

1

МОСКОВСКИЙ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (МАДИ)

Кафедра «Экономические теории»

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (ЭКОНОМИКА)

Преподаватель: доцент Безновская Вера Викторовна

e-mail: beznovskaya@mail.ru

сайт: <https://sites.google.com/site/beznovskayavv>

05.02.2020

Рекомендуемая литература

2

1. **Безновская В.В., Прусова В.И.** Основы экономики: теория и практика. Учебное пособие. – М.: Техполиграфцентр, 2013. – 204 с.
2. **Арутюнова Г.И., Султыгова А.А.** Экономическая теория в схемах, таблицах и графиках: часть 1: Микроэкономика: учеб. пособие / МАДИ. – М., МАДИ, 2014. – 64 с.
3. **Безновская В.В., Е.П. Лепесей, Прусова В.И.** Экономическая теория в схемах, таблицах и графиках: часть 2: Макроэкономика: учеб. пособие. – М.: МАДИ, 2014. – 64 с.
4. **Арутюнова Г.И., Безновская В.В., Султыгова А.А.** Практикум по дисциплине «Экономическая теория»: часть 1: Микроэкономика: учеб. пособие / МАДИ. – М., МАДИ, 2014. – 20 с.
5. **Арутюнова Г.И., Безновская В.В., Султыгова А.А.** Практикум по дисциплине «Экономическая теория»: часть 2: Макроэкономика. – М.: МАДИ, 2014. – 24 с.

СТРУКТУРА КУРСА «ЭКОНОМИКА»

Модуль 1. Микроэкономика

Тема 1. Введение в экономическую теорию

Тема 2. Теория рынка и выбор потребителя

Тема 3. Теория производства и выбор производителя

Тема 4. Конкуренция и монополия

Модуль 2. Макроэкономика

Тема 5. Макроэкономические показатели и модели равновесия

Тема 6. Экономические циклы. Инфляция. Безработица

Тема 7. Рынок денег. Кредитно-денежная политика

Тема 8. Бюджет. Налоги. Бюджетно-налоговая политика

Тема 2

ТЕОРИЯ РЫНКА И ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

Понятие рынка

5

Рынок – это стихийный порядок.

Рынок – институт /механизм, который сводит покупателей (представителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг.

Рынок – система организационно-экономических отношений, осуществляемых через куплю-продажу товаров и услуг во всех сферах хозяйственной жизни общества.

Условия возникновения рынка

1. общественное разделение труда и специализация;

2. экономическое обособление товаропроизводителей:

- обособление факторов производства;
- существование за счет результатов собственной деятельности;
- наличие у каждого субъекта собственного экономического интереса;
- на принципах эквивалентности и возмездности отношений между товаропроизводителями;
- готовность к обмену при помощи рынка.

3. Свободный обмен ресурсов.

Субъекты рынка

7

1. Домохозяйства – это основные хозяйствующие единицы, функционирующие в потребительской сфере. Сюда относят всех потребителей, наемных работников, владельцев крупных и мелких капиталов, земли.

2. Фирмы – это структурные единицы, использующие факторы производства для производства товаров и услуг и продажи их другим рыночным субъектам с целью получения прибыли.

3. Государство – это все правительственные учреждения, имеющие юридическую и экономическую власть для осуществления регулирования и контроля над рынком и поведением его субъектов.

4. Заграница – это совокупность иностранных рыночных субъектов, функционирующих на национальном рынке данной страны.

Объекты рынка

8

– специфические группы товаров или услуг, имеющие устойчивый спрос, стабильно поступающие на рынок и различающиеся по характеру, способу и целям потребителя:

– товары;

– услуги;

– ресурсы;

– научные идеи;

– субсидии;

– социальные выплаты;

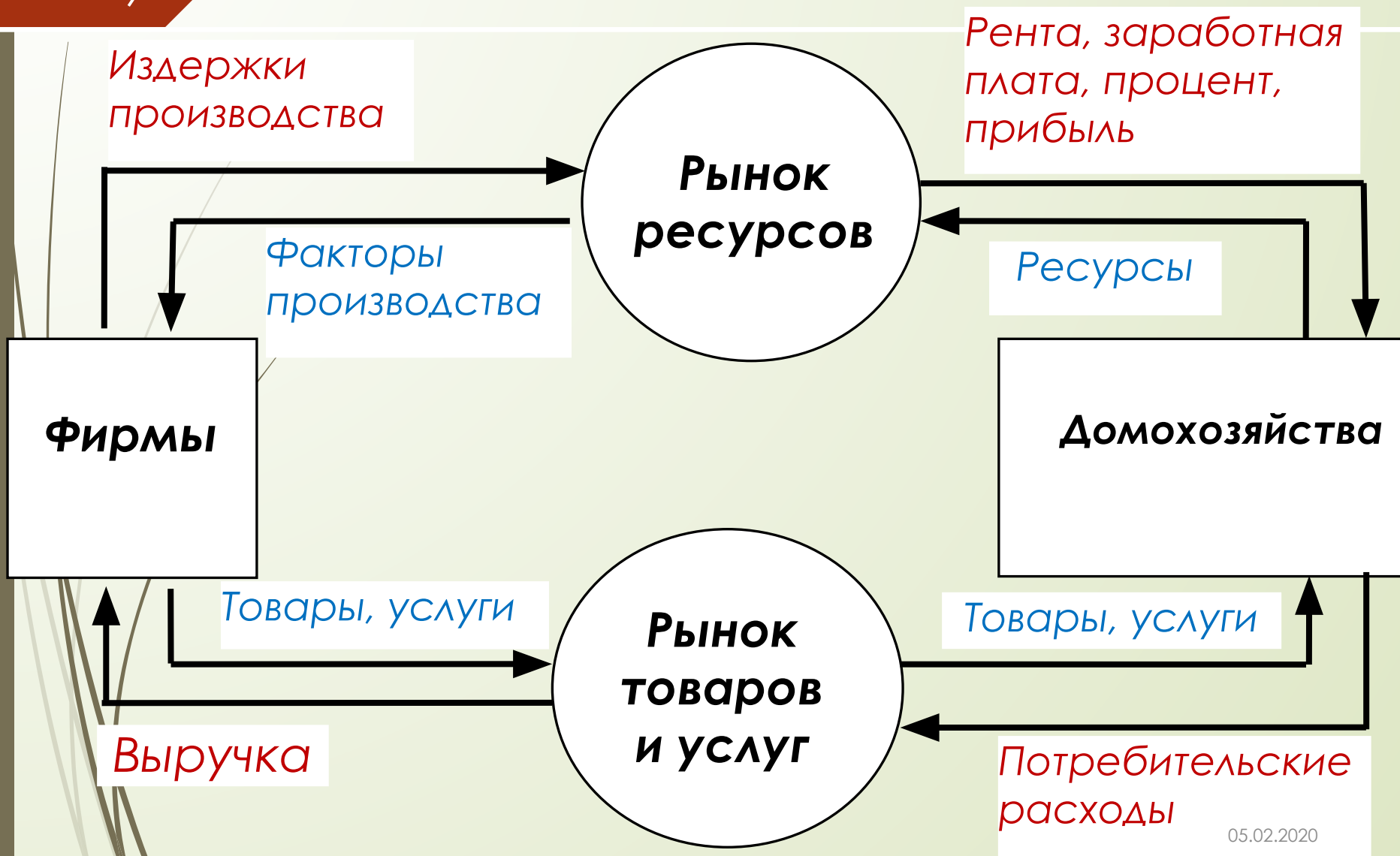
– информация;

– ценные бумаги;

– валюта....

Простая модель кругооборота

9



Элементы рынка

10

Спрос – это количество товара или услуги, которое потребители готовы купить при различных уровнях цен, за определенный промежуток времени (месяц, год) в конкретном месте (страна, город, локальный рынок).

Предложение – это количество товара или услуги, которое продавцы готовы продать при существующих ценах в течение определенного периода времени в конкретном месте (страна, город, локальный рынок).

Рыночная цена – это фактическая цена, свободно складывающаяся на рынке в соответствии со спросом и предложением товаров и услуг.

Конкуренция – движущий механизм рынка, фактор внутреннего развития, борьба участников рынка за лучшие условия производства и реализации продукции.

