

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МІКРОЕКОНОМІКА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійної роботи

для студентів галузі знань 0305 “Економіка і підприємництво”
напрямів підготовки 6.030508 “Фінанси та кредит”,
6.030509 “Облік і аудит”, 6.030504 “Економіка підприємства” та
галузі знань 0306 “Менеджмент і адміністрування”
напряму підготовки 6.030601 “Менеджмент” всіх форм навчання

Затверджено

на засіданні кафедри теоретичної
та прикладної економіки
Протокол №10 від 19 травня 2014 р.

Мікроекономіка. Методичні вказівки до самостійної роботи для студентів галузі знань 0305 “Економіка і підприємництво” напрямів підготовки 6.030508 “Фінанси та кредит”, 6.030509 “Облік і аудит”, 6.030504 “Економіка підприємства” та галузі знань 0306 “Менеджмент і адміністрування” напрям підготовки 6.030601 “Менеджмент” всіх форм навчання / Укладачі: Мініна О.В., Шадура-Никипорець Н.Т., Бобор Л.М. – Чернігів: ЧНТУ, 2014. – 46 с.

Укладачі: МІНІНА ОКСАНА ВАЛЕРІЇВНА, кандидат економічних наук, доцент
ШАДУРА-НИКИПОРЕЦЬ НАТАЛІЯ ТИМОФІЇВНА, кандидат економічних наук, доцент
БОБОР ЛАРИСА МИКОЛАЇВНА, викладач

Відповідальний за випуск: ДЕРІЙ ЖАННА ВОЛОДИМИРІВНА, завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки, кандидат економічних наук, доцент

Рецензент: ІВАНОВА НАТАЛІЯ ВОЛОДИМИРІВНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та державного управління Чернігівського національного технологічного університету

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
Тема 1 Предмет і метод мікроекономіки.....	5
Вирішувані питання.....	5
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	5
Тема 2 Аналіз часткової рівноваги на ринках благ. Попит і пропозиція, їх взаємодія	7
Вирішувані питання.....	7
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	7
Тема 3 Еластичність попиту і пропозиції.....	11
Вирішувані питання.....	11
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	11
Тема 4 Теорія корисності. Аналіз поведінки споживача	13
Вирішувані питання.....	13
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	13
Тема 5 Теорія виробництва.....	17
Вирішувані питання.....	17
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	17
Тема 6 Витрати і результати виробництва	20
Вирішувані питання.....	20
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	20
Тема 7 Теорія ринкових структур. Ринок досконалої конкуренції	22
Вирішувані питання.....	22
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	22
Тема 8 Монопольний ринок. Ціноутворення в умовах монополії	25
Вирішувані питання.....	25
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	25
Тема 9 Ціноутворення в умовах монополістичної конкуренції та олігополії	28
Вирішувані питання.....	28
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	28
Тема 10 Факторні ринки. Рівновага на ринку факторів виробництва	31
Вирішувані питання.....	31
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	31
Тема 11 Модель загальної економічної рівноваги.....	36
Вирішувані питання.....	36
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	36
Тема 12 Теорія суспільного добробуту та економічна ефективність.....	42
Вирішувані питання.....	42
Загальні положення та вимоги до обсягу знань	42
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	45

ПЕРЕДМОВА

Мікроекономіка (від англ. *microeconomics*) являє собою добре розроблений науковий і навчальний предмет, який є стандартною частиною економічної освіти в будь-якій країні. Це логічно струнка, вельми цікава і надзвичайно корисна для розуміння навколишньої дійсності дисципліна, яка почала формуватися ще на сторінках фізіократів, а до середини ХХ ст. прийняла свої сучасні форми. Сьогодні це в прямому сенсі зріла наука з відточеним інструментарієм, елегантними і чіткими визначеннями і великою областю застосування.

Дані методичні вказівки призначені для ефективної організації самостійної роботи і допомоги студентам у засвоєнні матеріалу, підвищенні рівня їх знань та підготовки. Методичні вказівки містять коротку теоретичну інформацію з кожної теми, що формує уявлення про предмет дисципліни, пояснення сутності основних змістових складових курсу мікроекономіки.

Мікроекономіка – дисципліна доволі складна. Однак глибокі професійні знання ринкової економіки настільки необхідні новому поколінню економістів, що, можна сподіватися, розуміння цієї необхідності допоможе їм справитися з її засвоєнням. Завдяки систематичній підготовці в межах визначених вимог до обсягу знань, а також вирішенню практичних задач студенти зможуть:

- одержати знання фундаментальних основ мікроекономіки та цілісне системне уявлення про принципи функціонування основних економічних агентів, мотиви їх поведінки і механізм прийняття ними рішень;

- отримати всеохоплююче уявлення про основні сучасні мікроекономічні концепції і моделі;

- оволодіти аналітичним апаратом дослідження мікроекономічних проблем, сучасним інструментарієм мікроекономічного аналізу;

- сформулювати економічне мислення і вміння аналізувати зміст і наслідки поведінки окремих господарюючих суб'єктів.

Вивчення мікроекономіки дає можливість зрозуміти створювані економічні взаємозв'язки між людьми, фірмами і суспільством, визначити роль даних економічних суб'єктів у процесах, що відбуваються. Дана дисципліна закладає в людині відчуття відповідальності за рішення, що приймаються, оскільки показує їх наслідки не лише для неї самої чи окремої фірми, але і для суспільства в цілому, розкриває принципи і механізми взаємодії ринкових агентів, діючих, як правило, з метою одержання певного економічного ефекту.

Пропоновані методичні вказівки призначені для самостійного вивчення дисципліни та мають допомогти студентові зрозуміти сутність основних понять мікроекономіки, принципи поведінки господарюючих суб'єктів, а також сформувати навички прийняття раціональних господарських рішень. Практичне застосування одержаних знань можливе за умови опанування методики розв'язання задач та вирішення практичних ситуацій. Для цього студентові пропонуються методичні вказівки до практичних занять з мікроекономіки [24].

Тема 1

Предмет і метод мікроекономіки

Вирішувані питання

- 1.1 Предмет мікроекономіки
- 1.2 Методи мікроекономічного аналізу

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Людина живе у світі обмежених можливостей. Обмежені її фізичні та інтелектуальні здібності. Обмежений час, який вона може приділити тому чи іншому заняттю. Обмежені кошти, які вона могла б використовувати для досягнення бажаної мети.

Обмеженість ресурсів має відносний характер. Вона полягає у принциповій неможливості одночасного і повного задоволення всіх потреб усіх людей. Якби ресурси не були обмежені, не було б необхідності піклуватися про найкращий, оптимальний їх розподіл між різними цілями, не було б потреби економити ресурси, підвищувати ефективність їх використання, встановлювати будь-які принципи розподілу споживчих товарів і послуг.

Зауважимо, що не всі блага є обмеженими, деякі з них не обмежені і “розподіляються” за допомогою простого привласнення, як, наприклад, атмосферне повітря. Такі блага називаються *вільними*, на відміну від обмежених благ, що називаються *економічними*. Найближчим наслідком обмеженості ресурсів є конкуренція за їх використання. Це ще не конкуренція між окремими людьми – це конкуренція між альтернативними цілями використання ресурсів, адже майже всі ресурси можуть використовуватися для задоволення найрізноманітніших потреб.

Інакше кажучи, перед суспільством, як і перед окремою людиною, завжди стоїть завдання вибору напрямів і способів використання обмежених ресурсів у різних конкуруючих цілях. Методи вирішення цього завдання і складають *предмет* економічної науки. Залежно від рівня, на якому воно вирішується, економічна теорія поділяється на мікроекономіку і макроекономіку. Мікроекономіка вивчає діяльність окремих економічних агентів (індивідів, домогосподарств, фірм тощо) та їх поведінку на галузевих ринках. Макроекономіка вивчає економіку як єдине ціле – проблеми безробіття, інфляції, державне регулювання.

Економісти виходять у своїх міркуваннях з гіпотези про раціональну поведінку людей. *Раціональна поведінка* – це поведінка, спрямована на досягнення максимуму результатів при наявних обмеженнях. Звичайно передбачається, що індивіди максимізують задоволення своїх потреб, або корисність, підприємства – прибуток, тоді як держава має максимізувати суспільний добробут.

У процесі вибору, нав'язаного нам обмеженістю наявних ресурсів, люди, як вважають економісти, стикаються з необхідністю вирішення трьох фундаментальних завдань: *що*, тобто які товари і послуги і в якій кількості виробляти?

як, тобто за допомогою яких обмежених ресурсів і технологічних способів, виробляти потрібні людям блага? *для кого* виробляти ці обмежені життєві блага?

При обговоренні цих та інших, пов'язаних з ними, завдань економісти широко користуються різного роду моделями, котрі хоча і спрощують реальну дійсність, але дозволяють у компактній формі отримувати і демонструвати певні змістовні результати. Зокрема, мікроекономіка вирішує ці завдання за допомогою моделі кривої виробничих можливостей (КВМ), що дає уявлення про чотири поняття:

- 1) про обмеженість (рідкість) ресурсів;
- 2) про ефективність економіки;
- 3) про економічний вибір;
- 4) про альтернативні витрати.

В умовах обмеженості ресурсів проблема економічного вибору є неминучою, однак у різних економічних системах вона вирішується по-різному. В командній економіці проблема вибору регулюється централізованими методами, в ринковій – методами саморегулювання ринку.

Ринковий механізм не претендує на те, щоб повністю подолати обмеженість ресурсів, але він може по-своєму послабити, пом'якшити цю обмеженість. З одного боку, ринковий механізм стимулює ефективність використання наявних ресурсів, і країни з розвинутою ринковою економікою лідирують сьогодні в науково-технічному прогресі та рівні життя населення. З іншого ж боку, ринковий механізм покладає тягар обмеження потреб на кожен окрему людину, причому не за допомогою встановлення якогось розумного їх рівня, а шляхом “перетворення” потреб у платоспроможний попит, оскільки ринок орієнтований не на задоволення потреб споживачів, а на задоволення попиту покупців. Таким чином, абсолютна “самостійність хотіння” автоматично обмежується.

В умовах обмеженості ресурсів проблема вибору, породжувана конкуренцією за їх використання, непереборна, а боротьба з нею – марна. Можна змусити конкуренцію прийняти ту чи іншу форму, полегшити або утруднити здійснення вибору, однак усунути – неможливо. Тому завдання полягає не в усуненні конкуренції, а в тому, щоб надати їй цивілізованих, людських форм, змусити її працювати на благо людей.

Сучасна мікроекономіка поєднує різноманітні теорії. Вони взаємодіють між собою і дають можливість використовувати ті чи інші підходи залежно від стану економіки, національних інтересів та політики держави.

У процесі дослідження використовують загальнонаукові та специфічні методи. До перших відносять методи формальної логіки (аналіз і синтез, індукція і дедукція, порівняння і аналогія), діалектичної логіки (перехід від абстрактного, єдність історичного і логічного), системний підхід, що виник у ХХ ст. в процесі переродження формальної логіки в математичну. Найпоширенішими специфічними методами мікроекономічного аналізу є методи моделювання та рівноваги, а також маржиналізм. Маржиналізм, або граничний аналіз, – це спосіб аналізу економічних показників через дослідження їх динаміки – зміни, приросту, скорочення. Досить часто граничні показники беруть за критерій оптимізації економічної діяльності.

Щоб зрозуміти сутність мікроекономіки, особливості її пізнавального апарату, а також вирішувати практичні завдання, студент має:

1. Знати принципи поведінки економічних суб'єктів у ринкових умовах, універсальний інструментарій прийняття оптимальних господарських рішень за наявних обмежених засобів та альтернативних можливостей їх використання.

2. Бути в змозі пояснити, що таке обмеженість ресурсів і чому вона змушує людей робити вибір.

3. Розуміти мету, функції ринків; розуміти, як ціни впливають на рішення, що приймаються при розподілі обмежених ресурсів.

4. Вміти пояснити, яким чином стимули до здійснення економічних операцій залежать від прав власності і витрат обігу.

5. Розуміти мету економічної теорії та основні елементи економічної моделі.

Для якісного засвоєння матеріалів даної теми можуть бути використані літературні джерела [1; 3; 11; 14; 16; 20; 23; 24; 26; 33].

Тема 2

Аналіз часткової рівноваги на ринках благ.

Попит і пропозиція, їх взаємодія

Вирішувані питання

2.1 Попит, нецінові чинники попиту

2.2 Пропозиція, нецінові чинники пропозиції

2.3 Взаємодія попиту і пропозиції. Ринкова рівновага. Надлишки споживачів і виробників

2.4 Пряме державне втручання в механізм ринкового ціноутворення. “Стеля” і “підлога” ціни

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Приступаючи до вивчення даної теми, студент повинен сформулювати чітке уявлення про те, як працює ринок будь-якого товару.

Ще В. Джевонс зазначав: “Колись ринок представляв собою громадське місце в місті, де харчові продукти та інші предмети виставлялися на продаж”. На сьогодні під ринком розуміють сукупність економічних відносин, що базуються на регулярних обмінних операціях між виробниками товарів (послуг) та споживачами. Обмін зазвичай відбувається на добровільній основі у формі еквівалентного обміну товару на гроші (торгівля) або товару на товар (бартер). При вільному доступі на ринок, як виробників, так і споживачів, обмін відбувається в умовах конкуренції. Результатом є встановлення ринкової рівноваги.

Поняття рівноваги розглядається в рамках даної теми стосовно ринку одного товару. Така рівновага називається частковою. Які ж сили приходять в рівновагу на ринку? Очевидно, що це, з одного боку, бажання продавців продати

даний товар, а з іншого – бажання покупців придбати його. Або, як кажуть економісти, – пропозиція і попит.

Бажання покупців придбати якийсь товар залежить від цілого ряду чинників: від ціни даного товару (P) і цін інших товарів (P_a, P_b), від доходів покупців і, звичайно ж, від їх смаків і уподобань. При зміні значень вказаних факторів зміниться і обсяг попиту, тобто максимальна кількість одиниць товару, яку покупці готові придбати в одиницю часу за даних умов. Залежність обсягу попиту від чинників, що його визначають, називається в економіці *функцією попиту*. Ця функція може бути представлена наступним чином:

$$Q^D = f(P; P_a, P_b; \dots; I; C; W), \quad (2.1)$$

де Q^D – обсяг попиту на даний товар;
 I – грошовий дохід;
 C – смаки і переваги споживачів;
 W – накопичене майно.

Припустимо тепер, що всі названі фактори, котрі впливають на обсяг попиту, залишаються незмінними, за винятком одного – ціни даного товару. Тоді кожному значенню ціни відповідає певне значення обсягу попиту. Така залежність носить назву *функції попиту від ціни*, яка частіше за все описується лінійною залежністю:

$$Q^D = a - b \cdot P, \quad (2.2)$$

де a і b – коефіцієнти.

