



ΕΚΟΝΟΜΙΧΗ ΤΕΟΡΙΑ: ΜΙΚΡΟΕΚΟΝΟΜΙΚΑ

ΚÖZGAZDASÁGTAN-ELMÉLET: ΜΙΚΡΟÖΚΟΝÓΜΙΑ

2024



ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ: МІКРОЕКОНОМІКА

Навчально-методичний посібник

KÖZGAZDASÁGTAN-ELMÉLET: MIKROÖKONÓMIA

Oktatási-módszertani segédlet

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ: МІКРОЕКОНОМІКА

Навчально-методичний посібник

Укладали та редагували:
Роберт Бачо та Габор Потокі

KÖZGAZDASÁGTAN-ELMÉLET: MIKROÖKONÓMIA

Oktatási-módszertani segédlet

Összeállította és szerkesztette:
Bacsó Róbert és Pataki Gábor



ЗУІ імені Ференца Ракоці II / II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola
Берегове / Beregszász

2024

УДК 330.101.542(075.8)

Е 40

Навчально-методичний посібник розроблений для забезпечення викладання освітньої компоненти «Економічна теорія: мікроекономіка» для здобувачів економіко-орієнтованих освітніх програм, а також таких, на яких здобувачі мають можливість вивчати дисципліни економічного профілю.

Затверджено до використання у навчальному процесі на засіданні кафедри обліку і аудиту Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II (протокол №1 від «14» серпня 2024 року).

Розглянуто та рекомендовано Радою із забезпечення якості вищої освіти Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II (протокол №22 від «26» серпня 2024 року).

Рекомендовано до видання у друкованій та електронній формі (PDF) рішенням Вченої ради Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II (протокол №7 від «27» серпня 2024 року).

Підготовлено до видання Видавничим відділом спільно з кафедрою обліку і аудиту Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II.

Уклали та редагували:
Роберт Бачо та Габор Потокі

Рецензували:

Дора Барабаш-Карпати, доктор філософії у галузі соціальних наук, директор і доцент Інституту економіки Ниредьгазького університету (м. Ниредьгаза, Угорщина)

Ніна Пойда-Носик, доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II (м. Берегове, Україна)

Технічне редагування: *Олександр Добош та Габор Потокі*
Верстка та підготовка до друку: *Олександр Добош та Габор Потокі*
Підготовка до видання у електронній формі (PDF): *Вівієн Товт*

Коректура: *редакторська*

Дизайн обкладинки: *Вівієн Товт*

УДК: *Бібліотека ім. Опаці Черє Яноша при ЗУІ ім. Ф.Ракоці II*

Відповідальний за випуск:

Олександр Добош (начальник Видавничого відділу ЗУІ ім. Ф.Ракоці II)

Відповідальність за достовірність і зміст навчально-методичного посібника покладається на укладачів/редакторів.

Друк навчального видання здійснено за сприяння проєкту «КОМР» Угорської академії наук.

Видавництво: Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II (адреса: пл. Кошута 6, м. Берегове, 90202. Електронна пошта: foiskola@kmf.uz.ua; kiado@kmf.uz.ua)

Друк: ФОП Лац Чілла Степанівна (адреса: пл. Кошута 4, м. Берегове, 90202. Електронна пошта: kalvinnyomda@gmail.com). Керівник: Чілла Лац.

ISBN 978-617-8143-19-0 (м'яка обкладинка)

ISBN 978-617-8143-20-6 (PDF)

© Роберт Бачо, Габор Потокі, 2024

© Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, 2024

ETO 330.101.542(075.8)

K 92

Az oktatási-módszertani segédlet a „Közgazdaságtan-elmélet: mikroökonómia” című tantárgy oktatását hivatott biztosítani a felsőoktatás gazdasági irányultságú szakjain, illetve egyéb olyan képzési programoknál, ahol gazdasági ismeretek kurzust tanulnak a hallgatók.

Az oktatási folyamatban történő felhasználását jóváhagyta a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Számvitel és Auditálás Tanszéke (2024. augusztus 14., 1. számú jegyzőkönyv).

Megjelentetésre javasolta a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Felsőoktatási Minőségbiztosítási Tanácsa (2024. augusztus 26., 22. számú jegyzőkönyv).

Nyomtatott és elektronikus formában (PDF-fájlformátumban) történő kiadásra javasolta a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Tudományos Tanácsa (2024. augusztus 27., 7. számú jegyzőkönyv).

Kiadásra előkészítette a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Kiadói Részlege, valamint Számvitel és Auditálás Tanszéke.

Összeállította és szerkesztette:
Bacsó Róbert és Pataki Gábor

Lektorálták:

Barabásné dr. Kárpáti Dóra PhD, a Nyíregyházi Egyetem Gazdálkodástudományi Intézetének intézetigazgatója és egyetemi docense (Nyíregyháza, Magyarország)

Prof. Dr. Pajda-Noszik Nina DSz, professzor, a közgazdaságtudományok doktora, a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Számvitel és Auditálás Tanszékének professzora (Beregszász, Ukrajna)

Műszaki szerkesztés: *Dobos Sándor és Pataki Gábor*

Tördelés és nyomdai előkészítés: *Dobos Sándor és Pataki Gábor*

Előkészítés elektronikus formában (PDF-fájlformátumban) történő kiadásra: *Tóth Vivien*

Korrektúra: *a szerkesztők*

Borítóterv: *Tóth Vivien*

ETO-besorolás: *a II. RF KMF Apáczai Csere János Könyvtára*

A kiadásért felel:

Dobos Sándor (a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Kiadói Részlegének vezetője)

Az oktatási-módszertani segédlet tartalmáért és hitelességéért az összeállítók/szerkesztők viselik a felelősséget.

A kiadvány a Magyar Tudományos Akadémia KOMP programjának köszönhetően jelent meg.

Kiadó: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola (cím: 90 202, Beregszász, Kossuth tér 6. E-mail: foiskola@kmf.uz.ua; kiado@kmf.uz.ua)

Nyomdai munkálatok: Lacz Csilla egyéni vállalkozó (cím: 90 202, Beregszász, Kossuth tér 4. E-mail: kalvinnyomda@gmail.com). Felelős vezető: Lacz Csilla.

ISBN 978-617-8143-19-0 (puhafedelű)

ISBN 978-617-8143-20-6 (PDF)

© Bacsó Róbert, Pataki Gábor, 2024

© II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ І МЕТОД ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ.....	12
Завдання до теми 1.....	20
ТЕМА 2. ВИРОБНИЦТВО. ФАКТОРИ ВИРОБНИЦТВА. МЕЖА ВИРОБНИЧИХ МОЖЛИВОСТЕЙ.....	24
Завдання до теми 2.....	32
ТЕМА 3. ЕКОНОМІЧНІ СИСТЕМИ. РИНКОВА ЕКОНОМІКА. РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ЕКОНОМІЦІ.....	38
Завдання до теми 3.....	48
ТЕМА 4. ГРОШІ. РОЛЬ ГРОШЕЙ У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ. ЦІНИ.....	52
Завдання до теми 4.....	58
ТЕМА 5. ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	62
Завдання до теми 5.....	72
ТЕМА 6. ЦІНОВА ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	76
Завдання до теми 6.....	82
ТЕМА 7. АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА	88
Завдання до теми 7.....	100
ТЕМА 8. ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА	104
Завдання до теми 8.....	116
ТЕМА 9. РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	120
Завдання до теми 9.....	130
ТЕМА 10. МОНОПОЛІЯ.....	134
Завдання до теми 10.....	148
ТЕМА 11. МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ. ОЛІГОПОЛІЯ.....	152
Завдання до теми 11.....	166
ТЕМА 12. РИНКИ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА	170
Завдання до теми 12.....	186
ТЕМА 13. НЕВДАЧІ РИНКУ: ЗОВНІШНІ ЕФЕКТИ ТА СУСПІЛЬНІ БЛАГА..	190
Завдання до теми 13.....	196
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУР.....	200