Общая и предельная полезность

11

Общая (совокупная) **полезность, TU** – совокупное удовлетворение, получаемое в результате потребления данного количества товара или услуг за данное время.

$$TU = \sum_{i=1}^n MU_i$$

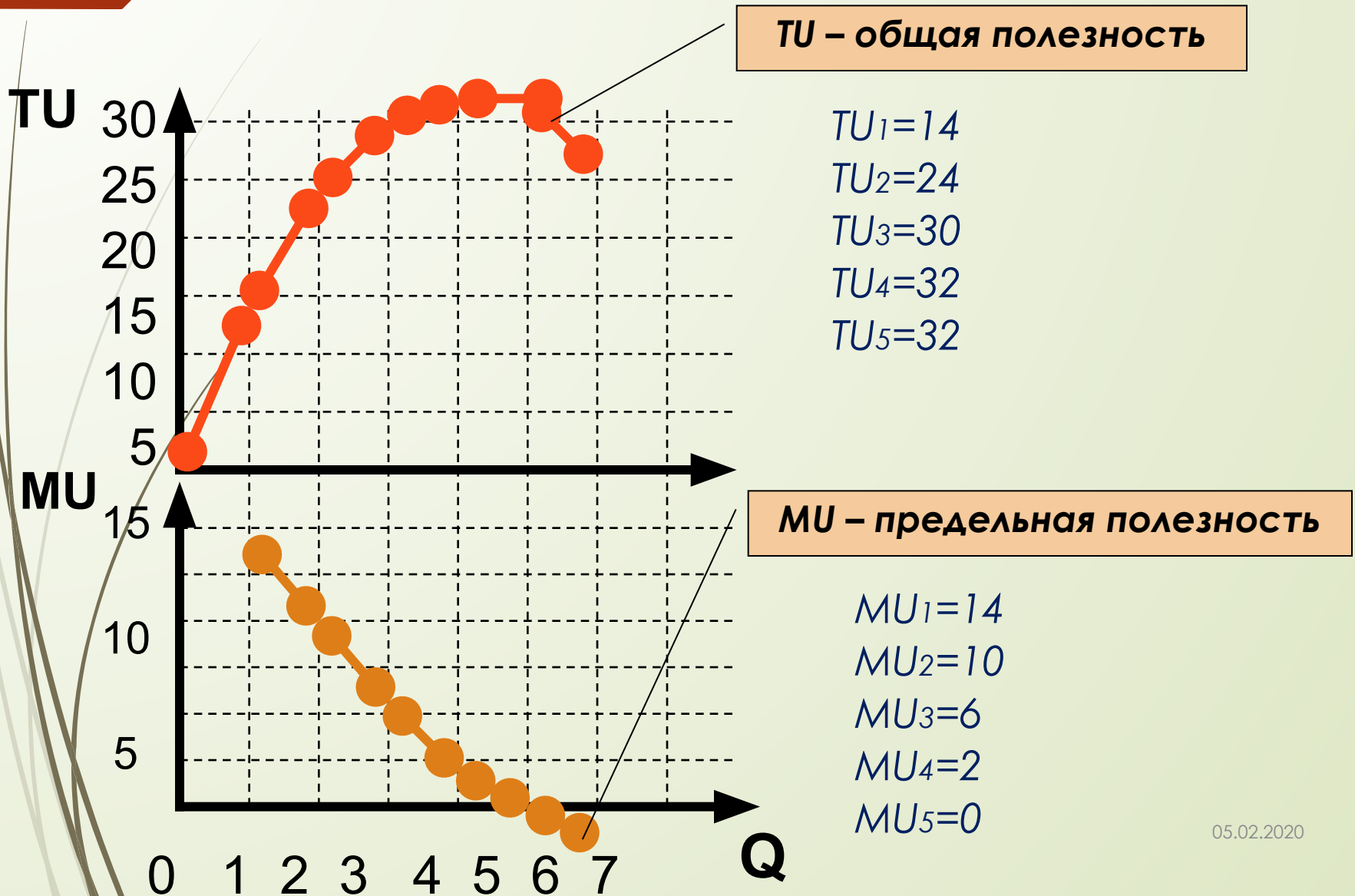
Предельная полезность, MU – дополнительная полезность, получаемая от потребления одной дополнительной единицы данного блага за единицу времени.

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = TU_i - TU_{i-1}$$

$$MU(Q_i) = TU'(Q_i).$$

Графики общей и предельной полезности

12



Первый закон Госсена

13

– закон убывающей предельной полезности: каждая последующая единица потребляемого блага имеет предельную полезность ниже, чем предыдущая, т.е. дополнительный потребительский эффект, получаемый от увеличения благ на одну единицу ниже, чем эффект, полученный от предыдущей единицы.

Первый закон Госсена объясняет, почему кривая спроса имеет отрицательный наклон.

Герман Госсен (1810–1859) – немецкий экономист, представитель математической школы.

Второй закон Госсена

14

– **условие равновесия потребителя** : потребитель в рамках имеющихся у него денежных возможностей предпочитает такой набор благ, при котором отношение предельной полезности каждого товара к его цене одинаково для разных благ (**равенство взвешенных предельных полезностей благ**):

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \dots = \frac{MU_Z}{P_Z} = \lambda$$

Величина λ (предельная полезность денег) показывает, на сколько ютилей увеличивается общая полезность товарного набора при увеличении дохода потребителя на 1 ден. ед.

Кривая безразличия

– отражает наборы из двух товаров, которые имеют для потребителя одинаковую полезность;

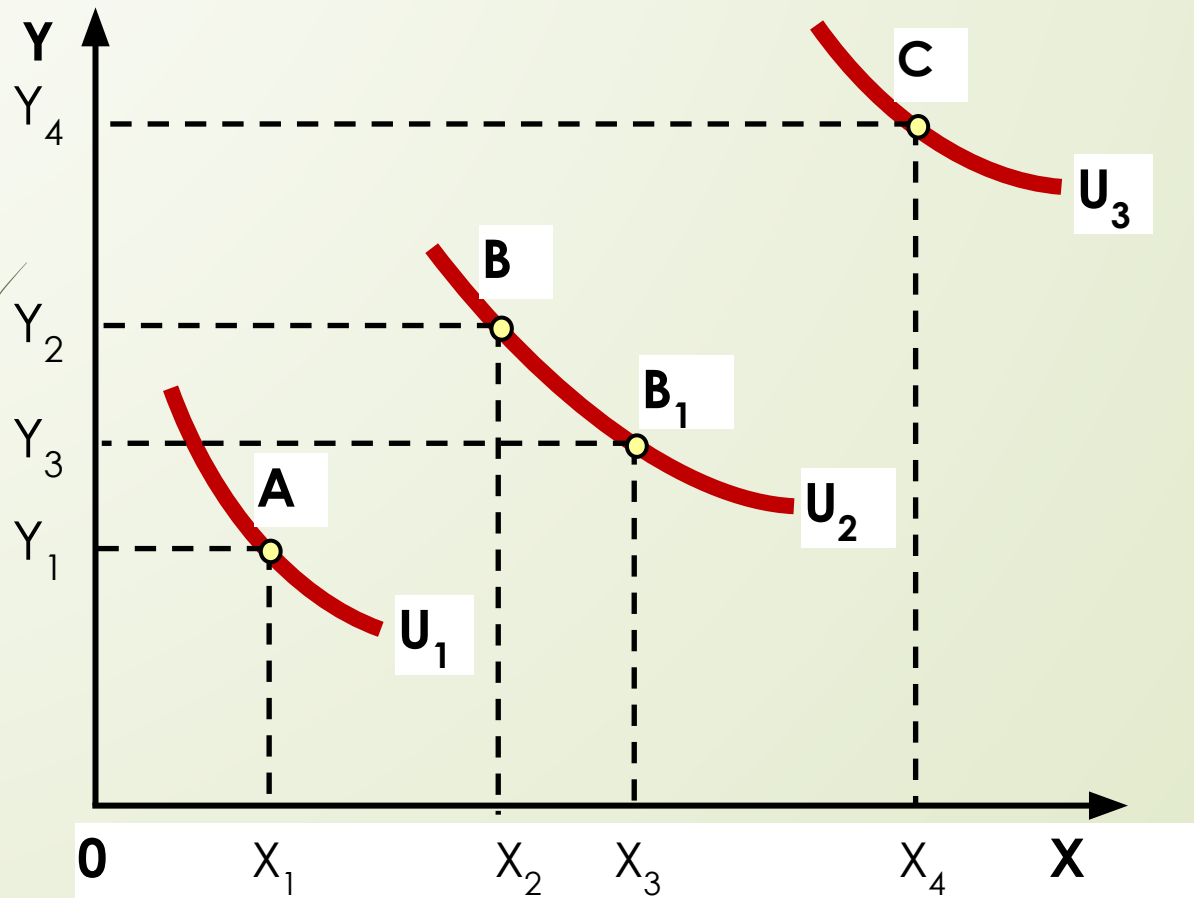
– соединяет точки, показывающие такие наборы благ, которые для потребителя равноценны.