Логічно припустити (і це підтверджує наша повсякденна практика), що за інших незмінних умов зі збільшенням ціни обсяг попиту зменшується. Така залежність обсягу попиту від ціни називається *законом попиту* і представляється графічно у вигляді спадної лінії попиту.

Очевидно, що від ціни повинен залежати деяким чином і обсяг пропозиції даного товару. Аналогічно обсягу попиту, обсягом пропозиції називають максимальну кількість деякого товару, котру згоден запропонувати продавець або група продавців на ринку в одиницю часу за певних умов. До числа цих умов відносяться ціни даного та інших товарів, характер технології, наявність і розмір податків і дотацій, природно-кліматичні умови. *Функцією пропозиції* називають залежність обсягу пропозиції від факторів, що його визначають: від ціни даного товару P і цін інших товарів ($P_a, P_b \dots$); від характеру застосовуваної технології, від податків і дотацій, природно-кліматичних умов. У загальному вигляді функція пропозиції має наступний вигляд:

$$Q^S = f(P; P_a, P_b; \dots; K; T; Z), \quad (2.3)$$

де Q^S – обсяг пропозиції даного товару;
 K – характер застосовуваної технології;
 T – податки і дотації;
 Z – природно-кліматичні умови.

Якщо всі фактори, що визначають обсяг пропозиції, крім ціни розглянутого товару (P), вважати незмінними, то від функції пропозиції (2.3) можна перейти до функції пропозиції від ціни, яка характеризує залежність обсягу про-

позиції даного товару лише від його ціни і частіше за все описується лінійною залежністю:

$$Q^S = m + n \cdot P, \quad (2.4)$$

де m і n – коефіцієнти.

За вищою ціною на ринку пропонується більша кількість одиниць товару (принаймні у більшості випадків), тобто обсяг пропозиції збільшується, коли збільшується ціна. Така залежність називається *законом пропозиції* і описується зростаючою лінією. Чим вища ціна товару, тим прибутковіше його виробництво, тим більшу кількість виробники готові виробити та продати на ринку.

Тепер, маючи деяке уявлення про попит і пропозицію, ми можемо перейти до аналізу їхньої взаємодії. Сумістивши лінії попиту і пропозиції на одному графіку, одержимо точку їх перетину (т. Е). Її координатами є рівноважна ціна P^* і рівноважний обсяг Q^* (рисунок 2.1). У цій точці досягається рівність:

$$Q^* = Q^S = Q^D \text{ або } P^* = P^S = P^D. \quad (2.5)$$

Від участі в торгах і покупець, і продавець одержують вигравш. Перший – як різницю між ціною, що готовий заплатити, і ціною, що встановилася на ринку, другий – як різницю між ціною, за якою готовий продати, і ціною, що встановилася на ринку.

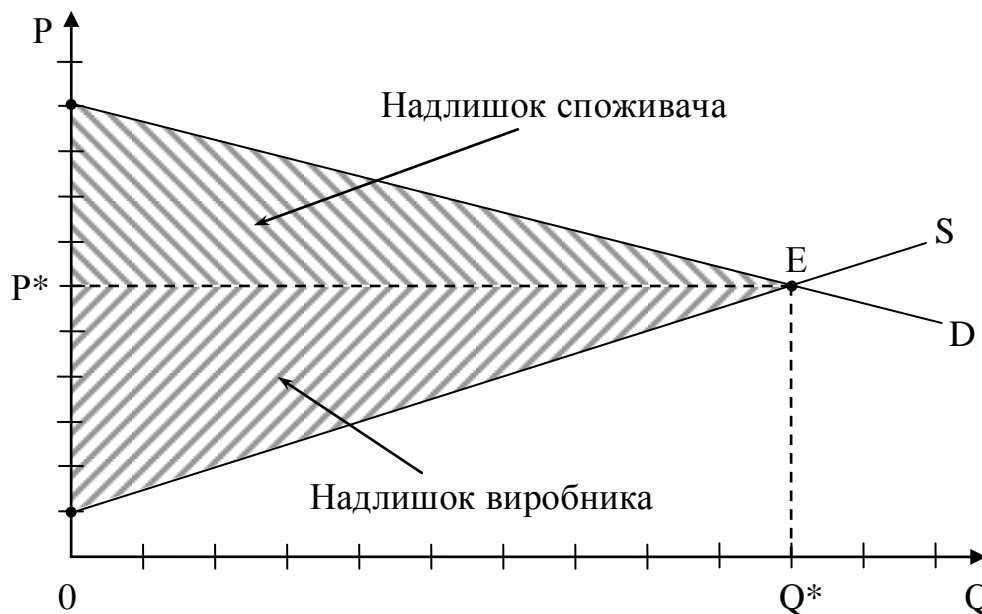


Рисунок 2.1 – Ринкова рівновага. Надлишки споживача і виробника

У стані рівноваги ринок збалансований. Ні у продавців, ні у покупців немає внутрішніх спонукань до її порушення. Навпаки, при будь-якій іншій ціні, відмінній від ціни рівноваги, ринок не збалансований. У покупців або у продавців з'являється бажання змінити ситуацію на ринку. Зокрема, якщо реальна ринкова ціна буде вище рівноважної, то у цьому випадку виробники вважатимуть за краще трохи знизити ціну, ніж підтримувати випуск продукції в обсязі, що істотно перевищує обсяг попиту. Таким чином, надлишок пропозиції буде здійснювати понижувальний тиск на ціну. Якщо виробник не має можливості зни-

жувати ціну через пряме втручання держави, то таку ціну називають ціною “підлоги”, а на ринку формується надлишок пропозиції.

Коли реальна ціна на ринку буде нижче рівноважної, то обсяг попиту виявиться більшим за обсяг пропозиції – товар стане дефіцитним. Деякі покупці віддадуть перевагу заплатити більш високу ціну. В результаті надлишок попиту буде здійснювати підвищувальний тиск на ціну. Цей процес, очевидно, триватиме доти, поки ціна не встановиться на рівноважному рівні, при якому обсяги попиту та пропозиції рівні. Якщо ж низька ціна встановлена примусово державою, то вона називається ціною “стелі”.

Рівновага на ринку, розглянута нами, за певних умов виявляється стійкою; будь-яке відхилення від стану рівноваги приводить в дію сили, які повертають ринок у початковий стан.

Отже, в результаті вивчення даної теми студент повинен:

1. Розуміти, яким чином крива попиту (пропозиції) на окремий товар виражає закон попиту (пропозиції) і як зміни нецінових факторів, що впливають на попит (пропозицію), відобразяться на кривій попиту (пропозиції).

2. Розуміти відмінність між зміною попиту і зміною обсягу попиту.

3. Розуміти відмінність між зміною пропозиції і зміною обсягу пропозиції.

4. Вміти пояснити, як співвідносяться крива ринкового попиту (пропозиції) і крива індивідуального попиту (пропозиції), як формується ринковий попит (пропозиція).

5. Розуміти концепцію ринкового рівноваги і те, чому існуватимуть дефіцит або надлишок товарів і послуг, якщо ринок не знаходиться в рівноважному стані.

6. Розуміти, як поняття надлишку споживача (виробника) може бути використано для оцінки чистої вигоди споживача (виробника) від купівлі (продажу) товарів і послуг на ринку.

7. Вміти прослідкувати вплив змін попиту і пропозиції на ринкову рівновагу.

Для якісного вивчення і засвоєння даної теми можуть бути використані літературні джерела [1; 3-7; 11-15; 20; 23-27; 30; 32-39].

Тема 3

Еластичність попиту і пропозиції

Вирішувані питання

3.1 Еластичність попиту

3.1.1 Еластичність попиту за ціною

3.1.2 Еластичність попиту за доходом

3.1.3 Перехресна еластичність попиту

3.2 Еластичність пропозиції

3.3 Непряме державне втручання в механізм ринкового ціноутворення.

Застосування теорії еластичності в податковій політиці держави

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Для успішного засвоєння даної теми студент має сформувати для себе чітке уявлення про сутність еластичності. Ф. Еджворт у статті, написаній для першого видання словника Пелгрейва 1901 р., пише, що еластичність – технічний термін, використаний А. Маршаллом для позначення чутливості реакції одного фактора в результаті впливу на нього іншого фактора.

В загальному вигляді *еластичність функції* $y = f(x)$ показує відносну зміну значення функції y в розрахунку на одиницю відносної зміни аргументу x . Якщо еластичність змінної y по змінній x позначити $E_x(y)$, то, використовуючи визначення еластичності, одержуємо:

$$E_x(y) = \frac{\Delta y}{y} : \frac{\Delta x}{x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y}. \quad (3.1)$$

Якщо в якості функцій аналізувати попит і пропозицію, а в якості аргументу – чинники, що на них впливають, то можна розглядати:

– еластичність попиту

за ціною:

$$E_p^D = \left| \frac{\Delta Q^D}{\Delta P} \right|, \quad (3.2)$$

де E_p^D – коефіцієнт цінової еластичності попиту;

ΔQ^D – відносна зміна обсягу попиту $\Delta Q^D = \frac{Q_2^D - Q_1^D}{Q_1^D}$;

ΔP – відносна зміна ціни $\Delta P = \frac{P_2 - P_1}{P_1}$;

за доходом:

$$E_I^D = \frac{\Delta Q^D}{\Delta I}, \quad (3.3)$$

де ΔI – відносна зміна доходу $\Delta I = \frac{I_2 - I_1}{I_1}$;

перехресна еластичність:

$$E_n^D = \frac{\Delta Q^B}{\Delta P^A}, \quad (3.4)$$

де ΔQ^B – відносна зміна обсягу попиту на товар В;

ΔP^A – відносна зміна ціни товару А;

– еластичність пропозиції

за ціною:

$$E_p^S = \frac{\Delta Q^S}{\Delta P}, \quad (3.5)$$

де ΔQ^S – відносна зміна обсягу пропозиції $\Delta Q^S = \frac{Q_2^S - Q_1^S}{Q_1^S}$.

Аналіз еластичності використовується в процесі вирішення конкретних питань реальної господарської практики. Зокрема, еластичність попиту за ціною використовується при формуванні цінової стратегії підприємства: якщо попит на продукт, котрий виробляється і реалізується фірмою, еластичний, то для збільшення своєї виручки виробник має знижувати ціну, якщо ж попит – нееластичний, то ціну слід підвищувати. Максимальна виручка досягається у точці одиничної еластичності.

Дані щодо реакції споживачів на зміну їхніх доходів використовуються фірмою при побудові стратегії розвитку: в періоди економічного зростання підприємство, нагромаджуючи інвестиційні кошти, має вкладати їх в галузі, що виробляють товари з високим ступенем еластичності попиту за доходом, а в періоди спаду – з низьким ступенем еластичності.

При формуванні конкурентної стратегії підприємство має враховувати значення перехресної еластичності свого товару відносно цін товарів фірм-конкурентів, а також цін на товари у споріднених галузях.

Теорія еластичності використовується також у податковій політиці держави, зокрема при впровадженні непрямих податків і дотацій виробникам. Намагаючись перекласти більшу частину податкового тягаря на споживача, держава має обирати для непрямого оподаткування товари, попит на які є менш еластичним, ніж пропозиція, наприклад, тютюнові вироби, алкогольні напої тощо. При впровадженні дотацій основний вигравш має бути одержаний споживачем, а тому дотуються соціально значимі товари, попит на які є нееластичним (хліб, молоко, крупи тощо).

Отже, в результаті вивчення даної теми студент повинен:

1. Розуміти сутність поняття “еластичність” та знати її види.
2. Розуміти, як поняття еластичності попиту за ціною (за доходом) вико-

ристовується для виміру чутливості обсягу попиту до змін в ціні продукту (доході споживачів), і чому еластичність попиту за ціною (за доходом) відрізняється у різних товарів.

3. Розуміти, як оцінка цінової еластичності попиту може бути використана для передбачення відсоткових змін кількості товару і загальної виручки виробників (витрат споживачів) при зміні цін.

4. Знати, як еластичність попиту за доходом і перехресна еластичність попиту обчислюються і використовуються.

5. Аналізувати наслідки впливу на ринкові ціни та обсяги товарів і послуг такого роду політики, як ціновий контроль, субсидування цін, оподаткування.

Для вивчення основних понять даної теми можуть бути використані літературні джерела [1; 3-7; 11-15; 20; 23-27; 30; 32-39].

Тема 4

Теорія корисності. Аналіз поведінки споживача

Вирішувані питання

- 4.1 Основні поняття і сутність кількісної теорії корисності
- 4.2 Основні поняття і сутність якісної теорії корисності
 - 4.2.1 Крива байдужості. Правила побудови кривих байдужості
 - 4.2.2 Гранична норма заміщення. Види кривих байдужості
- 4.3 Бюджетне обмеження
- 4.4 Стан рівноваги споживача
- 4.5 Вплив зміни ціни і доходу на поведінку споживача

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Чому споживач купує деякі товари? Очевидно, ці товари задовольняють якісь його потреби. Так, але чому з усіх товарів він купує саме ці товари і при тому саме в таких кількостях? Економісти вважають, що споживач вибирає деякий “кращий” набір товарів з тих, що можна придбати на його дохід. “Кращий”? Але в якому сенсі? Як можна порівнювати різні товари? Що, наприклад, “краще” – бутерброд з ковбасою, булочка з родзинками, яблуко або чашка бульйону? Зрозуміло, що загальної, універсальної відповіді на це питання бути просто не може. Відповідь залежить від обставин і від смаків того, хто обирає.

Зауважимо, що різні люди, маючи однаковий дохід, витрачають його по-різному. То чи може споживач у цих умовах вибрати якийсь кращий набір товарів? Економічна теорія припускає, що може. Споживач обирає кращий зі своєї точки зору набір товарів. Економісти виходять з того, що не існує якоїсь об’єктивної шкали, що дозволяє визначати, який товар “кращий”, а який – “гірший”. Але економісти припускають, що кожен споживач має свою суб’єктивну шкалу переваг, тобто знає, що йому подобається більше, а що ме-

нше. Причому споживач прагне вибрати найбільш прийнятний для себе набір товарів (звичайно, в межах свого доходу).

Це припущення носить назву *гіпотези про раціональність споживача*. Слово “раціональність” в назві гіпотези не слід тлумачити в тому сенсі, що людина, витративши всю зарплату на букет квітів улюбленому акторові, “нераціональна”, а її колега, що відклав половину зарплати на “чорний” день, “раціональний”. З точки зору економіста, поведінка обох є раціональною, якщо вони тільки дійсно вибрали найкращі для себе варіанти. Економіст не оцінює шкалу переваг споживача; для економіста важливо лише те, що така шкала існує і споживач прагне отримати на свої гроші максимум задоволення. Якщо ми назовемо це задоволення словом “*корисність*”, то гіпотеза про раціональну поведінку може бути сформульована таким чином: споживач поводить себе так, щоб максимізувати корисність при обмеженому доході.

