

А.В. Лісовий

МІКРОЕКОНОМІКА

**ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ УКРАЇНИ
АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОДАТКОВОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ**

А.В. Лісовий

МІКРОЕКОНОМІКА

КУРС ЛЕКЦІЙ

Ірпінь – 2002

УДК 350.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73
Л63

Затверджено вченою радою Академії ДПС України. Протокол № 9 від 26.04.2001.

Рецензенти:

П.О. Мосіюк, доктор економічних наук, професор Національного аграрного університету.

В.А. Кадієвський, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Національного аграрного університету.

Лісовий А.В.

Л63 Мікроекономіка: Курс лекцій. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2002. – 200 с.

ISBN 966-7257-69-X

У даній книзі читач відкриє для себе основні закономірності функціонування мікроекономіки, дізнається про кардиналістську та ординалістську теорії поведінки споживача на ринку товарів, модель досягнення рівноваги споживачем, механізм формування попиту та пропозиції, він також ознайомиться з мікроекономічною моделлю підприємства, розгляне механізм формування рівноваги виробника.

У цьому навчальному посібнику розкрито також поведінку виробника на ринках чистої конкуренції, чистої монополії, олігополії та монополістичної конкуренції, висвітлено механізм формування цін на працю, капітал, землю та інші ресурси на відповідних ринках, подано механізм досягнення загальної рівноваги, зовнішні та трансформаційні ефекти в ринковій економіці.

Даний курс лекцій відповідає нормативній програмі курсу “Мікроекономіка” і розрахований на студентів економічних спеціальностей, аспірантів, викладачів, усіх, хто бажає оволодіти базовим обсягом економічних знань.

УДК 350.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73

© Лісовий А.В., 2002
© Академія ДПС України, 2002

ISBN 966-7257-69-X

ЗМІСТ

Передмова	10
-----------------	----

ТЕМА 1

ПРЕДМЕТ І МЕТОД МІКРОЕКОНОМІКИ

1.1. Мікроекономіка як складова частина теоретичної економіки	12
1.2. Суб'єкти та об'єкти економічних відносин на мікрорівні.....	16
1.3. Методологія мікроекономічного аналізу. Мікроекономічні моделі	20
Контрольні питання	22
Основні терміни і поняття.....	23
Рекомендована література.....	23

РОЗДІЛ І

ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

ТЕМА 2

ТЕОРІЯ ГРАНИЧНОЇ КОРИСНОСТІ І ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА

2.1. Поняття потреби, види потреб. Економічні блага	25
2.2. Поняття корисності, сукупна та гранична корисність	29
2.3. Поняття рівноваги споживача. Другий закон Госсена.....	33
Контрольні питання	35
Задачі	35
Основні терміни і поняття.....	37
Рекомендована література.....	38

ТЕМА 3

ОРДИНАЛІСТСЬКА ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

3.1. Вибір споживача з ординалістських позицій	39
3.2. Криві байдужості, їх властивості.....	42
3.3. Бюджетні обмеження і можливості споживача.....	47
3.4. Рівновага споживача	50
3.5. Рівняння рівноваги: ординалістський підхід.....	52
Контрольні питання.....	55
Задачі.....	55
Основні терміни і поняття	56
Рекомендована література	57

ТЕМА 4

АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

4.1. Реакція споживача на зміну його доходу.....	58
4.2. Реакція споживача на зміну цін товарів.....	62
4.3. Ефект заміщення та ефект доходу	63
Контрольні питання.....	66
Задачі.....	67
Основні терміни і поняття	68
Рекомендована література	68

ТЕМА 5

ПОПИТ, ПРОПОЗИЦІЯ, ЇХ ВЗАЄМОДІЯ

5.1. Ринковий попит і закон попиту	69
5.2. Ринкова пропозиція, закон пропозиції.....	71
5.3. Взаємодія попиту і пропозиції. Ринкова рівновага.....	74
5.4. Еластичність попиту і пропозиції.....	75
Контрольні питання.....	80
Задачі.....	81
Основні терміни і поняття	83
Рекомендована література	84

РОЗДІЛ II

ТЕОРІЯ ПІДПРИЄМСТВА: ВИРОБНИЦТВО І ВИТРАТИ

ТЕМА 6 МІКРОЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА

6.1. Основи виробництва, підприємство як виробничо-ринкова система	85
6.2. Параметри підприємства як мікроекономічної моделі	88
Контрольні питання	91
Задачі	92
Основні терміни і поняття	93
Рекомендована література	93

ТЕМА 7 ВАРІАЦІЇ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА ТА ОПТИМУМ ТОВАРОВИРОБНИКА

7.1. Частинна варіація факторів виробництва	95
7.2. Ізоквантна варіація факторів виробництва	97
7.3. Пропорційна варіація факторів виробництва	100
7.4. Оптимум виробника	102
Контрольні питання	105
Задачі	105
Основні терміни і поняття	107
Рекомендована література	107

ТЕМА 8 ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА

8.1. Витрати виробництва за короткостроковий період	108
8.2. Витрати в довгостроковому періоді	111
Контрольні питання	113
Задачі	114
Основні терміни і поняття	115
Рекомендована література	115

РОЗДІЛ III

ТЕОРІЯ РИНКОВИХ СТРУКТУР: РИНОК ПРОДУКТУ

ТЕМА 9 РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

9.1. Модель ринку досконалої конкуренції та її характеристики	117
9.2. Ринкова поведінка підприємства в короткостроковому періоді.....	119
9.3. Ринок досконалої конкуренції в довгостроковому періоді.....	124
9.4. Ефективність ринку досконалої конкуренції	125
Контрольні питання.....	126
Задачі.....	126
Основні терміни і поняття	127
Рекомендована література	127

ТЕМА 10 МОНОПОЛЬНИЙ РИНОК

10.1. Модель чистої монополії та її характеристики	129
10.2. Визначення цін та обсягів виробництва монополістом	130
10.3. Особливості функціонування реальних монополізованих ринків.....	133
Контрольні питання.....	134
Задачі.....	134
Основні терміни і поняття	135
Рекомендована література	135

ТЕМА 11 ОЛІГОПОЛІЯ

11.1. Теоретичні моделі олігополії	137
11.2. Моделювання поведінки олігополістів за їх реакцією на ринкові зміни	138
11.2. Ефективність олігополії.....	140
Контрольні питання.....	140
Задачі.....	141
Основні терміни і поняття	142
Рекомендована література	142

ТЕМА 12

МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ

12.1. Ознаки і поширення монополістичної конкуренції.....	143
12.2. Короткострокова та довгострокова рівновага фірми при монополістичній конкуренції	144
12.3. Ефективність монополістичної конкуренції	146
Контрольні питання	147
Задача.....	147
Основні терміни і поняття.....	148
Рекомендована література.....	148

РОЗДІЛ IV

РИНКИ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА

ТЕМА 13

УТВОРЕННЯ ПОХІДНОГО ПОПИТУ

13.1. Похідний попит за досконалої конкуренції.....	149
13.2. Вплив недосконалої конкуренції на похідний попит	152
13.3. Зміни попиту на ресурси. Еластичність похідного попиту	153
13.4. Оптимальне співвідношення ресурсів	154
Контрольні питання	154
Задачі	155
Основні терміни і поняття.....	156
Рекомендована література.....	156

ТЕМА 14

РИНОК ПРАЦІ

14.1. Попит на працю в умовах досконало конкурентного ринку ресурсів.....	157
14.2. Ринкова пропозиція праці на досконало конкурентному ринку.....	158
14.3. Ринок праці з недосконалою конкуренцією	159
Контрольні питання	161
Задачі	162
Основні терміни і поняття.....	162
Рекомендована література.....	162

ТЕМА 15

РИНОК КАПІТАЛУ І ЗЕМЛІ

15.1. Капітал як фактор виробництва	164
15.2. Поняття вибору у часі. Споживання та інвестиції	165
15.3. Аналіз інвестиційних рішень. Поняття дисконтованої величини	166
15.4. Ринок землі	167
Контрольні питання	168
Задачі	169
Основні терміни і поняття	169
Рекомендована література	169

РОЗДІЛ V

РІВНОВАГА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКОВОЇ СИСТЕМИ

ТЕМА 16

ЗАГАЛЬНА РІВНОВАГА КОНКУРЕНТНИХ РИНКІВ

16.1. Поняття загальної рівноваги. Ефект зворотного зв'язку	171
16.2. Ефективність у виробничій сфері	172
16.3. Рівновага в економіці обміну	174
16.4. Загальна рівновага та економіка добробуту	175
Контрольні питання	176
Основні терміни і поняття	177
Рекомендована література	177

ТЕМА 17

ЗОВНІШНІ ЕФЕКТИ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЇХ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

17.1. Позаринкові (зовнішні) ефекти, їх економічний зміст	178
17.2. Громадські блага і громадський вибір	180
17.3. Економічна роль держави в ринковій економіці	181
Контрольні питання	182
Задача	182
Основні терміни і поняття	183
Рекомендована література	183

ТЕМА 18

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЕФЕКТИ ТА

МІКРОСИСТЕМА

18.1. Мікроекономічний підхід до аналізу централізовано- планової економіки	184
18.2. Координація економічної діяльності у перехідний період	189
18.3. Трансформування власності. Приватизація	192
18.4. Інституціональні аспекти ринкового господарства	194
Контрольні питання	196
Основні терміни і поняття	197
Рекомендована література	197
 ЛІТЕРАТУРА	 198

ПЕРЕДМОВА

В умовах трансформації старої командно-адміністративної економіки та переходу до змішаної економічної системи всім сучасним людям необхідний, як мінімум, базовий обсяг економічних знань. Насамперед, це стосується безпосередніх учасників ринкових перетворень (керівників підприємств і галузей, економістів, менеджерів) і майбутніх фахівців з економіки – студентів. Їм потрібно вивчати не лише базовий курс економічної теорії, але й деякі спеціальні її розділи, одним з яких є мікроекономіка.

Мікроекономіка вивчається у вищих навчальних закладах України порівняно недавно, тому відчувається гостра нестача вітчизняних (що відображають реалії нашого економічного життя) підручників. Такий підручник повинен бути невеликий за обсягом (без зайвої деталізації та математичних доведень), щоб бути легким для сприймання середнім студентом та доступним йому по ціні. Саме ці причини стали вирішальними для автора при написанні даної книги. В її основу покладений курс лекцій, які автор читає студентам та курсантам Академії державної податкової служби України. Даний курс лекцій відповідає програмі “Мікроекономіка”, що ухвалена на Всеукраїнській науково-методичній конференції “Проблеми викладання економічної теорії” 26–28 квітня 1999 року в м. Києві та ухвалена і доповнена вченою радою Академії державної податкової служби України 29 серпня 2000 року.

Книга складається з вступної лекції та п’яти розділів.

У вступній лекції читач ознайомлюється з мікроекономікою як складовою частиною економічної теорії, дізнається про предмет і методи її вивчення.

Розділ 1 “Теорія поведінки споживача” розповідає про кардиналістську та ординалістську теорії поведінки споживача на ринку товарів, модель досягнення рівноваги споживачем, формування попиту та пропозиції.

У розділі 2 “Теорія підприємства: виробництво і витрати” читачі ознайомляться з мікроекономічною моделлю підприємства, розглянуть механізм формування рівноваги виробника.

У розділі 3 “Теорія ринкових структур: ринок продукту” розкрито поведінку виробника на ринках продуктів. Розділ складається з чотирьох тем, кожна з яких характеризує один із видів ринку відносно конкуренції виробників: чистої конкуренції, чистої монополії, олігополії та монополістичної конкуренції.

Розділ 4 “Ринки факторів виробництва” висвітлює механізм формування цін на працю, капітал, землю та інші ресурси на відповідних ринках.

Розділ 5 “Рівновага та ефективність ринкової системи” розкриває механізм досягнення загальної рівноваги, зовнішні та трансформаційні ефекти в ринковій економіці.

У даному посібнику після кожної лекції наводяться контрольні питання для самоперевірки, задачі, основні терміни і поняття, список рекомендованої літератури із зазначенням необхідних сторінок. Книга проілюстрована 87 рисунками, має 11 таблиць та 45 задач.

ТЕМА 1

ПРЕДМЕТ І МЕТОД МІКРОЕКОНОМІКИ

Метою вступної теми є дослідження особливостей того об'єкта, що є предметом вивчення мікроекономіки, й отримання відповідей на питання:

- 1. Що вивчає мікроекономіка?*
- 2. Для чого вивчає?*
- 3. Як вивчає?*

1.1. Мікроекономіка як складова частина теоретичної економіки

Людині для існування необхідно виробляти життєві блага: продукти харчування, одяг, взуття, житло, транспортні засоби, меблі, засоби зв'язку, ліки та ін. Для виробництва благ потрібні економічні ресурси: сировина, земля, робоча сила, обладнання, приміщення, підприємницькі здібності. Їх запаси завжди лімітовані, тому обмежені і можливості виробництва всіх благ. Крім того, потреби людини безмежні, вона бажає покращувати своє забезпечення благами без кінця. Ці дві особливості людської поведінки вступають у гостре протиріччя між собою, тому в людей залишається лише один вихід – економити.

Отже, предметом вивчення економічної теорії є діяльність людей, пов'язана з досягненням ефективного використання обмежених ресурсів для найкращого задоволення потреб у життєвих благах.

Економічні явища можна досліджувати на різних рівнях. Якщо в якості об'єкта дослідження взяти національну економіку, то такий підхід називають макроекономічним. **Макроекономіка – це частина економічної теорії, що вивчає економіку в цілому.** Вона досліджує такі проблеми, як обсяги національного виробництва (показники і динаміка), розподіл національного продукту, зайнятість і безробіття, інфляція і дефляція, роль держави в економічному житті суспільства та інші.

Якщо ж розглядати господарську діяльність окремих економічних суб'єктів – людей, підприємств, організацій, то такий підхід називається мікроекономічним¹. **Мікроекономіка – це розділ економічної теорії, який вивчає діяльність окремих економічних одиниць і структур, таких як домашні господарства, підприємства, ринки окремих благ.** Головні проблеми, які досліджує мікроекономіка, – це попит, пропозиція, ціна, заробітна плата, підприємництво, конкуренція, прибуток.

Для прикладу, порівнюючи економіку з лісом, можна сказати, що мікроекономіка не бачить за окремими деревами всього лісу, а макроекономіка за цілим лісом – окремих дерев. Звичайно, достатньо повне уявлення про економічне життя суспільства можна отримати лише вивчивши як мікроекономічні, так і макроекономічні проблеми. “Ви освічені менш ніж на половину, – говорить П. Самуельсон, – якщо Ви знаєте лише один розділ, але не маєте уяви про інший розділ економіки”². У багатьох випадках взагалі важко розмежувати мікроекономіку та макроекономіку. Навіть у наш час, коли мікроекономіка визнана в усьому світі, поділ на макро- та мікроекономіку дещо умовний. Вивчення кожного розділу теоретичної економіки передбачає розуміння взаємозалежності та взаємозв'язку мікро- та макроявищ. Наприклад, ринок капіталу є ринком одного з ресурсів, а тому досліджується в мікроекономіці. Разом з тим, це одна з головних проблем макроекономіки, оскільки вона пов'язана з інвестиціями, інфляцією та соціальною стабільністю суспільства в цілому.

Також досить поширеним є ототожнювання мікроекономіки з економікою підприємства. Насправді ж ці науки лише частково перехрещуються, тому що вони обидві вивчають управлінські рішення підприємств щодо своєї ринкової поведінки. Але відмінностей між ними значно більше: мікроекономіка вивчає споживацькі переваги, поведінку підприємств, ринкові попит і пропозицію, залиша-

¹ Префікс “мікро” в перекладі з грецької мови означає “малий”. Проте багато підприємств “малі” лише порівняно з національною економікою.

² Самуельсон П. Экономика. – М., 1992. – Т. 1. – С. 22. Поль Ентоні Самуельсон (р. н. 1915 р.) – один з найвідоміших сучасних американських економістів, лауреат Нобелівської премії 1970 року.

ючи поза увагою питання самого організаційного процесу прийняття рішень на підприємствах, їх організаційні форми, показники господарської діяльності підприємств, що вивчаються в економіці підприємства.

Як самостійна частина економічної теорії мікроекономіка сформувалася в кінці XIX – на початку XX століття. Основи мікроекономіки виявляються ще в класичній політичній економіці. Адам Сміт заклав основи функціонального аналізу. Він також вважав, що багатство створюється в процесі виробництва, а розподіл праці, конкуренція, продуктивність праці, ринок підвищують ефективність виробництва. Держава, на думку Сміта, повинна здійснювати лише мінімальний вплив на економіку. Ринок він порівнював з “невидимою рукою”, яка ефективно направляє індивідуальні економічні сили.

Засновниками мікроекономіки вважаються вчені Жан Батіст Сей і Томас Мальтус. Теорія трьох факторів виробництва Сея та закон спадної доходності Мальтуса досі використовуються в мікроекономіці.

У кінці XIX століття з’явилась ціла плеяда економістів неокласичного напрямку: А. Маршал, К. Менгер, Ф. Візер, Дж. Б. Кларк, Е. Бем-Бевек та інші. Неокласики істотно модифікували теорію цін. Зокрема, ними були введені такі поняття, як попит, пропозиція, ціна рівноваги та інші. Покупець займає у неокласиків важливе місце в ціноутворенні, у класичній же школі акцентувалась увага на головній ролі виробника у процесі ціноутворення. До мікроекономіки у цей період активно ввійшли математичні методи, графіки, психологія.

У процесі вибору, що нав’язаний суспільству обмеженістю ресурсів, люди постають перед необхідністю розв’язання трьох основних проблем, вирішити які допомагає наука мікроекономіка.

1. Що виробляти? Тобто виробник завжди вирішує питання, які товари і послуги та в якій кількості виробляти. Для вирішення цього питання в мікроекономіці розроблена теорія споживацького вибору.

2. Як виробляти? Тобто з допомогою яких обмежених ресурсів і технологічних способів виробляти необхідні людям блага. Те-

орія виробництва (один з основних розділів мікроекономіки) допомагає вирішити проблему розподілу ресурсів між підприємствами та галузями.

3. Для кого виробляти? Оскільки життєві блага обмежені, то потрібно вивчати доходи населення та механізм їх розподілу на поточне та перспективне споживання.

Останнім часом до цих фундаментальних проблем додалася ще одна:

4. Коли будуть спожиті ті чи інші блага або ресурси? Необхідно зробити вибір: споживати їх зараз чи пізніше? Використаємо наші обмежені природні ресурси самі чи залишимо їх для майбутніх поколінь? Екологічна та енергетична кризи роблять дану проблему однією з найголовніших з точки зору збереження цивілізації та виживання людства.

При розв'язанні приведених вище проблем мікроекономіка реалізує такі функції:

Пояснення явищ, які спостерігаються. Пояснюючи різні явища, мікроекономіка виходить із твердження, що при виборі варіантів поведінки економічні суб'єкти мають на меті максимізацію свого зиску. Ірраціональна поведінка суб'єктів є відхиленням від норми. Зиск може бути як поточним, так і перспективним. Для економічного життя характерна суперечність між поточним та перспективним зиском, що називається **“ефектом Робін Гуда”**. Грабуючи багатих купців та роздаючи їхнє майно бідним, Робін Гуд покращував життя бідних. Однак, зрештою, купці взагалі припинили постачання товарів у цю місцевість, що призвело до різкого зростання цін та погіршення життя бідних¹.

Прогнозування поведінки економічних суб'єктів. Результативність цієї мікроекономічної функції залежить від точності вихідних показників, які покладені в основу прогнозу. Ці показники знаходяться під час дослідження економічних закономірностей. Користуватись такими закономірностями для прогнозування потрібно

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій: Навч. посіб. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – С.13.

обережно, тому що вони діють як тенденції і не обов'язково спрацьовують у кожному окремому випадку.

Пояснення економічних явищ та прогнозування поведінки економічних суб'єктів належать до позитивного аналізу. Взагалі всі економічні погляди та позиції економістів можна поділити на позитивні та нормативні.

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

Нормативна мікроекономіка – це оцінювальні судження відносно правильності чи неправильності дій, вони відповідають на питання: якими повинні бути економічні зв'язки, якою повинна бути економіка, які рішення потрібно прийняти? Відносно проблеми попиту і пропозиції нормативні судження будуть пов'язані з тим, які шляхи краще вибрати для підвищення попиту на певний товар чи його пропозиції.

1.2. Суб'єкти та об'єкти економічних відносин на мікрорівні

Об'єктом досліджень у мікроекономіці є мікросистема.

Мікросистема – це система економічних відносин між господарюючими суб'єктами. Аналізувати мікросистему можна у трьох аспектах:

- 1) через з'ясування того, які суб'єкти вступають у ці відносини;
- 2) з приводу чого ці відносини складаються;
- 3) який основний зміст цих відносин.

До основних суб'єктів мікросистеми належать:

Домогосподарства. Домогосподарство – це економічна одиниця, що складається з одного або більше чоловік, які ведуть спільне господарство, забезпечує економіку ресурсами і використовує зароблені при цьому кошти на поточне споживання товарів та послуг і заощадження з метою задоволення своїх потреб. Прикладом домогос-

подарства є сім'я. Роль домогосподарств у мікроекономічній системі подвійна. На ринку кінцевих товарів домогосподарства виступають на боці попиту як покупці. З іншого боку, домогосподарства – це власники ресурсів, які вони постачають для виробничих цілей. Тому на ринку ресурсів домогосподарства перетворюються на продавців, формують пропозицію.

Підприємства (фірми). Підприємство – це товаровиробник і основна виробнича ланка економіки. До них належать будь-які господарюючі суб'єкти, що займаються виробничим споживанням ресурсів та виробництвом товарів чи послуг з метою отримання прибутку.

Держава. У мікроекономіці вона розглядається як сукупність органів влади, що є регулятором та координатором економічного життя. При дослідженні мікросистеми потрібно абстрагуватися від того, що держава – власник значної кількості підприємств, що вона організовує виробництво товарів громадського користування тощо. Найсуттєвішою для мікроекономіки є її координаційна роль.

Об'єктами, з приводу яких складаються відносини у мікросистемі, є фактори виробництва (ресурси) та його результати. Факторами виробництва є:

1. Праця – ціленаправлена діяльність людини, що видозмінює природну речовину, з метою надати їй необхідної для задоволення потреб людини форми.

2. Капітал – всі засоби виробництва, створені людиною в попередніх виробничих процесах.

3. Природні ресурси, до яких належать групи предметів праці, що не піддавалися обробці, або сили природи, що використовуються у виробничому процесі. Часто їх називають узагальнюючим словом “земля”.

4. Підприємницькі здібності – це особливі здібності деяких людей йти на мобілізацію ресурсів, свідомо йти на ризик, на організацію виробничого процесу з метою отримання прибутку.

Для розуміння мотивів поведінки економічних суб'єктів необхідно розглянути деякі властивості ресурсів.

1. Обмеженість. У більшості випадків ресурси обмежені не абсолютно, а відносно: збільшення залучення цього ресурсу до виробництва обійдеться фірмі дорожче.

2. Взаємозаміщуваність (субституційність). Це означає, що одні ресурси можуть замінювати інші, але тільки до певної міри. Наприклад, людську працю завжди можна замінити капіталом (машинами), але витіснити людину як продуктивну силу взагалі з процесу виробництва неможливо.

3. Взаємодоповнюваність (комплементарність). Ефективне використання кожного ресурсу можливе лише за певного співвідношення з іншими. Наприклад, кількість працівників і відповідна кількість верстатів, які вони можуть ефективно обслуговувати; кількість водіїв і автомашин і т. д.

Результатом виробничої діяльності є матеріальний продукт (річ) або послуга. Вимірювати його можна як кількісно за допомогою натуральних показників, так і у вартісному виразі. Вартісний вираз залежить від цін, у яких розраховується результат. Ціни бувають поточними, тобто такими, що склалися на момент розрахунку, або зіставними – зафіксованими на певний період.

Якщо мікроекономічну систему розглядати з погляду змісту економічних відносин, які складаються в ній, то мікросистема є ринковою системою. Ринок – це спосіб взаємодії економічних суб'єктів, що ґрунтується на конкуренції. Це особливий механізм координації економічних дій.

Взаємовідносини, що встановлюються між продавцем і покупцем, мають деякі відмінні риси.

1. Рівноправне становище учасників. Це означає, що продавець і покупець повинні бути в рівних умовах, ніхто з них не повинен мати можливостей позаекономічного примусу контрагента до вступу у відносини обміну. Звичайно, на ринку діють і монополії, але у цьому випадку примус має економічний характер.

2. Принцип економічного зиску як головний критерій доцільності вступу у ринковий зв'язок. Основні правила, якими керуються учасники обміну:

- а) обмін повинен приносити зиск (прибуток);
- б) кожен намагається здійснити угоду з максимальним зиском для себе;
- в) краще здійснити угоду з меншим зиском, ніж взагалі від неї відмовитися.

3. Повна економічна відповідальність контрагентів за свої дії. Якщо свобода – це один бік ринкового становища суб'єкта, то повна самовідповідальність – інший. Якщо економічний суб'єкт сам обирає контрагента без примусу, за власною волею, то, звичайно, сам повинен відповідати за свій вибір.

Сферу обміну можна уявити як рух двох зустрічних потоків: товарів і грошей (рис.1.1)¹.

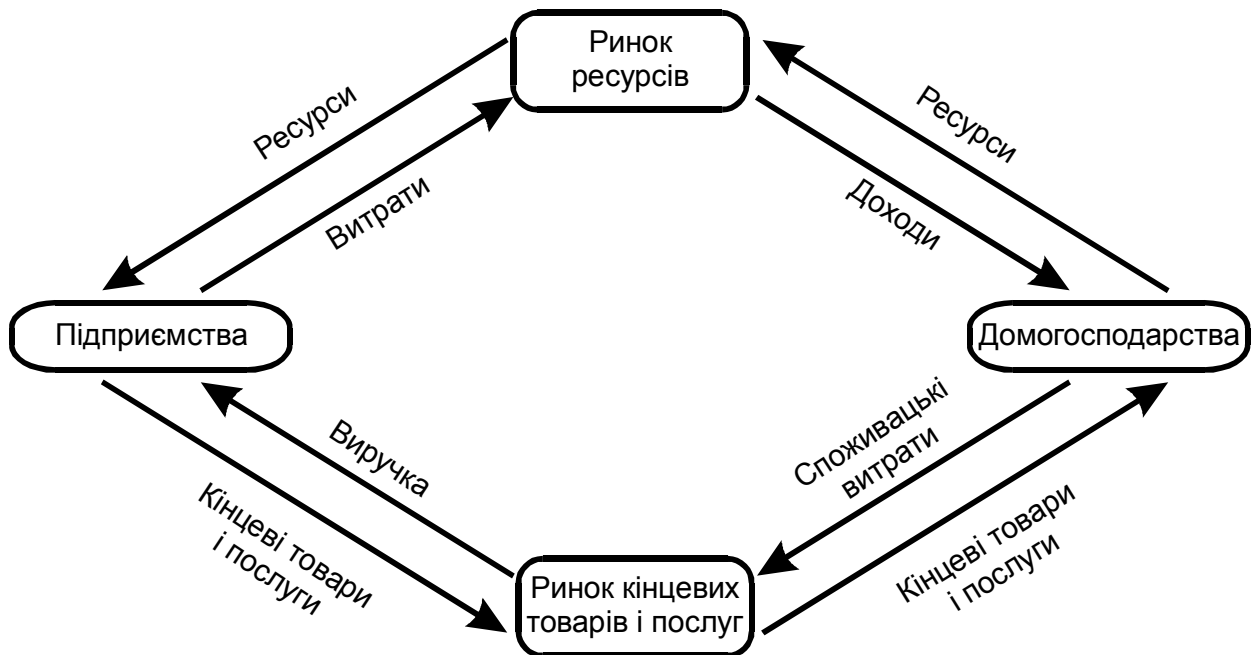


Рис. 1.1. Кругообіг товарів і грошей

Поведінка економічних суб'єктів на ринку залежить від стану конкурентного середовища. Тому в мікроекономіці особливу увагу приділяють конкуренції, окремо розглядаючи ринки чистої монополії, монополістичної конкуренції, олігополії та чистої конкуренції.

Нормальним станом мікросистеми є її спрямованість на досягнення рівноваги як окремих суб'єктів (насамперед, споживача та виробника), так і всієї системи. З'ясування механізмів встановлення та відновлення рівноваги мікросистеми – головне завдання мікроекономіки.

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій: Навч. посіб. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2000. – С. 20.

1.3. Методологія мікроекономічного аналізу.

Мікроекономічні моделі

Досягнення цілей мікроекономіки пов'язане з використанням певних методів пізнання економічного життя суспільства.

Одними з основних методів дослідження в мікроекономіці є методи індукції і дедукції.

Індукція – це хід дослідження від окремих фактів до загальних висновків і узагальнень. Економіст у даному випадку починає з вивчення фактів. Фактами для нього служать статистичні дані, результати анкет, спостереження та ін.

Дедукція – це висування гіпотез на основі несистематичних спостережень, практичного досвіду, інтуїції, логічних роздумів із подальшою їх перевіркою на фактах. Тобто хід дослідження йде від попередніх висновків (гіпотез) до фактів. Гіпотеза – це попереднє судження про існування певної залежності між економічними явищами.

Вивчаючи якесь економічне явище, економісти не можуть досліджувати всі його деталі.

Абстрагування – це навмисне спрощення досліджуваного об'єкта шляхом виключення з аналізу деяких його деталей. Наприклад, при розгляді домогосподарства ми не враховуємо смаки, уподобання та переваги кожного члена сім'ї, а вважаємо домогосподарство єдиною неподільною одиницею. Аналогічно при дослідженні споживчого кошика ми вважаємо, що споживач робить вибір не з кількох десятків товарів, а лише з двох. Саме так при вивченні ринку праці ми для спрощення ситуації не будемо враховувати індивідуальні особливості кожного працівника, його рівень кваліфікації вмінь та навичок.

Припущення “при інших рівних умовах”. Мікроекономіка формулює економічні закони, в яких вказується, що настання одного явища викликає інше, але тільки при інших рівних умовах. Тобто вважається, що всі інші фактори, які могли б вплинути на дане явище, залишаються незмінними. Наприклад, відомо, що зменшення ціни призводить до підвищення попиту на даний товар, але лише

при незмінних інших факторах, бо якщо при зменшенні ціни погіршиться якість, то стверджувати, що попит зросте, не можна.

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

Рівноважний підхід до дослідження динамічних явищ і процесів – важлива риса мікроаналізу. Розглядаючи сталу динаміку економічних явищ, мікроекономіка намагається вивчити такий їхній стан, який характеризується відносною стабільністю, тобто рівновагою. Рівновага означає, що немає внутрішніх тенденцій до зміни існуючого стану. Якщо при незначних змінах зовнішнього середовища ситуація докорінно змінюється, то така рівновага називається нестійкою. Якщо при виникненні таких зовнішніх змін у самій системі з'являються сили, що відроджують рівновагу, то вона називається стійкою. Зміни зовнішніх умов можуть бути значними, тоді така економічна система перейде від одного рівноважного до іншого аналогічного стану.

Методи статики і динаміки особливо широко використовуються у мікроекономічних дослідженнях. Метод статики передбачає порівняння різних рівноважних станів, при цьому перехід від однієї рівноваги до іншої залишається поза аналізом. Метод динаміки, навпаки, вимагає аналізу власне переходу від одного стану рівноваги до іншого.

Граничний аналіз – це технічний прийом, що широко використовується в побудові мікроекономічних моделей. Це дослідження того, як кожна додаткова операція, здійснена за певний період, впливає на мету, досягти якої прагне людина. Прикладами таких граничних величин можуть бути граничні витрати (витрати, необхідні для збільшення результату на одиницю) чи гранична корисність (корисність, яку приносить споживання додаткової одиниці блага).

Кінцевим завданням мікроекономічних досліджень є розробка теорій та моделей.

Економічна модель – це система взаємозв'язків між економічними змінними, яка дає змогу прогнозувати результат.

Економічні змінні – це натуральні або вартісні величини, які можуть набувати можливих значень.

Метою економічного моделювання є намагання допомогти зрозуміти, як діє той чи інший сектор економіки. Помилковою є думка, що чим більше модель схожа на реальний об'єкт, тим вона краща. Критерієм корисності економічної моделі є не її відповідність реальним економічним процесам, а відповідність отриманих за її допомогою прогнозів реальним подіям. Саме тому модель повинна бути максимально простою, що дасть змогу розширити масштаби та ефективність її використання.

Побудова моделі пов'язана із втратою певної частини інформації про об'єкт, який досліджується. Це допомагає абстрагуватися від його другорядних елементів, сконцентруватися на основних складових системи та взаємозв'язках. Відомі величини, що вводяться у модель у готовому вигляді, називаються ендегенними.

Одним з найпростіших видів економіко-математичного моделювання є моделювання у двохвимірному просторі – за допомогою графіків. Цей метод часто використовується у мікроекономіці. Трьохвимірні графіки складніші для сприйняття, тому їх рідше використовують, а багатовимірних графіків не існує взагалі.

Контрольні питання

1. Що вивчає мікроекономіка?
2. Чому обмеженість ресурсів примушує людину робити вибір?
3. Мікро- та макроекономіка, спільні риси і відмінності.
4. Історія виникнення та еволюція мікроекономіки.
5. Охарактеризуйте основні проблеми мікроекономіки.
6. Назвіть функції мікроекономіки.
7. Дайте визначення позитивної та нормативної мікроекономіки.
8. Дайте характеристику об'єктів та суб'єктів мікроекономіки.

9. Основні фактори виробництва.
10. Властивості факторів виробництва.
11. Дайте характеристику взаємовідносин між продавцем і покупцем.
12. Дайте характеристику кругообігу товарів і грошей.
13. Дайте характеристику методів індукції та дедукції.
14. Методи абстрагування та припущення “при інших рівних умовах”.
15. Охарактеризуйте функціональний аналіз та рівноважний підхід.
16. Методи статистики і динаміки, граничний аналіз.
17. Дайте характеристику економічних моделей та економічних змінних.

Основні терміни і поняття

Абстрагування; взаємозаміщуваність; взаємодоповнюваність; граничний аналіз; дедукція; держава; домогосподарство; економічна модель; економічні змінні; ефект Робін Гуда; індукція; капітал; макроекономіка; методи статистики і динаміки; мікроекономіка; мікросистема; нормативна мікроекономіка; обмеженість ресурсів; підприємницькі здібності; підприємство; позитивна мікроекономіка; праця; припущення “при інших рівних умовах”; природні ресурси (праця); рівноважний підхід; фактори виробництва; функціональний аналіз.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 8–19.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 13–38.

3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 11–14.
4. Задоя А.А., Петруня Ю.Е. Основы экономики: Учеб. пособие. – К.: Вища шк., Знання, 1998. – С. 8–23.
5. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 9–21.
6. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 3–6.
7. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 7–10.
8. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 6–12.
9. Основы економічної теорії: політекономічний аспект: Підручник / Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко, Л.О. Каніщенко та ін. / За ред. Г.Н. Климка, В.П. Нестеренка. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Вища шк., Знання, 1997. – С. 198–205, 259–286.
10. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 20–32.
11. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основы мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1999. – С. 5–49.

ТЕМА 2

ТЕОРІЯ ГРАНИЧНОЇ КОРИСНОСТІ І ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА

Споживач, виходячи на ринок, має мету придбати деяку кількість товарів або послуг для того, щоб задовольнити свої потреби. При цьому він орієнтується на властивості товарів задовольняти потреби та приносити задоволення. Завдання цієї теми – викласти основні положення теорії граничної корисності, дати поняття потреб, економічних благ, рівноваги споживача.

2.1. Поняття потреби, види потреб. Економічні блага

Потреби – це внутрішні збуджуючі стимули діяльності людини. Це стан незадоволення, який людина хоче змінити, або задоволення, яке вона хоче продовжити.

Враховуючи різноманітність людських потреб, їх можна об'єднати у групи, використовуючи ті чи інші класифікаційні ознаки. Ось лише деякі із можливих класифікацій потреб:

1. За суб'єктами потреби поділяються на:

- а) **кінцеві**;
- б) **проміжні**.

Кінцеві потреби – це потреби самої людини як біосоціальної істоти (їх ще називають особистими потребами). Задовольняючи їх, відтворюється сама людина. Блага, що задовольняють кінцеві потреби, називаються предметом споживання (їжа, одяг, житло тощо). У результаті споживання ці блага виходять із економічного обороту.

Проміжні потреби – це потреби, які лише опосередковано пов'язані із самою людиною. Це потреби господарських структур. Вони потрібні для створення нових благ, тому ці потреби назива-

ють виробничими, а блага, що їх задовольняють, – засобами виробництва (верстати, обладнання, матеріали). У процесі споживання ці блага не знищуються, а служать для задоволення інших проміжних або кінцевих потреб.

2. За формою задоволення:

- а) **індивідуальні;**
- б) **колективні.**

Індивідуальні потреби людина може задовольнити сама без об'єднання з іншими суб'єктами (сон, їжа і т. д.).

Колективні потреби вимагають об'єднання колективних зусиль (водопровід, газопостачання).

3. За формою виникнення:

- а) **первинні;**
- б) **вторинні.**

Первинні потреби є за своєю природою фізіологічними і, як правило, вродженими (вода, їжа, повітря, сон та ін.).

Вторинні потреби за своєю природою психологічні (успіх, влада, повага).

Первинні потреби закладені в людині генетично, а вторинні залежать від життєвого досвіду, тому вторинні потреби людей більш різноманітні, ніж первинні.

Одночасно задовольнити всі потреби неможливо. Тому людина кожного разу повинна вирішувати: яку потребу задовольнити тепер, а з якою можна почекати. Іншими словами, людина ранжує потреби за ступенем їх важливості у кожний даний момент.

За А. Маслоу¹ всі потреби поділяються на п'ять груп.

1. **Фізіологічні потреби**, задоволення яких необхідне для виживання.

2. **Потреби в безпеці і захищеності:** включають потреби в захисті від фізичних і психологічних небезпек з боку навколишнього середовища і впевненість у тому, що фізіологічні потреби будуть задоволені і в майбутньому.

¹ Задоя А.А., Петруня Ю.Е. Основы экономики: Учеб. пособие. – К.: Вища шк., Знання, 1998. – С. 25–27.

3. **Соціальні потреби** – це поняття, що включає почуття належності до чого-небудь або кого-небудь, відчуття, що тебе приймають інші.

4. **Потреба в повазі** включає потребу в самоповазі, компетентності, визнанні.

5. **Потреба в самовираженні** – це потреба в реалізації своїх потенційних можливостей та рості як особистості (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Ієрархія потреб за А. Маслоу

У кожний конкретний момент часу людина буде намагатися задовольнити ті потреби, які для неї є найбільш важливими. Перш ніж потреба наступного рівня стане найбільш потужним визначаючим фактором у поведінці людини, повинна бути задоволена потреба більш низького рівня.

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

Економічні блага – це блага, в яких відчувається певна нестача, тобто їх не вистачає на всіх.

Залежно від своєї корисності блага поділяються на **блага з додатною корисністю** та **блага з від’ємною корисністю** (або **антиблага**).

Блага з додатною корисністю (Goods) – це блага, збільшення обсягу яких у розпорядженні людини є привабливим для людини (відпочинок, житло, одяг, більшість продуктів харчування).

Блага з від'ємною корисністю або антиблага (Bads) – це блага, збільшення яких небажане для людини (наявність CO₂ у повітрі або радіонуклідів у довкіллі є антиблагом для всіх, хоча в кожної людини є особисті антиблага).

Залежно від впливу рівня доходу на обсяг споживання розрізняють **нормальні блага** та **блага низької споживчої цінності** (неякісні блага).

Нормальні блага – блага, обсяг споживання яких зростає при зростанні доходу (більшість товарів і послуг).

Блага низької споживчої цінності – блага, обсяг споживання яких спадає при зростанні доходу (одяг чи взуття, що вийшли з моди; дешеві продукти харчування).

Залежно від впливу ціни на обсяг споживання розрізняють **звичайні блага** та **блага (товари) Гіффена**.

Звичайні блага – блага, обсяг споживання яких зростає при зниженні ціни (більшість товарів і послуг).

Блага (товари) Гіффена – блага, обсяг споживання яких спадає (зростає) при зниженні (підвищенні) ціни (картопля, хліб, крупа, інші порівняно дешеві продукти харчування, що мають значну частку в раціоні споживача).

Для кращої наочності класифікація економічних благ за ціною та рівнем доходу зображена на рис. 2.2¹.

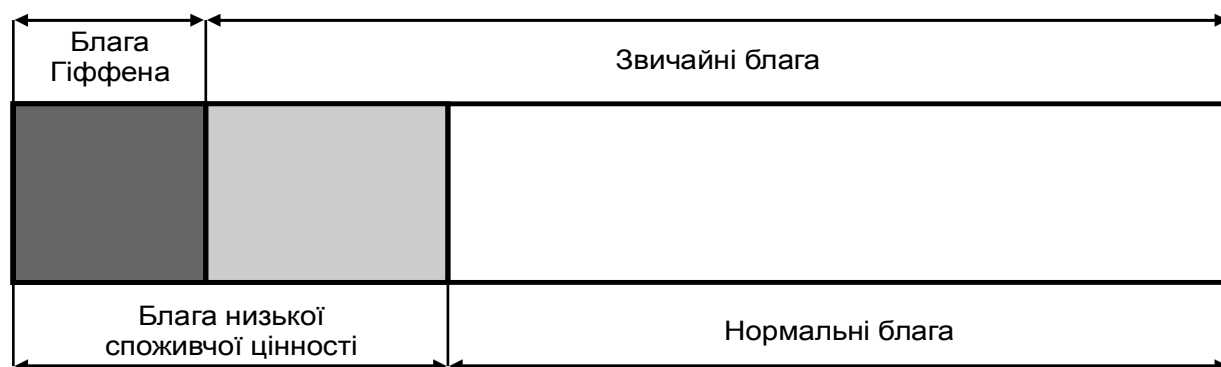


Рис. 2.2. Класифікація економічних благ за рівнем доходу та ціною

¹ Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 170.

2.2. Поняття корисності, сукупна та гранична корисність

Корисність – це задоволення, яке споживач отримує від споживання товарів чи послуг або від будь-якої діяльності.

Термін “корисність” ввів англійський вчений Ієремія Бентам¹ (1748–1832).

Корисність – поняття виключно індивідуальне: те, що для одного споживача може мати високу корисність, іншим може сприйматися як антиблаго (наприклад, кава, сигарети, алкоголь). Відносно цих благ термін “корисність” має певну невідповідність, тому економісти давно намагаються замінити його. Відомий російський економіст М.Х. Бунге² пропонував використовувати термін “годність” (придатність). “Потреба в наркотичних речовинах, – писав він, – безсумнівна, але чи можна сказати, що опіум і гашиш корисні для курців, – вони лише годні як речовина для наркотичного сп’яніння”³. А французький економіст Ш. Жид⁴ пропонував термін “бажаність”. На його думку, такий термін не може характеризуватися моральністю чи аморальністю, не може бути розумним чи безрозсудним. Термін “бажаність” підтримував також відомий американський економіст і статистик І. Фішер. Він вказував на перевагу антоніма “небажаність” порівняно з “безкорисністю” чи ще гірше – з “антикорисністю”. Однак термін “корисність” пережив своїх критиків і використовується й нині.

На думку багатьох сучасних дослідників, корисність не підлягає кількісному виміру (ординалістський погляд), тому блага, як

¹ Ієремія Бентам (1748–1832) – англійський соціолог і юрист, засновник одного з напрямів у соціальній філософії – утилітаризму (від англ. utility – корисність).

² Микола Христофорович Бунге (1823–1895) – відомий російський економіст, ректор Київського університету, (1859–1880 рр. (з перервами), міністр фінансів (1881–1886 рр.), голова Комітету міністрів (1887–1895 рр.), академік з 1890 р.

³ Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 104.

⁴ Шарль Жид (1847–1932) – французький економіст, професор політичної економії Паризького університету (1898–1920 рр.).

носії певної корисності для споживача, можуть бути виміряні тільки порядково: споживач здатний визначитися з черговістю, послідовністю, в якій би він обирав ці блага для задоволення своїх потреб.

Існує також інша думка (кардиналістська), яка допускає кількісне вимірювання корисності. Таке вимірювання досить умовне, оскільки не має чітко визначеної одиниці виміру. Для порівняння різних корисностей використовують умовні бали (ютили – від utility (корисність), які споживач присвоює благам.