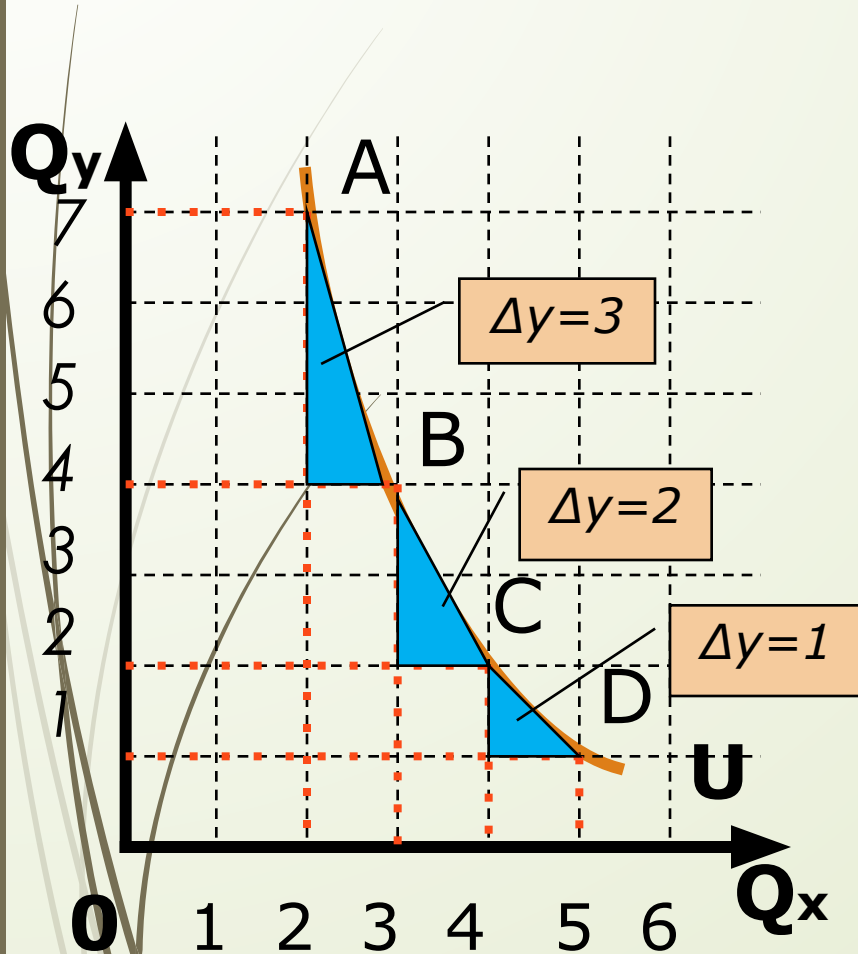
Карта кривых безразличия

16

— это множество кривых безразличия, каждая из которых представляет различный уровень полезности.



Предельная норма замещения – MRS_{xy}



Показатель, который позволяет определить объем товара, которым потребитель готов жертвовать ради увеличения потребления другого товара.

$$MRS_{xy} = -\Delta Y / +\Delta X.$$

Бюджетная линия (БЛ)

18

Прямая, точки которой показывают наборы благ, при покупке которых выделенный доход тратится полностью, т.е. $P_x X + P_y Y = I$.

БЛ пересекает оси координат в точках, показывающих максимально возможные количества благ, которые можно приобрести на данный доход при определенных ценах.

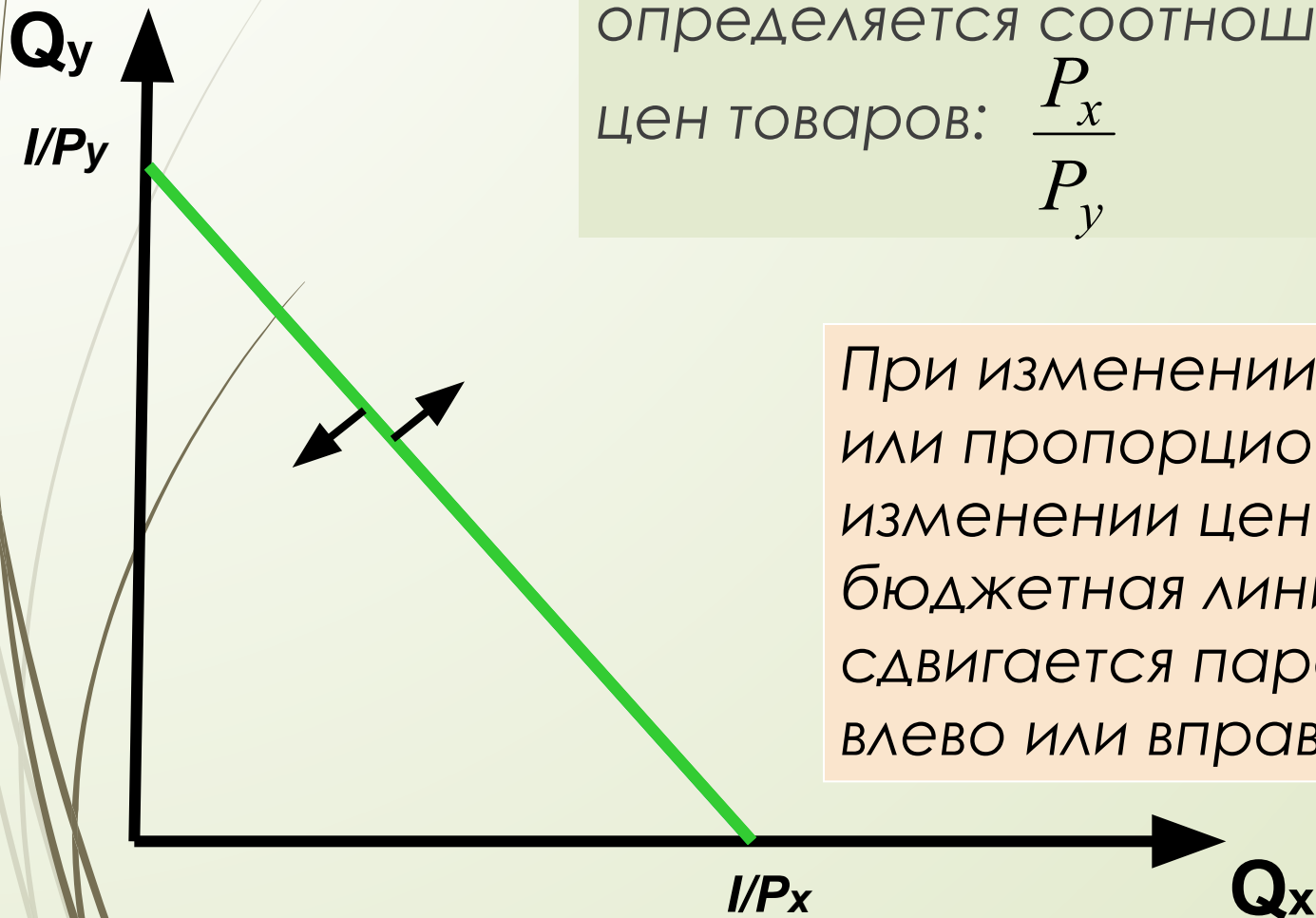
Уравнение бюджетной линии:

$$Y = \frac{I}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} X$$

Бюджетная линия

19

Наклон бюджетной линии определяется соотношением цен товаров: $\frac{P_x}{P_y}$



При изменении дохода или пропорциональном изменении цен бюджетная линия сдвигается параллельно влево или вправо

Какой товарный набор является лучшим для потребителя?

20

Точка потребительского равновесия (оптимума) – товарный набор, максимизирующий совокупную полезность потребителя.

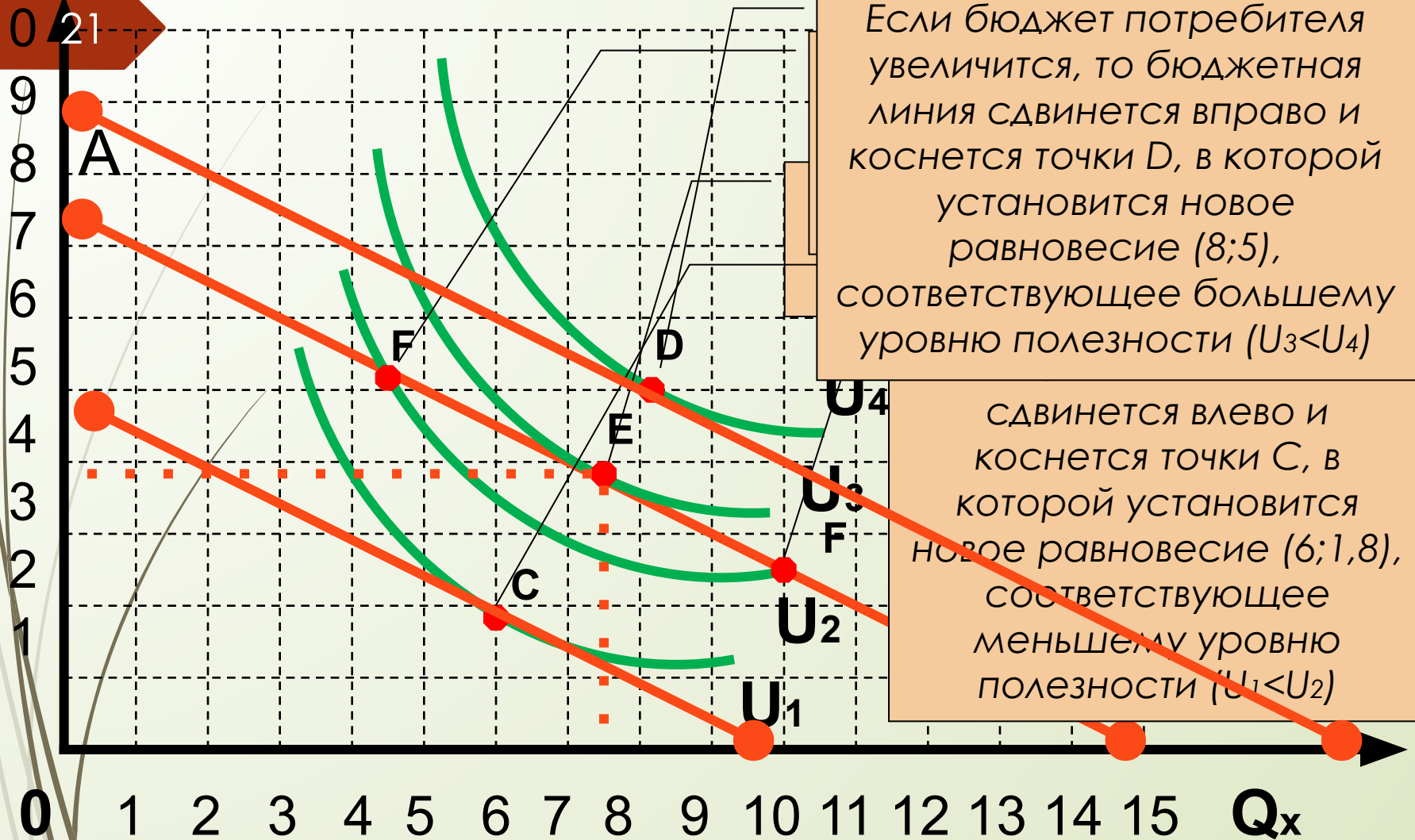
Оптимум лежит в точке касания бюджетной линии и кривой безразличия (при условии, что товар желателен для потребителя, то есть имеет положительную предельную полезность).

