

КРАСНОЛИМАНСЬКИЙ ЗАОЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра „Соціально-гуманітарні дисципліни”

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

Харків 2012

Економічна теорія: Конспект лекцій. – Харків: УкрДАЗТ,
2012. - 84 с.

Даний конспект лекцій містить десять тем, в яких у стислій формі, у логічній послідовності розкриваються основні проблеми та базові поняття економічної теорії. Автори ставили собі за мету у стислій формі викласти основні проблеми та базові поняття економічної теорії. У кожній темі розкриваються найбільш складні питання курсу.

Рекомендується для студентів технічних спеціальностей заочної форми навчання.

Іл. 39, бібліогр.: 7 назв.

Конспект лекцій розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри соціально-гуманітарних дисциплін 24 грудня 2011 р., протокол № 4.

Укладачі:

доценти О.І. Фролов,
М.В. Косич,
В.І. Павлов,
А.Я. Сенченко,
старші викладачі І.Б. Абрамська,
О.А. Єрмоленко,
Л.В. Сєнова,
асист. С.М. Столова

Рецензент

проф. М.Д. Жердев

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

Відповідальний за випуск Фролов О.І.

Редактор Решетилова В.В.

Підписано до друку 02.03.11 р.

Формат паперу 60x84 1/16 . Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 2,5. Тираж 100. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту
61050, Харків - 50, майдан Фейєрбаха, 7

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

Українська державна академія залізничного транспорту

КРАСНОЛИМАНСКИЙ ЗАОЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Фролов О. І., Абрамська І. Б., Єрмоленко О. А., Косич М. В.,
Павлов В. І., Сменова Л. В., Столова С. М.**

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з дисципліни**

«ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ»

Харків - 2011

Економічна теорія: Конспект лекцій. – Харків: УкрДАЗТ,
2012. - 84 с.

Даний конспект лекцій містить десять тем, в яких у стислій формі, у логічній послідовності розкриваються основні проблеми та базові поняття економічної теорії. Автори ставили собі за мету у стислій формі викласти основні проблеми та базові поняття економічної теорії. У кожній темі розкриваються найбільш складні питання курсу.

Рекомендується для студентів технічних спеціальностей заочної форми навчання.

Іл. 39, бібліогр.:7 назв.

Конспект лекцій розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри соціально - гуманітарних дисциплін 2011 р., протокол №.

Укладачі:

доценти О.І. Фролов,
О.А. Єрмоленко,
М.В. Косич,
В.І. Павлов,
А.Я. Сенченко,
старші викладачі І.Б. Абрамська,
Л.В. Смінова,
С.М. Столова

Рецензент
проф. Жердєв М.Д.

ЗМІСТ

Вступ	4
Лекція 1. Предмет і метод економічної теорії	4
Лекція 2. Відносини власності і їх роль в економічній системі	10
Лекція 3. Загальне поняття ринку	15
Лекція 4. Попит і пропонування в ринковій економіці	19
Лекція 5. Споживацька поведінка	30
Лекція 6. Витрати виробництва	43
Лекція 7. Особливості формування витрат і прибутку в умовах неконкурентних ринків	57
Лекція 8. Основні макроекономічні показники	62
Лекція 9. Сукупний попит і сукупне пропонування в системі макроекономіки	67
Лекція 10. Макроекономічна нестабільність: інфляція і безробіття	72
Список літератури	82

ВСТУП

Предметом економічної теорії є вивчення економічних закономірностей розвитку суспільного виробництва, обґрунтування вибору господарюючими суб'єктами засобів оптимального використання обмежених ресурсів з метою задоволення потреб як індивідуума, так і суспільства.

У результаті вивчення цієї дисципліни фахівець повинний знати сутність економічних категорій, особливості економічного розвитку України в умовах ринкової трансформації з урахуванням світового досвіду, основи економічного механізму функціонування різних типів ринку та ринкових структур, уміти використовувати отримані знання для вирішення практичних завдань, що виникають в життєдіяльності як окремих господарств, так і суспільства в цілому.

Структура запропонованого конспекту лекцій побудована таким чином, щоб дати системний розгляд основних економіко-теоретичних знань.

Лекція 1

ПРЕДМЕТ І МЕТОД ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

План

- 1.1 Предмет економічної теорії.
- 1.2 Методи дослідження економічних явищ.
- 1.3 Функції економічної теорії.

1.1 Предмет економічної теорії

Необхідність задовольняти свої потреби спонукає людей до трудової діяльності.

Трудова діяльність – взаємодія суб'єктів з метою пристосування довкілля для задоволення своїх потреб. Вона є *об'єктом вивчення економічної теорії*.

Завдання економічної теорії полягає в тому, щоб з'ясувати закономірності поведінки людей в процесі суспільного

виробництва, тобто в процесі безпосередньо виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ.

Основна проблема, яка при цьому виникає, полягає в тому, що матеріальні потреби суспільства практично безмежні, а ресурси (природні, трудові, капітальні, підприємницькі), за допомогою яких вони можуть бути задоволені, обмежені і дефіцитні.

Під обмеженістю економічних ресурсів слід розуміти не лише можливість їх абсолютного вичерпання, але і просто їх кількісну визначеність, тобто наявність їх величини в даний момент в цьому місці.

Дефіцитність ресурсів обумовлює і обмеженість випуску кінцевого продукту. Отже, суспільство не може споживати стільки, скільки хоче. Воно постійно стикається з вибором: яку кількість і якого продукту зробити. При повному використанні готівкових ресурсів збільшення випуску одного продукту можливе лише за рахунок скорочення виробництва якого-небудь іншого.

В процесі вибору виникає поняття альтернативної вартості. *Альтернативна вартість* – це ті втрати, які несе суспільство або окремих підприємець при прийнятті іншого економічного рішення.

Цей альтернативний вибір може бути поданий графічно у вигляді кривої виробничих можливостей (рисунок 1.1).

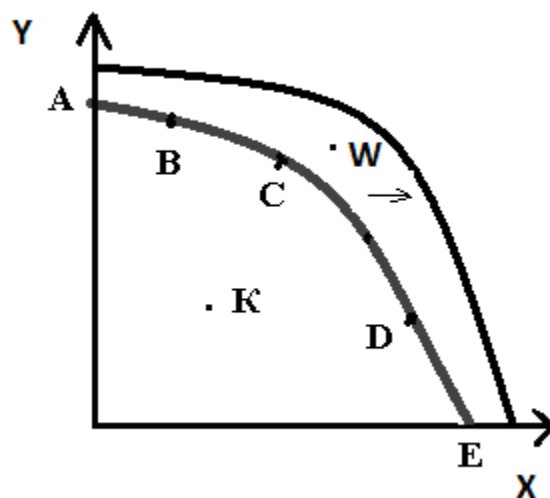


Рисунок 1.1 – Крива виробничих можливостей

Відкладаючи по горизонтальній осі X виробництво олії, а по вертикальній осі Y виробництво верстатів, отримаємо ряд точок, що виражають різні комбінації виробництва цих двох продуктів при максимумі їх випуску. Крива, що сполучає ці точки, називається *кривою виробничих можливостей (КВМ)*. Вона є своєрідною межею максимально можливого використання готівкових ресурсів.

За межами КВМ виробництво стає неможливим, оскільки будь-яка комбінація, що виходить за рамки обмеженої нею області (наприклад, точка W), перевищує ресурсні і технологічні можливості суспільства. Якщо ж обрана комбінація виявиться нижче межі виробничих можливостей (наприклад, точка K), це означатиме недовикористання наявних ресурсів. При цьому слід враховувати, що сама крива виробничих можливостей рухлива і може переміщатися. Зрушення КВМ управо, що відбувається в результаті розширення пропонування ресурсів і під впливом науково-технічного прогресу, означає економічне зростання (рисунок 1.1).

Стикаючись з проблемами вибору, суспільство постійно повинне вирішувати, *що, як і скільки* виробляти і як розподіляти зроблене, щоб максимально задовольнити потреби своїх членів. *Способом вирішення цих завдань і займається економічна теорія.*

Отже, предметом економічної теорії є вивчення закономірностей розвитку суспільного виробництва і обґрунтування вибору господарюючими суб'єктами способів оптимального використання обмежених ресурсів з метою задоволення зростаючих потреб індивідів і суспільства.

Щоб виконати свої завдання, економічна наука повинна не просто реєструвати наявність якихось господарських явищ і фактів, а систематизувати їх, аналізувати і узагальнювати. При цьому, в першу чергу, необхідно встановити наявність зв'язків між економічними явищами, їх взаємозалежність і взаємообумовленість.

Важливо визначити характер економічного зв'язку, оскільки це найбезпосереднішим чином впливає на правильність оцінки ситуації. Найбільш глибокими і істотними є *причинно-наслідкові* зв'язки, коли одне явище виступає як причина виникнення

іншого. Виявлення і пізнання цього типу зв'язків – основне завдання економічного аналізу. Складність, проте, полягає в тому, що далеко не усі зв'язки в економічному житті причинно-наслідкові. Якщо одна подія передує іншій, це не означає, що вона є його причиною. Між ними може взагалі не бути ніякого зв'язку, або існувати кореляційний зв'язок, що означає, що два явища пов'язані між собою в певній послідовності, але нічого що не говорить про їх причинну залежність.

Якщо ж в результаті економічного аналізу вдалося виявити міцні причинно-наслідкові зв'язки, то з'являються підстави говорити про наявність *закономірності*, тобто про підлеглість процесів, що відбуваються, дії економічних законів. Під *економічним законом* розуміється істотний, стійкий, постійно такий, що повторюється, причинно-наслідковий зв'язок між економічними процесами (явищами), що виявляється як об'єктивна необхідність.

Економічні закони, як і закони природи, об'єктивні (тобто вони діють незалежно від волі і свідомості людей). Але, на відміну від законів природи, вони діють тільки в суспільстві і виявляються лише при дотриманні певних умов.

З точки зору об'єкта дослідження економічну теорію можна розділити на мікро- і макроекономіку.

Мікроекономіка вивчає дію економічних законів на рівні окремої фірми (підприємства), галузі.

Макроекономіка вивчає економічні закони, що діють на рівні усієї національної економіки.

1.2 Методи дослідження економічних явищ

Завдання економічного аналізу – узагальнювати факти, встановлювати існуючі між ними причинно-наслідкові зв'язки. Особливості об'єкта, який вивчає економічна наука, і своєрідність прояву закономірностей в цій галузі обумовлюють і особливості методів економічного аналізу.

Основні методи економічного аналізу:

1 Засадничим методом дослідження в економіці є *наукова абстракція*, тобто розумова операція з вичленення найбільш

суттєвого в об'єкті, що вивчається, і відвернення від несуттєвого і другорядного.

2 Найбільш поширеним способом застосування цього методу є *моделювання*. Воно є дослідженням економічних систем шляхом створення їх абстрактного образу – моделей. Економічна модель дає спрощене, схематичне відображення основних рис описуваних явищ і процесів і тому не може повністю відповідати модельованому об'єкту.

3 Метод *індукції* – аналіз розгортається від частки до загального, від розгляду окремих фактів до їх узагальнення і формування теоретичних принципів.

4 Метод *дедукції* – рух від загального до окремого: спочатку відбувається формування теоретичного положення виходячи із вже відомого, а потім це положення підтверджується фактами.

5 *Статистичний аналіз* – більшість економічних явищ має кількісні характеристики, і за допомогою статистичних вимірів можна виявляти наявність залежностей і кореляційних зв'язків. Важливість статистичного аналізу полягає в тому, що досліджуються масові явища, в яких, згідно із законом великих чисел, взаємопогашаються випадкові відхилення від основної лінії розвитку і закономірність виявляється виразніше.

6 *Експеримент* – метод пізнання, за допомогою якого в контрольованих і керованих умовах досліджуються явища дійсності.

Експеримент широко використовується в природних науках. У економічному дослідженні застосування цього методу ускладнене, оскільки в суспільстві важко створити штучні умови і за бажанням експериментатора змінювати їх, адже кожна людина має свідомість, волю і її важко змусити діяти, так або інакше.

1.3 Функції економічної теорії

1 *Пізнавальна*

Пізнавальна функція полягає в тому, що суб'єкти ринкових стосунків, вивчаючи закономірності економічного життя, пізнають їх внутрішню, глибинну суть і на цій основі можуть будувати свою поведінку на раціональній основі, щоб не

уподібнитися «глухому, що намагається оцінити оркестр». В цілому ж для науки це означає вийти у своїх дослідженнях на рівень закону, що відбиває найбільш глибинні, сутнісні, міцні, сталі зв'язки і залежності між процесами і явищами.

Економічна теорія здобуває знання, систематизує їх, розкриває закономірності економічних процесів (явищ).

2 Практична

Практична функція полягає у виробленні економічною теорією наукових рекомендацій для проведення ефективної економічної політики, обґрунтуванні способів оптимального використання обмежених ресурсів з метою підвищення життєвого рівня населення країни.

Практичність економічної теорії полягає в тому, наскільки адекватно відбиті нею об'єктивні закономірності і тенденції економічного розвитку.

3 Методологічна

Економічна теорія є початковою базою для комплексу економічних дисциплін (галузевих, допоміжних, функціональних), які у свою чергу поставляють їй фактичний матеріал для економічного аналізу.

4 Прогностична

Прогностична функція припускає розроблення науково-обґрунтованих прогнозів, показників соціально-економічного розвитку національної економіки, які мають бути досягнуті в майбутньому при проведенні певної економічної політики.

Питання для перевірки знань

- 1 У чому полягає основна проблема макроекономіки?
- 2 Що демонструє крива виробничих можливостей?
- 3 Що вивчає економічна теорія?
- 4 Які методи використовує економічна теорія при вивченні економічної дійсності?
- 5 Які функції виконує економічна наука?

Лекція 2

ВІДНОСИНИ ВЛАСНОСТІ І ЇХ РОЛЬ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

План

- 2.1 Економічна система: поняття, структура, типи.
- 2.2 Власність і її місце в економічній системі суспільства.
- 2.3 Форми і види власності.
- 2.4 Проблеми роздержавлення і приватизації в Україні.

2.1 Економічна система: поняття, структура, типи

Економічна система – це спосіб організації економічного життя суспільства.

Економічні системи відрізняються одна від одної з точки зору :

- 1 Відносин власності на засоби виробництва.
- 2 Способів вирішення основних економічних проблем: що, як і для кого виробляти?
- 3 Способів досягнення основних соціальних цілей системи (економічна свобода, економічна справедливість, економічна ефективність, економічна безпека, економічне зростання).
- 4 Способів узгодження відносин між економічними суб'єктами.

Структура економічної системи:

- 1 Соціально-економічні відносини. У їх основі лежать відносини власності на засоби виробництва.
- 2 Господарський механізм – це спосіб регулювання економічної діяльності на макрорівні.
- 3 Конкретні економічні зв'язки між господарюючими суб'єктами.

Основні типи економічних систем:

- 1 **Традиційна.** Діє в слаборозвинених країнах. Заснована на традиціях, які передаються з покоління в покоління. Традиції визначають, які товари, як і для кого виробляти. Економічні ролі індивідів визначаються спадковістю і кастовою приналежністю.

Науково-технічний прогрес проникає в такі системи важко, оскільки він вступає в протиріччя з традиціями. Панує натуральне господарство.

2 Командна (командно-адміністративна):

а) усі рішення з основних економічних проблем приймає держава;

б) усі ресурси є власністю держави;

в) централізоване директивне планування охоплює усі рівні народного господарства;

г) розподіл ресурсів здійснюється на основі довготривалих пріоритетів;

д) відсутність конкуренції призводить до низького рівня продуктивності праці і якості продукції;

е) гарантоване зрівняльне забезпечення низького рівня життя населення.

3 Ринкова. Усі відповіді на основні економічні проблеми дають ринок, ціни, прибуток і збитки.

4 Змішана:

а) широка участь держави в забезпеченні економічної стабільності і перерозподілі доходів;

б) розвинене індикативне (рекомендаційне) планування, координація діяльності уряду і приватного сектора;

в) держава відіграє важливу роль в затвердженні правил економічної гри, регулюванні бізнесу, розвитку освіти і науки.

2.2 Власність і її місце в економічній системі суспільства

Власність можна розглядати як юридичну і як економічну категорії.

Як юридична категорія вона розглядається системою правових наук і закріплюється в законодавчих актах.

Власність як економічна категорія - це система стосунків між людьми з приводу привласнення предметів природи і результатів праці (передусім засобів виробництва).

Власність як економічна категорія розглядається з наступних позицій:

- 1 Хто реально виступає власником засобів виробництва і привласнює доход від об'єктів власності.
- 2 Хто приймає економічні рішення відносно функціонування об'єктів власності.
- 3 Яка система економічних інтересів формується на основі існуючих стосунків власності.
- 4 Як складаються економічні стосунки між власником засобів виробництва і найнятим робітником.
- 5 Як відносини власності впливають на процеси виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ.

Власність на засоби виробництва є основою економічної системи. Відмітимо, що економічна система включає суспільне виробництво як ціле, тобто увесь спосіб виробництва. Поняття «економічна система» використовується, передусім, для позначення сукупності об'єктивних виробничих відносин. Оскільки виробничі відносини дуже різноманітні, то економічна система визначається, передусім, пануючими в даних конкретних історичних умовах специфічними виробничими відносинами. Таким вузловим елементом є власність на засоби виробництва.

По-перше, відносини власності на засоби виробництва проявляються, розгортаються в усій системі виробничих відносин.

По-друге, відносини власності пронизують усі фази відтворення (і розподіл, і обмін, і споживання).

По-третє, на основі відносин власності формується соціально-класова структура суспільства.

2.3 Форми і види власності

Власність функціонує в особливих формах. Згідно із Законом України «Про власність», основні з них – індивідуальна (особиста), колективна, державна.

Індивідуальна – власність окремої особи, яка на власний розсуд володіє, користується, розпоряджається майном, що належить їй.

Об'єкти індивідуальної власності можуть використовуватися у сфері виробництва і в особистому споживанні. Якщо індивідуальна власність функціонує у сфері виробництва товарів і послуг, то її називають *приватною власністю*.

Колективна власність виникає на основі добровільного об'єднання майна і грошових коштів для досягнення спільних цілей (наприклад, житлово-будівельний кооператив).

Суб'єктом *державної власності* виступає держава (наприклад, Верховна Рада, місцеві ради народних депутатів, Фонд державного майна).

Існує два види державної власності: *загальнодержавна і комунальна (муніципальна)*.

Об'єктами *загальнодержавної власності* є, наприклад: майно Верховної Ради і її органів, Єдина енергетична система, загальнодержавні системи зв'язку, транспорту, інформації.

Об'єктами *комунальної (муніципальної) власності* є, наприклад, майно місцевих рад, навчальних закладів, установ культури і охорони здоров'я.

Взаємодія вищерозглянутих форм власності породжує так звані змішані (похідні) форми власності.

2.4 Проблеми роздержавлення і приватизації в Україні

Державна форма власності довгий час була домінуючою в економічній системі України. В процесі переходу до ринкової економіки відносини власності змінювалися на основі процесів роздержавлення і приватизації.

Основною проблемою економічних реформ в Україні є роздержавлення власності і формування реального плюралізму господарських суб'єктів, що забезпечують конкурентне середовище і, отже, ефективність економіки.

Роздержавлення – це перетворення державних підприємств в підприємства інших форм власності.

Приватизація – це процес переходу від державної до різних форм приватної власності.

Основні цілі приватизації в Україні:

- 1 Зміна відносин власності на засоби виробництва, їх якісне відтворення і ефективне використання.
- 2 Утворення верстви недержавних власників як основи багатуукладної, соціально орієнтованої економіки.
- 3 Розвиток конкуренції і обмеження монополізму.
- 4 Структурна перебудова економіки і її стабілізація.
- 5 Залучення в країну іноземних інвестицій.