TARTALOM

BEVEZETÉS.....	9
1. TÉMA. AZ ELMÉLETI KÖZGAZDASÁGTAN TÁRGYA ÉS MÓDSZERE	13
Mintafeladatok az 1. témához.....	21
2. TÉMA. TERMELÉS. TERMELÉSI TÉNYEZŐK. TERMELÉSI LEHETŐ- SÉGEK HATÁRA.....	25
Mintafeladatok a 2. témához.....	33
3. TÉMA. GAZDASÁGI RENDSZEREK. PIACGAZDASÁG. AZ ÁLLAM SZEREPE A GAZDASÁGBAN	39
Mintafeladatok a 3. témához.....	49
4. TÉMA. PÉNZ. A PÉNZ SZEREPE A PIACGAZDASÁGBAN. ÁRAK	53
Mintafeladatok a 4. témához.....	59
5. TÉMA. A KERESLET ÉS KÍNÁLAT ELEMZÉSÉNEK ALAPJAI.....	63
Mintafeladatok az 5. témához.....	73
6. TÉMA. KERESLETI ÉS KÍNÁLATI ÁRRUGALMASSÁG.....	77
Mintafeladatok a 6. témához.....	83
7. TÉMA. FOGYASZTÓI MAGATARTÁS ELEMZÉSE.....	89
Mintafeladatok a 7. témához.....	101
8. TÉMA. TERMELÉSI KÖLTSÉGEK	105
Mintafeladatok a 8. témához.....	117
9. TÉMA. TÖKÉLETES VERSENYPIAC.....	121
Mintafeladatok a 9. témához.....	131
10. TÉMA. MONOPÓLIUM.....	135
Mintafeladatok a 10. témához.....	149
11. TÉMA. MONOPOLISZTIKUS PIAC. OLIGOPÓLIUM	153
Mintafeladatok a 11. témához.....	167
12. TÉMA. TÉNYEZŐPIACOK.....	171
Mintafeladatok a 12. témához.....	187
13. TÉMA. PIACI KUDARCOK: EXTERNÁLIÁK ÉS KÖZJAVAK.....	191
Mintafeladatok a 13. témához.....	197
FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE	201

ВСТУП

Розвиток сучасної економіки зумовлює потребу в теоретичному пізнанні сучасних економічних процесів та їх змістовному аналізі. Глобалізація, соціалізація, гуманізація, інтелектуалізація, екологізація та комп'ютеризація суспільного життя зумовлюють необхідність розвитку економічних знань і всебічного розуміння економічних процесів як визначального компонента людського життя. Вивчення мікроекономіки сприяє формуванню актуальних знань студентів з економіки, а озброєність їх теоретичним інструментарієм допомагає майбутнім фахівцям приймати ефективні та обґрунтовані рішення у професійній діяльності.

Метою курсу є набуття студентами ґрунтовних економічних знань, розвиток логіки економічного мислення та економічної культури, вивчення основних методів розуміння та аналізу економічних процесів, уміння приймати обґрунтовані рішення, пов'язані з економічними процесами, які вони використовуватимуть у своїй майбутній професійній діяльності.

Мікроекономіка розкриває фундаментальні історичні, культурні, політичні, соціальні та економічні принципи розвитку суспільства, використовуючи статистичні дані для проведення спеціальних досліджень бухгалтерської та іншої професійної діяльності, і таким чином сприяє розвитку:

- для професійної, підприємницької діяльності в сучасних ринкових умовах;
- приймати оптимальні економічні рішення з обмеженими ресурсами та альтернативними способами використання;
- здійснювати ефективне управління бізнес-одинацями;
- реалізовувати ефективну макроекономічну політику на регіональному та національному рівнях, враховуючи інтереси всіх членів суспільства.

Опис змісту та структури навчальної дисципліни:

1. Розвиток економічних теорій. Розвиток теорії ціни-вартості та розподілу доходу - Критика та подальший розвиток класичних теорій ціни-вартості та ринку . Інституційна економіка та поведінкова економіка.

2. Моделювання ринку. Ринкова теорія Сміта, Рікардо та Маршалла. Ринковий механізм і гнучкість попиту і пропозиції в короткостроковому і довгостроковому періодах. Статичні та динамічні моделі. Роль фактору часу та очікування. Аналіз попиту та пропозиції . Втручання держави в мікроекономічні ринки. Субсидії, податки, митниці, вплив квотного регулювання та питання навантаження.

3. Розвиток і теорії ринкових форм. Методи вимірювання ринкової влади. Зв'язок між ринковою владою та ціновою еластичністю. Вимірювання ринкової влади та глобалізації. Координуюча роль ринку та механізму всередині компанії. Постмодерністська компанія, мережі. Нові виклики та відповіді, глобалізація, інформаційне суспільство, інновації.

4. Якість і відбір. Теорія монополістично конкурентного ринку. Олігополія та стратегічна поведінка. Застосування теорії ігор – кооперативні та некооперативні ігри. Глобальні ланцюжки вартості. Форми монополістичної цінової дискримінації , поведінкове ціноутворення.

5. Неefективність ринку, форми невдач, суспільні блага, зовнішні ефекти , асиметрична інформація , проблема принципал-агент, нерівність доходів

BEVEZETÉS

A modern gazdaság fejlődése meghatározza a modern gazdasági folyamatok elméleti megismerését és tartalmi elemzésének szükségességét. A társadalmi élet globalizációja, szocializációja, humanizálása, intellektualizálása, környezetbe helyezése, informatizációja szükségessé teszi a gazdasági ismeretek fejlesztésének igényét, a gazdasági folyamatok átfogó megértését, mint az emberi élet meghatározó összetevőjét. A mikroökonómia tanulmányozása hozzájárul a hallgatók jelenlegi közgazdasági ismereteinek alakításához, és elméleti eszközökkel való felvértezésük segít a leendő szakembereknek szakmai tevékenységükben a hatékony és megalapozott döntések meghozatalához.

A jegyzet célja hogy a tanulók alapos közgazdasági ismeretekre tegyenek szert, kialakítsák bennük a gazdasági gondolkodás és a gazdasági kultúra logikáját, megtanulják a gazdasági folyamatok megismerésének és elemzésének alapvető módszereit, a gazdasági folyamatokkal kapcsolatos megalapozott döntések meghozatalának képességét, melyeket jövőbeni szakmai tevékenységükben hasznosítani fognak.

A mikroökonómia a társadalom fejlődésének alapvető történelmi, kulturális, politikai, társadalmi, gazdasági elveit tárja elénk, statisztikai adatszolgáltatási adatok felhasználásával a számviteli és egyéb szakmai tevékenységek speciális kutatását biztosítja, és ezzel hozzájárul a következők kialakulásához:

- szakmai, vállalkozói aktivitásra modern piaci körülmények között;
- optimális gazdasági megoldások megtételére korlátozott erőforrások és alternatív felhasználási lehetőségek mellett;
- gazdálkodó egységek hatékony irányításának megvalósítására;
- eredményes makrogazdasági politika megvalósítására regionális és nemzeti szinten szem előtt nézve a társadalom minden tagjának érdekét.

A tantárgy tartalmának, felépítésének ismertetése:

1. A közgazdasági elméletek fejlődése. Ár- érték és a jövedelemelosztás elméletének fejlődése- A klasszikus ár- érték és piacelméletek bírálata és továbbfejlődése. Az intézményi közgazdaságtan, és a viselkedés-gazdaságtan.

2. A piac modellezése. Smith, Ricardo és Marshall piacelmélete. A piaci mechanizmus és a kereslet és kínálat rugalmassága rövid és hosszú távon. Statikus és dinamikus modellek. Az időtényező és a várakozások szerepe. Kereslet-kínálat elemzés. Az állami beavatkozások a mikroökonómiai piacokon. Támogatások, adók vámok, kvótaszabályozás hatása és a teherviselés kérdései.

3. A piacformák fejlődése és elméletei. A piaci hatalom mérésének módszerei. A piaci hatalom és az ár rugalmasság összefüggése. A piaci hatalom mérése és a globalizáció. A piac és a vállalaton belüli mechanizmus koordinációs szerepe. A posztmodern vállalat, hálózatok. Új kihívások és válaszok, globalizáció, információs társadalom, innováció.