Однією з концепцій чисельної кардинальної вимірності корисності є трактування корисності як жертви. Корисність певної кількості блага (певного набору благ) оцінюється величиною еталонного блага, яким особа здатна пожертвувати заради отримання одиниці блага, яке оцінюється. Таким чином, на основі експертних опитувань, можна чисельно визначити корисність.

Розрізняють пряму, непряму та повну корисність.

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

Якщо благо безпосередньо не впливає на добробут людини, але використовується для виготовлення товарів, що мають пряму корисність, то вважається, що воно має **непряму корисність**.

Сукупність прямої та непрямої корисності є **повною корисністю** блага.

Функція корисності – це співвідношення між обсягами товарів і послуг, що споживаються, і рівнем корисності (задоволеності від споживання товару), якого досягає споживач.

Функція корисності може бути представлена як:

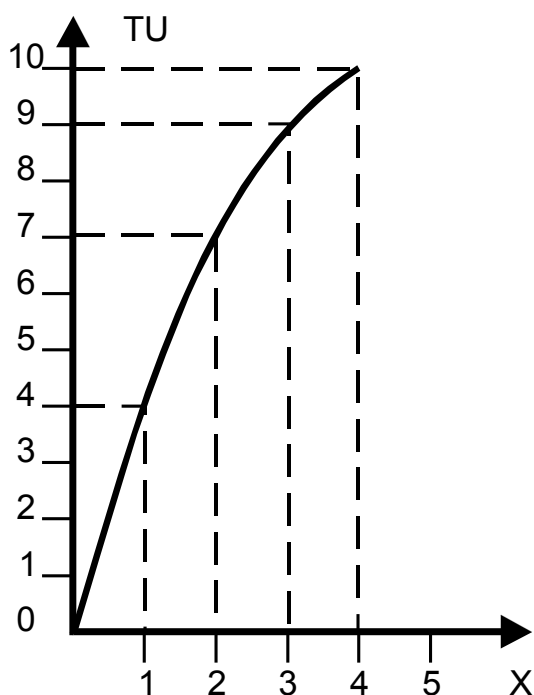
$$U = f(x, y, \dots, n), \quad (2.1)$$

де U – корисність;

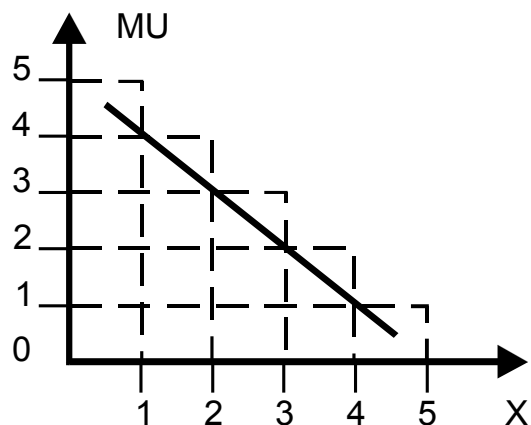
$x, y, \dots, n$ – кількість відповідних товарів, що споживаються за певний період.

Сукупна корисність (Total Utility) – це загальне задоволення, яке отримує споживач від спожитих ним товарів чи послуг. Сукупна корисність зростає у процесі споживання, але вона зростає все меншими і меншими темпами (див. рис. 2.3 а).

а)



б)



TU – сукупна корисність;
 MU – гранична корисність;
 X – кількість товару, що споживається.

Рис. 2.3. Закон спадної граничної корисності

Гранична корисність (Marginal Utility) – це приріст корисності від споживання кожної додаткової одиниці товару чи послуги (див. рис. 2.3 б).

Згідно із **законом спадної граничної корисності** (закон Госсена) величина граничної корисності має тенденцію зменшуватися із збільшенням кількості товару, що споживається.

Із розглянутого вище закону спадної граничної корисності є деякі винятки¹. Для антиблаг максимальна корисність спостерігається за їх відсутності, а функція корисності є монотонно спадною (рис. 2.4).

¹ Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 109.

Іноді трапляються випадки, коли гранична корисність може бути зростаючою (люди, що перебувають у полоні сильних пристрастей: колекціонери, наркомани, алкоголіки і т. д.) (рис. 2.5). Зростаюча гранична корисність може спостерігатись інколи лише у певному інтервалі споживання блага (алкоголь).

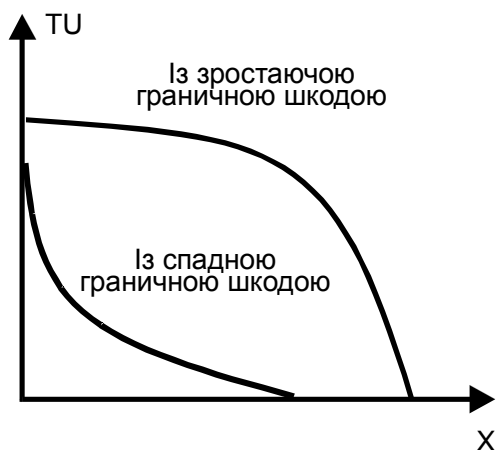


Рис. 2.4. Корисність антиблага

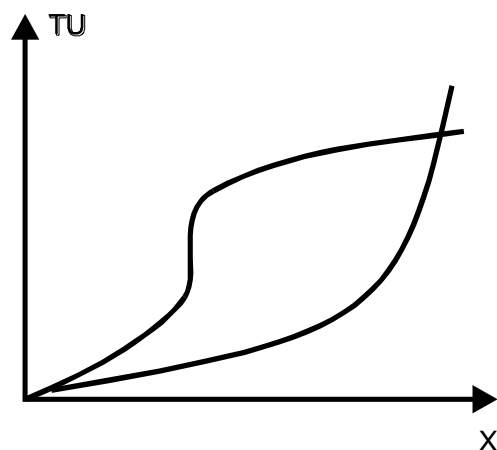


Рис. 2.5. Зростаюча гранична корисність: глобальна і на інтервалі

Є блага з додатною корисністю, які при надмірному споживанні можуть бути антиблагами, наприклад, ліки (рис. 2.6).

Корисність ліків полягає в суворому дозуванні. Подібно, надмірне перебування на сонці може призвести до опіків та захворювання шкіри.

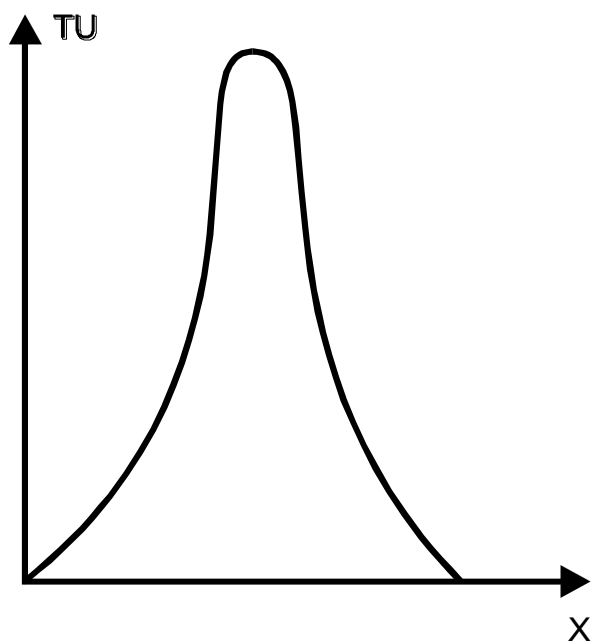


Рис. 2.6. Корисність ліків

2.3. Поняття рівноваги споживача.

Другий закон Госсена

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

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

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

де I – бюджет споживача;

$A, B, \dots X$ – споживчі товари;

$P_A, P_B, \dots P_X$ – ціни відповідних товарів.

Рівність 2.2 називають **бюджетним обмеженням**.

Загальна умова рівноваги споживача означає, що споживач розподіляє свій бюджет (дохід) на всі товари таким чином, щоб урівняти граничну корисність, що припадає на одну грошову одиницю, яка витрачається на кожний товар, тобто для всіх реально спожитих товарів $A, B, C, \dots$ виконується рівність:

$$MU_A / P_A = MU_B / P_B = MU_C / P_C = \dots = \lambda, \quad (2.3)$$

а для всіх неспожитих товарів $Y, Z, \dots$ виконуються нерівності:

$$MU_Y / P_Y < \lambda, MU_Z / P_Z < \lambda, \dots \quad (2.4)$$

де $MU_A, MU_B, MU_C, MU_Y, MU_Z$ – граничні корисності товарів A, B, C, Y, Z ;

P_A, P_B, P_C, P_Y, P_Z – ціни товарів A, B, C, Y, Z ;

λ – деяка величина, що характеризує граничну корисність грошей.

Припустимо, що $MU_A / P_A > MU_B / P_B$, наприклад, $MU_A = 40$ ютилів за 1 кг, $P_A = 2$ грн/кг, $MU_B = 50$ ютилів за 1 кг, $P_B = 4$ грн/кг, тому:

$$MU_A / P_A = 40 / 2 > 50 / 4 = MU_B / P_B. \quad (2.5)$$

Очевидно, що при цьому покупець не досягає максимуму задоволення. Він може скоротити споживання товару B на 1 кг, втра-

тивши 50 ютилів. Але на зекономлені 4 грн. можна купити 2 кг товару А, що дасть додатково приблизно 80 ютилів (приблизно, тому що другий кілограм товару А може принести меншу корисність, наприклад, 39, а не 40 ютилів). Чистий виграш становитиме приблизно $80 - 50 = 30$ ютилів. Із зменшенням споживання товару В збільшується його гранична корисність і, навпаки, із збільшенням споживання товару А зменшується його гранична корисність. Тому різниця між MU_A / P_A і MU_B / P_B буде зменшуватися. Перерозподіл витрат буде тривати до тих пір, поки відношення граничної корисності до ціни для кожного, реально спожитого товару не стане однаковим:

$$MU_A / P_A = MU_B / P_B = MU_C / P_C. \quad (2.6)$$

Споживач, який максимізує свою корисність, купуватиме товари таким чином, щоб їх граничні корисності у розрахунку на грошову одиницю ціни були рівні. Цей підхід називається **еквімаржинальним принципом**.

Відношення MU_A / P_A показує приріст загальної корисності в результаті збільшення витрат на товар А на 1 грн. Кожне відношення із рівності (2.3) можна вважати **граничною корисністю грошей** (точніше, 1 гривні). Величина λ показує, на скільки ютилів збільшується загальна корисність при збільшенні доходу споживача на 1 грн.

Нерівності (2.4) показують, що, якщо вже перша гривня, витрачена на придбання товару Z, приносить споживачу недостатньо високу корисність, то він взагалі відмовляється від споживання цього товару.

Рівність (2.3) показує, що у стані рівноваги (максимум корисності при заданих смаках споживача, цінах та доходах) корисність, отримана від останньої грошової одиниці, витраченої на придбання будь-якого товару, однакова незалежно від того, на який товар вона витрачена. Це положення отримало назву **другого закону Госсена**.

З формули (2.3) також випливає, що ціна обернено пропорційно впливає на обсяг попиту на певний товар. Дійсно, із збільшенням ціни на товар А зменшується перше відношення рівності (2.3), щоб встановити втрачену рівність та максимізувати загальну корисність, споживачеві необхідно зменшувати споживання товару А.

Отже, із збільшенням ціни на певний товар зменшується попит на нього.

Рівність (2.6) можна трансформувати в:

$$MU_A / MU_B = P_A / P_B. \quad (2.7)$$

Рівність (2.7) називають **рівнянням рівноваги** з кардиналістських позицій.

Контрольні питання

1. Поняття потреби та її види.
2. Поняття “благо”, “антиблаго”, “економічне благо”, їх сутність.
3. Класифікація економічних благ.
4. Поясніть значення поняття “корисність”.
5. Охарактеризуйте пряму, непряму та повну корисність.
6. Дайте визначення функції корисності.
7. Динаміка сукупної та граничної корисності.
8. Принцип дії закону спадної граничної корисності.
9. Наведіть приклади деяких винятків із першого закону Госсена.
10. Охарактеризуйте рівновагу споживача й еквімаржинальний принцип.
11. Дайте визначення граничної корисності грошей.
12. Зв’язок зміни цін одного з благ зі зміною обсягу попиту на нього.
13. Дайте визначення другого закону Госсена.

Задачі

Задача 1

1 кг огірків за ціною 2 грн. приносить споживачеві задоволення у розмірі 8 ютилів. Яку корисність у ютилях принесе споживання 1 кг помідорів за ціною 3,5 грн. при умові, що споживач знаходиться у стані рівноваги?

Задача 2

Споживач витрачає 38 грн. на місяць на яблука і банани. Гранична корисність яблук для нього визначається виразом: $28 - 2X$, де X –

кількість яблук, кг. Гранична корисність бананів становить: $20 - 2Y$, де Y – кількість бананів, кг. Ціни товарів відповідно: $P_X = 2$ грн., $P_Y = 4$ грн. Яку кількість яблук та бананів придбає раціональний споживач?

Задача 3

Споживач робить вибір між двома товарами X та Y. Граничну корисність кожного з них для споживача наведено в таблиці:

Одиниця товару	MU_X	MU_Y
1	15	27
2	12	22
3	10	18
4	9	15
5	8	12

Яку кількість кожного товару придбає раціональний споживач, якщо його бюджет становить 18 грн., а ціни товарів: $P_X = 2$ грн., $P_Y = 3$ грн.?

Задача 4

Споживач здійснює вибір між купівлею лимонів і апельсинів. У таблиці наведено корисність різної кількості лимонів і апельсинів для споживача.

Кількість товару, кг	Сукупна корисність лимонів, ютилів	Сукупна корисність апельсинів, ютилів
1	24	20
2	42	36
3	54	48
4	60	56
5	63	60

Ціна лимонів – 6 грн., апельсинів – 4 грн. за 1 кг. Споживач зазвичай купує 5 кг лимонів і 1 кг апельсинів на місяць і витрачає весь свій бюджет, виділений для даних цілей.

1. Яку корисність він отримує від споживання такого набору товарів?

2. Яку комбінацію лимонів та апельсинів варто купувати для максимізації корисності?

Задача 5

Споживач розподіляє частину місячного бюджету, що виділена для купівлі м'яса (115 грн.), на свинину, яловичину і баранину. Сукупну корисність, яку він отримує від споживання різних видів м'яса, наведено в таблиці:

Одиниця товару	Свинина			Яловичина			Баранина		
	U_C	MU_C	MU_C / P_C	U_Y	MU_Y	MU_Y / P_Y	U_B	MU_B	MU_B / P_B
1	105			80			50		
2	195			150			95		
3	270			210			135		
4	330			260			170		
5	375			300			200		
6	405			330			225		
7	420			350			245		

а) обчисліть граничні корисності;

б) обчисліть значення зваженої граничної корисності, якщо $P_C=15$ грн., $P_Y = 10$ грн., $P_B = 5$ грн;

в) який набір м'яса максимізує його корисність? Яка буде при цьому сукупна корисність?

г) якщо частина бюджету, виділена на м'ясо, зростає на 30 грн., то який набір тоді буде максимізувати корисність? Яка буде при цьому сукупна корисність?

Основні терміни і поняття

Благо; благо Гіффена; благо з від'ємною корисністю; благо з додатною корисністю; благо низької споживчої цінності; бюджетне обмеження; гранична корисність; гранична корисність грошей; другий закон Госсена; економічне благо; закон спадної граничної корис-

ності; звичайні блага; зростаюча гранична корисність; ієрархія потреб; індивідуальні потреби; кардиналістська вимірність корисності; кінцеві потреби; колективні потреби; корисність; непряма корисність; нормальне благо; ординалістська вимірність корисності; первинні потреби; повна корисність; сукупна корисність; функція корисності.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 47–65.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 101–110.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 28–38.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 22–35.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 7–38.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997 – С. 33–45.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 13–21.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 66–95.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 92–149.

ТЕМА 3

ОРДИНАЛІСТСЬКА ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Усі люди, як споживачі різних благ, щодня стикаються з проблемою вибору. Які продукти харчування споживати? Який одяг носити? В яку школу віддати дітей? Яким транспортним засобом добратися на роботу? Який театр чи концертний зал відвідати? Ми часто вирішуємо ці проблеми навіть не задумуючись: підсвідомо. Але існує цілий розділ мікроекономіки, що займається вирішенням саме таких проблем. Згідно з порядковою (ординалістською) теорією споживач завжди може визначити, якому набору благ він віддає перевагу, але не може визначити, наскільки цей набір кращий за інший. Мета цієї теми – викласти основні положення ординалістської теорії поведінки споживача, дати наукове пояснення вирішенню проблеми максимізації корисності від споживання товарів або послуг при заданих цінах і відомому рівні доходу.

3.1. Вибір споживача з ординалістських позицій

Теорія споживацького вибору заснована на припущенні, що споживач поводить себе раціонально, намагаючись **максимізувати задоволення своїх потреб** у процесі купівлі та споживання товарів і послуг у певному їх сполученні.

Купуючи що-небудь у магазині чи на ринку, ми, перш за все, вибираємо те, що задовольняє наші потреби. Але одні і ті ж потреби можуть задовольняти різні блага, тому потрібно розглянути поняття “уподобання споживача”.

Уподобання споживача – це система цінностей людини щодо благ, це ранги, які споживач встановлює для альтернативних варіантів задоволення своїх потреб.

Крім уподобань, на споживацький вибір впливають ціни благ та доходи споживача (див. рис. 3.1).

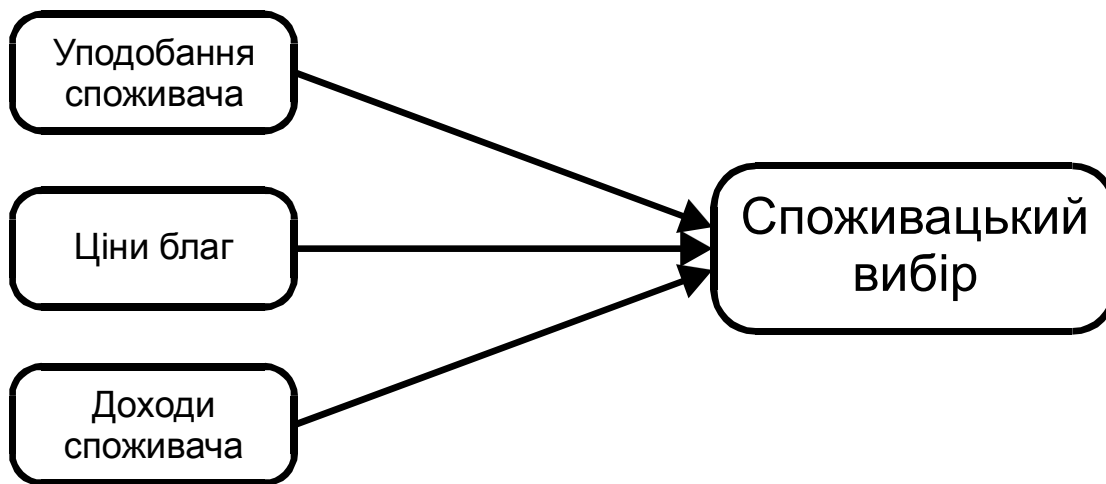


Рис. 3.1. Фактори, що впливають на споживацький вибір

Отже, **споживацький вибір** – це прийняття та реалізація рішень на підставі уподобань, ціни благ та доходів споживача з метою максимізації задоволення його потреб.

Споживацький вибір – поняття суто індивідуальне, але є загальні, типові для більшості людей закономірності, що дозволяють з високою мірою вірогідності прогнозувати поведінку споживачів.

Умови, за яких споживач надає перевагу певним товарам та послугам¹.

1. Здібність до ранжування альтернатив:

а) це здібність людей ранжувати альтернативні комбінації товарів та послуг у тому порядку, який характеризує різний рівень задоволення від їх споживання;

б) якщо є дві альтернативи, споживач може або віддавати перевагу одній з них, або вважати їх рівноцінними.

2. Транзитивність потреб споживача:

а) це послідовність задоволення потреб, певний логічний зв'язок між різними ступенями задоволення потреб;

б) якщо споживач віддає перевагу набору А перед набором В, а набору В перед набором С, то це означає, що набір А має перевагу перед набором С;

¹ Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 48.

в) транзитивність означає узгодженість у віддані переваги.

3. Більша кількість товару має перевагу над меншою:

а) передбачається, що споживач завжди захоче отримати більшу кількість товару, а не меншу, якщо товари якісні;

б) йдеться про те, що потреби в товарах та послугах не можуть бути цілком насиченими.

Для повнішого розуміння наведених вище умов споживацького вибору і застереження від можливих помилок уточнимо і деталізуємо деякі їх особливості:

1. Порівняння різних альтернативних благ здійснюється без будь-якого спеціального критерію: достатньо індивідуальних уподобань споживача.

2. Система уподобань у кожного споживача своя, тому необхідно аналізувати споживацький вибір конкретної особи.

3. Споживацький вибір стосується певного моменту часу, тому що з часом можливі зміни уподобань індивіда.

4. Уподобання споживача та його реальний вибір – речі досить віддалені між собою, так як “бажати” і “могти” – не одне і теж. Для більшості “Мерседес” привабливіший, ніж “Таврія”, але дозволити його собі можуть лише одиниці.

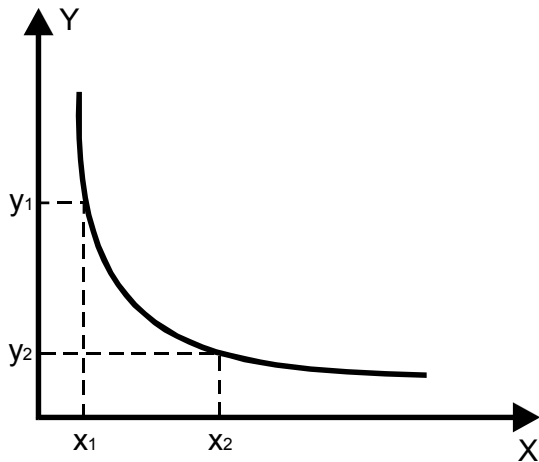
5. Смаки та уподобання споживача є суб’єктивними, але це ні в якому разі не применшує важливість їх вивчення. Адже вони впливають практично на всі галузі людської діяльності: на деякі безпосередньо – виробництво одягу, парфум, а на інші – більш завуальовано.

6. Збільшення кількості блага (з додатною корисністю) в наборі завжди робить даний набір привабливішим навіть тоді, коли людина сама не може спожити одночасно такої кількості блага (передозування перетворює благо на антиблаго). Це пояснюється тим, що завжди можна відкласти частину блага на майбутнє споживання або обміняти його на інше благо.

7. Потрібно враховувати принцип “за інших однакових умов”, адже важко порівнювати, наприклад, квартири в різних містах або площі землі без врахування їх рельєфу, розміщення та родючості.

3.2. Криві байдужості, їх властивості

Крива байдужості – це крива, кожна точка якої характеризує споживацький вибір у вигляді певного набору товарів чи послуг (ринковий кошик або кошик споживача) (рис. 3.2).



X , Y – обсяги споживання відповідних товарів;
 U , U_1 , U_2 , U_3 – криві байдужості.

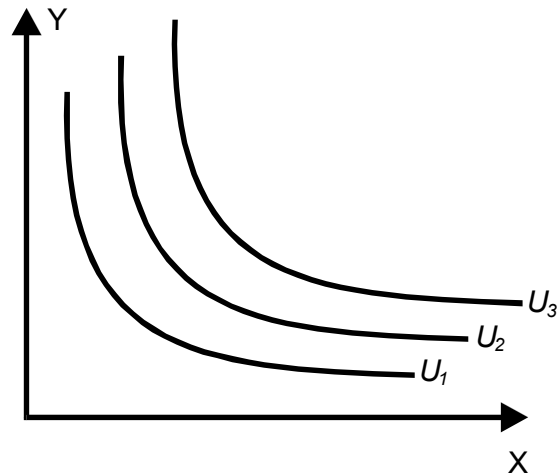


Рис. 3.2. Крива байдужості

Рис. 3.3. Карта кривих байдужості

Ринковий кошик (споживчий кошик) – це комбінація товарів X і Y для споживання їх протягом певного часу.

Споживач не розрізняє набори товарів X і Y , які розташовані на кривій байдужості U . Рівень корисності кожного з наборів на кривій байдужості однаковий. Тому можна вважати, що крива байдужості показує альтернативні набори товарів, які забезпечують однаковий рівень корисності.

Карта кривих байдужості – це засіб відображення переваг споживача, що відповідають різному рівню задоволення його потреб (рис. 3.3).

Карта кривих байдужості складається з безлічі ліній, що не перетинаються.

Властивості кривих байдужості¹:

1. Криві байдужості є монотонно спадними функціями (при збільшенні кількості певного блага значення функції спадає).

Зафіксуємо деякий набір (X, Y) пари благ 1 та 2 і розглянемо, в яких частинах площини можуть перебувати еквівалентні набори. Іншими словами, нас цікавлять набори, які перебувають на тій самій поверхні байдужості, що і (X, Y) (рис. 3.4 а).

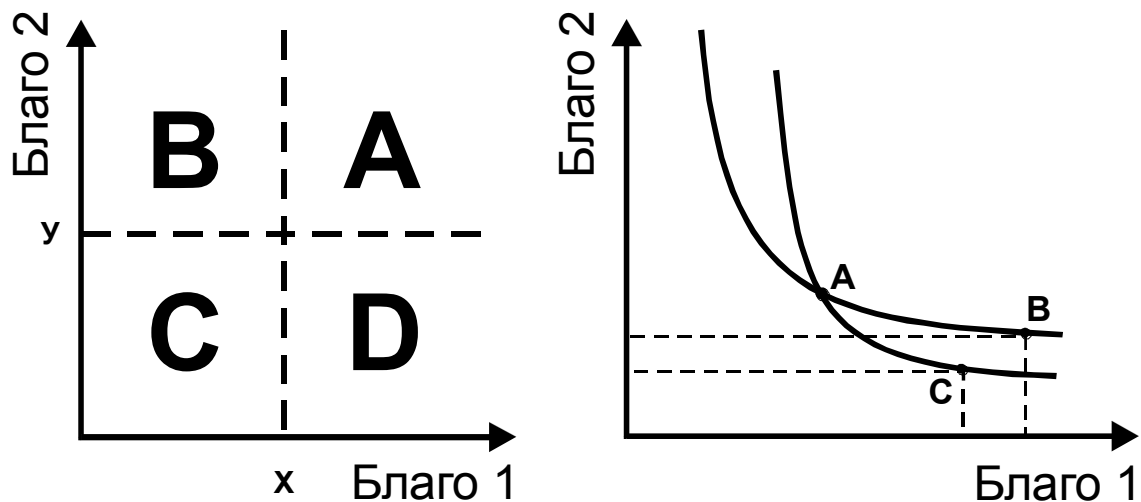


Рис. 3.4. Властивості кривих байдужості: а) криві байдужості є монотонно спадними функціями; б) криві байдужості не перетинаються

Очевидно, що поверхня байдужості, яка містить набір (X, Y) , не буде проходити в областях А та С, оскільки ці області містять відповідно заздалегідь кращі та гірші набори благ 1 та 2.

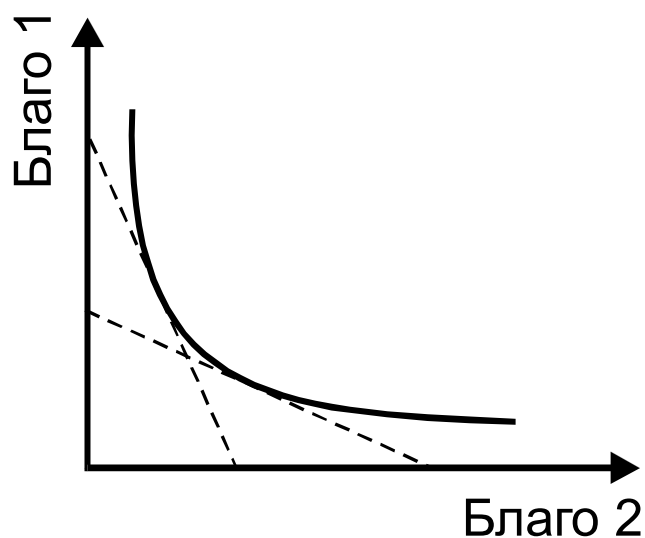
Методом вилучення ми дійшли висновку, що можливими областями, через які проходить поверхня байдужості, яка містить набір (X, Y) , можуть бути лише області В та D, тобто вона є монотонно спадною функцією.

2. Поверхні байдужості не перетинаються. Припустимо протилежне: нехай поверхні байдужості перетинаються і мають спільну точку А (рис. 3.4 б). Отже, вони відображають дві множини наборів благ, еквівалентних з погляду споживача, тобто $U_A = U_B$ і $U_A = U_C$,

¹ Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 115, 116.

отже, $U_B = U_C$. У той же час точка С менш приваблива порівняно з точкою В, оскільки набір В містить більше і блага 1, і блага 2. Помічена суперечність дає підставу для твердження про неприпустимість перетину поверхонь байдужості.

3. При збільшенні споживання певного блага зменшується величина іншого, яку людина жертвує заради отримання додаткової одиниці першого блага (прояв закону спадної граничної корисності). Якщо у людини, наприклад, багато одягу, але мало їжі, то заради додаткової одиниці їжі вона схильна пожертвувати значною часткою одягу. Якщо ж людина має багато їжі, то заради додаткової одиниці їжі вона вже буде схильна жертвувати вже меншою часткою гардеробу.



Мовою графіки та математики це означає, що кут нахилу поверхні байдужості до горизонтальної осі зменшується при збільшенні споживання блага, величина якого відображається на цій осі. Іншими словами, поверхні байдужості є опуклими функціями (рис. 3.5).

Рис. 3.5. Опуклість кривої байдужості

4. Чим більше поверхня байдужості віддалена від початку координат, тим привабливішими для людини є набори благ, які розташовані на цій поверхні. Ця властивість навіть не потребує доведення: вона впливає з самих умов надання переваг (див. параграф 3.1). Чим більше в наборі благ, тим він корисніший.

Криві байдужості особливого типу. Існують групи товарів і послуг, що мають криві байдужості особливого типу¹:

¹ Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. — К.: Четверта хвиля, 1997. — С. 12–14.

1. Повні субститути (замінники) – товари, які повністю можуть бути замінені один одним з постійним коефіцієнтом заміни (рис. 3.6).

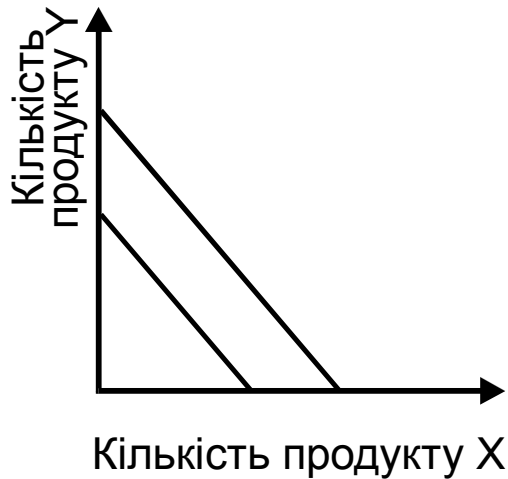


Рис. 3.6. Криві байдужості для повних субститутів

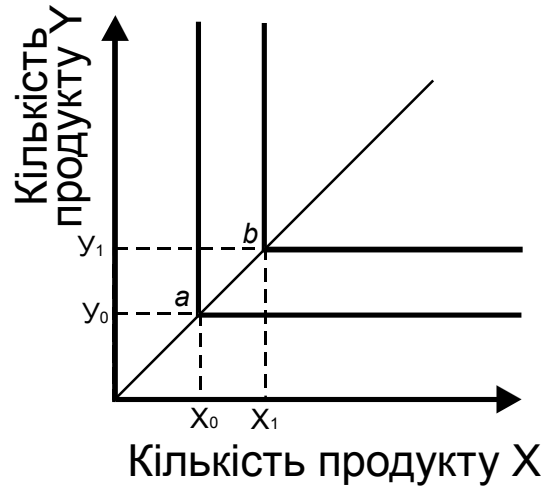


Рис. 3.7. Криві байдужості для повних доповнень

Карти кривих байдужості для повних субститутів складаються із серій паралельних прямих, оскільки MRS_{yx} постійна по мірі пересування вздовж кривої байдужості.

Повні субститути, для яких $MRS_{yx} = 1$, одержали назву гомогенів.

Наприклад, якщо покупець вважає, що пляшка кефіру, куплена в будь-якому магазині міста, ідентична, то це гомогенний товар.

Якщо два літри молока, купленого в магазині, за своїми якостями рівноцінні літру молока, купленого на базарі, то маємо повний субститут з $MRS_{xy} = 2$.

2. Повні доповнення – товари, які можуть споживатися в фіксованій пропорції.

Карти кривих байдужості для повних доповнень (рис. 3.7) показують, що для споживання товару X у певній кількості потрібна певна кількість товару Y . Їх співвідношення визначене точками, розташованими на прямій, яка виходить із початку координат під кутом, визначеним мінімальним необхідним співвідношенням:

– для набору **a** це (x_0, y_0) ;

– для набору $\mathbf{b} = (x_1, y_1)$, хоч будь-який із товарів можна придбати додатково у будь-якій кількості.

Шкідливі товари – це та група товарів, споживання яких шкідливе для споживача. Прикладом є інтенсивність функціонування підприємств і забруднення навколишнього середовища. Криві байдужості для таких товарів (рис. 3.8 а) показують, що з інтенсифікацією виробництва зростає забруднення навколишнього середовища.

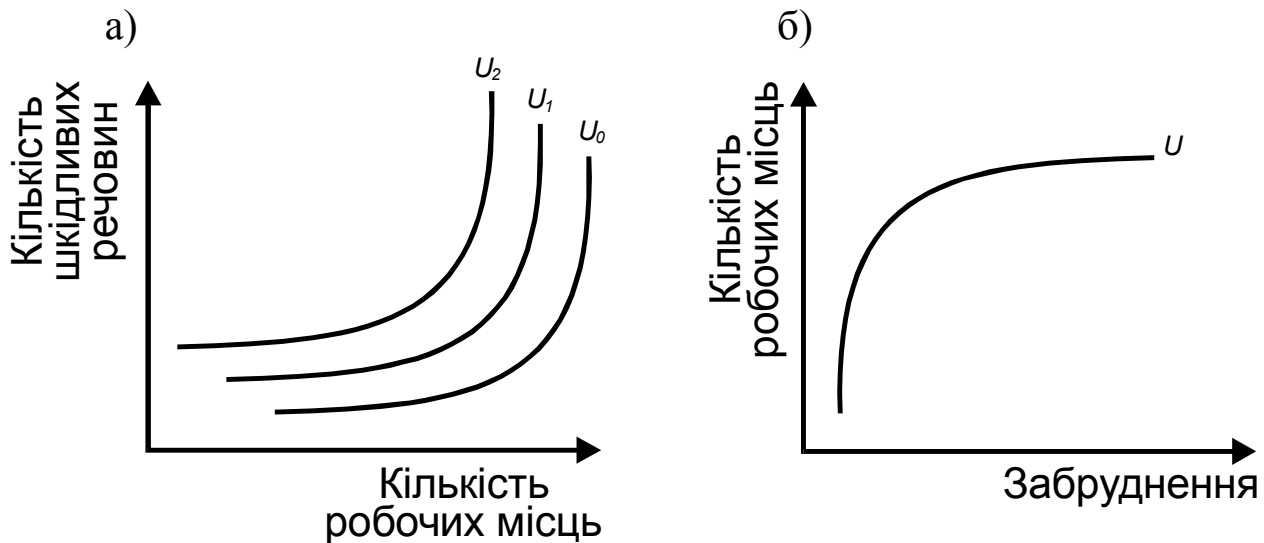


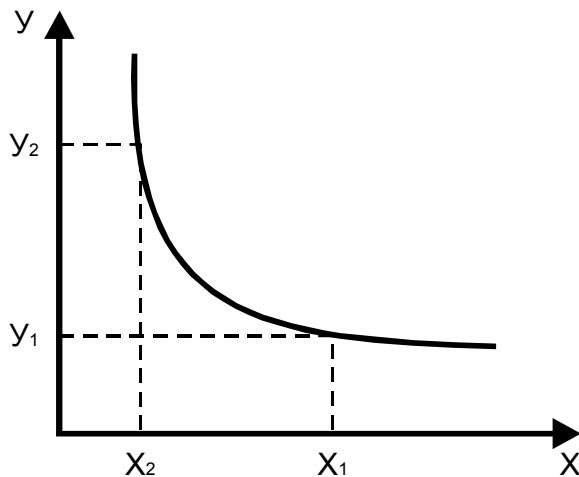
Рис. 3.8. Криві байдужості для шкідливих товарів

Тепер побудуємо криву байдужості, яка відображає взаємозв'язок між забрудненням навколишнього середовища і компенсацією цієї обставини у вигляді збільшення кількості робочих місць. Тут спостерігається парадоксальне явище: виявляється, людина звикає до шкідливих впливів, вимагаючи все менше компенсацій (рис. 3.8 б), тобто крива байдужості є опуклою догори функцією.

Гранична норма заміщення благ. Аналізуючи криві байдужості, необхідно звернути увагу на здатність товарів до взаємозамінювання. Якщо для спрощення ситуації розглянути набір споживача, що складається лише з двох благ, наприклад, молока і хліба, то зменшення споживання молока на певну кількість може бути компенсоване збільшенням споживання хліба і навпаки. При цьому

споживач буде на одній і тій самій кривій байдужості, тобто отримуватиме однакове задоволення.

Гранична норма заміщення (субституції) – це кількість товару Y , від якої споживач відмовився б, щоб отримати ще одну одиницю товару X , залишаючись на цій же кривій байдужості.



Як бачимо на рис. 3.9, зменшення обсягу споживання товару X на ΔX ($X_2 - X_1$) компенсується збільшенням споживання товару Y на ΔY ($Y_2 - Y_1$).

Тому граничну норму заміщення (MRS_{XY}) можна розрахувати так:

$$MRS_{XY} = (\Delta Y / \Delta X). \quad (3.1)$$

Рис 3.9. Гранична норма заміщення

Гранична норма заміщення завжди виражається від'ємним числом ($MRS_{XY} < 0$), адже $\Delta X < 0$, оскільки $X_2 < X_1$. На це потрібно звернути особливу увагу, тому що деякі автори, щоб показати, що $MRS_{XY} < 0$, помилково ставлять перед дробом знак “-”. Насправді ж цей “мінус” не потрібний, оскільки він “захований” у самому ΔX .

3.3. Бюджетні обмеження і можливості споживача

Як зазначалося, вибір споживача залежить не тільки від його уподобань і переваг, а й від бюджету.

Бюджет – це кількість грошей, яка доступна споживачеві для витрат у певний період часу. Дохід споживача та купівельна сила грошей (тобто ціни товарів) визначають бюджетні обмеження споживача.

Для аналізу впливу бюджетних обмежень на вибір споживача введемо деякі обмеження:

1. Весь дохід споживач витрачає тільки на придбання товарів X та Y (наприклад, котлети та пиріжки).

2. Споживач не робить заощаджень та не залучає до витрат попередні заощадження.

3. Споживач не дає та не бере кредити.

У цьому випадку дохід споживача (I) дорівнюватиме всім його витратам:

$$I = P_X X + P_Y Y, \quad (3.2)$$

де P_X і P_Y – ціни відповідних благ, наприклад, булочки і молока.

За рівнянням (3.2) можна визначити набори товарів X та Y, для придбання яких споживач витратить однакові кошти. За умови, що $I = 20$ грн., $P_X = 1$ грн., а $P_Y = 2$ грн., варіанти можливих наборів наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Набори товарів, що можуть бути придбані
за певних бюджетних обмежень**

Набір товарів	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆
Булочки, шт.	0	4	8	12	16	20
Молоко, л	10	8	6	4	2	0

Цю залежність можна подати графічно (рис. 3.10).

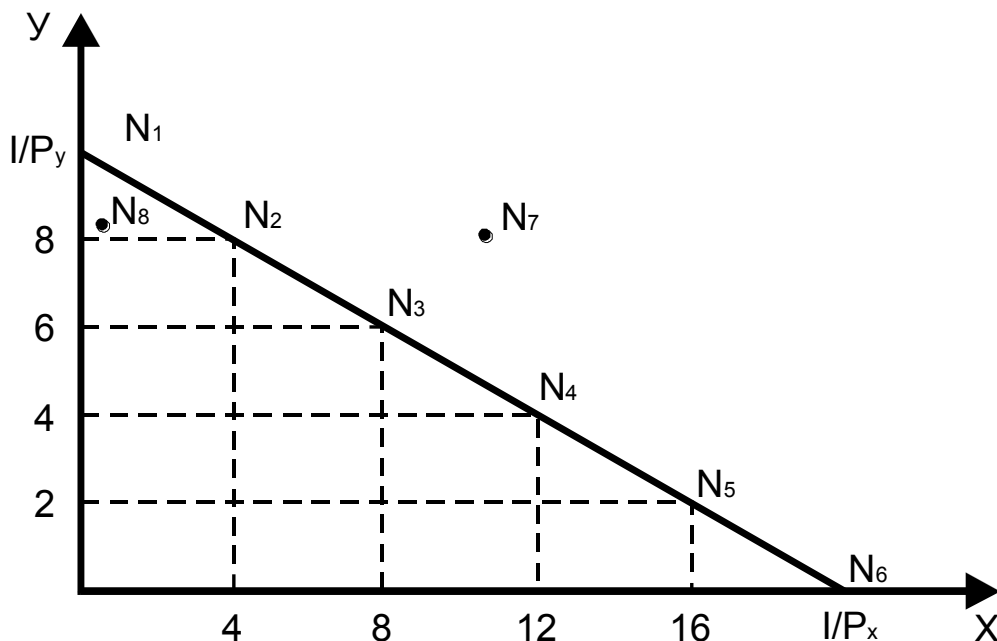


Рис. 3.10. Лінія бюджетних обмежень

Лінія бюджетних обмежень – це всі ті набори товарів X та Y , які бюджет споживача дає змогу йому придбати. Якщо споживач захоче придбати набір, що відповідає координатам точки $N7$, то бюджет не дозволить йому цього зробити; якщо він зупиниться на наборі $N8$, то не витратить усі кошти, що у нього є.

Оскільки лінія бюджетних обмежень пряма, вона має постійний нахил, який можна виразити через граничну норму заміщення:

$$MRS = \Delta Y / \Delta X = -P_X / P_Y.$$

Чим крутіша лінія бюджетного обмеження, тим більшою кількістю товару Y треба пожертвувати для отримання додаткової одиниці товару X .

Вплив змін доходу та цін на положення лінії бюджетних обмежень. Зміна доходу та цін на товари змінює положення лінії бюджетного обмеження. Якщо збільшується дохід, то крива пересувається вправо, а якщо дохід зменшується – то вліво. При цьому кут нахилу лінії залишається незмінним. Навпаки, якщо змінюється ціна на продукт, то це призводить до зміни кута нахилу лінії: він збільшується при зростанні цін на товар X та зниженні цін на товар Y і зменшується, якщо на ринку складається протилежна ситуація (рис. 3.11).

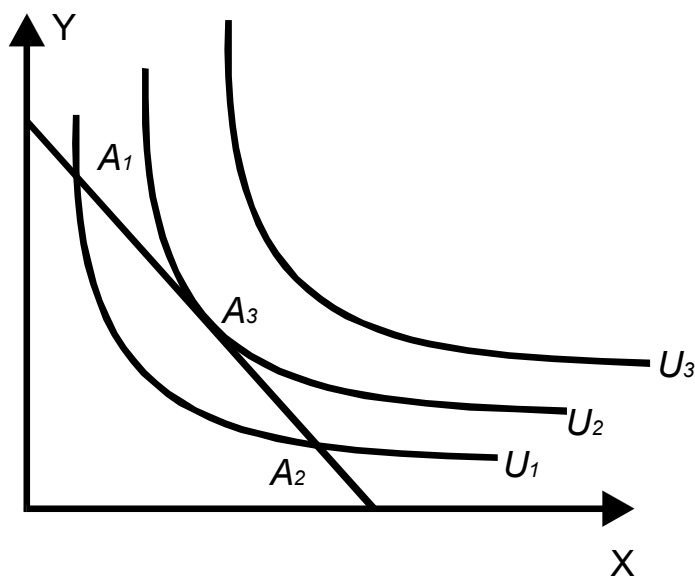


Рис. 3.11. Вплив змін доходу та цін на лінію бюджетних обмежень

3.4. Рівновага споживача

Споживач максимізує корисність при наявності певних бюджетних обмежень, тому завданням моделі поведінки споживача є пояснення того, як на його вибір впливають уподобання, дохід і ціни на товари. Для наочної демонстрації процесу вибору сумістимо на одному графіку карту кривих байдужості та лінію бюджетних обмежень якогось споживача (рис. 3.12).

