевая
15. Если цена продукта недостаточна, чтобы покрыть средние затраты на его производство, то фирма должна...
- 1) остановить производство как можно скорее
 - 2) выбрать новую технологию
 - 3) сократить накладные расходы
 - 4) продолжить производство товаров на уровне, где $P=MC$, если $P > AVC$
16. В краткосрочном периоде фирма, максимизирующая прибыль, прекратит производство, если окажется, что...
- 1) средние переменные издержки меньше, чем цена
 - 2) общий доход меньше общих издержек

- 3) цена меньше минимальных средних издержек
4) общий доход меньше переменных издержек

17. Изменения в уровне реальной заработной платы можно определить, сопоставляя изменения в номинальной зарплате с изменениями в...

 - 1) норме прибыли
 - 2) ставках налогообложения
 - 3) уровне цен на товары и услуги
 - 4) продолжительности рабочего времени

18. Укажите приоритетную цель общества, если в нем поставлены задачи минимизировать издержки и максимизировать выход продукции с единицы ресурсов.

| | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 1) Экономический рост | 2) Полная занятость |
| 3) Экономическая безопасность | 4) Экономическая эффективность |

19. Установление нижнего уровня цен на определенный товар приводит к...

 - 1) смещению вниз кривой спроса на товар
 - 2) чрезмерному спросу и вероятному образованию черного рынка
 - 3) выгоде потребителя товара за счет других
 - 4) излишнему предложению товаров потребления

20. Если рыночная цена ниже равновесной, то...

| | |
|------------------------------|----------------------------------|
| 1) возникает дефицит товаров | 2) возникает излишек товаров |
| 3) падает цена ресурсов | 4) формируется рынок покупателей |

Тест 5

- 3) потребление 4) производство
6. Какими проблемами в рыночной экономике должно заниматься государство?
- 1) Оказывать помощь конкретному потребителю с ограниченными доходами, определяя способы их рационального использования
 - 2) Распределять денежные доходы в обществе
 - 3) Определять круг товаров и услуг, в которых нуждается общество, независимо от вкусов и предпочтений какой-то группы или всего населения
 - 4) Определять, что и сколько нужно произвести из наличных ресурсов
7. С 1980 по 1985 г.г. цены на персональные ЭВМ падали, а их число сильно возросло. Лучшим объяснением этому явлению будет предложение:
- 1) кривая предложения ПЭВМ переместилась влево
 - 2) кривая спроса ПЭВМ сдвинулась вправо
 - 3) предельная полезность ПЭВМ возросла
 - 4) кривая предложения ПЭВМ переместилась вправо
8. Совершенствование технологии сдвигает кривую...
- 1) предложения вниз и вправо
 - 2) спроса вверх и вправо
 - 3) спроса вниз и вправо
 - 4) предложения вверх и влево
9. При цене билета на футбольный матч 200 рублей на стадион пришло 30 тысяч человек. Когда цена билета поднялась до 450 рублей, число болельщиком сократилось до 5 тысяч человек. Если считать функцию спроса линейной, то при цене в 100 рублей на стадион придут (тысяч человек)...
- 1) 15 2) 40 3) 35 4) 60
10. Небольшое количество фирм производит однородную продукцию осуществляя частичный контроль над ценами. Это -...
- 1) монополистическая конкуренция 2) чистая монополия
 - 3) совершенная конкуренция 4) олигополия
11. Чистый монополист как единственный производитель и отрасли ...
- 1) все же не может безгранично повышать цену на свой товар
 - 2) имеет абсолютно эластичную кривую спроса на свой товар
 - 3) имеет абсолютно неэластичную кривую спроса на свой товар
 - 4) может безгранично повышать цену на свой товар
12. Какого вида конкуренции не существует?
- 1) неценовой 2) внутрипроизводственной
 - 3) ценовой 4) межотраслевой
13. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что...
- 1) имеет место все ниже перечисленное
 - 2) имеет место полная информация о рынке продавцов и покупателей
 - 3) значительное число фирм, действующих в отрасли, выпускают стандартные товары
 - 4) имеет место свободный вход и выход на этом рынке
14. Ценовая дискrimинация - это...

1) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям

2) повышение цены на товар более высокого качества

3) различие в оплате труда по национальности или по полу

4) все предложенные ответы вместе

15. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта, потому что...

1) предельные издержки меньше средних издержек

2) цена больше предельного дохода

3) цена меньше предельного дохода

4) предельные издержки больше средних издержек

16. Предложение земли ...

1) абсолютно неэластично 2) абсолютно эластично

3) эластично 4) неэластично

17. Когда цена фактора производства возрастает, фирма должна

1) использовать меньшее количество этого фактора

2) использовать, большее количество этого фактора

3) заменить его другим фактором производства

4) использовать прежнее количество этого фактора

18. Укажите пункт, не характеризующий эластический спрос на товар.

1) Общая выручка растет, если цена уменьшается

2) Коэффициент ценовой эластичности меньше единицы

3) Общая выручка уменьшается, если цена растет

4) Относительное изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цены

Примерные вопросы для подготовки к зачету и экзамену

1. Предмет экономической теории.
2. Основные экономические цели.
3. Центральная проблема экономики. Сущность кривой производственных возможностей.
4. Типы экономического роста.
5. Экономические системы и их квалификация.
6. Проблемы М.С. Горбачева.
7. Определение рынка. Типы рынков. Свойства рыночной системы. Общие черты экономических систем.
8. Модель кругооборота продукта и дохода. Определение экономических единиц.
9. Спрос. Закон спроса. График кривой спроса. Неценовые детерминанты спроса.
- 10.Предложение. Закон предложения. График кривой спроса. Неценовые детерминанты предложения.
- 11.Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие. Определение равновесной цены.
- 12.Ценовая эластичность спроса. Определение эластичности спроса от дохода или общей выручки.
- 13.Факторы ценовой эластичности спроса.
- 14.Эластичность предложения. Графики.
- 15.Государственное регулирование цены.
- 16.Теория предельной полезности. Определение полезности, предельной полезности. Закон убывающей предельной полезности.
- 17.Сущность экономических издержек. Внешние (явные) и внутренние (неявные) издержки.
- 18.Определение прибыли и ее виды.
- 19.Краткосрочный рыночный период. Закон убывающей отдачи.
- 20.Сущность постоянных, переменных, общих, средних и предельных издержек производства в краткосрочном периоде.
- 21.Издержки производства в долговременном периоде. Положительный и отрицательный эффекты роста масштаба производства.
- 22.Определение цены и объема производства: чистой конкуренции.
- 23.Определение цены и объема производства: чистой монополии.
- 24.Определение цены и объема производства: монополистической конкуренции.
- 25.Определение цены и объема производства: олигополии.
- 26.Производство и спрос на экономические ресурсы.
- 27.Ценообразование и использование ресурсов: определение заработной платы.
- 28.Ценообразование и использование ресурсов: земельная рента, ссудный процент и прибыль.