4. Minőség és választék. A monopolista versenypiac elmélete. Oligopolium és stratégiai viselkedés. A játékelmélet alkalmazása- kooperatív és nem kooperatív játékok. Globális értékláncok. A monopolista árdiszkrimináció formái, a viselkedés alapú árképzés.

5. A piaci elégtelenségek, kudarcok formái, a közjavak, externáliák, aszimmetrikus információ, megbízó-ügynök probléma, jövedelem-egyenlőségek

Під час вивчення дисципліни «Економічна теорія: мікроекономіка» студенти вивчають:

- сучасні знання предмета, методів та етапів економічного аналізу; основи суспільних виробничо-економічних систем; економічна діяльність підприємницьких організацій в умовах ринкової економіки;
- сучасних мікроекономічних теорій, інструментарію світової та національної економіки, механізму роботи національної економіки, досвіду господарської практики.
- Знання економічних законів, пов'язаних із соціальним розвитком, набуті завдяки вивченню мікроекономіки, сприяють :
- примножувати моральні, культурні, наукові та економічні цінності суспільства за допомогою сучасних технологій та інформаційних технологій;
- швидка та мобільна адаптація фахівців як наслідок динамічного розвитку суспільства та ринкових умов;
- розвивати навички командної роботи, приймати оптимальні економічні рішення в умовах обмежених ресурсів та альтернативно використовувати їх для забезпечення необхідних соціально-економічних результатів.

Під час вивчення мікроекономіки студент зможе:

- визначити основні проблеми економіки, оцінювати становище суб'єктів господарювання, розмір і часову динаміку попиту та пропозиції, аналізувати економічні показники економічного розвитку, аналізувати причини та наслідки економічної нестабільності;
- аналіз дії механізму економічного регулювання, ефективності економічної політики регіональної та національної економіки в цілому;
- умови для зростання суб'єктів господарювання, встановлення мікроекономічної рівноваги, прогнозування наслідків економічної політики держави, планування та управління економічними результатами та наслідками професійної діяльності.

Навчально-методичний посібник рекомендований насамперед здобувачам закладу вищої освіти, які під час навчання вивчають економічну теорію. Крім того, для тих старшокласників, які бажають вивчати основи економіки на вищому рівні, або бажають вдосконалити свої знання у зв'язку з подальшою спеціалізованою освітою. Ми також рекомендуємо його тим, хто цікавиться даною тематикою, оскільки посібник містить коротку компактну інформацію та дає змогу систематизувати більшу базу знань з мікроекономіки та зрозуміти її суть.

А „Közgazdaságtan-elmélet: mikroökonómia” megismerése és elsajátítása során a hallgatók elsajátítják a következőket:

- a gazdasági elemzés tárgyának, módszereinek és szakaszainak korszerű ismeretét; a társadalmi termelés és a gazdasági rendszerek alapjait; gazdálkodó szervezetek gazdasági tevékenységét a piacgazdaságban;
- a modern mikrogazdasági elméletek ismeretét, a világ- és nemzetgazdaságtudomány eszközeit, a nemzetgazdaság működési mechanizmusát, a gazdasági gyakorlat tapasztalatait.
- A Mikroökonómia tanulmányozása által elsajátított társadalomfejlődéssel kapcsolatos gazdasági törvényszerűségek ismerete hozzájárul:
- a társadalom erkölcsi, kulturális, tudományos, gazdasági értékeinek megsokszorozásához a modern technológia és információs technológiák segítségével;
- a szakemberek gyors és mobil alkalmazkodását a társadalom és a piaci viszonyok dinamikus fejlődésének következményeként;
- a csapatmunkára készségeinek kialakítására, az optimális gazdasági döntések meghozatalára korlátozott erőforrások mellett, ezek alternatív felhasználására a szükséges társadalmi-gazdasági eredmények biztosítása érdekében.

A mikroökonómia elsajátítása során a diák képes lesz:

- azonosítani a főbb gazdasági problémákat, felmérni a gazdasági szereplők helyzetét, a kereslet és kínálat nagyságát és időbeni dinamikáját, elemezni a gazdasági fejlődés gazdasági mutatóit, elemezni a gazdasági instabilitás okait és következményeit;
- a gazdasági szabályozási mechanizmus hatásainak elemzését, a regionális- és nemzetgazdaság egészének gazdaságpolitikai eredményességét;
- a gazdasági szereplők növekedésének feltételeit, a mikrogazdasági egyensúly kialakítását, az állam gazdasági politikájának következményeinek előrejelzését, a gazdasági eredmények és a szakmai tevékenység következményeinek tervezését és kezelését.

Az oktatási-módszertani segédletet ajánljuk elsősorban a felsőoktatásban résztvevő hallgatók számára, akik tanulmányaik folyamán gazdaságtan-elméletet tanulnak. Továbbá azon középiskolás diákok számára, akik magasabb szinten kívánják elsajátítani a gazdasági alapokat, illetve szakirányú továbbtanulás kapcsán kívánják tudásukat fejleszteni. Végezetül a téma iránt érdeklődők számára szintén ajánljuk, mivel rövid, kompakt információkat tartalmazó segédlet lehetővé teszi a mikroökonómia több tudásbázisát rendszerbe helyezni és a lényegét megérteni.

ТЕМА 1 ПРЕДМЕТ І МЕТОД ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

Анотація. *Зародження економіко-теоретичних знань. Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки. Складові частини сучасної економічної теорії, позитивна та нормативна економічна теорія. Економічне мислення, його види та роль у розумінні економічного життя суспільства. Методи пізнання економічних процесів і явищ. Загальні та спеціальні методи наукового пізнання та їх використання. Метод наукової абстракції. Єдність історичного і логічного. Статистичний аналіз. Експеримент. Система економічних законів. Функції економічної теорії. Місце економічної теорії в системі економічних наук. Взаємозв'язок емпіричного та теоретичного в економічній теорії.*

Фундаментальна зміна соціально-економічних процесів посилила попит на економічне мислення. Суспільство має знати явища економічного життя, бо чекає від нього грошей. Взагалі людину вважають неосвіченою, якщо вона не може зрозуміти, як на ціну нафти впливають закони попиту та пропозиції. Це пояснюється тим, що займатися бізнесом і вести бізнес набагато ризикованіше, якщо не усвідомлювати зв'язку між економічним життям і мотивами та наслідками різних державних рішень. Економіка також відіграє важливу роль у створенні доходу, необхідного для життя та організації бізнесу. Така сама ситуація, коли ми маємо вести домашнє господарство або як споживачі витрачаємо свій дохід на будь-які потреби.

Економіка – це предмет соціальної науки, який займається альтернативами прийняття рішень у виробництві чи послугах, розподілі та розподілі, який досліджує економічні закони, процеси та явища на різних рівнях.

Сучасна економіка поділяється на дві основні сфери: мікро- та макроекономіку.

Адам Сміт вважається засновником мікроекономіки. Ця область економіки займається поведінкою окремих економічних одиниць. У своїй книзі «Економіка народів» він пояснив еволюцію цін на окремі продукти, дослідив визначення ціни землі, праці та капіталу, проаналізував сильні та слабкі сторони ринкового механізму. Він вказав на здатність ринків створювати ефективність як на його найважливіше усвідомлення, і він чітко бачив, що економічні результати є результатом егоїстичних дій індивідів.

Мікроекономіка аналізує економічні відносини та процеси, що відбуваються в економічних одиницях, компаніях і домашніх господарствах:

- даний товар повинен вироблятися з мінімальними витратами, витрати при виробництві повинні бути якомога меншими;
- ринкового механізму, розробка корпоративної ринкової стратегії;
- оптимального використання для інвестицій і споживання.

В основі мікроекономіки лежать такі економічні поняття: попит і пропозиція, ціна, собівартість, дохід (прибуток), корисність, перевага, оптимум, рівновага.