Максимальна корисність, яка доступна при заданому бюджеті,



досягається тоді, коли споживається комбінація товарів, що відповідає точці, де бюджетна лінія дотикається до найвіддаленішої від початку координат кривої байдужості. Рівновага споживача відповідає комбінації товарів, яка максимізує корисність при заданому бюджетному обмеженні.

Рис. 3.12. Рівновага споживача

Як тільки споживач отримує такий набір, у нього зникають стимули замінювати його на інший.

Рівновазі споживача можна дати геометричне тлумачення. Якщо рівновага досягається у точці дотику лінії бюджетних обмежень I до кривої байдужості U_2 , то це означає, що у точці A_3 нахил цих двох ліній збігається (нахил кривої у будь-якій точці відповідає нахилу дотичної, проведеної до неї у цій точці).

Кутова і внутрішня рівновага. Рівновага споживача, при якій він придбає обидва товари, називається внутрішньою. Однак може статися, що споживач буде максимізувати свою корисність, зупинившись на придбанні лише одного товару. Така рівновага називається кутовою. Наприклад, студент, що споживав молоко і булочки, вирішив обмежити споживання молока, тоді кут нахилу кривої

байдужості значно зростає, і в жодному місці лінія бюджетних обмежень не зможе бути дотичною до такої кривої байдужості. Рівновага буде досягатися в точці, яка відповідає максимально можливій кількості булочок, що може придбати студент залежно від його бюджету (рис. 3.13).

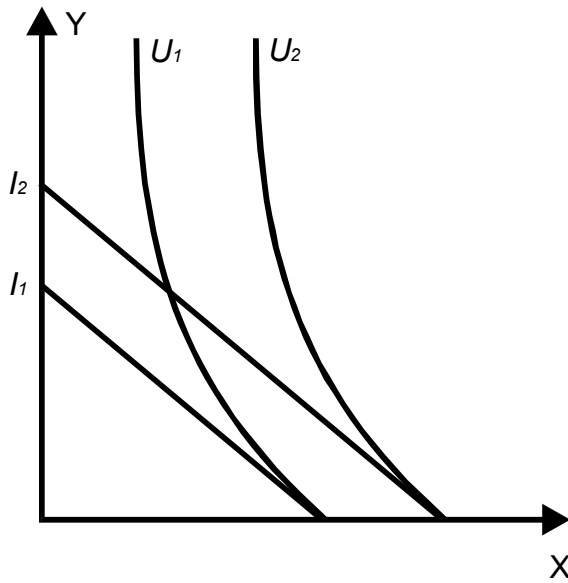
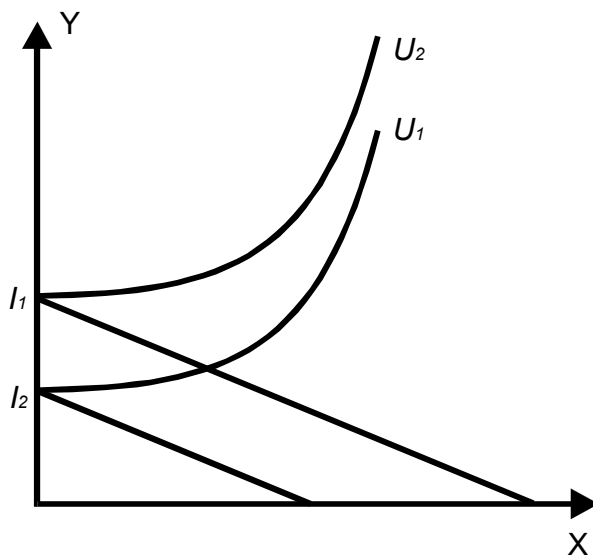


Рис. 3.13. Кутова рівновага споживача

У наведеному прикладі кутова рівновага може перетворитися у внутрішню, коли ціни значно знизяться на молоко чи значно зростуть на булочки. Якщо споживач взагалі не захоче відмовлятися від булочок заради молока, то крива байдужості матиме вигляд вертикальної прямої, і перехід від кутової рівноваги до внутрішньої буде взагалі неможливий.

Виключно кутовою рівновага споживача буде і тоді, коли один із товарів є антиблагом, тобто таким, що має від'ємне значення корисності для споживача. У цьому разі зміниться сам характер



кривої байдужості; замість спадної вона стане зростаючою. Наприклад, через зайву вагу споживач взагалі не хоче вживати калорійні булочки, тоді його приваблюватиме той набір, де менше булочок, а рівновага (максимізація корисності) досягатиметься у точці, що відповідає максимальній кількості молока, яку він може придбати, виходячи з бюджету (рис. 3.14).

Рис. 3.14. Кутова рівновага (X – антиблаго)

Адже споживач ніколи добровільно не придбає антиблага. Зауважимо, що практично кожен товар може перетворитися на антиблага, коли він доступний у такій кількості, що повністю задовольняє потреби споживача. Точка, в якій споживач перестає розглядати додаткове споживання як таке, що приносить користь, називається точкою насичення.

3.5. Рівняння рівноваги: ординалістський підхід

Розглянемо пару абсолютно необхідних благ за співвідношенням між параметрами кривих байдужості та бюджетною лінією у стані рівноваги.

Абсолютно необхідними є блага, відсутність яких не компенсується ніякою кількістю інших благ, тобто в наборі споживача є хоч невелика кількість кожного з цих благ.

Геометрично, мовою поверхонь байдужості, це означає, що поверхня байдужості не торкається осі, на якій відкладається кількість абсолютно необхідного блага (рис. 3.2).

З абсолютної необхідності благ впливає, що у стані рівноваги (A^*, B^*) :

$$A^* > 0, B^* > 0, P_A A^* + P_B B^* = I. \quad (3.3)$$

Іншими словами, кожне благо наявне у меню, а бюджет використовується повністю.

Нехай для повного набору благ, для якого виконується (3.3), має місце:

$$MRS_{AB} < -P_A/P_B. \quad (3.4)$$

За означенням граничної норми заміни $MRS_{AB} = \Delta B / \Delta A$,

де ΔA , ΔB – обсяги зміни споживання благ, зауважимо, що величини ΔA та ΔB завжди матимуть різні знаки (одна з величин буде від’ємною, друга – додатною). Звідси:

$$\Delta B = MRS_{AB} \Delta A. \quad (3.5)$$

Змінимо наше “меню” на величини ΔA та ΔB , при цьому виходячи з означення граничної норми заміни привабливість нового набору благ не зміниться. Чи зміниться сума коштів, потрібна для забезпечення нового набору благ?

Початковий набір позначимо через (A, B) . Зміни формують нове “меню”: $(A + \Delta A, B + \Delta B)$, яке коштує:

$$I + \Delta I = P_A(A + \Delta A) + P_B(B + \Delta B) = P_A A + P_B B + P_A \Delta A + P_B \Delta B.$$

Перші два доданки правої частини рівняння збігаються з I . Отже, бюджет внаслідок змін у споживанні благ змінився на величину:

$$\Delta I = P_A \Delta A + P_B \Delta B.$$

Замінімо у останньому виразі величину зміни споживання блага ΔB через величину зміни споживання ΔA , використовуючи (3.5). Маємо:

$$\Delta I = P_A \Delta A + P_B \Delta B = P_A \Delta A + P_B MRS_{AB} \Delta A = (P_A + P_B MRS_{AB}) \Delta A$$

Враховуючи припущення (3.4), можна дати таку оцінку:

$$P_A + P_B MRS_{AB} < P_A - P_B (P_A / P_B) = 0.$$

Тоді:

$$\Delta I / \Delta A = P_A + P_B MRS_{AB} < 0.$$

Якщо вважати $\Delta A > 0$, то за припущення (3.4) $\Delta I < 0$. А це означає, що **збільшення споживання блага А спричиняє економію витрат споживача**. Але, враховуючи означення граничної норми заміни, можна сказати, що **при цьому нове “меню” з погляду уподобань споживача не гірше за попереднє**.

Отже, припущення (3.4) про те, що гранична норма заміни за абсолютною величиною перевищує відносну ціну першого блага, приводить до логічного висновку: з погляду уподобань споживача за цих умов існує не гірше “меню” і до того ж **дешевше** (див. рис. 3.15, точка N є більш “дешевою” порівняно з точкою K).

Можна також перейти з дешевого меню до дорожчого (у межах бюджету!) і “смачнішого” (точка M).

Отже, якщо гранична норма заміни першого блага другим за абсолютною величиною перевищує відносну ціну першого, то існує привабливіший набір цих благ. Тому при наявності умови (3.4) рівновага не спостерігатиметься.

Цілком аналогічна ситуація спостерігатиметься при

$$MRS_{AB} > - P_A / P_B.$$

У цьому випадку можна досягти економії бюджету за того самого рівня корисності, зменшуючи споживання блага А і відповідно збільшуючи споживання блага В.

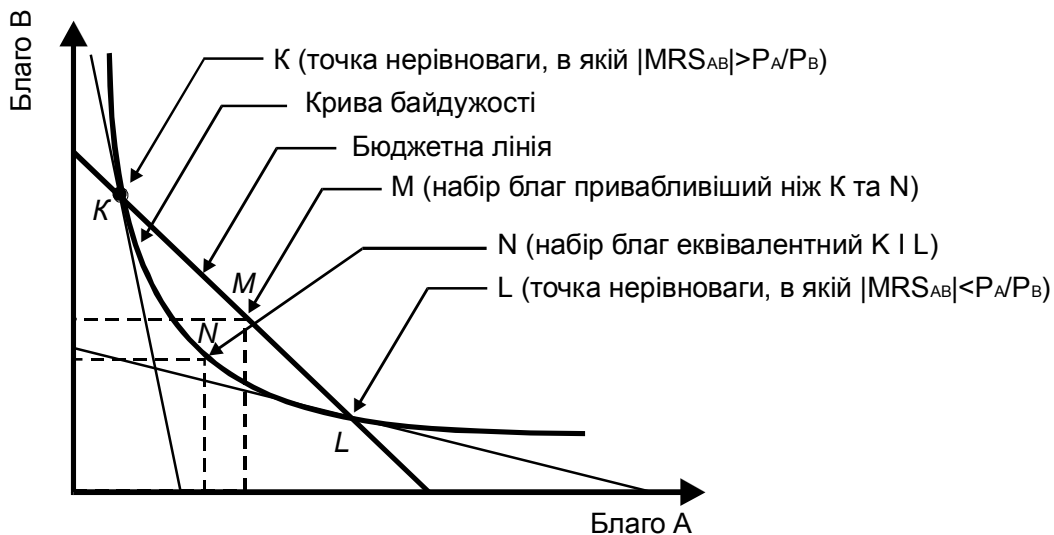


Рис. 3.15. Випадки, коли $|MRS_{AB}| > P_A/P_B$ і $|MRS_{AB}| < P_A/P_B$

Поліпшити кондиції набору благ неможливо лише за умови $MRS_{AB} = -P_A/P_B$.

Тобто, коли гранична норма заміни першого блага другим збігається з відносною ціною першого блага. У цьому випадку нахил кривих байдужості (точніше, тангенс кута нахилу дотичної до кривої у даній точці) та бюджетної лінії збігаються. Крива байдужості, на якій перебуває точка, не може "увірватись" до області можливо-го, бо має з нею лише одну спільну точку – вона лише дотикається до бюджетної лінії.

Можна зробити висновок:

У стані рівноваги гранична норма заміни першого блага другим збігається з відносною ціною першого блага.

Тобто у стані рівноваги

$$MRS_{AB} = -P_A/P_B.$$

Останнє рівняння є рівнянням рівноваги з ординалістських позицій.

У попередній темі ми довели рівність (2.5): $MUA/P_A = MUB/P_B$, переписавши її у формі:

$$MU_A/MU_B = P_A/P_B = -MRS_{AB}, \quad (3.6)$$

впевнюємося в еквівалентності рівнянь рівноваги, отриманих з кардиналістських та ординалістських позицій.

Контрольні питання

1. Поясніть значення термінів “уподобання споживача” та “споживацький вибір”.
2. Наведіть основні умови визначення споживацького вибору.
3. Проаналізуйте особливості споживацького вибору.
4. Поясніть значення поняття “корисність”.
5. Охарактеризуйте сукупну та граничну корисність. Які між ними відмінності?
6. Дайте визначення функції корисності.
7. Охарактеризуйте криву байдужості та її основні властивості.
8. Наведіть приклади кривих байдужості особливого типу.
9. У чому полягає суть поняття “гранична норма заміщення”?
10. Дайте характеристику бюджетної лінії.
11. Як зміниться положення бюджетної лінії під впливом зміни ціни блага або доходу споживача?
12. Поясніть значення поняття “рівновага споживача”. Що лежить в основі її визначення?
13. Дайте характеристику внутрішньої та кутової рівноваги.
14. Виведіть рівняння рівноваги з ординалістських позицій.

Задачі

Задача 1

Ціни на товари X та Y становлять відповідно 3 і 6 грн. Дохід споживача – 30 грн. Запишіть рівняння бюджетної лінії. Намалюйте криву байдужості споживача за даними таблиці:

Набір	Товар X, одиниць	Товар Y, одиниць
A	1	9
B	2	5
C	4	3
D	7	2
E	11	1

Вкажіть набір, при якому споживач максимізує корисність.

Задача 2

Крива байдужості задана рівнянням: $Y=12/x+2$. Ціни товарів X та Y відповідно дорівнюють 4 і 3 грн., а дохід споживача – 30 грн.

1. Запишіть рівняння лінії бюджетного обмеження.
2. Побудуйте графічно криву байдужості та лінію бюджетного обмеження.
3. Визначте оптимальний набір споживача за даних умов.
4. Розрахуйте граничну норму заміщення товару X товаром Y у точці рівноваги.

Задача 3

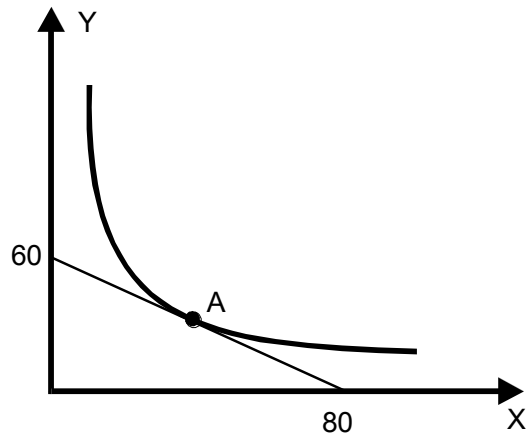
Графічне зображення вибору споживача наведено на рисунку. Рівновага споживача досягається в точці A.

1. Знайдіть величину місячного доходу (I) споживача, якщо відомо, що ціна товару X становить $P_x = 6$ грн.

2. Якою в такому випадку повинна бути ціна товару Y: P_y ?

3. Запишіть рівняння зображеної бюджетної лінії.

4. Визначте граничну норму заміщення MRS_{XY} товару X товаром Y у точці A.



Основні терміни і поняття

Бюджетна лінія; бюджетне обмеження; бюджет споживача; вибір споживача; внутрішня рівновага; гранична корисність; гранична норма заміщення; карта кривих байдужості; корисність; крива байдужості; кутова рівновага; повні доповнення; повні субститути; ринковий кошик; рівновага споживача; спадна гранична корисність; сукупна корисність; теорія поведінки споживача; транзитивність потреб споживача; уподобання споживача; функція корисності.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 47–65.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 101–123.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 28–38.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 22–35.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 7–24.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 33–41.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 22–30.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 66–95.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 92–149.

ТЕМА 4

АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

У попередній темі, для спрощення ситуації і зручності розрахунків, ми вважали, що споживач робить вибір лише з двох товарів. Тепер наблизимо нашу модель до реальної дійсності: проаналізуємо, як споживач робить свій вибір, протиставляючи товар X усім іншим запропонованим на ринку товарам, як на його вибір впливають розмір доходів та величина цін і як внаслідок цих змін формується індивідуальний попит на певний товар.

4.1. Реакція споживача на зміну його доходу

Якщо вважати, що товар X вибирається з цілої множини інших товарів, то в цьому випадку розширене бюджетне обмеження матиме такий вигляд:

$$I = P_X X + \sum P_{Y_i} Y_i. \quad (4.1)$$

За цих умов дещо інакшим буде зміст лінії бюджетних обмежень. Адже на графіку, з одного боку, буде кількість товару X , яку може придбати споживач, виходячи з його доходу, а з іншого – витрати в грошовій формі на придбання всіх інших товарів (рис. 4.1).

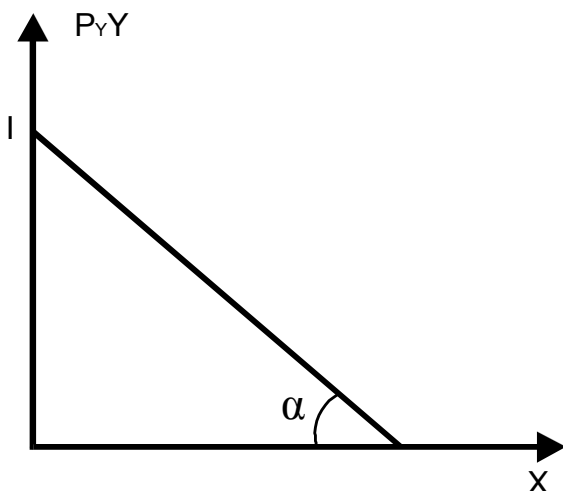


Рис. 4.1. Лінія розширеного бюджетного обмеження

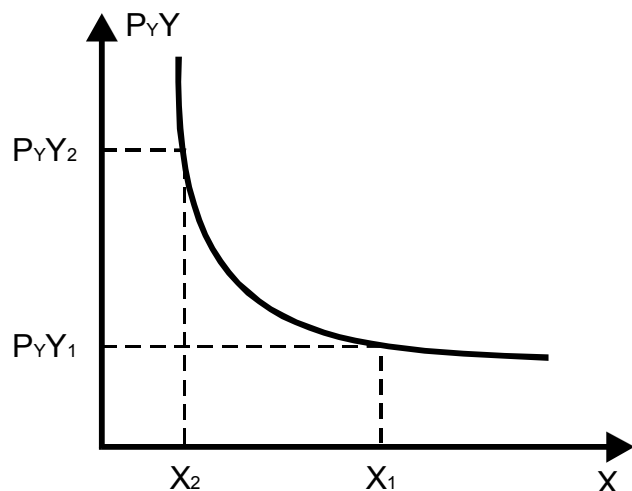


Рис. 4.2. Крива байдужості при виборі товару X з усієї маси товарів

Бюджетна лінія перетинає вісь Y у точці, що відповідатиме загальному рівню доходу споживача I , адже витрати на товар X дорівнюють нулю. Нахил цієї лінії буде постійним (оскільки вона пряма) і дорівнюватиме тангенсу кута α :

$$\operatorname{tg} \alpha = I / X = P_X. \quad (4.2)$$

Побудуємо криву байдужості з урахуванням нових припущень (рис. 4.2). У цьому випадку цінність усіх інших товарів (відображених на осі Y) для споживача набуває грошового виразу.

У попередній темі було доведено, що $MRS_{XY} = -MU_X / MU_Y$. Якщо припустити, що гранична корисність грошей (MU_Y) для споживача залишається незмінною, то гранична норма заміщення у кожній точці кривої байдужості буде дорівнювати граничній корисності товару X , вираженій у грошовій нормі ($MRS_{X P_Y} = -MU_X$). Тому нахил кривої байдужості (гранична норма заміщення $MRS_{X P_Y} = -MU_X$) збігатиметься з нахилом лінії бюджетного обмеження (P_X) у тій точці, де гранична корисність товару T , виражена в грошах, збігатиметься з ціною товару X . Тобто рівновага споживача досягатиметься за умови рівності цінності товару для нього та витрат на його придбання:

$$MU_X = P_X. \quad (4.3)$$

Оптимальна кількість блага, яку хоче придбати споживач, характеризується тим, що гранична корисність для цієї кількості збігається з ціною блага. При менших обсягах закупок товару його гранична корисність буде більша, ніж ціна, що спонукає до збільшення кількості товару X . Якщо закупки будуть більшими, ніж рівноважний обсяг, то ціна товару перевищить його корисність, що підштовхуватиме споживача до зменшення закупок. Рівновага буде досягатися тоді, коли гранична корисність товару, виражена в грошах (максимальна сума грошей, від якої споживач хотів би відмовитися задля отримання додаткової одиниці товару), зрівняється з його ціною.

Вибір споживача залежить не тільки від його уподобань та переваг, але й від рівня доходу. Відомо, що збільшення доходу призводить до переміщення бюджетних ліній праворуч і вгору. Відповідно точки рівноваги будуть знаходитись далі від початку координат, що забезпечуватиме більшу корисність вибраного набору благ.

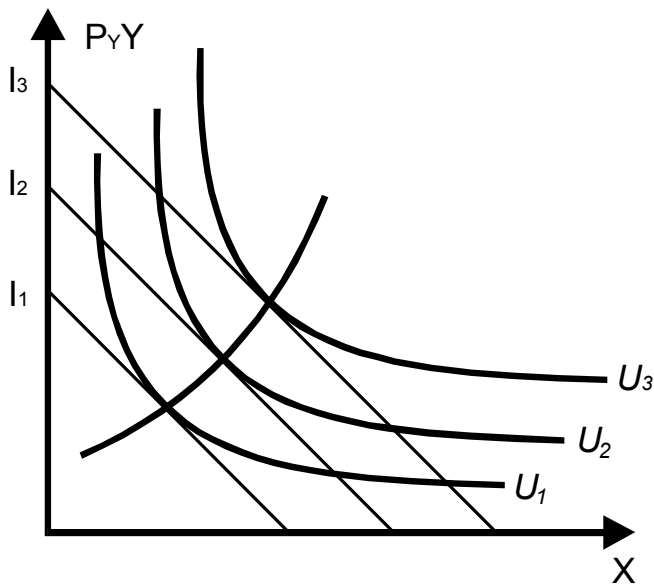


Рис. 4.3. Крива “дохід – споживання”

Характер кривої “дохід – споживання” буде залежати від оцінки товару споживачем.

Нормальні товари – це такі товари, які людина споживає у більшій кількості, коли зростає її дохід.

Неякісні товари (товари низької споживчої цінності) – це такі товари, споживання яких зменшується за умови зростання доходу споживача.

Належність товару до тієї чи іншої групи залежить не стільки від його специфічних властивостей, скільки від сприйняття цього товару споживачем. Те, що для одного споживача буде нормальним товаром, інший оцінюватиме як неякісний.

Крім того, оцінка товару змінюється залежно від доходів споживача. Так, при певному рівні доходу користування міським транспортом буде сприйматися як нормальний товар. Проте, коли доходи зростуть до певного рівня, споживач віддаватиме перевагу таксі або власному автомобілю, а тому поїздка на автобусі чи трамваї перетвориться у неякісний товар.

Тому для нормальних товарів крива “дохід – споживання” матиме зростаючий характер, а для неякісних – спадний.

Разом з тим, є група товарів, яка не належить ні до нормальних, ні до неякісних. Обсяги їх споживання не залежать від рівня

Якщо зобразити на рисунку відповідний графік, де показані точки рівноваги споживача при різних рівнях його доходу, та провести лінію, що проходить через ці точки, то отримаємо криву “дохід – споживання” (рис. 4.3).

Ця крива дає інформацію про залежність обсягу споживання блага від рівня доходу (і лише доходу) споживача.

доходу споживача. Це порівняно дешеві товари, які не мають ефективних субститутів. Малоімовірно, що хтось у разі зростання доходу збільшить чи зменшить споживання, наприклад, солі. Отже, крива “дохід – споживання” для цієї групи товарів матиме вигляд вертикальної прямої лінії (рис. 4.4)¹.

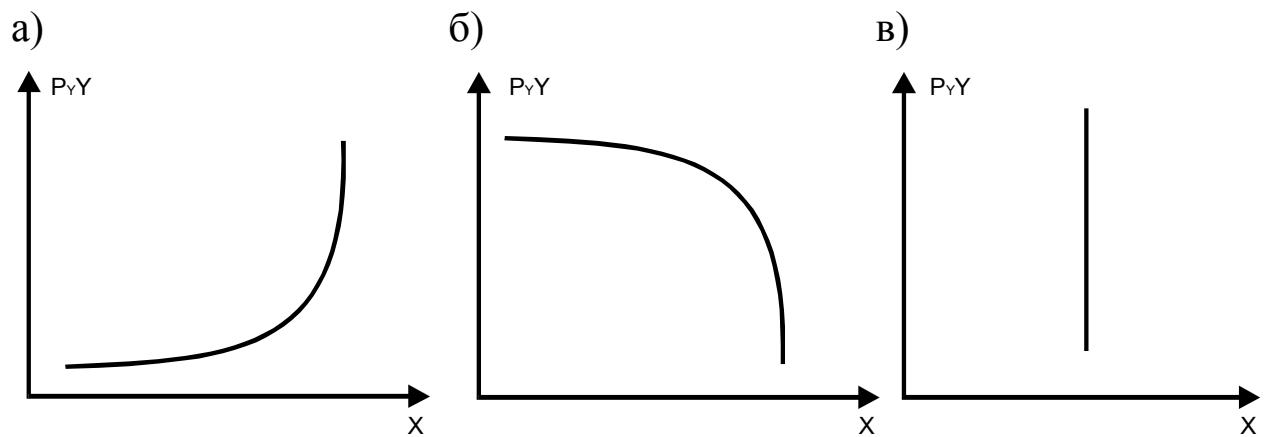
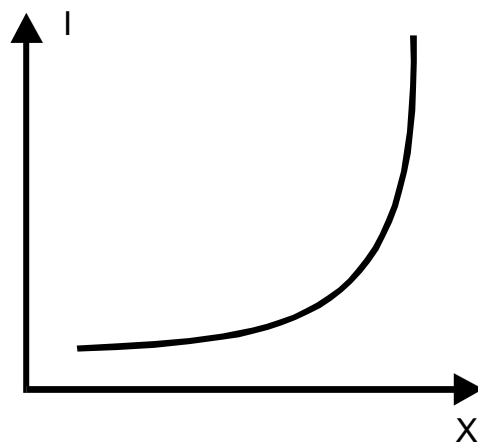


Рис. 4.4. Криві “дохід – споживання” для різних категорій товарів: а – нормальний; б – неякісний; в – нейтральний

Від кривої “дохід – споживання” легко перейти до, так званих, **кривих Енгеля**.² Крива Енгеля показує співвідношення між доходом і обсягом споживання певного товару при незмінності інших факторів, що впливають на попит (рис. 4.5).



Для більшості нормальних товарів крива Енгеля має зростаючий характер із затуханням, тобто певний приріст доходу спричиняє менший приріст споживання товару X . Це пояснюється дією закону спадної граничної корисності.

Рис. 4.5. Крива Енгеля

Однак для певної групи товарів крива Енгеля може зростати з прискоренням. До цієї групи належать предмети розкоші, споживання яких зростає швидше, ніж зростає дохід споживача. Ці залежності ввійшли в мікроекономіку як **закон Енгеля**³:

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 39–40.

² Ернст Енгель (1821 – 1896) – англійський економіст, який вивчав, як змінювалося споживання товарів залежно від доходу сім’ї.

³ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 41.

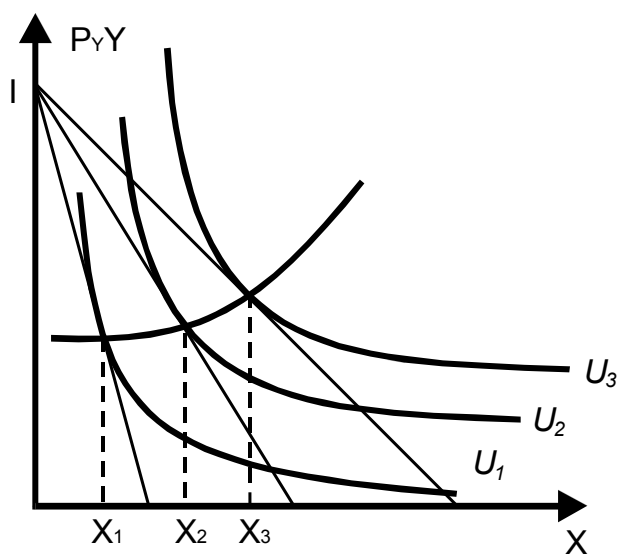
1. При незмінних цінах на всі блага частка сімейного бюджету, що витрачається на продукти споживання, має тенденцію до зменшення за умови зростання доходів сім'ї.

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

4.2. Реакція споживача на зміну цін товарів

При дослідженні кривих “дохід – споживання” та кривих Енгеля ми вважали змінним лише дохід, а інші фактори попиту – постійними. Але якщо вважати дохід постійним, а ціни змінними, то можна побудувати криву “ціна – споживання”.

Якщо дохід і ціни на інші товари залишаються незмінними, то



точка перетину лінії бюджетних обмежень з віссю Y залишиться попередньою. Зниження цін на товар X призведе до повороту лінії бюджетних обмежень до нової точки її перетину з віссю X , більш віддаленої від початку координат. І, навпаки, підвищення цін на товар X повертає цю лінію в точку, що лежить ближче до початку координат.

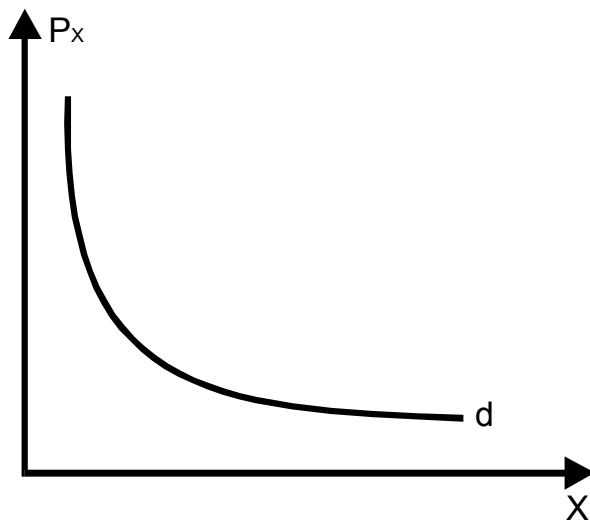
Рис. 4.6. Крива “ціна – споживання”

Крива “ціна – споживання” показує, як змінюється обсяг закупок товару X (точки X_1 , X_2 , X_3 на рис. 4.6) при переході до іншого рівня цін на цей товар за умови незмінності всіх інших факторів попиту.

Від кривої “ціна – споживання” можна перейти до кривої індивідуального попиту. Для цього потрібно лише замінити на осі ординат позначення: замість витрат на всі інші товари ($P_Y Y$) відоб-

разити на ній ціну P_X . Тангенс кута нахилу ліній бюджетних обмежень відповідає ціні товару X .

Легко помітити, що зменшення кута нахилу (зниження цін на товар X) супроводжується збільшенням обсягів закупок цього товару. Залежність між ціною на товар (P_X) та розміром його бажаних закупок для споживача відображає крива попиту (рис. 4.7).



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

Рис. 4.7. Крива індивідуального попиту

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

4.3. Ефект заміщення та ефект доходу

Якщо ціна товару X змінюється, то можливості споживача придбати різні набори товарів теж змінюються. З одного боку, зниження цін на товар X робить його привабливішим для споживача, оскільки він стає дешевшим щодо товарів-субститутів. З іншого боку, вивільнення коштів від здешевлення покупки товару X дає змогу людині збільшити споживання інших товарів. Таким чином, зростає реальний дохід споживача, хоча його номінальний дохід залишається попереднім.

Реакція споживача на таке зростання реального доходу значною мірою буде залежати від його ставлення до споживчих якостей товару. Щоб моделювати поведінку споживача, необхідно розмежовувати дію двох ефектів, які спостерігаються при зміні цін на один з товарів (рис. 4.8)¹.

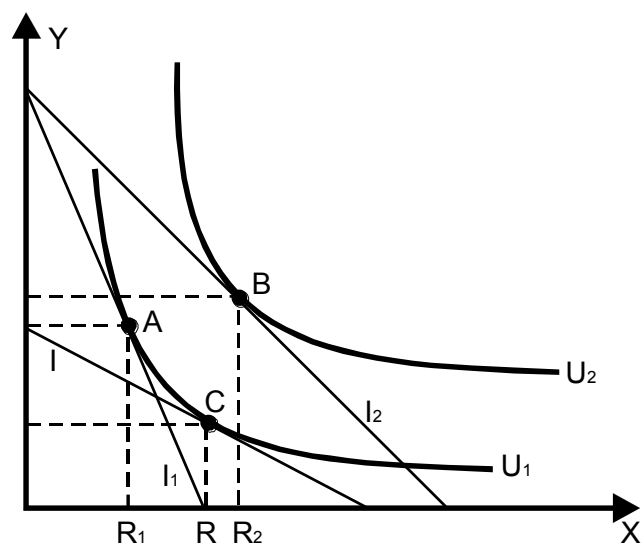


Рис. 4.8. Ефект заміщення та ефект доходу

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

Ефект доходу – це ефект, який виникає внаслідок впливу на попит споживача зміни обсягу його реального доходу. Зміна останнього викликана зміною ціни товару X без врахування ефекту заміщення. Ефект доходу показує механізм переміщення від однієї кривої байдужості (U_1) до іншої U_2 (відрізок $R_2 - R$).

Як було з'ясовано раніше, зростання доходу суперечливо впливає на споживання нормальних та неякісних товарів: якщо із збільшенням доходу споживання нормальних товарів зростає, то споживання неякісних – зменшується. Ефект заміщення спрацьовує однаково і щодо нормальних, і щодо неякісних товарів. В узагальненому вигляді дія ефектів доходу та заміщення наведена в табл. 4.1².

¹ Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 60–61.

² Задоя А. О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 44.

Таблиця 4.1

Дія ефектів доходу та заміщення

Ефект	Споживання товару	
	нормального	неякісного
Доходу:		
ціна зменшується	Зростає	Зменшується
ціна зростає	Зменшується	Зростає
Заміщення:		
ціна зростає	Зменшується	Зменшується
ціна зменшується	Зростає	Зростає

Ці два ефекти діють одночасно. Тому реальна спрямованість змін споживання буде рівнодіючою ефектів доходу та заміщення. Згідно з даними табл. 4.1 щодо нормальних товарів обидва ефекти діють в одному напрямі. У цьому випадку прогнозувати зміни споживання залежно від змін ціни на товар дещо простіше. Що ж до впливу зміни ціни на споживання неякісних товарів, то спрямованість впливу ефектів доходу та заміщення протилежна. Залежно від того, який ефект спрацює сильніше, динаміка ціни та динаміка споживання матимуть однакову або протилежну спрямованість.

Якщо ефект заміщення має більший вплив, то зі зростанням ціни споживання товару X зменшується, а при її зниженні – збільшується. Однак може виникнути ситуація, коли переважає ефект доходу, тоді при зростанні ціни зростає і споживання, а при її зменшенні споживання також зменшується. Така ситуація трапляється досить рідко.

Неякісний товар, для якого ефект доходу переважає над ефектом заміщення, називається **Гіффеновим товаром**, а зростання споживання цього товару із підвищенням ціни на нього – **парадоксом Гіффена**¹.

Таку ситуацію можна спостерігати при аналізі структури споживання малозабезпечених верств населення України під час економічної кризи 90-х р.р.

¹ Роберт Гіффен (1837–1910) – англійський вчений, який виявив, що незаможні робітники в Англії збільшують споживання дешевих неякісних продуктів харчування (зокрема, житнього хліба) із подорожчанням.

Товар Гіффена повинен одночасно відповідати таким вимогам:

- бути неякісним в уявленні споживача;
- бути значною часткою його витрат.

Парадокс Гіффена, на перший погляд, здається винятком із закону попиту. Проте детальніше дослідження доводить, що саме взаємодія ефектів заміщення та доходу спричиняє такий розвиток подій.

Існує ще кілька прикладів винятків із закону попиту, коли із підвищенням цін спостерігається збільшення якості продукції і збільшується його закупка. В умовах нестабільності економічної ситуації зростання цін може сприйматися і як передвісник інфляційного стрибка. Для отримання виграшу споживачі намагатимуться придбати більше продукту за сьогоднішніми цінами, поки вони ще не так зросли. Однак усі ці дії споживача можна легко пояснити, виходячи з теорії поведінки споживача.

Контрольні питання

1. Які зміни в моделі споживчого вибору потрібно здійснити, щоб підвищити рівень її реалістичності?
2. Поясніть значення терміну “розширене бюджетне обмеження”.
3. Якою буде реакція споживача на зміну його доходу?
4. Крива “дохід – споживання”, її суть та порядок побудови.
5. Нахил кривої “дохід – споживання” як свідчення відношення до благ.
6. Охарактеризуйте поняття та відмінності між нормальними та неякісними товарами (низької споживчої цінності).
7. Які висновки можна зробити з аналізу кривої Енгеля?
8. Сформулюйте закон Енгеля.
9. Якою буде реакція споживача на зміну цін товарів?
10. Порядок побудови та аналіз кривої “ціна – споживання”.
11. Побудова кривої індивідуального попиту споживача.
12. Як розкривається зміст ефекту заміщення?
13. Розкрийте зміст ефекту доходу.
14. Охарактеризуйте одно- та різнонаправлений вплив ефектів доходу та заміщення.

15. Поясніть, у чому полягає суть парадоксу Гіффена. Наведіть приклади.

Задачі

Задача 1

Місячний бюджет споживача – 200 грн. У стані рівноваги він купує 20 кг. картоплі за 1 грн./кг. Побудуйте бюджетну лінію споживача (для картоплі і всіх інших благ). Визначте витрати на картоплю та всі інші блага. Якою буде гранична корисність для покупця, що знаходиться у стані рівноваги?

Задача 2

Споживач має дохід 20 грн. і використовує його на придбання блага X за ціною 4 грн., блага Y – 5 грн. Вибір споживача, що максимізує корисність, включає 2,5 одиниць X і 2 одиниці Y . Збільшення доходу на 20 грн. зміщує точку рівноваги ($5X$; $4Y$), а збільшення доходу ще на 10 грн. – відповідно ($5,5X$; $5,6Y$).

1. Побудуйте лінію “дохід – споживання”.
2. Побудуйте криву Енгеля для товару X .

Задача 3

Споживач має дохід 200 грн. і використовує його на придбання блага X за ціною 10 грн., блага Y – 20 грн. Вибір споживача, що максимізує корисність, включає 12 одиниць X і 4 одиниці Y . Збільшення ціни товару X до 20 грн. викликає зміщення точки рівноваги ($4X$; $6Y$), зниження до 5 грн. – відповідно ($20X$; $5Y$).

1. Побудуйте лінію “ціна – споживання”.
2. Побудуйте криву попиту споживача на товар X .

Задача 4

Бюджет споживача становить 60 грн., ціна блага X – 15 грн., блага Y – 5 грн. Функція корисності $U = 4XY$.

1. Розрахуйте оптимальну комбінацію товарів.

2. Намалуйте криву “ціна – споживання” для блага Х, якщо ціна на нього зменшується і набуває значень 10, 6 та 4 грн.

3. Зобразіть криву попиту для блага Х.

Основні терміни і поняття

Ефект доходу; ефект заміщення; нормальний товар; парадокс Гіффена; попит; розширене бюджетне обмеження; товар Гіффена; закон Ангеля; крива “дохід – споживання”; крива Ангеля; крива індивідуального попиту; крива “ціна – споживання”.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук’янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 58–65.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 123–141.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 39–43.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 36–45.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 27–38.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997 – С. 42–46.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг.ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 31–40.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 96–108.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 150–186.

ТЕМА 5

ПОПИТ, ПРОПОЗИЦІЯ, ЇХ ВЗАЄМОДІЯ

У попередніх темах ми вже розглядали індивідуальний попит певного споживача, тепер розглянемо ринковий попит, що складається з усієї сукупності індивідуальних попитів, а також індивідуальну і ринкову пропозицію та ринкову взаємодію попиту і пропозиції. Завдання даної теми – дослідити, як формується обсяг попиту і пропозиції, які фактори на них впливають, як визначається рівноважна ціна товару, розробити методику розрахунку показників еластичності, що показують силу впливу різних факторів на зміну обсягів попиту і пропозиції.

5.1. Ринковий попит і закон попиту

Ринковий попит – це сума індивідуальних попитів при певному рівні цін. Бажання різних споживачів придбати товар при однакових цінах будуть відрізнятися, тому що в них різні уподобання і доходи. Іншими словами, ринковий попит – це кількість товару, яку всі споживачі готові придбати за тими чи іншими цінами (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Формування ринкового попиту

Ціна товару X, грн.	Попит споживача, одиниць товару			Ринковий попит D, одиниць товару
	1 (d_1)	2 (d_2)	3 (d_3)	
$P_1 = 30$	–	–	5	5
$P_2 = 20$	–	5	15	20
$P_3 = 10$	5	15	30	50
$P_4 = 4$	15	25	40	80

Як видно з табл. 5.1, при ціні 30 грн. лише третій споживач готовий придбати даний товар, тому ринковий попит співпадає з індивідуальним попитом третього споживача. При ціні 20 грн. ринковий попит вже формується як сума індивідуальних попитів третього і другого споживачів, а при цінах 10 і 4 грн. – як сума попитів усіх трьох споживачів.

Крива ринкового попиту показує загальний обсяг попиту всіх споживачів при будь-якій ціні. Вона будується як сума кривих індивідуальних попитів (рис. 5.1).

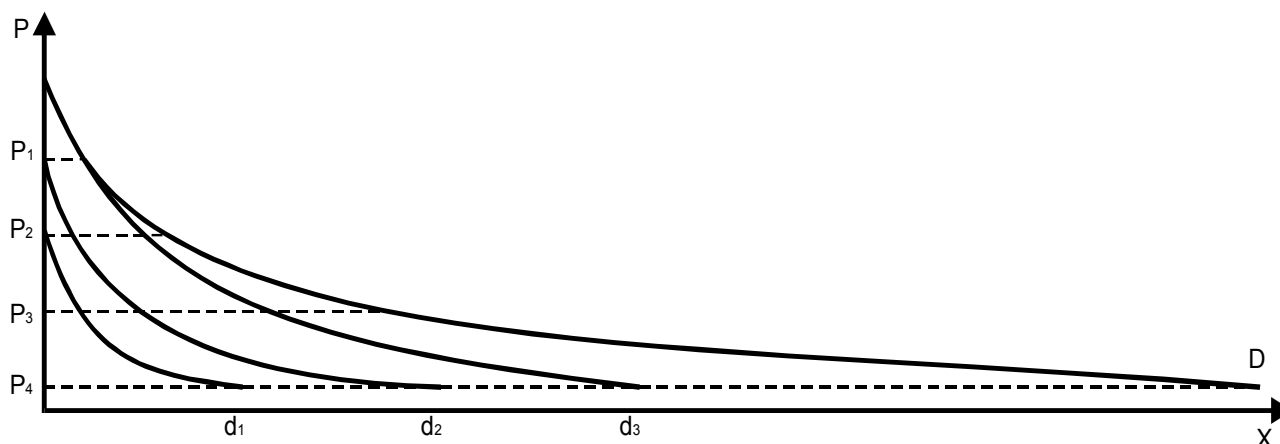


Рис. 5.1. Ринковий попит X

Ринковий попит залежить від тих же факторів, що й індивідуальний, крім того, він залежить від кількості носіїв індивідуального попиту, тобто від кількості споживачів (рис. 5.2)¹.