Особливе значення приватизації полягає у створенні інфраструктури і сфери ринкових послуг як необхідних елементів розвиненого ринку. Вони включають дворівневу банківську систему з розгалуженою мережею комерційних банків, що обслуговують усі сфери економіки, систему страхових і інвестиційних компаній, бірж, консультаційних і торгових центрів, аудиторські фірми і так далі.

Основні способи приватизації в Україні:

- 1 Акціонування підприємств на основі продажу їх акцій за приватизаційні і компенсаційні сертифікати.
- 2 Продаж підприємств за конкурсом або на аукціоні.
- 3 Перетворення орендних підприємств в акціонерні товариства на основі їх викупу.

Кінець кінцем, приватизація власності забезпечує створення необхідних умов для формування ринкового середовища, за допомогою ліквідації монополії однієї форми власності (неважливо, якої – приватної, колективної або державної), без якої ринок неможливий.

Питання для перевірки знань

- 1 Чим відрізняються між собою основні типи економічних систем?
- 2 Що таке власність?
- 3 Назвіть основні форми та види власності?
- 4 У чому полягає основний зміст приватизації?

Лекція 3

ЗАГАЛЬНЕ ПОНЯТТЯ РИНКУ

План

3.1 Ринок, його суть, основні принципи.

3.2 Функції ринку і його структура.

3.1. Ринок, його суть, основні принципи

Ринок – сукупність економічних відносин, що складаються між продавцями і покупцями з приводу обміну (купівлі-продажу) товарів і послуг, організованого за законами товарного обігу (закон вартості, закон попиту, закон пропонування).

Суб'єктами ринкових відносин є учасники ринкових угод, угод купівлі-продажу. Це, по-перше, покупці, продавці, підприємці та інші фізичні особи. По-друге, юридичні особи, до яких відносяться різного роду підприємства і об'єднання, організації, асоціації, кооперативи, акціонерні товариства, фірми, держава.

Об'єкти ринкових відносин – це усе те, з приводу чого виникають стосунки купівлі-продажу. Сюди відносяться матеріальні і нематеріальні блага і послуги, чинники виробництва – засоби виробництва, робоча сила, капітали (фонди), технічні нововведення і ідеї.

Основні принципи ринкової економіки :

- *принцип свободи економічної, господарської діяльності:* будь-який економічний суб'єкт має можливість у рамках дотримання законності реалізувати свої можливості (потенціал), відкривати або закривати свою справу;

- *принцип панування споживача, його верховенство над виробником.* Цей принцип діє тільки в розвиненій ринковій економіці з насиченим товарним ринком, в якій існує конкурентна боротьба між виробниками за споживача (покупця);

- *принцип ринкового вільного ціноутворення:* ринкова ціна встановлюється відповідно до попиту і пропонування товарів;

- *принцип конкуренції*. Конкуренція – суперництво між суб'єктами ринку за кращі умови виробництва, купівлі і продажу товарів і послуг. Буває досконалою і недосконалою;

- *принцип відкритості економіки*: свобода підприємництва поширюється на зовнішньоекономічні зв'язки. Будь-яка фірма може здійснити зовнішньоекономічні операції при дотриманні певних умов і обмежень.

Ринковий механізм – форма організації господарства, при якій споживачі і виробники, взаємодіючи один з одним шляхом попиту і пропонування, вирішують три основні проблеми економіки :

- що виробляти?
- як виробляти?
- для кого виробляти?

При вирішенні цих проблем виробники і споживачі визначаються в цінах і обсягах виробництва.

1 Що виробляти?

Це проблема структури продукції, яка виробляється. Вирішується вона шляхом голосування грошима покупця при виборі того або іншого товару.

2 Як виробляти?

Це проблема технології і методів виробництва. Вирішується вона на основі вибору виробником найбільш досконалих, ефективних і економічних методів виробництва і технологій з метою виграти конкуренцію шляхом здешевлення продукції і підвищення її якості.

3 Для кого виробляти?

Товари виробляються для тих, хто може їх придбати.

3.2 Функції ринку і його структура

Під функціями ринку мається на увазі його роль в реалізації економічних цілей суспільства.

Ринок чинить величезну дію на усі сторони господарського життя, виконуючи ряд істотних функцій.

Функції ринку:

1 *Регулювальна функція* – ринок розподіляє і перерозподіляє ресурси відповідно до структури попиту, визначаючи тим самим і структуру виробництва.

2 *Стимулююча функція* – ринок стимулює впровадження досягнень науково-технічного прогресу, зниження витрат на виробництво продукції, високопродуктивну працю, підвищення якості товарів і послуг, розширення їх асортименту.

3 *Посередницька функція* полягає в тому, що ринок забезпечує функціонування зворотних зв'язків між виробниками і споживачами. У нормальній ринковій економіці з досить розвиненою конкуренцією споживач має можливість вибору оптимального постачальника продукції. В той же час продавцеві надається можливість вибирати найбільш відповідного покупця.

4 *Інформаційна функція* – ринок виявляє суспільні потреби і відповідність їм обсягу і структури виробництва продукції.

5 *Санірувальна функція* – ринок звільняє економіку від економічно слабких, нежиттєздатних господарюючих суб'єктів, заохочуючи розвиток ефективних, заповзятливих, перспективних фірм.

Структура ринку

1 Функціональна структура ринку:

Єдиний ринок ділиться на такі ринки:

1) товарний:

- а) ринок засобів виробництва;
- б) ринок предметів споживання;
- в) ринок житла;
- г) ринок науково-технічної інформації і інтелектуального продукту;

2) фінансовий:

- а) ринок цінних паперів;
- б) ринок капіталів;
- в) ринок кредитів;
- г) валютний і грошовий ринки;

3) ринок робочої сили (праці).

2 Територіальна структура ринку:

- а) місцевий ринок;
- б) регіональний ринок;
- в) національний (внутрішній) ринок;
- г) світовий (зовнішній) ринок.

3 За ступенем обмеження конкуренції виділяється:

- а) *ринок досконалої конкуренції*. На нім діє безліч продавців і покупців одного і того ж продукту;
- б) *чиста монополія*. Це ринок, на якому один виробник якого-небудь продукту протистоїть численним покупцям;
- в) *ринок монополістичної конкуренції* – припускає велику кількість продавців, що пропонують численним покупцям диференційовану продукцію;
- г) *олігопольний ринок* – складається з невеликої кількості великих фірм, що продають диференційовану або однорідну продукцію великій кількості покупців.

4 Відповідно до чинного законодавства розрізняють:

- а) *легальний (офіційний) ринок*;
- б) *нелегальний (тіньовий ринок)*.

5 За мірою насиченості виділяють:

- а) *рівноважний ринок*, в якому попит і пропонування приблизно збігаються;
- б) *дефіцитний ринок*, де попит перевищує пропонування;
- в) *надмірний ринок*, коли пропонування перевищує попит.

Питання для перевірки знань

- 1 Що таке ринок?
- 2 Назвіть основні принципи функціонування ринкової економіки?
- 3 Які три основні питання стоять перед будь-якою економічною системою?
- 4 Які функції виконує ринок?
- 5 Перерахуйте різні типи ринків за різними критеріями?

Лекція 4

ПОПИТ І ПРОПОНУВАННЯ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

План

- 4.1 Закон попиту, еластичність попиту.
- 4.2 Закон пропонування, еластичність пропонування.
- 4.3 Взаємодія закону попиту і закону пропонування. Ціна рівноваги.

4.1 Закон попиту, еластичність попиту

Попит (D) – потреба в товарах або послугах, яка забезпечена грошима (виражена в грошовій формі).

Кількість попиту – той обсяг товарів або послуг, який споживач хоче і може купити за цією ціною.

Закон попиту – величина попиту на товари або послуги (рисунок 4.1) зростає у міру зниження ціни і падає у міру її зростання (чим вище ціна, тим менше купують товари)

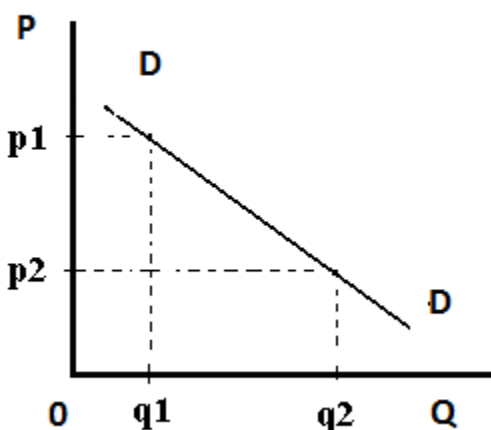


Рисунок 4.1 – Закон попиту

Закон попиту відбиває також процес убування попиту у міру задоволення потреб покупця, бо відповідно до принципу спадної корисності кожна подальша купівля ідентичного товару принесе споживачеві меншу вигоду, ніж попередня.

Рух уздовж кривої $D - D$ в той або інший бік означає зміни ціни (за інших рівних умов). Отже, в даному випадку попит – функція ціни.

$$D = F(P).$$

Попит може по-різному реагувати на зміну ціни. Ця реакція описується поняттям «*цінова еластичність попиту*». Під *цінковою еластичністю попиту* розуміється міра зміни попиту залежно від зміни ціни.

Кількісно цінова еластичність попиту виражається за допомогою *коефіцієнта цінової еластичності попиту*

$$E_d = \frac{\text{відсоткова зміна кількості продукції, яку запитують}}{\text{відсоткова зміна ціни}}$$

Можливі такі випадки:

1) $E_{d/p} > 1$ – попит активно реагує на зміну ціни і змінюється більшою мірою, ніж ціна. Такий попит називається *еластичним* (рисунок 4.2)

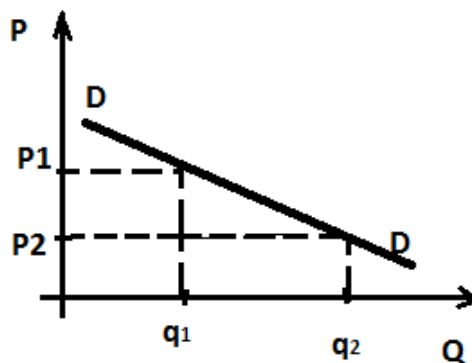


Рисунок 4.2 – Еластичний попит

2) $E_{d/p} < 1$. В цьому випадку попит слабо реагує на зміну ціни і змінюється у меншій мірі, ніж ціна (рисунок 4.3). Такий попит називається *нееластичним (жорстким)*.

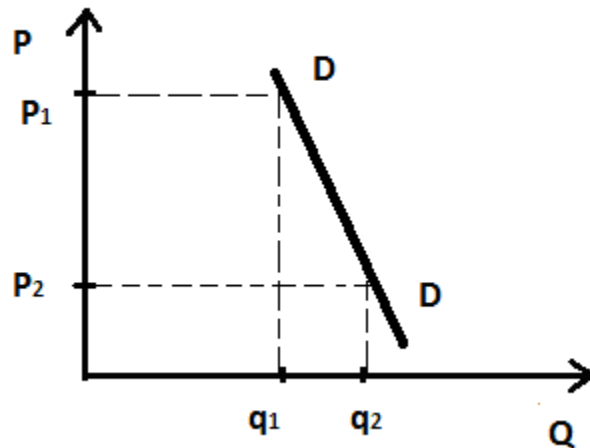


Рисунок 4.3 – Нееластичний попит

3) $Ed_p = 1$, відносна зміна попиту дорівнює відносній зміні ціни – такий попит називається *одиничним* (рисунок 4.4)

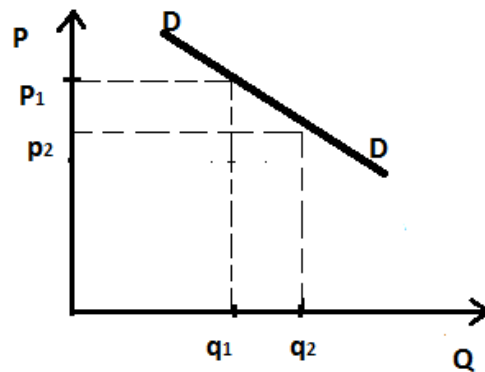


Рисунок 4.4 – Попит одиничної еластичності

4) Якщо зміна ціни не призводить до якої-небудь зміни кількості попиту, то такий попит є абсолютно нееластичним (рисунок 4.5).

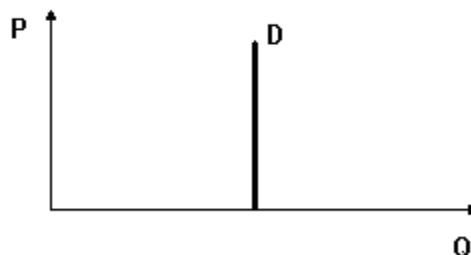


Рисунок 4.5 – Абсолютно нееластичний попит

5) Якщо найменше пониження ціни стимулює покупців збільшувати купівлю від нуля до межі своїх можливостей, то такий попит є абсолютно еластичним (рисунок 4.6).

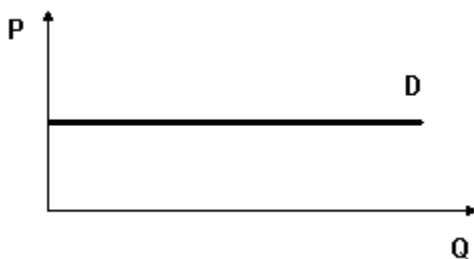


Рисунок 4.6 – Абсолютно еластичний попит

Існує закономірність: при більш високих цінах попит скорочується і стає жорсткіше, при нижчих – збільшується і стає еластичним.

З урахуванням цінової еластичності попиту закон попиту графічно можна подати у вигляді кривої попиту (рисунок 4.7).

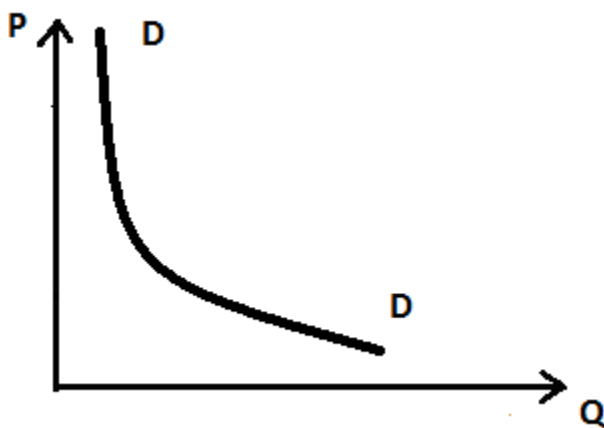


Рисунок 4.7 – Крива попиту

Чинники цінової еластичності попиту:

- *замінюваність (наявність товарів-субститутів)* – чим більше добрих замінників цього товару знаходиться на ринку, тим еластичніше буде попит на цей товар. Попит на товар, що не має замінника, – нееластичний;

- *питома вага ціни товару в доході споживача* – чим більше місця займає ціна товару в доході споживача, тим еластичніше

буде попит на нього. (Питома вага вартості ручки в доході споживача невелика, а питома вага ціни телевізора велика, тому, коли підвищиться ціна на те й інше на 1 %, то на ручку попит істотно не зменшиться, а на телевізор зменшиться);

- *предмети розкоші або предмети першої необхідності* (попит на предмети розкоші – еластичний, на предмети першої необхідності – нееластичний);

- *чинник часу* – попит на продукт тим еластичніше, чим довше період часу для прийняття рішення споживачем про його купівлю.

Попит може реагувати не лише на зміну ціни, але і на зміну доходу споживача. Така реакція попиту описується поняттям «еластичність попиту за доходом», яка кількісно показується коефіцієнтом еластичності попиту за доходом.

$$E_{di} = \frac{\text{відсоткова зміна кількості запитуваної продукції}}{\text{відсоткова зміна доходу}}$$
$$= \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} : \frac{Y_2 - Y_1}{Y_2 + Y_1}$$

де Y_1 – первинний дохід;

Y_2 – дохід, що змінився.

Для більшості товарів E_{di} має позитивне значення. При цьому товари повсякденного попиту (наприклад, хліб), як правило, мають малу позитивну еластичність за доходом, оскільки вони потрібні в повсякденному житті і мають досить високу якість, щоб бути незамінними.

Предмети розкоші і дорогі товари тривалого користування мають високу еластичність за доходом, оскільки з ростом добробуту їх купують все більше.

Товари низької якості, використовувані з необхідності, мають негативну еластичність за доходом, оскільки з ростом доходу вони виключаються із споживання і замінюються якіснішими і дорожчими.

Під перехресною (взаємною) еластичністю попиту розуміється вплив зміни ціни одного товару (наприклад, Y) на обсяг попиту на інший товар (X):

$$E_{xy} = \frac{\text{відсоткова зміна кількості запитаного продукту } X}{\text{відсоткова зміна продукту } Y}$$

Для товарів, які замінюють один одного в споживанні, коефіцієнт E_{xy} позитивний, для товарів, які доповнюють один одного в споживанні, – негативний.

Наприклад, взаємна еластичність лимонаду (x) і мінеральної води (y) дорівнює 0,3. Це означає, що якщо ціна мінеральної води збільшилася на 10 %, то обсяг попиту на лимонад збільшиться на 3 %.

Чим більше позитивний коефіцієнт, тим більше міра змінюваності двох цих товарів.

4.2 Закон пропонування, еластичність пропонування

Пропонування – це загальна кількість товарів, яка знаходиться на ринку або може бути доставлена на нього залежно від ціни.

Закон пропонування фіксує залежність величини пропонування від ціни. На відміну від попиту залежність ця пряма: чим вище ціна, тим вище обсяг пропонування (рисунок 4.8).

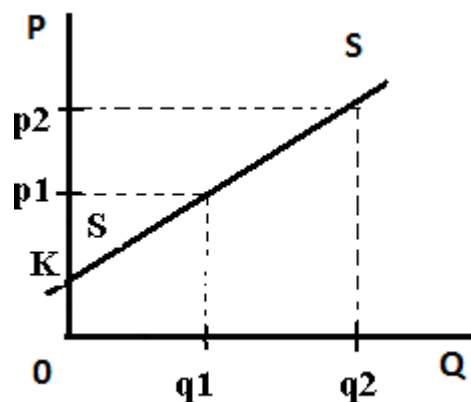


Рисунок 4.8 – Закон пропонування

Закон пропонування – величина пропонування товару або послуги зростає у міру зростання ціни і падає у міру її зниження (чим вище ціна, тим вигідніше виробляти товар і тим більше його надходитиме на ринок).

У точці К пропонування дорівнює 0, тому що ціна на товар в ній дорівнює витратам на виробництво цього товару.

Позитивний кут нахилу кривої пропонування ($S - S$) відбиває пряму залежність між ціною (P) і величиною пропонування (Q).

Зміна величини пропонування – це рух уздовж кривої пропонування.

Рух уздовж кривої $S - S$ в той або інший бік означає зміни у кількості пропонування товарів і послуг залежно від зміни ціни (за інших рівних умов). Отже, в даному випадку пропонування – функція ціни.

$$S = F(P).$$

Реакцію пропонування на зміну ціни показує *цінова еластичність пропонування*, яка виражає міру зміни пропонування залежно від міри зміни ціни. Кількісно цінова еластичність пропонування виражається коефіцієнтом цінової еластичності пропонування:

$$E_{s/p} = \frac{\text{відсоткова зміна обсягу пропозиції}}{\text{відсоткова зміна ціни}}$$

Можливі такі варіанти:

- $E_{s/p} > 1$ – пропонування активно реагує на зміну ціни і змінюється більшою мірою, ніж ціна. Таке пропонування називається *еластичним*. (рисунок 4.9, а);

- $E_{s/p} < 1$ – пропонування слабо реагує на зміну ціни. Таке пропонування називається *нееластичним (жорстким)* (рисунок 4.9, б);

- $E_{s/p} = 0$ – *абсолютно нееластичне пропонування* – має місце в тих випадках, коли зміна ціни не може вплинути на обсяг пропонування (рисунок 4.9, в);

- $E_s/p = \infty$ абсолютно еластичне пропонування – це таке пропонування, обсяг якого при певному рівні ціни не обмежений (рисунок 4.9, г);

- $E_s/p = 1$ – відносна зміна пропонування дорівнює відносній зміні ціни. Таке пропонування називається *одиничним* (рисунок 4.9, д).