Для пояснення поведінки споживача сформувалося дві теорії: кількісна (кардиналістська) і якісна (ординалістська).

Перша теорія базується на можливості кількісного вимірювання корисності для окремого споживача. Вимірність корисності передбачає, що споживач може виміряти корисність будь-якої додаткової одиниці товару. Корисність, яку споживач одержує з додаткової одиниці блага, називають *граничною корисністю* (MU). У свою чергу сума граничних корисностей дає *загальну корисність* (TU) деякої кількості товару.

Твердження, що *гранична корисність спадає зі збільшенням загального обсягу блага, яким володіє споживач*, називають *законом спадної граничної корисності*. Цю закономірність уперше сформулював Герман Генріх Госсен як свій перший закон.

Значення першого закону Госсена для економічної науки полягає, поперше, в тому, що він дозволяє розрізнити загальну корисність деякого запасу блага і граничну корисність даного блага. Завдяки цьому отримало вирішення питання, що давно мучило економістів: чому “практично марний” алмаз дорожче одного з “найбільш корисних” благ – води? По-друге, постулат про зменшення граничної корисності блага є необхідною умовою досягнення економічним суб’єктом стану рівноваги, тобто такого стану, при якому він вилучає максимум корисності з наявних у його розпорядженні ресурсів.

Досягти стану рівноваги суб’єкт зможе в тому випадку, якщо керуватиметься другим законом Госсена, який у сучасному формулюванні звучить так: щоб отримати максимум корисності від споживання заданого набору благ за обмежений період часу, потрібно кожне з них спожити в таких кількостях, при яких гранична корисність всіх споживаних благ буде дорівнює одній і тій же величині. Якщо такої рівності немає, то за рахунок перерозподілу часу, виділеного на споживання окремих благ, можна збільшити загальну корисність.

На противагу кардиналістському був висунутий ординалістський (порядковий) підхід, що не припускає можливості виміру корисності і заснований на простій можливості порівняння й упорядкування споживачем товарних наборів з погляду їх переваги. Цей підхід, що вимагає від теорії поведінки споживача значно менш жорстких припущень, ніж кількісний, виглядав в очах економістів

ближчим до реальності. За допомогою порядкової корисності економістам вдалося відмовитися від невловимої внутрішньої кількісної оцінки корисності, яку, можливо, здійснює окремих споживач, але ніколи не спостерігає дослідник. Однак не можна говорити про повну заміну кількісного підходу порядковим. Адже майже у всіх діях, які вчиняє споживач, при цьому ранжуючи або встановлюючи для себе порядок переваг товарів та їх наборів, за лаштунками ховається все та ж гранична корисність.

Основним поняттям порядкової теорії є лінія однакової корисності або крива байдужості. Вперше сконструював “криву постійного задоволення” Френсіс Ісідро Еджворт, потім цю ідею використовували Вільфредо Парето та Ірвінг Фішер. Можна ще додати, що Парето проголосив відмову від вимірності корисності і запропонував сприймати уподобання споживача як спостережуваний факт. За висловом Джона Хікса, Парето “лише відкриває двері, в які ми можемо входити чи не входити”. Подальший розвиток ординалістського підходу належить Євгену Євгеновичу Слуцькому, Рою Аллену і Джону Хіксу.

Крива байдужості описує систему переваг споживача, а безліч його можливостей, тобто безліч всіх доступних споживачеві товарних наборів, описує бюджетна лінія:

$$I = P_X \cdot X + P_Y \cdot Y, \quad (4.1)$$

де X, Y – обсяги споживання двох благ;
 P_X, P_Y – ціни відповідних благ.

Якщо сумістити карту кривих байдужості з бюджетною лінією, можна знайти оптимальний набір товарів для споживача. Взагалі кажучи, з властивостей кривих байдужості очевидно, що якщо деяка крива байдужості перетинає бюджетну лінію в двох точках, то всі точки бюджетної лінії між ними будуть кращими для споживача. І лише в тому тільки разі, якщо крива байдужості має одну і тільки одну спільну точку з бюджетною лінією, ця точка відповідає найкращому для споживача набору товарів з усієї безлічі доступних цьому споживачеві наборів. Вона називається *точкою споживчого оптимуму*, оскільки розташована на найвіддаленішій з доступних споживачеві кривих байдужості, тобто відповідає найбільш високому рівню задоволення за даного доходу споживача і цінах товарів (рисунок 4.1).

Отже, при деякому заданому доході і заданих цінах споживач однозначно визначає свої витрати – вибирає на бюджетній лінії точку, яка відповідає найбільш “корисній” кривій байдужості. А що станеться, якщо зміниться дохід і, отже, зміняться купівельні можливості споживача? При незмінних цінах це виразиться в паралельному зсуві бюджетної лінії. На кожному рівні доходу споживач буде вибирати найбільш корисний набір благ, і можна сказати, що кожній бюджетній лінії відповідає своя оптимальна точка. Якщо ми розглянемо всі можливі рівні доходу і з’єднаємо всі точки вибору, відповідні кожному рівню, то отримаємо лінію “дохід – споживання”. За нею рухається споживач при зміні свого доходу.

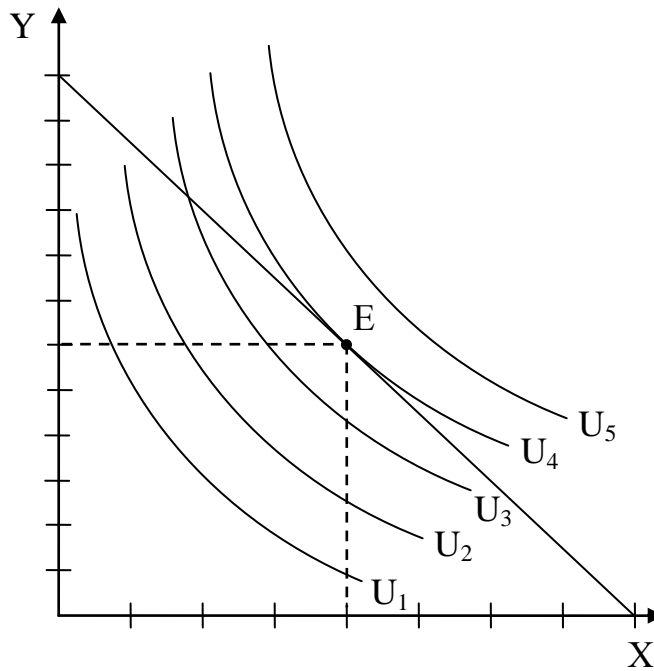


Рисунок 4.1 – Оптимальний набір товарів для споживача

На підставі лінії “дохід – споживання” можна побудувати графік “дохід – витрати” для окремого блага. На горизонтальній осі відкладають величину доходу, а на вертикальній – грошову суму витрат на дане благо. Криві такого типу називають кривими Енгеля – за іменем німецького статистика XIX ст. За характером кривих Енгеля можна робити висновки про ставлення споживача до благ.

Якщо зміна доходу при постійних цінах виражалася в паралельних зрушеннях бюджетної лінії, то зміна ціни на один з товарів при сталості доходу і ціни іншого товару буде виглядати як поворот бюджетної лінії. Таким чином, кожному значенню ціни товару буде відповідати своя бюджетна лінія, а кожній бюджетній лінії – своя точка дотику з якою-небудь кривою байдужості. Поєднавши всі ці точки вибору, ми отримаємо лінію “ціна – споживання”.

На основі лінії “ціна – споживання” можна побудувати графік залежності обсягу споживання товару від його ціни. Це є не що інше, як *крива попиту*.

У результаті вивчення даної теми студент повинен:

1. Знати відмінності між кількісною та якісною теоріями корисності.
2. Розуміти, що встановлення переваг у відношенні товарів і послуг можна трактувати як ранжирування альтернативних споживацьких можливостей відповідно до рівня одержуваної корисності, і розуміти, як криві байдужості можуть бути використані для ілюстрації цих переваг.
3. Використовувати концепцію граничної норми заміщення товарів як міри бажання споживача обміняти один товар на інший, коли при цьому споживач не виграє і не програє від здійснення цієї операції.
4. Знати, що таке бюджетні обмеження і вміти показати, як на споживацький вибір кількості купованих товарів і послуг впливають переваги, доходи і ціни товарів та послуг.
5. Пояснити, як можуть бути одержані криві “дохід – споживання” і криві Енгеля, а також відмінності між якісними та неякісними товарами.

6. Пояснити, як крива попиту для окремого споживача товару може бути одержана з кривої “ціна – споживання” шляхом використання аналізу кривої байдужості.

7. Пояснити, як зміна ціни товару і взаємозамінність товарів впливають на рішення споживача купити товар, а також використовувати цей аналіз для пояснення того, чому криві попиту мають від’ємний нахил.

Для одержання теоретичних знань з даної теми можуть бути використані літературні джерела [1; 3-7; 10-15; 17; 19; 20; 23-27; 30; 32-39].

Тема 5 Теорія виробництва

Вирішувані питання

5.1 Поняття виробничої функції. Ізокванта

5.2 Розширення виробництва. Віддача від масштабу

5.3 Стадії виробництва у коротко- і довгостроковий періоди

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Для того, щоб описати поведінку фірми, необхідно знати, яку кількість продукту вона може виробити, використовуючи ресурси в тих чи інших обсягах. Залежність кількості продукту, яку може виробити фірма, від обсягів витрат ресурсів одержала назву *виробничої функції*. Але підприємство може порізно здійснити виробничий процес, використовуючи різні технологічні способи, різні варіанти організації виробництва, так що і кількість продукту, одержуваного за одних і тих же витрат ресурсів, може бути різною. Керівники фірми повинні відхилити варіанти виробництва, що дають менший вихід продукту, якщо за тих самих витрат кожного виду ресурсу можна отримати більший вихід. Так само вони повинні відхилити варіанти, що вимагають великих витрат хоча б одного ресурсу без збільшення виходу продукту та скорочення витрат інших ресурсів. Варіанти, що відхиляються з цих міркувань, носять назву *технічно неефективних*.

Технічно ефективними називають варіанти виробництва, які не можна поліпшити ні збільшенням виробництва продукту без збільшення витрат ресурсів, ні скороченням витрат будь-якого ресурсу без зниження випуску і без збільшення витрат інших ресурсів. *Виробнича функція враховує тільки технічно ефективні варіанти*. Її значення – це *найбільша* кількість продукту, яку може виробити підприємство за даних обсягів споживання ресурсів.

Крива, що об’єднує такі комбінації витрат ресурсів, які дозволяють отримати певний фіксований обсяг випуску продукту, отримала назву *ізокванти* виробничої функції (від грец. *isoz* – однаковий і лат. *quantum* – скільки).

При переході від однієї точки ізокванти до іншої точки тієї самої ізокван-

ти відбувається зменшення витрат одного ресурсу з одночасним збільшенням витрат іншого, так що при цьому випуск продукції залишається без зміни, тобто має місце *заміщення одного ресурсу іншим*.

Міру заміни одного ресурсу (наприклад, капіталу – K) іншим (наприклад, працею – L) характеризує кількість капіталу, що компенсується зміною кількості праці на одиницю при русі по ізокванті. Ця величина називається *нормою технічної заміни* і дорівнює:

$$\text{MRTS}_{LK} = -\frac{dK}{dL}. \quad (5.1)$$

Знак “мінус” пов’язаний з тим, що прирости мають протилежні знаки.

З виробничою функцією пов’язаний ряд важливих характеристик виробництва. У першу чергу до них відносяться показники продуктивності ресурсів, що характеризують обсяг виробленого продукту, котрий припадає на одиницю витраченого ресурсу кожного виду. *Середнім продуктом* i -того ресурсу називається відношення обсягу продукції Q до обсягу використання цього ресурсу x_i :

$$\text{AP}_i = \frac{Q}{x_i}. \quad (5.2)$$

Ця величина нічого не говорить про те, як зміниться вихід продукту при зміні обсягу витрат даного ресурсу. Якщо витрати i -того ресурсу збільшилися на деяку величину, і внаслідок цього випуск продукту збільшиться на деяку величину (за незмінних витрат інших ресурсів), то приріст випуску на одиницю приросту витрат даного ресурсу визначається *граничним продуктом* даного ресурсу:

$$\text{MP}_i = \frac{\Delta Q}{\Delta x_i}, \text{ а при } \Delta x_i \rightarrow 0: \text{MP}_i = \frac{dQ}{dx_i}. \quad (5.3)$$

І середній, і граничний продукт не є постійними величинами, вони змінюються зі зміною витрат усіх ресурсів. Загальна закономірність, якій підпорядковані різні виробництва, отримала назву *закону спадного граничного продукту*: зі зростанням обсягу витрат будь-якого ресурсу при постійному рівні витрат інших ресурсів граничний продукт даного ресурсу знижується.

З граничними продуктами обох ресурсів (праці і капіталу) пов’язана і гранична норма технічної заміни:

$$\text{MRTS}_{LK} = \frac{\text{MP}_L}{\text{MP}_K}. \quad (5.4)$$

Типовою формою виробничої функції довгострокового періоду є ступенева функція виду $Q = A \cdot L^\alpha \cdot K^\beta$. Для такої технології граничну норму технічного заміщення капіталу працею можна записати наступним чином:

$$\text{MRTS}_{LK} = \frac{\text{MP}_L}{\text{MP}_K} = \frac{\alpha \cdot A \cdot K^\beta \cdot L^{\alpha-1}}{\beta \cdot A \cdot K^{\beta-1} \cdot L^\alpha} = \frac{\alpha \cdot K}{\beta \cdot L}. \quad (5.4)$$

Графічно гранична норма технічної заміни зображується взятим з протилежним знаком кутовим коефіцієнтом нахилу дотичної в даній точці ізокванти до осі абсцис. При русі вздовж ізокванти зліва направо кут нахилу дотичної зменшується – це наслідок опуклості області, розташованої над ізоквантою. Гранична норма технічної заміни поводитьсья так само, як і норма заміни в споживанні.

Припустимо, що фірма бажає збільшити випуск продукту вдвічі. Чи досягне вона цієї мети, подвоївши витрати праці, парк обладнання, виробничі площі, словом, обсяги всіх використовуваних ресурсів? Або цієї мети можна досягти не настільки великим зростанням витрат ресурсів? Або, навпаки, для цієї мети витрати ресурсів потрібно збільшити більше, ніж у два рази? Відповідь на такі питання дає характеристика виробництва, що отримала назву *віддачі від масштабу*.

Якщо підприємство хоче збільшити випуск продукту в k разів, зберігаючи пропорцію між обсягами споживання ресурсів, то йому доведеться збільшити обсяг споживання кожного ресурсу:

- у k разів, якщо віддача від масштабу постійна;
- менше, ніж у k разів, якщо віддача від масштабу зростає;
- більше, ніж у k разів, якщо віддача від масштабу спадає.