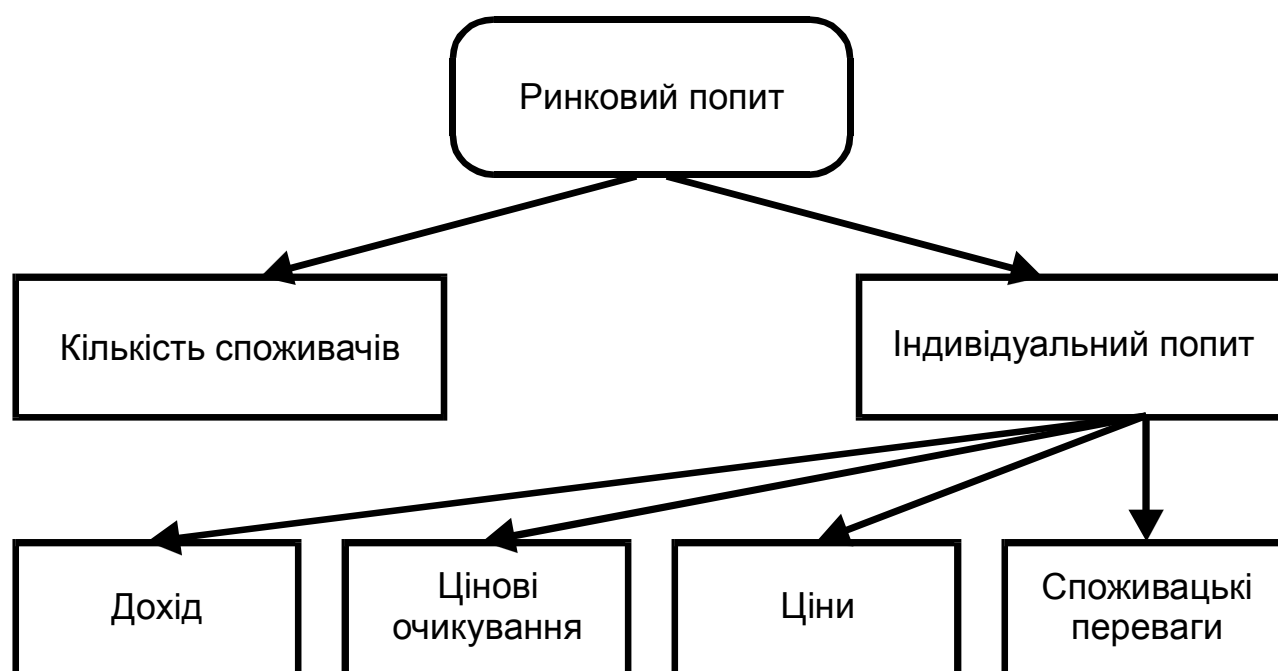


Рис. 5.2. Фактори ринкового попиту

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. — К.: Т-во “Знання”, 2000. — С. 47–48.

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

Функція попиту може бути задана рівнянням:

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

де X_D – обсяг попиту, одиниць товару;

P – ціна товару.

Досить стійка залежність між попитом на товар та його цінами дає змогу сформулювати **закон попиту**, який стверджує, що підвищення цін на певний товар призводить до зменшення обсягів попиту на нього і, навпаки, зниження цін сприяє збільшенню кількості товару, яку бажає придбати споживач.

На величину попиту, тобто на пересування точки по незмінній кривій попиту, впливає виключно ціна товару. Всі інші фактори, що впливають на попит, належать до нецінових. Їхня дія призводить до пересування самої кривої попиту на графіку вправо (збільшення попиту) чи вліво (зменшення попиту).

До нецінових факторів ринкового попиту належать:

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

У реальному житті жоден з перелічених факторів не діє відокремлено, у чистому вигляді. Вони переплітаються, утворюючи складну та суперечливу систему.

5.2. Ринкова пропозиція, закон пропозиції

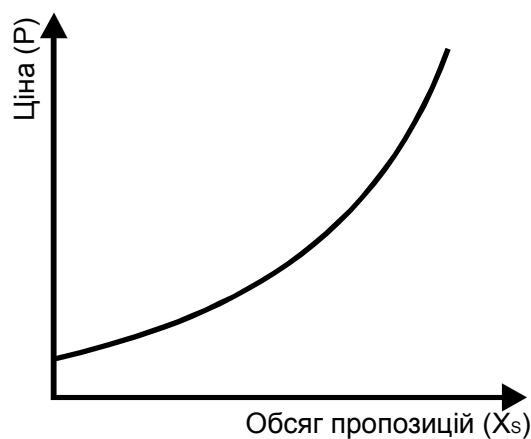
Індивідуальна пропозиція окремої фірми визначається її виробничими можливостями, згідно з якими для кожної конкретної ціни фірма може запропонувати до продажу певні обсяги блага.

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

Функція пропозиції – це залежність обсягу пропозиції блага від його ціни $X_S = f(P)$.

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

Закон пропозиції діє наступним чином: при зростанні ціни, збільшується дохідність продажу продукції, а це дає змогу збільшувати прибутки фірми та винагороду її працівникам, отже, в підприємства з'являється стимул збільшувати виробництво продукції.



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

Крива ринкової пропозиції (S) складається із сукупності обсягів товару, які виробляються і пропонуються на ринку всіма продавцями за відповідною ціною.

Рис. 5.3. Крива пропозиції

Крива ринкової пропозиції (S) складається з кривих індивідуальних пропозицій і будується аналогічно кривій ринкового попиту (D) (рис. 5.4)¹.

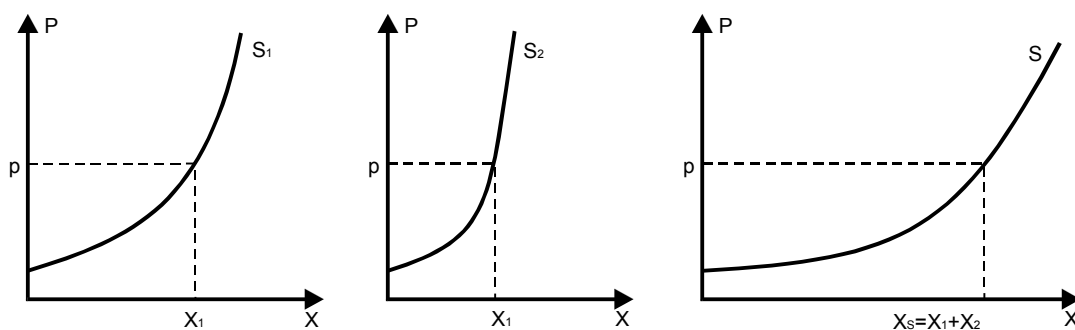


Рис. 5.4. Крива ринкової пропозиції

¹ Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 29–30.

Переміщення кривої пропозиції (S) вправо $S \rightarrow S_1$ чи вліво $S \rightarrow S_2$ (рис. 5.5) означає, що пропозиція збільшується чи зменшується при тій же ціні. Якщо ж жоден з факторів, що впливають на пропозицію, не змінюється, а ціна товару змінюється, то відбувається переміщення по кривій пропозиції (S) вгору чи вниз (при цьому пропозиція товару не змінюється, а змінюється обсяг пропозиції).

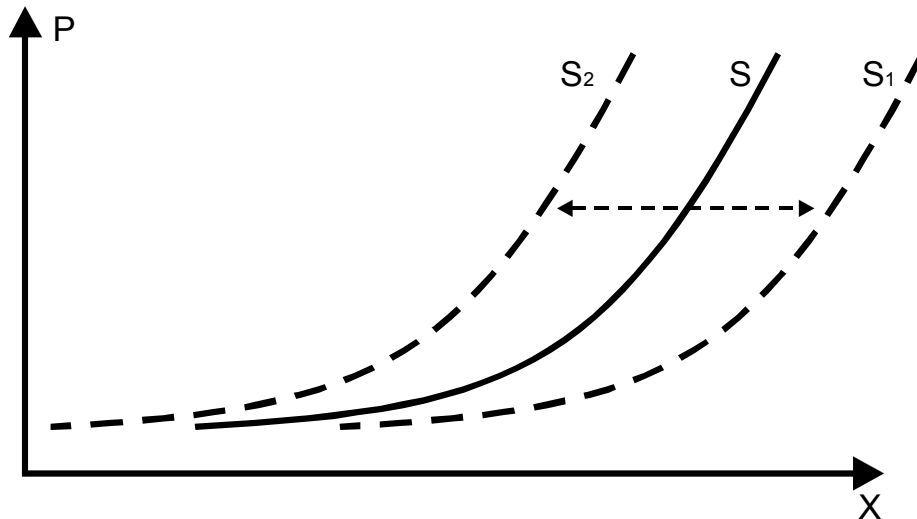


Рис. 5.5. Зміни пропозиції

Зміна нецінових параметрів призводить до зміщень кривої пропозиції.

До основних факторів зміни пропозиції належать:¹

Ціни на ресурси. Зниження цін на ресурси для виробництва певного товару дає змогу виробляти більше його за тієї самої ціни. Отже, крива пропозиції зміщується праворуч. Збільшення цін на ресурси призводить до зміщення кривої пропозиції ліворуч².

Технології виробництва. Якщо технологія вдосконалюється, то за тієї самої ціни фірма (сукупність фірм) здатна виробляти більше. Отже, крива пропозиції зміщується праворуч.

¹ Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 60.

² Деякі автори стверджують, що у відповідній ситуації крива пропозиції зміщується вниз і праворуч або вгору і ліворуч. На наш погляд, це не зовсім правильно, оскільки розглядаються нецінові фактори, тобто ціна залишається незмінною. Отже, ми повинні аналізувати зміну пропозиції товару за тієї самої ціни (див. рис. 5.5).

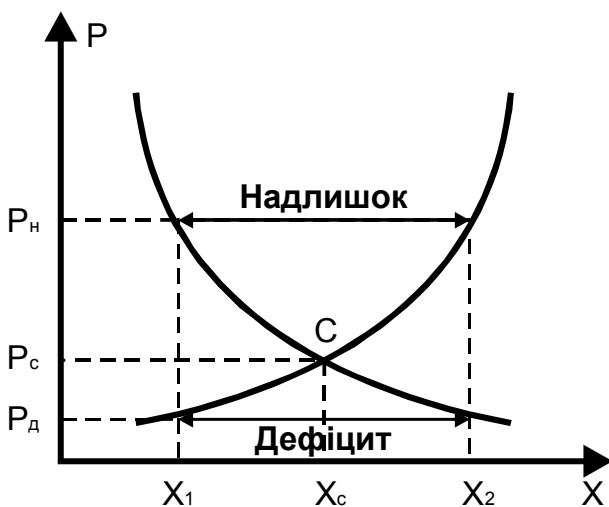
Кількість продавців на ринку. Збільшення продавців на ринку за інших однакових умов призводить до збільшення пропозиції.

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

Очікувані зміни цін. Якщо виробник очікує підвищення ринкових цін на його товар, то він зменшуватиме пропозицію цього товару, щоб притримати його до нових, вищих цін. І, навпаки, очікуване зниження цін призводить до підвищення пропозиції.

5.3. Взаємодія попиту і пропозиції. Ринкова рівновага

Точка перетину кривої попиту (D) і кривої пропозиції (S) – це точка їх **рівноваги (C)** (рис. 5.6)¹.



X – обсяг попиту та пропозиції;
P – ціна;
C – точка рівноваги;
 X_c – рівноважний обсяг попиту та пропозиції;
 P_c – рівноважна ціна;
 X_1 , X_2 – обсяги попиту та пропозиції, при яких визначається дефіцит та надлишок;
 P_n , P_d – ціни, при яких встановлюється дефіцит та надлишок.

Рис. 5.6. Модель встановлення рівноважної ціни

У точці перетину кривої попиту (D) і кривої пропозиції (S) обсяг попиту буде дорівнювати обсягу пропозиції (X_c). Завдяки такому співвідношенню встановлюється **ціна рівноваги (P_c)**, яка і покупців, і продавців однаково задовольняє.

¹ Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 33–34.

Рівноважна ціна (P_c) – ціна, що урівноважує попит і пропозицію внаслідок взаємодії конкурентних сил.

Рівноважна ціна та рівноважний обсяг мають місце на рівні, де кількість товару, яку виробники можуть і бажають поставляти, дорівнює обсягу товару, який покупці можуть і хочуть купувати. В умовах рівноваги економічний суб'єкт (виробник, продавець, покупець, фірма) практично не має стимулів до зміни своєї економічної поведінки. Але як тільки відбудуться зміни у співвідношенні факторів, що впливають на рівновагу, знову почнуть діяти економічні стимули. Рівність попиту і пропозиції – теоретична абстракція. Вона майже не зустрічається в реальній господарській практиці.

5.4. Еластичність попиту і пропозиції

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

$$E_d = (\Delta X / X) : (\Delta P / P), \quad (5.2)$$

де ΔX і ΔP – це приріст (зміни), відповідно, попиту і ціни (вони завжди з різним знаком).

Еластичність попиту – завжди від'ємна величина, тому що крива попиту має від'ємний нахил. Але для практичного застосування часто беруть еластичність модуля: E_d . Якщо: $0 < |E_d| < 1$ – попит нееластичний; $|E_d| = 1$ – попит з одиничною еластичністю; $1 < |E_d| < \infty$ – попит еластичний.

Еластичність попиту за ціною залежить від цілого ряду факторів, зокрема¹:

– наявності товарів-субститутів. Чим більше існує товарів, здатних досить ефективно замінити один одного, тим активніше реагує попит на зміну цін на них (наприклад, автомобілі одного класу, різні види прохолодних напоїв);

¹Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 49.

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

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

Показники еластичності попиту мають досить широке практичне застосування. Кожен підприємець має мету максимізувати свій прибуток. Якщо його витрати відносно постійні, тобто майже не залежать від обсягу наданих споживачам послуг (оренда торгового кіоску чи складського приміщення, проведення футбольного матчу чи естрадного концерту, транспортні послуги, дитячі атракціони та каруселі і т. д.), то величина прибутку залежить від виручки. Обсяг виручки підприємець може регулювати, збільшуючи або зменшуючи ціну послуги. Звичайно, при зміні ціни буде змінюватись і обсяг попиту, тому менеджерів подібного бізнесу цікавить чутливість величини попиту до зміни ціни їх товару на 1 %, а це і є не що інше як еластичність попиту. При цьому всі менеджери повинні знати, що не обов'язково повинен бути аншлаг у залі або повністю заповнена дитяча карусель, щоб отримати найбільшу грошову виручку. Адже, якщо попит на квитки відомої футбольної команди нееластичний, то це означає, що збільшення ціни на ці квитки призведе до зменшення попиту, але з менш відчутною силою, ніж підвищення цін, тобто виручка зростатиме. Саме через це ми часто можемо бачити не заповнені стадіони, зали, каруселі, купейні вагони, літаки, торгові місця на ринках і т. д.

Більшість вчених-економістів вважають справедливими наведені у табл. 5.2 залежності між еластичністю попиту на товар та доходом продавця (або витратами споживача).

Однак, незважаючи на простоту й очевидність розглянутих залежностей, ми хотіли б застерегти практиків від прямого і бездумного їх використання. Проілюструємо деякі винятки із наведених вище залежностей.

При зниженні ціни з 10 до 2 грн. обсяг попиту зріс з 100 до 200 одиниць товару. Тобто ціна зменшилася на 80 %, а обсяг попиту збіль-

шився на 100 %, здавалося б виручка повинна зрости, адже (табл. 5.2) попит на товар еластичний: $|E_d| = ((200 - 100)/100 : (2 - 10)/10) = -1,25$, а ціна знижується. Однак розрахунок показує, що виручка суттєво зменшилася (з 1000 до 400 грн.).

Таблиця 5.2

**Вплив еластичності попиту за ціною
на загальний дохід продавця**

Еластичність попиту за ціною	Ознака еластич- ності	Зміна виручки	
		при зниженні ціни	при підвищенні ціни
Еластичний	$ E_d > 1$	Збільшується	Зменшується
З одиничною еластичністю	$ E_d = 1$	Не змінюється	Не змінюється
Нееластичний	$ E_d < 1$	Зменшується	Збільшується

При підвищенні ціни з 10 до 20 грн. обсяг попиту зменшився з 100 до 30 одиниць товару. Тобто ціна збільшилася на 100 %, а обсяг попиту зменшився на 70 %, здавалося б виручка повинна зрости, адже (табл. 5.2) попит на товар нееластичний $|E_d| = ((30 - 100)/100 : (20 - 10)/10) = -0,7$, а ціна підвищується. Однак розрахунок показує, що виручка суттєво зменшилася (з 1000 до 600 грн.).

При одиничній еластичності попиту (коли ціна і попит змінюються на однаковий процент) вважається, що виручка не повинна змінюватися. Однак практика показує, що ця залежність взагалі ніколи не підтверджується. Якщо візьмемо навіть однакові обсяги ціни і попиту (наприклад, 10 грн. та 10 одиниць товару) і станемо змінювати їх на однаковий процент, то отримаємо меншу ніж 100 грн. виручку в усіх випадках ($9 \times 11 = 99$, $12 \times 8 = 96$, $7 \times 13 = 91$, $14 \times 6 = 84$, $5 \times 15 = 75$, $16 \times 4 = 64$ і т. д.).

Останню спростовану нами залежність можна спростувати і математично: оскільки виручка до і після змін ціни та попиту не змінюється, то це означає, що:

$$XP = (X - \Delta X) \times (P + \Delta P). \quad (5.3)$$

Перемноживши праву частину цього рівняння, отримаємо:

$$XP = XP - \Delta XP + X\Delta P - \Delta X\Delta P. \quad (5.4)$$

Відкинувши в обох частинах рівняння XP і винісши ΔX за дужки, будемо мати:

$$\Delta X(P + \Delta P) = X\Delta P. \quad (5.5)$$

Тепер нагадаємо формулу (5.2) визначення цінової еластичності попиту: $|E_d| = (\Delta X/X) : (\Delta P/P)$, яка при одиничній еластичності матиме вигляд:

$$(\Delta X/X) : (\Delta P/P) = 1, \quad (5.6)$$

тобто це означає, що:

$$-(\Delta X/X) = (\Delta P/P) \text{ або } X\Delta P = -\Delta XP. \quad (5.7)$$

Цю рівність підставимо тепер в отриману вище рівність (5.5) і одержимо:

$$\Delta X(P + \Delta P) = -\Delta XP, \quad (5.8)$$

звідси:

$$P + \Delta P = -P \text{ або } \Delta P = -2P. \quad (5.9)$$

Отже, ми дійшли до суперечності: приріст ціни не може одночасно дорівнювати двом цінам і бути від'ємним, адже ціна завжди є додатною величиною. Тобто наше припущення про те, що збільшення ціни та зменшення попиту на однаковий відсоток не змінює початкову виручку, – неправильне.

Недосконалість залежностей таблиці 5.2 криється в недосконалості самої формули визначення еластичності попиту за ціною (5.2), потрібно змінити підхід до визначення еластичності: враховувати не прирости ціни та попиту, а темпи їх зміни. Тобто ми хочемо замінити вираз “на n %” виразом “у n разів” або, іншими словами, дію віднімання і ділення – лише діленням. Наприклад, змінюючи і ціну, і попит на 10 %, ми отримаємо відмінне від початкового значення виручки ($10 \times 10 = 100$, а $9 \times 11 = 99$), а змінивши ціну і попит у 1,1 рази, одержимо дійсно одиничну еластичність, тобто виручка не зміниться (ціна стане 11грн., а попит $10 / 1,1 = 9,091$ одиниць). Тому ми пропонуємо при зростанні ціни користуватись формулою:

$$E_d = (X_1/X_2) : (P_2/P_1), \quad (5.10)$$

а при зниженні ціни використовувати:

$$E_d = (X_2/X_1) : (P_1/P_2), \quad (5.11)$$

де X_1 і X_2 – це попит до і після змін ціни, а P_1 і P_2 – відповідні ціни.

Зробимо перевірку цієї формули при одиничній еластичності:

$$(X_1/X_2):(P_2/P_1) = 1 \text{ або } (X_1/X_2) = (P_2/P_1). \quad (5.12)$$

Рівність можна переписати у вигляді:

$$X_1 \times P_1 = X_2 \times P_2. \quad (5.13)$$

Тобто, як і повинно бути при одиничній еластичності, виручки до і після змін ціни однакові.

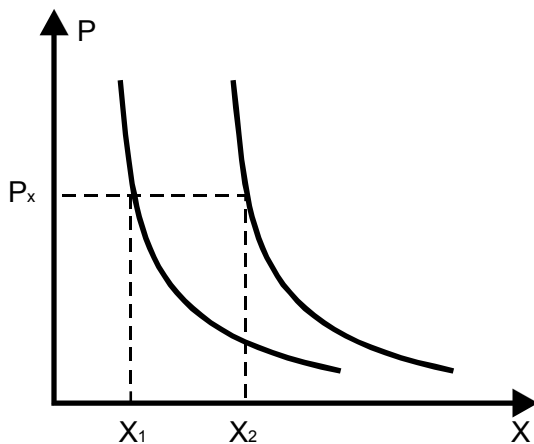
Для зручності користування формулами (5.10) і (5.11) ми можемо об'єднати їх в одну формулу:

$$E_d = (X_B/X_M) : (P_B/P_M), \quad (5.14)$$

де P_B і P_M – це більша і менша ціна, а X_B і X_M – більший і менший попит при відповідних цінах (звичайно, при більшій ціні – менший попит і навпаки).

Аналогічно еластичності попиту за ціною можна розрахувати еластичність попиту за доходом або за ціною на інше благо.

Еластичність попиту за доходом розраховується як співвідношення відносної зміни попиту та відносної зміни доходу споживача (I).



На рис. 5.7 показано підвищення попиту (переміщення кривої вправо) на ΔX ($X_2 - X_1$), що викликане зростанням доходу на ΔI ($I_1 - I_2$). У такому випадку еластичність попиту за доходами дорівнює:

$$E_i = (\Delta X/X) : (\Delta I/I)$$

Рис. 5.7. Еластичність попиту за доходом

Еластичність попиту за доходами може приймати різні значення: $E_i > 0$ – для нормальних товарів; $E_i > 1$ – для предметів розкоші; $E_i < 0$ – для неякісних товарів.

У випадку нульової еластичності попиту за доходами споживання даного товару взагалі не залежить від рівня доходу споживача (сіль).

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

$$E_c = (\Delta X/X) : (\Delta P_Y/P_Y).$$

Якщо коефіцієнт перехресної еластичності має додатне значення, то із підвищенням ціни на товар Y зростає попит на товар X . Відповідна залежність характерна для товарів-субститутів. Взаємозамінність різних сортів ковбаси достатньо висока, тому навіть невелике збільшення цін на один із них призведе до різкого підвищення попиту на інший.

Для комплементарних товарів характерне від'ємне значення коефіцієнта перехресної еластичності попиту (залежність між цінами на бензин та попитом на автомобілі, цінами на електроенергію та попитом на електричні плити, електрообігрівачі).

Коефіцієнт еластичності попиту набуватиме нульових значень для благ, які зовсім не пов'язані між собою.

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

$$E_p = (\Delta S/S) : (\Delta P/P).$$

Із визначення закону пропозиції (зростання пропозиції при підвищенні ціни) випливає, що значення коефіцієнта еластичності пропозиції за ціною завжди буде додатним.

Аналогічно до обчислення коефіцієнта еластичності пропозиції за ціною можна розрахувати низку інших показників, що показують еластичність пропозиції за деякими іншими факторами, що впливають на неї.

Контрольні питання

1. Дайте визначення індивідуального та ринкового попиту.
2. Охарактеризуйте криві індивідуального та ринкового попиту.
3. Дайте визначення функції попиту.
4. Які фактори впливають на попит?
5. У чому полягає різниця між зміною попиту та зміною обсягу попиту?

6. Дайте визначення індивідуальної та ринкової пропозиції.
7. Що означає функція пропозиції, як вона зображається графічно?
8. Охарактеризуйте фактори впливу на пропозицію.
9. Поясніть різницю між зміною пропозиції та зміною обсягу пропозиції.
10. Поясніть ефект взаємодії попиту та пропозиції.
11. Дайте визначення еластичності попиту за ціною.
12. Охарактеризуйте фактори, що впливають на еластичність попиту за ціною.
13. Поняття та порядок розрахунку коефіцієнтів еластичності попиту за доходами.
14. Перехресна еластичність попиту, поняття та порядок розрахунку.
15. Дайте визначення еластичності пропозиції.

Задачі

Задача 1

На ринку пшениці є три покупці. За ціною 650 грн. за 1 тону обсяг попиту першого становить 10 т, другого – 12 т, третього – 14 т. Відповідно за ціною 600 грн./т – 11, 14, 16; 550 грн./т – 14, 17, 18; 500 грн./т – 19, 23, 26. Побудуйте табличну і графічну модель ринкового попиту на кукурудзу.

Задача 2

У таблиці наведені дані, що характеризують різні ситуації на ринку молока.

Ціна за 1 кг, грн.	Обсяг попиту, тис. т	Обсяг пропозиції, тис. т
1,0	80	20
1,1	70	40
1,2	60	60
1,3	50	80
1,4	40	100

1. За даними таблиці накресліть криві попиту і пропозиції.
2. Якщо ринкова ціна молока дорівнює 1,1 грн., що характерно для даного ринку надлишок чи дефіцит? Який його обсяг?

3. Якщо ринкова ціна молока дорівнює 1,4 грн., що характерно для даного ринку надлишок чи дефіцит? Який його обсяг?

4. Чому дорівнює рівноважна ціна на цьому ринку?

5. Зростання доходів споживачів збільшило споживання молока на 10 тис. т при кожному рівні цін. Визначіть нову рівноважну ціну та обсяг рівноваги.

Задача 3

Дитячий атракціон розрахований на 16 місць. Рівняння лінії попиту на квитки: $X_D = 20 - 4P$. Побудуйте лінію попиту та визначте, яку ціну за квиток потрібно призначити організаторам атракціону, щоб усі місця були зайняті? При якій ціні виручка буде найбільша?

Задача 4

На ринку певного товару функція попиту описується рівнянням: $Q_D = 10 - 2P$, функція пропозиції: $Q_S = -5 + 3P$, де Q_D і Q_S , відповідно, обсяг попиту й обсяг пропозиції, тис. т за рік.

1. Визначте рівноважну ціну і рівноважний обсяг продажу.

2. Якщо ціна товару складе 2 грн., що утвориться на ринку надлишок чи дефіцит? У якому розмірі?

3. Якщо ціна товару складе 4 грн., що утвориться на ринку надлишок чи дефіцит? У якому розмірі?

Задача 5

За допомогою наведених у таблиці даних про залежність між ціною і попитом розрахуйте коефіцієнти еластичності попиту за ціною.

Ціна P, грн.	Обсяг попиту X, кг	Коефіцієнт еластичності, E
1	32	
2	23	
3	15	
4	8	
5	3	
6	1	

Задача 6

У таблиці наведено структуру витрат споживача за два роки (ціни благ незмінні). Заповніть до кінця таблицю, проаналізуйте результати.

Блага	Витрати на купівлю, грн.		Частка у бюджеті, %		Еластичність попиту за доходом	Категорія товару
	1-й рік	2-й рік	1-й рік	2-й рік		
А	20	25				
Б	40	95				
В	30	20				
Г	10	60				
Разом	100	200	100	100		

Задача 7

Коефіцієнт перехресної еластичності попиту на електроенергію відносно ціни природного газу дорівнює 0,7. Якщо природний газ подорожчає на 30 %, то як це вплине на обсяг попиту на електроенергію?

Задача 8

Ціна друкування фотографій зменшилася на 25 %, а ціна фотоапаратів не змінилася. Як це вплине на обсяг попиту на фотоапарати, якщо коефіцієнт перехресної еластичності дорівнює 0,6?

Основні терміни і поняття

Еластичність попиту за доходом; еластичність попиту за ціною; еластичність пропозиції за ціною; закон попиту; закон пропозиції; індивідуальна пропозиція; крива попиту; крива пропозиції; перехресна еластичність попиту; ринковий попит; ринкова пропозиція; ринкова рівновага; рівноважна ціна; рівноважний обсяг; функція попиту; функція пропозиції.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 20–46.
2. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2 х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 39–100.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 15–27.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 46–58.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 65–73.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 48–56.
7. Наливайко А. П., Євдокимова Н. М., Задорожна Н. В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А. П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 40–52, 86–93.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 33–65.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 50–91.

**ТЕМА 6
МІКРОЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ
ПІДПРИЄМСТВА**

Для існування людини, для задоволення її потреб потрібні певні блага: продукти харчування, одяг, взуття, житло, меблі, транспортні засоби тощо. Усе це не існує в природі в готовому вигляді (за деякими винятками). Тому людина створює необхідні їй блага у процесі виробництва.

Завданням цього розділу є дослідження поведінки виробника: як він вибирає товар для виробництва, визначає технологію, розраховує обсяг виробництва товару, які фактори можуть вплинути на його поведінку, як досягається рівновага виробника. Щоб відповісти на ці важливі мікроекономічні питання, необхідно розглянути саму суть виробництва та підприємства як головної виробничої ланки національної економіки. Розгляду цих питань і присвячена дана тема.

**6.1. Основи виробництва, підприємство
як виробничо-ринкова система**

Виробництво – це процес використання ресурсів (робочої сили, капіталу, природних ресурсів та підприємницьких здібностей) для виготовлення товарів, послуг, інформації.

Виробництво можна уявити як систему, що споживає на вході певні ресурси, а на виході видає готові продукти: товари або послуги в натуральному чи грошовому вимірі (рис. 6.1).

У процесі виробництва споживаються такі ресурси або фактори виробництва:

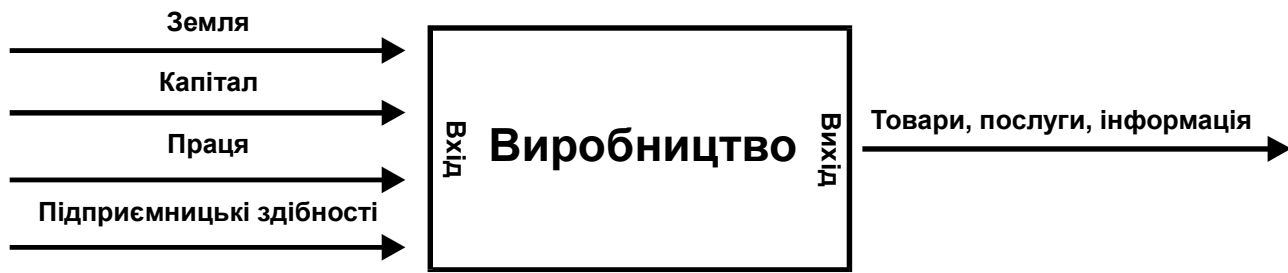


Рис. 6.1. Виробництво як система

1. Земля – вічний фактор виробництва, що включає не лише сільськогосподарські угіддя, але й всі природні ресурси (нафта, вугілля, газ, вода і т. д.).

2. Капітал (або фізичний капітал) – все, що створено працею людини і служить основою створення нового продукту (споруди, обладнання, матеріали і т. д.).

3. Праця – це вплив людини на речовину природи з метою надання їй властивостей, здатних задовольняти людські потреби.

4. Підприємницькі здібності – це особливі здібності деяких людей йти на мобілізацію ресурсів, організацію виробництва, ризик з метою отримання прибутку.

Усі фактори, що використовуються у виробництві, кількісно обмежені. Площі сільськогосподарських угідь зменшуються як у цілому (будівництво, промисловість, військові потреби, економічні катастрофи і т. д.), так і в розрахунку на душу населення (у зв'язку з його приростом). Людство стоїть на порозі вичерпання природних ресурсів: нафти, газу, вугілля. Ресурс праці обмежений кількістю робочої сили, причому в кожному конкретному випадку потрібна не просто робоча сила взагалі, а певна її кваліфікація, що ще більше обмежує даний фактор виробництва. Підприємницькими здібностями володіють лише окремі особи (вчені вважають, що їх не більше 5–7 % від загальної кількості працездатного населення). Капітал як результат взаємодії перших трьох факторів також є обмеженим ресурсом.

Разом з тим, потреби людства постійно зростають, що пов'язано як з кількісним приростом населення, так і з підвищенням якості життя. Отже, між обмеженими ресурсами і безмежними потребами завжди існує конфлікт.

Розв'язати його можна двома шляхами:

1. Максимізувати обсяг виробництва при певних обмеженнях на ресурси.
2. Мінімізувати витрати ресурсів при заданих обсягах виробництва.

Щоб вирішити ці завдання, необхідно раціоналізувати форми об'єднання факторів виробництва та їх якісне і кількісне співвідношення у процесі виробництва. Ось лише деякі аспекти їх раціоналізації.

1. Відповідність факторів виробництва. Найбільша ефективність виробництва досягається тоді, коли якісні характеристики працівників (їх кваліфікація, освітній рівень, особисті якості) відповідають рівню засобів виробництва. Причому цей зв'язок двохсторонній: ефективність виробництва стає нижчою не тільки тоді, коли працівники низького рівня кваліфікації не можуть повністю використати всі потенційні можливості засобів виробництва, але й тоді, коли недосконалі засоби виробництва не дають реалізуватись потенціалам працівників.

2. Співвідношення факторів виробництва. Між працівниками і засобами виробництва повинно бути не тільки якісне, а й кількісне співвідношення. Для кожного певного рівня розвитку виробництва існує оптимальне співвідношення між кількістю капіталу і кількістю праці, що приводить його в рух.

3. Взаємозамінюваність факторів виробництва. Один і той же результат можна отримати при різному співвідношенні факторів виробництва. Наприклад, якщо у виробництві використовуються праця і капітал, то можна визначити різні співвідношення цих факторів, що дадуть заданий результат виробництва.

Підприємство – це відокремлена економічна структура, що виробляє і реалізує певні товари, послуги, інформацію. Підприємства можуть створюватися як приватними особами, так і державою. Як правило, підприємство створюється з метою отримання прибутку.

Головна проблема підприємства – задовольнити постійно зростаючі потреби споживачів при обмежених ресурсах. Обмеженість ресурсів породжує серед товаровиробників конкуренцію щодо їх

використання та розподілу, а отже, обумовлює вибір оптимального варіанта застосування.

Перед будь-яким підприємством постають три основні питання:

- 1. Що виробляти** (які економічні блага і в якій кількості)?
- 2. Як виробляти** (за допомогою яких обмежених ресурсів)?
- 3. Для кого виробляти** (хто отримає те, що вироблено)?

Умови, в яких функціонують підприємства:

1. Самостійне здійснення відтворювального процесу. Підприємство розраховує лише на власні сили у забезпеченні своєї життєдіяльності, воно може користуватись грошовими коштами й інших суб'єктів (брати кредити, продавати облігації), але лише на платній основі.

2. Повна економічна відповідальність за результати своєї діяльності. Ця відповідальність покладається на власників та керівництво підприємства.

3. Прибуток виступає основним джерелом коштів для розвитку підприємства. Розвиток підприємства, його розширення є головною метою підприємців, адже це приносить більші грошові доходи. Однак розширення діяльності потребує значних грошових вкладень, основним їх джерелом є прибуток.

4. Конкуренція з іншими підприємствами. Конкуренція впливає на поведінку й організацію підприємства, змушує його підвищувати ефективність виробництва.

5. Економічна допомога держави має локальний, вибірковий, винятковий характер. Ця допомога повинна бути обґрунтована інтересами національної економіки. Держава не може і не повинна бути щедрим спонсором, вона завжди має керуватися прагматичним розрахунком.

6.2. Параметри підприємства як мікроекономічної моделі

Виробнича функція – це співвідношення між будь-яким набором факторів виробництва і максимальним обсягом продукції.

Якщо припустити, що на обсяг виробництва продукції впливають витрати праці (L), капіталу (K) і землі (Z), то виробнича функція виглядатиме так:

$$Q = f(L, K, Z),$$

де Q – максимальний обсяг продукції при даній технології і співвідношенні факторів виробництва L, K, Z.

Властивості виробничої функції:

1. При збільшенні витрат одного ресурсу, при незмінності інших відбувається збільшення обсягу виробництва продукції, але лише до певної межі.

2. Існує певна взаємозамінність та компліментарність (доповнюваність) факторів виробництва.

3. Зміни використання факторів виробництва менш еластичні в короткостроковому, ніж у довгостроковому періоді.

Короткостроковий період – це період виробництва, протягом якого деякі фактори є незмінними.

Довгостроковий період – це період виробництва, за який виробники можуть змінити всі фактори виробництва продукції.

У короткостроковому періоді виробнича функція відображає максимально можливий випуск продукції за різних обсягів використання одного з факторів виробництва та незмінної кількості застосування інших виробничих факторів: $Q = f(x)$.

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

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

2. Середній продукт змінного фактора виробництва (AP) – це відношення сукупного продукту змінного фактора до кількості цього фактора, яка використовується у виробництві: $AP = TP / X$.

3. Граничний продукт змінного фактора виробництва (MP) – це обсяг зміни сукупного продукту цього фактора при зміні кількості фактора на одиницю (при інших рівних умовах): $MP = \Delta TP / \Delta X$.

До основних мікроекономічних параметрів підприємства належать також **витрати виробництва, виручка і прибуток**. Загаль-

ні витрати факторів виробництва (ресурсів) і грошові витрати, що здійснюються підприємством з метою виробництва продукції, називаються **витратами виробництва**.

Виділяють бухгалтерські та економічні витрати.

Бухгалтерські витрати включають лише фактичні витрати в грошовому виразі, підтверджені документами.

Економічні (або альтернативні) витрати включають (крім фактичних витрат на придбання ресурсів) ще й недоотриманий дохід від найкращого потенційного можливого способу використання власних ресурсів (капіталу, грошових коштів).

Неявні витрати – це ті витрати, що обумовлені використанням власних ресурсів (факторів виробництва) підприємця (капітал, підприємницькі здібності).

Явні витрати – це витрати на придбання необхідних факторів виробництва.

Бухгалтерські витрати складаються лише з явних витрат.

Економічні витрати – це сума явних і неявних витрат, тобто економічні витрати кількісно більші за бухгалтерські саме на величину неявних витрат.

Аналогічно сукупному, середньому і граничному продукту можна розрахувати відповідні показники для витрат і виручки.

Сукупні витрати (ТС) – загальний обсяг витрат для виробництва певного обсягу продукції.

Середні витрати (АС) – це обсяг сукупних витрат, що припадає на одиницю виробленої продукції: $АС = ТС / Q$.

Граничні витрати (МС) – приріст сукупних витрат для виробництва додаткової одиниці продукції $МС = \Delta ТС / \Delta Q$.

Сукупна (валова) виручка – грошові надходження від реалізації продукції: $TR = P \times Q$, де P – ціна продукції, Q – кількість продукції.

Середня виручка (AR) – це сукупна виручка із розрахунку на одиницю продукції $AR = TR / Q$.

Гранична виручка (MR) – приріст сукупної виручки при збільшенні виробництва продукції на одну одиницю: $MR = \Delta TR / \Delta Q$.

Сукупний прибуток – це різниця між сукупною виручкою та сукупними витратами.

Розрізняють бухгалтерський і економічний прибуток.

Бухгалтерський прибуток – це різниця між сукупною виручкою і бухгалтерськими витратами.

Економічний прибуток – це різниця між валовою виручкою та економічними витратами.

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте виробництво як систему.
2. Які фактори виробництва (ресурси) споживаються у процесі виробництва?
3. Яким чином можна вирішити конфлікт між обмеженими ресурсами і безмежними потребами?
4. Які аспекти раціоналізації факторів виробництва ви знаєте?
5. Поясніть суть та завдання підприємства.
6. Охарактеризуйте умови, в яких функціонують підприємства.
7. Дайте визначення виробничої функції.
8. Охарактеризуйте властивості виробничої функції.
9. Поясніть різницю між довгостроковим та короткостроковим періодами.
10. Які показники показують вплив зміни обсягів використання одного з факторів виробництва на результат виробництва?
11. У чому полягає різниця між бухгалтерськими та економічними витратами?
12. Дайте визначення явних і неявних витрат.
13. Дайте визначення сукупних, середніх і граничних витрат та аналогічних показників виручки.
14. Поясніть різницю між бухгалтерським та економічним прибутками.

Задачі

Задача 1

На основі даних таблиці про співвідношення ресурсів за різних технологій виробництва вкажіть, яку з технологій вибере підприємство?

Ресурси	Ціна одиниці ресурсу, грн.	Технологія виробництва, одиниць ресурсів		
		I	II	III
Праця	2	5	6	4
Земля	4	4	3	4
Капітал	2	5	4	5
Підприємницькі здібності	3	2	2	1

На ринку праці збільшення пропозиції робочої сили викликало зниження її ціни до 1 грн. Як ця ситуація вплине на вибір підприємства?

Задача 2

Приватне підприємство займається виробництвом столярних виробів. Співвідношення витрат праці та щоденного виготовлення віконних рам наведено в таблиці:

Витрати праці	Сукупний продукт	Середній продукт	Граничний продукт
0	0		
1	3		
2	20		
3	35		
4	45		
5	50		
6	53		
7	55		
8	55		
9	52		

Обчисліть середній та граничний продукт і побудуйте графіки виробничої функції, середнього та граничного продуктів.

Задача 3

Заповніть пропуски у таблиці на підставі наведених даних.

Обсяг змінного ресурсу	Сукупний продукт	Граничний продукт	Середній продукт
1	11		
2		5	
3	20		
4			5,75
5			5
6		1	

Основні терміни і поняття

Бухгалтерський прибуток; бухгалтерські витрати; виробництво; виробнича функція; гранична виручка; граничний продукт; граничні витрати; довгостроковий період; земля; економічний прибуток; економічні (альтернативні) витрати; капітал; короткостроковий період; неявні витрати; підприємницькі здібності; підприємство; праця; середні витрати; середній продукт; середня виручка; сукупна виручка; сукупний прибуток; сукупний продукт; сукупні витрати; явні витрати.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 66–71, 74–77.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, – 1999. – Т. 1. – С. 245–271.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 58–65.

4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 59–62.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 64,73–82.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 57–63.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 53–59.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 159–178.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 210–217.

ТЕМА 7

ВАРІАЦІЇ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА ТА ОПТИМУМ ТОВАРОВИРОБНИКА

Як вже зазначалося, процес виробництва в мікроекономіці розглядається як процес перетворення ресурсів на готову продукцію та описується виробничою функцією. Тому в даній темі розглянемо її більш детальніше, аналізуючи різні варіації факторів виробництва: 1) однофакторна виробнича функція (частинна варіація факторів виробництва); 2) двофакторна (ізоквантна варіація); 3) багатфакторна виробнича модель (коли всі фактори виробництва є змінними і впливають на обсяг виробництва продукції).

7.1. Частинна варіація факторів виробництва

Припустимо, що всі фактори виробництва, крім одного, є незмінними. Така ситуація можлива в короткостроковому періоді, а ми маємо справу з однофакторною виробничою функцією, або частинною варіацією факторів виробництва.

Основними показниками тут є сукупний (ТР), середній (АР) та граничний (МР) продукти змінного фактора виробництва.

Залежність сукупного продукту від зміни фактора X показано в таблиці 7.1 та на рис. 7.1.

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

Середній продукт змінного фактора розраховують через вимірювання нахилу променя, що проведений від початку координат до відповідної точки кривої сукупного продукту. Наприклад, нахил променя OA визначається через співвідношення координат точки A : Q_1 / X_1 – це середній продукт у цій точці.

Таблиця 7.1

**Залежність виробництва зошитів від збільшення витрат праці
(при інших незмінних факторах виробництва)**

Витрати праці, тис. люд.-год.	Продукти		
	сукупний (TP)	середній (AP)	граничний (MP)
1	40	40	40
2	90	45	50
3	180	60	90
4	220	55	40
5	250	50	30
6	270	45	20
7	245	35	-25

Середній продукт досягає максимуму при умові використання такої кількості змінного фактора, яка відповідає точці дотику променя, який виходить з початку координат та кривої сукупного продукту. На рис. 7.1 це точка С.

Якщо провести дотичні до будь-якої точки кривої сукупного продукту, то можна знайти тангенс кутів, що вони утворюють з віссю Х. Тангенс будь-якого з цих кутів дорівнює граничному продукту.

Середній продукт буде збільшуватися до тих пір, поки граничний продукт буде більший за нього (рис. 7.2).