Нижче подано графічне зображення усіх цих випадків.

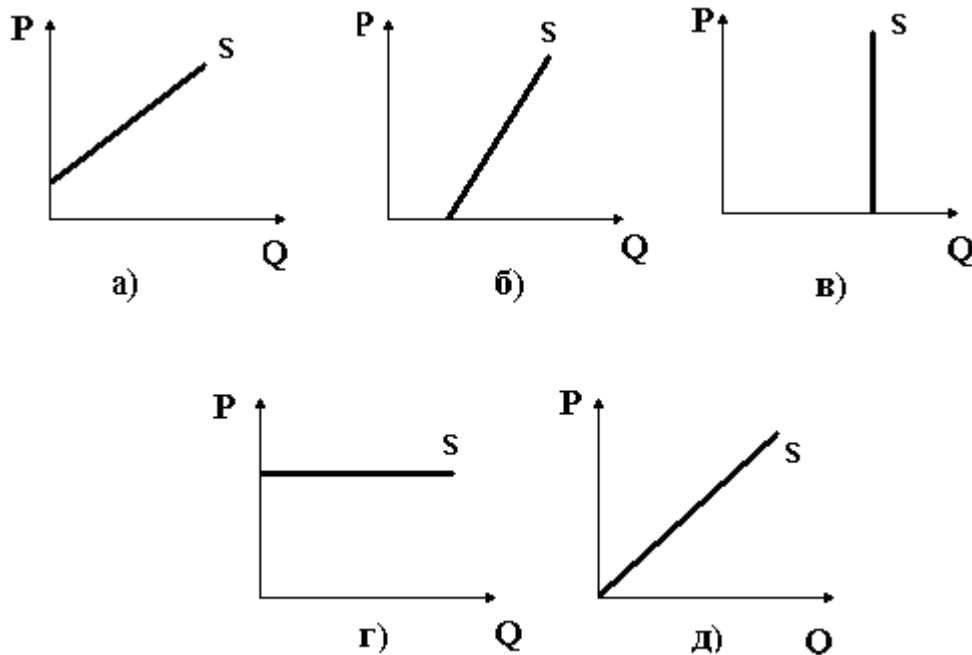


Рис.4.9. Варіанти цінової еластичності пропозиції

З урахуванням цінової еластичності пропонування закон пропонування графічно можна зображувати у вигляді кривої пропонування (рисунок 4.10).

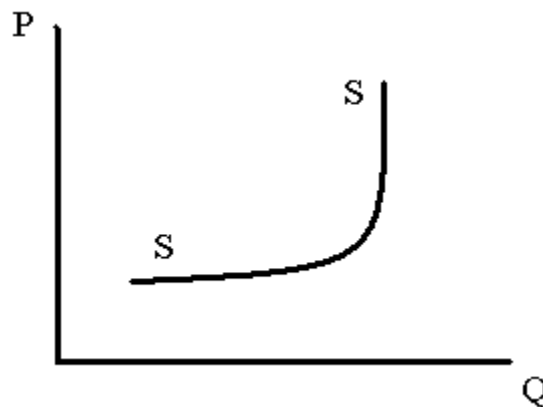


Рисунок 4.10 – Крива пропонування

4.3 Взаємодія закону попиту і закону пропонування. Ціна рівноваги.

Ринок – це конкуренція виробників за споживача і споживачів за найбільш вигідний доступ до товарів і послуг. Ціна при цьому відіграє визначальну роль. Споживач прагне купити товар дешевше, але усвідомлює інтерес продавця. Останній прагне продати товар дорожче, але вимушений зважати на платоспроможність покупця. У реальній дійсності суб'єкти ринку переслідують свій приватний інтерес, але ринковий механізм примушує контрагентів вносити необхідні зміни у свої плани. Якщо ціна пропонування для споживача висока, обсяг попиту буде незначний, виробники почнуть конкурувати один з одним за споживача – ціна знизиться. Низькі ціни, які не стимулюють виробництво, приведуть до зниження його обсягів. Якщо споживачі почнуть конкурувати один з одним – ціни зростуть. Ринковий механізм рано чи пізно приведе до ситуації, коли попит і пропонування будуть збігатися і в точці перетину кривих D і S встановиться рівноважна ціна.

Розглянуті криві попиту і пропонування, узяті самі по собі, показують, що відбувається з купівлею і продажем, якщо ціна змінюється. Але на якому рівні повинна встановитися ціна? Щоб відповісти на це питання, потрібно звести разом і порівняти криві попиту і пропонування.

Якщо накласти один на одного два графіки, що означають сукупний попит і сукупне пропонування одного і того ж товару, отримаємо графік, що показує одночасну поведінку попиту і пропонування товару, що цікавить нас. У якійсь точці дві криві перетнуться.

У точці зустрічі T (рисунок 4.11) попит кількісно дорівнює пропонуванню (Q_0) і ціна P_0 виступає як урівноважуюча ціна, або ціна рівноваги.

Ціна рівноваги (P_0) – ціна, при якій кількість пропонованого товару дорівнює кількості товару, який запитують. P_0 має властивість стабільності, тобто при будь-яких своїх змінах ринкова ціна прагне повернутися назад до ціни рівноваги P_0 .

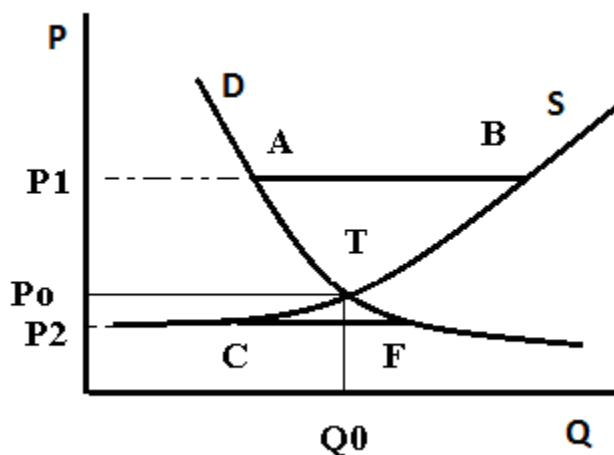


Рисунок 4.11 – Рівновага між попитом і пропонуванням

При більш високій ціні P_1 виникає надлишок пропонування відносно попиту (рівний за величиною відрізок AB). Цей надлишок в результаті конкуренції продавців сприятиме зниженню ціни. При ціні нижче рівноважної (P_2) попит перевищує пропонування (відрізок CF). В цьому випадку надлишок попиту і конкуренція покупців штовхатиме ціну вгору. Лише у точці T досягається рівновага сил і стійка ціна, яка може зберігатися.

Окрім руху по кривих попиту і пропонування, існує їх зрушення, яке відбувається під впливом нецінових чинників.

Нецінові чинники попиту :

- зміни в грошових доходах населення;
- інфляційні очікування;
- зміни в демографічній структурі населення (наприклад, старіння населення збільшує попит на ліки);
- зміна цін на товари-замінники - субститути (наприклад, підвищення ціни на олію призводить до росту попиту на маргарин);
- зміна цін на комплементарні товари (взаємодоповнюючі);
- зміна споживчих переваг (під впливом реклами, моди, релігії, погоди і так далі);
- зміна кількості покупців.

Збільшення попиту графічно показується зміщенням кривої $D - D$ управо (у положення $D' - D'$), а зменшення попиту показується зрушенням кривої D вліво (рисунок 4.12).

Нецінові чинники пропонування:

- ціни на економічні ресурси (ціни на ресурси збільшилися – падає пропонування);
- вдосконалення технологій виробництва;
- кількість товаровиробників;
- податки і субсидії.

Збільшення пропонування графічно показується зрушенням кривої $S - S$ управо (у положення $S' - S'$). Зменшення пропонування – вліво (рисунок 4.12).

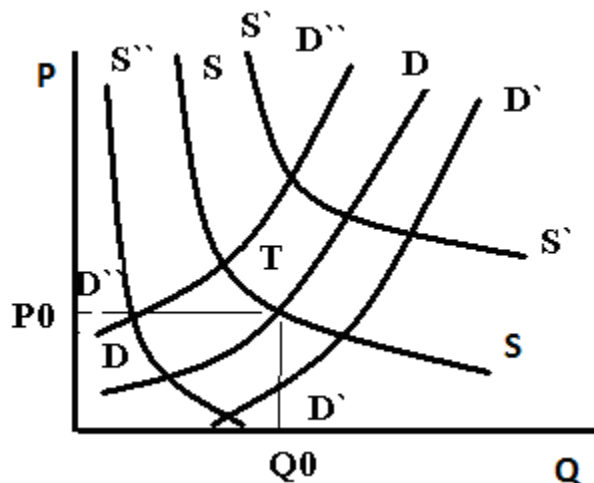


Рисунок 4.12 – Зміна попиту і пропонування під впливом нецінових чинників

Питання для перевірки знань

- 1 Які фактори здійснюють вплив на попит?
- 2 Що є основою попиту покупця на будь-який товар?
- 3 У чому різниця між поняттями «попит» («пропонування») та «величина попиту» («величина пропонування»)?
- 4 Що таке «рівноважна ціна» та «рівноважний обсяг»?

Лекція 5

СПОЖИВАЦЬКА ПОВЕДІНКА

План

- 5.1 Аналіз поведінки споживача.
- 5.2 Закон спадної граничної корисності.
- 5.3 Ефект доходу. Ефект заміщення.

5.1 Аналіз поведінки споживача

Споживацька поведінка – це процес формування попиту споживачів на товари і послуги з урахуванням їх доходів, смаків і переваг. У ринковій економіці споживач, маючи економічний суверенітет, самостійно вирішує такі питання:

- як розподілити дохід між споживанням і збереженням;
- у якій формі зберігати заощадження;
- як ефективніше організувати споживання.

На споживацьку поведінку впливають багато чинників, серед яких ринкові ціни, рівень доходів, смаки і переваги, що змінюються під впливом моди і реклами, а також багато інших.

Будь-яка фірма повинна проаналізувати споживчі переваги, щоб визначити попит на товар, що випускається, і його залежність від кількості і ціни.

Поведінку споживача фірма розглядає в три етапи:

- 1 етап. Вивчення переваг споживача. На цьому етапі знаходять критерії, за якими споживач віддає перевагу одному товару над іншим;

- 2 етап. Фірма враховує той факт, що споживачі стикаються з бюджетними обмеженнями (мають в розпорядженні обмежені доходи). Залежно від цін на товари споживачі можуть купити обмежений набір товарів;

- 3 етап. Фірма поєднує споживчі переваги з бюджетними обмеженнями і визначає споживчий вибір.

Таким чином, враховуючи переваги і обмеженість доходів споживачів, фірма повинна визначити, які поєднання товарів споживачі виберуть для купівлі, щоб максимізувати задоволення своїх потреб.

Для розгляду споживчих переваг необхідно порівнювати асортиментні набори товарів і послуг. Припустимо, що один асортиментний набір включає продукти харчування і одяг. Наприклад, набір А складається з 20 видів продуктів харчування і 30 видів одягу (таблиця 5.1).

Теорія поведінки споживачів розпочинається з трьох основних припущень: тих, що стосуються віддання переваги споживачами певному набору товару і послуг по відношенню до іншого :

1) переваги вже сформувалися, тобто споживачі можуть порівняти усі набори споживчих товарів і послуг, тобто вони можуть віддати перевагу набору А перед набором В. Ці переваги ігнорують вартість;

2) переваги транзитивні, тобто якщо споживач віддає перевагу набору А перед набором В, а набору В перед набором С, то він вважатиме за краще набір А, ніж набір С;

3) усі товари бажані і, якщо відволіктися від вартості, споживачі завжди віддають перевагу більшій кількості будь-якого товару над меншим.

Таблиця 5.1 – Асортиментні альтернативні набори споживчих товарів

Асортиментні набори товарів	Кількість видів продуктів харчування	Кількість видів одягу
А	20	30
В	10	35
С	40	20
Д	30	45
Е	10	20

Графічно споживчі переваги можна подати у вигляді кривих байдужості (рисунок 5.1).

Крива байдужості являє сукупність споживчих наборів, поданих точками на кривій, які забезпечують однаковий рівень задоволення потреб. Споживач байдужий до вибору наборів, наприклад, А, В або С, тобто він не почуває себе ані гірше, ані краще, відмовившись від 10 одиниць продуктів харчування і

отримавши додатково 5 одиниць одягу при переміщенні від точки А до точки В.

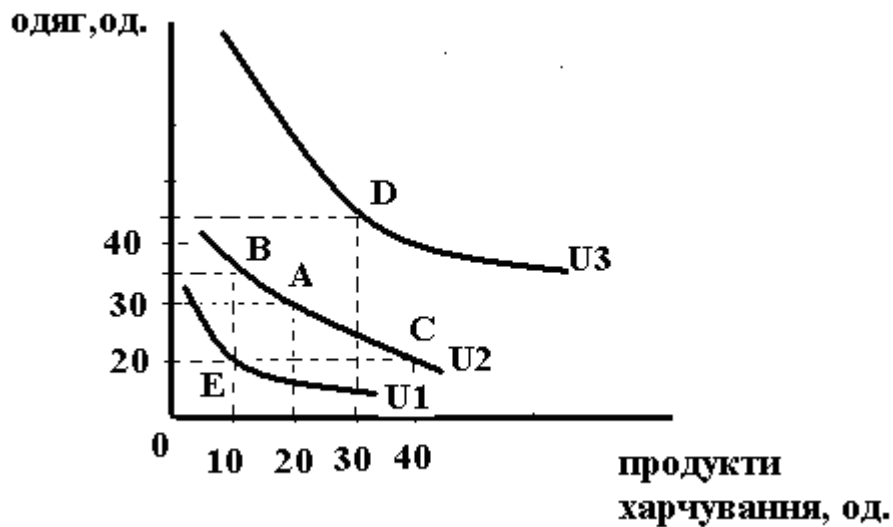


Рисунок 5.1 – Карта кривих байдужості

Можна провести криві байдужості через будь-які точки. Різні криві байдужості показують різний рівень задоволення потреб. Крива байдужості U_3 відповідає найвищому рівню задоволення потреб.

На споживчий вибір, окрім особистих переваг, впливають також бюджетні обмеження, які за допомогою цін на різні товари і послуги ставлять межу споживанню. Таким чином, купівельна здатність споживача визначається:

- цінами;
- розмірами доходу.

Споживачі вибирають товари так, щоб досягти максимального задоволення своїх потреб при заданому обмеженому бюджеті.

Бюджетна лінія (друга назва – лінія можливостей споживача, лінія цін) показує різноманітні комбінації товарів, які можуть бути придбані при даному доході.

Розглянемо умовний приклад: нехай домогосподарство Петрових має місячний дохід в 2000 грн. Їм треба розподілити гроші на придбання багатьох необхідних товарів – продуктів харчування, одягу, взуття, меблів та інше. При цьому,

припускаймо, Петрови вибирають тільки між двома товарами – одягом і продуктами харчування. Зробимо ще одне важливе припущення: будемо вважати, що ціни на одяг та продукти, а також доход Петрових не змінюються.

Таким чином, нехай умовна одиниця одягу коштує 100 грн, а умовна одиниця продуктів – 25 грн. Легко підрахувати, що, маючи доход у 2000 грн, Петрови можуть придбати за місяць: наприклад, 20 одиниць одягу і жодної – продуктів, або 9 одиниць одягу та 44 одиниці продуктів, або, зрештою, 80 одиниць продуктів і жодної – одягу.

Перенесемо отримані точки на графік (див. рисунок 5.2), відклавши на осі *X* кількість придбаних одиниць продуктів, а на осі *Y* – одягу. З'єднавши точки однією лінією, отримаємо пряму *ab*, яка називається бюджетною лінією домогосподарства Петрових. Кожна точка цієї прямої показує, яку кількість одиниць продуктів і одягу можуть придбати Петрови, розраховуючи на фіксований доход у 2000 грн, і витрачаючи його повністю на купівлю цих товарів, за умови, що ціна на одяг та продукти не змінюється.

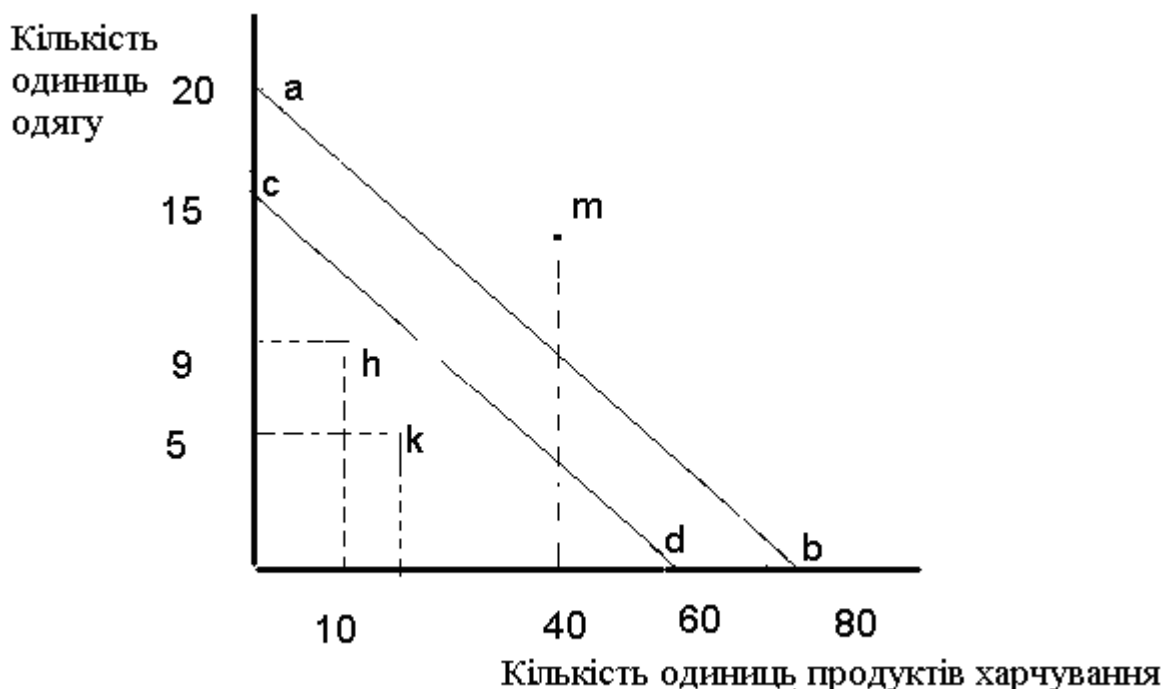


Рис. 5.2 Бюджетна лінія

Для будь-яких точок координатної площини, розташованих нижче бюджетної лінії (точки h та k), співвідносні комбінації одиниць одягу та продуктів (наприклад, 9 одиниць одягу і 10 одиниць продуктів) досягаються, якщо Петрови будуть витратити на їх придбання суму, меншу за свій бюджет. За аналогією, для всіх точок, розташованих вище прямої ab , наприклад, m , відповідні комбінації одягу та продуктів можуть бути придбані Петровими, якщо вони будуть витратити більше 2000 грн на місяць.