Отже, для практичного використання одержаних з даної теми знань студент повинен:

1. Вміти описати зв'язок між структурою витрат ресурсів і випуском продукції, використовуючи поняття виробничої функції.

2. Пояснити, як таблиця комбінацій факторів виробництва і карта ізоквант можуть бути використані для зображення виробничої функції.

3. Розуміти важливість закону зменшення граничної продуктивності для організації виробництва.

4. Використовувати визначення загального, середнього і граничного продуктів фактору виробництва для опису зміни обсягу випуску продукції в залежності від зміни цього фактору за інших однакових умов.

5. Вміти пояснити можливі ефекти зростання масштабів виробництва, коли всі фактори виробництва збільшуються в однаковій пропорції.

Для підготовки даної теми можуть бути використані літературні джерела [1; 3-7; 11-15; 20; 23-27; 30; 32-39].

Тема 6

Витрати і результати виробництва

Вирішувані питання

- 6.1 Виробництво і вартість. Мінімізація вартості
- 6.2 Вартість у короткостроковому періоді
- 6.3 Вартість у довгостроковому періоді

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Якби діяльність людини не вимагала витрат, то не було б і економічної науки. У повсякденному житті більшість людей – свідомо чи інтуїтивно – досить вірно оцінюють витрати своїх вчинків і здійснюють раціональний вибір. Професійний економіст відрізняється від непрофесіонала тим, що здатен виразно пояснити, яким чином витрати впливають на рішення. При цьому він користується спеціально виробленими для цього поняттями.

Насамперед, економіст інакше підходить до вимірювання витрат, ніж бухгалтер. Бухгалтер реєструє фактичні грошові витрати, його мета – складання бухгалтерського балансу і звіту, що достовірно відображають здійснені операції. Погляд бухгалтера звернений у минуле. Економіст дивиться в майбутнє, його цікавлять витрати, які тільки ще будуть потрібні у зв'язку з тим чи іншим рішенням. Для економіста витратою є тільки те, що має альтернативне корисне застосування.

Можливість отримати певний вихід продукту різними способами, або, інакше, взаємна заміщуваність ресурсів, робить закономірним питання: яка комбінація ресурсів найбільшою мірою відповідає інтересам підприємства?

Підприємство купує ресурси на ринках сировини, робочої сили, енергії і т.д. Будемо вважати, що ціна p_i , за якою купується i -тий ресурс, не залежить від обсягу покупки. Витрати фірми на придбання ресурсів у довгостроковому періоді, коли всі фактори виробництва є змінними, описуються рівнянням:

$$LTC = r_L \cdot L + r_K \cdot K, \quad (6.1)$$

де r_L, r_K – ціни праці (L) і капіталу (K).

Безліч комбінацій ресурсів, витрати на купівлю яких однакові, графічно зображується прямою – аналогом бюджетної лінії в теорії споживання. У теорії виробництва ця лінія називається *ізокостою* (від англ. *cost* – витрати). Її нахил визначається співвідношенням цін ресурсів $\frac{r_L}{r_K}$.

Постулат про раціональність поведінки, що лежить в основі теоретичної економіки, відноситься до всіх суб'єктів господарювання. Фірма, що виступає на ринках ресурсів як раціональний споживач і несе витрати TC , зацікавлена в придбанні найбільш корисної комбінації ресурсів, тобто комбінації ресурсів, що дає найбільший вихід продукту. Завдання визначення найкращої в цьому

сенсі комбінації ресурсів повністю аналогічне задачі знаходження споживчого оптимуму (див. рисунок 4.1). А в точці оптимуму, як ми знаємо, бюджетна лінія дотикається кривій байдужості; відповідно і в точці, яка зображує оптимальну комбінацію ресурсів, ізокоста повинна дотикатися ізокванти. У цій точці

$MRTS_{LK}$ (нахил ізокванти) і відношення цін $\frac{r_L}{r_K}$ (нахил ізокости) збігаються:

$$MRTS_{LK} = \frac{r_L}{r_K} \text{ або } \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{r_L}{r_K}. \quad (6.2)$$

Витрати у короткому періоді залежать від специфіки цього періоду. Короткий період – це такий проміжок часу, протягом якого деякі фактори виробництва (ресурси) є постійними, тобто обсяг, в якому вони використовуються фірмою, не змінюється слідом за зміною обсягу виробництва або повним його припиненням. *Постійними* факторами виробництва можуть бути, наприклад, заводські будівлі і споруди, обладнання. Інші фактори виробництва є *змінними*: це, наприклад, праця і матеріали. У короткому періоді фірма не може увійти на ринок даної продукції або піти з нього. Такі рішення пов'язані зі зміною кількостей всіх факторів виробництва.

Отже, *загальні витрати короткого періоду* (STC) – це сума постійних (FC) і змінних витрат (VC):

$$STC = FC + VC. \quad (6.3)$$

Граничні витрати (MC) – це приріст витрат, викликаний збільшенням обсягу виробництва на одиницю:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \text{ або } MC = \frac{dTC}{dQ}. \quad (6.4)$$

Середні постійні витрати (AFC) отримуємо діленням постійних витрат на обсяг виробництва. Аналогічно розраховуються *середні змінні* та *середні загальні витрати*:

$$AFC = \frac{FC}{Q}, \quad AVC = \frac{VC}{Q}, \quad ATC = \frac{TC(Q)}{Q}. \quad (6.5)$$

Між середніми показниками існує зв'язок:

$$ATC = AFC + AVC. \quad (6.6)$$

Для ефективного використання одержаних з даної теми теоретичних знань студент повинен вміти:

1. Пояснити, як концепція граничних витрат застосовується для визначення економічних витрат діяльності підприємства, і як економічні витрати відрізняються від бухгалтерських (звітних).

2. Показати, як, використовуючи виробничу функцію, можна побудувати функцію витрат.

3. Визначити складові витрат у короткостроковому періоді і пояснити, яким чином закон спадання граничної продуктивності впливає на кривизну лі-

нії змінних витрат.

4. Побудувати короткострокові криві середніх і граничних витрат і пояснити, чому форма цих кривих відображає дію закону спадної продуктивності.

5. Пояснити відмінність між довгостроковою і короткостроковою кривими витрат. Показати, як за незмінних інших факторів форма довгострокової кривої витрат залежить від ефекту зростання масштабу виробництва.

6. Показати, як поліпшення технології, зміна у вартості ресурсів і обмеження у їх використанні впливають на криву витрат виробничого підприємства.

Для підготовки даної теми можуть бути використані літературні джерела [1; 3-7; 11-15; 20; 23-27; 30; 32-39].

Тема 7

Теорія ринкових структур. Ринок досконалої конкуренції

Вирішувані питання

7.1 Універсальні правила ринкових структур

7.2 Характеристика ринку досконалої конкуренції. Попит конкурентної фірми

7.3 Максимізація прибутку фірми

7.4 Рівновага конкурентної фірми

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Виробники товарів пропонують свою продукцію на ринку, де вони взаємодіють з іншими виробниками, споживачами та іншими суб'єктами ринкових відносин. Умови взаємодії учасників і ціноутворення на ринках залежать від типу ринкової структури.

В якій би ринковій структурі не діяла фірма, вона повинна вирішити для себе два важливих питання:

1. Чи слід їй взагалі залишатися в галузі і виробляти продукцію чи припинити існування?

2. Якщо залишатися в галузі, то в якому обсязі випускати товари і послуги?

Відповіді на ці питання представляють собою правила, що носять для фірми загальний характер. Вони прийнятні незалежно від того, на ринку якого типу діє фірма, і називаються *універсальними правилами ринкових структур*.

ПРАВИЛО 1: *фірма повинна припинити виробництво, якщо сумарна виручка від продажу будь-якого обсягу її продукції не перевищує змінних витрат виробництва цієї кількості товарів і послуг, тобто $TR < TVC$.*

У випадку, коли всі одиниці товару продаються за однаковою ціною, обидві частини цієї нерівності можна поділити на величину обсягу виробництва Q , і правило 1 одержує іншу інтерпретацію: *фірма повинна припинити вироб-*

ництво, якщо ціна товару не перевищує середні змінні витрати, тобто $P < AVC$.

ПРАВИЛО 2: щоб одержати максимальний прибуток, фірма повинна виробляти такий обсяг продукції, при якому гранична виручка дорівнює граничним витратам ($MR = MC$).

Поряд з мотивацією покупців і продавців структура ринків здійснює надзвичайний вплив на особливості ринкових відносин. Ринкова структура визначається сукупністю економічних умов, відомих як структурні змінні.

Структурні змінні (детермінанти економічної структури) – сукупність економічних особливостей, відмінності між якими здійснюють істотний вплив на економічні результати ринкової діяльності і визначають характер ринкової конкуренції. Наприклад, в одному з авторитетних російських підручників під загальною редакцією В.М. Гальперина аналіз ринкової структури базується на чотирьох структурних змінних: однорідність продукції; малість і множинність суб'єктів ринку; свобода входу в галузь і виходу з неї; досконала інформованість про параметри виробництва та обміну. В широко розповсюдженому підручнику К.Р. Макконелла і С.Л. Брю наводиться п'ять структурних змінних: число фірм; ступінь однорідності продукту; наявність контролю над ціною; умови вступу в галузь; наявність нецінової конкуренції.

Зокрема, на ринку *досконалої конкуренції*:

1) за гривню покупця конкурує безліч продавців одного і того ж товару, і частка кожного з них настільки мала, що він не в змозі вплинути на ринкову ціну;

2) бажаючих купити цей товар теж багато, і частка кожного з них мала;

3) всім учасникам ринкових угод однаково доступна інформація про технології, ціни та інші умови;

4) відсутні бар'єри для входу в галузь і виходу з неї: можливе вільне переміщення ресурсів між галузями.

За перерахованих умов на ринку встановиться єдина для всіх учасників угод ціна. Якщо хтось спробує реалізувати свій товар вище ціни, що склалася, то покупці звернуться до іншого продавця; а продавати за нижчою ціною окремий продавець не буде тому, що він може без ускладнень продати за вищою (єдиною) ціною. Це означає, що лінія попиту на продукцію даної фірми – пряма $P = \text{const}$, паралельна осі абсцис. Кажуть, що попит на продукцію конкурентної фірми нескінченно еластичний: при будь-якому, як завгодно малому, підвищенні ціни по відношенню до ринкового обсягу попиту останній стане нульовим, а при будь-якому зниженні – перевищить виробничі можливості фірми. Це означає, що умова максимізації прибутку (правило 2) для досконало конкурентної фірми матиме вигляд:

$$P = MC, \quad (7.1)$$

оскільки графік граничної виручки співпадає з графіком попиту: $MR = P$.

Щоб показати графічно, який обсяг випуску при сформованій ціні вибере кожна з фірм на ринку досконалої конкуренції, достатньо на сімейство кривих витрат окремої фірми нанести лінію ринкової ціни P , і точки перетину MC з P

вказують шукані обсяги пропозиції (рисунок 7.1). При цьому фірма матиме додатний економічний прибуток, якщо середня виручка від одиниці продукції перевищує середні витрати на неї ($AR = P > ATC$). Фірма матиме нормальний прибуток, включений в економічні витрати так, що її економічний прибуток дорівнює нулю, коли $AR = P = ATC$. Фірма при сформованій ціні може покривати лише змінні витрати і нести збитки у розмірі невідшкодованих постійних витрат, якщо $AVC < AR = P < ATC$. Можна припустити існування в галузі фірм з ще більш високим розташуванням сімейства кривих витрат (“поза межних фірм”), але ці фірми нічого не вироблятимуть.

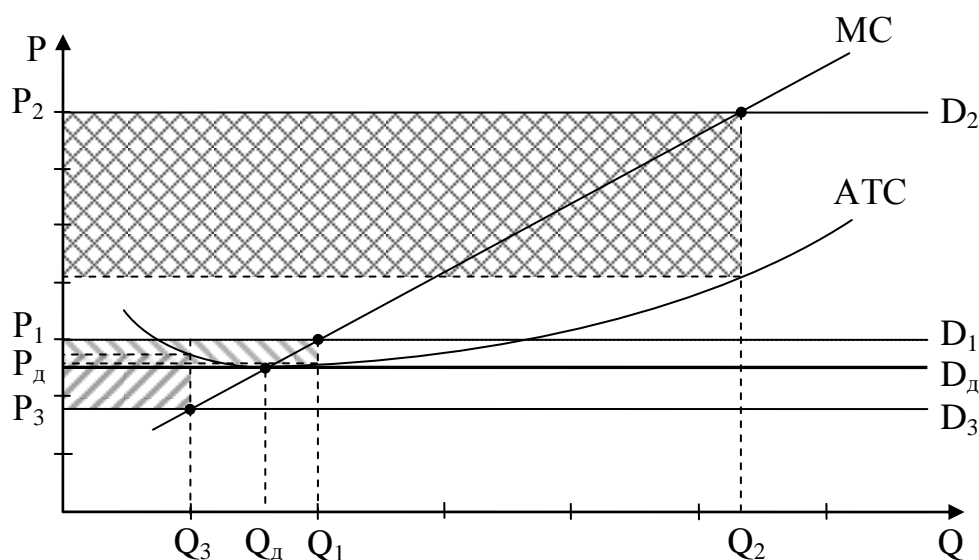


Рисунок 7.1 – Поведінка фірми на ринку досконалої конкуренції

У стані ринкової рівноваги довгострокового періоду дотримується рівність:

$$LMC = LATC_{\min} = P. \quad (7.2)$$

Отже, в результаті вивчення даної теми студент повинен:

1. Розуміти не лише основні функції підприємницької фірми, але і основні універсальні правила ринкових структур.
2. Знати характеристики ринку з досконалою конкуренцією.
3. Вміти використовувати поняття граничних витрат і граничного доходу для аналізу управлінських рішень щодо пропозиції товарів і послуг, які приймаються фірмою, що максимізує прибуток.
4. Використовувати графіки для ілюстрації випуску конкурентної фірми, що максимізує прибуток, а також для аналізу її прибутків або збитків від реалізації продукції.
5. Показати умови, за яких фірма припиняє операції в короткостроковому періоді.
6. Пояснити, чому короткострокова крива пропозиції фірми, що максимізує прибуток, – це частина її кривої граничних витрат, котра лежить вище мінімальної точки на кривій її середніх змінних витрат.

Для підготовки даної теми можуть бути використані літературні джерела [2; 3-7; 11-13; 15-20; 23-27; 30; 32-39].

Тема 8

Монопольний ринок. Ціноутворення в умовах монополії

Вирішувані питання

- 8.1 Характеристика монопольного ринку
- 8.2 Чиста монополія. Гранична виручка монополіста
- 8.3 Рівновага монополіста в короткостроковому періоді
- 8.4 Цінова дискримінація

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Монополія являє собою ринкову структуру, яка характеризується наявністю одного продавця та багатьох покупців, відсутністю близьких замінників для даного товару, існуванням бар'єрів для входу конкурентів на ринок. Відповідно, підприємство в умовах монополії зветься монополістом, а ринок, на якому діє монополіст, – монопольним ринком.