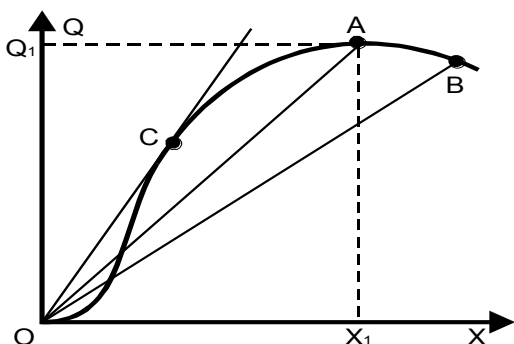


Рис. 7.1. Крива сукупного продукту змінного фактора

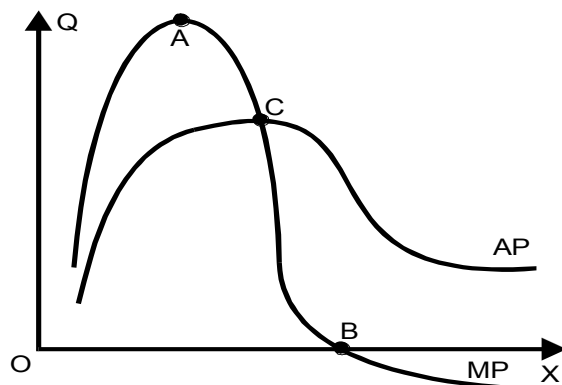


Рис. 7.2. Криві середнього та граничного продуктів

При залученні у виробництва нової порції ресурсу, продуктивність якої більша за середню, відбудеться збільшення і середнього показника. І навпаки, якщо виявиться, що гранична продуктивність змінного фактора менша, ніж середня, то відповідне залучення зменшить середній показник.

Саме тому максимальне значення середній продукт набуває в точці перетину кривих середнього та граничного продуктів, тобто при $AP = MP$. А граничний продукт досягає свого максимального значення в точці А, потім починає зменшуватися до нуля і навіть до від'ємних значень.

Починаючи з певного обсягу збільшення одного з факторів виробництва, при незмінних інших факторах відбувається зменшення граничного продукту цього фактора (закон спадної граничної продуктивності).

7.2. Ізоквантна варіація факторів виробництва

Якщо дещо ускладнити виробничу функцію, аналізуючи залежність обсягів виробництва від двох факторів (наприклад, праці і капіталу), то можна скласти **виробничу сітку** – таблицю, що описує виробничу функцію для певного максимального обсягу продукції, який може бути вироблений при кожній комбінації факторів виробництва (табл. 7.2).

Таблиця 7.2

Виробнича сітка					
Витрати праці (L), тис. люд.-год.	Обсяг виробництва зошитів, тис. шт., при витратах капіталу (K), тис. год.				
	1	2	3	4	5
1	10	20	30	40	50
2	20	30	50	75	90
3	40	50	75	140	180
4	45	75	140	180	220
5	50	90	180	225	250

Виробнича сітка показує, що деякі обсяги продукції можна отримати при різних альтернативних наборах факторів виробництва.

ва: 50 тисяч зошитів при $L = 5$, $K = 1$ та $L = 3$, $K = 2$ і т. д. Якщо графічно сполучити точки, що характеризують альтернативні комбінації факторів при певному обсязі виробництва продукції, то отримаємо криву, що називається ізоквантою (рис. 7.3).

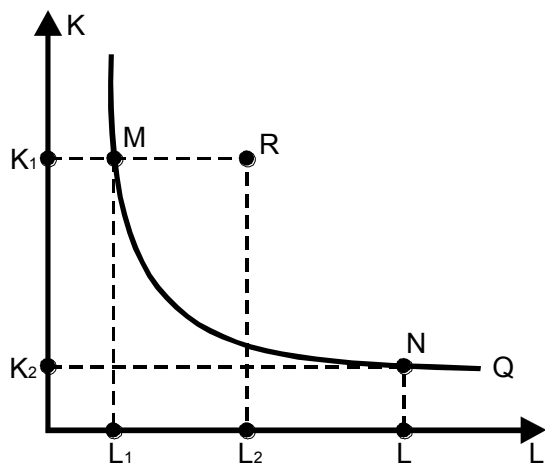


Рис. 7.3. Ізокванта

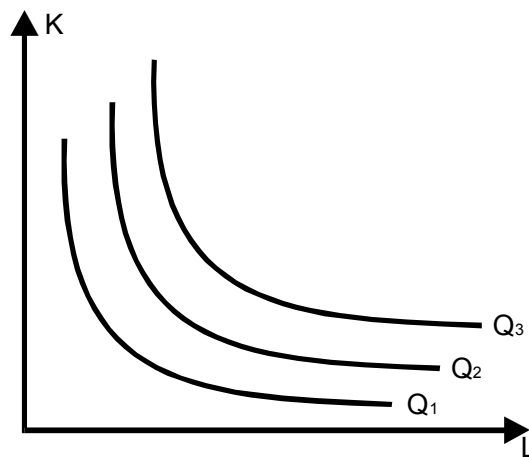


Рис. 7.4. Карта ізоквант

Ізокванта – це крива, що відображає альтернативні варіанти ресурсів, які використовуються для виробництва певного обсягу продукції. Точки M і N показують такі комбінації факторів виробництва (L і K), які дають змогу виробити 50 тисяч зошитів. А комбінація R дає змогу виробити їх значно більше. Через цю точку можна провести іншу ізокванту. Так будується карта ізоквант (рис. 7.4).

Карта ізоквант – це множина ізоквант, що відображає максимальний випуск продукції за будь-яких комбінацій факторів виробництва. Криві ізоквант ніколи не перетинаються. Чим далі ізокванта від початку координат, тим більшому обсягу виробництва продукції вона відповідає.

Аналізуючи ізокванти, можна визначити показник заміщення одного фактора виробництва іншим. **Гранична норма технологічного заміщення** капіталу працею ($MRTS_{KL}$) визначається обсягом праці, яка може замінити одиницю капіталу:

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

Це означає, що кожен втрачений одиницю капіталу необхідно замінювати все більшою кількістю праці. Це пояснюється тим, що фактори виробництва не можуть повністю замінювати один одного.

Кожний з них не може робити те, що може інший, або якщо й може, то гірше.

Гранична норма технологічного заміщення праці капіталом ($MRTS_{LK}$) визначається обсягом капіталу, який може замінити одиницю праці:

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

Граничну норму технологічного заміщення факторів виробництва можна також розрахувати через граничні продукти.

Дійсно, якщо при зменшенні капіталу з K_1 до K_2 та зростанні кількості праці з L_1 до L_2 (див. 7.3) виробник залишається на тій самій ізокванті, то можна довести таку рівність:

$$\Delta K / \Delta L = - MP_L / MP_K.$$

Оскільки $MP_L = \Delta TP_L / \Delta L$, а $MP_K = \Delta TP_K / \Delta K$, то:

$$MP_L / MP_K = \Delta TP_L / \Delta L / \Delta TP_K / \Delta K = \Delta TP_L / \Delta L \times \Delta K / \Delta TP_K = - \Delta K / \Delta L.$$

Оскільки ΔTP_L і ΔTP_K – це зміни сукупного продукту під впливом змін відповідних факторів виробництва (L і K), то на одній ізокванті вони повинні взаємно компенсуватись, щоб загальна кількість продукції не змінилась. Причому зміни сукупного продукту (ΔTP_L і ΔTP_K) різнонаправлені, тобто мають різний знак, адже праця збільшується, а капітал зменшується. Саме через це в доведеній нами рівності з'являється знак “мінус”:

$$MP_L / MP_K = - \Delta K / \Delta L.$$

Цю рівність можна переписати і так:

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

Форма ізокванти (крива випукла до початку системи координат) показує, що гранична норма технологічного заміщення капіталу працею зростає при просуванні вниз уздовж ізокванти (рис. 7.5).

Це означає, що кожну втрачену одиницю капіталу необхідно замінювати все більшою кількістю праці. Це пояснюється тим, що фактори виробництва не можуть повністю замінювати один одного. Кожний з них не може робити те, що може інший, або, якщо й може, то гірше.

Зростаюча гранична норма технологічного заміщення капіталу працею властива для більшості виробничих процесів, але існують деякі винятки, де ця залежність дещо інша.

I. Фактори виробництва можуть використовуватись лише в певній пропорції. Прикладом є співвідношення автомобілів і водіїв. Якщо кількість автомашин незмінна, то збільшення кількості шоферів не призведе до зростання обсягів продукції. І навпаки, збільшення кількості автомобілів при фіксованій кількості шоферів також не покращить ситуацію. Аналогічні приклади можна знайти і в промисловості, і в сільському господарстві та в інших галузях і видах виробництва, де співвідношення між факторами виробництва є фіксованим. Ізокванта в цьому випадку матиме вигляд прямого кута, а гранична норма технологічного заміщення буде дорівнювати нулю (рис. 7.6).

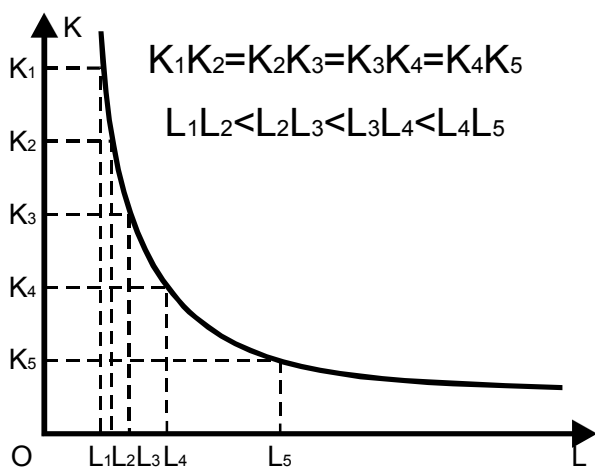


Рис. 7.5. Зростання граничної норми технологічного заміщення капіталу працею факторів виробництва (MRTS_{KL})

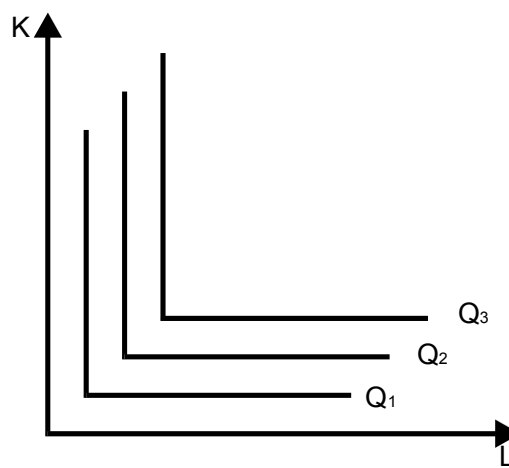


Рис. 7.6. Ізокванти при фіксованому співвідношенні факторів виробництва

7.3. Пропорційна варіація факторів виробництва

У довгостроковому періоді всі фактори виробництва є змінними. Підприємство, намагаючись збільшити обсяги виробництва продукції, залучає все більше ресурсів, тобто збільшує масштаб виробництва. При цьому спостерігається різна віддача (ефект) від зміни масштабу виробництва.

Зростаюча віддача від масштабу відбувається тоді, коли обсяг виробництва продукції зростає відчутніше, ніж обсяги використання ресурсів. Наприклад, при подвоєнні факторів виробництва обсяг випуску продукції зростає більш ніж у два рази (рис. 7.7).

Зростаючий ефект масштабу виробництва може досягатися завдяки впливу таких факторів:

1. Поділ праці. На більших підприємствах можлива спеціалізація, що призводить до підвищення продуктивності праці і зниження витрат.

2. Поліпшення управління. На більших підприємствах виділяють спеціалістів, які безпосередньо займаються маркетингом, рекламою, постачанням, науково-технічною роботою і т. д. Це дає змогу збільшити ефективність діяльності підприємства.

3. Збільшення масштабів виробництва не вимагає пропорційного збільшення всіх ресурсів. Наприклад, збільшення вдвічі кількості верстатів на заводі не вимагає такого ж збільшення механіків, електриків, охоронців, бухгалтерів, а також витрат на освітлення, опалення, вентиляцію і т. д.

Постійна (стала) віддача від масштабу виробництва спостерігається тоді, коли обсяги виробництва продукції та обсяги використання ресурсів зростають пропорційно. Збільшення вдвічі ресурсів виробництва призводить до подвоєння обсягів випуску продукції.

Спадна віддача від масштабу виробництва відбувається тоді, коли випуск продукції зростає менш відчутніше, ніж зростають обсяги використаних факторів виробництва. Наприклад, збільшення вдвічі ресурсів призводить до підвищення випуску продукції лише в півтора рази (рис. 7.8).

Спадний ефект масштабу виробництва виникає через вплив таких факторів:

1. **Значна інерція великих систем**, втрата ними гнучкості, необхідної в умовах нестабільного ринку.

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

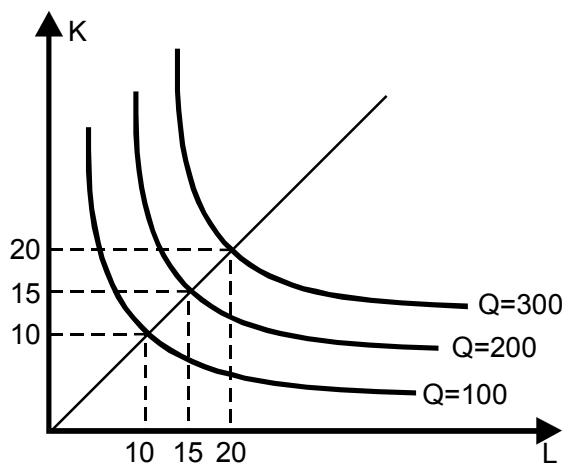


Рис. 7.7. Зростаючий ефект масштабу виробництва

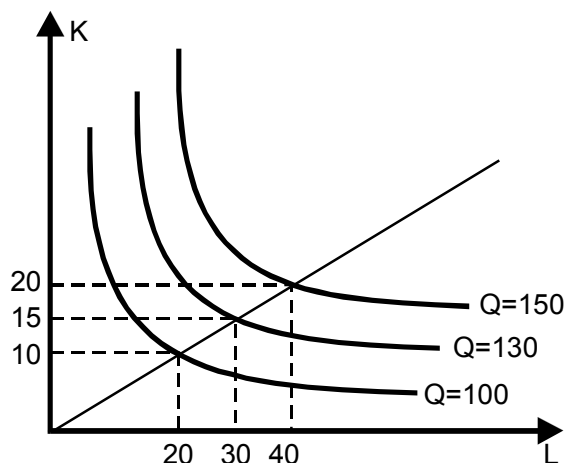


Рис. 7.8. Спадний ефект масштабу виробництва

7.4. Оптимум виробника

Якщо у процесі виробництва використовують лише два змінних фактора: праця (L) та капітал (K) за відповідними цінами (P_L і P_K), то сукупні витрати (TC) можна визначити за формулою:

$$TC = P_L L + P_K K.$$

При фіксованих цінах на фактори виробництва можна знайти

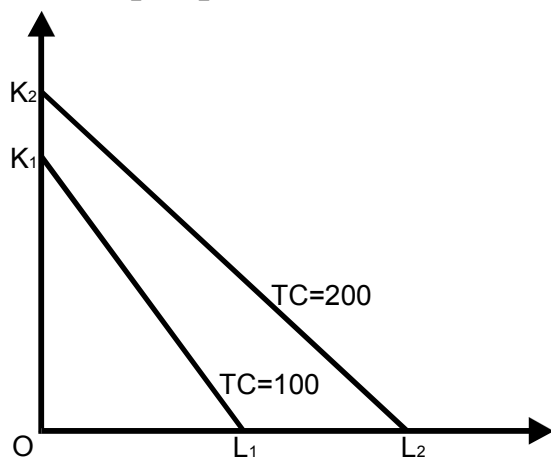


Рис. 7.9. Ізокоста

безліч різних наборів капіталу і праці, які можна придбати за ті самі сукупні витрати. Графічне зображення таких наборів називається ізокостою (рис. 7.9). **Ізокоста** – це лінія, що характеризує комбінації витрат змінних факторів при фіксованих витратах виробництва.

Властивості ізокости:

1. Кут нахилу ізокости залежить від цін на фактори виробництва. Оскільки $\tan \alpha = K/L$, а в точках перетину ізокости з осями K ($L = 0$) та L ($K = 0$) сукупні витрати (TC) визначаються за формулами відповідно:

а) для $L = 0$, $TC = P_K K$;

б) для $K = 0$, $TC = P_L L$.

То з цих формул знаходимо: $K = TC / P_K$, $L = TC / P_L$.

Звідси: $\text{tg } \alpha = K/L = TC/P_K \times P_L/TC = P_L/P_K$, що й треба було довести.

З формули (7.6) випливає, що кут нахилу ізокошти збільшується при зростанні ціни праці та зниженні ціни капіталу і, навпаки, кут нахилу ізокошти зменшується при зниженні ціни праці та зростанні ціни капіталу (рис. 7.10).

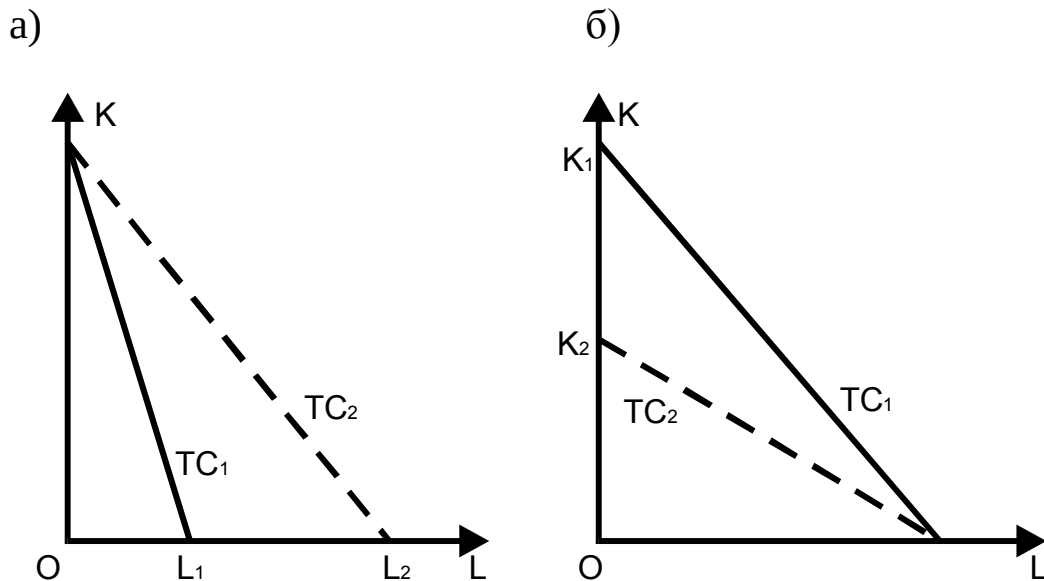


Рис. 7.10. Вплив цін на рух і нахил ізокошти (а – зниження ціни праці; б – зростання ціни капіталу)

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

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

Як вже зазначалося, ізокошта – це множина альтернативних комбінацій витрат праці та капіталу, при яких витрати виробництва залишаються незмінними. Але яка ж з можливих комбінацій забезпечить найбільший обсяг виробництва продукції? Для вирішення цього питання потрібно сполучити ізокошту з картою ізоквант (рис. 7.4).

Рівновага виробника – це такий його стан, при якому він не бажає змінювати співвідношення факторів виробництва (праці та капіталу), що задіяні у виробничому процесі.

Умовою рівноваги є однаковий нахил ізокости та найбільш віддаленої від початку координат ізокванти, що мають спільну точку (т. А на рис. 7.11).

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

$$MRT_{LK} = P_L/P_K.$$

А оскільки $MRT_{LK} = MP_L/MP_K$, то:

$$MP_L/MP_K = P_L/P_K \text{ і } MP_L/P_L = MP_K/P_K.$$

Останнє рівняння відображає принцип найменших витрат, тобто стан, коли відношення граничних продуктів факторів виробництва (K, L) на одиницю вартості ресурсу (P_L , P_K) дорівнюють одне одному.

Якщо така рівність не справджується, то підприємство може отримати приріст продукції без додаткових витрат за рахунок зміни співвідношення факторів виробництва.

Якщо з'єднати точки, що відповідають різним рівням сукупних витрат, то отримаємо траєкторію зростання (рис. 7.12).

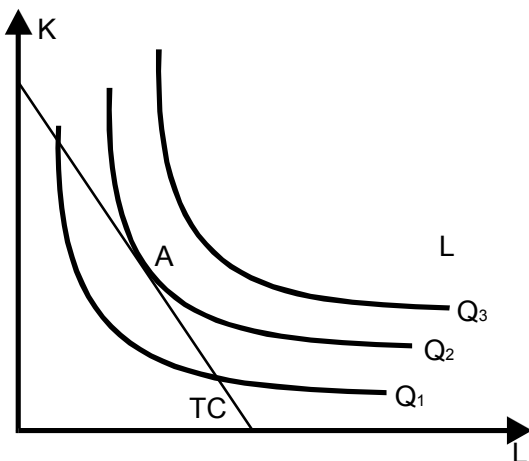


Рис. 7.11. Рівновага виробника

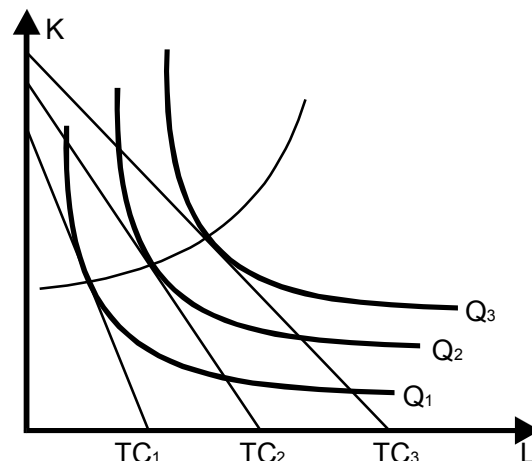


Рис. 7.12. Траєкторія зростання

Траєкторія зростання показує, як змінюється співвідношення факторів виробництва, що забезпечують мінімальні витрати, при збільшенні обсягів виробництва продукції.

Контрольні питання

1. Дайте визначення частинної варіації факторів виробництва. Наведіть приклади.
2. Охарактеризуйте залежність показників сукупного, середнього та граничного продуктів від змінного фактора на прикладі їх графіків.
3. Поясніть суть виробничої сітки.
4. Охарактеризуйте ізокванту та карту ізоквант.
5. Розкрийте економічний зміст граничної норми технологічного заміщення факторів виробництва.
6. Поясніть, чому гранична норма технологічного заміщення капіталу працею зростає при просуванні вниз уздовж ізокванти. Наведіть приклади винятків.
7. У чому полягає суть ефекту масштабу виробництва?
8. Завдяки впливу яких факторів досягається зростаюча чи спадна віддача від масштабу виробництва?
9. Дайте визначення ізокошти.
10. Охарактеризуйте властивості ізокошти.
11. Розкрийте поняття рівноваги виробника, поясніть, як вона досягається.
12. Дайте визначення траєкторії зростання.

Задачі

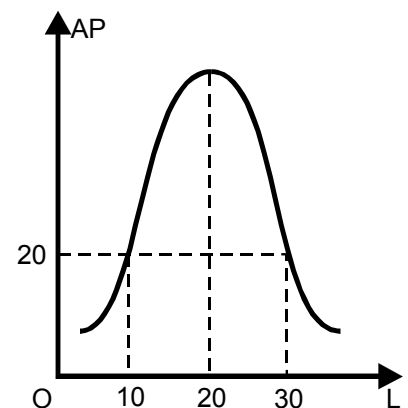
Задача 1

Для виробництва продукту підприємство використовує 20 одиниць капіталу та 16 одиниць праці. Яка гранична продуктивність праці, якщо гранична продуктивність капіталу дорівнює 4 (ефект масштабу при цьому має сталий характер)?

Задача 2

За допомогою рисунка дайте відповіді на питання:

1. Якщо $AP = 30$ при $L = 15$, а граничний продукт 16-ої одиниці праці дорівнює 40, то яка величина сукупного продукту при $L = 16$?
2. Яким буде значення TP , якщо $AP = 20$?



Задача 3

За даними виробничої сітки побудуйте ізокванти для $Q = 70$ і $Q = 85$. Обчисліть граничну норму технологічного взаємозаміщення капіталу працею для таких точок:

Капітал, од.	Праця, од.				
	1	2	3	4	5
1	20	40	55	65	70
2	40	60	70	80	85
3	55	70	85	100	100
4	65	80	100	110	115
5	70	85	105	115	120

а) для ізокванти $Q = 70$ – при переході від $L = 1$ до $L = 3$ та від $L = 3$ до $L = 5$;

б) для ізокванти $Q = 85$ – при переході від $L = 2$ до $L = 3$ та від $L = 3$ до $L = 5$.

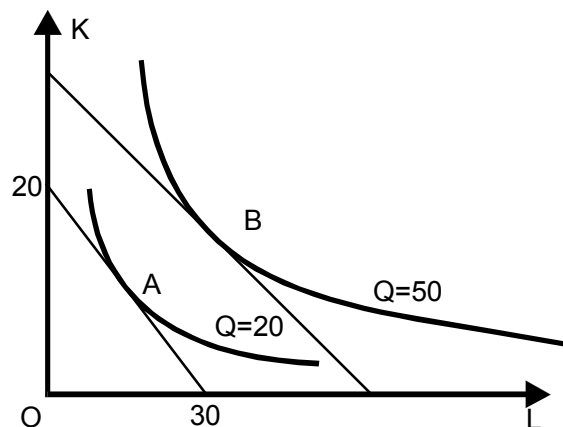
Задача 4

За допомогою рисунка дайте відповіді на питання:

1. Яка гранична норма технічного взаємозаміщення в точці А?
2. Чому дорівнює величина середніх витрат виробництва 50 одиниць продукції, якщо в точці В $P_K = 5$ грн. і $P_L = 3$, а підприємство використовує 40 одиниць капіталу та 30 – праці?

Задача 5

Виробнича функція відповідає формулі: $Q = 2KL$. Вартість використання одиниці капіталу становить 200 грн., а одиниці праці – 100 грн. Чому дорівнює мінімальний обсяг витрат при випуску 24 одиниць продукції? Розв'язок подати в графічній і математичній формах.



Основні терміни і поняття

Виробнича сітка; гранична норма технологічного заміщення; зростаюча віддача (ефект) масштабу виробництва; ізокванта; ізоквантна варіація факторів виробництва; ізокоста; карта ізоквант; оптимум (рівновага) виробника; постійна (стала) віддача від масштабу виробництва; пропорційна варіація факторів виробництва; спадна віддача від масштабу виробництва; траєкторія зростання; частинна варіація факторів виробництва.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 72–87.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 266–312.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 58–65.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 62–73.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 81–98.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997 – С. 66–78.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг.ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 60–74.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 159–186.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 214–226.

ТЕМА 8

ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА

У ринкових умовах виробництво має товарний характер, тому витрати факторів виробництва в натуральному вигляді отримують вартісну оцінку і перетворюються на витрати виробництва. Завданням цієї теми є вивчення суті виробничих витрат, їх видів, розгляд витрат у короткостроковому і довгостроковому періодах.

8.1. Витрати виробництва за короткостроковий період

Витрати виробництва або сукупні витрати (TC – Total Cost) – це вартість усіх видів ресурсів, що витрачаються для виготовлення певної кількості продукції.

У темі 6 вже розглядався поділ витрат виробництва на бухгалтерські й економічні, явні і неявні, тепер покажемо детальніше взаємозв'язок цих витрат і прибутку (табл. 8.1)¹.

Таблиця 8.1

Взаємозв'язок економічних і бухгалтерських витрат і прибутку

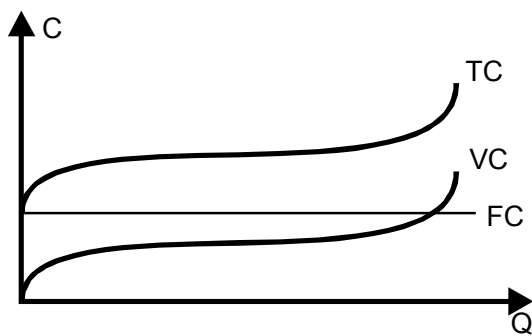
Загальна виручка підприємства		
Економічні витрати		Економічний прибуток
Явні витрати	Неявні витрати	
Витрати на обладнання	Процент на власний капітал	
Сировина	Зарплата підприємця	
Електроенергія	Нормальний прибуток ²	
Заробітна плата	Інші неявні витрати	
Інші явні витрати		
Бухгалтерські витрати	Бухгалтерський прибуток	

¹ Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 75.

² Нормальний прибуток – це плата за підприємницькі здібності, або мінімальний рівень прибутку, що утримує підприємця в даній галузі.

У короткостроковому періоді витрати виробництва поділяють також на постійні і змінні (рис. 8.1).

Постійні витрати (FC – Fixed Cost) – це витрати, що не залежать від обсягів виробництва продукції. Вони існують навіть тоді, коли продукція зовсім не виробляється. Наприклад, відсотки за кредит, амортизація, орендна плата, витрати на освітлення та опалення приміщень і т. д. (рис. 8.1).



Змінні витрати (VC – Variable Cost) – це вартість змінних ресурсів, що використовуються для виробництва заданого обсягу продукції, тому ці витрати залежать від випуску продукції (рис. 8.1).

(Q – обсяг випуску продукції,
C – витрати)

Рис. 8.1. Криві сукупних (TC), постійних (VC) та змінних (FC) витрат

Основні види постійних витрат:

1. Відсотки за кредит.
2. Орендна плата.
3. Амортизація.
4. Капітальний ремонт.
5. Податки.
6. Страхові внески.
7. Витрати на управління.

Основні види змінних витрат:

1. Витрати на сировину.
2. Оплата праці.
3. Витрати на паливно-мастильні матеріали.
4. Витрати на електроенергію.

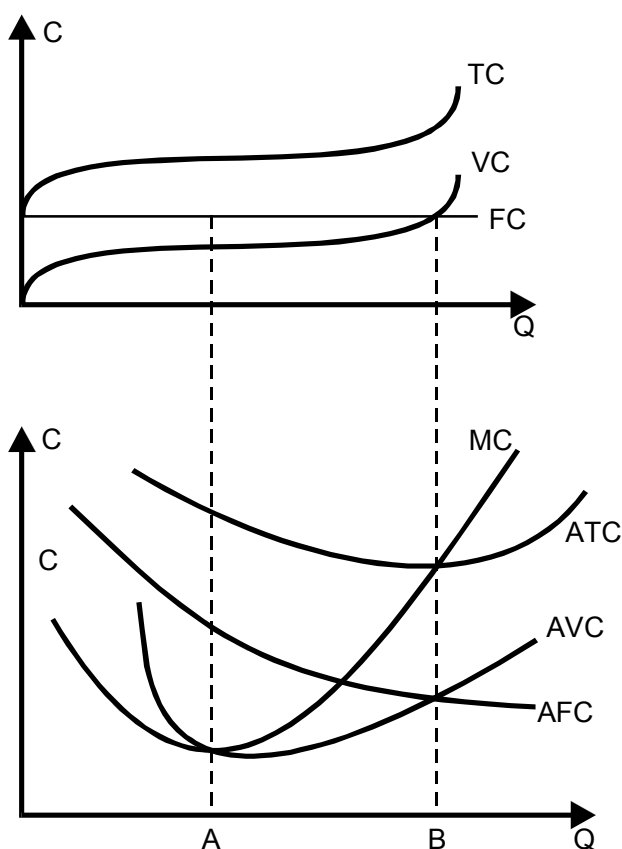
У мікроекономіці використовуються не тільки показники сукупних витрат, але й середніх:

Середні постійні витрати (AFC – Average Fixed Cost) – це кількість постійних витрат виробництва (FC), що припадає на одиницю виробленої продукції (Q) (рис. 8.2)¹:

$$AFC = FC / Q.$$

Середні змінні витрати (AVC – Average Variable Cost) – це кількість змінних витрат виробництва (VC), що припадає на одиницю виробленої продукції (Q) (рис. 8.2):

$$AVC = VC / Q.$$



Середні сукупні витрати (ATC – Average Total Cost) – це кількість сукупних витрат виробництва (TC), що припадає на одиницю виробленої продукції (Q) (рис. 8.2):

$$ATC = TC / Q.$$

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

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

Аналізуючи криві витрат виробництва (рис. 8.2), можна зробити наступні висновки:

Рис. 8.2. Криві витрат виробництва

1. При обсязі продукції, що дорівнює А, крива граничних витрат (MC) має мінімальне значення, а крива сукупних витрат (TC) має перегин (вона з випуклої стає опуклою).

¹ Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 99–100.

2. Крива граничних витрат (MC) перетинає криві середніх сукупних витрат (ATC) та середніх змінних витрат (AVC) у точках їх найменших значень.

3. Середні змінні витрати (AVC) необхідні для оцінки ефективності господарювання, визначення рівноваги і перспектив розвитку: а) розширення діяльності; б) скорочення виробництва; г) вихід із галузі.

4. Порівняння середніх сукупних витрат (ATC) з рівнем цін дозволяє визначити величину прибутку. А це допомагає вибрати стратегію фірми у короткостроковому періоді.

Правило найменших витрат – це умова, при якій витрати мінімізуються в тому випадку, якщо кожна грошова одиниця, що витрачається на кожний ресурс, дає однакову віддачу – однаковий граничний продукт (MP).

Правило найменших витрат забезпечує рівновагу виробника. Коли віддача всіх факторів однакова, зникає проблема їх перерозподілу, оскільки у виробника немає ресурсів, які б могли принести більший дохід, тобто досягається оптимальне співвідношення факторів виробництва, при якому забезпечується максимізація випуску.

8.2. Витрати в довгостроковому періоді

Мінімізація витрат у довгостроковому періоді – основне завдання, яке реалізується шляхом зміни всіх факторів виробництва.

Криві витрат у довгостроковому періоді показують мінімальні витрати виробництва будь-якого обсягу продукції, якщо всі фактори виробництва є змінними.

Протягом довгострокового періоду виробники мають можливість контролювати обсяг випуску і витрати, змінюючи не тільки інтенсивність виробничої діяльності на підприємстві, але й розміри і кількість підприємств.

Приклад¹

Фірма розглядає 4 варіанти розмірів своїх заводів. Розміри кожного з них дозволяють працювати з мінімальними середніми витратами (АС) при обсягах випуску, що відрізняються один від одного на 1000 одиниць.

Варіанти випуску продукції: 1000, 2000, 3000, 4000 одиниць. Накреслимо короткострокові криві витрат для всіх заводів (рис. 8.3).

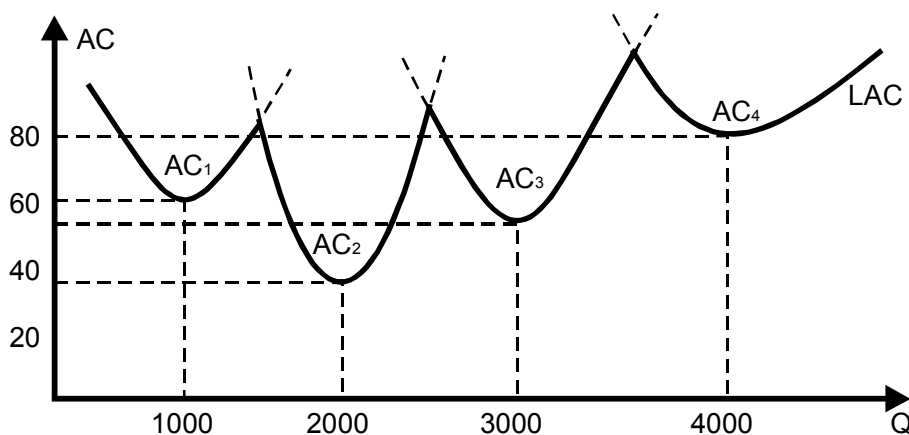


Рис. 8.3. Крива середніх витрат у довгостроковому періоді

Довгострокова крива середніх витрат (LAC) отримується з короткострокових кривих середніх витрат (AC₁, AC₂, AC₃, AC₄).

LAC має плавний вигляд, якщо розмір підприємства можна змінювати таким чином, щоб обсяг продукції (при мінімальних АС) був на одиницю більшим, ніж на попередньому підприємстві.

Якщо еластичність розширення виробництва така, що при мінімальних середніх витратах (АС) випуск збільшується на одиницю, то крива середніх витрат у довгостроковому періоді (LAC) є відповідною множиною кривих середніх витрат (рис. 8.4).

Граничні витрати в довгостроковому періоді (LMC – Long Marginal Cost) – це величина зміни витрат при зміні обсягу випуску, коли всі фактори виробництва є змінними; це приріст витрат виробництва в умовах можливої зміни розмірів підприємства.

¹ Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 101–103.

Є три варіанти співвідношення LMC і LAC:
 $LMC < LAC$ – підприємства зменшуються.
 $LMC > LAC$ – підприємства збільшуються.
 $LMC = LAC$ – коли LAC постійні або мають мінімальне значення.

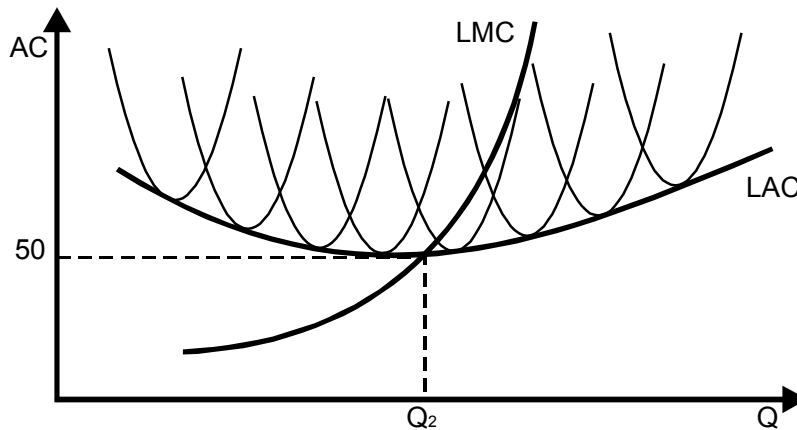


Рис. 8.4. Середні витрати в довгостроковому періоді

Контрольні питання

1. Поясніть суть і співвідношення бухгалтерських і економічних витрат.
2. У чому відмінності між бухгалтерським і економічним прибутками?
3. Дайте визначення постійних витрат, перерахуйте їх види.
4. Дайте характеристику змінним витратам, наведіть приклади.
5. Дайте визначення середніх постійних, середніх змінних і середніх сукупних витрат, охарактеризуйте їх спільні риси та відмінності.
6. Проаналізуйте криві витрат виробництва, зробіть висновки.
7. Охарактеризуйте правило найменших витрат.
8. Дайте визначення сукупних та граничних витрат у довгостроковому періоді.
9. Проаналізуйте криві витрат виробництва в довгостроковому періоді.

Задачі

Задача 1

Підприємство обирає технологію виробництва з трьох альтернатив, що відрізняються співвідношенням капіталу (K) та праці (L). Якщо $L = 20$ грн., а $K = 40$ грн., то визначить:

Обсяг виробництва продукції	Технології					
	I		II		III	
	L	K	L	K	L	K
2	35	6	25	15	15	25
6	75	10	40	30	30	40
10	110	14	55	50	50	55
14	160	18	70	65	65	75

1. Яку технологію обере фірма при кожному рівні виробництва продукції?
2. Чому будуть дорівнювати витрати виробництва при кожному значенні випуску продукції?

Задача 2

Ви збираєтеся відкрити мале підприємство. Придбання устаткування обійдеться вам у 50 тис. грн. власних коштів, які при альтернативному їх використанні могли б щорічно приносити 5 тис. грн. доходу. Устаткування розраховано на 10 років роботи. Місячний фонд оплати праці робітників становитиме 2 тис. грн., оренда виробничого приміщення – 6 тис. грн. за рік, а на сировину, матеріали та електроенергію витрачатиметься 14 тис. грн. щорічно. Річний дохід підприємства після сплати податків становитиме 70 тис. грн. На іншому підприємстві вам пропонують посаду менеджера з річною оплатою 7,2 тис. грн. Обчисліть розміри бухгалтерського та економічного прибутку підприємства.

Задача 3

Постійні витрати підприємства становлять 60 тис. грн., величини змінних витрат наведено в таблиці. Заповніть таблицю.

Сукупний обсяг виробництва одиниць, Q	Постійні витрати, FC	Змінні витрати, VC	Сукупні витрати, TC	Середні постійні витрати, AFC	Середні змінні витрати, AVC	Середні сукупні витрати, ATC	Граничні витрати, MC
0		0					
1		40					
2		75					
3		105					
4		130					

Основні терміни і поняття

Довгострокові граничні витрати; довгострокові сукупні витрати; змінні витрати; нормальний прибуток; постійні витрати; середні змінні витрати; середні постійні витрати; середні сукупні витрати; сукупні витрати.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 88–110.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – С. 314–348.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 66–76.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 74–88.
5. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 63–71.

6. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 75–85.
7. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 197–228.
8. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 187–209.

**ТЕМА 9
РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Як відомо, метою кожного підприємця є отримання прибутку. Однак обсяги прибутку залежать від ринкової ситуації, від типу конкуренції. Залежно від типу конкуренції виділяють чотири групи ринків: досконалої (чистої) конкуренції, чистої монополії, монополістичної конкуренції та олігополії. У цій темі детальніше розглянемо проблеми вибору обсягів виробництва та максимізації прибутку для досконалої конкуренції.

**9.1. Модель ринку досконалої конкуренції
та її характеристики**

Умови досконалої (чистої) конкуренції

1. Велика кількість продавців, які на рівних умовах конкурують між собою. Частка кожного з них на ринку повинна бути настільки мала ($< 1\%$), що будь-які його дії (збільшення чи зменшення обсягу продаж, зміна ціни) ніяк не вплинуть на ринкову ситуацію. Такі умови досить рідкісні. Умовним прикладом ринку досконалої конкуренції можна назвати ринок сільськогосподарської продукції, біржові торги, продаж іноземної валюти в обмінних пунктах.

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

3. Неможливість впливу окремого продавця на ринкову ціну. Продавець може продати товар дешевше ринкової ціни, але це ніяк не вплине на загальну ринкову ціну через мізерну частку продавця на ринку. Крім того, це суперечить припущенню про максимізацію вигоди кожним економічним суб'єктом. Продавець може також продавати товар дорожче його ринкової ціни, але в цьому випадку

різко зменшиться попит на відповідний товар, адже продукція конкурентів виявиться дешевшою.

4. Відсутність нецінової конкуренції. Оскільки на ринку досконалої конкуренції товари стандартні, то підстав для нецінової конкуренції немає, оскільки вона, як правило, ґрунтується на диференціації товарів.

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

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

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

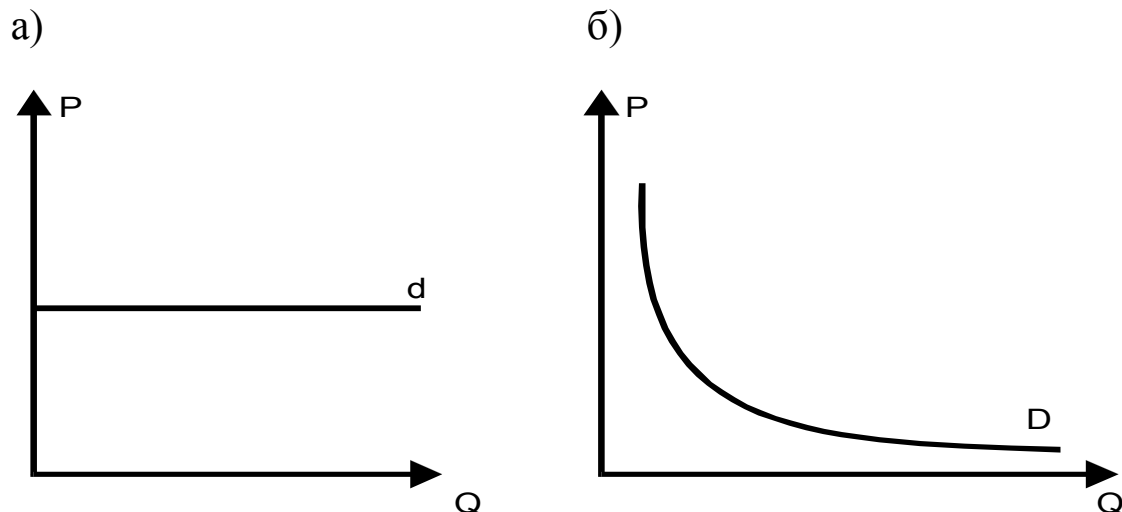


Рис. 9.1 Відмінності ринкового попиту та попиту для конкурентного виробника: а) крива попиту для конкурентного виробника; б) крива ринкового попиту

Особливості попиту на продукт конкурентної фірми виявляються через наступні показники:

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

$$TR = QP,$$

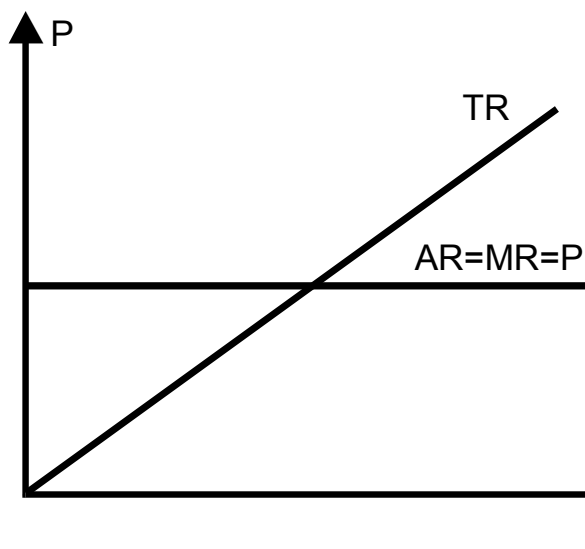
де Q – кількість товару, P – його ціна.