Тепер розглянемо, як вплине на бюджетну лінію зміна доходу домогосподарства Петрових. Нехай вони отримують 1500 грн на місяць, тобто їх дохід знизився. Легко розрахувати, що тепер Петрови зможуть купити, припустимо, тільки 15 одиниць одягу й жодної продуктів (точка c - див. рисунок 5.2) чи 60 одиниць продуктів і жодної одягу (точка d). Лінія cd буде новою бюджетною лінією.

Таким чином, зниження доходу домогосподарства за умови, що ціни на товари залишаються незмінними, призводить до паралельного зміщення бюджетної лінії вниз. Відповідно і якщо дохід споживача (домогосподарства) зростає, то бюджетна лінія зміститься паралельно вгору. Якщо ціни на обидва товари будуть змінюватися пропорційно, тобто зростати або знижуватись в одну й ту ж саму кількість разів (наприклад, при 10 % інфляції всі ціни зростають в 1,1 разу), то бюджетна лінія також буде паралельно пересуватись: якщо ціни пропорційно зростуть, то бюджетна лінія зміститься вниз і, навпаки, зниження цін змістить бюджетну лінію вгору. Тобто пропорційна зміна цін товарів вплине на бюджетну лінію таке само, як і зміна доходу.

Звідси виходить, якщо дохід і ціни одночасно пропорційно зростуть (чи одночасно пропорційно знизяться), то розташування бюджетної лінії не зміниться. У цьому і є сенс індексації доходів населення : інфляційне підвищення цін (яке призводить до паралельного зміщення бюджетної лінії вниз) супроводжується одночасним пропорційним (тобто в ту ж кількість разів) збільшенням доходу (що зміщує бюджетну лінію паралельно вгору), і бюджетна лінія, а значить, і реальний добробут споживача не змінюються. У ситуації, коли продукти харчування відносно дешевші за одяг (наприклад, ціни на одяг не

змінюються, а продукти харчування стають дешевші), при кожній величині використаних одиниць одягу домогосподарство Петрових може придбати більшу кількість одиниць продуктів і бюджетна лінія буде мати вигляд *ae* (див. рисунок 5.3). Якщо продукти будуть відносно дорожчими, то Петрови зменшать їх купівлю і бюджетна лінія зміститься в положення *af*.

Звідси, зміна відносних цін товарів призводить до зміни нахилу бюджетної лінії.

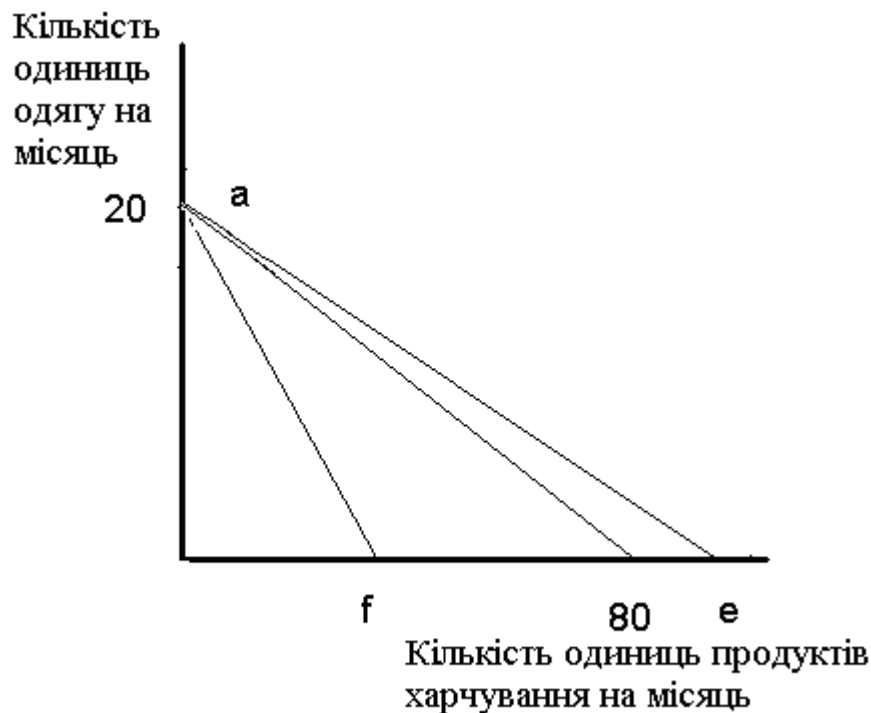


Рис. 5.3 Вплив на бюджетну лінію відносної зміни цін

Бюджетні лінії відповідають на запитання: що можуть дозволити собі споживачі, розраховуючи на той чи інший дохід, з урахуванням цін на товар, що склалися. Але вивчаючи попит будь-якого споживача, ми повинні враховувати не тільки те, що вони можуть придбати, але й те, що вони бажають придбати.

Бюджетна лінія виявляє, що може придбати споживач (тобто всі комбінації продуктів харчування й одягу, доступні для нього при певній величині доходу й існуючому рівні цін на продукти харчування та одяг).

Крива байдужості відображає, що споживачі бажають придбати.

Поєднаємо ці лінії на одному графіку (див. рисунок 5.4).

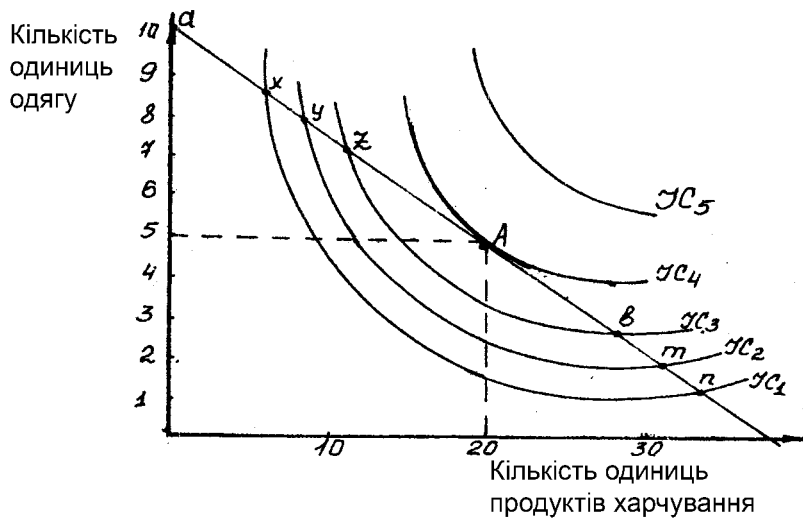


Рисунок 5.4 – Карта кривих байдужості

Будь-яка точка на бюджетній лінії досяжна для споживача. Якій же комбінації товарів він віддасть перевагу? Так як при сполученні на одному графіку кривих байдужості та бюджетної лінії ми практично поєднуємо потреби й можливості споживача, то точка, в якій бюджетна лінія дотикається якоїсь кривої байдужості, і є точкою рівноваги (на рисунку 5.4 такою точкою є точка *A*). У точці рівноваги збігається те, що бажає придбати споживач, і те, що він може придбати. На рисунку 5.4 будь-яка крива байдужості розташована вище *IC4*, наприклад *IC5* забезпечує більше задоволення потреб, але вона не має спільних точок з бюджетною лінією *ab*, тобто просто недосяжна для бюджету споживача. Точки *x*, *y*, *z*, *m*, *n* розташовані нижче кривої *IC4* і, отже, вони менш переважні для споживача.

Отже, на даному рівні прибутку споживач максимально задовольнить свої потреби в одязі, в продуктах харчування, придбавши 5 одиниць одягу та 20 одиниць продуктів харчування, що відповідає точці рівноваги *A*, де бюджетна лінія *ab* дотикається кривої байдужості *IC4*. Іншими словами, в точці *A* має місце споживча рівновага (якщо означити граничну корисність одиниці товару *X* через MU_x , його ціну – P_x , а граничну корисність

товару Y через MU_Y і його ціну – P_Y , то рівновагу споживача можна записати формулою

$$MU_x / P_x = MU_y / P_y).$$

5.2 Закон спадної граничної корисності

Теоретичною і методологічною основою споживацької поведінки є теорія маржиналізму – теорія граничної корисності.

Корисність блага – здатність задовольнити одну або декілька людських потреб. Іншими словами, *корисність блага* виражає ступінь задоволення одержуваного суб'єктом від споживання блага або виконання якої-небудь дії.

В економічному аналізі корисність використовують для того, щоб описати переваги при виборі наборів товарів і послуг. Корисність – це суб'єктивне поняття, тобто корисність певного продукту буде різною для різних людей.

Функція корисності – неспадна, що означає, що потреби практично безмежні, тобто із збільшенням кількості товару, що придбався, його сумарна споживацька корисність не зменшується (що не можна сказати про фізіологічну корисність більшої кількості деяких товарів і послуг) (рисунок 5.5.). (По вертикалі відкладаємо корисність (U), по горизонталі – кількість одиниць блага (Q)).

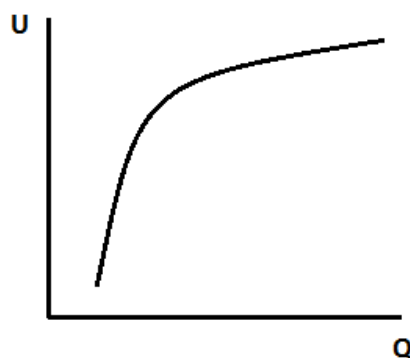


Рисунок 5.5 – Сукупна корисність

Гранична корисність – **додаткова** корисність або задоволення, які дістає споживач з однієї, додаткової одиниці конкретної продукції.

За відносно короткий проміжок часу, протягом якого смаки споживачів не змінюються, гранична корисність кожної подальшої одиниці продукції падатиме тому, що потреба в цьому конкретному продукті буде поступово задовольнятися (насичуватися).

Закон спадної граничної корисності – гранична корисність певного продукту падатиме у міру придбання споживачем додаткових одиниць цього продукту (рисунок 5.6). (По вертикалі відкладаємо граничну корисність (MU), по горизонталі – кількість одиниць блага (Q)).

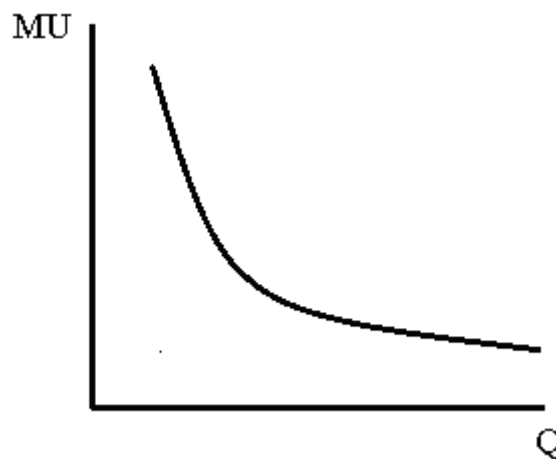


Рисунок 5.6 – Гранична корисність

5.3 Ефект доходу. Ефект заміщення

Як уже відзначалось, зміни доходу споживача (зменшення або підвищення) приводять до паралельного зрушення бюджетної лінії (лінії *ab*, *a₁ b₁* на рисунку 5.7).

Для кожної бюджетної лінії ми можемо збудувати криву байдужості, яка буде мати з бюджетною лінією точку дотику. Якщо ми з'єднаємо ці точки дотику, то матимемо лінію "доход –

споживання", яка кожною точкою показує, як змінюється оптимальне співвідношення придбаних товарів при зміні доходу споживача (ми припускаємо, що ціни на товари не змінюються).

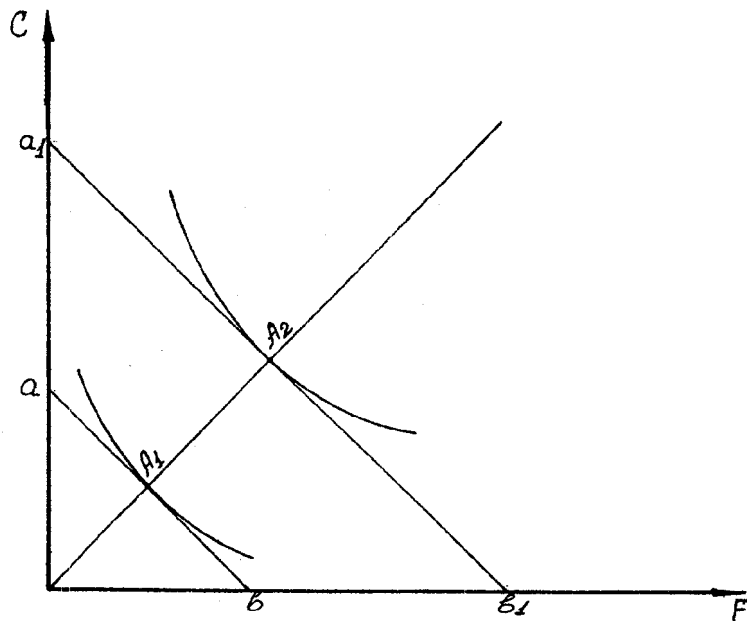


Рисунок 5.7 – Крива залежності споживання від прибутку

Зміни відносних цін, як відомо, приводять до зміни нахилу бюджетної лінії (лінії *ab*, *ac* на рисунку 5.8). Для кожної нової бюджетної лінії ми також можемо знайти відповідні криві байдужості, які будуть стикатися з бюджетними лініями в точках A_1 , A_2 . З'єднавши ці точки, ми матимемо криву "ціна - споживання", кожна точка якої показує оптимальне співвідношення двох товарів, придбаних споживачем, коли змінюються відносні ціни товарів, а дохід залишається незмінним.

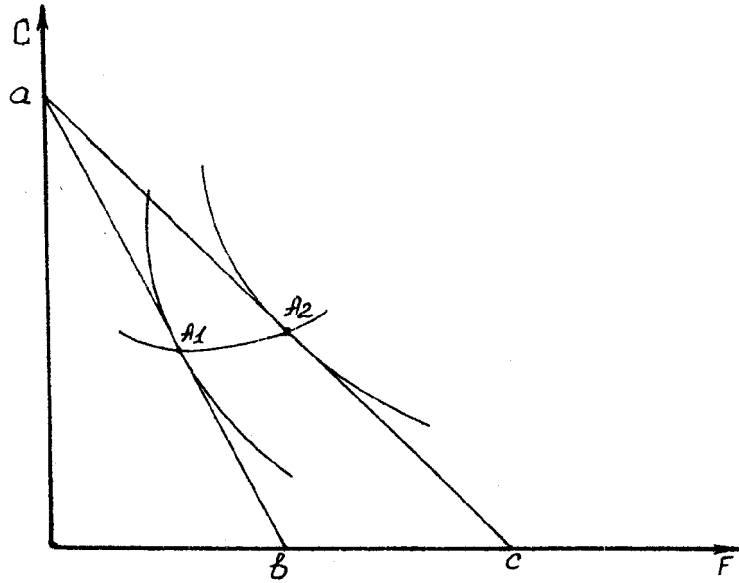


Рисунок 5.8 – Крива залежності споживання від цін

Крива $A_1 A_2$ (див. рисунок 5.8) дозволяє нам легко збудувати криву попиту на продукти харчування. Кожна її точка показує співвідношення між ціною одиниці продуктів, харчування, на які споживач пред'являє попит при незмінних цінах на одяг.

Таким чином, теорія споживчої поведінки виходить на проблему формування попиту, пояснюючи, чому зміни в цінах тягнуть за собою зміни в протилежному напрямку кількості благ, що запитуються. Щоб, використовуючи криві байдужості, збудувати першу криву попиту споживача на якийсь продукт харчування, наприклад, рибу, в умовах різноманітності товарів на ринку, необхідно припустити, що ціна на рибу змінюється, а ціни на всі інші товари залишаються незмінними.

На рисунку 5.9 подана карта кривих байдужості; точки будь-якої кривої байдужості показують співвідношення кількості риби та інших товарів. Оскільки гроші дозволяють придбати всі інші товари, то по осі Y відкладені ціни, які дають однаково задоволення потреби споживача. Коли ціни на рибу зменшуються, а ціни на всі інші товари залишаються постійними, кут нахилу бюджетної лінії зменшується (пряма ac, ab, ad).

Точки A, B, C – точки дотику бюджетних ліній з кривими байдужості. З'єднавши ці точки, ми матимемо криву попиту споживача на рибу протягом місяця.

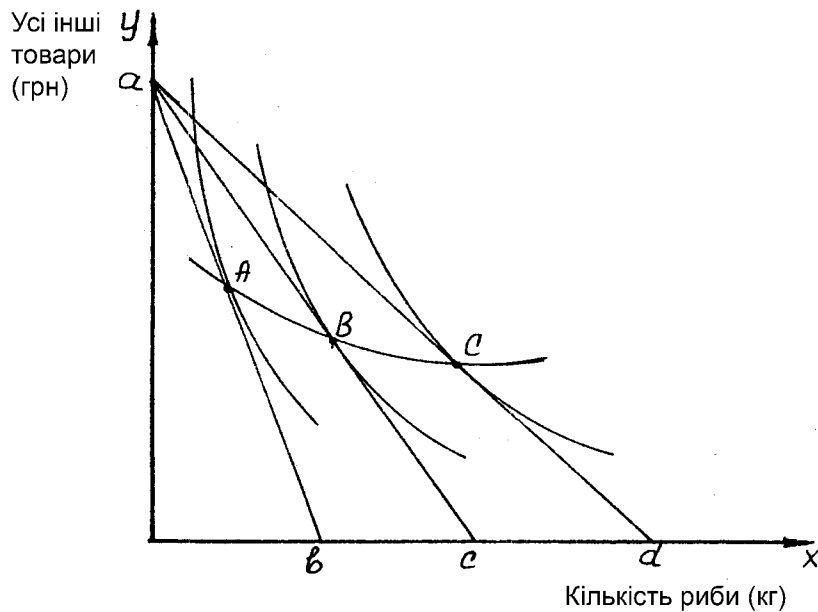


Рисунок 5.9 – Крива попиту споживача на рибу протягом місяця

Низхідний характер кривої попиту відбиває закон попиту: чим нижча ціна товару, тим на більшу його кількість пред'являється попит. Підвищення попиту при зниженні цін на товар можна пояснити взаємодією двох факторів: по-перше, якщо у товару **B** заміни, то при зниженні ціни даного товару покупці будуть пориватися замінити більш дешевшим товаром **B** інші товари, які стали зараз відносно дорожчими. Зниження ціни товару **B** підвищує його відносну привабливість і примушує споживача намагатися його придбання в більшій кількості. Таке підвищення попиту на товар **B** відоме під назвою **ефекту заміщення**; по-друге, якщо ціна товару **B** падає, то дійсний доход або купівельна спроможність споживача збільшується. Це збільшення реального доходу виявляється в зростанні обсягу купівель різноманітних товарів, включаючи й товар **B**. Вважається, що в цьому випадку попит на товар **B** зріс під впливом **ефекту доходу**.

Ефект доходу та заміщення доповнюють один одного, обумовлюючи спроможність і бажання споживача купити більшу кількість певного товару за низькою ціною.

Ефект доходу та ефект заміщення виявляють істотний вплив на формування попиту. Проте, в залежності від особливості

різних груп товарів, ефекти можуть діяти як в одному напрямку, збільшуючи або скорочуючи попит, так і в протилежному.