В умовах чистої монополії галузь складається з одного підприємства, тобто поняття “підприємство” і “галузь” стають тотожними. Крива попиту на продукт “чистого монополіста” є одночасно кривою ринкового попиту, що завжди має від’ємний нахил (рисунок 8.1).

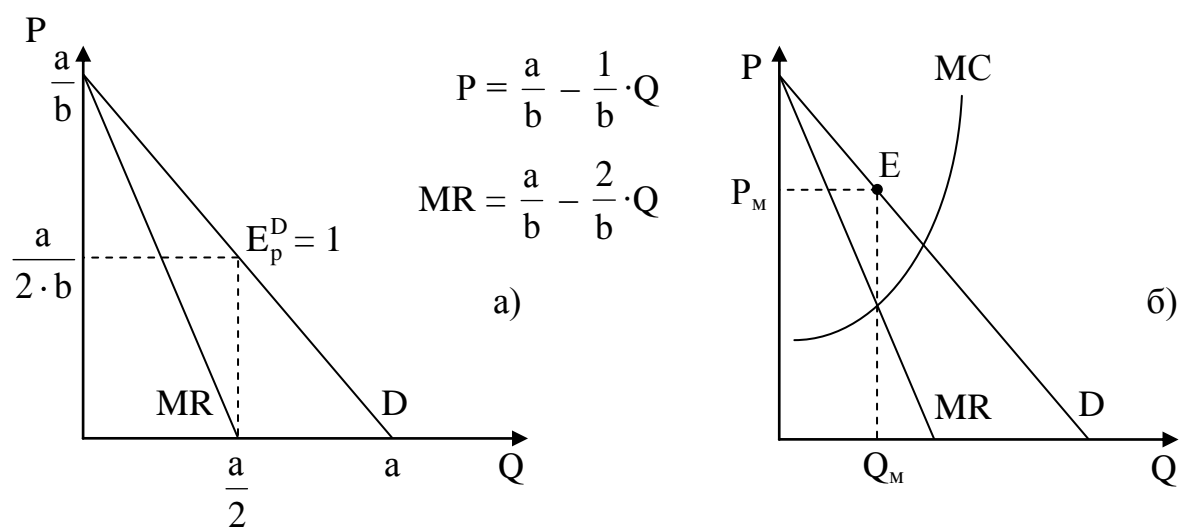


Рисунок 8.1 – Криві попиту і граничної виручки монополіста (а);
вибір обсягу і встановлення ціни монополістом (б)

Монополіст, на відміну від конкурентної фірми (“price-taker”) є “шукачем ціни” (“price-maker”), оскільки він приймає ринкову лінію попиту як задану, а сам встановлює ціну та обсяг виробництва, бо має дуже сильну ринкову владу.

Взагалі кажучи, в будь-якій ринковій структурі фірма, яка прагне до максимуму прибутку, досягає цього максимуму, коли її гранична виручка дорівнює граничним витратам. За умов монополії ж $MR(Q) < P(Q)$ (рисунок 8.1, а). Тому за обсягу випуску, що максимізує прибуток монополіста, $MR = MC < P$, тобто

монополіст завжди встановлює ціну, що перевищує його граничні витрати (рисунк 8.1, б).

Умовами встановлення та утримання монопольної влади є *бар'єри для вступу конкурентів до галузі*, тобто обмеження, які запобігають появі додаткових продавців на монопольному ринку, а саме:

- виключні права;
- патенти, авторські права, ліцензії;
- власність на всю пропозицію виробничого фактора;
- ефект масштабу великого виробництва тощо.

Між граничною виручкою (MR), ціною (P) і прямою ціновою еластичністю попиту (E_p^D) існує наступна залежність:

$$MR = MC = P \cdot \left(1 + \frac{1}{E_p^D} \right). \quad (8.1)$$

Після перетворень формули 8.1 отримаємо значення ціни:

$$P = \frac{MC}{1 + \frac{1}{E_p^D}}. \quad (8.2)$$

Ця формула – так зване “правило великого пальця”: якщо відома еластичність попиту за ціною і граничні витрати, то можна підрахувати орієнтовну ціну продукту монополії. Чим більша величина еластичності $|E_p^D|$, тим ближчою ціна P буде до граничних витрат (MC), тим більше монополістичний ринок схожий на ринок чистої конкуренції.

На монопольному ринку рівновага встановлюється при $P > MC$. Це означає, що виробничі ресурси використовуються неефективно. Цей висновок виходить з того, що якщо споживачі готові заплатити за одиницю додаткового блага більше, ніж потрібно для його споживання, то збільшення виробництва даного блага супроводжується зростанням суспільного добробуту.

Якщо для конкурентної фірми ціна дорівнює граничним витратам, то фірма, що володіє монопольною владою, здатна встановити ціну вище граничних витрат. Отже, мірою монопольної влади є величина перевищення ціни, котра максимізує прибуток, над граничними витратами. Ця міра монопольної влади була запропонована в 1934 р. А. Лернером і отримала найменування *індексу монопольної влади Лернера* (L_r):

$$L_r = \frac{P - MC}{P}. \quad (8.3)$$

Причому $0 < L_r < 1$. Для чистої конкуренції $L_r = 0$. Чим більше монопольна влада, тим більша величина L_r . На підставі формули 8.3 можна виразити індекс монопольної влади через E_p^D :

$$Lr = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_p^D}, \quad (8.4)$$

де E_p^D – еластичність галузевого попиту при обсязі реалізації, що відповідає точці Курно.

У результаті засвоєння матеріалів даної теми даної теми студент повинен:

1. Усвідомити поняття чистої монополії та монопольної влади.
2. Розуміти, чому бар'єри для входу в галузь необхідні для підтримання монополії, і вміти запропонувати приклади таких бар'єрів, котрі можуть дозволити монополії виникнути й укріплюватися.

3. Пояснити, чому граничний дохід від обсягів реалізації товару, що продається монополістом, у своїй динаміці відстає від цін, за якими реалізуються ці обсяги, і розуміти взаємозв'язок між ціною товару, граничним доходом та еластичністю попиту за ціною.

4. Вміти використовувати граничний аналіз, щоб показати, як монополіст обирає обсяг випуску, котрий максимізує прибуток, і як ціна визначається кількістю, запропонованою до реалізації в кожному періоді.

5. Показати, як максимально можливий прибуток монополіста може бути одержаний у короткостроковому та довгостроковому періоді, і як середні витрати виробництва для обраного обсягу випуску залежать від рівня попиту на продукт монополіста.

6. Вміти порівняти монопольну ціну і випуск з їх аналогами при досконалій конкуренції.

7. Використовувати модель максимізуючої прибуток монополії, щоб передбачити реакцію фірм з монопольною владою на заходи уряду, спрямовані на регулювання цін, а також введення податків і субсидій.

8. Пояснити стимули і умови, при яких фірма з монопольною владою практикує цінову дискримінацію, а також наслідки цінової дискримінації.

Для підготовки можуть бути використані літературні джерела [2; 3-7; 11-13; 15-20; 23-39].

Тема 9

Ціноутворення в умовах монополістичної конкуренції та олігополії

Вирішувані питання

9.1 Монополістична конкуренція. Особливості ринку та ціноутворення

9.2 Олігополія. Особливості ринку та ціноутворення

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Монополістична конкуренція – одна з форм недосконалої конкуренції. На ринку діє безліч фірм, причому серед них або взагалі немає великих, або вони не мають вирішальних переваг над дрібними і співіснують з ними. Вражаюче різноманіття варіантів по суті одних і тих же продуктів є найчастіше плодом діяльності цих невеликих фірм, що існують в умовах монополістичної конкуренції. Саме такий тип ринку характерний для харчової промисловості, виробництва одягу і взуття, книговидавництва, меблевої промисловості, роздрібною торгівлі, багатьох видів послуг і ряду інших галузей.

Бар'єри на шляху проникнення на такий ринок порівняно невеликі: для того, щоб відкрити майстерню з випуску м'яких меблів або модну перукарню великі капітали не потрібні, та й конкурентам важко перешкодити цьому. Неускладнений зазвичай і вихід з ринку – завжди знаходяться покупці, готові придбати невелику справу.

Чому ж за настільки ліберальних умов, пануючих на ринках описаного типу, конкуренція тут все ж не є досконалою? Причина криється в найпомітнішій рисі ринку монополістичної конкуренції – в різноманітності, диференціації, продукту. Товар, що випускається кожною фірмою, чимось відрізняється від виробів інших компаній. Будь-який з виробників займає своєрідне положення “міні-монополіста” (єдиного виробника даного продукту) і має певну владу на ринку. Причому незвичне словосполучення “міні-монополіст” є не метафорою, а точним відображенням суті ситуації.

Справді, кожна фірма, що діє в умовах монополістичної конкуренції, контролює лише невелику частку всього ринку відповідного продукту. Однак диференціація товару призводить до того, що єдиний ринок розпадається на окремі, порівняно самостійні частини (їх називають сегментами ринку). І на цьому сегменті ринку частка навіть маленької фірми може стати дуже великою. Диференціація продуктів виникає через існування між ними відмінностей в якості, сервісі, рекламі.

Отже, поєднання елементів монополії та конкуренції визначає основні риси поведінки фірм на ринку, для позначення якого економісти не випадково використовують назву, що включає обидва терміни.

Ринок монополістичної конкуренції має ряд особливостей у ціноутворенні. В першу чергу звертає на себе увагу крива попиту. Вона задовольняє крите-

рію недосконалої конкуренції – попит не абсолютно еластичний. Фірма, звичайно, не збігається з цілою галуззю, як це було у випадку фірми-монополії, але завдяки диференціації продукту на своєму сегменті ринку вона монополіст. Тому і крива попиту набуває характерного від’ємного нахилу: зростання обсягу реалізації досягається за рахунок зниження цін.

По-друге, видно механізм визначення фірмою оптимального розміру виробництва. В умовах монополістичної конкуренції (як і за будь-якого іншого типу ринку) фірма максимізує прибуток за такого обсягу, для якого $MC = MR$. Іншими словами, фірма нарощує виробництво доти, поки додаткові витрати, пов’язані з випуском ще однієї одиниці продукції, не починають перевищувати виручку від її реалізації. Відповідно точка перетину MC і MR на графіку задає той розмір випуску продукції, продаючи який за ціною, що відповідає графіку попиту, фірма максимізує свій прибуток або мінімізує збитки.

Таким чином, при аналізі поведінки фірми в короткому періоді найбільш помітні “родові” риси, які зближують монополістичну конкуренцію з іншими видами недосконалої конкуренції. Зрозуміло, відмінності теж є, зокрема відмінності кількісні. Так, при монополістичній конкуренції крива попиту не йде настільки круто вниз, як при монополії. Причини цього теж зрозумілі: при монополістичній конкуренції існує велика можливість переключення попиту з даного товару на його близький замітник, тому еластичність попиту тут за інших рівних умов вище, ніж при монополії.

Однією з найпоширеніших структур ринку в сучасній економіці є *олігополія*. Майже всі технічно складні галузі промисловості: металургія, хімія, автомобілебудування, електроніка, судно- і літакобудування тощо, мають саме таку структуру.

Найбільш помітна риса олігополії полягає в малочисельності діючих на ринку фірм. Не слід, втім, думати, що компанії можна в буквальному сенсі перерахувати по пальцях. В олігополістичній галузі, як і при монополістичній конкуренції, поряд з великими часто діє чимало дрібних фірм. Однак на кілька провідних компаній припадає настільки велика частина сумарного обороту галузі, що саме їх діяльність визначає розвиток подій.

При монополістичній конкуренції вирішальною причиною недосконалості конкуренції є диференціація продукту. В умовах олігополії цей фактор теж має значення, однак не ключове. Є олігополістичні галузі, в яких диференціація продукту значна (наприклад, автомобілебудування), але існують і галузі, де продукт стандартизований (цементна, нафтова промисловість, більшість підгалузей металургії). Проте головною причиною формування олігополії є економія від масштабу виробництва. Галузь набуває олігополістичну структуру в тому випадку, якщо великий розмір фірми забезпечує істотну економію на витратах і, отже, якщо великі фірми в ній мають значні переваги над дрібними.

Існує багато моделей олігополії, і жодну з них не можна вважати універсальною. Звернемо увагу на величезну роль, яку тут відіграє суб’єктивний чинник – *характер взаємин між конкуруючими на ринку фірмами*. У цьому полягає унікальна особливість олігополії. При всіх інших типах ринків значення суб’єктивної політики фірм-конкурентів невелике. В умовах досконалої і част-

ково монополістичної конкуренції на ринку діє така безліч фірм, що особливості поведінки кожної з фірм-конкурентів не піддаються обліку. А при монополії конкурентів взагалі немає. І тільки на олігополістичному ринку рішення кожного з нечисленного кола фірм-олігополістів безпосередньо позначається на всіх інших і на галузі в цілому.

Краще зрозуміти закономірності поведінки фірми на олігополістичному ринку дозволяє аналіз дуополії, тобто найпростішої олігополістичної ситуації, коли на ринку діють тільки дві конкуруючі між собою фірми. Головна особливість моделей дуополій полягає в тому, що виручка і, отже, прибуток, який отримує фірма, залежить не тільки від її рішень, а і від рішень фірми-конкурента, зацікавленої в максимізації свого прибутку.

Перша модель дуополії була запропонована французьким економістом А. Курно ще в 1838 р. Центральним моментом теорії Курно стало поняття рівноваги на дуополістичному ринку. Під рівноважним розуміється таке поєднання обсягів випуску кожної з фірм, при якому у жодної з них немає стимулів для зміни свого рішення: прибуток кожної фірми максимальний за умови, що конкурент збереже даний обсяг випуску (*рівновага Курно*).

Можна виділити три принципові *можливості поведінки фірми* на олігополістичному ринку.

1. *Нескоординована олігополія*, при якій фірми не вступають ні в які контакти один з одним і не намагаються свідомо знайти точку рівноваги, що всіх влаштовує.

2. *Картель або змова фірм*, що орієнтуються не на досягнення рівноваги Курно, а на довгострокову монополістичну рівновагу з наступним розділом монополістичного прибутку (більш високого, ніж прибутки олігополістичні) між учасниками.

3. *“Гра за правилами”*, при якій фірми свідомо роблять свою поведінку зрозумілою і передбачуваною для конкурентів, чим полегшують досягнення рівноваги в галузі.

У результаті засвоєння теоретичного матеріалу з даної теми студент повинен зуміти:

1. Зрозуміти відмінні риси двох основних форм недосконалої конкуренції: монополістичної конкуренції та олігополії.