Макроекономіка розглядає комплексні явища в національній економіці. Макроекономіка народилася в 1935 році, коли Джон Мейнард Кейнс опублікував свою революційну книгу «Загальна теорія зайнятості, процента та грошей». У своїй теорії Кейнс розробив аналітичний метод для пояснення безробіття та економічного спаду, він досліджував, які фактори визначають інвестиції та споживання, як центральні банки регулюють кількість грошей і процентні ставки. Він також відповів на питання про те, чому одні країни процвітають, а інші країни стагнують; досліджував роль урядів у стримуванні коливань ділових циклів. Донині область дослідження макроекономіки позначається відповідно до теорії Кейнса.

1. TÉMA AZ ELMÉLETI KÖZGAZDASÁGTAN TÁRGYA ÉS MÓDSZERE

Annotáció. *A közgazdaságtan elméleti ismeretek megjelenése. A közgazdaságtan, mint tudomány kialakulásának és fejlődésének fő szakaszai. A modern közgazdaságtan összetevői, pozitív és normatív közgazdaságtan. A közgazdasági gondolkodás, típusai és szerepe a társadalom gazdasági életének megértésében. A gazdasági folyamatok és jelenségek megismerésének módszerei. A tudományos ismeretek általános és speciális módszerei és azok felhasználása. Tudományos absztrahálás. A történelem és logika egysége. Statisztikai analízis. Kísérlet. Gazdasági törvények rendszere. A közgazdaságtan elmélet törvényei. A közgazdaságtan-elmélet helye a közgazdasági tudományok rendszerében. Az empiria és az elmélet kapcsolata a közgazdaságtannal.*

A társadalmi-gazdasági folyamatok alapvető változása felerősítette a közgazdasági gondolkodással szembeni igényt. A társadalomnak szüksége van a gazdasági élet jelenségeinek megismerésére, mert ebből pénzt várnak. Általában az embert műveletlennek nézik, ha nem képes megérteni, hogy az olaj árát hogyan befolyásolják a kereslet-kínálat törvényei. Azért, mert kereskedni, vállalkozni sokkal kockázatosabb dolog, ha az ember nincs tisztában a gazdasági élet összefüggésével, nem ismeri a különféle állami döntések indítékait és következményeit. A megélhetéshez szükséges jövedelem előteremtésében, a vállalkozások megszervezésében is része van a közgazdaságtannak. Ugyanaz a helyzet, amikor háztartást kell vezetnünk, vagy mint fogyasztók elköltjük a jövedelmet mindenféle szükségletekre.

A közgazdaságtan a termelésben vagy szolgáltatásokban, az elosztásban, a forgalmazásban felmerülő döntési alternatívával foglalkozó társadalomtudományi tantárgy, amely a gazdasági törvényeket, folyamatokat és jelenségeket különböző szinten vizsgálja.

A mai közgazdaságtan két főbb területre, **mikro- és makroökonómiára** válik szét.

Adam Smith-t tartják a **mikroökonómia** megalapítójának. A közgazdaságtannak ez a területe az egyes gazdasági egységek viselkedésével foglalkozik. „A nemzetek gazdasága” című könyvében magyarázatot adott az egyes termékek árának alakulására, tanulmányozta a föld, munka és tőke árának meghatározását, elemezte a piaci mechanizmus erős és gyenge pontjait. Legfontosabb felismerésként rámutatott a piacok hatékonyságteremtő képességeire, s jól látta, hogy a gazdasági eredmények az egyének önérdekkövető cselekvéséből következnek.

A mikroökonómia a gazdasági egységekben, vállalatokban, háztartásokban zajló gazdasági összefüggéseket, folyamatokat elemzi:

- az adott áru minimális költségekkel állítandó elő, minél kevesebb legyen a ráfordítás a termelés során;
- a piaci mechanizmus megismerése, a vállalatpiaci stratégia kialakulása;
- az optimális felhasználás kialakítása a beruházásokra és a fogyasztásra.

A mikroökonómia középpontjában a következő gazdasági fogalmak állnak: kereslet és kínálat, ár, költség, jövedelem (profit), hasznosság, preferencia, optimum, egyensúly.

A **makroökonómia** a nemzetgazdaságban folyó átfogó jelenségekkel foglalkozik. A makroökonómia 1935-ben alakult ki, amikor John Maynard Keynes megjelentette forradalmi könyvét „A foglalkoztatás, a kamat és a pénz általános elmélete” címen. Az elméletében Keynes elemzési módszert dolgozott ki a munkanélküliség és a gazdasági visszaesés magyarázatára, megvizsgálta, milyen tényezők határozzák meg a beruházásokat és a fogyasztást, hogyan szabályozzák a központi bankok a pénzmennyiséget és a kamatlábakat. Olyan kérdésekre is választ adott, hogy egyes nemzetek miért boldogulnak, miközben más országok egyhelyben topognak; vizsgálta a kormányzatok szerepét a konjunktúraciklusok hullámvázainak csillapításában. Mindmáig Keynes elmélete szerint jelölik ki a makroökonómia vizsgálati területét.

Суб'єкти макроекономіки:

- домогосподарства;
- бізнес;
- уряд (держава).

Макроекономічні процеси завжди формують цикл між економічними суб'єктами, домашніми господарствами, підприємствами та урядом.

На макрорівні прибуток чи збиток не може виникнути, оскільки в закритій системі те, що є прибутком для одного актора, обов'язково виглядає як збиток для іншого актора.

Не всі категорії, відомі з мікроекономіки, можна перенести в макроекономіку.

Основними цілями макроекономіки є:

- високий рівень виробництва, швидкі темпи зростання;
- низький рівень безробіття;
- стабільність рівня цін, прагнення до вільної конкуренції;
- курсова стабільність.

Інструментами макроекономіки є:

- податково-бюджетна політика;
- грошово-кредитна політика;
- політика доходів;
- торгова політика;
- зовнішньоекономічна політика.

У застосуванні цілей і засобів часто існує обмеження вибору. Країна не може одночасно мати високий рівень і швидкі темпи зростання. Зменшення високого рівня інфляції деякий час супроводжується високим рівнем безробіття.

Новинки, опубліковані в економіці, включають застосування економіки до вирішення екологічних проблем, план, спрямований на створення ринку дозволів на викиди. Одна з найвпливовіших теоретичних інновацій останніх років пов'язана з вимірюванням споживчих цін. Тут, за допомогою більш складного методу вимірювання цін, можна пролити світло на набагато швидші темпи покращення якості товарів і послуг.

Останнім часом економісти серйозно недооцінюють темпи зростання рівня життя за минулий період.

Економіка – це суспільна наука, базова теоретична наука, яка розглядає процес виробництва в найширшому розумінні. Існує також низка прикладних економічних наук, що стосуються практичних підсфер. Це економіка сільського господарства, економіка підприємства, маркетинг і фінанси. Вона базується на відомих результатах історії та пов'язана з політологією, психологією та філософією. Важливий також зв'язок з економічною історією. Однак її переплетення з математичною статистикою має велике значення, оскільки економіка в першу чергу намагається представити її проаналізувати економічні процеси за допомогою чисел, функцій і статистичних методів.

В економіці використовуються такі наукові методи:

Індукція - науковий метод, за допомогою якого з конкретних економічних подій виводяться закони.

Дедукція - науковий метод, який використовує припущення (гіпотезу) для доведення або спростування суб'єктивної думки.

Абстракція – усунення та ігнорування неважливих, другорядних ефектів і процесів з метою пізнання реальних процесів.

A makroökonómia szereplői:

- háztartás;
- vállalkozás;
- kormányzat (állam).

A makroökonómiai folyamatok mindig egy körforgást alkotnak a gazdaság szereplői, a háztartások, vállalkozások és a kormányzat között.

Makroszinten nyereség vagy veszteség nem képződhet, hiszen a zárt rendszerben, ami az egyik szereplőnél nyereség, az a másik szereplőnél szükségképpen veszteségként jelenik meg.

Nem lehet minden mikroökonómiából ismert kategóriát a makroökonómiába átvinni.