В точке оптимума наклон бюджетной линии равен наклону кривой безразличия.

Равновесие потребителя

Q_y

10 21



Понятие и виды спроса

22

Спрос – это количество товара или услуги, которое потребители готовы купить при различных уровнях цен, за определенный промежуток времени (месяц, год) в конкретном месте (страна, город, локальный рынок).

▣ **Индивидуальный спрос** – это спрос конкретного потребителя на определенный товар.

▣ **Рыночный спрос** – это спрос группы потребителей на определенный товар, равный сумме спросов индивидуальных потребителей на этот товар.

▣ **Совокупный спрос** – это спрос всех потребителей на все созданные в обществе блага.

Кривая спроса

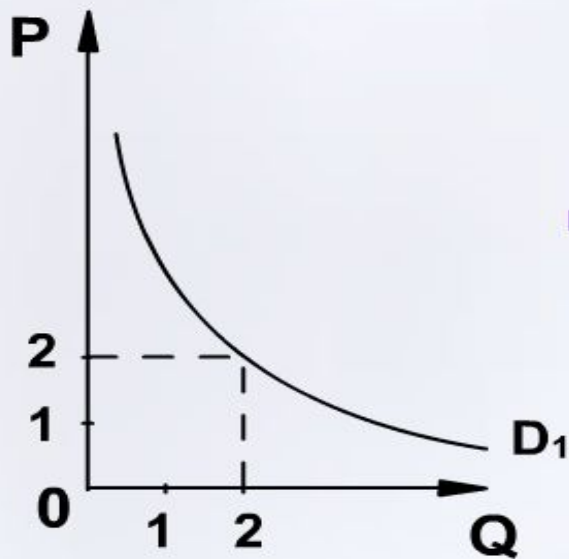
23



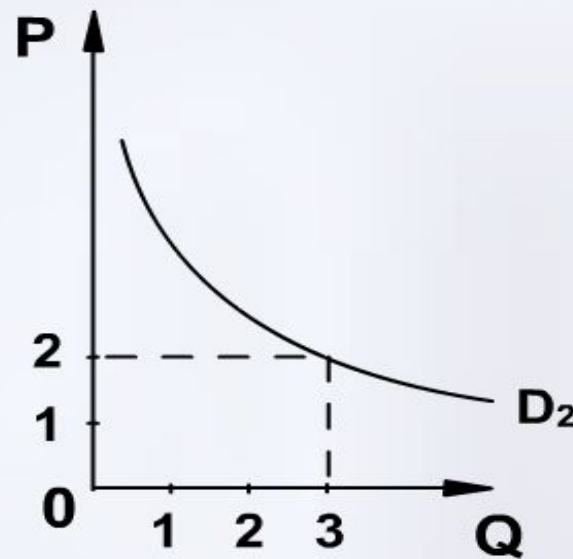
Закон спроса: при прочих равных условиях снижение цены приводит к возрастанию величины спроса, повышение – к уменьшению величины спроса. **Между ценой и величиной спроса обратная зависимость.**

Рыночный спрос

24

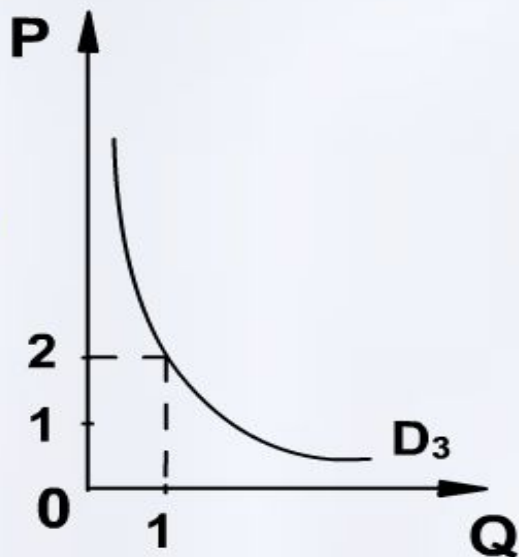


+

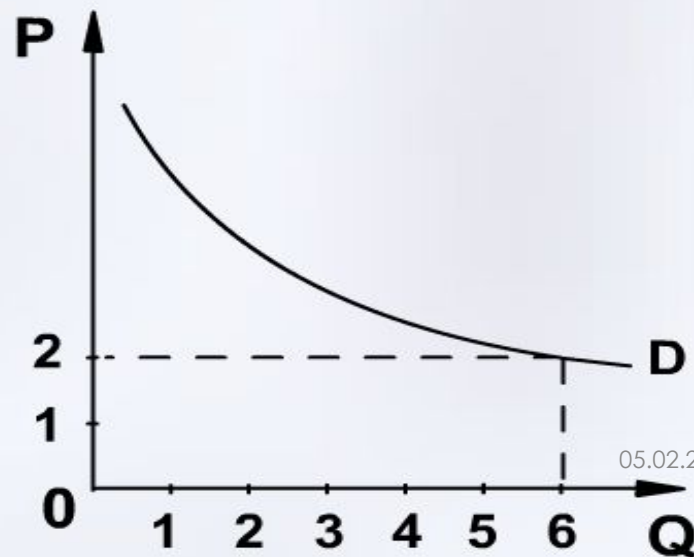


+

+



=



05.02.2020

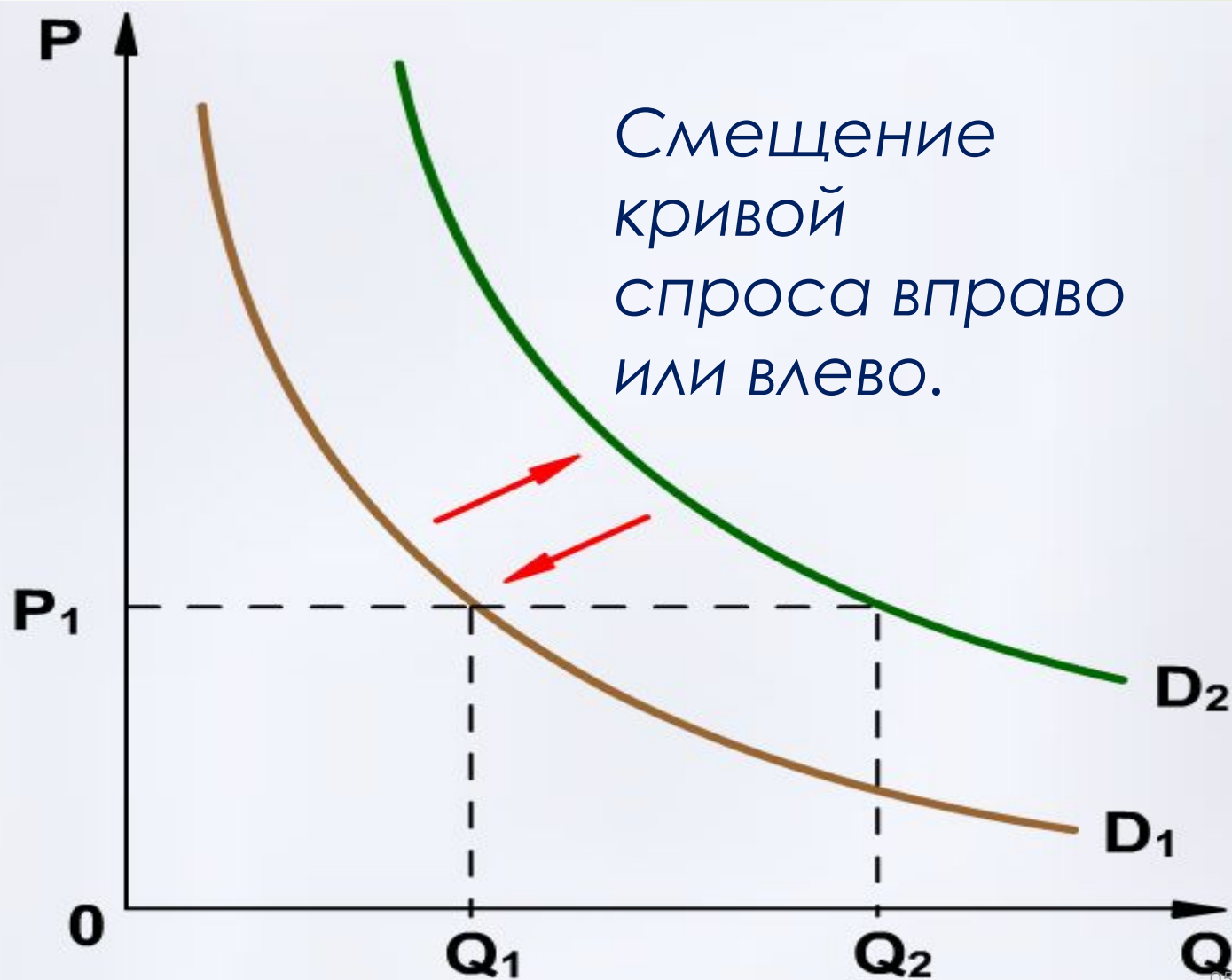
Изменение величины спроса

25



Изменение спроса

26



Неценовые факторы спроса

27

- 1) Изменение вкусов и предпочтений потребителей (мода, образ жизни, реклама).
- 2) Количество потребителей (размер рынка).
- 3) Изменение денежных доходов.
- 4) Ожидания потребителей (роста или снижения цен, повышения или понижения доходов).
- 5) Цены на сопряженные товары (товары-субституты и товары-комплементы).