2. Обговорити відмінні риси довгострокової рівноваги в галузі з монополістичною конкуренцією і порівняти цю рівновагу з тією, яка існувала б за досконалої конкуренції.

3. Пояснити сутність та природу виникнення “плати за різноманітність” на ринку монополістичної конкуренції.

4. З’ясувати, яким чином припущення максимізуючої прибуток фірми відносно реакції фірм, що суперничають, на її цінову політику і наміри щодо обсягів продажу впливають на рівновагу на олігополістичних ринках.

5. Зрозуміти стимули щодо змови продавців на олігополістичному ринку і труднощі, пов’язані з успішним утворенням картелю.

6. Аналізувати звичайні для практики методи, за допомогою яких фірми встановлюють ціни на неповністю конкурентних ринках.

7. Виявити цілі та функції реклами, а також оцінити її роль у збільшенні прибутку окремої фірми на ринку з монополістичною конкуренцією та на олігополістичних ринках.

Для підготовки можуть бути використані літературні джерела [2; 3-7; 11-13; 15-20; 23-27; 30-39].

Тема 10

Факторні ринки. Рівновага на ринку факторів виробництва

Вирішувані питання

10.1 Особливості факторних ринків. Попит і пропозиція факторів виробництва

10.2 Структура факторних ринків

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Поведінка суб'єктів ринку – виробників та споживачів – вивчалася до цього лише на ринку продуктів (товарів). Попит на продукти пов'язувався з максимізацією корисності їх для споживачів, а пропозиція – з максимізацією прибутку виробників. Пропозиція споживчих благ надходила від підприємств, а попит утворювали домогосподарства. На ринку факторів виробництва (ресурсному ринку) їх ролі принципово змінюються: первинні фактори виробництва (праця, капітал, земля) пропонуються домогосподарствами та іншими суб'єктами ринку, а попит на них утворюється підприємствами. Така зміна веде до того, що на ринках факторів виробництва індивідуальна пропозиція виводиться з максимізації функції корисності, а індивідуальний попит – з максимізації прибутку (або іншої цільової установки) виробника. Слід зауважити, що ціни на працю, землю і капітал (послуги капіталу) впливають на доходи тих, хто продає ці ресурси. Розуміння функціонування ринків факторів виробництва, таким чином, дуже корисне для осмислення відмінностей в доходах людей.

Підприємство, виявляючи попит на фактори виробництва, прагне максимізувати корисність від їх використання, що виявлятиметься у прирості прибутку. Така цільова функція реалізується на ринку благ і тому попит на ресурси є *похідним попитом*, залежним від попиту на кінцевий продукт підприємства.

При визначенні додаткового обсягу споживання кожного з факторів виробництва потрібно зіставляти їх результативність і витрати на придбання. Для цього використовується інструментарій теорії виробництва. Додаткову кількість виробленого продукту в результаті використання додаткової одиниці додаткового фактора називають *виторгом від граничного продукту*. Він обчислюється як добуток граничного виторгу від продажу додаткової одиниці продукту і граничного продукту фактора виробництва. Так, виторг від граничного продукту праці дорівнює:

$$MRP_L = MR \cdot MP_L, \quad (10.1)$$

де MRP_L – граничний виторг від граничного продукту праці, гр. од.;

MR – граничний виторг від продажу продукту, гр. од.;

MP_L – граничний продукт праці, од.

За умов досконалої конкуренції, оскільки ціна продукту дорівнює граничному виторгу, цей вираз спрощується:

$$MRP_L = P \cdot MP_L, \quad (10.2)$$

де P – ціна продукту, гр. од.

Зміна витрат, викликана залученням додаткової одиниці фактора виробництва, називається *граничними факторними витратами*.

Цей показник обчислюється за формулою:

$$MRC_L = MC \cdot MP_L, \quad (10.3)$$

де MRC_L – граничні факторні витрати, гр. од.;

MC – граничні витрати виробництва продукту із залученням додаткової одиниці i -го фактора, гр. од.

На досконало конкурентному ринку величини MRC будуть однаковими для всіх одиниць фактора виробництва, що залучаються, і дорівнюватимуть ціні одиниці фактора r_L . Умовою максимізації прибутку товаровиробником є залучення такої кількості фактора виробництва, за якої виконується рівність:

$$MRC_L = MRP_L. \quad (10.4)$$

У такому випадку умовою максимізації прибутку виробника стає виконання рівності:

$$r_L = MRP_L. \quad (10.5)$$

Зазначені умови можна сформулювати так, щоб вони відповідали правилу найменших витрат для вибору факторів виробництва, а саме: прибутки максимізуються у тому випадку, коли граничний продукт на грошову одиницю витрат фактора виробництва зрівнюється для кожного фактора:

$$\frac{MP_L}{r_L} = \frac{MP_K}{r_K} = \dots = \frac{MP_N}{r_N};$$

$$\frac{MRP_L}{r_L} = \frac{MRP_K}{r_K} = \dots = \frac{MRP_N}{r_N}. \quad (10.6)$$

Правило залучення (наймання) факторів виробництва безпосередньо веде до функції похідного попиту виробника на кожен з факторів. Визначення функціональної залежності між кількістю одиниць фактора та його ціною за інших однакових умов здійснюється знаходженням відповідності між ціною ресурсу r_L та його виторгом від граничного продукту. Звідси: лінія MRP_L є лінією попиту виробника на ресурс.

Крива попиту на ресурс з боку виробника показує, як змінюється обсяг потрібних виробнику послуг ресурсу за зміни цін на ці послуги і незмінних заданих чинниках, що впливають на попит. Виробник, що максимізує прибуток і

купує трудові послуги за кожною можливою ставкою *заробітної плати* на конкурентному ринку, коригує обсяг своєї потреби в них доти, поки для кожної можливої ставки заробітної плати не буде виконана умова (10.5). Для виявлення кількості одиниць праці, якої потребує виробник за будь-якого рівня заробітної плати, ставку вибраної заробітної плати слід співвіднести з кількістю одиниць праці за допомогою лінії MRP_L .

Між заробітною платою і кількістю найманих працівників існує обернений зв'язок. Це наслідок зниження граничного продукту праці в міру використання все більшого обсягу ресурсу (у короткостроковому періоді). Крива попиту на ресурс має низхідний характер.

Попит на ресурс визначається не лише його ціною, але й іншими чинниками: попитом на продукцію підприємства; ціною та обсягом ресурсів-замінників і доповнюючих ресурсів; технологічними змінами, що впливають на граничний продукт ресурсу. Зміни у попиті виробника на ресурси, що відбуваються під впливом нецінових детермінант, ведуть до змін в умовах попиту, що графічно ілюструється зміщенням лінії попиту на ресурс праворуч або ліворуч відносно вихідного положення.

Галузевий попит на ресурс складається з обсягів попиту окремих виробників як сума їх значень за кожною можливою ціною. За умов досконалої конкуренції вплив окремого виробника на ціну продукції може проявитися лише в одночасній та односпрямованій зміні попиту на ресурс. Це явище можна простежити у такому порядку: зниження ринкових ставок заробітної плати \Rightarrow збільшення обсягу попиту на ресурс кожного виробника \Rightarrow збільшення галузевого попиту на працю \Rightarrow збільшення пропозиції на ринку продукції \Rightarrow зниження рівноважної ціни продукції \Rightarrow зниження виторгу від граничного продукту праці \Rightarrow зниження попиту на працю.

Пропозиція факторів виробництва – це така їх кількість, яка може бути представлена на ринок за існуючою на цей момент ціною. Дія закону пропозиції на ринках факторів виробництва має аналогічний з товарними ринками характер. Проте пропозиція факторів виробництва має свої особливості, які в цілому зумовлені рідкісністю та обмеженістю практично усіх їх видів. У будь-якій державі в кожний конкретний момент сумарна пропозиція того чи іншого фактора має конкретну величину. На пропозицію факторів виробництва суттєво впливають різні чинники і, насамперед, їхня мобільність та здатність до відтворення.

Крива пропозиції ресурсів у межах галузі, як правило, висхідна. Проте для окремого виробника – вона горизонтальна за умови ринкової ціни на ресурси. Це відповідає припущенню, що конкурентна фірма приймає ціну кінцевого продукту як задану навіть за ситуації, коли існує стрімко низхідний попит на продукцію підприємства.

Все розмаїття розглянутих нами раніше ринкових структур визначалося відмінностями з боку пропозиції, і ми характеризували їх як досконалу конкуренцію (продавців), монополію, олігополію, монополістичну конкуренцію.

На ринку ресурсів також можливі всі розглянуті види структур пропозиції. Але покупцями тут є фірми. Їх може бути багато чи мало, а може бути –

всього один покупець. Відповідно структура ринку з боку попиту може характеризуватися як поліпсонія (конкуренція покупців, близька до досконалої), олігопсонія (покупців мало) або монопсонія (єдиний покупець). Характер поведінки суб'єктів, способи адаптації до мінливих умов залежать від структури ринку в цілому, тобто від поєднання структур попиту та пропозиції. Тому структури ресурсних ринків значно різноманітніші структур товарних ринків.

Але цього мало. Кожна фірма-покупець діє одночасно на двох ринках – на ринку ресурсу і на ринку свого продукту. Попит на ресурс є похідним від попиту на кінцевий продукт, і попит на ресурс у фірми-монополіста на товарному ринку відрізняється від попиту конкуруючої фірми. Крім того, якщо на ринку ресурсу багато покупців, то це не повністю характеризує структуру попиту. Фірми-покупці можуть бути “однаковими” або “різними” – вони можуть виробляти однорідний продукт або різні продукти.

Монопольна влада на ринках готової продукції може вплинути на попит на фактори виробництва. Виробники, які володіють ринковою владою, прагнуть виробляти менше, ніж конкурентні підприємства. В результаті цього їм потрібна менша кількість ресурсів, ніж конкурентним підприємствам. Граничний виторг від додаткового випуску для монополістів менший від його ціни. Це призводить до того, що виторг від граничних продуктів виробничих ресурсів нижчий від вартості їх граничного продукту.

Монопсонія на ринку ресурсів виникає тоді, коли великій кількості неорганізованих працівників, що пропонують працю, протистоїть єдиний покупець – підприємство або спілка підприємців. Як тоді, коли продавець має монопольну владу, хоча він не єдиний продавець на ринку, підприємство може володіти ситуацією – монопсонією, навіть конкуруючи з іншими покупцями. Важливо те, що підприємство може чинити вплив на ринкову ціну ресурсу, змінюючи обсяг його купівлі.

Розуміння того, як функціонують ринки факторів виробництва, створює основу передусім для усвідомлення економічної природи відмінностей у доходах членів суспільства. Володіючи інструментарієм мікроекономічного аналізу, нескладно моделювати ситуації на певному ринку ресурсів і прогнозувати наслідки впливу різних чинників. Аналіз способів, за допомогою яких добуваються кошти для створення нового капіталу, як функціонують фінансові ринки, як відбувається процес інвестування і формується процентна ставка, є необхідним компонентом теоретичної підготовки фінансових менеджерів, економістів підприємств, банкірів. У результаті засвоєння теоретичного матеріалу з даної теми студенти мають бути спроможними:

1. Характеризувати ринки факторів виробництва, їх основні елементи і особливості.

2. Розуміти механізм, що ставить рішення про найм максимізуючої свій прибуток фірми в залежність від цін на виробничі ресурси, їх граничного продукту і граничного доходу від продажу цього продукту.

3. Одержувати криву попиту на ресурси, будувати криві галузевого і ринкового попиту на послуги ресурсів і знати фактори, що визначають цей попит, а також його еластичність за ціною.

4. Використовувати аналіз кривих байдужості для одержання кривої пропозиції робітником своєї праці та пояснити її форму.

5. Аналізувати, як різні параметри попиту і пропозиції на досконало конкурентному ринку робочої сили можуть пояснити різні рівні заробітної плати, зайнятості і диференціацію заробітної плати серед працівників, зайнятих різними видами діяльності.

6. Обговорювати поняття економічної ренти.

7. Зрозуміти, як крива попиту на фактори виробництва для фірми з монопольною владою на ринку її продукції відрізняється від тієї, яка існує для фірми, що продає готовий продукт на ринку з досконалою конкуренцією, а також зрозуміти наслідки такої відмінності для цін на фактори виробництва і зайнятості.

8. Визначити зміст понять монопсонії, олігопсонії і влади монопсонії, а також обговорити вплив сили монопсонії на ринку робочої сили та її вплив на рівноважну заробітну плату і зайнятість.

9. Пояснити, чому граничні витрати виробництва перевищують середні витрати для фірми-монопсоніста на ринках факторів виробництва.

10. Обговорити можливі наслідки монопольної влади продавців факторів виробництва і можливі результати контролю профспілок над пропозицією робочої сили в тому, що стосується заробітної плати і зайнятості.

11. Зрозуміти, чому складно передбачити вплив на ціни факторів виробництва і на зайнятість, що здійснюється встановленням на ринку двосторонньої монополії.

12. Пояснити вплив дискримінації на ринках робочої сили на рівноважну заробітну плату, на ціни продукції і на використання ресурсів.

13. Розуміти загальну концепцію капіталу і відсотка з нього, а також спосіб, яким рівень ставки відсотка з капіталу впливає на готовність пропонувати новий капітал (здійснювати інвестиції).

14. Розуміти процес інвестування капіталу і те, як варіюється граничний дохід з інвестицій в залежності від їх величини.

15. Обговорювати умови, що визначають рівноважний обсяг інвестицій для максимізуючої прибуток фірми.

16. Розуміти умови, що визначають рівноважний для окремої особи обсяг накопичень і те, як з аналізу кривих байдужості може бути виведена крива пропозиції накопичень (заощаджень).

17. Показати, як попит і пропозиція по запозиченим коштам впливають на рівноважний рівень ставки відсотка з капіталу і як на інвестиційні рішення фірми впливають зміни в ринковій ставці відсотка з капіталу.

18. Показати, як ціна капітальних активів змінюється зі зміною ринкової ставки відсотка з капіталу зі зміною в часі потоку чистих доходів, очікуваних в результаті володіння цим капіталом.

19. Пояснити причини відмінностей в рівноважних значеннях норми доходу на інвестиції і ставки відсотка з капіталу.

20. Обговорити умови, що визначають земельну ренту.

Для підготовки можуть бути використані літературні джерела [2; 3-7; 11-13; 15-27; 30-39].

Тема 11

Модель загальної економічної рівноваги

Вирішувані питання

- 11.1 Часткова та загальна рівновага
- 11.2 Рівновага обміну. Діаграма Еджворта
- 11.3 Парето-ефективний розподіл. Загальна рівновага за Парето
- 11.4 Ефективність у виробничій сфері. Крива виробничих можливостей та ефективність випуску
- 11.5 Загальна рівновага та економіка добробуту

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Досі ми вивчали різні характеристики окремих ринків продуктів і ресурсів, аналізували умови рівноваги як для ринків, так і для окремих економічних агентів (домогосподарств, підприємств і т. п.). Тобто ми займалися аналізом *часткової рівноваги*: щодо окремих ринків – це вивчення рівноважних цін та обсягів продукції під впливом тих факторів, які діють лише для даного ринку.