Для більшості товарів, що володіють достатньо високим ступенем корисності й потреба в яких не забезпечена зі зниженням їх цін, обидва ефекти діють в одному напрямку й приводять до збільшення попиту на ці товари. Проте існують товари (як правило, більш низької якості), споживання яких падає з зростанням доходу покупців. Якщо ми звернемося до таких товарів, то очевидно, що ефект заміщення й ефект доходу будуть діяти в різних напрямках; ефект заміщення буде збільшувати попит на такий товар при зниженні його ціни, а ефект доходу – зменшувати.

Який з них виявиться сильнішим – залежить від ряду обставин: ступеня зниження ціни, частки даного товару в споживчому наборі і т.д. Якщо переважним буде ефект заміщення, крива попиту на ці товари матиме той же вигляд, що й для звичних товарів (див. рисунок 5.10, а). Проте, якщо мав перевагу ефект доходу, то тоді крива попиту має зростаючий вигляд (див. рисунок 5.10, б).

Подібні криві попиту були вперше описані англійським економістом Р. Гіффеном, який виявив зниження споживання товарів низького гатунку із зменшенням їх ціни.

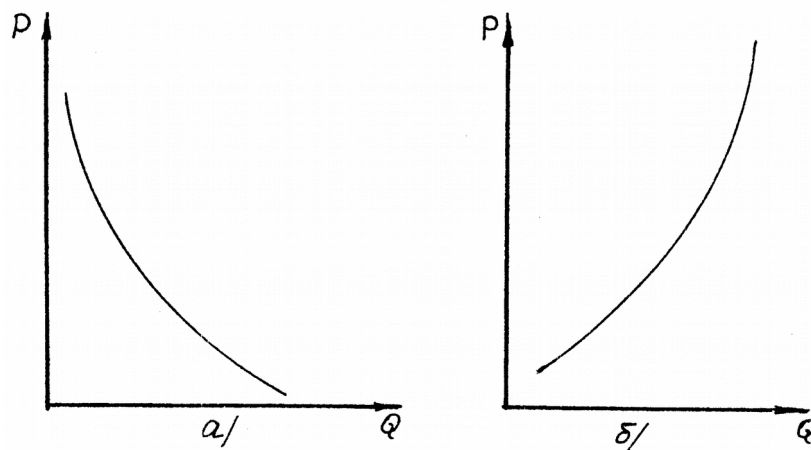


Рисунок 5.10 – Криві попиту при позитивній та негативній дії ефекту попиту

Зростаючий вигляд крива попиту буде мати в тому випадку, якщо споживачі збільшать купівлю більш дорогих товарів із міркувань престижності. Споживачі з високоприбуткових верств населення або ті, хто бажають виглядати такими, у відповідь на підвищення ціни реагують не зниженням, а підвищенням попиту. У цілому ефект Гіффена зустрічається дуже рідко, тому для більшості товарів попит має спадний характер.

Питання для перевірки знань

- 1 В чому різниця між загальною корисністю та граничною?
- 2 Чому криві байдужості не можуть перетинатися?
- 3 Чому ефект заміщення завжди від'ємний?
- 4 В якому випадку споживач буде отримувати максимальну корисність?
- 5 Що демонструють крива байдужості та бюджетна лінія?
- 6 Які фактори визначають поведінку споживача?

Лекція 6

ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА

План

- 6.1 Виробнича функція.
- 6.2 Закон зниження граничної віддачі.
- 6.3 Витрати виробництва.
- 6.4 Правило максимізації прибутку..

6.1 Виробнича функція

Процес випуску продукції здійснюється шляхом продуктивного споживання чинників виробництва (праця, земля, капітал, підприємницька здатність). Приступаючи до процесу виробництва, підприємець знає, що продукція, яка випускається ним, може бути створена за допомогою використання різних комбінацій необхідних чинників. Його завдання полягає у виборі такої комбінації, яка забезпечить технологічну ефективність, тобто дозволить зробити максимальний обсяг продукції при

мінімальних (оптимальних) витратах чинників виробництва. Якщо при цій технології прийняти якість чинників постійною, то зміна їх споживаної кількості приведе до зміни обсягу виробництва. Цю функціональну залежність між обсягом продукції, що випускається, і витратами використовуваних чинників виробництва називають *виробничою функцією*.

$$Q = F (K; L),$$

де Q – максимальний обсяг виробленої при цій технології продукції;

K – використовуваний чинник виробництва – капітал;

L – використовуваний чинник виробництва – праця.

Це рівняння показує, що обсяг випуску продукції залежить від кількості чинників: праці, капіталу. Виробнича функція відбиває різноманітні способи з'єднання виробничих чинників для випуску певного обсягу продукції.

Рівняння виробничої функції застосовується до певної *технології*, під якою розуміється певний стан знань про різні способи, які можуть використовуватися для з'єднання виробничих чинників у процесі випуску продукції.

При зміні технології будується нова виробнича функція. Якщо витрати чинників дозволяють зробити висновок про обсяг продукції, що випускається, то їх кількість – про рівень застосовуваної технології. Як правило, чим вище останній, тим складніше буде виробнича функція. Вона може визначатися як для усього підприємства, так і для окремих виробничих ділянок.

Розрізняють виробничі функції зі змінними і постійними коефіцієнтами. Якщо при виробничій функції будь-який обсяг виробництва може бути досягнутий шляхом різних комбінацій чинників виробництва, то вона *називається функцією зі змінними коефіцієнтами*. Коефіцієнт показує кількість чинника, необхідну для виробництва одиниці продукції. Якщо ж для отримання цього обсягу продукції вимагається витратити певні кількості чинників виробництва, то така виробнича функція називається *функцією з постійними коефіцієнтами*.

Ті ресурси, які впродовж цього проміжку часу залишаються незмінними, утворюють *постійні чинники виробництва*, а ті, які за цей термін змінюються, утворюють *змінні чинники виробництва*.

Розрізняють короткострокові і довгострокові періоди в діяльності фірми. Часові проміжки, впродовж яких хоч би один чинник виробництва залишається постійним, називаються *короткостроковими періодами*, а проміжки часу, у рамках яких усі чинники виступають змінними, називають *довгостроковими періодами*.

Розглянемо виробничу функцію в короткостроковому періоді. Для простоти припустимо, що єдиним змінним чинником є праця. Якщо змінювати його витрати (чисельність працівників, кількість годин праці), то виробнича функція покаже, як вони вплинуть на обсяг виробництва в короткостроковому періоді. Так, у міру збільшення витрат праці змінюватиметься обсяг продукції, що випускається. Для його характеристики використовують поняття сукупного (загального), середнього і граничного продукту.

Сукупний продукт змінного чинника - це кількість продукції, зробленої при цих витратах змінного чинника і незмінних витратах інших чинників виробництва. Так як за змінний чинник прийнята праця L , то сукупний продукт позначається як TPL .

Середній продукт змінного чинника (APL) визначається як відношення сукупного продукту до кількості використаного змінного чинника, тобто

$$APL = TPL/L.$$

Середній продукт показує, який продукт зроблений одиницею змінного чинника (одним працівником, за одну годину праці), тобто середню або просто продуктивність праці.

Граничний продукт змінного чинника – це зміна сукупного продукту, отримана при використанні додаткової одиниці змінного чинника та інших рівних умовах. Якщо витрати праці змінилися на ΔL , а обсяг продукції, що випускається, – на ΔTPL , то граничний продукт праці

$$MPL = \Delta TPL / \Delta L.$$

6.2 Закон зниження граничної віддачі

Основна закономірність, що діє для фірми в короткостроковому періоді, - *закон зниження граничної віддачі чинника виробництва*.

Під *граничною віддачею чинника виробництва* розуміється додаткова віддача, викликана збільшенням витрат якого-небудь виду ресурсу на одну одиницю.

Суть закону зниження граничної віддачі: розширення виробництва шляхом більшого залучення тільки одного (чи декількох) з усіх видів використовуваних чинників сприяє росту ефективності виробництва лише до певної межі, потім вона починає падати, тобто, починаючи з певного моменту, послідовне приєднання одиниць змінного чинника (наприклад, праці) до постійного (наприклад, капіталу, землі) дає додатковий (граничний) продукт, що зменшується, з розрахунку на кожну подальшу одиницю змінного чинника виробництва.

Закон визначив форми кривих сукупного, середнього і граничного продукту (рисунок 6.1). У динаміці сукупного продукту можна виділити три етапи. На етапі I (від точки θ до точки A) він росте швидкими темпами, оскільки тут для граничного продукту характерна зростаюча продуктивність (рисунок 6.1, а). На етапі II (від точки A до точки C) він зростає усе більш повільними темпами, оскільки на цьому етапі граничний продукт убуває, тобто для нього характерна спадна продуктивність. На етапі III (від точки C і далі) сукупний продукт зменшується, оскільки граничний продукт починає набувати негативних значень.

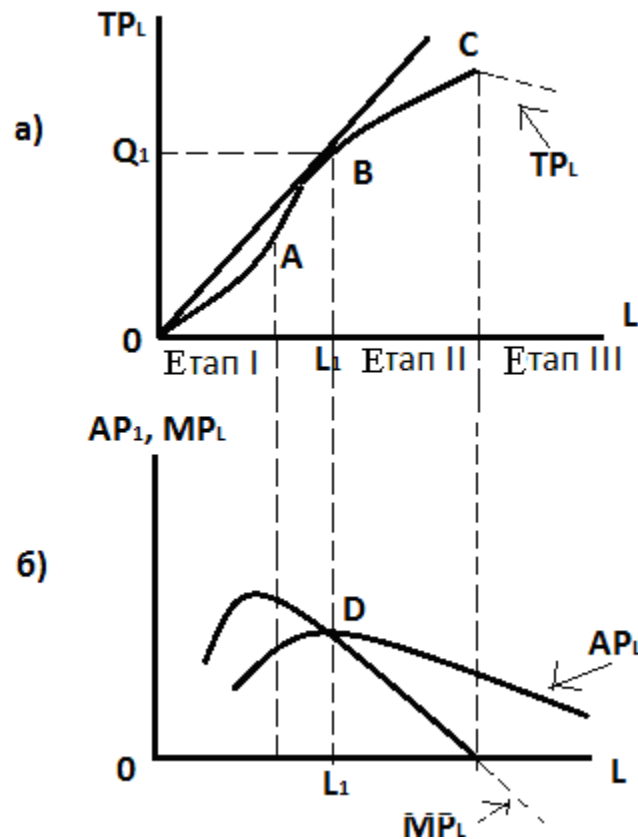


Рисунок 6.1 – Сукупний, середній і граничний продукт змінного чинника

Форма кривої середнього продукту також визначається дією закону спадної граничної віддачі (продуктивності). Скрізь, де MPL буде більше APL , крива середнього продукту буде такою, що зростає (рисунок 6.1, б). Там же, де $MPL < APL$, крива середнього продукту буде такою, що убиває. Це пояснюється суто арифметично. Якщо до середнього числа додати число, більше за середнє, то нове середньоарифметичне буде більше за колишнє. Якщо ж до середнього числа додати число, менше за середнє, то нове середньоарифметичне буде менше за колишнє. Згідно з цим правилом, до точки D (рисунок 6.1, б) крива середнього продукту зростатиме (крива MPL лежить вище кривої APL), а після точки D – убивати (крива MPL лежить нижче кривої APL). Отже, закон спадної продуктивності (віддачі) знаходить своє втілення у формах усіх трьох кривих. Закон діє за певних умов:

- по-перше, якщо хоч би один чинник виробництва залишається незмінним;
- по-друге, якщо усі одиниці змінного чинника однорідні, наприклад усі працівники мають однакові кваліфікацію і здібності;
- по-третє, закон діє тільки при незмінному стані техніки і технології.

6.3 Витрати виробництва

Витрати – це грошовий вираз виробничих ресурсів, використання яких дозволяє здійснювати виробництво і реалізацію продукції.

Витрати виробництва підприємства – це грошові витрати підприємства на застосовувані у виробництві засоби виробництва і на виплату заробітної плати.

Існують два підходи до визначення витрат виробництва:

1) *бухгалтерський підхід*. Згідно з ним, витрати – це фактична витрата чинників виробництва для виготовлення певної кількості продукції за цінами їх придбання. При цьому підході витрати виступають у вигляді собівартості продукції;

2) *економічний підхід*. Він ґрунтується на факті рідкості ресурсів і можливості їх альтернативного використання. *Економічні витрати*, які слід враховувати при прийнятті економічних рішень, – це завжди *альтернативні витрати*, тобто для будь-якої фірми використання якого-небудь ресурсу у виробництві є результатом вибору між декількома варіантами. (*Економічні витрати*, таким чином, є синонімом альтернативних витрат).

Величина економічних витрат визначається грошовою виручкою від найбільш вигідного з усіх способів використання ресурсів.

Для окремого підприємства економічні витрати – це виплати, які воно зобов'язане зробити, або ті доходи, які це підприємство зобов'язане забезпечити постачальникові, щоб відволікти ці ресурси від використання в альтернативних виробництвах. Ці виплати можуть бути або зовнішніми, або внутрішніми. Грошові виплати чи видатки, які підприємство несе

на користь постачальників сировини, палива, транспортних послуг, енергії тощо, називаються *зовнішніми витратами*. Тобто зовнішні витрати являють собою плату за ресурси постачальникам, які не належать до числа власників даної фірми.

Однак кожна фірма може використовувати певні ресурси, що належать їй самій. Витрати на власні і самостійно використововані ресурси являють собою неоплачувані, або *внутрішні витрати*.

Для фірми ці внутрішні витрати рівні грошовим платежам, які могли б бути отримані за самостійно використані (найефективнішим чином) ресурси.

Важливо відзначити, що плата за підприємницьку діяльність виступає як елемент витрат. Мінімальна плата необхідна, щоб втримати «підприємницький талант» на даному підприємстві, називається *нормальним прибутком*. Отже, нормальна винагорода за виконання підприємницьких функцій є таким же елементом внутрішніх витрат, як внутрішня рента і внутрішня заробітна плата. Якщо, наприклад, капітал у 20 тис. дол. США, покладений у банк, приносить 20 тис. дол. США доходу у вигляді відсотків, то ці 20 тис. дол. США й становитимуть альтернативну вартість, тобто ту суму доходу, менше за яку капітал, якщо його вкласти в якусь справу, принести не може (інакше він буде або покладений до банку, або вкладений в іншу справу, що приносить не менш 10 % «нормального прибутку»).

Економічні витрати – це всі платежі, внутрішні і зовнішні, включаючи до перших і нормальний прибуток, – необхідні для того, щоб залучити і утримати ресурси в межах даного напрямку діяльності. Економісти і бухгалтери по-різному розуміють значення поняття «прибуток». *Бухгалтерський прибуток* – це загальна виручка підприємства за вирахуванням зовнішніх витрат. Дещо по-іншому визначають прибуток економісти. Вони розглядають *економічний прибуток* як загальну виручку за вирахуванням усіх витрат (зовнішніх і внутрішніх, включаючи до останніх і нормальний прибуток підприємця).

Розглянемо як приклад якусь фірму, створену двома компаньйонами, що вклали у справу 200 тис. дол. США й виконують функції керуючих. Якби вони не створили свою справу, а працювали за наймом, зарплата кожного з них склала б

40 тис. дол. США на рік, а капітал, покладений до банку, приніс би 20 тис. дол. США у вигляді відсотків. Загальне співвідношення витрат і прибутку має такий вигляд (таблиця 6.1):

Таблиця 6.1 – Загальне співвідношення витрат і прибутку

Загальний виторг	500 000
1	2
Зовнішні витрати:	
Зарплата робітників та службовців	300 000
Матеріали та знос устаткування	50 000
Бухгалтерський прибуток	150 000
Внутрішні витрати:	
Втрачена зарплата 1-го компаньйона	40 000
Втрачена зарплата 2-го компаньйона	40 000
Альтернативна вартість капіталу (“нормальний прибуток”)	20 000
Чистий економічний прибуток	50 000

Приймаючи рішення, фірма має уявляти, що її дійсні витрати складають не 350000 дол. США, а на 100 тис. дол. США більше, тоді як реальний економічний прибуток – на 100 тис. дол. США менший.

Тому, коли економіст говорить, що підприємство ледве покриває затрати, це означає, що всі зовнішні і внутрішні витрати відшкодовуються, а підприємець отримує такий дохід, якого ледве вистачає, щоб утримати його або його талант у межах даного напрямку діяльності. Якщо сума грошових надходжень перевищує економічні витрати підприємства, це перевищення нагромаджується в руках підприємця і воно називається економічним, або чистим, прибутком. Тобто *економічний прибуток* дорівнює загальній виручці за вирахуванням економічних витрат на всі ресурси.

Таким чином, економічний прибуток не включається у витрати, оскільки, за визначенням, – це дохід, отриманий понад нормальний прибуток, необхідний для збереження зацікавленості підприємця у даному напрямку діяльності. Він пов'язаний з прийняттям на себе ризику, а також монопольною владою.

Надалі під витратами ми розумітимемо саме економічні витрати.

У короткостроковому періоді витрачання, як і чинники виробництва, підрозділяються на:

- постійні;
- змінні.

Постійні витрати (FC) – грошові витрати, величина яких не міняється залежно від зміни обсягу виробництва (витрати на експлуатацію будівель і споруд, устаткування, верстатів, орендна плата, витрати на адміністративно-управлінські потреби).

Змінні витрати (VC) – грошові витрати, величина яких міняється залежно від зміни обсягу виробництва (витрати на сировину, паливо, електроенергію, оплата більшої частини трудових ресурсів).

Загальні витрати (TC) – це сума постійних і змінних витрат.

$$TC = FC + VC.$$

Проте фірму цікавлять не загальні, а середні витрати, тобто витрати, які припадають на одиницю продукції.

Середні постійні витрати

$$AFC = FC/Q.$$

Середні змінні витрати

$$AVC = VC/Q.$$

Постійні витрати (FC) не залежать від обсягу виробництва за визначенням, тому середні постійні витрати (AFC) падатимуть у міру збільшення кількості продукції (Q).

Середні змінні витрати (AVC) спочатку падають, досягають свого мінімуму, а потім починають рости.

Середні загальні витрати

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

Середні загальні витрати знижуватимуться до тих пір, поки зростання *AVC* компенсується зниженням *AFC*. За цим рубежем відбувається збільшення обсягу виробництва, що

супроводжується підвищенням середніх загальних витрат (ATC), рисунок 6.2.

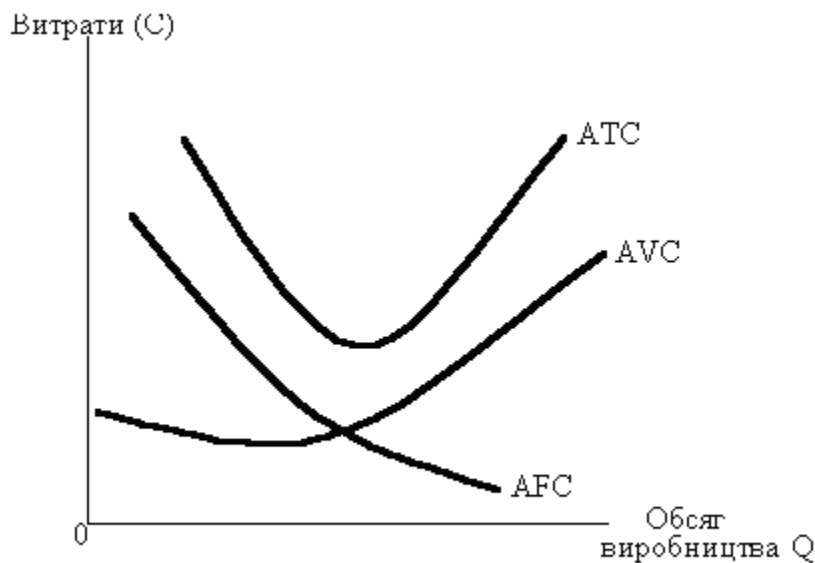


Рис. 6. 2 Середні витрати

Середні постійні витрати (AFC) не залежать від обсягу виробництва. Тому зі збільшенням обсягу крива AFC все більше прагне до осі абсцис. Інша динаміка кривої середніх змінних витрат (AVC).