A makroökonómia fő céljai:

- magas szintű kibocsátás, gyors növekedési ütem;
- alacsony munkanélküliség;
- árszínvonal-stabilitás, szabad versenyre való törekvés;
- árfolyam-stabilitás.

A makroökonómia eszközei a következők:

- költségvetési politika;
- monetáris politika;
- jövedelempolitika;
- kereskedelempolitika;
- külgazdasági politika.

A célok és eszközök alkalmazásában legtöbbször választási kényszer érvényesül. Egy országban nem lehet egyidejűleg magas szintű és gyors növekedési ütem. A magas inflációs ráta csökkenéséhez egy ideig nagyfokú munkanélküliség társul.

A közgazdaság-tudományban megjelent újdonságok közé tartozik a közgazdaságtan alkalmazása a környezetvédelmi problémák megoldására, a terv, mely a károsanyag-kibocsátási engedélyek piacának létrehozására irányul. Az utóbbi évek egyik legnagyobb hatású elméleti újítása a fogyasztói árak mérésével kapcsolatos. Itt az árak mérésének kifinomultabb módszerével a javak és szolgáltatások sokkal gyorsabb ütemű minőségi javulásra lehet fényt deríteni.

A közgazdászok az utóbbi időben alaposan alulértékelték az életszínvonal emelkedésének ütemét az elmúlt időszakban.

A közgazdaságtan társadalomtudomány, elméleti alaptudomány, amely a széles értelemben vett termelési folyamattal foglalkozik. Létezik még egy sor gyakorlati részterülettel foglalkozó alkalmazott gazdaságtudomány is. Ilyenek az agrárgazdaságtan, a vállalati gazdaságtan, a marketing és a pénzügytan. Támaszkodik a történelem megismert eredményeire, kapcsolódik a politológiához, pszichológiához, filozófiához. Fontos a gazdaságtörténettel való kapcsolat is. Kiemelkedő jelentőségű azonban a matematikai statisztikával való össze fonódása, a gazdaságtan ugyanis elsősorban számok, függvények, statisztikai módszerek segítségével igyekszik bemutatni és elemezni a gazdasági folyamatokat.

A közgazdaságtanban a következő tudományos módszereket alkalmazzák:

Indukció – olyan tudományos módszer, melynek segítségével a konkrét gazdasági eseményekből törvényszerűségekre következtetnek.

Dedukció – olyan tudományos módszer, mely feltételezések (hipotézis) segítségével bizonyításra vagy mellőzésre kerül egy szubjektív vélemény.

Absztrahálás – a nem fontos, kisebb jelentőségű hatások és folyamatok kiküszöbölése, mellőzése a valódi folyamatok megismeréséhez.

Моделювання – спрощений, інший спосіб функціонування економіки опис, заснований на основних припущеннях і (логічних) зв'язках.

Агрегація – узагальнення значень, виміряних на рівні суб'єктів економіки мікрорівня. Практика розділяє позитивну і нормативну економіку.

Позитивна економіка – вивчає те, що відбувається в економіці (наприклад, рівень інфляції становить 8%), тоді як нормативна економіка вивчає, як це має бути (наприклад, інфляцію потрібно зменшити), формуючи суб'єктивну думку.

Під час економічного аналізу професіонали часто роблять неправильні висновки, оскільки не враховують наступні «підводні камені» у своєму логічному мисленні.

1. Неврахування кількох факторів - аналізуючи дію одного фактора, ми не тримаємо інші на одному рівні.

2. Post hoc помилка, якщо ми розглядаємо пізнішу подію як наслідок події, що передувала їй у часі, просто через послідовність їх виникнення.

3. Композиційна пастка. Ми припускаємо, що те, що вірно для однієї частини системи, також вірно для всієї системи.

Економічна теорія займається вивченням усіх явищ і взаємодій, пов'язаних із виробництвом, розподілом, розподілом і споживанням матеріальних благ і послуг.

Шляхом економічних процесів виробляються ті продукти та послуги, які служать для задоволення потреб і не є вільно та необмежено доступними. Для цього використовуються ресурси, які називаються вхідними факторами. Виробники перетворюють вхідні фактори на випуск, продукти та послуги. Основні стадії господарського процесу: виробництво, розподіл, обмін (обіг) і споживання.

Підсфери економічної діяльності:

1. *Виробництво*: під час виробництва його отримують шляхом перетворення природних ресурсів, використовуючи машини та енергію створюючи продукти та послуги (тобто виробляють нові товари), які відповідають реальним потребам споживачів.

2. *Розподіл*: під час розподілу визначається частка виробленої продукції. У сучасних економіках це означає розвиток коефіцієнтів грошового доходу.

3. *Обмін*: обмін гарантує, що вироблені продукти та послуги досягають людей.

Поняття, пов'язані з торгівлею та транспортуванням товарів (передача товарів із рук у руки та переміщення у просторі) може бути пов'язано з процесом обміну. Сукупність обмінів і переміщень товарів, що відбуваються при цьому, називається також оборотом.

4. *Споживання*: процес задоволення потреб, під час якого товари та послуги витрачаються та витрачаються.

Метою господарської діяльності є виробництво корисних для споживання речей. Споживання також є кінцевим «станом» економічної діяльності, який забезпечує постійно оновлювану та задовольняючу мету.

Вихідною точкою всієї людської діяльності є задоволення певної потреби.

Потреба: необхідність в придбанні або споживанні блага.

Людські потреби можна уявити у вигляді «пірамідоподібної» системи, побудованої одна на одній (піраміда Маслоу). Для задоволення потреб людини необхідні різноманітні матеріальні блага та послуги. Найнижчим і елементарним рівнем потреб є біологічні потреби. Повітря, їжа, одяг тощо. все є основою існування.

Modellezés – a gazdaság működésének leegyszerűsített, különböző alapfeltevésekre és (logikai) összefüggésekre épülő leírása.

Aggregálás – a gazdaság mikroszintű szereplőinek szintjén mért értékek összegzése.

A gyakorlat különválasztja a pozitív és normatív gazdaságtant.

Pozitív közgazdaságtan – azt tanulmányozza, ami van a gazdaságban (pl. az infláció mértéke 8%), a normatív pedig szubjektív vélemény formálásával azt, hogy hogyan is kellene lennie (pl. az inflációt csökkenteni kell).

A közgazdasági elemzés során a szakemberek gyakran téves következtetéseket vonnak le, mivel nem veszik figyelembe a következő „buktatókat” logikai gondolkodásukban.

1. Többi tényező rögzítésének elmulasztása – egy tényező hatását boncolgatva, nem tartjuk a többit változatlan szinten.

2. Post hoc tévedés ha egy későbbi eseményt az időben őt megelőző esemény következményének tekintünk pusztán fellépésük sorrendje miatt.

3. Összetétel csapdája – Azt feltételezzük, hogy ami igaz valamely rendszer egy részére, az igaz az egész rendszerre is.

Közgazdaságtan-elmélet az anyagi javak és szolgáltatások előállításával, elosztásával, forgalmazásával és fogyasztásával összefüggő jelenségek és kölcsönhatások összességének tanulmányozásával foglalkozik.

A **gazdasági folyamatok** során állítják elő azokat a termékeket és szolgáltatásokat, amelyek a szükségletek kielégítését szolgálják, és nem állnak szabadon és korlátlanul rendelkezésre. Ehhez erőforrásokat használnak fel, amelyeket inputtényezőnek nevezünk. Az inputtényezőket a termelők outputtá (kibocsátássá), termékekké és szolgáltatásokká alakítják át. A gazdasági folyamat fő **mozzanatai**: a termelés, az elosztás, a csere (forgalom) és a fogyasztás.

A gazdasági tevékenység részterületei:

1. *Termelés*: a termelés során a természet kincseinek átalakításával, gépek és energia felhasználásával hozzák létre azokat a termékeket és szolgáltatásokat (azaz új jószágokat állítanak elő), amelyek a szükségletek tényleges kielégítését szolgálják.