Однак ринки є взаємозалежними і вся їх чисельність переплітається в надзвичайно складну ринкову систему. І ця система теж прагне рівноваги, але значно більш загального характеру. **Загальна ринкова рівновага** передбачає формування рівноважної ціни та рівноважного обсягу продукції на даному ринку з урахуванням змін рівноважного стану на всіх інших ринках. Можна вважати, що стан загальної ринкової рівноваги є композицією усіх станів часткової рівноваги на взаємопов'язаних ринках факторів і продукції (рисунок 11.1).

При аналізі загальної рівноваги рівноважні ціни та обсяги встановлюються з урахуванням *ефекту зворотного зв'язку*, який відображає зміну часткової рівноваги на даному ринку в результаті змін, що відбулися на суміжних ринках під впливом первісних змін на даному ринку.

Очевидно, що при аналізі загальної рівноваги головна увага має приділятися вивченню взаємозалежності (взаємодоповненості та взаємозамінності) різних товарів. У зв'язку із цим найпростіший аналіз має передбачати як мінімум чотири етапи:

- 1) первинна зміна на даному ринку;
- 2) зміни на ринках товарів-субститутів;
- 3) зміни на ринках товарів-комплементів;
- 4) ефект зворотного зв'язку.

Поняття “загальна ринкова рівновага” тісно пов'язано з *ефективністю розміщення ресурсів* в економічній системі на стадіях виробництва, обміну та споживання. Ефективним вважається таке розміщення, коли жоден з ресурсів не витрачається марно. Але якщо можливий такий перерозподіл ресурсів, коли будь-який економічний агент може покращити своє становище без погіршення становища будь-кого іншого, тоді при попередньому розміщенні ресурсів мало

місце певне марнотратство й ефективність розміщення не досягалася. Такий підхід базується на понятті “ефективність”, запропонованому італійським економістом Вільфредом Парето наприкінці XIX ст. Розглянемо базові елементи *Парето-ефективного розподілу* ресурсів щодо основних стадій суспільного виробництва.

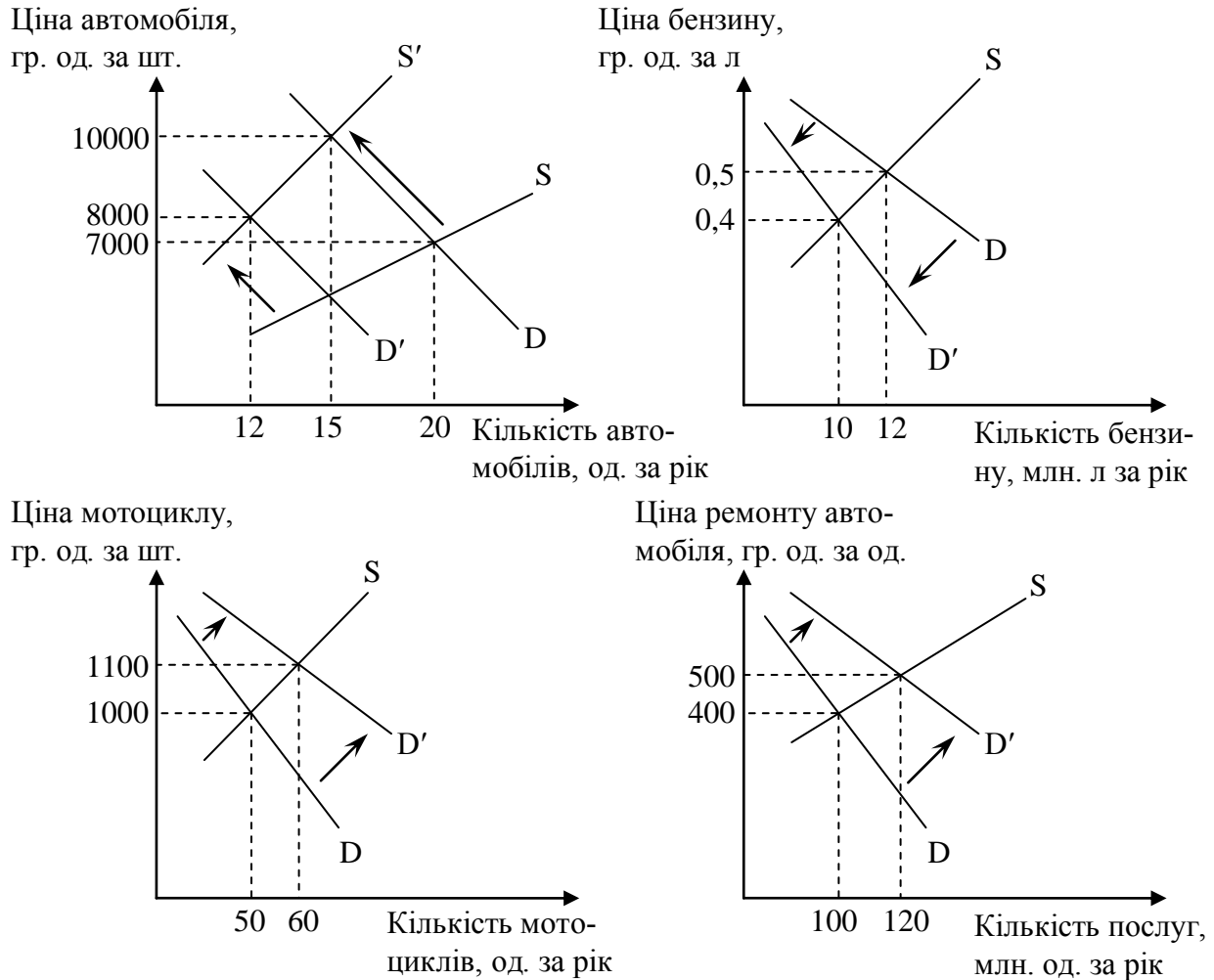


Рисунок 11.1 – Приклад взаємозв'язків ринків

Ефективність при обміні обумовлена, насамперед, граничними нормами заміщення, які притаманні учасникам мінових (торгових) операцій. До тих пір, поки ці норми різняться між собою, існує можливість взаємовигідного обміну й підвищення ефективності. Розподіл товарів є ефективним тоді, коли граничні норми заміщення між будь-якими парами товарів однакові для всіх споживачів, тобто подальше продовження мінових операцій призведе до зниження ефективності розподілу.

Умови ефективності обміну у формалізованому вигляді можна представити таким чином. Два споживачі С і П шляхом взаємообміну міняють кількості придбаних товарів А і В доти, поки співвідношення цін на них не дорівнюватиме їхнім граничним нормам заміщення товару А товаром В:

$$\frac{P_A}{P_B} = MRS_{AB}^C = MRS_{AB}^P. \quad (11.1)$$

Таких варіантів може бути безліч. Якщо об'єднати певну кількість точок, кожна з яких відповідає технічно ефективним варіантам використання ресурсів, то отримуємо криву виробничих контрактів.

Ефективність виробництва досягається тоді, коли вже неможливо перерозподілити ресурси для того, щоб збільшити випуск одного товару без зменшення виробництва іншого (Парето-оптимальний розподіл ресурсів).

Побудова та аналіз діаграми Еджворта дає змогу визначити параметри *кривої виробничих можливостей*. Лінія виробничих можливостей показує максимально можливий обсяг виробництва певного товару за даного виробництва інших благ, фіксованого ресурсного забезпечення та рівня технології (рисунок 11.3). Кожна точка дотику ізоквант двох товарів у коробці Еджворта відповідає точці на кривій виробничих можливостей. При русі вздовж цієї кривої змінюються пропорції загального виробництва, і ці зміни дає змогу аналізувати гранична норма трансформації товару А в товар В. Вона показує, від якої кількості товару А слід відмовитися для збільшення випуску товару В на одну одиницю:

$$MRT_{AB} = -\frac{\Delta A}{\Delta B}. \quad (11.4)$$

Виробництво тоді буде ефективним, якщо воно буде максимізувати користь для споживачів і водночас не виходитиме за межі наявних ресурсів, тобто знаходитиметься на кривій виробничих можливостей. Отже, межа виробничих можливостей та крива байдужості, що відображає максимальний рівень задоволення потреб, будуть мати тільки одну загальну точку – точку дотику (рисунок 11.4).

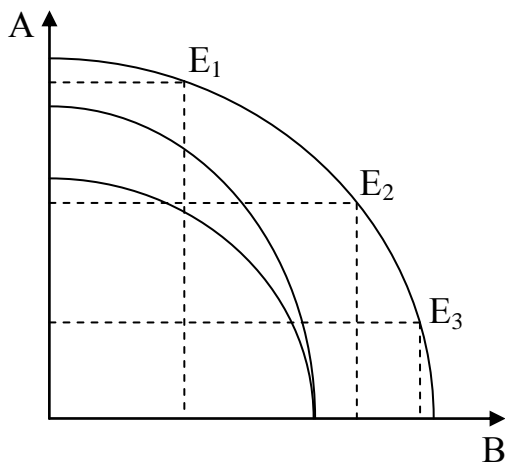


Рисунок 11.3 – Лінія виробничих можливостей

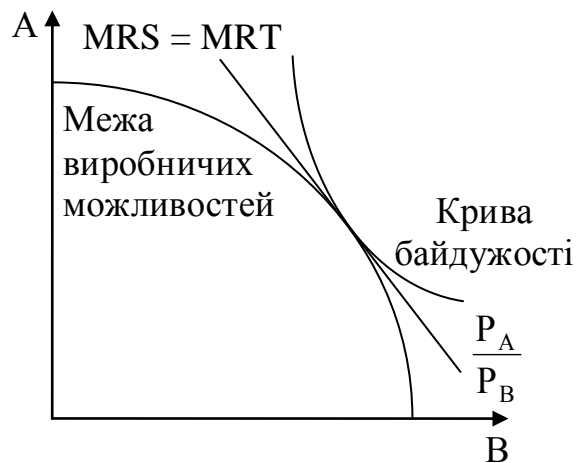


Рисунок 11.4 – Умови ефективного виробництва

Отже, для ефективного функціонування економіки в цілому розміщення ресурсів між виробництвом різних товарів має бути таким, щоб структура цього виробництва за ефективного використання ресурсів збігалася із структурою споживання. Тобто споживачі мають бути готові замінювати блага саме у такій пропорції, в якій виробництво може трансформувати один товар в інший. Виконання цієї умови можливе тільки тоді, коли всі ринки є досконало конкурен-

тими і на кожному з них встановлюються ефективні ціни:

$$P_A = MC_A, P_B = MC_B \dots \quad (11.5)$$

Звідси

$$\frac{MC_A}{MC_B} = \frac{P_A}{P_B}. \quad (11.6)$$

Останнє рівняння дає змогу визначити умову ефективного розміщення ресурсів в економіці:

$$MRT_{AB} = \frac{MC_A}{MC_B} = \frac{P_A}{P_B} = MRS_{AB}^C = MRS_{AB}^P. \quad (11.7)$$

При виконанні цієї умови конкурентна економіка досягає станів, що є оптимальними за Парето. Але існують передумови та ситуації, коли саморегульований ринок неспроможний забезпечити досягнення ефективного функціонування економіки. Такі передумови і ситуації розглядаються як загальна група під назвою “Причини неспроможності ринку”. Деякі з них (наявність ринкової влади, непрозорість ринків і неповна чи асиметрична інформація) вивчалися в попередніх розділах. Крім них обмежують ефективність ринкового регулювання ще й наведені нижче причини.

Наявність зовнішніх факторів, які виникають тоді, коли певна діяльність (у виробництві чи у споживанні) має побічний вплив на інші види діяльності, але цей вплив не відображається безпосередньо у ринкових цінах.

Існування громадських благ. У цій ситуації неспроможність ринку проявляється тоді, коли ринки не в змозі (не здатні або не зацікавлені) запропонувати товари, корисні для багатьох споживачів.

Позаринкова діяльність суб'єктів ринку та неринкові механізми регулювання. Відносини між суб'єктами господарювання можуть регулюватися не тільки ринковим механізмом (втручання держави, існуюча політична система, законодавча база тощо).

Наявність низки *причин обмеженої спроможності ринкового регулювання* обумовлює неможливість досягнення максимуму ефективності в економічній системі. За цих умов загальна рівновага досягається на новому рівні – на рівні *квазіоптимуму*. Теорія квазіоптимуму стверджує, що у випадку, коли в одній галузі (чи в групі галузей) викривлення не можуть бути усунені, краще відмовитися від досягнення максимуму ефективності в іншій галузі (чи в групі галузей), щоб збалансувати економіку в цілому.

Теорія загальної рівноваги має широке застосування, але найбільшу роль вона відіграє при визначенні наукових основ політики в галузі економіки добробуту. Очевидно, що в загально зрівноваженій економіці відбувається й ефективний розподіл. Однак чи є ефективний розподіл справедливим? І які переваги має один ефективний розподіл відносно іншого? Будь-яке міркування з цього приводу припускало б суб'єктивні порівняння корисностей, і навіть розсудливі люди не змогли б домовитися щодо таких порівнянь. У зв'язку з цим, розробка *критеріїв оцінки добробуту* є надзвичайно актуальною задачею.

Поряд із універсальним підходом В. Парето існують й інші пропозиції щодо оціночних критеріїв динаміки добробуту. За Н. Калдором та Дж. Хіксом, добробут підвищується, якщо ті, хто виграв, оцінюють свої доходи вище збитків потерпілих. За Д. Роулсом, найбільш справедливий розподіл максимізує корисність для найменш забезпечених членів суспільства. Досить добре відомий принцип зрівнялівки теж може використовуватись як критерій оцінки добробуту.

У результаті засвоєння теоретичного матеріалу з даної теми студенти мають бути спроможними:

1. Трактувати поняття: взаємозв'язки у ринковій системі, рівновага виробництва та рівновага споживання, загальна (конкурентна) рівновага, зовнішні ефекти, громадські блага, неринкові механізми, регулювання, квазіоптимум ринкової системи, критерії оцінки добробуту.

2. Обговорити, яким чином зміни попиту або пропозиції на одному ринку можуть вплинути на рівноважні обсяги продукції та ціни на інших ринках.

3. Знати, що в економічній системі розуміється під “ресурсним обмеженням”.

4. Розуміти дію ринкового механізму загального врівноважування; вплив загальної ринкової рівноваги на ефективність розміщення ресурсів в економічній системі на стадіях виробництва, обміну та споживання і в цілому в економіці; причини обмеженої спроможності ринкового регулювання; значення і сутність критеріїв оцінки добробуту

5. Використовувати діаграми Еджворта, щоб показати ефективні варіанти розподілу факторів виробництва і виробленої продукції та пояснити, за яких умов досягається ефективність.