Сопряженные Товары

28

Товары-субституты (товары-заменители): Цена на один продукт и спрос на другой находятся в прямой зависимости. Если выросли цены на один, растет спрос на другой.

Товары-комплементы (взаимодополняющие товары): Обратная зависимость между ценой на один товар и спросом на другой. Рост цен на один сократит спрос на другой и снижение цены на один вызовет рост спроса на другой.

Исключения из закона спроса

29

– ситуации, когда закон спроса прекращает себя открыто проявлять, а линия спроса получает положительный наклон в результате нарушения «прочих равных условий».

Например,

- парадокс Гиффена;
- ассиметричная информация;
- эффект Веблена;
- эффект ожидаемой инфляции.

Изменение дохода и спрос на нормальные товары и товары низшей категории

30



Понятие и закон предложения

Предложение – это количество товара или услуги, которое продавцы готовы продать при существующих ценах в течение определенного периода времени в конкретном месте (страна, город, локальный рынок).

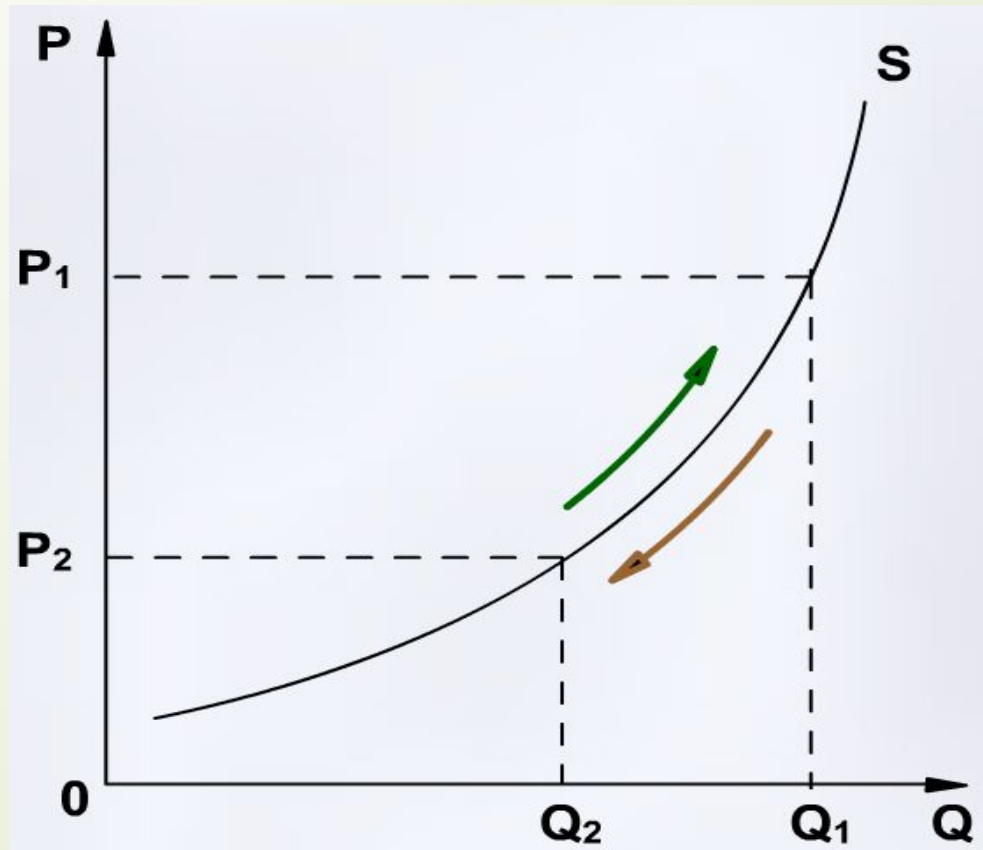
Закон предложения – прямая зависимость между изменением цены и величины предложения.

- Высокие цены побуждают производителя предлагать на рынке больше своих товаров, а низкие – меньше.
- Принимая решение о производстве предприниматель сопоставляет цену единицы товара с издержками его производства.

Кривая предложения

32

Кривая предложения показывает зависимость между рыночной ценой и величиной предложения на данный товар.



$$Q_s = f(P)$$

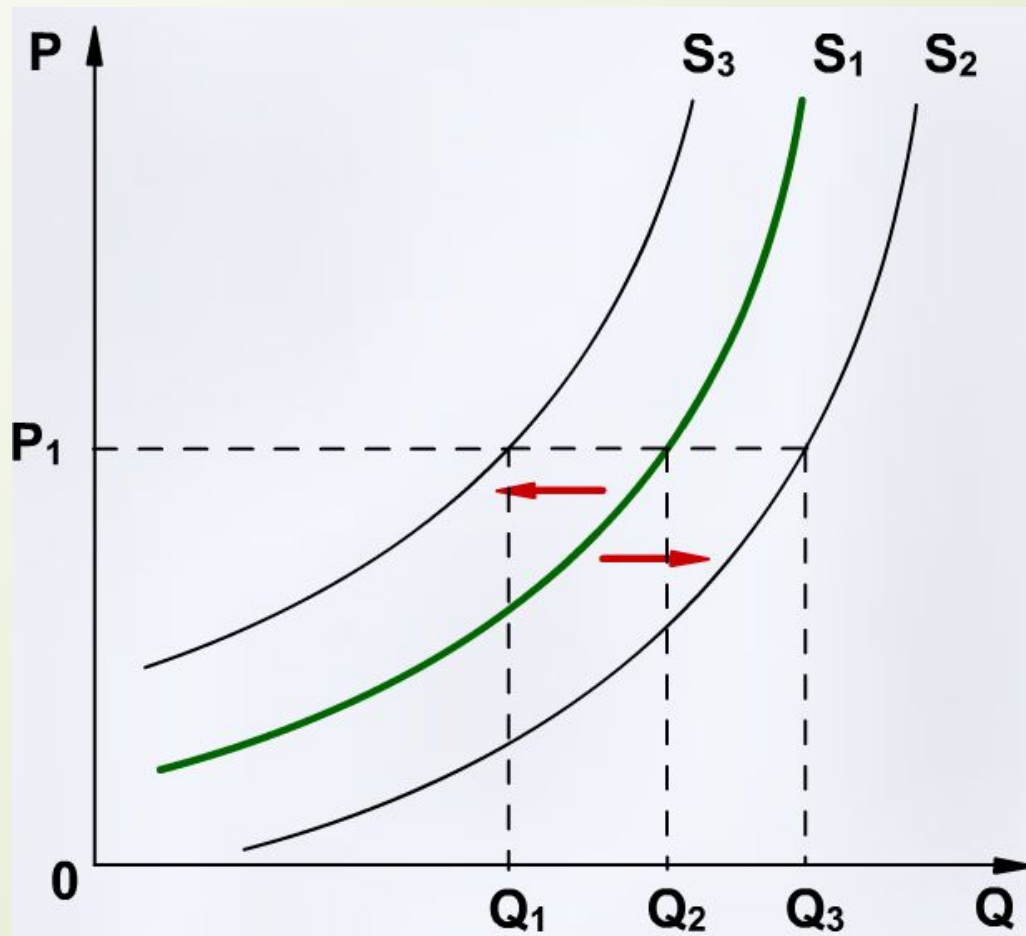
Изменение величины предложения – перемещение по кривой предложения при изменении цены.

05.02.2020

Изменение предложения

33

– **смещение кривой предложения** вправо или влево под воздействием неценовых факторов.



Неценовые факторы предложения

34

1) Цены на ресурсы.

2) Технология.

3) Размер налогов и субсидий.