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

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

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

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



Залежність зміни перелічених показників від обсягу виробництва продукції зображено на рис. 9.2.

Сукупна виручка конкурентного виробника зростає прямо пропорційно обсягу його продаж, а середня, гранична виручка та ціна товару в умовах конкурентного ринку будуть рівними між собою.

Рис. 9.2. Сукупна, середня та гранична виручка конкурентної фірми

9.2. Ринкова поведінка підприємства в короткостроковому періоді

Для побудови моделі поведінки виробника потрібно дати відповіді на наступні питання:

1. Виробляти чи не виробляти продукт?
2. Якщо виробляти, то скільки?
3. Які прибутки чи збитки принесе це виробництво?

У мікроекономіці є два методи пошуку відповідей на ці питання:

1. Сукупний аналіз (порівняння сукупної виручки і сукупних витрат).

2. Граничний аналіз (порівняння граничної виручки і граничних витрат).

1. Сукупний аналіз

Підприємство виробляє продукцію, якщо це приносить йому економічний прибуток або якщо збитки будуть меншими, ніж у разі повного припинення виробництва.

1. Якщо $TR > TC$, то фірма вирішує завдання максимізації прибутку.

2. Якщо $TC > TR$, то фірма мінімізує збитки.

Якщо фірма припинить виробництво, то її збитки дорівнюватимуть постійним витратам. Тому якщо збитки від виробництва менші ніж постійні витрати, то таке виробництво потрібно продовжувати. Тоді сукупна виручка буде перевищувати змінні витрати:

$$TC - TR < FC,$$

$$(FC + VC) - TR < FC \rightarrow VC < TR.$$

Відповідь на друге питання: виробляти потрібно такий обсяг продукції, який максимізує прибутки або мінімізує витрати.

Відповідь на третє питання: економічний прибуток чи збиток фірми дорівнює різниці між сукупною виручкою і сукупними витратами (табл. 9.1).

Таблиця 9.1

Вибір обсягів виробництва тортів залежно від сукупної виручки і сукупних витрат

Q	FC	VC	TC	TR ₁	EP ₁	TR ₂	EP ₂	TR ₃	EP ₃
0	20	0	20	-	-20	-	-20	-	-20
1	20	10	30	15	-15	13	-17	9	-21
2	20	20	40	30	-10	26	-14	18	-22
3	20	30	50	45	-5	39	-11	27	-23
4	20	40	60	60	0	52	-8	36	-24
5	20	50	70	75	5	65	-5	45	-25
6	20	60	80	90	10	78	-2	54	-26
7	20	80	100	105	5	91	-9	63	-37
8	20	110	130	120	-10	104	-26	72	-58

Наприклад, підприємець розпочав виробництво тортів, тоді з табл. 9.1 випливає, що якщо ринкова ціна одного торта буде 15 грн., то валова виручка (TR_1) при виробництві 5–7 тортів даватиме економічний прибуток (EP_1). Максимальний прибуток (10 грн.) підприємець отримає, якщо вироблятиме 6 тортів.

При ціні 13 грн. за торт валова виручка ні при яких обсягах виробництва не перевищуватиме сукупних витрат, отже підприємець понесе збитки. Однак зовсім припиняти виробництво недоцільно, адже сукупна виручка (TR_2) перевищує змінні витрати (VC), тобто відбувається зменшення збитків порівняно з постійними витратами (FC). Найменший збиток буде при виробництві 6 тортів – 2 грн. (порівняйте, при повній зупинці виробництва збиток становитиме 20 грн.). Цю ситуацію можна розглядати лише як тимчасову: підприємцеві необхідно якомога швидше вдосконалити виробництво, щоб зменшити витрати й отримати прибуток або якнайшвидше згорнути виробництво (з найменшими втратами), щоб розпочати новий бізнес в іншій галузі.

Реалізація тортів за ціною 9 грн. робить виробництво взагалі недоцільним: при будь-якому обсязі випуску збитки не стають меншими за постійні витрати, тобто чим більше тортів виробляється, тим більшим стає збиток.

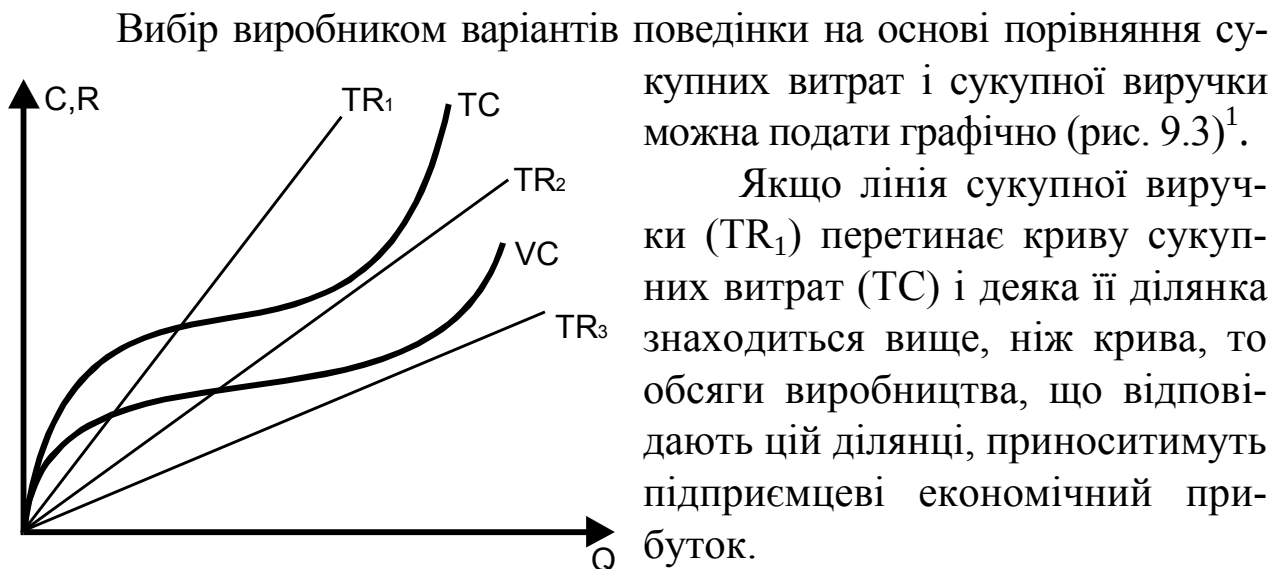


Рис. 9.3. Варіанти максимізації прибутку, мінімізації збитків і закриття фірми

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 96.

Якщо лінія валової виручки (TR_2) лежить нижче кривої сукупних витрат, але вище кривої змінних витрат (VC) (на деякій ділянці), то виробник вирішує завдання мінімізації збитків.

Якщо ж лінія сукупної виручки розміщена навіть нижче за криву змінних витрат, то найменші збитки підприємець матиме тоді, коли взагалі припинить виробництво.

2. Граничний аналіз

Тепер порівняємо граничну виручку і граничні витрати (табл. 9.2).

Таблиця 9.2

Вибір обсягів виробництва тортів залежно від граничної виручки і граничних витрат

Q	FC	VC	TC	AFC	AVC	ATC	MC	MR ₁	MR ₂	MR ₃
0	20	0	20	—	—	—	—	15	13	9
1	20	10	30	20	10	30	10	15	13	9
2	20	19	39	10	9,5	12,5	9	15	13	9
3	20	30	50	6,7	10	16,7	11	15	13	9
4	20	42	62	5	10,5	15,5	12	15	13	9
5	20	56	76	4	11,2	15,2	14	15	13	9
6	20	73	93	3,3	12,2	15,5	17	15	13	9
7	20	95	115	2,9	13,6	16,5	22	15	13	9
8	20	125	145	2,5	15,6	18,1	30	15	13	9

Якщо ціна одного торта 15 грн., то продаж кожного з них принесе підприємцю 15 грн. додаткової виручки (MR_1) при додаткових (граничних) витратах (MC) – 10 грн. на перший торт, 9 – на другий, 11 – на третій і т. д. Але, починаючи з шостого торта, витрати на виробництво кожного наступного торта перевищують додаткову виручку, отриману від його продажу.

Тому доцільно виробляти будь-яку одиницю продукції, гранична виручка від продажу якої перевищує граничні витрати на її виробництво ($MR > MC$). Аналогічно, якщо гранична виручка менше граничних витрат ($MR < MC$), то виробництво доцільно зменшувати.

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

Графічне порівняння граничної виручки, граничних та середніх витрат наведено на рис. 9.4¹.

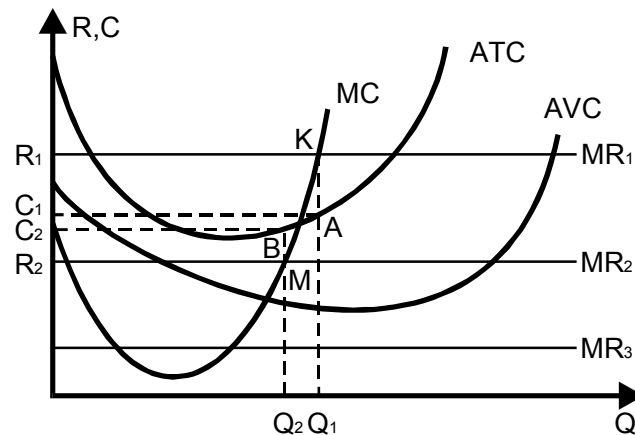


Рис. 9.4. Порівняння граничної виручки, граничних і середніх витрат

1. Якщо лінія граничної виручки перетинає криву середніх сукупних витрат, то фірма вирішує проблему максимізації прибутку. Його максимальний розмір досягається у точці K, де перетинаються лінія граничної виручки і крива граничних витрат (рис. 9.4).

Сукупний обсяг прибутку визначається як площа прямокутника AKR_1C_1 , який утворюють вісь цін, лінія обсягу виробництва, лінія, що відповідає середнім витратам при цьому обсязі виробництва, та лінія граничної виручки.

2. Якщо лінія граничного доходу проходить нижче, ніж крива середніх сукупних витрат, то фірма вирішує проблему мінімізації збитків. Вони будуть найменшими в точці M, де перетинається крива граничних витрат з лінією граничної виручки (рис. 9.4). Обсяг цих збитків можна визначити через площу прямокутника MBC_2R_2 .

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

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 98–99.

9.3. Ринок досконалої конкуренції в довгостроковому періоді

У довгостроковому періоді розглядається поведінка не окремої фірми, а взаємодія всіх фірм на даному ринку. Тому потрібно ввести деякі нові припущення:

1. Пристосування галузі для потреб ринку в довгостроковому періоді відбувається за рахунок введення в галузь нових виробників або виходу із галузі.

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

Якщо якась типова фірма при певній ціні P_1 на свою продукцію отримує економічний прибуток, то логічною буде поведінка інших фірм: вони будуть намагатися переорієнтувати своє виробництво на цей же товар. Як відомо, збільшення кількості виробників призводить до переміщення кривої ринкової пропозиції вправо, а це призводить до зниження ціни рівноваги (рис. 9.5).

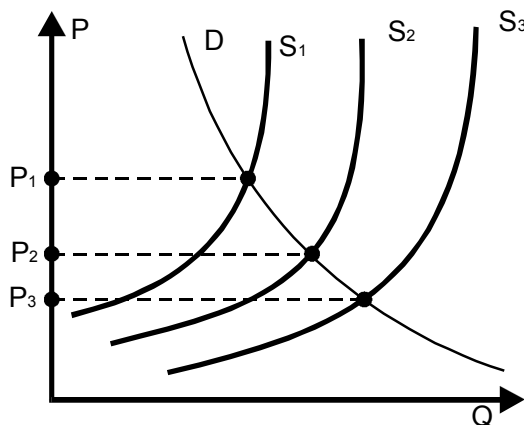


Рис. 9.5. Зміна ринкової ціни під впливом ринкової пропозиції

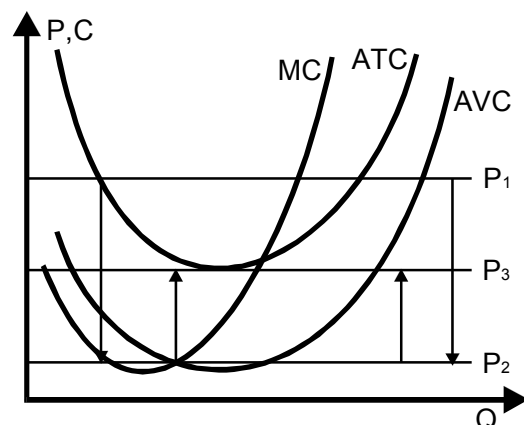


Рис. 9.6. Рівновага фірми в довгостроковому періоді

Тому вступ у галузь нових виробників зменшує економічний прибуток. Якщо ціна знизиться до рівня P_2 (рис. 9.6), то фірма матиме збитки, адже ціна стала нижчою, ніж середні витрати ATC .

Тому розпочнеться відтік фірм з цієї галузі в ті, де є змога отримати хоча б нормальний прибуток.

Зменшення кількості виробників зменшить ринкову пропозицію, а це призведе до встановлення нового (вищого) рівня цін, що ліквідує збитки.

Такі зміни врешті приведуть до встановлення ціни, що покриватиме лише мінімальні середні витрати виробництва, тобто типова фірма не зможе отримувати економічний прибуток, а лише нормальний:

$$P = ATC \text{ або } MR = P = MC = ATC.$$

9.4. Ефективність ринку досконалої конкуренції

Аналізуючи ефективність конкурентного ринку, виділяють:

- 1) ефективність виробництва (виробництво продукту при найменших витратах);
- 2) ефективність розподілу ресурсів (між галузями та окремими виробниками, щоб максимізувати задоволення потреб).

Ефективність виробництва конкурентного ринку реалізується в тому, що ціна встановлюється на рівні мінімальних середніх витрат, а це означає, що споживачі одержують необхідні їм товари за найнижчими з усіх можливих цін.

Ефективність розподілу ресурсів видно з того, що конкурентна фірма залучає ресурси лише до тієї точки, в якій ціна зрівнюється з граничними витратами, а це означає, що ресурси розподілено найефективніше.

Але ринок досконалої конкуренції має і недоліки:

- 1) адже конкурентна фірма виробляє лише те, що у неї купують. Фірма не стане виробляти громадські товари, за які не має можливості отримати відшкодування від споживача. Тому ринковий механізм у сучасній економіці доповнюється державним регулюванням;
- 2) орієнтація конкурентної фірми на максимізацію прибутку часто призводить до конфлікту між поточними і перспективними цілями (ефект Робін Гуда).

Однак навіть з перерахованими недоліками ринок досконалої конкуренції є найефективнішою моделлю ринку.

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте умови ринку досконалої конкуренції.
2. У чому полягають відмінності між ринковим попитом та попитом для конкурентного виробника?
3. Дайте визначення показників сукупної, середньої та граничної виручки.
4. Покажіть залежність показників сукупної, середньої та граничної виручки від обсягів виробництва продукції.
5. Обґрунтуйте методику побудови моделі поведінки споживача за сукупним аналізом.
6. Покажіть графічно вибір виробником варіантів поведінки на основі порівняння сукупних витрат і сукупної виручки.
7. Охарактеризуйте метод граничного аналізу при побудові моделі поведінки споживача.
8. Наведіть графічне порівняння граничної виручки, граничних та середніх витрат.
9. Охарактеризуйте зміну ринкової ціни під впливом ринкової пропозиції.
10. Покажіть, як досягається рівновага фірми в довгостроковому періоді.
11. Які недоліки має ринок досконалої конкуренції?
12. Проаналізуйте ефективність конкурентного ринку.

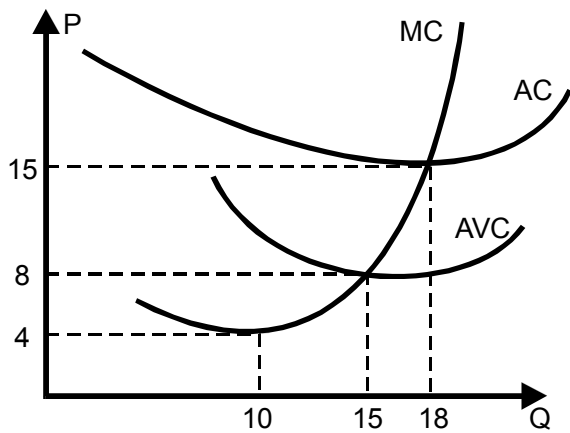
Задачі

Задача 1

У галузі працює 200 підприємств. Граничні витрати (МС) кожного підприємства становлять: при рівні виробництва 9 тисяч одиниць товару за місяць – 4 грн., 10 тис. од. – 6 грн., 11 тис. од. – 8 грн. Яким буде обсяг випуску продукції за місяць, якщо ринкова ціна товару становить 6 грн.?

Задача 2

На графіку зображені граничні (MC) та середні (AC, AVC) витрати конкурентної фірми на виробництво продукції¹.



1. Чи буде фірма здійснювати виробництво, якщо ціна товару сягатиме 7 грн.?

2. Чи буде фірма здійснювати виробництво, якщо ціна товару сягатиме 10 грн.?

3. Чи буде фірма здійснювати виробництво, якщо ціна товару сягатиме 20 грн.?

Основні терміни і поняття

Граничний аналіз; досконала (чиста) конкуренція; крива попиту для конкурентного виробника; лінія граничної виручки; лінія середньої виручки; лінія сукупної виручки; максимізація прибутків; мінімізація збитків; сукупний аналіз.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 111–138.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – С. 29–73.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 77–88.

¹ Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 135.

4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 89–104.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 99–103.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 81–89.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 94–105.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 229–295.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 238–271.

ТЕМА 10

МОНОПОЛЬНИЙ РИНОК

Повною протилежністю ринку чистої конкуренції є ринок чистої монополії (монопольний ринок). Це такий вид ринку, де діє лише один виробник певної продукції. Метою даної теми є дослідження поведінки виробника-монополіста на ринку товарів, визначення обсягів його виробництва для максимізації прибутку. Вивчення цієї теми також допоможе дослідити механізми прийняття рішень виробниками при олігополії та монополістичній конкуренції.

10.1. Модель чистої монополії та її характеристики

Характеристики ринку:

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

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

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

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

а) масштаби виробництва (монополія – це велике підприємство, і для створення їй гідної конкуренції потрібно вкласти значні кошти);

б) легальні бар'єри (патент – виключне право на виробництво якогось продукту чи використання технології, ліцензія – право на заняття певним видом діяльності);

в) власність на найважливіші види ресурсів (коли обмеженість ресурсів абсолютна, й у них немає близького замінника);

г) недобросовісна конкуренція (тиск на постачальників сировини, цінова війна з метою банкрутства конкурента, підкуп чиновників і т. д.).

Монополізація ринку може досягатися:

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

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

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

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

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

10.2. Визначення цін та обсягів виробництва монополістом

Головна відмінність між чистою конкуренцією і чистою монополією полягає у своєрідності кривої попиту. Для підприємства, що працює в умовах чистої конкуренції, крива попиту має абсолютно еластичний характер (пряма лінія), а в монополіста ця крива має спадний характер (рис. 10.1).

Спадний характер кривої попиту означає, що виробник не зможе продати більше продукції без зниження ціни на неї. Проте він буде змушений знизити ціну не тільки на додаткову одиницю продукції, а й на весь обсяг продаж. Для монополіста виручка, отримана від продажу додаткової одиниці продукції, завжди менша її ціни. Наприклад, якщо монополіст може продати 20 одиниць товару за ціною $P_1 = 200$ грн., то для збільшення обсягу продаж до 30

одиниць товару він змушений зменшити ціну до $P_2 = 170$ грн. Приріст сукупної виручки (ΔTR) буде дорівнювати 1100 грн., а гранична виручка (MR) – 110 грн., тоді як ціна додаткової одиниці проданого товару – 170 грн.

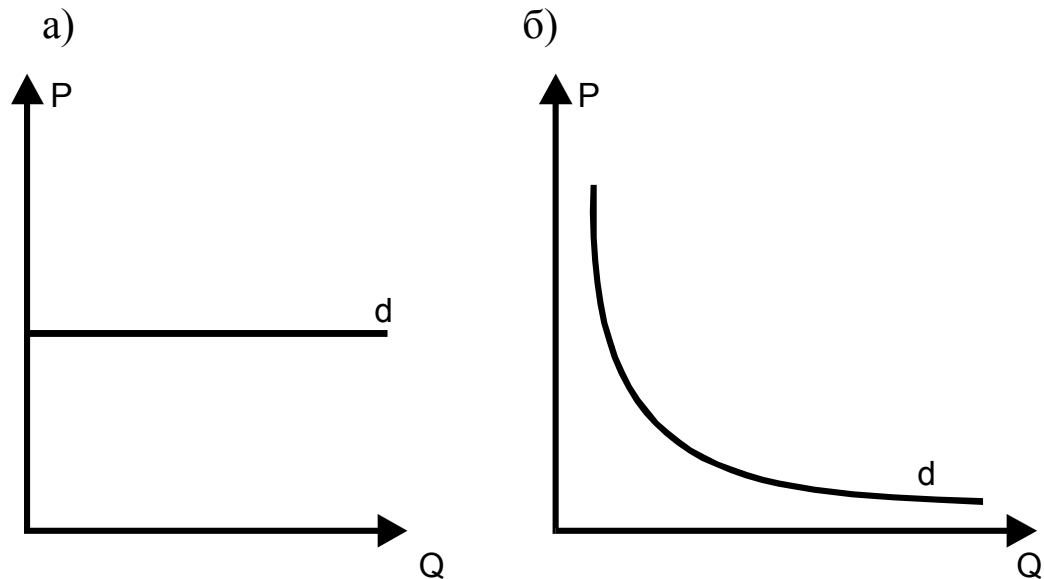


Рис. 10.1 Відмінності попиту для конкурентної фірми та чистого монополіста: а – попит для конкурентної фірми; б – попит для чистого монополіста

Адже виграш від збільшення обсягів продажу зменшується на величину програшу від зниження ціни (рис. 10.2)¹.

Гранична виручка може бути:

- 1) додатною величиною ($MR > 0$), коли $S_2 > S_1$, тоді сукупна виручка (TR) зростає;
- 2) від'ємною величиною ($MR < 0$), коли $S_2 < S_1$, тоді сукупна виручка спадає;
- 3) нульовою ($MR = 0$), коли $S_2 = S_1$, тоді сукупна виручка набуває максимального значення.

На рис. 10.3 зображено модель вибору монополістом співвідношення ціни та обсягів продаж, що максимізують його прибуток².

Монополіст максимізує прибуток при обсягах виробництва менших, ніж це могло бути на конкурентному ринку ($Q_1 < Q_2$). Він

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 108.

² Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 112.

реалізує продукцію за цінами (P_1), що перевищують середні витрати (ATC), і отримує економічний прибуток.

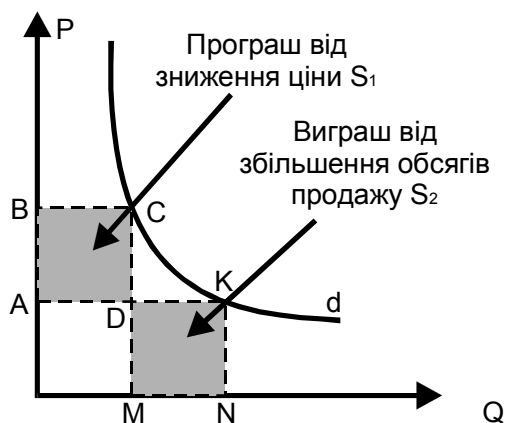


Рис. 10.2. Формування граничної виручки чистого монополіста

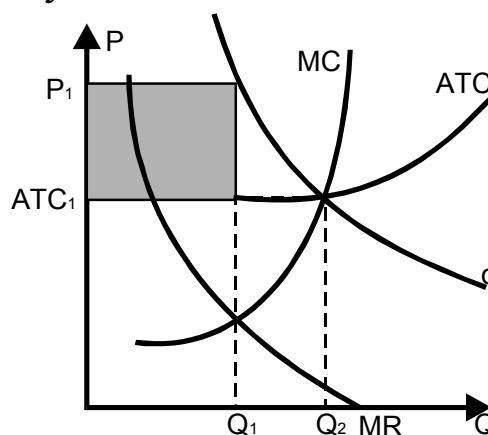


Рис. 10.3. Порівняння граничної виручки, граничних і середніх витрат

Помилкові уявлення про політику монополіста:

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

2. Чим більша різниця між ціною реалізації продукції та середніми витратами на виробництво одиниці продукції, тим більший прибуток отримує монополіст. Однак це твердження справедливе лише відносно одиниці продукції, а монополіст ставить мету – максимізувати загальний прибуток. Наприклад, ціна товару 10 грн./кг, його собівартість – 5 грн./кг, прибуток при реалізації 10 одиниць товару становитиме 50 грн. $((10 - 5) \times 10)$. Однак можлива ситуація, що навіть при меншій ціні (9 грн.) і вищих витратах (6 грн.), але при умові більшого обсягу реалізації (20 кг), прибуток може бути більший ніж у першому випадку $((9 - 6) \times 20 = 60)$.

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

10.3. Особливості функціонування реальних монополізованих ринків

Розглянемо детальніше вплив монополій на економічні процеси в суспільстві. Найголовнішими економічними наслідками діяльності чистої монополії є:

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

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

б) споживачі змушені сплачувати “монопольний податок”, цей “податок” – економічний прибуток монополіста.

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

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

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

– цілі менеджерів монополіста не збігаються з метою мінімізації витрат (вони можуть ставити завдання – збільшити фірму, не беручи до уваги витрати, ухилятися від надмірного ризику за рахунок збільшення витрат, брати на роботу некомпетентних друзів та родичів);

– монополіст, не відчуючи “подиху в потилицю” конкурента, стає в’ялим, припиняє пошук нових технологій;

– монополіст несе додаткові витрати (придбання патентів, ліцензій, підкуп чиновників, тиск на постачальників).

3. Монополія суперечливо впливає на науково-технічний прогрес:

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

б) однак у монополіях немає постійних стимулів до НТП.

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

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте умови ринку чистої монополії.
2. Які ви знаєте бар'єри для вступу в галузь в умовах чистої монополії?
3. Якими методами може досягатися монополізація ринку?
4. Які форми монополістичних об'єднань ви знаєте?
5. У чому полягають відмінності між чистою конкуренцією та чистою монополією?
6. У яких ситуаціях монополіст отримує виграш (збільшення сукупної виручки) від збільшення обсягів продажу продукції, а в яких програш (зменшення сукупної виручки)?
7. Охарактеризуйте модель вибору монополістом співвідношення ціни та обсягів продаж, що максимізують його прибуток.
8. Наведіть приклади помилкових уявлень про політику монополіста.
9. Які наслідки діяльності монополіста для суспільства та національної економіки?

Задачі

Задача 1

Відомості про продукцію монополіста наведено у таблиці:

Ціна за одиницю, грн.	Обсяг попиту, тис. шт./міс.	Середні витрати, грн.	
		постійні (AFC)	змінні (AVC)
50	1	30,0	25
42	2	15,0	20
36	3	10,0	15
31	4	7,5	10
27	5	6,0	10
24	6	5,0	15
21	7	4,3	20
18	8	3,8	25
15	9	2,2	30

Розрахуйте сукупну і граничну виручку, визначіть ціну та обсяг виробництва, при якому монополіст максимізує прибуток.

Задача 2

Функція витрат монополіста має вигляд: $TC = 50 + Q^2$, тобто постійні витрати дорівнюють 50 грн., а змінні – Q^2 . Попит на продукцію монополіста складає: $P = 40 - Q$. Знайдіть обсяг виробництва товару, що максимізує прибуток монополіста¹.

Основні терміни і поняття

Картель; ліцензія; монополізація ринку; монополістичні об'єднання; недобросовісна конкуренція; патент; синдикат; трест; цінова дискримінація; чиста монополія.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 139–161.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – С. 74–163.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 97–106.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 104–116.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 105–138.

¹.Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг.ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 111.

6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 89–94.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 106–117.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 299–336.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 460–486.

ТЕМА 11

ОЛІГОПОЛІЯ

Поведінка виробника на олігополістичному ринку є найскладнішою для прогнозування, тому що потрібно враховувати реакцію конкурентів на певні дії виробника та їх відповідну корекцію. Саме тому висновки, що будуть отримані при аналізі олігополістичного ринку для практичного застосування, використовують обережно, з додатковими обмеженнями.

11.1. Теоретичні моделі олігополії

До основних ознак олігополії належать:

Панування на олігополістичному ринку кількох фірм. Їх може бути від 2 до 20 (у США антимонопольне законодавство дозволяє діяльність не менше 10 (найбільша – до 31 %, дві найбільші – до 44 %, 3 до 54 %, 4 до 64 %; в Україні – до 35 % ринку). Проте для розрахунку береться загальнодержавний ринок, хоча деякі товари виробляються лише на певних територіях.

Продукт олігополії може бути як стандартним, так і диференційованим (ринок сталі і ринок автомобілів).

Кожен олігополіст може проводити самостійну цінову політику, адже частка кожного з них на загальному ринку досить значна. Але результати його впливу залежатимуть від реакції інших олігополістів.

Вступ у галузь нових виробників дещо обмежений. Діють ті ж фактори, що й при монополії.

Олігополістичні ціни не гнучкі. Якщо вони змінюються, то, як правило, одночасно всіма фірмами-олігополістами, тобто при олігополії є стимули для погодження дій або таємного зговору.

Олігополія – досить поширена модель ринку. Олігополії виникають за таких обставин:

- 1) утворення великих фірм за рахунок поглинання конкурентів;
- 2) злиття фірм, що дає більшу економічну владу, вищі можливості контролю за цінами, а також виграш при оптовій закупці ресурсів.

11.2. Моделювання поведінки олігополістів за їх реакцією на ринкові зміни

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

- ламана крива попиту;
- ціноутворення, зумовлене таємним зговором;
- лідерство в цінах;
- ціноутворення за принципом “витрати плюс”.

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

а) якщо фірма А знижує ціну з P_1 до P_2 , щоб реалізувати більше своєї продукції, а фірми-конкуренти повторюють цей маневр, то приріст продажу буде досить незначним (в основному за рахунок інших галузей);

б) якщо фірма А підвищить ціни, а її приклад наслідують інші, то це призведе до зниження загального обсягу продаж і до зменшення продажу кожною фірмою;

в) фірма А знизить ціни, а В і С – ні, тоді А збільшить обсяги продукції за рахунок В і С;

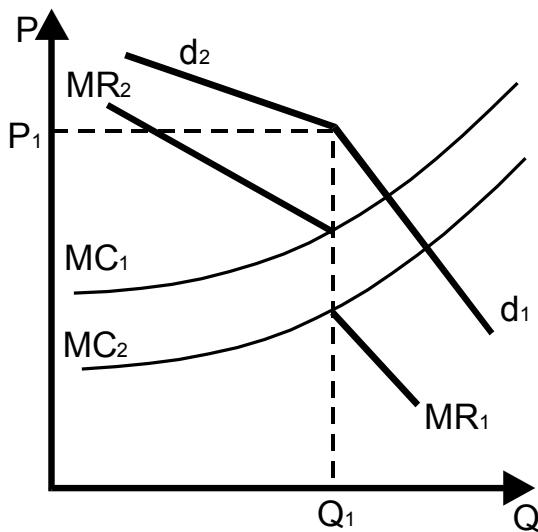
г) А підвищує ціни, а В і С – ні, тоді А втрачає частину ринку, його окупають В і С.

З даних чотирьох альтернатив найбільш вірогідніші дві ситуації: 1) коли А знизить ціни, В і С будуть її наслідувати, щоб не втратити своєї частини ринку; 2) коли А підвищить ціни, то В і С проігнорують таку поведінку, щоб звільнитися від А і захопити його частку ринку. Тому крива попиту для олігополіста матиме вигляд ламаної кривої (рис. 11.1).

Звідси зрозуміло, чому ціни на олігополістичному ринку є негнучкими (жорсткими), адже ініціатор зміни ціни не має виграшу ні при її підвищенні, ні при зменшенні. Крім того, ламана крива гра-

ничної виручки означає, що в певний момент зміни граничних витрат не впливають на ціну та обсяги виробництва (рис. 11.1).

2. Ціноутворення, зумовлене таємним зговором. Якщо кіль-



ка фірм у галузі приблизно однакові за розмірами та рівнем середніх витрат, то для них збігатимуться рівень ціни та обсяги виробництва, що максимізує економічний прибуток. Тому є стимули до таємного зговору з метою зафіксувати ціни та поділити ринки збуту. Такий зговір фактично перетворює ринок олігополістичної конкуренції в ринок чистої монополії.

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

Фактори, що протидіють укладанню картельних угод:

- а) адміністративна, матеріальна та кримінальна відповідальність учасників цінової змови;
- б) відмінності у витратах та обсягах продаж фірм олігополістів, тому важко домовитись за ціну;
- в) при “м’якій” олігополії кількість фірм у галузі надто велика для погодження дій;
- г) серед учасників угоди можливе порушення угоди (зниження цін) з метою отримання додаткових замовлень;
- д) економічний прибуток у галузі може приваблювати нових виробників.

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

4. Ціноутворення за принципом “витрати плюс”. Варіант ціноутворення за принципом “витрати плюс” використовується лідерами для спрощення механізму розрахунку ціни. За основу беруть певні типові витрати, до яких додається економічний прибуток у вигляді надбавки. Цей метод не потребує глибокого вивчення кривих попиту, доходу та граничних витрат.

11.2. Ефективність олігополії

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

Олігополіст отримує економічний прибуток не тільки в короткотерміновому, але й в довготерміновому періоді, що пов’язане з існуванням суттєвих бар’єрів на шляху вступу в галузь нових фірм-конкурентів.

На думку деяких економістів, олігополія навіть більш небажана, ніж монополія, оскільки чиста монополія перебуває під постійним контролем держави, а олігополія, маскуючись під монополістичну конкуренцію, обходить антимонопольне законодавство.

Деякі вчені вказують на позитивний ефект олігополії. На їх думку, певні втрати суспільства від панування олігополії перекриваються виграшем від впливу олігополії на НТП.

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте ознаки олігополістичного ринку.
2. Які ви знаєте бар’єри для вступу в галузь в умовах олігополії?
3. Як утворюються олігополії?
4. Які варіанти ціноутворення олігополіста ви знаєте?

5. У чому полягають відмінності між чистою монополією та олігополією?
6. Які ви знаєте варіанти поведінки олігополістичних фірм при зміні ціни на продукцію однієї з них?
7. Чому крива попиту олігополіста має ламаний характер?
8. Охарактеризуйте ціноутворення, зумовлене таємним зговором.
9. Як визначається ціна та обсяги реалізації при “лідерстві в цінах”?
10. Поясніть метод ціноутворення за принципом “витрати плюс”.
11. Які наслідки діяльності олігополій для суспільства та національної економіки?

Задачі

Задача 1

Дослідження ринку легкових автомобілів виявило, що на ринку діють два виробники. Функції реагування кожного підприємства на дії іншого мають такий вигляд:

$$Y = 100 - 3X;$$

$$X = 100 - 3Y,$$

де X , Y – це обсяги виробництва кожного з цих підприємств. Визначте пропорції розподілу ринку між ними, проілюструйте це графічно.

Задача 2

На ринку будівельних склоблоків функціонують три підприємства, однакові за розміром. Граничні витрати кожного підприємства незмінні й однакові для всіх – 4 грн. за блок. Ринковий попит на продукцію галузі показано в таблиці:

Ціна за 1 склоблок, грн.	10	8	6	4	2
Обсяг попиту, тис. шт.	0	200	400	600	800

Якщо підприємства за таємною угодою розділять ринок порівну, то якою буде квота виробництва кожного підприємства і їх рівноважна ціна?

Основні терміни і поняття

“Жорстка” олігополія; ламана крива попиту; лідерство в цінах; “м’яка” олігополія; ціноутворення за принципом “витрати плюс”; ціноутворення, зумовлене таємним зговором.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук’янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 177–190.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – С. 166–254.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 124–129.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 130–142.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 139–143.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 94–99.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 118–126.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 391–422.
9. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 487–497.

ТЕМА 12

МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ

Монополістична конкуренція здійснюється тоді, коли відносно велика кількість фірм конкурують між собою за продаж диференційованого товару на ринку, де можлива поява нових продавців. Така ситуація є найбільш поширеною моделлю ринку. У повсякденному житті ми найчастіше зустрічаємось із виробником або продавцем, який орієнтується у своїй поведінці на монополістичну конкуренцію. Дослідження та вивчення такої поведінки і становить головну мету розгляду даної теми.

12.1. Ознаки і поширення монополістичної конкуренції

Ознаки монополістичної конкуренції:

1. Товар кожної фірми є недосконалим замінником товару, що реалізується іншими фірмами. Продукт кожного продавця має виключні якості або характеристики, які надають йому переваги над іншими конкурентами. Диференціація може бути побудована на реальних та удаваних відмінностях.

Реальні відмінності:

а) якість товару (особливості сировини, якість роботи, дизайн);

б) місце продажу (невеличкий торговий кіоск на людному перехресті краще, ніж великий магазин на околиці);

в) додаткове післяпродажне обслуговування (безкоштовна доставка купленого товару, гарантійний термін безкоштовного ремонту, сервісне обслуговування);

г) стимулювання збуту (зниження ціни оптовим або постійним покупцям, подарунки).

Щоб виділити свій товар серед інших, продавці часто, крім реальних, використовують удавані відмінності. Це досягається за допомогою активної реклами, використання відомих торгових знаків або торгових марок, іміджу фірми.

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

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

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

12.2. Короткострокова та довгострокова рівновага фірми при монополістичній конкуренції

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

Крива попиту для ринку монополістичної конкуренції буде мати спадний характер (при незначному куті нахилу), тому, подібно до монопольного ринку, крива граничної виручки завжди лежатиме нижче від неї. Отже, підприємство в умовах монополістичної конкуренції у короткотерміновому періоді буде максимізувати

прибуток або мінімізувати збиток, виготовляючи такий обсяг продукції, що відповідає координатам точки перетину кривих граничних витрат і граничної виручки.

Фірма здійснює випуск продукції Q_1 , який відповідає точці E. У даній точці $MR = MC$. При обсязі випуску Q_1 і ціні P_1 фірма одержує прибуток на одиницю продукції, що дорівнює відрізку AB. Загальна величина економічного прибутку дорівнює площі $ABATC_1P_1$ (рис. 12.1).

Фірма отримуватиме економічний прибуток, якщо крива її попиту перетинає криву середніх витрат.

Якщо ж вона проходить нижче, ніж крива середніх витрат, але вище, ніж крива середніх змінних витрат, то підприємство вирішує проблему мінімізації збитків. Тобто виробництво збиткове, але виручка покриває змінні витрати і частково постійні витрати.

Зупинка виробництва в такій ситуації призведе до збитків, що дорівнюватимуть постійним витратам.

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

Якщо будь-яка фірма одержує економічний прибуток, то на цей ринок у довгостроковому періоді будуть виходити нові фірми, які зменшать попит на продукцію окремої фірми й обмежуватимуть її граничну виручку (MR) (рис. 12.2).

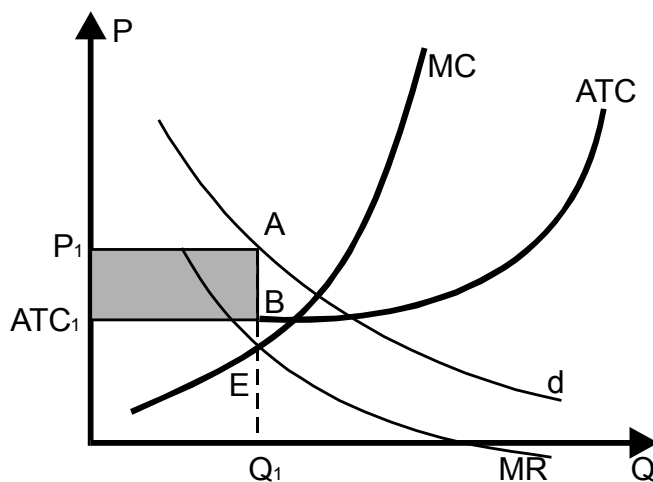


Рис. 12.1. Короткострокова рівновага фірми в умовах монополістичної конкуренції

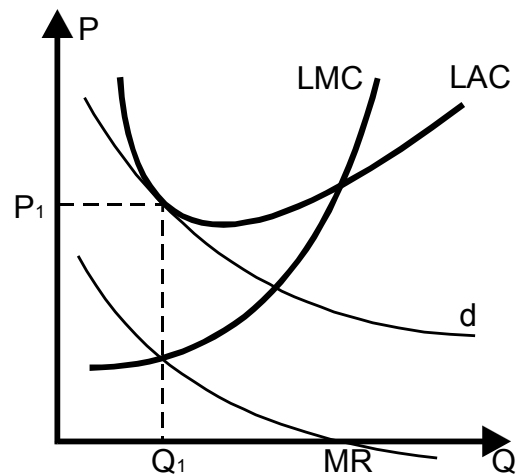


Рис. 12.2. Довгострокова рівновага фірми в умовах монополістичної конкуренції

Тому галузь знаходиться у стані рівноваги тоді, коли ціна на товар встановлюється на рівні середніх витрат LAC. При довгостроковій рівновазі криві попиту і криві витрат не перетинаються, а мають лише одну спільну точку, тобто:

$$P = LAC.$$

Вільний вхід до галузі не дозволяє фірмам отримувати в довгостроковому періоді економічний прибуток, а лише нормальний.

12.3. Ефективність монополістичної конкуренції

При аналізі конкурентного ринку ми довели, що

$$P = MC = ATC_{\min}.$$

Але при монополійній конкуренції у стані рівноваги ціна не дорівнює граничним витратам, бо рівновага настає при $MC = MR$. Оскільки при монополійній конкуренції ціна завжди більша за MR , то вона більша і за MC ($P > MC$). Відбувається деяке недовикористання ресурсів для виробництва товарів. Отже, монополійна конкуренція не забезпечує оптимального розподілу та використання ресурсів. Є багато випадків недовикористання виробничих потужностей (автозаправка неподалік від іншої).

При монополістичній конкуренції ціна також більша за мінімальні середні витрати $P > ATC_{\min}$. Отже, споживачі завжди платять на ринку монополістичної конкуренції за продукцію чи послуги більше, ніж це могло б бути на конкурентному ринку.

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

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

Методи нецінової конкуренції:

1. Пов'язані з удосконаленням продукту. Продукт може змінюватись без докорінної зміни його споживацьких якостей (упаковка, дизайн, способи продажу), але в довгостроковому періоді фір-

ма орієнтується на розробку нових моделей товару, які втілюють у собі нові досягнення науки і техніки.

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

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте ринок монополістичної конкуренції.
2. Які ви знаєте реальні та удавані відмінності при диференціації товарів?
3. Яка частка ринку належить фірмам при монополістичній конкуренції?
4. Якою буде еластичність попиту на продукцію фірми в умовах монополістичної конкуренції?
5. Які особливості кривої попиту для ринку монополістичної конкуренції?
6. Яку кількість продукції потрібно виробляти підприємцю при монополістичній конкуренції для максимізації прибутку?
7. Охарактеризуйте довготермінову рівновагу в умовах монополістичної конкуренції.
8. Назвіть і поясніть суть методів нецінової конкуренції.
9. Охарактеризуйте ефективність монополістичної конкуренції.