У міру залучення додаткових ресурсів зростає віддача, крива AVC буде такою, що убуває. Але настає момент, коли віддача падатиме. В цьому випадку крива AVC буде такою, що зростає. Така і динаміка загальних середніх витрат (ATC). Оскільки $ATC = AFC + AVC$, різниця у висоті кривих ATC і AVC залежатиме від величини AFC .

Тут ще важливо відмітити значення змінних витрат для бізнесу. Адже саме ними в короткостроковому періоді управляє підприємець – збільшує або скорочує змінні ресурси, що залучаються.

Граничні витрати (MC) – додаткові витрати, пов'язані з виробництвом ще однієї, понад певний обсяг, додаткової одиниці продукції.

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Графічне зображення граничних витрат має вигляд, як на рисунку 6.3.

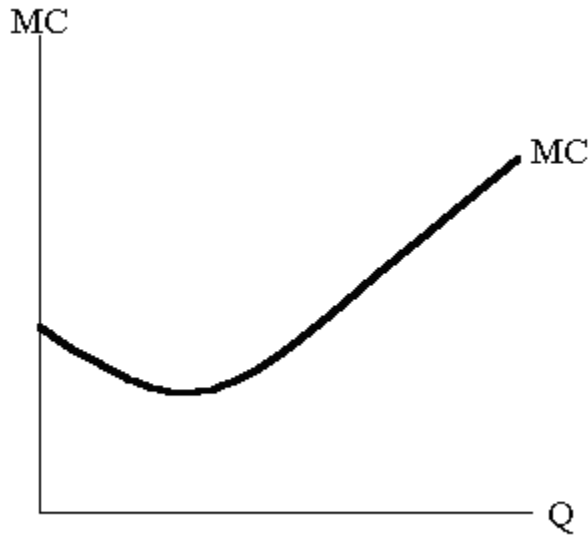


Рис. 6. 3. Граничні витрати.

MC – це витрати, які фірмі доведеться понести у разі виробництва останньої додаткової одиниці продукції і одночасно витрати, які можуть бути заощаджені у разі скорочення обсягу виробництва на цю одиницю продукції.

Отже, фірма варіює своїми витратами, визначаючи оптимальний обсяг виробництва продукції. Категорія граничних витрат підлягає закону спадної продуктивності, спадної віддачі.

Залежність між MC і MP – при постійному рівні цін на змінні ресурси зростаюча віддача веде до зниження граничних витрат, спадна – до їх зростання.

У короткостроковому періоді обсяг випуску не може залежати від зміни у виробничих потужностях, в розмірах підприємств, але в довгостроковому періоді при вирішенні проблеми обсягу випуску на перше місце висувається питання про масштаби виробничої діяльності.

У довготривалому періоді усі витрати змінні, бо цей період досить тривалий, щоб фірма могла змінити обсяг усіх ресурсів, в

т.ч. виробничі потужності. Тому тут оперують категорією загальних середніх витрат (*АТС*).

Крива довгострокових середніх загальних витрат (АТС) показує найменші витрати виробництва одиниці продукції для кожного цього обсягу виробництва за умови, що фірма мала досить часу, щоб змінити розміри підприємства.

У довгостроковому періоді з початку процесу розширення виробництва окремою фірмою діє *позитивний ефект масштабу* (на рисунку 6.4 – відрізок Q0 - Q1) – у міру росту розмірів підприємства починає діяти ряд чинників, що сприяють зниженню середніх витрат:

- 1) більш високий рівень спеціалізації праці робітників і управлінського персоналу;
- 2) можливість використання продуктивнішого устаткування;
- 3) повніша утилізація відходів шляхом виробництва побічної продукції.

Проте така тенденція має місце до певної межі, після якої ефективність починає падати, а середні витрати знову починають зростати, таким чином, виникає *негативний ефект масштабу* (на рисунку 6.4 – відрізок Q2 - Q3). Головна його причина – труднощі управління великомасштабним виробництвом. Якщо в довгостроковому періоді збільшення масштабу виробництва не веде до збільшення середніх витрат, то спостерігається постійна віддача від зростання масштабів виробництва (на рисунку 6.4 – відрізок Q1 - Q2).

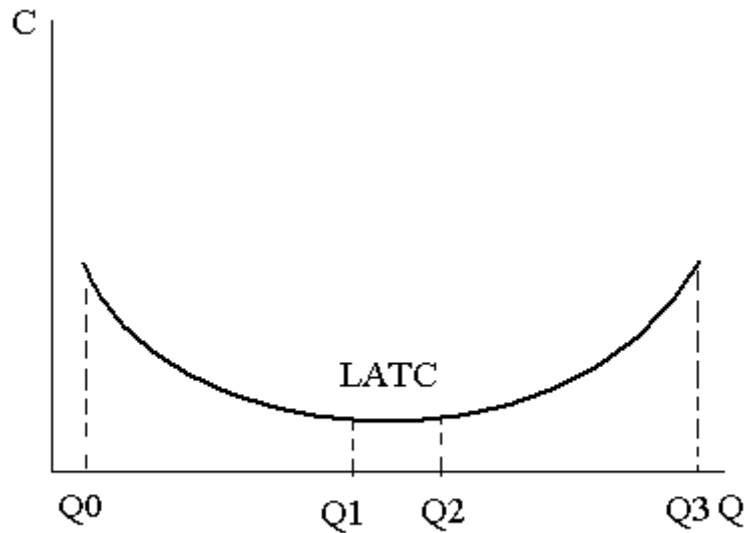


Рисунок 6.4 – Залежність середніх загальних витрат від розмірів підприємства

6.4 Правило максимізації прибутку

Головна мета фірми – не мінімізація витрат, а максимізація прибутку. *Максимізація прибутку* – пошук шляхів отримання найбільшого економічного прибутку (**Pm**), тобто різниці між загальним доходом (**TR**) і загальними витратами (**TC**)

$$Pm = TR - TC.$$

Загальний (валовий) доход – загальний доход, що отримується фірмою при реалізації її продукції за деякою ціною

$$TR = P \cdot Q,$$

де **P** – ціна за одиницю продукції;

Q – кількість продукції.

Граничний доход (MR) – додатковий доход, що отримується фірмою при реалізації ще однієї одиниці продукції.

Граничний доход – приріст $\Delta R(Q)$ в результаті збільшення випуску продукції на одну одиницю $\Delta(Q)$.

$$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q}.$$

Існує два підходи до визначення обсягу виробництва, при яких фірма отримуватиме максимальний прибуток:

- порівняння загального доходу і загальних витрат;
- порівняння граничного доходу і граничних витрат.

1-й підхід – порівняння валового (загального) доходу і валових (загальних) витрат.

Фірма максимізує прибуток, виробляючи такий обсяг продукції, при якому загальний дохід $TR(Q)$ перевищуватиме загальні витрати $TC(Q)$ на найбільшу величину.

На рисунку 6.5 зіставляємо валовий дохід (TR) і валові витрати (TC). Спочатку витрати ростуть повільно, але починаючи з певного моменту, внаслідок закону спадної віддачі, вони зростатимуть збільшеними темпами. У точках A і B , які вважаються критичними, крива загальних витрат перетинає лінію загального доходу. За межами цих точок виробництво збиткове. В межах заштрихованого простору виробництво прибуткове. Найбільший прибуток досягається в проміжку, в якому крива загальних витрат знаходиться від лінії загального доходу на максимальній відстані (відрізок CD).

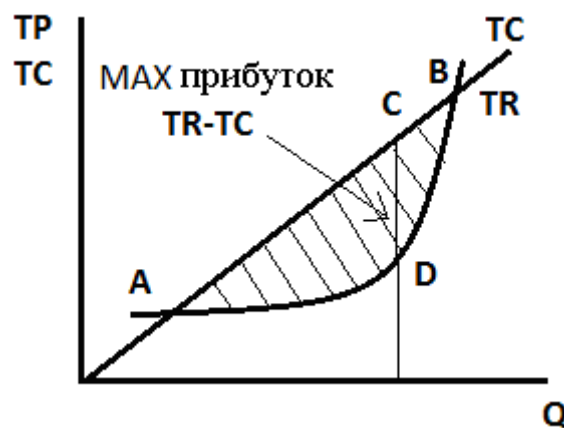


Рисунок 6.5 – Максимізація прибутку на основі принципу зіставлення валового доходу з валовими витратами

2-й підхід – порівняння граничного доходу і граничних витрат.

Фірма збільшуватиме випуск до того моменту, доки граничні витрати (**MC**) на виробництво додаткової одиниці продукції не порівнюються з граничним доходом (**MR**) від її продажу, тобто **MC = MR**.

Таким чином, принципом максимізації прибутку є правило: **MC = MR**.

В умовах досконалої (вільної) конкуренції це правило набуває трохи іншого вигляду.

Ознаки досконалої (вільної) конкуренції

1) нескінченна безліч покупців і продавців, жоден з яких не в змозі вплинути на ринкову ціну і кількість товару;

2) абсолютна однорідність вироблюваних однойменних продуктів;

3) бар'єри для входу на ринок в довгостроковому періоді або мінімальні або взагалі відсутні;

4) абсолютна мобільність матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів;

5) кожен продавець і покупець володіє повною і правильною інформацією про ціну, кількість продукту, витрати і попит на ринках;

6) контроль за цінами відсутній.

На ринку досконалої (вільної) конкуренції у зв'язку з перерахованими загальними ознаками кожна фірма продає лише невелику частину загального обсягу виробництва, тобто рішення фірми про обсяг продажу не впливатиме на ринкову ціну товару.

В умовах вільної конкуренції фірма може контролювати лише один параметр – обсяг виробництва (пропонування) і не може впливати на ціну (попит) → кожен додаткову одиницю продукції фірма продає за однаковою ціною. → Ціна продукту і граничний доход рівні (**P = MR**). Тому в умовах досконалої конкуренції правило **MR = MC** можна записати у вигляді **P = MC** (рисунок 6.6).

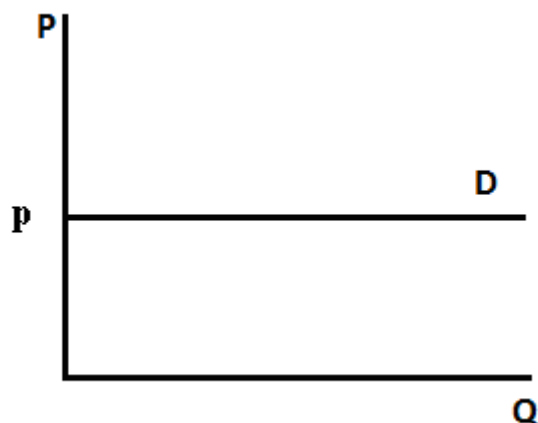


Рисунок 6.6 – Крива попиту на абсолютно конкурентному ринку

Питання для перевірки знань

- 1 Чому в короткостроковому періоді граничний продукт спочатку зростає, а потім зменшується?
- 2 Що таке виробнича функція?
- 3 Чим відрізняється виробнича функція в довгостроковому та короткостроковому періоді?
- 4 У чому різниця між бухгалтерським та економічним прибутком?
- 5 Чи повинна фірма зачинитися, якщо вона отримує нульовий економічний прибуток?
- 6 Наведіть приклади постійних та змінних витрат.

Лекція 7

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ І ПРИБУТКУ В УМОВАХ НЕКОНКУРЕНТНИХ РИНКІВ

План

- 7.1 Чиста монополія. Монополістичний дохід. Граничний і монополістичний дохід. Монопольна влада.
- 7.2 Монополістична конкуренція.
- 7.3 Олігополія. Олігополістична стратегія.

7.1 Чиста монополія. Монополістичний дохід граничний і монополістичний дохід. Монопольна влада

Чиста монополія – галузь, що складається з однієї фірми. Вона існує, коли одна фірма є єдиним виробником цього продукту, у якого немає близьких замінників.

Характерні риси чистої монополії:

- монополія є єдиним продавцем цього продукту;
- немає близьких замінників продукту, що випускається, покупець повинен або купувати, або обходитися без нього;
- контроль над ціною;
- існування чистої монополії залежить від наявності бар'єрів (економічних, технічних, юридичних) для вступу в галузь інших конкурентів.

Для монополістів також правилом максимізації прибутку є формула $MR = MC$. Крива галузевого попиту чистого монополіста є низхідною (рисунок 7.1).

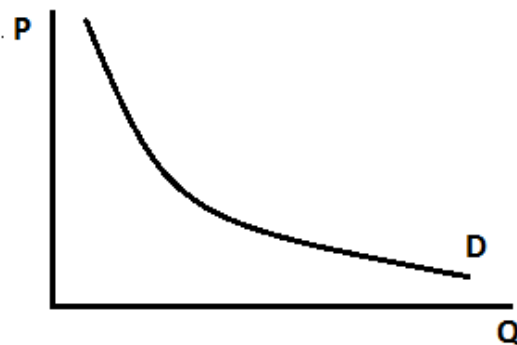


Рисунок 7.1 – Крива галузевого попиту в умовах чистої монополії

Звідси витікає, що:

1) чиста монополія може збільшувати свій дохід, тільки призначаючи нижчу ціну на кожен подальшу одиницю своєї продукції $\rightarrow MR < P$, тобто приріст загального доходу, отриманий від продажу кожної додаткової одиниці продукції, буде менше, ніж ціна, за якою продається ця продукція. Крива граничного доходу (MR) завжди буде розташована нижче кривої попиту (рисунок 7.2);



Рисунок 7.2 – Крива граничного доходу в умовах чистої монополії

2) оскільки кожен обсяг виробництва пов'язаний з певною ціною, монополіст одночасно вибирає і ціну, і обсяг виробництва.

Максимальний прибуток принесе чистому монополістові ціна, що відповідає такому обсягу виробництва, продаж останньої одиниці якого забезпечить перевищення граничного доходу (**MR**) над граничними витратами (**MC**). Але якщо для конкурентної фірми $P = MC$, то для чистої монополії $P > MC$.

Здатність монополії призначати ціну вище, ніж граничні витрати (**MC**), і отримувати додатковий прибуток характеризує її *монопольну владу*. Її можна виміряти кількісно. Існує коефіцієнт перевищення ціни над граничними витратами і називається *показником монопольної влади Лернера*

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

L завжди знаходиться між «0» і «1». Для конкурентної фірми $P = MC \rightarrow L = 0$. Чим більше **L**, тим більше монопольна влада.

Чистий монополіст може збільшувати свій прибуток, призначаючи різні ціни для різних покупців на один і той же продукт. Це називається *ціновою дискримінацією*.

Цінова дискримінація має місце, коли даний продукт продається більш ніж за однією ціною і ці відмінності не визначаються відмінностями у витратах.

7.2 Монополістична конкуренція

Основні риси монополістичної конкуренції:

- 1) на ринку є відносно велике число дрібних фірм (приблизно 75 - 100);
- 2) ці фірми виробляють різноманітну, оригінальну продукцію, споживач легко може знайти товари-замінники і перекладає попит на них;
- 3) вступ нових фірм в галузь не є складним.

На ринку монополістичної конкуренції фірма може до певних меж піднімати ціну на свою продукцію, не боячись втратити покупців. Проте, оскільки вхід на ринок для інших фірм відносно вільний, високі ціни привертають конкурентів, пропонування росте, і ціна знову падає.

7.3 Олігополія. Олігополістична стратегія

Основна риса олігополії – невелике число великих фірм (від трьох до п'яти), які домінують на ринку цього товару або послуг. Олігополії існують тоді, коли число фірм в галузі настільки мале, що кожна з них при формуванні своєї цінової політики повинна брати до уваги реакцію на свої дії з боку конкурентів.

Олігополії можуть бути однорідними і диференційованими, тобто можуть виробляти стандартизовані або диференційовані товари (наприклад, сталь, цинк, мідь, алюміній – стандартизована продукція у фізичному сенсі). Галузі, що випускають їх, є однорідними олігополіями. Галузі, що випускають, наприклад, автомобілі, сигарети, краватки, є диференційованими олігополіями.

Причини утворення олігополії:

- 1) *ефект масштабу*. Для окремих галузей найбільш ефективними є великі масштаби виробництва, які доступні лише деяким фірмам;
- 2) існування бар'єрів, які фірми вибудовують на шляху проникнення конкурентів на їх ринок (наприклад, патенти, ліцензії, необхідні для виробництва цього продукту).

Стратегія олігополістичної фірми полягає:

1) у ретельному зважуванні своїх дій і врахуванні їх впливу на суперників;

2) у врахуванні реакції суперників на свої дії.

При ухваленні рішень кожна фірма повинна врахувати реакцію конкурентів, знаючи, що вони також зважуватимуть її реакцію на їх власні рішення.

Попит на продукцію окремої фірми в умовах олігополії залежить багато в чому від поведінки суперників. Якщо вони услід за зміною фірмою цін змінять і свої ціни, то попит буде нееластичним. Якщо ж вони залишаються осторонь, попит стає високоеластичним. Внаслідок цього крива попиту на олігопольному ринку набуває форми ламаної лінії (рисунок 7.3).

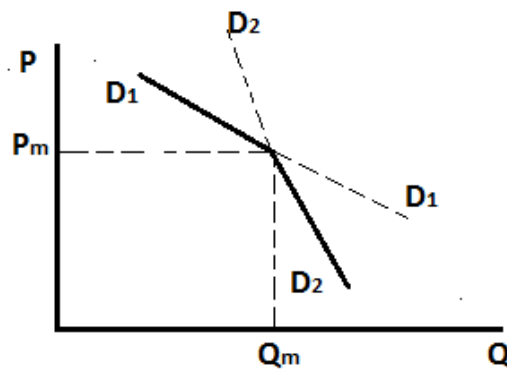


Рисунок 7.3 – Крива попиту на ринку олігополії

Якщо одна з фірм підніме ціну вище за ринкову (P_m), інші не йдуть за нею, попит стає високоеластичним, що відбиває лінія D_1 . Якщо ж фірма знижує ціну нижче ринкової й інші фірми йдуть за нею, то попит стає нееластичним, що відбиває лінія D_2 .

Загальна крива попиту олігополіста буде – $D_1M D_2$.

Невизначеність в поведінці суперників штовхає олігополістів на змову з приводу рівня загальної ціни і обсягу випуску продукції. Максимізація прибутку у фірм-олігополістів, що вступили в змову, буде, як і в чистій монополії, і при монополістичній конкуренції буде досягатися при $P > MC$.

Питання для перевірки знань

- 1 Перелічіть ознаки чистої монополії.
- 2 Які коефіцієнти, що визначають монопольну владу ви знаєте?
- 3 Які ознаки монополістичної конкуренції збігаються з ознаками досконалої конкуренції, а які з ознаками монополії?
- 4 Назвіть основні ознаки монополії?
- 5 Чим визначається поведінка фірми в умовах олігопольного ринку?

Лекція 8

ОСНОВНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ.

План

- 8.1 Загальне поняття макроекономіки. Система національних рахунків.
- 8.2 Валовий внутрішній продукт (ВВП) і методи його виміру. Номінальний і реальний ВВП.
- 8.3 Інші макроекономічні показники.