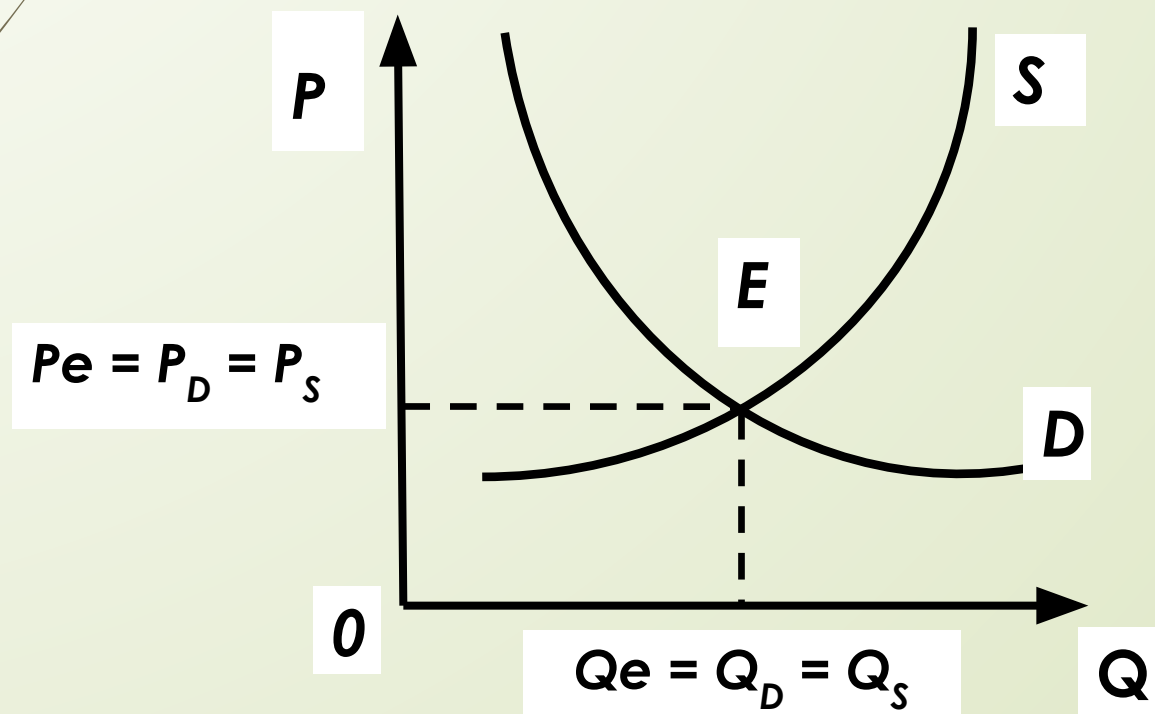
4) Количество производителей.

5) Ожидания.

Рыночное равновесие

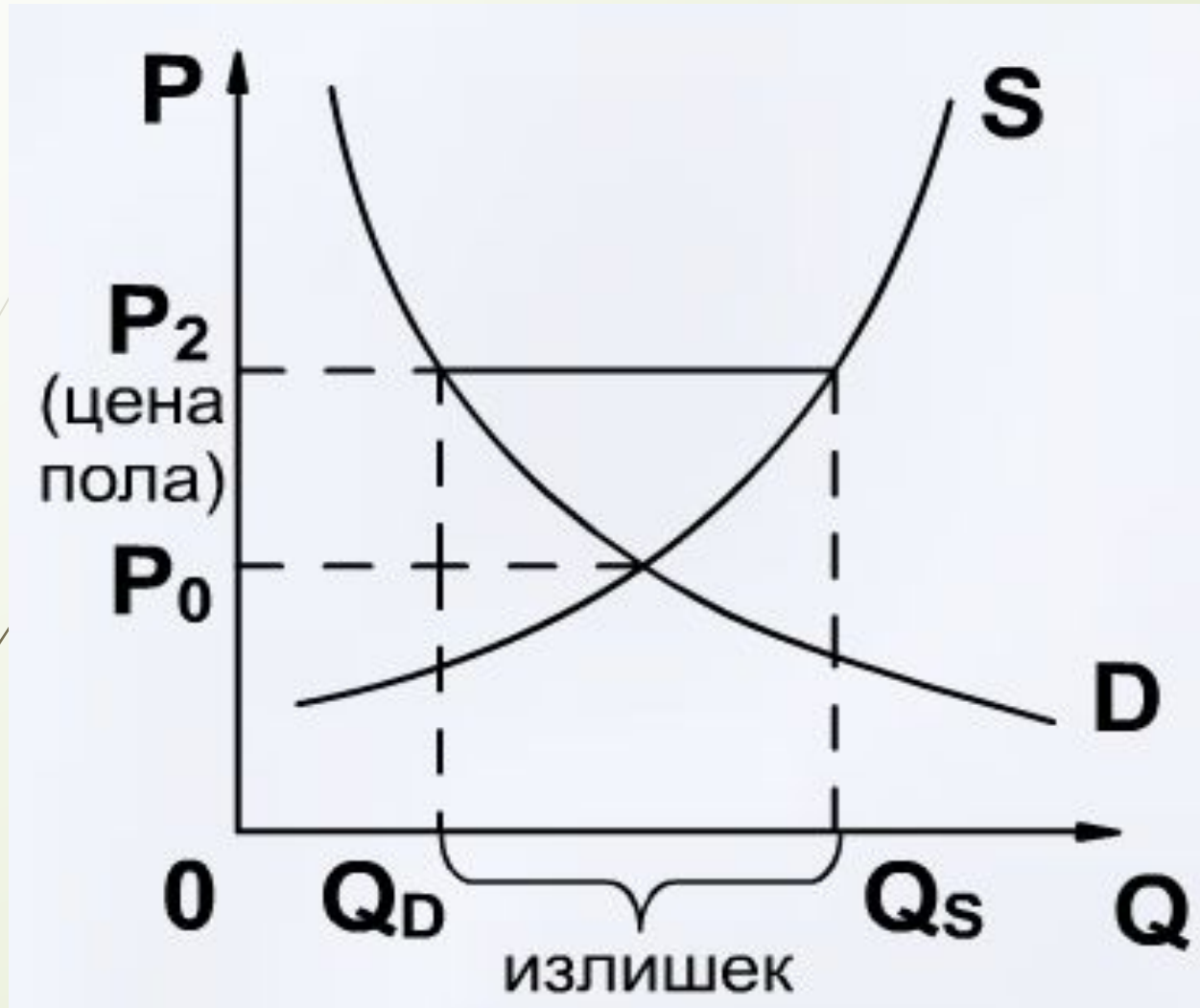
35

- это положение на рынке, при котором объем спроса равен объему предложения $Q_D = Q_S$.
- ▣ **Равновесная цена** – цена, при которой совпадают интересы продавцов и покупателей.
- ▣ **Равновесное количество** соответствует равновесной цене.



Ценовой пол

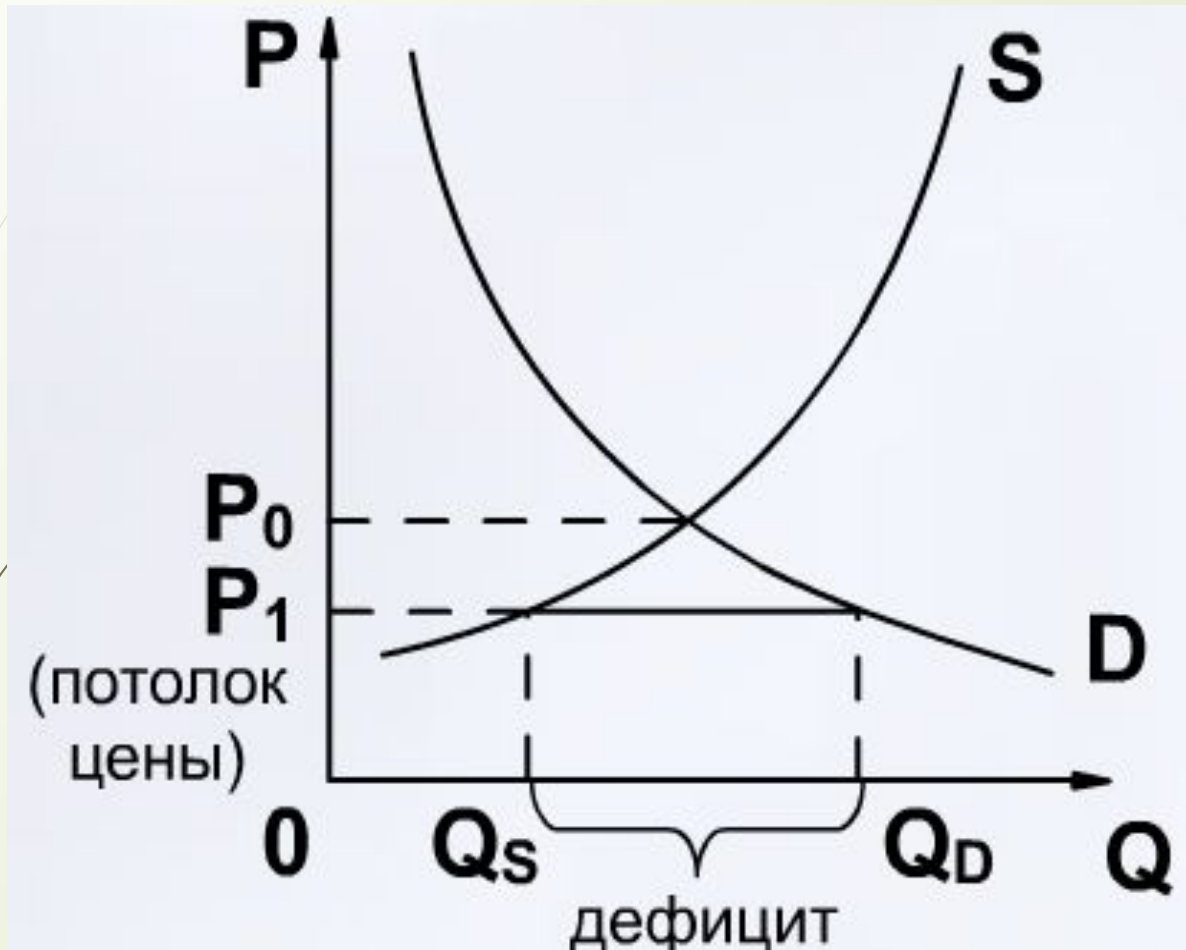
36



Ценовой пол – это фиксированная цена выше равновесной

Ценовой потолок

37



Ценовой потолок – это фиксированная цена ниже равновесной

Модели равновесия

38

□ **Модель равновесия Л. Вальраса** – это модель установления равновесия в краткосрочном периоде за счет колебания цен.