Задача

Підприємство виробляє чоловічі костюми і діє на ринку монополістичної конкуренції. Гранична виручка підприємства описується формулою: $MR = 20 - Q$, а зростаючий відрізок кривої граничних витрат – формулою: $MC = 3Q - 10$. Якщо мінімальне значення довгострокових середніх витрат (LAC) дорівнює 11 грн., то який буде надлишок виробничих потужностей у підприємства¹?

¹ Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А. П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 130.

Основні терміни і поняття

Диференціація продукту; максимізація прибутку; мінімізація збитку; монополістична конкуренція; недосконалий замінник; нецінова конкуренція; післяпродажне обслуговування; реальні та удавані відмінності продукту; реклама; стимулювання збуту.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 162–176.
2. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – С. 255–304.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 121–124.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 117–130.
5. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 99–104.
6. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 127–135.
7. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 385–391.
8. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 498–506.

ТЕМА 13

УТВОРЕННЯ ПОХІДНОГО ПОПИТУ

Згадайте загальну схему кругообігу товарів і грошей (див. тему 1, рис. 1.1). Згідно з цією схемою підприємства і домогосподарства на ринку зустрічаються двічі: на ринку ресурсів домогосподарства є продавцями, а підприємства – покупцями; на ринку кінцевих товарів і послуг – навпаки. Отже, ці два ринки тісно пов'язані між собою. Адже для підприємства ціни ресурсів визначають рівень виробничих витрат, обсяг виробництва товарів та його прибуток. А для домогосподарства ціна на ресурси визначає його грошові доходи та споживчий вибір. Співвідношення цін на різноманітні ресурси формує структуру споживання та структуру доходів.

Тому завдання даної теми: дослідити ті фактори, що впливають на попит на економічні ресурси.

13.1. Похідний попит за досконалої конкуренції

Ресурси задовольняють потреби виробника не безпосередньо, а опосередковано: виробник не купуватиме працю чи капітал, якщо вони не можуть бути використані продуктивно. Тому попит на будь-який ресурс залежить від продуктивності ресурсу при створенні товару.

У той же час, попит навіть на найпродуктивніший і найуніверсальніший ресурс буде близький до нуля, якщо товар, виготовлений з нього, не матиме збуту. Отже, попит на певний ресурс залежить також від попиту та ціни на виготовлений з нього товар, що реалізується на ринку кінцевих продуктів. Не тому дороге вино “Мускат червоний білого каменя”, що дорогий виноград, з якого воно виготовлене, а навпаки: виноградники, що ростуть в унікальній щодо

кліматичних умов долині біля села Білокам'янка в Криму, дорогі тому, що з них виготовляють це вино.

Таким чином, попит на ресурси є **похідним попитом**, тобто таким, що залежить від попиту на товари, що виробляються з їх допомогою.

Проаналізуємо ситуацію, коли виробник купує ресурси та продає продукт на конкурентному ринку.

Як відомо, в короткостроковому періоді діє закон спадної граничної продуктивності змінного фактора, тобто, починаючи з певного моменту, кожна нова додаткова одиниця змінного фактора призводить до меншого приросту продукту, ніж попередня (табл. 13.1)¹.

Таблиця 13.1

**Граничний продукт змінного фактора в грошовому вираженні на конкурентному ринку
(праця – змінний фактор, капітал – постійний)**

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

Граничний продукт у грошовому вираженні (MRP) – це продукт загальної виручки внаслідок використання кожної додаткової одиниці змінного фактора виробництва:

$$MRP = \Delta TR / \Delta L.$$

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 145.

Граничні витрати на ресурси (MRC) – це величина, на яку зростають сукупні витрати при збільшенні залучених ресурсів на одиницю:

$$\text{MRC} = \Delta \text{TC} / \Delta L.$$

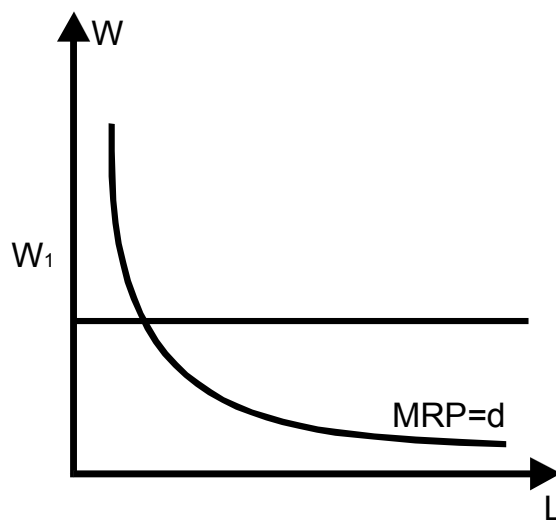
Щоб максимізувати прибуток, фірма повинна використовувати додаткові одиниці будь-якого виду ресурсів до тих пір, поки кожна наступна одиниця дає приріст валової виручки фірми більший ніж приріст її сукупних витрат. Межею діяльності залучення додаткових ресурсів буде точка, в якій врівноважуються граничний продукт у грошовому вираженні та граничні витрати на ресурс:

$$\text{MRP} = \text{MRC}.$$

Оскільки виробник купує ресурси на конкурентному ринку, то ціни на них залишатимуться незмінними і не залежатимуть від кількості залучених ресурсів. Щодо ресурсу праці, то граничні витрати на ресурс будуть дорівнювати заробітній платі (W), тоді:

$$\text{MRP} = W.$$

Наприклад, якщо зарплата становить 20 грн., то для ситуації,



що наведена в табл. 13.1, доцільно залучати 6 працівників, оскільки сьомий працівник коштуватиме виробникові 20 грн., а приріст валової виручки буде лише 16 грн.

Для моделі конкурентного ринку ресурсів крива попиту на певний ресурс збігатиметься з кривою граничного продукту у грошовому вираженні (рис. 13.1).

Рис. 13.1. Попит фірми на ресурс праці

Фактори, що впливають на обсяги залучення ресурсів до виробничої діяльності:

- 1) рівень зарплати, який склався на ринку праці. Його зміна перемістить лінію W_1 вгору або вниз, що змінить точку її перетину з кривою MRP;
- 2) зміна цін на продукт, тоді переміститься сама крива MRP;
- 3) зміна продуктивної праці.

13.2. Вплив недосконалої конкуренції на похідний попит

На ринку недосконалої конкуренції фірма для збільшення обсягів продажу змушена знижувати ціну, а для збільшення ціни – відмовлятися від частини обсягу реалізованої продукції. Тому граничний продукт у грошовій формі зменшуватиметься не тільки під впливом дії закону спадної граничної продуктивності, як це було в умовах досконалої конкуренції, а й під впливом зниження ціни на продукцію (табл. 13.2)¹.

Таблиця 13.2

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

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

При недосконалій конкуренції виробник менше реагує на зміну заробітної плати при залученні ресурсу праці, ніж виробник в умовах досконалої конкуренції. Наприклад, при зарплаті 20 грн. в умовах досконалої конкуренції залучено буде 6 працівників, а при недосконалій конкуренції – 4 працівники (див. табл. 13.1, 13.2).

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

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 147.

13.3. Зміни попиту на ресурси. Еластичність похідного попиту

Фактори, що змінюють попит на ресурс:

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

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

3. **Зміни цін на інші ресурси:**

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

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

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

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

Чутливість попиту на ресурси залежно від зміни його цінових та нецінових факторів визначається показниками еластичності. Цінова еластичність попиту на ресурси ($E = \frac{\Delta D}{D} \div \frac{\Delta P}{P}$) залежить від таких факторів:

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

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

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

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

13.4. Оптимальне співвідношення ресурсів

У довготерміновому періоді перед виробником постає два головних питання:

1. При якому співвідношенні ресурсів витрати на їх придбання для досягнення певного обсягу продукції будуть мінімальними?
2. Яке співвідношення ресурсів забезпечує максимальний прибуток?

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

$$MP_L / P_L = MP_K / P_K.$$

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

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

$$MRP_L / P_L = MRP_K / P_K = 1.$$

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте суть та поняття похідного попиту.
2. Проаналізуйте ситуацію, коли виробник купує ресурси та продає продукт на конкурентному ринку.
3. Дайте визначення показників: “граничний продукт у грошовому вираженні” (MRP) та “граничні витрати на ресурси” (MRC).
4. Охарактеризуйте вплив недосконалої конкуренції на похідний попит.
5. Назвіть фактори, що змінюють попит на ресурс.
6. Від яких факторів залежить цінова еластичність попиту на ресурси?

7. Сформулюйте правило мінімізації витрат ресурсів.
8. При яких умовах прибуток набуває максимального значення?

Задачі

Задача 1

Виробництво певного товару засноване на використанні трьох факторів виробництва: капіталу, праці і землі. При якому наведеному в таблиці варіанті їх використання досягається мінімізація витрат?

Варіанти	Ціна капіталу, грн.	Граничний продукт капіталу	Ціна праці, грн.	Граничний продукт праці	Ціна землі, грн.	Граничний продукт землі
А	5	20	2	10	3	12
Б	4	20	3	15	4	16
В	4	16	2	6	4	20
Г	3	18	3	15	4	16
Д	5	15	3	9	3	9

Задача 2

Підприємство функціонує на конкурентному ринку. Ціна продукції – 5 грн. Заповніть пропуски в таблиці.

Кількість змінного ресурсу, од.	Сукупний продукт	Граничний продукт	Сукупна виручка, грн.	Гранична виручка від ресурсу, грн.
1	14			
2		11		
3			150	
4				25
5				
6				10
7	41	1		
8			120	

Основні терміни і поняття

Диференціація продукту; граничний продукт у грошовому вираженні; граничні витрати на ресурси; еластичність похідного попиту; ефект заміщення; ефект обсягу продукції; похідний попит; правило максимізації прибутку; правило мінімізації витрат; ресурсозаміщення; темпи спадання граничного продукту.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 191–203.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – С. 305–309, 349–375.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 138–145.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 143–153.
5. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 145, 146.
6. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 105–112.
7. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 136–145.
8. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 456–468.

ТЕМА 14

РИНОК ПРАЦІ

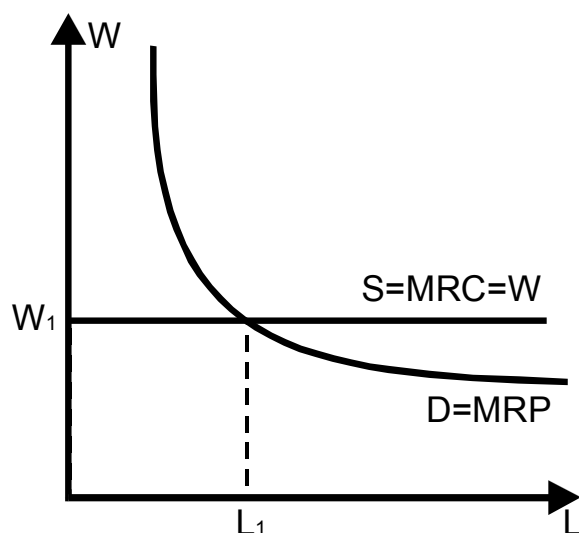
Загальною рисою попиту на будь-який ресурс є його похідний характер. Але залежно від самого ресурсу та типу ринку процес ціноутворення має деякі особливості. Заробітна плата, як відомо, є ціною трудових послуг, тому механізм її формування залежить від типу ринку. У даній темі ми розглянемо кілька варіантів ринків праці залежно від стану конкуренції на них.

14.1. Попит на працю в умовах досконало конкурентного ринку ресурсів

Характеристика конкурентного ринку праці:

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

При конкурентному ринку праці фірма погоджується з ціною



трудових послуг, що склалася на ринку. Вона може за цією ціною придбати нескінченну (з позиції з окремої фірми) кількість трудових послуг. Тому пропозиція праці для окремої фірми на конкурентному ринку буде абсолютно еластичною і матиме вигляд прямої лінії, що відповідатиме ринковій ціні трудових послуг та граничним витратам на цей ресурс: $W = MRC$ (рис. 14.1).

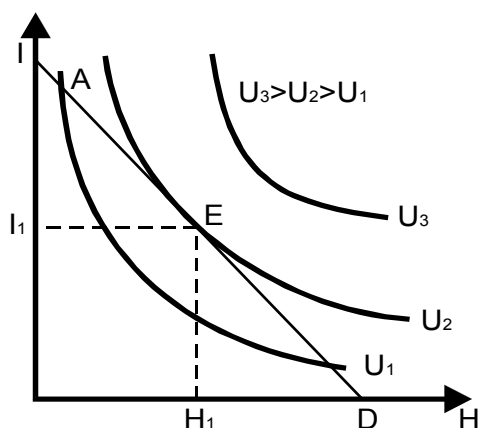
Рис. 14.1. Пропозиція та попит на працю для окремої фірми на конкурентному ринку

Попит на працю для фірми визначається кривою граничного продукту в грошовому вираженні. Поки $MRP > MRC$, фірма братиме на роботу більше працівників і максимізує свій прибуток при $MRP = MRC$.

14.2. Ринкова пропозиція праці на досконало конкурентному ринку

Рішення кожної людини про необхідність і тривалість своєї праці залежить від багатьох факторів (наявність сім'ї, дітей, боргових та кредитних зобов'язань та інших), але головним є фактор оплати праці.

Кожен працівник робить вибір між доходом від праці і дозвіллям (рис. 14.2) або працею (антиблагом) і доходом (рис. 14.3).



H – кількість годин дозвілля на добу;

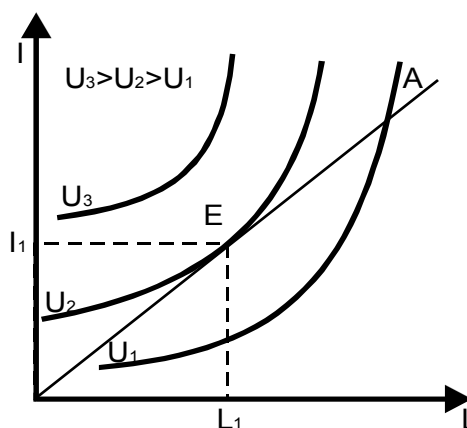
I – денний дохід працівника;

V – крива байдужості при виборі праця – дозвілля;

AD – лінія бюджетного обмеження, виражається рівнянням $I = W(24 - H)$, де W – погодинна зарплата;

$MRS_{HI} = EH_1 / H_1D = W$.

Рис. 14.2. Вибір між доходом і дозвіллям



L – кількість годин праці на добу;

V – крива байдужості при виборі дохід – праця;

AO – лінія бюджетного обмеження, виражається рівнянням $I = WL$;

$MRS_{LI} = \Delta I / \Delta L = EL_1 / OL_1 = W$.

Рис. 14.3. Вибір між доходом і працею

Індивідуальна крива пропозиції робочої сили направлена вгору (рис. 14.4).

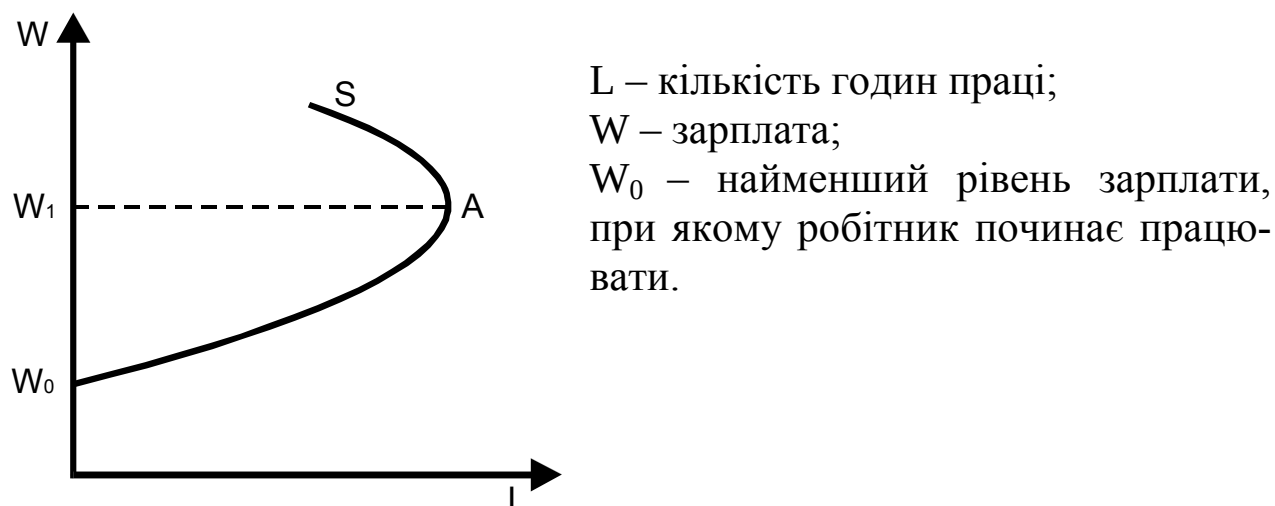


Рис. 14.4. Крива індивідуальної пропозиції робочої сили

Чим вище зарплата W , тим більше часу захоче працювати робітник.

З підвищенням зарплати спостерігається два ефекти:

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

2. Ефект доходу – при зростанні зарплати підвищується і ціна дозвілля (зарплата – це сума грошей, яку робітник втрачає, щоб насолоджуватись відпочинком).

При більш високому доході працівник може купити більшу кількість товарів, одним з яких є відпочинок. Якщо зарплата вища за W_1 , то це призводить до зменшення пропозиції праці.

14.3. Ринок праці з недосконалою конкуренцією

На ринку праці часто виникає ситуація, коли монопольне становище займає покупець трудових послуг (монопсонія). Оскільки трудові послуги немобільні (працівники не можуть швидко змінити місце проживання або кваліфікацію), то фірма диктує заробітну плату, визначаючи кількість взятих на роботу.

На ринку монопсонії пропозиція для фірми збігатиметься з галузевою. Тобто її крива матиме зростаючий характер. Щоб збільшити число залучених до праці, фірма змушена буде виплачувати більшу зарплату, причому не тільки додатковим працівникам, але й

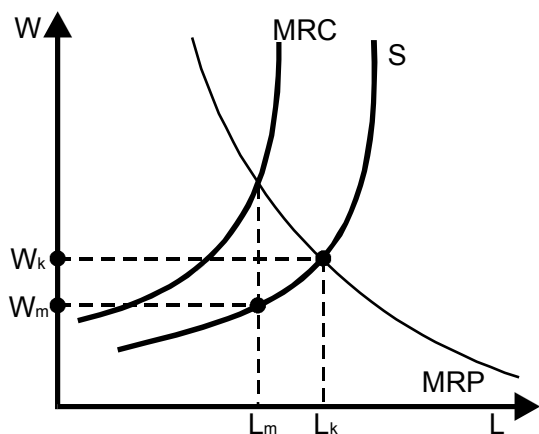


Рис. 14.5. Формування заробітної плати на ринку монопсонії

взятим раніше. Тому для монополії граничні витрати на ресурс завжди вищі зарплати. Отже, точка максимізації прибутку фірми ($MRP = MRC$) відповідатиме меншій ставці зарплати (W_m) та меншій кількості взятих на роботу (L_m), ніж при конкурентному ринку (рис. 14.5).

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

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

Профспілки намагаються впливати і на пропозицію праці. Застосовуються дві тактики¹:

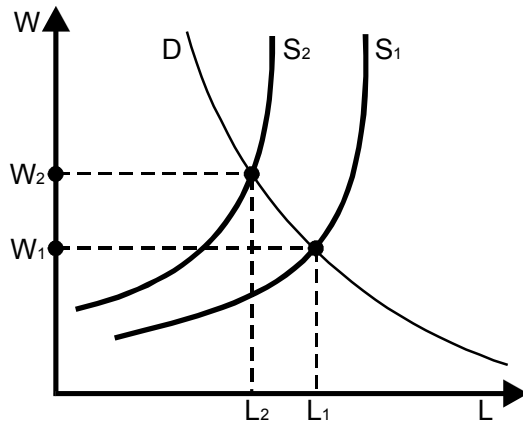
а) замкнутий (цеховий) тред-юніонізм, використовується тоді, коли формальні чи неформальні професійні об'єднання можуть безпосередньо впливати на кількість трудових послуг певної кваліфікаційної групи. Вхідження до цієї групи контролюється її членами (наприклад, спеціалізовані вчені ради із захисту дисертацій можуть регулювати кількість кандидатів і докторів наук), і відповідно регулюється рівень зарплати (рис. 14.6 а);

б) відкритий тред-юніонізм застосовується тоді, коли не можна жорстко регулювати приплив нових працівників.

Тоді через укладання галузевих тарифних угод чи в законодавчому порядку установлюється певний мінімальний рівень зарплати, який виділяє ту ділянку кривої пропозиції, що лежить нижче цього рівня (рис. 14.6 б). Крива пропозиції набуває ламаного характеру.

¹ Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 157.

а)



б)

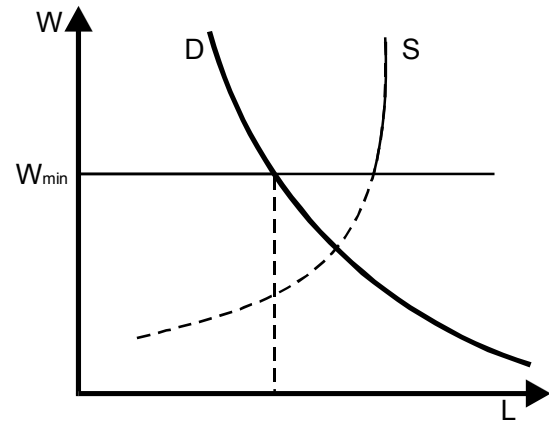


Рис. 14.6. Вплив профспілок на механізм формування зарплати а) замкнутий тред-юніонізм; б) відкритий тред-юніонізм

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

Контрольні питання

1. Назвіть основні характеристики конкурентного ринку праці.
2. Охарактеризуйте пропозицію та попит на працю для окремої фірми на конкурентному ринку.
3. Поясніть, як працівник робить вибір між доходом від праці і власне працею.
4. Охарактеризуйте вибір працівника між дозвіллям або працею.
5. Поясніть механізм дії індивідуальної пропозиції робочої сили.
6. Дайте визначення монопсонії.
7. Поясніть механізм формування заробітної плати на ринку монопсонії.
8. Назвіть методи впливу профспілок на рівень заробітної плати через збільшення попиту на працю.
9. Охарактеризуйте вплив профспілок на пропозицію праці.
10. Дайте визначення двосторонньої монополії.

Задачі

Задача 1

Підприємство є монополістом на ринку продукту і монопсоністом на ринку праці. Його виробнича функція: $Q = 6L + 4$, а функція попиту на його продукцію: $Q_D = 90 - 2P$. На ринку праця пропонується за формулою: $L_S = 0,5W - 8$. Визначте ціну, за якою підприємство буде продавати продукцію, за умови досягнення максимуму прибутку.

Задача 2

Фірма-монопсоніст на ринку праці продає свою продукцію на конкурентному ринку. Її виробнича функція: $Q_L = 250L - 2L^2$, де Q – обсяг виробництва, т; L – обсяг праці, чол. Функція пропозиції праці на ринку описується формулою: $L_S = 2W - 100$. Ціна продукції на ринку становить 2 грн. Визначіть, яку кількість праці буде використовувати підприємство, який рівень зарплати воно встановить, яку кількість продукції продаватиме та яку виручку отримає?

Основні терміни і поняття

Двостороння монополія; відкритий тред-юніонізм; замкнутий (цеховий) тред-юніонізм; монопсонія; попит на працю; пропозиція праці; ринок праці.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 203–207.
2. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 153–159.
3. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 112–117.

4. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 146–155.
5. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 476–483.
6. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 579–673.

ТЕМА 15

РИНОК КАПІТАЛУ І ЗЕМЛІ

Капітал є засобом для придбання всіх інших факторів виробництва. Крім того, виробник, який витрачає свої гроші на придбання засобів виробництва, міг би надати ці кошти комусь у кредит і отримати прибуток. Отже, прибуток від позики є альтернативною вартістю капіталу. Метою даної теми є дослідження механізму формування ціни кредиту, тобто визначення вартості капіталу.

Земля в загальному розумінні включає не лише сільськогосподарські угіддя, але й корисні копалини, ділянки під спорудами, інші ресурси, що створені не людиною, а природою. Метою даної теми є також визначення ренти (як плати за використання землі та інших природних ресурсів, що жорстко обмежені) та формування ціни землі.

15.1. Капітал як фактор виробництва

Капітал – це фактор виробництва, застосування якого дозволяє підвищити ефективність людської праці.

Для придбання засобів виробництва потрібні нові кошти, джерелом яких є неспожиті доходи. Якщо людина частину свого доходу не споживає, а відкладає на зберігання, то ці заощадження стають кредитними капіталами, що надаються в тимчасове користування для придбання споживчих благ (споживчий кредит) або для інвестування у виробництво (інвестиційний кредит). Таким чином, заощадження стають об'єктом купівлі-продажу на ринку факторів виробництва, де й складається їх ціна – плата за право користування цими капіталами, що називається позичковим відсотком. Норма відсотка (r) – це процентне відношення позичкового відсотка (ПВ) до позичкового капіталу (ПК):

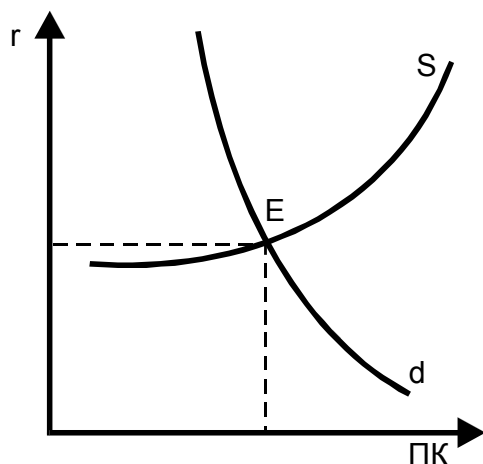


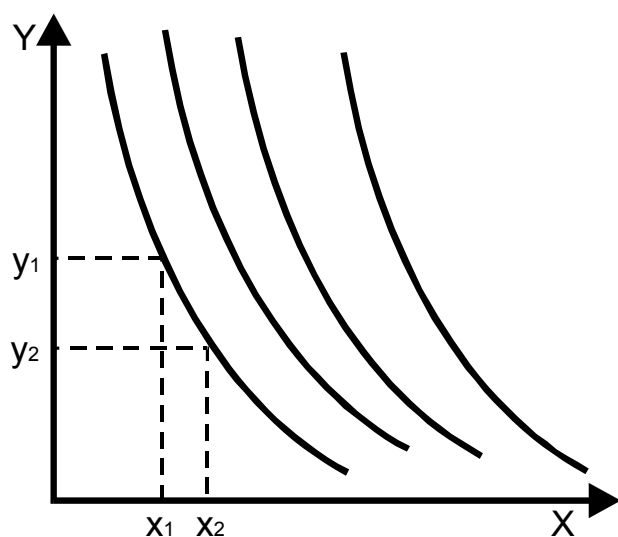
Рис. 15.1. Ціна попиту і пропозиції капіталу

$$r = \text{ПВ} / \text{ПК} \times 100 \%$$

Норма відсотка впливає на рівень інвестування в економіку (рис. 15.1). Низькі процентні ставки сприяють підвищенню ділової активності підприємців, а чим вище норма відсотка, тим рідше господарські агенти будуть використовувати позичковий капітал як засіб інвестування.

15.2. Поняття вибору у часі. Споживання та інвестиції

Людина вкладає гроші у свою освіту та освіту своїх дітей, заощаджує кошти на придбання благ довгострокового використання або для розширення виробництва благ, дбає про довкілля і т. д.



Вибір у часі – це жертвування частиною сьогоденного споживання для виграшу в майбутньому. Для більшості людей за інших однакових умов негайне споживання блага привабливіше, ніж очікування цього самого блага у близькому чи далекому майбутньому. Зменшення споживання нині вимагає більшої компенсації у майбутньому (рис. 15.2).

X – споживання у поточному періоді;

Y – споживання у майбутньому періоді

Рис. 15.2. Криві байдужості для вибору в часі

Оскільки $MRS_{XY}^T = \Delta y / \Delta x$, а $|\Delta y| > |\Delta x|$, то $|MRS_{XY}^T| > 1$.

Тобто гранична норма заміщення теперішнього споживання на майбутнє (за модулем) завжди буде більше одиниці.

15.3. Аналіз інвестиційних рішень. Поняття дисконтованої величини

Сума, надана під процент, i через t років становитиме:

$$FV = PV(1+i)^t,$$

де FV – майбутня вартість;

PV – теперішня вартість.

Наприклад, вкладені в банк під 10 % 1000 грн. через рік становитимуть 1100 грн.:

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

$1100 + 1100 \times 0,1 = 1100 (1 + 0,1) = 1000 (1 + 0,1) (1 + 0,1) = 1000 (1 + 0,1)^2 = 1210$.

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

Звідси два різних підходи до оцінки грошей у динаміці:

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

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

Приймаючи рішення про інвестування деякого проекту, інвестор порівнює витрати й очікуваний прибуток. При цьому потрібно враховувати, що гроші можна було покласти в банк і отримати певний альтернативний дохід. Тому, оцінюючи сьогоднішню вартість очікуваних у майбутньому доходів, потрібно їх зменшити на величину доходу, що міг бути отриманий від депозиту в банку, тобто майбутній дохід потрібно продисконтувати на теперішній момент. Наприклад, фірма вирішує купити ще один комп'ютер вартістю 5000 грн. Очікуваний дохід від його використання – 9000 грн. Через 3 роки фірма зможе продати його за 1000 грн. Банківський відсоток: а) 20 %; б) 30 %.

Чи вигідна фірмі така покупка?

1) $9000 + 1000 = 10000$ грн. (майбутній дохід FV);

2) $PV = FV / (1+i)^t = 10000 / 1,2^3 = 10000 / 1,728 = 5787 > 5000$;

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

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

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

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

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

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

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

15.4. Ринок землі

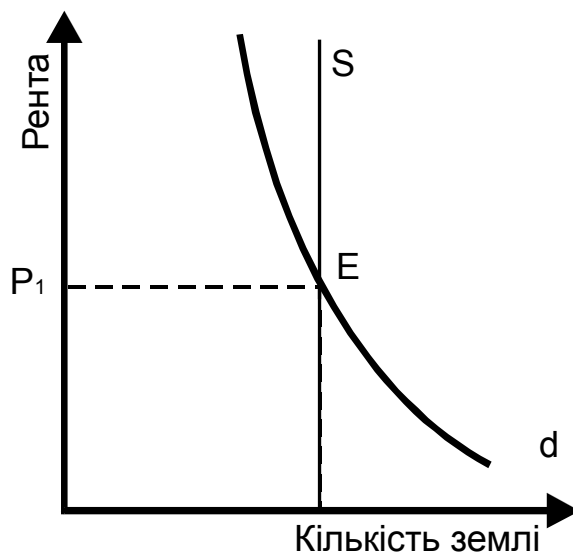


Рис. 15.3. Механізм формування ренти

Обсяг землі, що пропонується на ринку, обмежений і не змінюється із зміною її ціни, тому пропозиція землі є зовсім нееластичною (рис. 15.3). Так само буде крива пропозиції інших обмежених природних ресурсів (родовища корисних копалин, приваблює для туризму території, природні водойми, ріки тощо).

Рента – це ціна, що сплачується за використання землі та інших природних ресурсів, кількість яких жорстко обмежена. Оскільки пропозиція землі абсолютно нееластична, то єдиним дійовим фактором визначення ренти є попит на землю. Він залежить від ціни продукції, що вирощується на землі, продуктивності землі та цін на ресурси, що використовуються разом із землею (добрива). Відповідно крива попиту переміщується вправо і вліво.

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

Однак родючість землі може змінюватися внаслідок економічної діяльності людини. Економічна родючість землі може також приносити диференційну ренту. Але відмінності економічної родючості менш стабільні і можуть бути ліквідовані, якщо конкуренти перейдуть до аналогічного використання землі.

З величиною ренти пов'язана ціна землі:

$$P = R / r,$$

де P – ціна землі, R – рента, r – банківський відсоток.

Контрольні питання

1. Поясніть суть капіталу, його значення.
2. Як норма відсотка впливає на рівень інвестування в економіку?
3. Охарактеризуйте поняття “вибір у часі”.
4. Дайте визначення показників теперішньої та майбутньої вартості.
5. Охарактеризуйте бухгалтерський та економічний підходи до оцінки грошей у динаміці.
6. Дайте визначення ренти.
7. Поясніть механізм формування ренти.
8. Наведіть формулу визначення ціни землі.

Задачі

Задача 1

До продажу пропонуються облігації за 100 грн. кожна, які через два роки будуть погашені за 140 грн. Чи вигідно придбати такі облігації, якщо банківський відсоток дорівнює: а) 10 %, б) 20 %?

Задача 2

За даними таблиці визначить із трьох інвестиційних проектів найкращий:

Ро- ки	Перший проект		Другий проект		Третій проект	
	інвести- ції, тис. грн.	дохід, тис. грн.	інвести- ції, тис. грн.	дохід, тис. грн.	інвести- ції, тис. грн.	дохід, тис. грн.
1	300	-	200	-	100	-
2	100	-	200	-	300	-
3	100	200	100	200	100	100
4	-	500	-	400	-	500
5	-	300	-	400	-	400

Основні терміни і поняття

Вибір у часі; диференційна рента; дисконт; інвестування; капітал; майбутня вартість; норма відсотка; позичковий відсоток; теперішня вартість; ціна землі.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 207–217.
2. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 146–153.

3. Задоя А. О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 159–165.
4. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 145–154.
5. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 117–124.
6. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 156–166.
7. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 470–473, 484–513.
8. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 542–578.

ТЕМА 16 ЗАГАЛЬНА РІВНОВАГА КОНКУРЕНТНИХ РИНКІВ

До цього часу ми розглядали, як досягають рівноваги окремі економічні суб'єкти або окремі сектори ринку. У даній темі розглянемо, як зміна ситуації на одному ринку призводить до змін на інших ринках, як діє механізм перерозподілу ресурсів між деякими частинами загального ринку та досягається найвища загальна ефективність економічної системи.

16.1. Поняття загальної рівноваги. Ефект зворотного зв'язку

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

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

Ефект зворотного зв'язку – це зміна цін та обсягів товарів і послуг на певному ринку у відповідь на зміну цін, що сталися на пов'язаних з ним ринках. Наприклад, через розрив економічних зв'язків зменшилося постачання нафти в Україну, це призводить до її подорожчання, відповідно, стає дорожчий бензин, а це призводить до зменшення попиту на автомобілі, бензин і нафту. Крім того, подорожчання нафти призводить до ефекту заміщення її на вугілля. Отже, попит на нафту зменшиться, це призведе до зменшення ціни на неї. Тобто починається зворотний процес (зв'язок), і так кілька

разів – кожний наступний імпульс матиме меншу силу, ніж попередній.

Загальна рівновага відбудеться тоді, коли ціни прореагували на вихідну зміну попиту чи пропозиції таким чином, що обсяги попиту і пропозиції стали рівні на всіх ринках. За цих умов на жодному ринку немає тенденції до подальших змін попиту чи пропозиції.

16.2. Ефективність у виробничій сфері

Припустимо, що в економічній системі використовується лише два фактори виробництва (праця та капітал). Протягом дня для виробничих цілей може бути використано 4000 люд.-год. Праці, 2000 маш.-год. капіталу.

Сукупний обсяг послуг факторів виробництва, доступний за певний проміжок часу, називається **ресурсним обмеженням економіки**.

Після використання всього обсягу ресурсів їх пропозиція буде абсолютно нееластичною.

Якщо виробляється лише два продукти (X та Y), то чим більше виробляється одного з них, тим менші можливості для виробництва іншого. Ресурсні обмеження для двопродуктової моделі матимуть вигляд:

$$L = L_x + L_y; K = K_x + K_y.$$

Для аналізу виробництва і розподілу ресурсів в економіці з фіксованою пропозицією праці та капіталу використовується діаграма Еджворта. Вона є прямокутником, сторони якого становлять обсяги ресурсів, які є у розпорядженні для виробництва двох товарів. Кожна точка на цій діаграмі показує певний варіант розподілу ресурсів для виробництва X і Y (рис. 16.1).

Наприклад, у точці А на виробництво товару X буде витрачено $L_x = 3000$, $K_x = 800$, а на товар Y – $L_y = 1000$, $K_y = 1200$.

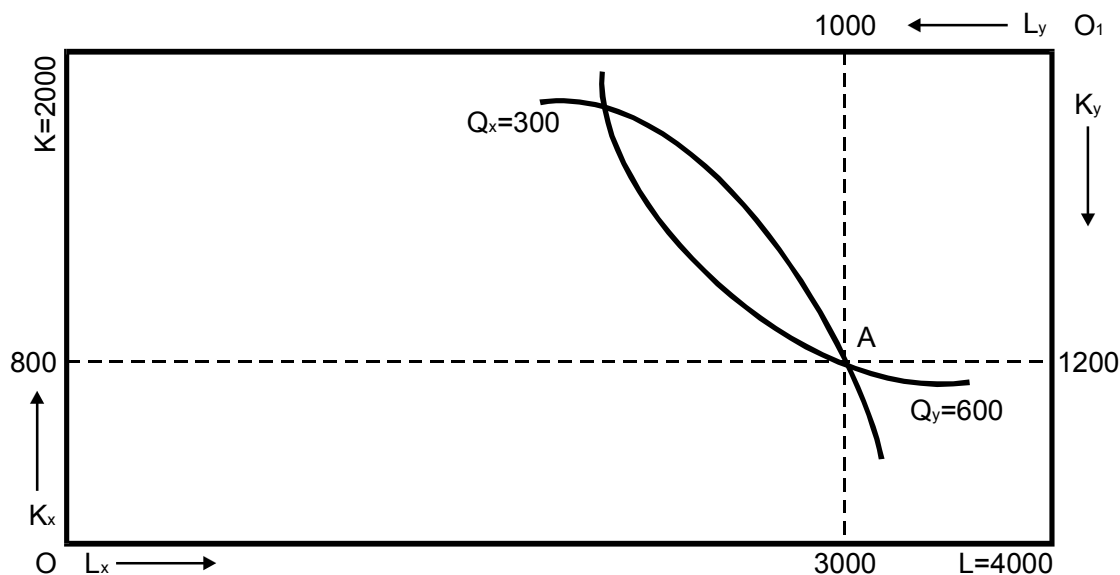


Рис. 16.1. Діаграма Еджворта

Тобто кожна точка на діаграмі Еджворта відповідає певним значенням шести змінних: L_x , L_y , K_x , K_y , Q_x , Q_y .

Ефективність виробництва досягається тоді, коли неможливо перебудувати використання наявних ресурсів так, щоб збільшити випуск одного товару без зменшення випуску іншого. Тому в точці А використання ресурсів неефективне, адже, рухаючись по ізокванті Q_x вліво, ми переходимо до точок, які відповідають більшим обсягам Q_y . Ефективними варіантами розподілу ресурсів будуть такі їх комбінації, які відповідають точкам дотику двох сегментів ізоквант (рис. 16.2).

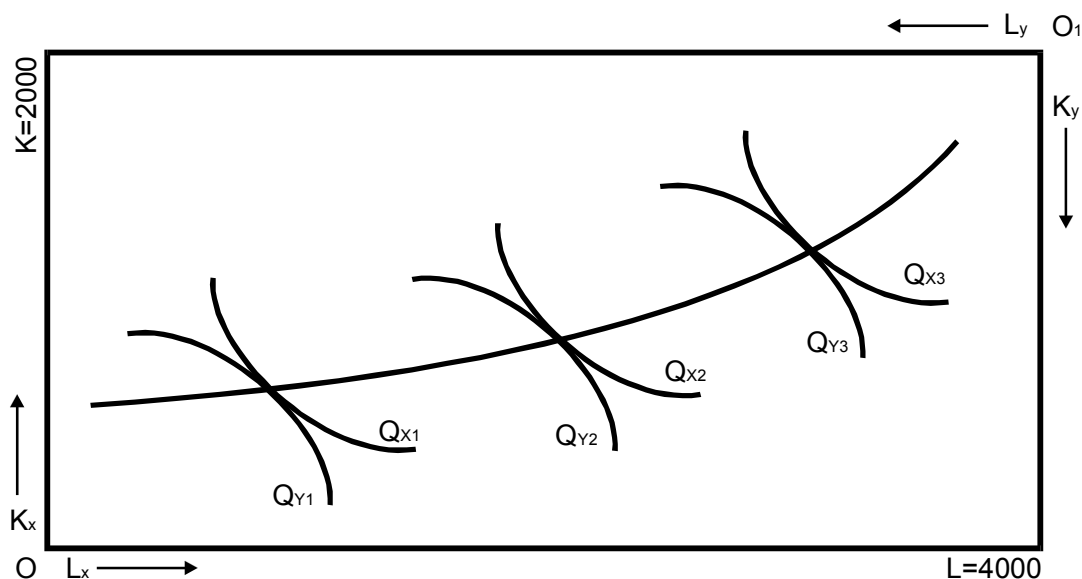


Рис. 16.2. Крива ефективності виробництва

У точках дотику кути нахилу ізоквант будуть збігатися. Можна стверджувати, що ефективність виробництва буде досягтися при рівності граничних норм технологічного заміщення ресурсів при виробництві обох товарів:

$$MRTS_{LK}^X = MRTS_{LK}^Y.$$

Через усі точки дотику ізоквант можна провести криву, яка називається **кривою ефективності використання ресурсів (ефективності виробництва)**. Вона показує всі ті комбінації ресурсів, у яких вони використовуються ефективно.

Від кривої ефективності виробництва легко перейти до кривої виробничих можливостей. Вона показує, який максимальний обсяг товару можна виробити при заданих обсягах випуску інших благ, ресурсних обмеженнях та існуючій технології.

Гранична норма трансформації одного продукту в інший по-

казує, якою кількістю товару У потрібно знехтувати, щоб отримати додаткову одиницю товару Х:

$$MRT_{XY} = \Delta Q_Y / \Delta Q_X.$$

Гранична норма трансформації дорівнює нахилу кривої виробничих можливостей, її можна виразити також через граничні витрати на виробництво відповідних товарів:

$$MRT_{XY} = MC_X / MC_Y.$$

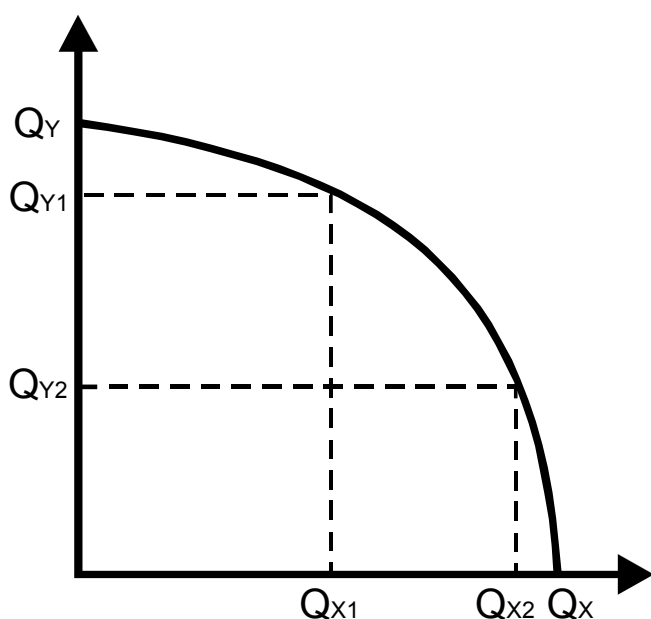


Рис. 16.3. Крива виробничих можливостей

16.3. Рівновага в економіці обміну

Розподіл продуктів ефективний тоді, коли заданий обсяг продукції, який випускається за певний період часу, розподіляється між споживачами таким чином, що стає неможливим покращити становище однієї особи без нанесення шкоди іншій.

Розподіл заданого обсягу продукції між двома споживачами буде ефективним, коли він відповідатиме точкам дотику кривих байдужості цих споживачів (рис. 16.4).