2. *Elosztás*: az elosztás során meghatározzák az előállított termékekből való részesedést. Modern gazdaságokban ez pénzbeli jövedelem-arányok kialakulását jelenti.

3. *Csere (forgalom)*: a csere biztosítja, hogy az előállított termékek és szolgáltatások eljussanak az emberekhez.

A kereskedelemmel, áruszállítással (javak kézzől-kézre adása, és térbeli mozgatása) kapcsolatos fogalmak kapcsolódhatnak a csere folyamatához. A cserék és a közben lezajló jószágmozgások összességét forgalomnak is nevezzük.

4. *Fogyasztás*: a szükségletek kielégítésének folyamata, amely során a javak és szolgáltatások fel- és elhasználódnak.

A gazdasági tevékenységek célja, hogy a fogyasztás számára hasznos dolgokat állítsanak elő. A fogyasztás egyúttal a gazdasági tevékenységek végső „állapota” is, amely állandóan megújuló, és kielégítendő célt szolgál.

Minden emberi tevékenység kiindulópontja valamely meghatározott szükséglet kielégítése.

Szükséglet: valamely jószág megszerzésére, elfogyasztására való igény.

Az emberi szükségletek „piramis-szerű” rendszerben, egymásra épülve képzelhetők el (Maslow-i piramis). Az emberi szükségletek kielégítéséhez különböző anyagi javakra és szolgáltatásokra van szükség. A szükségletek legalsó, és legegyszerűbb szintje a biológiai szükségletek. A levegő, élelem, ruházat stb. mind-mind a létfenntartás alapja.

Блага, придатні для задоволення найосновніших людських потреб, надаються природою в готовому, безпосередньо споживаному стані і, в принципі, необмежені. Це т. зв. вільні блага: сонячне світло, джерельна вода, дикі рослини, фрукти тощо.

Мінімальний рівень потреб складається з соціально визначених продуктів і послуг. У ході суспільного розвитку вони постійно розширюються, і ті неосновні потреби, які визначаються розвитком і технічним рівнем даного суспільства в даний момент часу, повільно інтегруються в них. У ході розвитку суспільства потреби людини дедалі урізноманітніювалися і розширювалися. У процесі діяльності (праці), що задовольняє цілеспрямовані потреби, з'являється все більше продуктів і предметів споживання.

Ми можемо задовольнити наші потреби, що постійно змінюються, лише якщо вироблятимемо необхідні нам товари знову і знову. «Речі», створені перетворенням природи в ході виробничої діяльності, разом називаються економічними благами.

Крім дефіциту, ще однією важливою властивістю економічних благ (з точки зору економіки) є корисність. Корисність - це сукупність властивостей товарів, які роблять їх придатними для задоволення виникаючих потреб і, як наслідок, викликають у споживачів приємне відчуття задоволення.

Двома основними елементами економічних активів є матеріальні та нематеріальні активи. Різниця між ними полягає в тому, що поява нематеріальних благ не матеріалізована, не «матеріальна». Переважна більшість економічних благ належить до кола матеріальних благ, їх виробництво можливе в обмежених кількостях, оскільки для їх створення необхідні енергія, машини тощо, що також доступні в обмеженій кількості.



Матеріальні блага можуть бути: споживчими благами, які створені для «кінцевих споживачів», тобто продуктами, виготовленими для широкого загалу, або інвестиційними благами (виробничі активи). Останні – це продукція, придатна для виробництва нових товарів (машин, обладнання, матеріалів).

Оскільки наші потреби необмежені, важливо, щоб економіка максимально ефективно використовувала свої обмежені ресурси. Ефективність означає, що суспільство використовує свої ресурси найбільш ефективним способом для задоволення людських потреб. Економіка виробляє ефективно тоді, коли неможливо підвищити добробут будь-кого, не поставивши когось у менш сприятливу ситуацію.

Людські потреби безмежні, а наші можливості (ресурси) є обмеженими. Протягом усього життя людина знаходиться на роздоріжжі: вимушена робити вибір протягом усього свого життя.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.



Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Але найважливіші потреби людини задоволяються не тільки матеріальними благами, а й нематеріальними. А саме: почуттями любові, поваги, безпеки, соціальної належності, самовираження. А саме ці потреби формують основу економічної діяльності людини.

Завдання до теми 1 Предмет і метод економічної теорії

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. Яке з положень не має відношення до визначення предмета економічної теорії?

- Ефективне використання ресурсів.
- Необмежені виробничі можливості.
- Максимальне задоволення потреб.
- Матеріальні та духовні потреби.
- Обмеженість благ.

2. Якщо економічні узагальнення базуються на фактах, то такий метод аналізу є:

- Описовим.
- Гіпотетичним.
- Дедуктивним.
- Індуктивним.

3. Якщо досліджувана економіка, як цілісна система, то цей аналіз:

- Мікроекономічний.
- Макроекономічний.
- Позитивний.
- Нормативний.

4. Загальний рівень цін та безробіття в економічній системі вивчається в курсі:

- Мікроекономіки.
- Макроекономіки.
- Менеджменту.
- Міжнародних фінансів.

5. Економічна теорія:

- займається виключно прогнозними характеристиками розвитку економічних систем.
- містить положення, які завжди приймаються економістами.
- не є наукою.
- не може передбачити майбутнє, але може пояснити наслідки певних явищ у розвитку економіки.

6. Використання припущень в економічному аналізі:

- змінює внутрішню логіку теорії чи моделі.
- спрощують вирішення проблеми.
- роблять модель більш реалістичною.
- збільшується кількість питань, які повинні бути включені в аналіз.

Mintafeladatok az 1. témához Az elméleti közgazdaságtan tárgya és módszere

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. Melyik nem releváns a közgazdaságtan elméletének meghatározása szempontjából?

- Az erőforrások hatékony felhasználása.
- Korlátlan termelési kapacitás.
- Az igények maximális kielégítése.
- Anyagi és szellemi igények.
- A jószágok szűkössége.

2. Ha a gazdasági általánosítások tényekre alapulnak, akkor ezt az elemzési módszert nevezik:

- Leírónak.
- Hipotetikusnak.
- Deduktívnek.
- Induktívnek.

3. Ha a vizsgált gazdaság koherens rendszerként működik, akkor ez az elemzés:

- Mikroökonómiai.
- Makroökonómiai.
- Pozitív.
- Normatív.

4. A gazdasági rendszer általános árszintjét és munkanélküliségét az alábbiak szerint vizsgáljuk:

- Mikroökonómia.
- Makroökonómia.
- Menedzsment.
- Nemzetközi pénzügyek.

5. Gazdaságelmélet:

- kizárólag a gazdasági rendszerek fejlődésének prediktív jellemzőivel foglalkozik.
- Olyan rendelkezéseket tartalmaz, melyeket a közgazdászok mindig elfogadnak.
- Nem tudomány.
- Nem tudja előre jelezni a jövőt, de megmagyarázhatja bizonyos jelenségek következményeit a gazdaság fejlődésében.

6. Feltételezések felhasználása a gazdasági elemzésben:

- megváltoztatja egy elmélet vagy modell belső logikáját.
- Leegyszerűsítik a probléma megoldását.
- a modell valóságosabbá tételét végzik.
- Az elemzésbe beépítendő kérdések számát növelik.

7. Якою є економічна ціль, якщо суспільство намагається мінімізувати витрати і максимізувати віддачу від обмежених виробничих ресурсів?

- Досягнення повної зайнятості.
- Підтримка економічного зростання.
- Позитивні тенденції в економічному розвитку.
- Економічна ефективність.

ВІРНО–НЕВІРНО

- Основна мета вивчення економічної теорії полягає в тому, щоб досягти успіху у підприємницькій діяльності.
- Економіка не є точною наукою, але вона може використовувати статистичні методи аналізу для дослідження багатьох конкретних проблем.
- В порівнянні з природничими науками, економіка більш пов'язана з практичною діяльністю і в меншій мірі спирається на фундаментальну теоретичну основу.
- Нормативна економіка орієнтована на аналіз питання «що повинно бути», а не констатуванні того «що є».
- Якщо гіпотеза підтверджується практикою, то використовувані в ній теоретичні пояснення завжди правильні.