Условия модели:

- ✓ размеры производства заданы;
- ✓ цена – переменная величина.

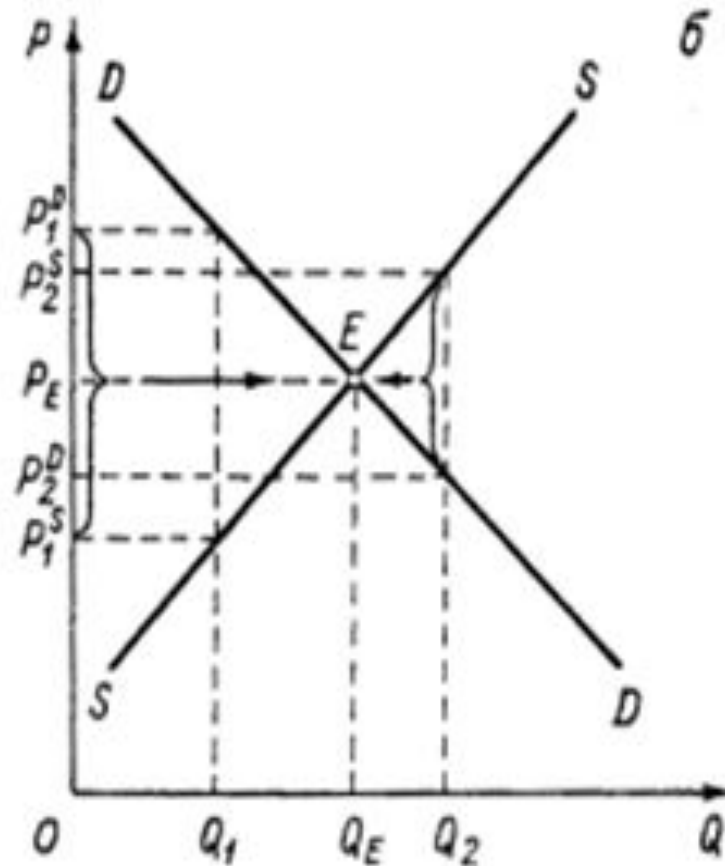
□ **Модель равновесия А. Маршалла** – это модель установления равновесия в долгосрочном периоде за счет колебания объемов производства.

Условия модели:

- ✓ цена задана;
- ✓ объемы предложения – переменная величина.

Модели равновесия

39

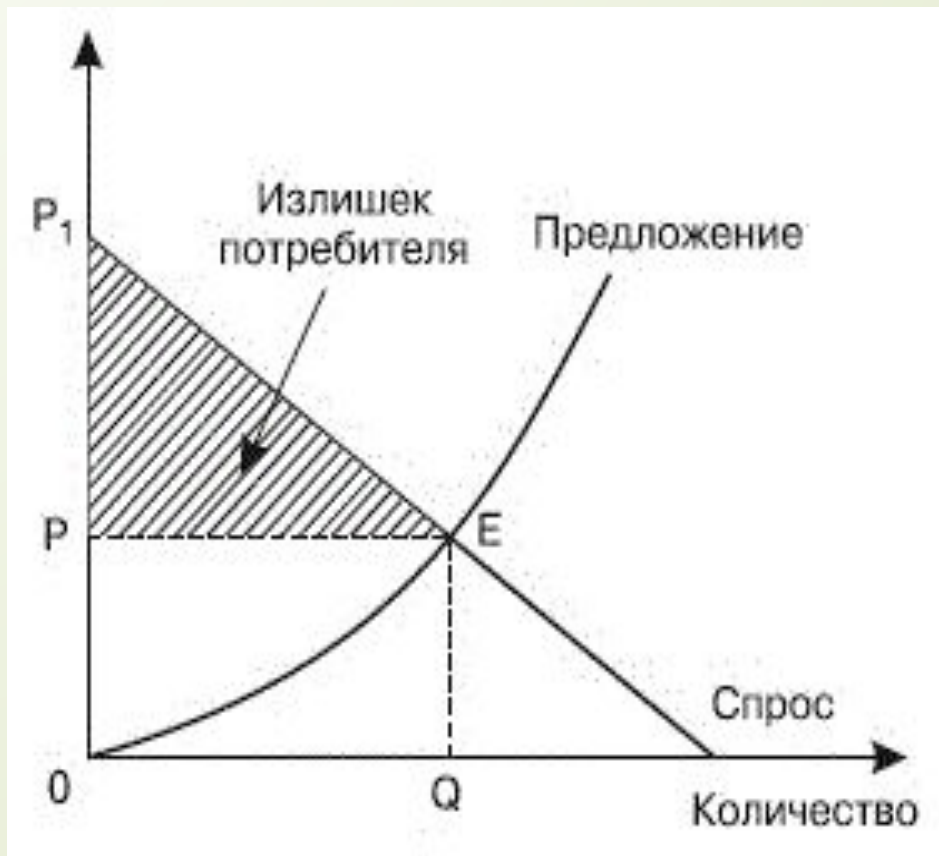


Равновесие: а – по Вальрасу, б – по Маршаллу

Излишек потребителя

40

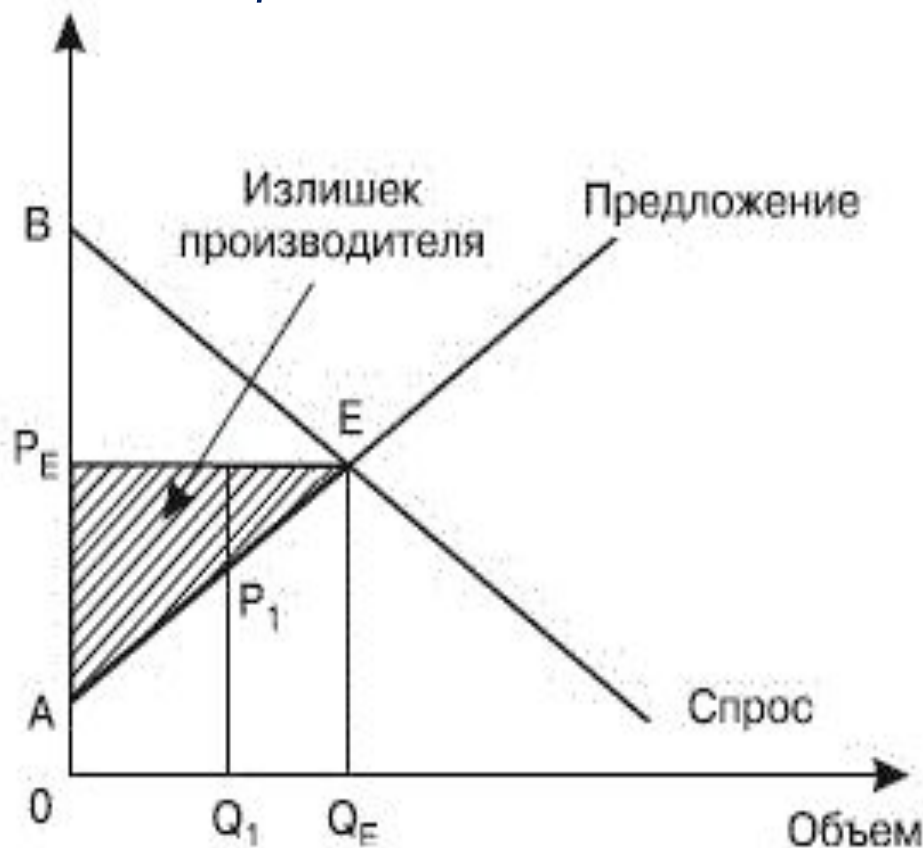
Излишек потребителя – дополнительная выгода покупателя, разница между ценой, которую потребитель готов заплатить за товар, и той, которую он действительно платит при покупке.



Излишек производителя

41

Излишек производителя – дополнительные доходы продавца, извлекаемые производителями в результате того, что цена на его благо превышает цену, по которой они готовы продавать это благо на рынке.



Понятие эластичности в экономике

42

Эластичность – численная характеристика изменения одного показателя (например, спроса или предложения) к другому показателю (например: цене, доходу).

Эластичность показывает, на сколько процентов изменится первый показатель при изменении второго на 1%.