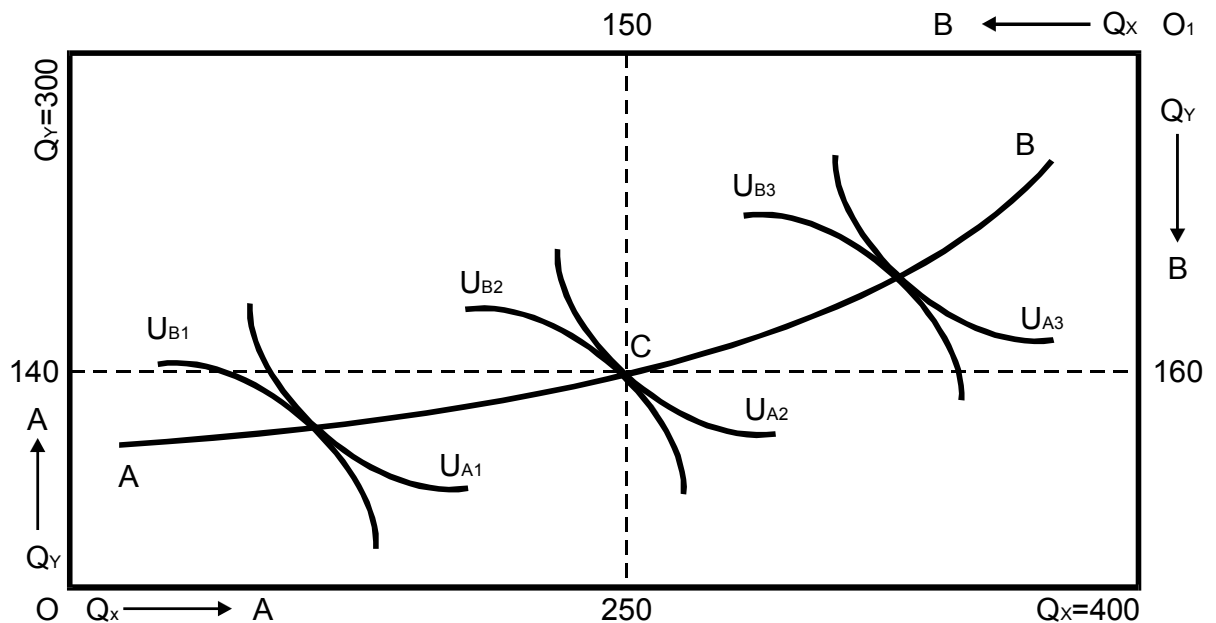


Рис. 16.4. Ефективність розподілу продукції (А і В – споживачі)

Лінія АВ, що з'єднує всі можливі точки дотику кривих байдужості двох споживачів, називається договірною лінією. Вона показує всі можливі ефективні варіанти розподілу двох благ між двома споживачами.

Оскільки у точках дотику нахили кривих байдужості однакові, то однакові також норми заміщення продуктів:

$$MRS_{xy}^A = MRS_{xy}^B.$$

16.4. Загальна рівновага та економіка добробуту

Виробництво тоді буде ефективним, коли воно буде максимізувати корисність для споживачів і водночас не виходитиме за межі наявних ресурсів, тобто знаходитиметься на кривій виробничих можливостей. Отже, крива виробничих можливостей і крива байдужості, що відображає максимальний рівень задоволення потреб, будуть мати тільки одну спільну точку – точку дотику (рис. 16.5).

Коли і ресурси, і продукція розподіляються таким чином, що неможливо поліпшити становище однієї особи без шкоди для іншої, досягається оптимальний, за Парето, розподіл ресурсів:

$$MRT_{XY} = MRS^A_{XY} = MRS^B_{XY} = MC_A / MC_B = P_A / P_B.$$

Актуальним питанням є розробка критеріїв оцінки добробуту.

Існують такі підходи:

1. Універсальний Парето-ефективний розподіл.
2. Добробут підвищується, якщо ті, хто виграє, оцінюють свій дохід вище збитків потерпілих.
3. Максимізація корисності для найменш забезпечених членів суспільства.
4. Принцип зрівнялівки.

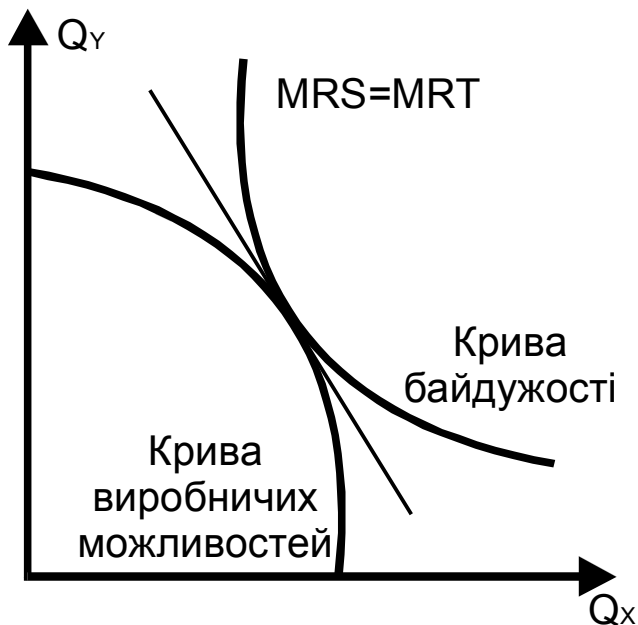


Рис. 16.5. Оптимальний, за Парето, розподіл ресурсів

Контрольні питання

1. Дайте визначення часткової та загальної рівноваги.
2. Охарактеризуйте ефект зворотного зв'язку.
3. Поясніть суть та значення діаграми Еджворта.
4. При якій умові досягається ефективність виробництва?
5. Дайте визначення кривої ефективності виробництва.
6. Поясніть суть та значення кривої виробничих можливостей.
7. При якій умові досягається ефективність споживання?
8. Яка лінія називається догівірною?
9. Поясніть, як досягається оптимальний, за Парето, розподіл ресурсів.

Основні терміни і поняття

Вибір у часі; ефект зворотного зв'язку; договірна лінія; загальна рівновага; крива виробничих можливостей; крива ефективності виробництва; оптимальний, за Парето, розподіл ресурсів; ресурсне обмеження економіки; часткова рівновага.

Рекомендована література

1. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – С. 391–464.
2. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 154–160.
3. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – С. 166–176.
4. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 155–173.
5. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 167–180.
6. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 514–543.
7. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 507–523.

ТЕМА 17

ЗОВНІШНІ ЕФЕКТИ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЇХ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

До цього часу припускалось, що на ринку всі витрати здійснюють виробники, а користь від продукції отримують її споживачі. Але так буває не завжди: часто частину витрат або вигод отримують “треті особи”. Розібратись із цими проблемними ситуаціями покликана дана тема.

17.1. Позаринкові (зовнішні) ефекти, їх економічний зміст

Зовнішні ефекти (ефекти “третіх осіб”) – це ситуація, коли частина вигод або витрат, пов’язаних з виробництвом або споживанням продукту, впливає на тих, хто не є безпосереднім виробником або споживачем продукту.

Негативні зовнішні ефекти виникають тоді, коли не всі витрати мають втілення в ціні, частину витрат виробник перекладає на плечі “третіх осіб”, зменшуючи свої власні витрати. Наприклад, виробництво забруднювачів довкілля разом з виробництвом корисних благ.

Розглянемо показники, що допоможуть аналізувати зовнішні ефекти.

Сукупні зовнішні витрати (ТЕС) – це витрати, що перекладаються на третіх осіб і не відшкодовуються виробником.

Сукупними індивідуальними витратами (ТРС) називаються витрати, які відшкодовуються виробником.

Сукупні суспільні витрати (TSC) – це сума витрат на виробництво блага та витрат, пов’язаних із негативними зовнішніми ефектами, що виникають.

Тому:

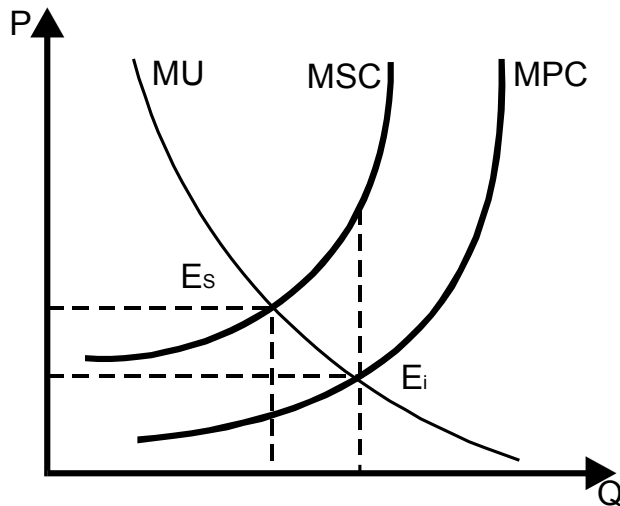
$$TSC = TPC + TEC.$$

Граничні зовнішні витрати (МЕС) – це зміна сукупних зовнішніх витрат, що припадає на одиницю зміни обсягу виробництва:

$$MEC = \Delta TEC / \Delta Q.$$

Граничні суспільні витрати (MSC) – це зміна сукупних суспільних витрат, що припадає на одиницю зміни обсягу виробництва (рис. 17.1).

$$MSC = \Delta TSC / \Delta Q, MSC = MEC + MPC$$



E_i – точка рівноваги при умові, що виробники не відшкодовують витрати на знешкодження забруднювачів;

E_s – точка рівноваги при обов'язковому знешкодженні виробниками забруднювачів.

У точці E_i – $MSC > MU$.

Рис. 17.1. Негативний зовнішній ефект

Ринкова рівновага характеризується більшим обсягом виробництва та меншою ціною і не є ефективною з погляду суспільства. Втрати суспільства характеризуються трикутником BE_sE_i . Явище неефективності ринкового механізму називається **фіаско ринку**.

Позитивний зовнішній ефект виникає тоді, коли діяльність одних економічних суб'єктів приносить вигоду деяким іншим, що не беруть участь у ринковій угоді.

Суспільною корисністю (SU) називається сукупна корисність безпосередніх споживачів блага (PU) і третіх осіб (EU) за рахунок позитивних зовнішніх ефектів:

$$SU = PU + EU.$$

Граничною індивідуальною корисністю (MPU) називається додаткова корисність від придбання індивідом додаткової одиниці блага:

$$MPU = \Delta PU / \Delta Q.$$

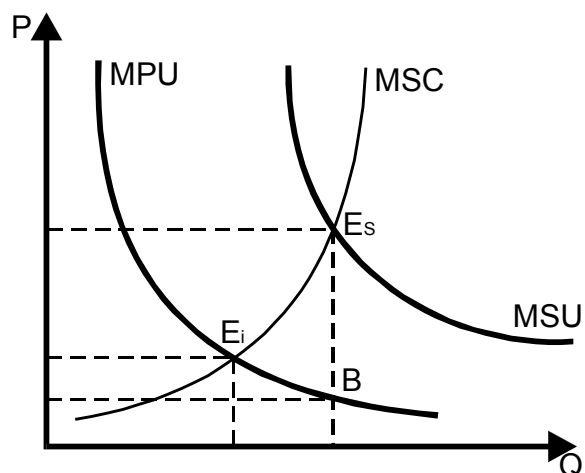
Граничною зовнішньою корисністю (MEU) називається додаткова корисність для третіх осіб (які не платять за користування благами) при збільшенні споживання блага на одиницю:

$$MEU = \Delta EU / \Delta Q.$$

Граничною суспільною корисністю (MSU) називається приріст сукупної суспільної корисності, що припадає на одиницю приросту блага:

$$MSU = \Delta SU / \Delta Q, MSU = MPU + MEU.$$

Ефективний обсяг виробництва для суспільства досягається в точці E_s (рис. 17.2).



Однак ринковий механізм здатний досягти лише E_i (фіаско ринку). Площа $E_s E_i B$ показує втрати суспільства від позитивного зовнішнього ефекту.

Ринковий механізм пропонує суспільству занижені обсяг виробництва та ціну (E_i) порівняно із суспільною рівновагою E_s .

Рис. 17.2. Позитивний зовнішній ефект

17.2. Громадські блага і громадський вибір

Приватний товар (чисте приватне благо) – це таке благо, яке виступає у вигляді достатньо малих одиниць і підлягає дії принципів винятковості та суперництва.

Принцип винятковості означає, що благо отримує той, хто бажає і може заплатити рівноважну ціну.

Принцип суперництва означає, що використання блага однією особою обмежує або виключає можливість його використання іншими особами.

Громадський товар (благо) – це благо, яке складається з таких великих одиниць, що здебільшого не можуть бути продані індивідуальним покупцям, та на яке не поширюються принципи винятковості та суперництва (маяк, національна оборона, природа, парк).

Розрахунок обсягів випуску громадських благ наведено на рис. 17.3.

Додаткові споживачі не зменшують доступу до блага іншим, і громадське благо неконкурентне, бо граничні витрати додаткового споживача дорівнюють нулю.

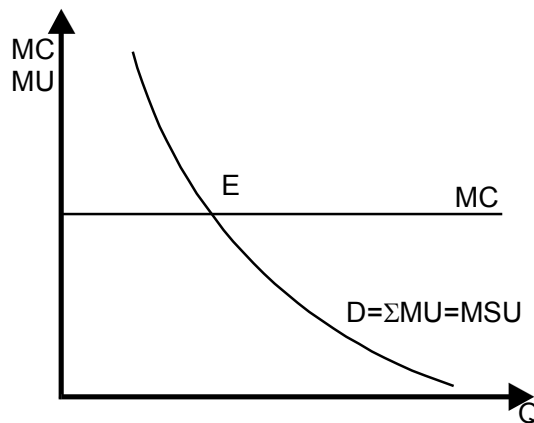


Рис. 17.3. Ефективний випуск чистого громадського блага

17.3. Економічна роль держави в ринковій економіці

Недосконалість ринку обумовлює необхідність державного втручання в економіку.

Причини недосконалості ринку:

1. Влада монополій.
2. Наявність зовнішніх ефектів у економічній діяльності.
3. Існування громадських благ.

Державні заходи спрямовані на протидію негативним наслідкам ринку:

1. Забезпечення правових основ ефективної ринкової діяльності.
2. Створення умов для розвитку конкуренції.
3. Проведення активної антимонопольної політики.
4. Встановлення коригуючого податку, що дорівнює або наближений до граничних зовнішніх витрат (МЕС). Він зменшує виробництво товарів з негативними ефектами.
5. Надання коригуючих субсидій виробникам та споживачам, що дорівнюють граничній зовнішній корисності (MEU) та дозволяють збільшити виробництво товарів із позитивним ефектом.
6. Фінансування та виробництво громадських благ.

7. Сприяння розповсюдженню об'єктивної інформації щодо норм стандартизації, якості, безпеки та інших властивостей товарів.

Контрольні питання

1. Дайте визначення зовнішніх ефектів.
2. Охарактеризуйте позитивні зовнішні ефекти. Наведіть приклади.
3. Охарактеризуйте негативні зовнішні ефекти. Наведіть приклади.
4. Які відмінності між показниками сукупних зовнішніх, індивідуальних та суспільних витрат?
5. Дайте визначення граничних зовнішніх і суспільних витрат.
6. Охарактеризуйте показники граничних індивідуальних, зовнішніх та суспільних корисностей.
7. Які відмінності між приватним і громадським товаром?
8. Охарактеризуйте принципи винятковості та суперництва.
9. Як розраховується обсяг випуску громадських благ?
10. Які причини недосконалості ринку, що вимагають державного втручання в економіку?
11. Назвіть державні заходи, що спрямовані на протидію негативним наслідкам ринку.

Задача

Поля фермера знаходяться біля залізниці. Внаслідок забруднення смуги землі, що прилягає до залізничної колії, зменшується урожай. Витрати на організацію кожного додаткового потягу для залізничної компанії становлять 20 тис. грн. за рік, а валова виручка від його організації дорівнює 30 тис. грн. За якою ціною фермер може викупити у залізничної компанії право на заборону руху додаткового потягу, якщо додатковий прибуток від продажу вирощеної фермером продукції за відсутності цього потягу становитиме 15 тис. грн.?

Основні терміни і поняття

Гранична індивідуальна корисність; гранична зовнішня корисність; гранична суспільна корисність; граничні зовнішні витрати; граничні суспільні витрати; громадський товар; негативні зовнішні ефекти; позитивні зовнішні ефекти; приватний товар; принцип винятковості; принцип суперництва; сукупні зовнішні витрати; сукупні індивідуальні витрати; сукупні суспільні витрати; фіаско ринку.

Рекомендована література

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – С. 218–233.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – С. 465–482.
3. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда. – К.: Основи, 1996. – С. 167–174.
4. Лисовицкий В.Н. Микроэкономика: Учеб. пособие для экономич. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – С. 128–130.
5. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка. – К.: Основи, 1996. – С. 570–598.
6. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 524–541.

ТЕМА 18

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЕФЕКТИ ТА МІКРОСИСТЕМА

У кожній країні під впливом різних обставин склалася своя система координації господарської діяльності окремих людей, підприємств, організацій з метою розв'язання проблем: що виробляти, скільки і як виробляти, як використовувати обмежені ресурси та як розподілити також обмежені вироблені товари. Однак якщо зробити деякі узагальнення і скласти класифікацію економічних систем, то основною відмінною рисою між ними буде співвідношення ринкового і державного регулювання.

Виділяють три типи економічних систем:

- 1) вільний або чистий ринок;*
- 2) змішана економіка;*
- 3) централізовано-планова, або командна, економіка.*

Економіка України більшу частину XX століття була централізовано-плановою. Починаючи з 90-х років, економічна система України трансформується в напрямі різкого посилення ролі ринкових регуляторів.

У даній темі ми ознайомимося з основними характеристиками наведених вище типів економічних систем, з особливостями переходу України від адміністративно-командної до змішаної економіки.

18.1. Мікроекономічний підхід до аналізу централізовано-планової економіки

Щоб обґрунтувати необхідність переходу України та інших постсоціалістичних країн від централізовано-планової до змішаної¹ економіки, необхідно більш детально розглянути соціалістичну

¹ До змішаної, а не ринкової економіки, тому що в сучасних умовах економічних систем чистого ринку не існує.

економічну систему, адже для того, щоб вилікувати хворобу, потрібно, перш за все, поставити правильний діагноз.

Основною генетичною рисою соціалізму є зрівнялівка або казка про те, що всі багатства країни будуть поділені порівну серед всіх її жителів. Ще в 1918 році Бердяєв визначив, що “соціалізм – це ідеологія заздрості”¹. Розглянемо детальніше дію принципу зрівнялівки на прикладі комуни, всі працівники якої різні за рівнем кваліфікації, але зароблені кошти між ними розподіляються порівну (принцип великого казана Мао)².

Нехай N – кількість членів комуни; L_s – трудова інтенсивність s -го члена комуни; W_s – оплата його праці. Кінцева винагорода для кожного члена комуни становитиме:

$$I_s = \sum_{i=1}^N W_i L_i / N \quad (18.1)$$

Бюджетну лінію (18.1) можна записати у вигляді:

$$I_s = \sum_{i \neq s}^N W_i L_i / N + W_s L_s / N \quad (18.2)$$

На рис. 18.1 зображена бюджетна лінія для s -го індивіда за умов колективної та індивідуальної форми оплати праці.

Бюджетна лінія за умов зрівнялівки має такі особливості: вона нахилена під дуже гострим кутом (майже горизонтально) – це пояснюється розчиненням кожного індивідуального внеску в “загальному казані”.

Якщо індивід взагалі не працює його винагорода становить величину:

$$\sum_{i \neq 1}^N W_i L_i / N$$

¹ Буніч І. Золото партії: Іст.- публіцист. дослід. – К.: А.С.К.; СПб.: Облік, 1997. – С. 9.

² Кожен китаєць інтенсивно працює, весь заробіток несе до великого казана, з якого всім порівну видаватимуть жменю рису (КНР). Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 607–609.

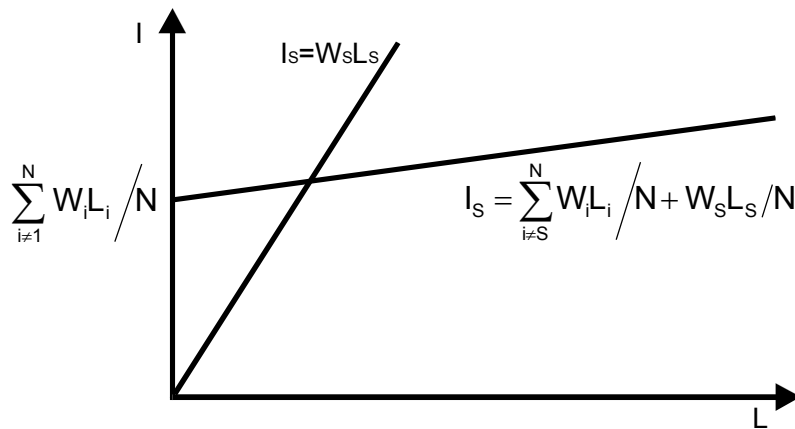
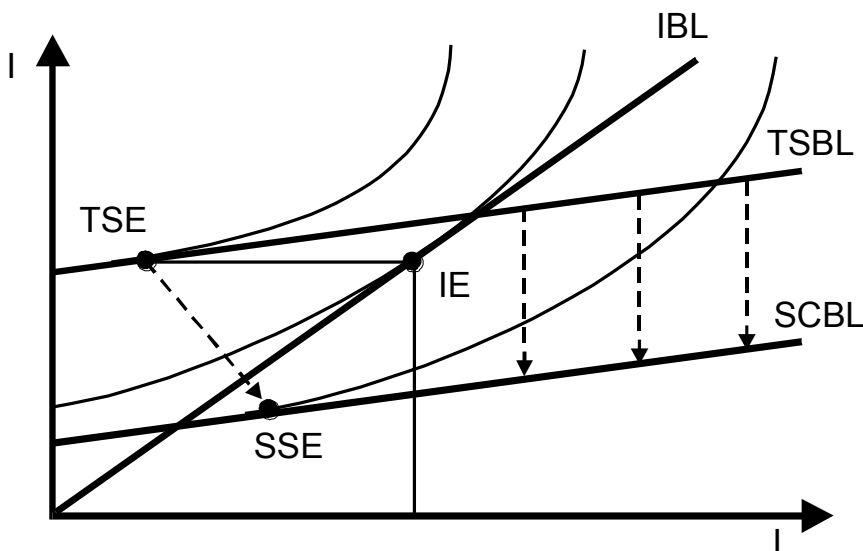


Рис. 18.1. Бюджетні лінії для індивіда за умов колективної та зрівняльної форми оплати праці

Його винагорода не зникає, тому що за зрівнялівки на неї впливає трудова активність інших індивідів. Тому бюджетна лінія за умов зрівняльного принципу починається значно вище від початку координат.

Якщо кількість членів комуні досить велика, а внесок кожного порівняно незначний і непомітний, то можна припустити, що більшість з них, працюючи, будуть оглядатися на інших, намагаючись обхитрити всіх: працювати менше, а отримувати як всі. Така ситуація наведена на рис. 18.2¹.



IE – рівновага за умов індивідуальної оплати праці;
TSE – тактична рівновага за умов зрівнялівки;
SSE – довгострокова рівновага за умов зрівнялівки;
IBL – бюджетна лінія за умов індивідуальної оплати праці;
TSBL – бюджетна лінія індивіда за умов зрівнялівки в початковий момент;
SCBL – бюджетна лінія індивіда за умов зрівнялівки в довгостроковому періоді.

Рис. 18.2. Рівновага індивіда за умов індивідуальної та зрівняльної оплати праці

¹ Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 610–612.

Участь у комуні є привабливою для індивідів, тому що кожний сподівається на зменшення своєї трудової активності за приблизно сталої активності інших. При такій ситуації точка рівноваги індивіда змістилася б з точки ІЕ до точки ТСЕ вздовж бюджетної лінії TSBL. Вигода ніби й очевидна: працюєш менше, а отримуєш майже стільки ж.

Але ця привабливість уявна. Адже кожний індивід міркує і діє однаково. У результаті трудова активність постійно знижується, що призводить до зменшення вмісту загального казана, до паралельного зміщення бюджетної лінії від TSBL до SCBL, деградації системи, погіршення добробуту кожного. Процес деградації показаний на рис. 18.2 рухом з точки ТСЕ тактичної рівноваги за умов зрівнялівки до точки SSE довгострокової рівноваги. У цьому полягає пастка соціалізму.

Популярність соціалістичних ідей не лише на теренах колишнього Радянського Союзу, а й в інших постсоціалістичних і навіть капіталістичних країнах пояснюється хибною надією на рух від точки ІЕ до точки ТСЕ.

Економіст із світовим іменем Йозеф Шумпетер, що визнавав могутність соціалістичної теорії, вказував на її економіко-психологічний вплив на маси: "...Для мільйонів людських сердець марксистська ідея про соціалістичний рай на землі означала появу нового променя світла і нового сенсу життя. Можете назвати марксистську ідею фальшивкою, якщо хочете, чи карикатурою на віру, та все ж не можна не визнавати величі Марксового здобутку та не захоплюватись ним... Маркс досяг згаданого ефекту, бо, з одного боку, з неперевершеною переконливістю сформулював притаманне багатьом невдахам почуття, що їм перешкоджають і до них погано ставляться, тобто висловив їх автотерапевтичну життєву позицію, а з іншого боку, проголосив, що соціалістичний порятунок від цих вад – неминучість, яку можна розумно довести"¹.

Примарність переваг соціалізму ілюструє рух з точки тактичної рівноваги ТСЕ до точки довгострокової рівноваги SSE. Саме у цьому криється пастка соціалістичних ідей.

¹ Шумпетер Й. А. Капіталізм, соціалізм і демократія. – К.: Основи, 1995. – С. 20.

Ілюзія привабливості соціалізму в СРСР мала ще одне джерело. Неефективність соціалізму приховувалась колосальними природними ресурсами, які мала ця країна. Якщо розглянути бюджетне обмеження з урахуванням “дарунків природи” (наприклад, сотні мільярдів “нафтодоларів”)

$$I_s = \sum_{i \neq s}^N W_i L_i / N + W_s L_s / N + R, \quad (18.3)$$

де R – додаток до загального казана за рахунок продажу природних ресурсів, то можна помітити, що бюджетна лінія для кожного індивіда може істотно піднятися вгору за рахунок R .

Долю СРСР вирішила незла чи добра воля політиків, а економічна неефективність соціалізму та елементарна кон’юнктура ринку природних ресурсів (наприклад, зменшився видобуток і світова ціна нафти).

Об’єктивність оцінки централізовано-планової економіки вимагає аналізу її позитивних і негативних сторін.

Позитивні аргументи:

Шляхом концентрації зусиль на окремих напрямках економічної діяльності центалізовано-планова система може забезпечити досягнення передових позицій навіть при загальному відставанні економіки від найбільш передових країн. Наприклад, космонавтика, авіація, ядерне озброєння СРСР.

Командна економіка може забезпечити економічну і соціальну стабільність. У людини, яка нормально працює, практично немає можливості розбагатіти за короткий час, але й немає загрози злидарювати: кожному гарантована робота, хоча не завжди з високою зарплатою.

Командно-адміністративна економіка довела свою життєздатність у критичні періоди людської історії (війна, післявоєнна відбудова і т. д.). Держава, яка є єдиним розпорядником ресурсів, може мобілізувати їх в одному потрібному напрямі, свідомо обмежуючи споживання в інших сферах.

Негативні аргументи:

Тоталітарна система не використовує такого фактора розвитку людської цивілізації, як приватна власність на економічні ресурси.

Держава оголосила всіх громадян сумісними власниками, але реальним розпорядником залишився державний апарат.

Централізовано-планова економіка залишає дуже вузькі рамки для вільної господарської ініціативи, виключає або суттєво обмежує підприємництво.

Соціалістичні форми господарювання стримують підвищення продуктивності праці, стимулюють витрати, а не економію. Для підвищення виробничих можливостей залучаються все нові й нові ресурси – до того часу, поки є можливості екстенсивного росту. Потенціал же інтенсивного росту цієї системи дуже обмежений.

Соціальне дармоїдство. В адміністративно-командній економіці оплачується будь-який господарський результат, навіть якщо він не може задовольнити потреби тих, для кого призначений. Соціалістична система – це експлуатація розумних та роботящих дурними та ледачими¹. Поганий результат одних підприємств буде оплачений добрим результатом інших.

У цілому потрібно визнати, що історичний досвід показав обмеженість командної економіки. Масштабне і глибоке державне регулювання знижує ефективність економічної системи, обмежує економічні права людей, не залишає місця для ініціативи.

18.2. Координація економічної діяльності у перехідний період

У кінці 80-х – на початку 90-х років велика група колишніх соціалістичних країн, у яких існувала централізовано-планова економіка, у тому числі й Україна, приступила до вирішення проблеми ринкової трансформації економіки. Почалися економічні реформи, направлені на принципову зміну економічного устрою суспільства, встановлення змішаної економічної системи.

Економічна система змішаного типу зберігає більшість рис, що властиві вільному ринку: широке поширення приватної власності на економічні ресурси, вільне підприємництво, намагання в еконо-

¹ Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 613.

мічній діяльності найкращим чином реалізувати особистий інтерес, функціонування ринкового координаційного механізму.

Разом з тим, з'являються нові властивості співробітництва людей. Їх можна згрупувати у дві групи:

Властивості, пов'язані із змінами у конкуренції. Реалізація багатьох видів товарів здійснюється не в умовах вільної конкуренції, а в обмеженій недосконалій конкуренції. У змішаній економіці домінує саме недосконала конкуренція. Вона може бути представлена одним з трьох видів (див. теми 10, 11, 12):

- а) монополістична конкуренція;
- б) олігополістична конкуренція;
- в) чиста монополія.

Розвитку тенденції обмеження конкуренції сприяє технічний прогрес, поява нових технологій та товарів, що вимагають значних економічних ресурсів, – металургія, автомобілебудування та інші, формуються великі економічні структури, що концентрують виробництво певних товарів.

Властивості, пов'язані з новою економічною роллю держави. Держава розширює свої економічні функції, активно здійснює регулювання економічних процесів. Нова роль держави в економіці продиктована такими обставинами:

- а) ринку потрібен захист від сил, що обмежують конкуренцію;
- б) ринок не може забезпечити достатньої кількості виробництва деяких видів товарів (суспільні блага, товари з позитивним зовнішнім ефектом);
- в) держава допомагає ринку регулювати коливання цін (інфляція і дефляція);
- г) держава також координує проблеми зайнятості та соціального забезпечення деяких верств населення.

Таким чином, змішана економіка – **це така економічна система, в якій регулювання економічних процесів здійснюється як ринком, так і державою без домінування одного з них.**

Економічна система змішаного типу властива більшості країн світу.

Виділимо основні напрями ринкової трансформації економіки України в 90-х роках:

1. Становлення приватного сектора економіки. Вільна конкуренція – одна з головних вимог функціонування ринку. Люди повинні мати можливість вести самостійну, незалежну від держави, господарську діяльність. Тому створення умов для вільного підприємництва, його розвитку є необхідним елементом реформ ринкової орієнтації. В Україні в цей період почали створюватися індивідуальні підприємства, різні господарські товариства, інші недержавні форми економічної діяльності.

2. Реформування державного сектора економіки. Його частка в національному виробництві на початку 90-х років становила приблизно 90 %, тому реформування державного сектора було вирішальним для розвитку всієї економіки. Трансформація цього сектора проходила за такими напрямками:

а) **комерціалізація умов господарської діяльності.** У цьому випадку власником виробничого майна залишалася держава, але умови його використання ставали достатньо вільними, ринковими;

б) **передача державного майна в оренду трудовим колективам.** Держава як власник майна через своїх представників заключала орендний договір з організацією орендаторів, яка складалася з працівників цього підприємства;

в) **приватизація державного майна.** Це найбільш радикальна міра, пов'язана з відчуженням державної власності на користь приватних осіб.

3. Формування інфраструктури ринку. Інфраструктура – це один із найважливіших атрибутів ринку. Її інститути за своїм призначенням повинні сприяти кращому господарському спілкуванню виробника і споживача продукції. До них належать брокерські фірми, комерційні банки, інвестиційні компанії, біржі і т. д.

4. Лібералізація економіки, внесення змін у державне регулювання. Перехід до змішаної економіки вимагає від держави: по-перше, істотного зменшення прямого державного впливу на економічне життя суспільства і, по-друге, оволодіння новими методами регулювання економіки.

Перше завдання, насамперед, включає:

а) **лібералізацію цін,** тобто встановлення цін повинно здійснюватись на ринковій основі, а не державою;

б) **відмова від директивного планування**, планування діяльності підприємств стає їх внутрішньою справою;

в) **відмова від спеціальної системи матеріально-технічного забезпечення підприємств**, вони стають самостійними в питаннях визначення, де, у кого, на яких умовах придбати необхідні їм ресурси.

Другим, більш складним завданням є оволодіння державою новими підходами, методами та інструментами регулювання економіки. Конструювання ринкових реформ включає визначення напрямів і тривалості основних перетворень, методів і послідовності їх здійснення. Відомо дві моделі ринкової трансформації:

а) **модель еволюційного типу** (Китай);

б) **модель радикального типу** (Польща, Чехія, Росія, Україна та ряд інших країн Європи).

Перша модель розрахована на поступовість ринкових перетворень, друга орієнтується на інтенсивність перетворень, їх відносно короткі строки. Вибір моделі залежить від сукупності факторів – політичних, економічних, історичних, що склалися в тій чи іншій країні.

18.3. Трансформування власності. Приватизація

Перехідний стан до ринкової економіки вимагає наявності достатньої для створення конкурентного середовища кількості підприємств різноманітних форм власності: державних, колективних, змішаних, спільних, індивідуальних. Пропорційність між цими всіма формами власності повинна бути такою, щоб забезпечити функціонування ринку. Відносини власності є економічним ґрунтом системи господарювання.

Методологічна спрямованість трансформації відносин власності визначається, насамперед, Основним Законом України – Конституцією, в якій зазначено: “Кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої праці. Право приватної власності набувається в порядку, визначеному законом. Громадяни для задоволення своїх потреб можуть користуватися об’єктами права державної та комунальної власності відповідно до закону”.

В умовах формування ринку вже почалися істотні зрушення у відносинах власності. Вони відбуваються на основі Законів України “Про власність”, “Про форми власності на землю”, Указів Президента про приватизацію і майнові приватизаційні сертифікати та інших відповідних правових актів. У цих документах передбачено перехід від монополії держави на привласнення засобів, результатів виробництва та управління ним до різноманітних форм власності. Цей перехід ґрунтується на самостійності господарювання підприємств і широкому роздержавленні власності та приватизації.

Роздержавлення власності означає перетворення державних підприємств у такі, що засновані на інших недержавних формах власності.

Приватизація – це процес придбання громадянами або підприємствами у власність усіх чи частини акцій (паїв) акціонерних або інших господарських товариств.

В Україні об’єктами масової приватизації стали:

1. Майно державних підприємств.
2. Державний житловий фонд.
3. Державний земельний фонд.

Відчуження державної власності передбачає як продаж об’єктів власності, так і безплатну передачу новим власникам.

Приватизація підприємств властива не лише країнам з перехідними економічними системами, але й розвиненим капіталістичним країнам із змішаною економікою (відомі широкомасштабні приватизаційні заходи в 80–90-х роках у Великобританії, ФРН та інших країнах). Але способи, масштаби, мета приватизації в цих країнах суттєво відрізняються.

В Україні значне місце зайняла безплатна приватизація підприємств. Вона здійснювалася шляхом виділення майна, що приватизувалось, надання права кожному громадянину України отримати приватизаційний майновий сертифікат з рівною для всіх номінальною вартістю та обміняти його на акції (паї) підприємств, що приватизуються.

Приватизація майже всіх середніх і великих підприємств відбулася через їх перетворення в акціонерні товариства з наступним

продажем акцій (на аукціоні в обмін на майнові сертифікати, за гроші, під інвестиційні зобов'язання та на інших умовах).

Невеликі виробничі об'єкти (магазини, кафе, майстерні та інші) приватизувались одним з таких способів:

- викуп трудовим колективом;
- продаж на аукціоні;
- конкурсний продаж.

У країнах з розвиненою змішаною економікою приватизація має такі особливості:

- обмежені масштаби;
- ґрунтується на використанні ринкових (грошових) методів відчуження;
- направлена, перш за все, на оздоровлення державних фінансів, зменшення витрат державного бюджету на утримання неефективних державних підприємств, збільшення дохідної частини його за рахунок продажу капіталу і більших податкових надходжень від “оздоровлених” у приватних руках підприємств.

У країнах з перехідною економікою приватизація має інші параметри. Тут метою приватизації є:

- прискорення розвитку вільного підприємництва;
- розширення приватного сектора в економіці;
- підвищення в майбутньому ефективності використання виробничого майна за рахунок включення вільної економічної ініціативи, високої особистої зацікавленості нових власників в ефективному використанні економічних ресурсів, що їм належать.

18.4. Інституціональні аспекти ринкового господарства

Неоінституціональна теорія намагається дати відповіді на питання:

Чому економічні організації діють у різних формах?

Як повинні співіснувати в сучасній економіці ринкові та ієрархічні принципи організації, адже відомо, що всередині організацій принципи ринкової економіки не діють?

За неоінституціональною теорією, **фірма** – це коаліція власників скооперованих факторів виробництва, пов'язаних між собою

контрактними зобов'язаннями, які направлені передусім на найкраще використання **інтерспецифічних ресурсів** та мінімізацію **транзакційних витрат**¹.

В основу фірми як економічної організації покладено систему контрактів, які укладаються між власниками певних ресурсів. Ресурси ділять на три групи:

1. **Загальні ресурси**, цінність яких не залежить від того, чи знаходяться вони в даній фірмі чи ні.

2. **Специфічні ресурси**, які всередині фірми цінуються вище, ніж за її межами.

3. **Інтерспецифічні ресурси** – взаємодоповнюючі до найбільшого ефекту ресурси, максимальна цінність яких досягається тільки в даній фірмі.

Транзакційні витрати – це витрати у сфері обміну, пов'язані з передачею прав власності. Виділяють такі форми транзакційних витрат:

1. Витрати, пов'язані з пошуком, збиранням, обробкою та аналізом економічної інформації.

2. Витрати, пов'язані з пошуком партнерів, веденням переговорів та укладанням контрактів.

3. Витрати, пов'язані із стандартизацією і контролем виконання вимог стандартів.

4. Витрати, пов'язані із захистом прав власності.

5. Витрати, пов'язані з опортуністською поведінкою партнерів, тобто невиконанням ними контрактних зобов'язань.

Унікальність інтерспецифічних ресурсів та різноманітність транзакційних витрат обумовлюють численність видів сучасних фірм.

Ефективність дії ринкового механізму в основному залежить від волі і бажань людей. У суспільстві відносини між людьми координуються через структуру прав, морально-етичних норм, економі-

¹ Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 181–183.

чних стимулів і т. д. Тобто існує **система інститутів**, які дають змогу людям координувати та структурувати свою діяльність.

Інститути – це формальні і неформальні норми та правила поведінки, що розробляються та встановлюються державою і суспільством.

Інституціональне середовище функціонування економічних суб'єктів в основному визначається **правами власності**.

Права власності – це санкціоновані норми поведінки, що регулюють відносини між людьми з приводу використання ними економічних благ. Ефективність цих норм залежить від панівної в суспільстві форми власності і від структури форм власності (державна, комунальна та приватна), що склалася, та тенденцій її розвитку.

На зміст інституціональної системи впливають також зовнішні ефекти (витрати або вигоди від ринкових операцій, що не отримали відображення в цінах) і громадські блага (блага, споживання яких не можна обмежити лише для осіб, що платять за них).

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте “зрівнялівку” як основну рису соціалізму.
2. Які особливості лінії бюджетного обмеження за зрівняльної форми оплати праці?
3. Проаналізуйте позитивні і негативні сторони централізовано-планової економіки.
4. Охарактеризуйте особливості економічної системи змішаного типу.
5. Назвіть основні напрями ринкової трансформації економіки України.
6. Перечисліть об'єкти та способи масової приватизації.
7. Які особливості приватизації в країнах з розвиненою змішаною економікою та в країнах з перехідною економікою?
8. Охарактеризуйте особливості неоінституціональної теорії.
9. Дайте визначення інтерспецифічних ресурсів та трансакційних витрат.

Основні терміни і поняття

Змішана економіка; зрівнялівка; інститути; інтерспецифічні ресурси; командно-адміністративна економіка; лібералізація економіки; модель еволюційного типу ринкової трансформації; модель радикального типу ринкової трансформації; неоінституціональна теорія; приватизація; ринкова економіка; роздержавлення; трансакційні витрати; централізовано-планова економіка.

Рекомендована література

1. Буніч І. Золото партії: Іст.-публицист. дослід. – К.: А.С.К.; СПб.: Облик, 1997. – С. 5–16.
2. Задоя А.А., Петруня Ю.Е. Основи економіки: Учеб. посібник. – К.: Вища шк., Знання, 1998. – С. 44–57, 79–83.
3. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг.ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 181–190.
4. Основи економічної теорії / С.В. Мочерний, С.А. Єрохін, Л.О. Каніщенко та ін. / За ред. С.В. Мочерного. – К.: ВЦ “Академія”, 1997. – С. 109–130.
5. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: Підручник / Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко, Л.О. Каніщенко та ін. / За ред. Г.Н. Климка, В.П. Нестеренка. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Вища шк., Знання, 1997. – С. 450–469.
6. Шумпетер Й.А. Капіталізм, соціалізм і демократія. – К.: Основи, 1995. – С. 15–25.
7. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – С. 606–629.

ЛІТЕРАТУРА

1. Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – К.: Четверта хвиля, 1997. – 248 с.
2. Буніч І. Золото партії: Іст.-публицист. дослід. – К.: А.С.К.; СПб.: Облик, 1997. – 352 с.
3. Гальперин В.М., Ігнат'єв С.М., Моргунов В.І. Мікроекономіка: В 2-х т. / Общ. ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Економічна школа, 1999. – Т. 1. – 349 с.
4. Гальперин В.М., Ігнат'єв С.М., Моргунов В.І. Мікроекономіка: В 2-х т. / Общ. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Економічна школа, 1999. – Т. 2. – 498 с.
5. Гамільтон Джонатан. Методичний посібник до “Мікроекономіки” Роберта С. Піндайка та Деніела Л. Рубінфелда: Пер. з англ. А. Олійник та Р. Скільський. – К.: Основи, 1996. – 223 с.
6. Задоя А.А., Петруня Ю.Е. Основы экономики: Учеб. пособие. – К.: Вища шк., Знання, 1998. – 478 с.
7. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій. – К.: Т-во “Знання”, 2000. – 176 с.
8. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка. – К.: Четверта хвиля, 1997. – 208 с.
9. Лисовицький В.Н. Мікроекономіка: Учеб. пособие для эконом. специальностей вузов. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – 160 с.
10. Наливайко А.П., Євдокимова Н.М., Задорожна Н.В. Мікроекономіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 1999. – 208 с.
11. Основы економічної теорії / С.В. Мочерний, С.А. Єрохін, Л.О. Каніщенко та ін. / За ред. С.В. Мочерного. – К.: ВЦ “Академія”, 1997. – 464 с.
12. Основы економічної теорії: політекономічний аспект: Підручник / Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко, Л.О. Каніщенко та ін. / За ред. Г.Н. Климка, В.П. Нестеренка. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Вища шк., Знання, 1997. – 743 с.

13. Піндайк Роберт С., Рубінфелд Деніел Л. Мікроекономіка: Пер. з англ. А. Олійник та Р. Скільський. – К.: Основи, 1996. – 646 с.
14. Шумпетер Й.А. Капіталізм, соціалізм і демократія. К.: Основи, 1995. – 528 с.
15. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки. – К.: Товариство “Знання”, 1998. – 714 с.

Андрій Васильович Лісовий

МІКРОЕКОНОМІКА

Курс лекцій

Відповідальний редактор	<i>Касьяненко Л.М.</i>
Літературний редактор	<i>Левченко Н.П.</i>
Технічний редактор	<i>Писанко О.С.</i>
Коректор	<i>Сапсай В.К.</i>

Здано до друку 05.12.2001. Формат 84 x 108 ¹/₃₂.
Папір офсетний № 1. Гарнітура “Times”.
Ум.-друк. арк. 7,5. Друк. арк. 8,1. Наклад 1000 прим.

Підготовлено до друку Видавничим центром
Академії державної податкової служби України

Віддруковано у друкарні Академії ДПС України
08201, вул. К. Маркса, 31, м. Ірпінь Київської області.

Лісовий А.В.

**Мікроекономіка: Курс лекцій. – Ірпінь: Академія ДПС України,
2002. – 200 с.**

ISBN 966-7257-69-X