7. Milyen az a gazdasági cél, ha a társadalom megpróbálja minimalizálni a költségeket és maximalizálni a szűkösségtől teremtett források megtérülését?

- Teljes foglalkoztatás elérése.
- A gazdasági növekedés támogatása.
- Pozitív tendenciák a gazdasági fejlődésben.
- Költséghatékonyság.

IGAZ–HAMIS

- A közgazdaságtan elsajátításának fő célja az üzleti siker elérése.
- A közgazdaságtan nem egzakt tudomány, de statisztikai elemzési módszereket alkalmazhat sok specifikus probléma megvizsgálására.
- A természettudományokhoz képest a közgazdaságtan inkább a gyakorlati tevékenységhez kapcsolódik, és kisebb mértékben egy alapvető elméleti alapokon nyugszik.
- A normatív gazdaság a „minek kell lennie” kérdés elemzésére összpontosít, a „mi van” helyett.
- Ha a hipotézist a gyakorlat (empíria) megerősíti, akkor az abban alkalmazott elméleti magyarázatok mindig helyesek.

ТЕМА 2

ВИРОБНИЦТВО. ФАКТОРИ ВИРОБНИЦТВА. МЕЖА ВИРОБНИЧИХ МОЖЛИВОСТЕЙ

Анотація. *Поняття безмежності потреб. Закон зростання потреб та механізм його дії. Проблеми закону зростання потреб у процесі виробництва матеріальних благ. Економічні блага. Види економічних інтересів, їх взаємодія. Суперечності інтересів економічних суб'єктів та форми їх розв'язання. Суспільне виробництво: його основні фактори та фази. Економічні потреби. Економічні інтереси. Економічний закон зростання потреб. Взаємодія потреб та інтересів як рушійна сила соціально-економічного прогресу. Використання економічних ресурсів. Абсолютна та відносна обмеженість (рідкісність) ресурсів. Межа економічних можливостей. Крива виробничих можливостей. Основні фактори виробництва та їх взаємозв'язок. Ефективність виробництва, її сутність, економічні та соціальні показники. Умови виникнення, суть і форми товарного виробництва. Загальні основи й суперечності товарного виробництва. Товарне виробництво, умови та причини його виникнення. Проста і розвинена форми товарного виробництва, їх спільні риси та відмінності. Товарне виробництво як основа ринкової економіки та його роль в економічному розвитку суспільства.*

Виробництво – це процес виробництва товарів, придатних для задоволення потреб людини. Виробництво частково є технологічним процесом. Він стає економічним процесом, коли блага, які використовуються, і сама людська праця обмежені.

Виробництво має також суспільний характер. Це означає, що люди зазвичай працюють не поодиноці, а в менших чи більших громадах, ділячи роботу один з одним. Тут накопичений досвід використовується для полегшення роботи та підвищення її ефективності. Виробництво відбувається в конкретних виробничих умовах. Ці відносини можуть мати технічний характер, виникати внаслідок поділу праці, але водночас вони можуть мати суспільний характер, пов'язані з відносинами власності.

Для виробництва необхідно використовувати фактори виробництва. Економічні ресурси, які використовуються у виробництві товарів і послуг, називають факторами виробництва. Можна виділити чотири основні фактори виробництва:

- праця як вияв праці. Під трудовими ресурсами ми розуміємо сукупність фізичних і розумових здібностей людини, які можуть бути використані під час виробничої діяльності;
- земля та природні фактори (наприклад, води, ліси, гірничодобувні ресурси), які у своїй природній формі придатні для виробничих цілей;
- засоби виробництва, всі інструменти, машини, будівлі, обладнання, деталі та енергія, створені виробництвом, які використовуються у виробництві;
- підприємець як фактор виробництва, який відрізняється від звичайної робочої сили тим, що він може керувати факторами виробництва, організованими в одиницю у виробництві або виробництві послуг.

У ринковій економіці більшість факторів виробництва знаходяться в приватних руках. Люди володіють власною працею в тому сенсі, що вони контролюють її використання і можуть лише здавати її в оренду, а не віддавати тощо. Ціна роботи, демографічні фактори та вік є важливими визначальними факторами пропозиції праці.

Кількість землі та інші природні фактори визначаються геологічними умовами. Спосіб збереження якості та продуктивності землі – меліорація, або характеристика структури поселення.

2. TÉMA

TERMELÉS. TERMELÉSI TÉNYEZŐK. TERMELÉSI LEHETŐSÉGEK HATÁRA

Annotáció. *A szükségletek végtelenségének fogalma. A szükségletnövekedés törvénye és hatásmechanizmusa. A szükségletnövekedés törvényének problémái az anyagi javak előállítás folyamatában. Gazdasági előnyök. A gazdasági érdekek típusai, kölcsönhatásuk. A gazdasági alanyok összeférhetetlenségei és feloldásának formái. Társadalmi termelés: főbb tényezői, fázisai. Gazdasági igények. Gazdasági érdekek. A növekvő szükségletek gazdasági törvénye. A szükségletek és érdekek kölcsönhatása, mint a társadalmi-gazdasági haladás hajtóereje. Gazdasági erőforrások felhasználása. Az erőforrások abszolút és relatív korlátozottsága (szűkössége). A gazdasági lehetőségek határa. Termelési lehetőségek határa görbéje. A főbb termelési tényezők és kapcsolatuk. A termelés hatékonysága, lényege, gazdasági és társadalmi mutatói. Az ártermelés létrejöttének feltételei, lényege, formái. Az ártermelés általános alapjai és ellentmondásai. Ártermelés, előfordulásának feltételei és okai. Az ártermelés egyszerű és fejlett formái, közös jellemzőik és különbségeik. Az ártermelés mint a piaccgazdaság alapja és szerepe a társadalom gazdasági fejlődésében.*

A termelés az emberi szükségletek kielégítésére alkalmas javak előállításának folyamata. A termelés részben technológiai folyamat. Gazdálkodási folyamattá azáltal válik, ha a javak, amelyeket felhasználnak és maga az emberi munka is korlátozottan állnak rendelkezésre.

A termelés társadalmi jellegű is. Ez azt jelenti, hogy az emberek általában nem egyedül, hanem kisebb-nagyobb közösségekben, a munkát egymással megosztva tevékenykednek. Itt felhasználják az összegyűjtött tapasztalatokat a munka könnyítésére és eredményességének fokozására. A termelés meghatározott termelési viszonyok között folyik. Ezek a viszonyok lehetnek technikai jellegűek, a munkamegosztáson kialakuló, ugyanakkor társadalmi jellegűek, a tulajdonviszonyokkal kapcsolatosak.

A termeléshez termelési tényezőket kell felhasználni. Termelési tényezőknél nevezük a javak és szolgáltatások előállítása során felhasznált gazdasági erőforrásokat. Négy alapvető termelési tényező különböztethető meg:

- a munka, mint a munkaerő kifejtése. Munkaerő alatt az ember fizikai és szellemi képességeinek összességét értjük, amelyek a termelési tevékenység során felhasználhatók;
- a föld és a természeti tényezők (pl. vizek, erdők, bányakincsek), amelyek természetes formájukban alkalmasak termelési célokra;
- a tőkejavak, mindazok a termeléssel létrehozott eszközök, gépek, épületek, felszerelések, alkatrészek és energia, amelyeket a termelésben használnak fel;
- a vállalkozó mint termelési tényező, aki abban különbözik a közönséges munkaerőtől, hogy a termelési tényezőket egységbe szervezve irányíthatja a termelésben vagy a szolgáltatások előállításában.

Egy piaccgazdaságban a legtöbb termelési tényező magánkézben van. Az emberek saját maguk rendelkeznek munkájukkal abban az értelemben, hogy ellenőrzik felhasználását, és csak bérbe adhatják, nem adhatják el. A munkakínálat lényeges meghatározója a munka ára, a demográfiai tényezők, az életkor.