8.1 Загальне поняття макроекономіки. Система національних рахунків

Макроекономіка вивчає закономірності економіки в цілому або її великих підрозділів. Для макроекономіки національна економіка виступає як єдиний цілісний механізм у взаємозв'язку і взаємозалежності усіх її складових частин. Наприклад, промисловий або аграрний сектор, невиробнича сфера складається з окремих галузей, що розглядаються в макроекономіці, як єдине ціле. Макроекономіка аналізує такі величини, як загальний обсяг виробництва, загальний рівень цін, загальний рівень зайнятості, досліджуючи взаємозв'язки між ними.

Якщо справи окремої фірми характеризуються за допомогою бухгалтерського обліку, то для макроекономіки цю функцію виконує національне (суспільне) рахівництво.

Система національних рахунків (СНР) включає сукупність економічних показників, які характеризують результати розвитку національної економіки.

До системи національних рахунків відносять:

- 1) валовий внутрішній продукт (ВВП);
- 2) чистий внутрішній продукт (ЧВП);
- 3) національний дохід (НД);
- 4) особистий дохід (ОД);
- 5) розташований особистий дохід (РОД).

8.2 Валовий внутрішній продукт (ВВП) і методи його виміру. Номінальний і реальний ВВП

ВВП – сукупна ринкова вартість усього обсягу товарів і послуг, вироблених в усіх сферах економіки (усередині країни) для кінцевого споживання в економіці за 1 рік.

Кінцеві продукти – товари і послуги, які купуються для кінцевого споживання, а не для перепродажу або подальшої переробки.

Проміжні продукти – товари або послуги, призначені для подальшої обробки, переробки або перепродажу.

З ВВП виключається продаж проміжних продуктів. Окремий їх облік означав би подвійний рахунок. У ВВП включається тільки додана вартість.

Додана вартість – ринкова ціна продукції, виробленої фірмою за вирахуванням вартості спожитих сировини і матеріалів, придбаних нею у постачальників.

З ВВП виключають непродуктивні операції, вони бувають двох типів: суто фінансові операції, продаж уживаних товарів.

Фінансові операції підрозділяються на три види:

- 1) трансфертні виплати з держбюджету;
- 2) приватні трансфертні платежі;
- 3) купівля-продаж цінних паперів.

Трансфертні виплати з держбюджету включають виплати по соцстрахуванню і безробіттю. Основна їх особливість -

одержувачі цих платежів у відповідь на виплати не вносять якого-небудь вкладу у збільшення поточного обсягу виробництва.

Приватні трансфертні платежі. Наприклад, щомісячні субсидії студентам від батьків, одноразові надходження від дядька, тітки.

Операції з цінними паперами безпосередньо не припускають збільшення поточного обсягу виробництва.

Продаж уживаних речей або не відбиває поточного виробництва, або включає подвійний рахунок.

Існують три методи розрахунку ВВП:

- 1) ВВП розраховується як сума доданих вартостей;
- 2) ВВП розраховується як сума усіх витрат в економіці;
- 3) ВВП розраховується як сума усіх доходів в економіці.

Метод потоку витрат

$$\mathbf{ВВП = C + I + G + X_n,}$$

де **C** – споживацькі витрати на купівлю товарів і ресурсів;

I – валові інвестиції (державні, приватні);

G – державні закупівлі;

X_n – чистий експорт (визначається як експорт мінус імпорт), тобто та кількість товарів, на які пред'являється попит з боку іноземців:

$$\mathbf{X_n = \mathcal{E} - I.}$$

Метод потоку доходів

ВВП = заробітна плата + рентні платежі + прибуток корпорацій + доходи власників + банківські відсоток + непрямі податки (акцизи, податок на додану вартість (ПДВ), митні збори) + амортизаційні відрахування + чистий доход від іноземних чинників.

$$\mathbf{\sum ВВП по потоку витрат = \sum ВВП по потоку доходів.}$$

Номинальний ВВП – відбиває обсяг виробництва, виражений в цінах, що існують на момент часу, коли цей обсяг був зроблений.

Номинальний ВВП дає уявлення про результати розвитку економіки нині, проте не може бути використаний для зіставлення темпів економічного розвитку сьогоднішнього і попереднього періодів.

Для визначення темпів економічного зростання розраховується реальний ВВП.

Реальний ВВП – це ВВП, розрахований в незмінених цінах базисного року.

Для визначення реального ВВП розраховується індекс споживчих цін (ІСЦ).

$$\text{ІСЦ} = \frac{\text{ціна "ринкового кошика" у даному році}}{\text{ціна аналогічного "ринкового кошика" у базовому році}} \cdot 100\%$$

Ринковий кошик – певний набір товарів і послуг.

Реальний ВВП показує реальні зміни у ВВП у бік його зростання або падіння.

Підвищення індексу споживчих цін в поточному році в порівнянні з попереднім роком вказує на інфляцію. Зменшення індексу споживчих цін вказує на дефляцію. Для того, щоб показати реальний стан економіки, необхідно скорочувати показник фізичного обсягу ВВП при зростанні цін і підвищувати його, коли ціни падають.

Існує термін «дефлятор ВВП». *Дефлятор ВВП* – це індекс цін, застосований для коригування номінального ВВП з урахуванням інфляції або дефляції.

$$\text{Реальний ВВП} = \frac{\text{номінальний ВВП}}{\text{дефлятор ВВП (індекс цін с сотими частками)}}$$

8.3 Інші макроекономічні показники

Недоліком ВВП є те, що він не передбачає вирахування тієї частини річного виробництва, яка потрібна для того, щоб замінити інвестиційні товари (засоби виробництва), використовувані у виробництві в цьому році. Цього недоліку позбавлений чистий внутрішній продукт (ЧВП).

ЧВП показує знову створену в економіці країни вартість.

$$\text{ЧВП} = \text{ВВП} - A,$$

де A – вартість спожитого капіталу (амортизація).

Національний дохід (НД) – це сукупний дохід, зароблений власниками економічних ресурсів. Його можна отримати: або віднявши з ЧВП непрямі податки:

$$\text{НД} = \text{ЧВП} - \text{непрямі податки},$$

або підсумувавши усі факторні доходи:

$$\text{НД} = \text{заробітна плата} + \text{орендна плата} + \text{процентні платежі} + \text{доходи власників} + \text{прибуток корпорацій}.$$

Особистий дохід (ОД) на відміну від національного доходу є сукупним доходом, отриманим власниками економічних ресурсів. Для підрахунку ОД належить з НД відняти усе, що не надходить в розташування домогосподарств і є частиною колективного, а не особистого доходу, і додати усе те, що збільшує доходи домогосподарств, але не включається в НД:

$$\text{ОД} = \text{НД} - \text{внески на соціальне страхування} - \text{податок на прибуток корпорацій} - \text{нерозподілений прибуток корпорацій} + \text{трансферти} + \text{відсотки за державними облигаціями}$$

чи

$$\text{ОД} = \text{НД} - \text{внески на соціальне страхування} - \text{прибуток корпорацій} + \text{дивіденди} + \text{трансферти} + \text{відсотки за державними облигаціями}.$$

Розташований особистий дохід (РОД) – це дохід, використовуваний, тобто який знаходиться у розпорядженні домогосподарств. Він менше особистого доходу на величину індивідуальних податків, які повинні заплатити власники економічних ресурсів у вигляді прямих, передусім прибуткових, податків, а також особистих процентних платежів за кредитом і тому подібне:

$$\text{РОД} = \text{ОД} - \text{індивідуальні податки.}$$

Питання для перевірки знань

- 1 Що являє собою система національних рахунків?
- 2 Чому при розрахунку сукупного випуску продукції приймають до уваги тільки вартість кінцевих продуктів? Чим відрізняються один від одного ВВП та ЧВП?
- 3 Дайте визначення чистому експорту. Поясніть, в яких випадках чистий експорт може дорівнювати нулю.
- 4 Дайте характеристику основних методів обчислення ВВП.

Лекція 9

СУКУПНИЙ ПОПИТ І СУКУПНЕ ПРОПОНУВАННЯ В СИСТЕМІ МАКРОЕКОНОМІКИ

План

- 9.1 Сукупний попит і чинники, що його визначають.
- 9.2 Сукупне пропонування і чинники, що його визначають.
- 9.3 Взаємодія сукупного попиту і сукупного пропонування.

9.1 Сукупний попит і чинники, що його визначають

Сукупний попит (AD) – сума попитів усіх макроекономічних агентів (домогосподарств, фірм, держави і іноземного сектора) на кінцеві товари і послуги (рисунок 9.1).

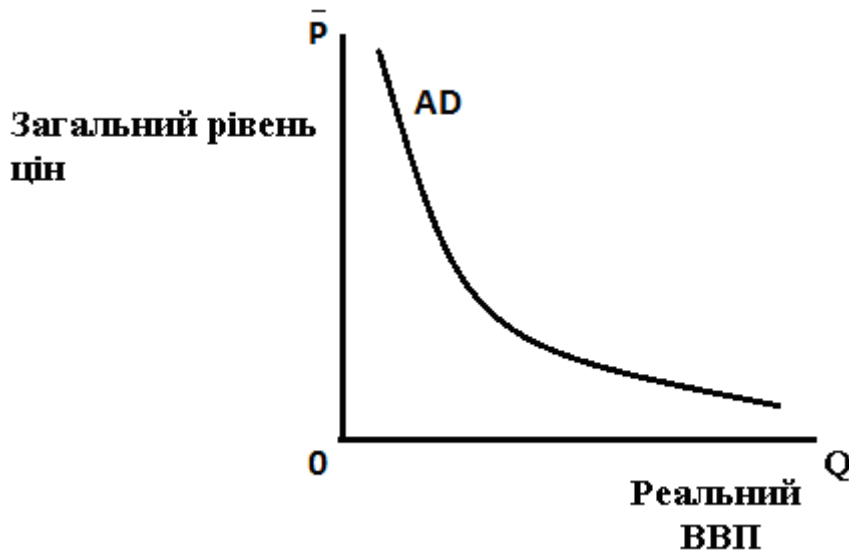


Рисунок 9.1 – Крива сукупного попиту

Сукупний попит (AD) включає:

- сукупний попит на товари і послуги;
- сукупний попит на гроші;
- сукупний попит на робочу силу.

Формула сукупного попиту має вигляд

$$AD = C + I + G + X_n,$$

де **C** – споживчі витрати домогосподарств;

I – валові інвестиції;

G – обсяг державних закупівель;

X_n – чистий експорт.

Нецінові чинники сукупного попиту

1 Зміна споживчих витрат:

- якщо споживачі більшу частину своїх доходів направляють на купівлю товарів і послуг, то сукупний попит зростає;

- якщо споживачі більшу частину своїх доходів направляють на збереження, то сукупний попит падає.

Ці рішення залежать від прогнозів, які роблять споживачі.

Можливі ситуації в розвитку споживчого очікування:

- очікування високої інфляції призводить до росту споживання та росту сукупного попиту;
- очікування росту реальних доходів призводить до росту сукупного попиту і навпаки – зниження реальних доходів призводить до росту заощаджень і падіння сукупного попиту;
- якщо скорочується ставка прибуткового податку, доходи ростуть, сукупний попит росте, і навпаки.

2 Зміна інвестиційних витрат

Інвестиційні витрати – витрати грошових коштів, спрямовані на закупівлю ресурсів.

Якщо інвестиційні витрати ростуть, сукупний попит зростає і навпаки.

3 Обсяг державних закупівель

Державні закупівлі формуються за рахунок коштів держбюджету. Держава пред'являє попит на товари і послуги, необхідні для утримання охорони здоров'я, освіти, фінансування армії, функціонування державних підприємств. Якщо державні закупівлі зростають, то сукупний попит зростає, і навпаки.

4 Витрати на чистий експорт

Розмір чистого експорту (експорт мінус імпорт): чим він більший, тим більше попит на вітчизняні товари і послуги з боку іноземних покупців.

9.2 Сукупне пропонування і чинники, що його визначають

Сукупне пропонування (AS) – кількість матеріальних благ і послуг, які виробники в масштабі національної економіки поставляють населенню, державі і один одному (рисунок 9.2).

Структура AS = реальний ВВП + державні резерви + імпорт + +товари і послуги із засобів соціального страхування – втрати в економіці в результаті безгосподарності – виплати державних резервів у разі стихійних лих.

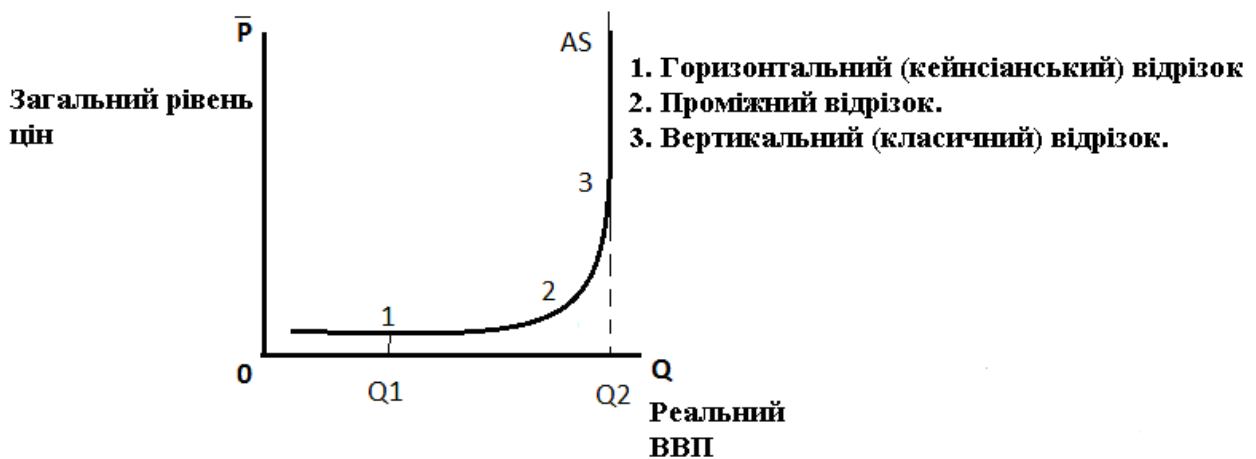


Рисунок 9.2 – Крива сукупного пропонування в короткостроковому періоді

На горизонтальному відрізку AS зростання ВВП не супроводжується зростанням цін, тобто відбивається ситуація, коли економіка знаходиться у стадії депресії (спаду). На фазі спаду зростає безробіття, зарплата падає, і підприємець збільшує обсяг виробництва, не збільшуючи витрати, тому ціни не зростають, оскільки *ціна = витрати + прибуток*.

Проміжний відрізок відображає ситуацію економічного підйому, коли зростання обсягу виробництва вимагає зростання витрат виробництва, що повинне перекиватися зростаючою ціною.

Третій вертикальний відрізок відображає ситуацію економіки, коли в ній задіяні усі виробничі потужності і зростання цін не супроводжується зростанням ВВП.

Нецінові чинники AS :

- ціни на ресурси;
- ціни на імпортовану сировину;
- рівень продуктивності праці і міра впровадження новітніх технологій;
- розміри державних витрат;
- розмір податкових ставок;
- фаза промислового циклу і її стан.

9.3 Взаємодія сукупного попиту і сукупного пропонування

Рівновага AD – AS

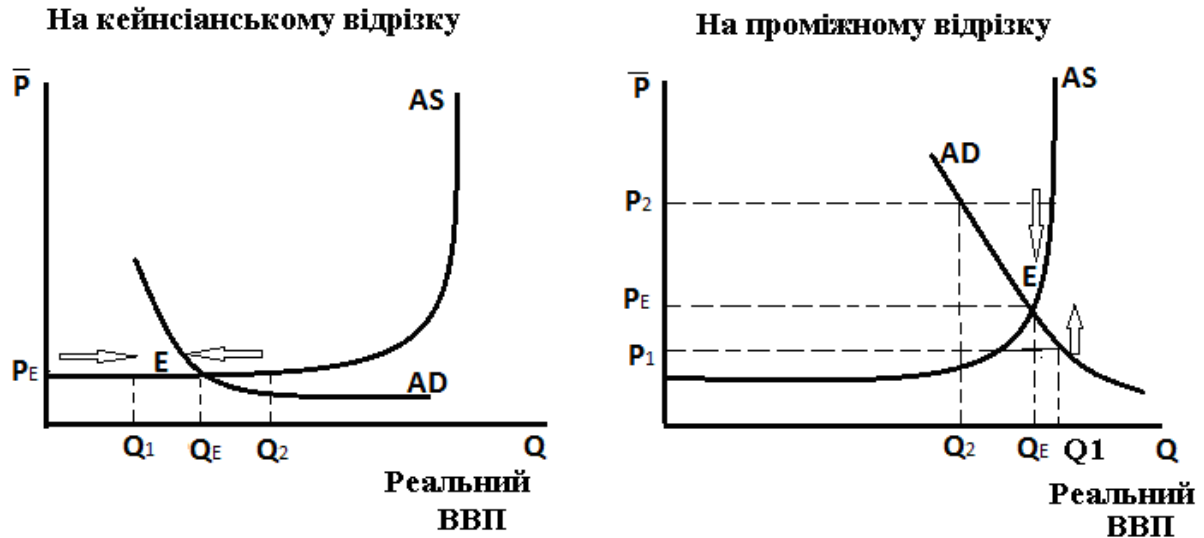


Рисунок 9.3 – Рівновага на кейнсіанському і проміжному відрізках

На кейнсіанському відрізку початкова рівновага AD - AS встановлена в точці E при обсязі ВВП – Q_E . Якщо обсяг ВВП зменшиться до Q_1 – на ринку виникне дефіцит товарів і послуг, бо попит складає Q_E . І тоді обсяг виробництва знову зросте до рівня Q_E . Якщо ж обсяг ВВП збільшиться до Q_2 , то частина його, рівна різниці $Q_2 - Q_E$, не знайде збуту (пропонування знаходиться за межами попиту), і виробництво повернеться в точку Q_E , тобто рівновага відновиться (рисунок 9.3).

На проміжному відрізку початкова рівновага зафіксована в точці E (обсяг ВВП – Q_E , рівень цін – P_E). За умови рівня цін – P_1 , обсяг сукупного попиту зросте до Q_1 , тобто перевищить пропонування (рівень Q_E). Конкуренція між споживачами поверне рівень цін до P_E , а обсяг пропонування до Q_E . При рівні цін P_2 сукупне пропонування складе Q_1 . Але сукупний попит при цінах P_2 складе обсяг, рівний Q_2 . Конкуренція між виробниками

поверне ціни і виробництво до початкового рівня (ціна P_E , обсяг Q_E , рівновага – точка E).

Питання для перевірки знань

1 Поясніть чому крива сукупного попиту має від'ємний ухил.

2 Поясніть, як форма кривої сукупного пропонування відображає різницю між кейнсіанським, проміжним та класичним відрізками.

3 Як вплине рішення уряду про скорочення фінансування соціальних програм на економічну рівновагу?

4 Які наслідки виникнуть, якщо споживачі вирішать збільшити доход, витрачений на поточне споживання?

Лекція 10

МАКРОЕКОНОМІЧНА НЕСТАБІЛЬНІСТЬ: ІНФЛЯЦІЯ І БЕЗРОБІТТЯ

План

10.1 Суть інфляції, її види і причини виникнення.

10.2 Соціально-економічні наслідки інфляції. Антиінфляційна політика держави.

10.3 Суть безробіття і його типи. Соціально-економічні наслідки безробіття.

10.4 Державне регулювання ринку робочої сили.

10.1 Суть інфляції, її види і причини виникнення

Як економічне явище інфляція існує вже тривалий час. Вважається, що вона з'явилася ледве чи не з виникненням грошей, з функціонуванням яких нерозривно вона пов'язана.

Інфляція в найзагальнішому вигляді – це процес знецінення грошей, зниження їх купівельної спроможності, що протікає в різних формах. Іншими словами, інфляція – це ситуація, в якій покупцям для придбання тієї ж кількості товарів і послуг потрібно все більше і більше грошових коштів.