Расчет коэффициента

43

Эластичности спроса по цене

1. точечный метод расчета (незначительные колебания цены)

$$a) E_p^d = \frac{\Delta Q_d(\%) }{\Delta P(\%)} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \div \frac{P_2 - P_1}{P_1} = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_1}{Q_1} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

$$b) E_p^d = \frac{\Delta Q_d(\%)}{\Delta P(\%)} = Q'(P) \times \frac{P_1}{Q_1}$$

2. дуговой метод расчета (рост цен более 5%)

$$E_p^d = \frac{\Delta Q_d(\%)}{\Delta P(\%)} = \frac{Q_2 - Q_1}{\frac{Q_2 + Q_1}{2}} \div \frac{P_2 - P_1}{\frac{P_2 + P_1}{2}} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \times \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1}$$

Формы эластичности спроса по цене

44

если $E^d_p > 1$, то спрос эластичен по цене;

если $E^d_p = 1$, то спрос с единичной эластичностью по цене;

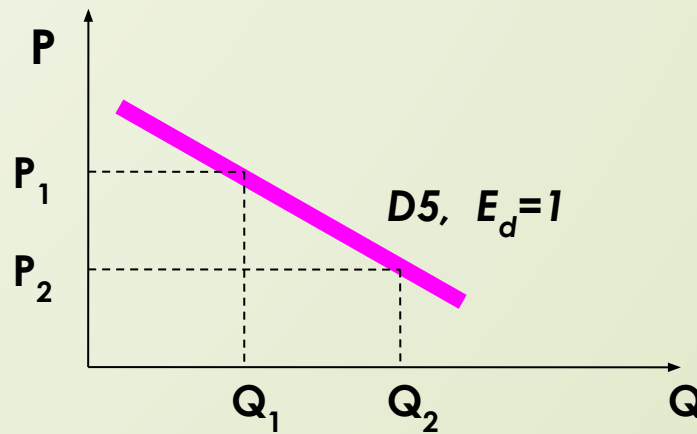
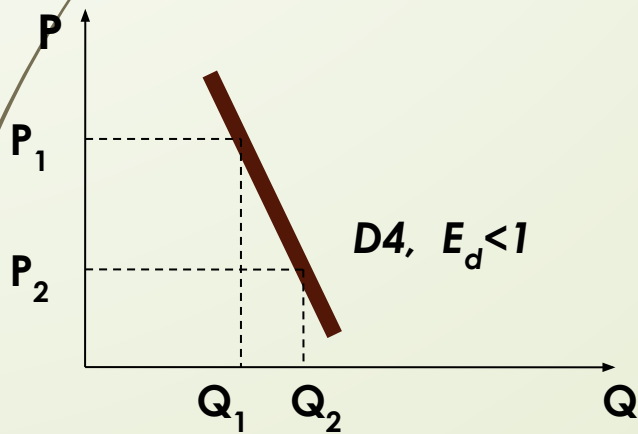
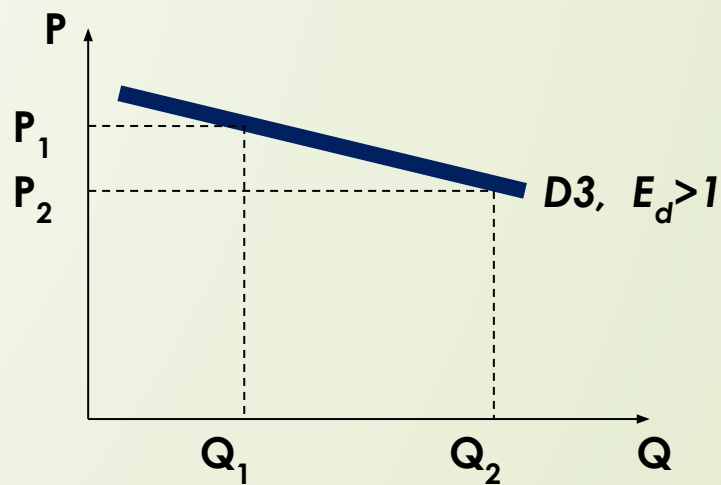
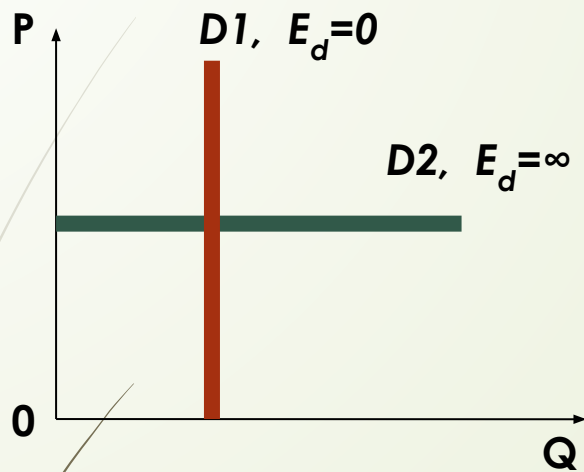
если $E^d_p < 1$, то спрос неэластичен по цене;

если $E^d_p \rightarrow \infty$, то спрос абсолютно эластичен по цене;

если $E^d_p \rightarrow 0$, то спрос абсолютно неэластичен по цене.

Виды спроса по эластичности

45



Примеры товаров по эластичности

46

Товары с эластичным спросом по цене:

1) Предметы роскоши (драгоценности, деликатесы)

2) Товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета (мебель, бытовая техника)

3) Легкозаменяемые товары (мясо, фрукты)

Товары с неэластичным спросом по цене:

1) Предметы первой необходимости (лекарства, обувь, электричество)

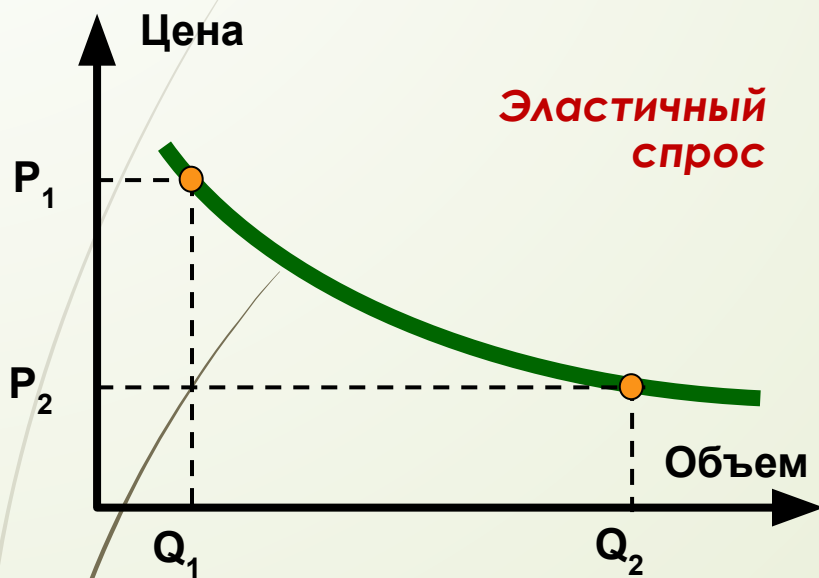
2) Товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета (карандаши, зубные щётки)

3) Труднозаменяемые товары (хлеб, электрические лампочки, бензин)

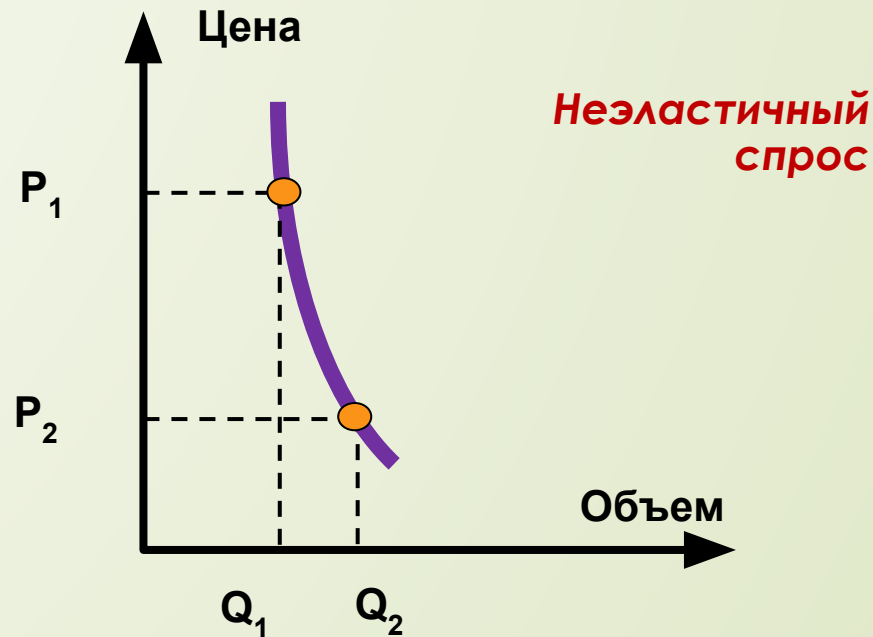
Влияние эластичности спроса на изменение выручки продавца

47

$$TR = P \cdot Q$$



Если спрос эластичен – то уменьшение цены приведет к увеличению выручки



Если спрос неэластичен – то уменьшение цены приведет к уменьшению выручки

Спасибо за внимание!