6. Використовувати криві виробничих можливостей і криві споживчих можливостей, щоб показати, як ефективний варіант розподілу ресурсів може змінюватися в залежності від розподілу доходу.

7. Як система повністю конкурентних ринків може досягти ефективного варіанта розподілу ресурсів при даному розподілі доходу в економіці.

8. Обговорити, які можливі викривлення (диспропорції) можуть завадити ринковій системі досягти ефективного варіанту розподілу ресурсів.

9. Представити та проілюструвати дію причин обмеженої спроможності ринкового механізму.

Для підготовки можуть бути використані літературні джерела [4; 7; 11; 12; 20; 26; 33; 37-39].

Тема 12

Теорія суспільного добробуту та економічна ефективність

Вирішувані питання

- 12.1 Агрегування переваг. Теорема неможливості Ерроу
- 12.2 Функції суспільного добробуту
- 12.3 Максимізація добробуту
- 12.4 Справедливі розподіли. Заздрість і справедливість

Загальні положення та вимоги до обсягу знань

Досі при оцінці розподілів в економіці нашу увагу було зосереджено на міркуваннях ефективності за Парето. Однак існують й інші важливі міркування, які слід було б врахувати у цьому зв'язку. Необхідно пам'ятати, що ефективність за Парето нічого не говорить нам про розподіл добробуту між людьми; ситуація, коли все віддається одному індивіду, як правило, є ефективною за Парето. Всі інші, однак, могли б не вважати такий розподіл розумним.

Сама по собі ефективність за Парето – мета бажана: якщо існує якийсь спосіб підвищити добробут якої-небудь групи людей, не завдавши шкоди іншим людям, то чому б ним не скористатись? Проте зазвичай є багато розподілів, ефективних за Парето; як суспільству вибрати найбільш бажане з них?

Головний предмет розгляду даної теми – ідея *функції добробуту*, яка дозволяє “додавати” корисності різних споживачів. У більш загальному сенсі функція добробуту дає спосіб ранжувати різні розподіли корисності між споживачами.

Один із способів агрегування індивідуальних переваг полягає у використанні свого роду голосування. Однак проблема з голосуванням полягає в тому, що проникливі індивіди можуть маніпулювати результатами зазначених голосувань.

Природно, виникає питання, чи існують механізми прийняття суспільних рішень чи способи агрегування переваг, несприйнятливі до такого роду маніпуляцій? Чи існують способи “додавання” переваг, що не мають вищеписаних небажаних властивостей?

Складемо список деяких вимог, яким, на думку сучасних економістів, мав би задовольняти механізм прийняття суспільних рішень:

1. При будь-якому даному наборі абсолютно впорядкованих, рефлексивних і транзитивних індивідуальних переваг механізм прийняття суспільних рішень повинен у результаті забезпечувати суспільні вподобання, що володіють вказаними властивостями.

2. Якщо кожен надає перевагу альтернативі x порівняно з альтернативою y , то і суспільні вподобання повинні приписувати альтернативі x більш високий ранг, ніж альтернативі y .

3. Переваги щодо x та y повинні залежати лише від того, як люди ранжи-

рують x та y , але не від того, як вони ранжирують інші альтернативи.

Всі три зазначені вимоги виглядають цілком прийнятними. І, тим не менше, знайти механізм, який задовольняв би їм усім, може виявитися досить не просто. Дійсно, Кеннет Ерроу довів наступний примітний результат¹.

Теорема неможливості Ерроу. Якщо механізм прийняття суспільних рішень задовольняє властивостям 1, 2 і 3, то мова йде про диктатуру: всі громадські ранжирування альтернатив є ранжуваннями цих альтернатив одним індивідом.

Теорема неможливості Ерроу показує, що три абсолютно прийнятні і бажані риси механізму прийняття суспільних рішень несумісні з демократією: не існує ідеального способу прийняття суспільних рішень. Не існує ідеального способу агрегування індивідуальних переваг в одну суспільну перевагу. Якщо ми хочемо знайти спосіб агрегування індивідуальних переваг, що формує суспільні переваги, доведеться відмовитися від однієї з властивостей механізму прийняття суспільних рішень, описаних у теоремі Ерроу.

Агрегуюча функція називається **функцією суспільного добробуту** – це просто деяка функція від індивідуальних функцій корисності: $W(u_1(x), \dots, u_n(x))$. Вона дає спосіб ранжирування індивідуальних розподілів, що залежить тільки від індивідуальних переваг, і є зростаючою функцією корисності кожного індивіда. Один з особливих випадків функції суспільного добробуту – функція, що має вигляд *суми* індивідуальних функцій корисності:

$$W(u_1, \dots, u_n) = \sum_{i=1}^n u_i. \quad (12.1)$$

Іноді цю функцію називають *класичною утилітаристською* функцією суспільного добробуту, або *бентаміанською* функцією суспільного добробуту².

Іншою цікавою функцією добробуту є *мінімакса*, або *роулсіанська*, функція суспільного добробуту:

$$W(u_1, \dots, u_n) = \min\{u_1, \dots, u_n\}. \quad (12.2)$$

Відповідно до цієї функції суспільний добробут, що відповідає деякому розподілу, залежить тільки від добробуту індивіда з найнижчим рівнем добробуту – індивіда з мінімальною корисністю³.

Кожна з цих функцій добробуту є спосіб порівняння індивідуальних функцій корисності. Кожна з них представляє різні етичні судження з питання порівняння рівня добробуту різних індивідів. Єдине обмеження, що накладається нами на функцію суспільного добробуту на даному рівні аналізу: вона повинна зростати зі зростанням корисності кожного споживача.

Отже, оскільки у нас є функція добробуту, можна розглянути задачу мак-

¹ Див.: Эрроу К. Общественный выбор и индивидуальные ценности. – New York, Wiley, 1963. К. Эрроу, профессор Стенфордського університету, одержав Нобелівську премію з економіки за свою роботу в даній галузі

² Джеремі Бентам (1748-1832) був засновником утилітаристської школи моральної філософії, – школи, яка вважає, що найкорисніший товар той, який забезпечує найбільше щастя найбільшій кількості людей

³ Джон Роулз – сучасний фахівець з моральної філософії, що працює в Гарварді, який привів доводи на захист зазначеного принципу справедливості

симізації добробуту. Skorистаємося позначенням x_i^j , щоб вказати, скільки товару $j \in y$ індивіда i , і припустимо, що існує n споживачів і k товарів. Тоді розподіл x складається з переліку кількостей кожного з товарів, наявних у кожного з індивідів.

Якщо розподілу між індивідами підлягає загальна кількість X^1, \dots, X^k товарів 1, ..., k, можна сформулювати завдання максимізації добробуту таким чином:

$$\begin{aligned} \max W(u_1(x), \dots, u_n(x)) \\ \text{при } \sum_{i=1}^n x_i^1 = X^1 \\ \quad \quad \quad \vdots \\ \sum_{i=1}^n x_i^k = X^k. \end{aligned} \quad (12.3)$$

Таким чином, ми намагаємося знайти практично здійснений розподіл, який би мінімізував суспільний добробут. Які властивості має такий розподіл?

Перше, що необхідно відзначити, – це те, що розподіл максимального добробуту має бути ефективним за Парето.

Наступне спостереження полягає в тому, що *будь-який* розподіл, ефективний за Парето, має бути точкою максимуму добробуту для деякої функції добробуту.

Якщо заданий взаємозв'язок між ефективністю за Парето і точками максимуму добробуту, можна зробити висновок, що всі точки максимуму добробуту є конкурентними рівновагами і що всі конкурентні рівноваги є точками максимуму добробуту для деякої функції добробуту.

Підхід з позицій функції добробуту – це дуже загальний спосіб опису суспільного добробуту. Однак саме через його загальний характер з його допомогою можна сумувати властивості різноманітних етичних суджень. З іншої сторони, він не дуже корисний при вирішенні питання про те, якого роду етичні судження можна було б вважати розумними.

Інший підхід полягає в тому, щоб почати з якихось конкретних етичних суджень, а потім дослідити їх значення для розподілу в економіці. Це підхід, з якого виходять при вивченні *справедливих розподілів*.

Ми говоримо, що розподіл є **рівноправним**, якщо жоден з індивідів не надає перевагу товарному набору іншого індивіда порівняно зі своїм власним. Якщо який-небудь індивід i надає перевагу відносно свого власного набору товарному набору якогось іншого індивіда j , то ми говоримо, що i заздрить j . Нарешті, якщо розподіл є одночасно рівноправним і ефективним за Парето, то ми говоримо, що це **справедливий** розподіл.

Таким чином, ринковий механізм зберігає деякі види справедливості: якщо первинний розподіл являє собою поділ товарів порівну, то кінцевий розподіл має бути справедливим.

Для підготовки можуть бути використані літературні джерела [4; 7; 11; 12; 20; 26; 33; 37-39].

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Аналітична економія: Макроекономіка і мікроекономіка: Підручник: У 2-х кн. Кн. 1 / За ред. С.М. Панчишина, П.І. Островерха. – К.: Знання, 2009. – 723 с.
2. Аналітична економія: Макроекономіка і мікроекономіка: Підручник: У 2-х кн. Кн. 2 / За ред. С.М. Панчишина, П.І. Островерха. – К.: Знання, 2010. – 437 с.
3. Базилінська О.Я., Мініна О.В. Мікроекономіка: Навч. посіб. / За ред. Базилінської О.Я. 3-тє вид. випр. – К.: “Центр учбової літератури”, 2009. – 352 с.
4. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 3-х т. Т. 1-2. – СПб.: Экономическая школа ГУВШЭ, 2007.
5. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 3-х т. Т. 3. Сборник задач / П.А. Ватник, А.П. Заостровцев. – СПб.: Экономическая школа ГУВШЭ, 2007. – 160 с.
6. Горобчук Т.Т. Мікроекономіка: Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей. – К.: ЦУЛ, 2002. – 236 с.
7. Гребенников П.И. и др. Микроэкономика: Учебник / П.И. Гребенников, А.И. Леусский, Л.С. Тарасевич – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Изд-во СПб. гос. ун-та экономики и финансов, 1998. – 448 с.
8. Гребенников П.И. Микроэкономика в цифрах: задачи и решения. – СПб., 1998. – 112 с.
9. Гронтковська Г.Е., Косік А.Ф. Мікроекономіка. Практикум: навчальний посібник. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: ЦУЛ, 2010. – 420 с.
10. Дмитриев А.Л., Переверзева С.В. Теория поведения потребителя. Микроэкономика-II: Учебное пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Л.А. Миэринь. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 44 с.
11. Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Микроэкономика: Пер. с англ. – СПб.: Литера плюс, 1997. – 448 с.
12. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель / Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. – С.-Пб., 1992. – 496 с.
13. Задоя А.О. Мікроекономіка: курс лекцій та вправи: Навч. посібник. – 4-те вид, стереотип. – К.: Знання, 2005. – 212 с.
14. Економіка: навч. посіб. / за ред. М.П. Бутка. – Ніжин: ТОВ “Видавництво “Аспект-Поліграф”, 2011. – 612 с.
15. Економічна теорія: Мікроекономіка: Підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – К.: Знання, 2012. – 134 с.
16. Економічна теорія. Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2005. – 615 с.
17. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка: Навчальний посібник. – К.: Четверта хвиля, 1997. – 208 с.
18. Кулішов В.В. Мікроекономіка: Основи теорії та практикум: Навч. посібник. – Львів: Магнолія Плюс, 2004. – 332 с.
19. Лісовий А.В. Мікроекономіка: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 208 с.
20. Максимова В.Ф. Микроэкономика: Учебник. 4-е издание, проработан-

ное и дополненное. – М.: Маркет ДС, 2005. – 560 с.

21. Микроэкономика: деловые игры / Корнейчук Б.В. – СПб., 2003. – 157 с.

22. Мицкевич А.А. Сборник заданий по экономике. Издание второе. – М.: “Вита-Пресс”, 1998. – 144 с.

23. Мікроекономіка і макроекономіка: Підруч. для студентів екон. спец. закл. освіти: У 2 ч. / С. Будаговська, О. Кілієвич, І. Луніна та ін.; За заг. ред. С. Будаговської. – К.: Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2001. – 517 с.

24. Мікроекономіка. Методичні вказівки до практичних занять для студентів галузі знань 0305 “Економіка і підприємництво” напрямів підготовки 6.030508 “Фінанси та кредит”, 6.030509 “Облік і аудит”, 6.030504 “Економіка підприємства” і галузі знань 0306 “Менеджмент і адміністрування” напряму підготовки 6.030601 “Менеджмент” всіх форм навчання / Укладачі: Мініна О.В., Шадура-Никипорець Н.Т. – Чернігів: ЧДТУ, 2013. – 112 с.

25. Мікроекономіка: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н.О. Гончарова, А.І. Ігнатюк, Н.А. Малиш та ін. – К.: МАУП, 2005. – 304 с.

26. Мікроекономіка: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид. – К.: Знання, 2008. – 679 с.

27. Мікроекономіка. Практикум: Навчальний посібник / За ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид. – К.: Знання, 2010. – 247 с.

28. Общая экономическая теория. Сборник задач по микроэкономике: учебное пособие / Сост. Баталов С.М. – Екатеринбург, 2005. – 81 с.

29. Основи теорії ринкової економіки. Тексти лекцій для студентів напряму підготовки 1501 “Державне управління” спеціальності 8.150101 “Державна служба” всіх форм навчання / Укл. Мініна О.В., Шадура-Никипорець Н.Т. – Чернігів: ЧДТУ, 2009. – 81 с.

30. Піндайк Р., Рубінфелд Д. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – 646 с.

31. Райхлин Э. Микроэкономическая теория рынков вводимых ресурсов. – М.: Наука, 1996. – 176 с.

32. Райхлин Э. Основы экономической теории. Микроэкономическая теория рынков продукции. – М.: Наука, 1995. – 347 с.

33. Розанова Н.М. Микроэкономика. Руководство для будущих профессионалов: учебник для бакалавров / Н.М. Розанова. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2013. – 985 с.

34. Сборник задач по микроэкономике. К “Курсу микроэкономики” Р.М. Нуреева / Гл. ред. д.э.н., проф. Р.М. Нуреев. – М.: Норма, 2005. – 432 с.

35. Седов В.В. Экономическая теория: В 3 ч. Ч. 2. Микроэкономика: Учеб. пособие / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, 2002. – 115 с.

36. Селищев А.С. Микроэкономика: Учебник для вузов. – СПб., 2002. – 448 с.

37. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: Учебник. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат. 2006. – 374 с.

38. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. В 2-х т. Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 1992.

39. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп., з Модельно-комп'ютерним додатком на лазерному диску. – К.: Знання-Прес, 2007. – 579 с.