Ознакою інфляції є стійке перевищення сукупного попиту (AD) над сукупним пропонуванням (AS).

Розрізняють два типи інфляції:

- відкрита;
- пригнічена.

Якщо перевищення AD над AS виявляється в постійному зростанні цін, то інфляція називається *відкритою*.

Якщо ж перевищення AD над AS супроводжується загальним державним контролем над цінами, то інфляція називається *пригніченою*.

Прийнято виділяти три основні рівні відкритої інфляції :

1) *повзуча інфляція* – її рівень до 10 % на рік. Такий рівень є бажаним для економіки, оскільки стимулює вкладати гроші у виробництво;

2) *висока (що галопує) інфляція* – її рівень визначається двозначною цифрою, від 10 до 300 – 500 % на рік. Вона супроводжується стрибкоподібним зростанням цін;

3) *гіперінфляція* – її рівень перевищує 10000 % на рік або перевищує 50 % на місяць. Гроші перестають виконувати свої функції. У Україні рівень інфляції в 1992 році перевищував 14445 %, а в 1993 р. – 10300 %.

Інфляція вимірюється за допомогою індексу цін:

$$\text{Темп інфляції} = \frac{\text{індекс цін поточного року} - \text{індекс цін базового року}}{\text{індекс цін базового року}} \times 100\%$$

Які ж причини інфляції, тобто в чому причини дисбалансу між AD і AS?

Причини інфляції:

- економічно необґрунтована грошова емісія (випуск нових грошей, незабезпечених товарами);
- дефіцит держбюджету (перевищення витрат над доходами);
- мілітаризація економіки (переведення економіки на військові рейки);
- монополізація економіки;

- необґрунтовано висока ставка податку на прибуток, внаслідок чого менше грошей залишається на розширення виробництва;
- зростання цін на імпортовану сировину і матеріали.

Розглядаючи причини інфляції, економісти проводять відмінність між двома її видами – інфляцією попиту і інфляцією витрат.

Види інфляції:

1 Інфляція попиту – означає порушення рівноваги між сукупним попитом і сукупним пропонуванням з боку попиту. Головними причинами тут можуть бути розширення державних замовлень (військових і соціальних), збільшення попиту на засоби виробництва в умовах повного і майже 100% завантаження виробничих потужностей, а також зростання купівельної спроможності населення (зростання заробітної плати). Внаслідок цього в обігу виникає надлишок грошей по відношенню до кількості товарів, підвищуються ціни. У такій ситуації, коли вже має місце повна зайнятість у сфері виробництва, виробники не можуть відреагувати на попит, що збільшився, ростом пропонування товарів. Іншими словами, надлишок у обігу платіжних засобів натрапляє на обмежене пропонування товарів і це виражається в зростанні загального рівня цін.

Інфляцію попиту можна проілюструвати графічно (рисунок 10.1).

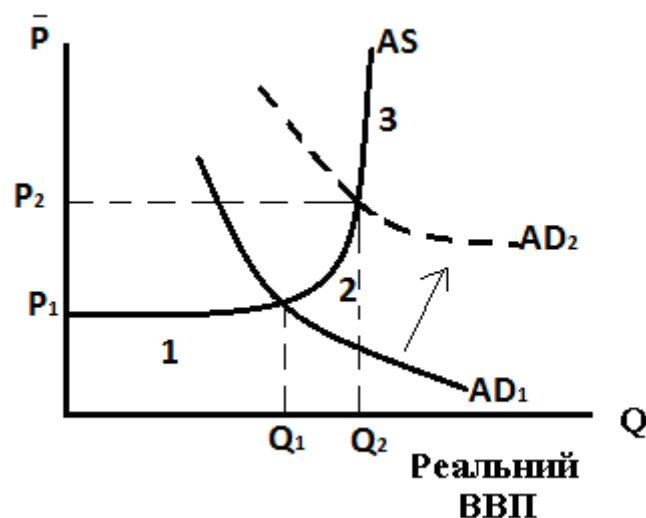


Рисунок 10.1 – Інфляція попиту

Збільшення грошової маси з вказаних вище причин впродовж короткого проміжку часу зрушує криву сукупного попиту управо ($AD_1 \rightarrow AD_2$), і якщо економіка знаходиться на проміжному (2) або класичному (3) відрізках кривої сукупного пропонування, то це веде до зростання цін, що являє інфляцію попиту.

2 Інфляція витрат означає зростання рівня цін внаслідок збільшення витрат виробництва. Причинами збільшення витрат можуть бути олігополістична практика ціноутворення і фінансова політика держави, зростання цін на сировину, дії профспілок, що вимагають підвищення заробітної плати, та ін.

Інфляція витрат може бути зображена графічно (рисунок 10.2). Зміщення кривої сукупного пропонування вліво ($AS_1 \rightarrow AS_2$) в результаті дії вказаних причин відбиває збільшення витрат на одиницю продукції, зростання рівня цін ($P_1 \rightarrow P_2$), скорочення реального обсягу виробництва ($Q_2 < Q_1$).

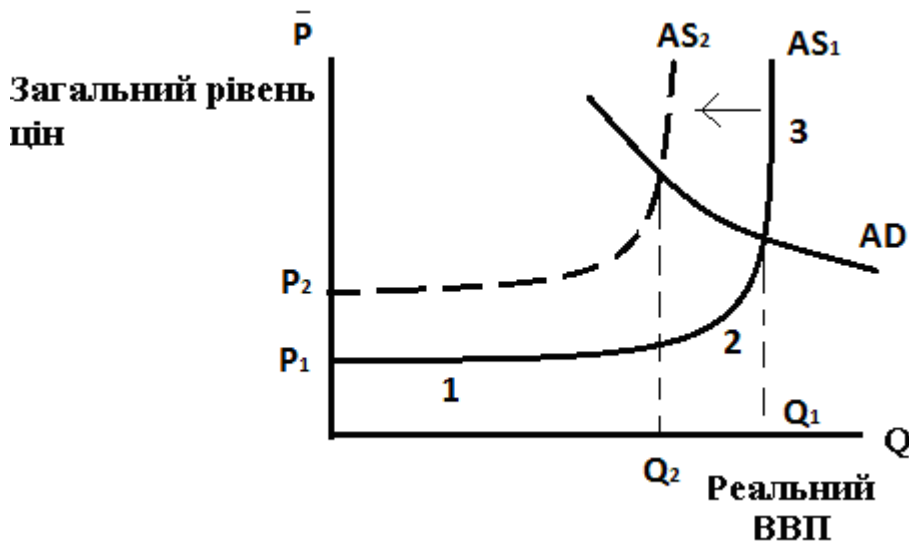


Рисунок 10.2 – Інфляція витрат

На практиці нелегко відрізнити один тип інфляції від іншого, вони тісно взаємодіють, тому зростання зарплати, наприклад, може виглядати і як прояв інфляції попиту, і як прояв інфляції витрат.

10.2 Соціально-економічні наслідки інфляції. Антиінфляційна політика держави

Соціально-економічні наслідки інфляції:

- 1) падіння рівня життя населення :
 - знецінення особистих заощаджень;
 - скорочення поточного споживання;
 - дія ефекту інфляційного оподаткування;
- 2) швидке соціальне розшарування населення, поглиблення майнової нерівності;
- 3) падіння інтересу до довгострокових інвестицій;
- 4) пригнічена інфляція підриває стимули до праці, а відкрита – спотворює напрями вкладення виробничих ресурсів в економіку. Усе це призводить до загального уповільнення економічного розвитку.

Антиінфляційна політика держави

Викоренити інфляцію неможливо. Тому антиінфляційна політика держави ставить метою зробити інфляцію керованою, а її рівень – помірним.

Виділяють короткострокову і довгострокову інфляційну політику.

Короткострокова антиінфляційна політика може дати результати впродовж невеликого періоду часу.

Завдання короткострокової антиінфляційної політики:

- 1) збільшення пропонування товарів і послуг без відповідного збільшення попиту (наприклад, шляхом пільгового оподаткування підприємств, яка розширюють асортимент продукції, що випускається, або шляхом збільшення імпорту споживчих товарів);
- 2) зниження поточного попиту без відповідного зниження пропонування. Тобто необхідно спонукати населення скоротити поточний попит і збільшити заощадження (наприклад, уряд може підвищити відсоток за державними облігаціями, вкладками).

Довгострокова антиінфляційна політика дає результат лише після закінчення тривалого часу.

Методи довгострокової антиінфляційної політики:

- 1) стимулювання зростання пропонування:
 - стимулююча податкова політика;
 - зростання інвестицій;
 - структурна політика;
- 2) розвиток ринкового механізму (зокрема, розвиток конкуренції);
- 3) стимулювання розвитку підприємництва і малого бізнесу;
- 4) стимулювання іноземних інвестицій;
- 5) стимулювання імпорту;
- 6) проведення довгострокової грошової політики:
 - введення жорстких заходів на щорічний приріст грошової маси (температура приросту грошової маси має бути менше темпу приросту ВВП);
 - скорочення дефіциту держбюджету;
- 7) викорінювання інфляційної психології, як у споживачів, так і у виробників.

10.3 Суть безробіття і його типи. Соціально-економічні наслідки безробіття

Безробіття – соціально-економічне явище, при якому частина активного населення не зайнята у виробництві товарів і послуг.

На практиці безробіття виступає як перевищення попиту робочої сили над його пропонування. Тут робоча сила – усі ті, хто може і хоче працювати. Безробітними в економічній науці і статистиці називають людей працездатного віку, які не мають роботи, але активно шукають її (тобто зареєстровані на біржі праці).

Безробіття вимірюється двома показниками:

- 1) *рівень безробіття* – це відсоток безробітної частини робочої сили:

$$\text{Рівень безробіття} = \frac{\text{безробітні}}{\text{робоча сила}} \times 100\%$$

Робоча сила в цій формулі – це безробітні + зайняті;

2) *тривалість безробіття.*

Типи безробіття :

- 1) фрикційне;
- 2) структурне;
- 3) циклічне.

1 *Фрикційне* – безробіття, пов'язане з добровільною зміною людьми роботи і періодами тимчасового звільнення в період переходу людей з однієї роботи на іншу.

Структура фрикційного безробіття з його причин включає такі основні категорії робочої сили:

- що втратили роботу в результаті звільнення;
- що добровільно пішли з роботи;
- що прийшли на ринок праці після перерви в трудовій діяльності;
- що уперше прийшли на ринок праці.

Відмітна ознака фрикційного безробіття – його низька тривалість.

Таке безробіття завжди існує і вважається навіть бажаним, хоч би тому, що перехід з низькооплачуваної, малопродуктивної роботи на більш високооплачувану, тобто і продуктивнішу, означає, кінець кінцем, більший обсяг реального ВВП.

2 *Структурне безробіття* – викликається змінами в структурі попиту на споживчі товари, в технології виробництва і в економіці в цілому.

Безробіття виникає тому, що структура професій і рівні кваліфікації міняються порівняно повільно і відстають від потреб виробництва. Робітники залишаються без роботи або внаслідок відсутності попиту на їх професії, або внаслідок відсутності у них достатньої кваліфікації для отримання роботи.

Відмінність фрикційного безробіття від структурного - перше має короткостроковий характер, тому у безробітного зберігається кваліфікація.

При фрикційному і структурному безробітті існує стільки робочих місць, скільки і безробітних.

З *Циклічне безробіття* виникає в періоди загального економічного спаду і виявляється в перевищенні пропонування робочої сили над попитом на неї в усіх галузях народного господарства.

Під час кризи знижується попит на товари і послуги, звідси – скорочується попит на робочу силу, як наслідок – росте безробіття. Коли економіка вступає у фазу підйому – безробіття зникає.

Циклічне безробіття може існувати в прихованій і відкритій формах.

Прихована форма безробіття означає скорочення робочого дня або тижня, відправлення персоналу в примусові відпустки, зменшення заробітної плати. Окрім відмічених типів безробіття, може спостерігатися часткове безробіття, коли людина зайнята неповний робочий тиждень.

Відкрита форма безробіття означає звільнення працівника, повну втрату роботи і доходу.

Інституціональне безробіття – його породжують інститути ринку робочої сили і чинники, що впливають на її попит і пропонування.

Повна зайнятість – рівень зайнятості, при якому число людей, що шукають роботу, дорівнює числу вільних робочих місць (тобто при повній зайнятості існує фрикційне і структурне безробіття).

Кількість людей без роботи при повній зайнятості характеризує *природний рівень безробіття*.

Природний рівень безробіття – це оптимальний для економіки резерв робочої сили, здатної досить швидко переміщатися з однієї галузі в іншу, з одного регіону в інший залежно від коливань попиту на неї.

Якщо поточне безробіття перевищує природну норму, воно стає *вимушеним*.

Негативні економічні і соціальні наслідки безробіття:

1 Зниження обсягу виробництва

Витрати безробіття – втрата продукції і доходу, які безробітні принесли, якби працювали. Ця втрачена продукція проявляється як відставання обсягу фактичного ВВП від обсягу потенційного ВВП.

Потенційний ВВП – ВВП, створений за умови існування повної зайнятості.

Чим більше рівень фактичного безробіття перевищує природний рівень, тим більше економіка недоотримає ВВП.

Математичне вираження залежності безробіття (циклічного) і обсягу ВВП дає закон Оукена:

кожен відсоток росту безробіття понад природний рівень означає втрату 2,5 % потенційного ВВП.

У формалізованому вигляді закон Оукена можна записати так:

$$\frac{Y^* - Y}{Y} = \alpha (u - u^*),$$

де Y^* – потенційний обсяг виробництва (ВВП) в умовах повної зайнятості;

Y – фактичний обсяг національного виробництва (реальний ВВП);

u – фактичний рівень безробіття (випускається обсяг Y);

u^* – природний рівень безробіття (випускається обсяг Y^*);

α – коефіцієнт Оукена ($\approx 2,5$).

2 Погіршення якісних характеристик робочої сили

Люди, які втрачають роботу, втрачають професійні навички, накопичені знання.

3. *Зростання злочинності.* Люди, що довго є безробітними і не одержують доходу від роботи, іноді звертаються до кримінальних джерел доходу. Окрім цього, низькі доходи і наростання розчарування у безробітних ведуть до зростання самогубств, таких злочинів, як побої дітей, вбивства.

4 *Втрата людської гідності.* Безробітні втрачають не лише гроші, але і почуття упевненості, самоповагу. Виникає реальна загроза деградації особи. Людина іноді стає взагалі нездатною до роботи, навіть якщо надається можливість її отримати. У таких випадках якість робочої сили знижується до нуля. Людина

переходить від бідності, коли вона ще незалежна і бореться, до пауперизму.

10.4 Державне регулювання ринку робочої сили

Згідно з кейнсіанською теорією зайнятості, в умовах ринкової економіки основою регулювання ринку є його державне регулювання. Існує залежність між безробіттям і інфляцією (вона була виявлена англійським економістом Філіпсом на підставі статистичних даних з 1861 по 1958 рр.). Ця залежність зворотна – чим більше темп зростання цін (рівень інфляції), тим менше рівень безробіття (рисунок 10.3).

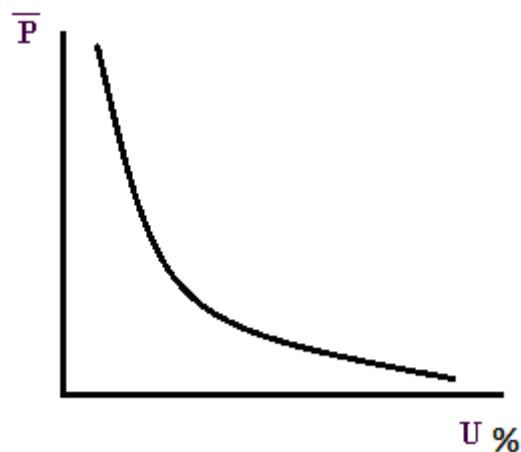


Рисунок 10.3 – Крива Філіпса в короткостроковому періоді
(\bar{P} - темп зростання цін; U – рівень безробіття, %)

Крива Філіпса достовірно описує зворотну залежність між безробіттям і інфляцією, що вимірюється поточними показниками, тільки в короткостроковому періоді. У довгостроковому ж періоді залежність між рухом цін і безробіттям стає іншою – безробіття і інфляція набувають прямої залежності, а не зворотної (рисунок 10.4).

У регулюванні зайнятості головне завдання держави – перетворити вимушене безробіття на природне і за рівнем, і за тривалістю.

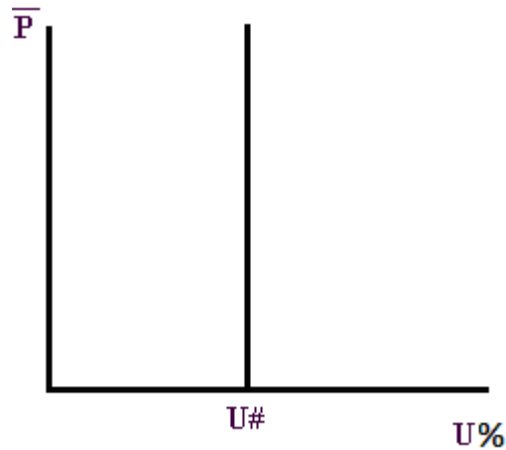


Рисунок 10.4 – Крива Філіпса в довгостроковому періоді
($U\#$ - природний рівень безробіття)

Методи державного регулювання ринку праці не повинні збільшувати інфляцію.

Методи державного регулювання ринку праці:

- 1) вдосконалення системи інформації про вільні робочі міста;
- 2) розвиток професійного навчання і перекваліфікації;
- 3) організація роботи бірж праці;
- 4) постійний контроль над станом ринку робочої сили;
- 5) фінансування досліджень проблем зайнятості;
- 6) державне стимулювання розроблення нових технологій, освоєння яких створює додаткові робочі місця;
- 7) пільгове оподаткування малого бізнесу, що забезпечує роботою значну частину працездатного населення.

Питання для перевірки знань:

1 Чому важко визначити рівень безробіття при повній зайнятості? Чому безробіття є економічною проблемою? Які неекономічні наслідки безробіття?

2 Наприклад, прийнята програма виплати по безробіттю. Чому безробіття продовжує викликати турботу?

3 Назвіть основні типи безробіття та розкрийте їх зміст.

4 Поясніть, як одразу може зрости ваш номінальний дохід та зменшитися ваш реальний дохід?

5 Поясніть, яким чином жорстка гіперінфляція може призвести до депресії.

6 Які розрізняють види інфляції від темпу приросту цін?

7 Поясніть сутність інфляції попиту й інфляції витрат.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- 1 Курс економічної теорії: Учебник / Под ред. М.Н. Чепуріна, Е.А. Киселевой. – Киров: АСА, 1999. – 624 с.
- 2 Курс економічної теорії : Учеб. пособие / Под ред. проф. А.В. Сидоровича. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, Издательство «ДИС», 1997. – 736 с.
- 3 Макконнелл К., Брю С. Экономикс / Пер. с англ. – М.: Республика, 1992. Т. 1. – 399 с.
- 4 Макконнелл К., Брю С. Экономикс /Пер. с англ. – М.: Республика, 1992. – Т. 2. – 400 с.
- 5 Мочерный С.В., Симоненко В.К., Секретарюк В.В., Устенко А.А. Основы экономической теории. – К.: Знание, 2000. – 607 с.
- 6 Экономика: Учебник / Под ред. А.С. Булатова. – М., 1997. – 896 с.
- 7 Экономическая теория: Учебник для вузов / Под ред. А.И. Добрынина, Л.С.Тарасевича. – С.Пб.: Питер, 1999. – 448 с.