A földnek és egyéb természeti tényezőknél a mennyisége geológiai viszonyok által meghatározott. A föld minőségének, a termőképesség fenntartásának módja a meliorizáció, ill. a településszerkezet sajátosságai.

Пропозиція капіталу залежить від того, які інвестиції робили компанії, домогосподарства та уряди в минулому. У короткостроковому періоді капітал має постійний розмір, подібний до кількості землі. Проте в довгостроковій перспективі пропозиція капіталу чутливо реагує на економічні умови, такі як зміни в ризиках або нормах прибутку.

Фактори виробництва доступні нам в обмеженій кількості в будь-який момент часу. Дефіцит стосується не тільки товарів, придатних для задоволення потреб, але й факторів виробництва, які є істотними для виробництва товарів.

Дохід пов'язаний з факторами виробництва. Дохід, пов'язаний із землею як фактором виробництва, називається земельною рентою. Земля використовується не тільки для безпосереднього виробництва, а й для видобутку природних ресурсів, або його також можна використовувати як ділянку для будівель, тому також генерується рента за видобуток корисних копалин і рента за землю.

Дохід, який можна отримати на основі капіталу, називається прибутком. Капітал має дві основні форми: продукти або послуги та гроші.

Прибуток набирає дві форми: підприємницький прибуток або надприбуток і процент.

Підприємці, які використовують інструменти або розповсюджують продукти, виконують певну діяльність, ризикують своїм капіталом і отримують підприємницький прибуток на основі свого капіталу. Ті, хто використовує кращі інструменти та процеси і можуть бути у винятковому становищі, не маючи конкурентів, можуть таким чином досягти більших прибутків. Більш високий прибуток, якого можна отримати таким чином, називається додатковим (над)прибутком.

Ті, хто має грошовий капітал, хто позичає та стягує за позику «плату за користування», яка називається відсотками, отримують дохід від своїх грошей. Відсотки сплачуються на основі договірної процентної ставки.

Дохід, отриманий за рахунок праці, називається заробітною платою. Можна виділити дві основні форми заробітної плати:

- погодинна оплата (виплачується за час роботи);
- оплата за результатами роботи, тобто відрядна (враховуються виконані показники).

Дефіцит виробничих факторів і ресурсів обмежує виробничі можливості і тим самим створює постійне протиріччя між потребами і дефіцитом матеріальних благ. Це змушує все суспільство займатися землеробством. Процес, який спрямований на цільове використання благ, називається економікою. Примус до вибору походить від дефіциту, а його можливість – від альтернативного використання благ і економічних ресурсів.

Таким чином, управління – це порівняння переваг, яких необхідно отримати, і жертв, якими потрібно пожертвувати.

У нашому житті ми не можемо уникнути того факту, що переважна більшість наших рішень має переваги та недоліки. Якщо, наприклад, ми купуємо автомобіль, то мусимо відмовитися від приємної поїздки за кордон. Щоб досягти однієї вигоди, ми повинні пожертвувати іншою. Це не відрізняється від використання економічних ресурсів, де праця, земля, капітал і навіть підприємництво можуть бути використані різними способами. При цьому необхідно зважити переваги та недоліки кожного варіанту.

У кожному рішенні ми можемо говорити про пожертвування вигодою, чи альтернативну вартість.

A tőke kínálata attól függ, hogy a vállalatok, a háztartások és kormányzatok milyen beruházásokat valósítottak meg a múltban. Rövid távon a tőke-állomány a föld mennyiségéhez hasonlóan állandó nagyságú. Hosszú távon azonban a tőkekínálat érzékenyen reagál az olyan gazdasági körülményekre, mint a kockázatok vagy a megtérülési ráták alakulása.

A termelési tényezők egy-egy időpontban korlátozott mennyiségben állnak rendelkezésünkre. A szűkösség nemcsak a szükséglet kielégítésére alkalmas javakra vonatkozik, hanem a javak előállításához nélkülözhetetlen termelési tényezőkre is igaz.

A termelési tényezőkhöz jövedelem kapcsolódik. A földhöz, mint termelési tényezőhöz kapcsolódó jövedelmet földjáraéknak nevezik. A földet nemcsak közvetlen termelésre, hanem természeti kincsek bányászására, ill. épületek helyeként is lehet hasznosítani, ezért bányajáradék és telekjáradék is keletkezik.

A tőke alapján megszerzhető jövedelmet profitnak nevezzük. A tőke két fő formában jelenik meg: termékben vagy szolgáltatásokban és pénzben.

A profitjövedelemnek is két formája van: vállalkozói nyereség vagy extraprofit és kamat.

A vállalkozók, akik eszközöket alkalmaznak vagy terméket forgalmazznak, bizonyos tevékenységet végeznek, kockáztatják a tőkéjüket, és tőkéjük alapján vállalkozói nyereséget realizálnak. Akik jobb eszközöket, eljárásokat alkalmaznak és kivételes helyzetben lehetnek azáltal, hogy nincs versenytársuk, így nagyobb nyereséget érhetnek el. Az így elérhető nagyobb hasznot extraprofitnak nevezzük.

A pénztőkével rendelkezők, akik kölcsönadják és a kölcsönért „használati díjat” kérik, amit kamatnak neveznek, a pénzük után jövedelemhez jutnak. A kamatot a kialakított kamatláb mértéke alapján fizetik.

A munka alapján szerzett jövedelmet munkabérnek nevezik. A munka bérnek két fő formája különböztethető meg:

- időbér (a munkában eltöltött idő alapján fizetik);
- teljesítménybér (az elvégzett teljesítményt veszik számításba).

A termelési tényezők, erőforrások szűkössége behatárolja a termelési lehetőségeket és ezzel állandó ellentmondás keletkezik a szükségletek és az anyagi javak szűkössége között. Ez az egész társadalmat gazdálkodásra kényszeríti. Azt az eljárást, amely a javak céltudatos felhasználására irányul, gazdálkodásnak nevezzük. A választás kényszere a szűkösségből, lehetősége pedig a javak és a gazdasági erőforrások alternatív felhasználhatóságából adódik.

A gazdálkodás tehát az elérni kívánt hasznoknak és a hozandó áldozatnak az összevetése.

Az életünkben nem kerülhető el az a tény, hogy döntéseink túlnyomó többségénél előnyök és hátrányok működnek. Ha például személygépkocsit veszünk, le kell mondanunk a kellemes külföldi utazásról. Hogy elérjünk valamilyen hasznot, fel kell áldoznunk egy másikat. Nincs ez más képpen a gazdasági erőforrások felhasználásánál sem, ahol a munkát, a földet, a tőkét, de még a vállalkozókészséget is sokféleképpen lehet hasznosítani. Ennek során is mérlegelni kell minden lehetőség előnyeit és hátrányait.

Haszonáldozatról, feláldozott haszonról, alternatív költségről minden döntésnél beszélhetünk.

Пожертвувана вигода або альтернативна вартість – це явище, коли придбання чогось, отримання вигоди передбачає пожертвування іншими речами. Це в свою чергу також означає визначення пріоритетів наших потреб у певний час. Врахування часу призводить до концепції опадливості, яка означає, що, використовуючи доступні нам ресурси, ми повинні врахувати не лише поточні потреби, але й потреби, які мають бути задоволені в майбутньому.

Економність означає порівняння благ сьогодення і майбутнього, застосування певних розумних обмежень у задоволенні потреб сьогодення - заради майбутнього.

Якщо кожен в економіці реалізує принцип опадливості, може бути досягнута точка, коли задоволення потреб більше не може бути збільшено, це називається рівноважним станом економіки.

Протилежністю опадливості є марнотратство. Відходи – це життя без правильного розподілу, бездумне життя з обмеженими ресурсами (наприклад, забруднення навколишнього середовища).

Загальне обґрунтування економності стає необхідним не тільки через задоволення потреб, що виникають одночасно, але й шляхом правильного його розподілу в часі.

Люди не можуть отримати все, що хочуть, займаючись сільським господарством. Вони також обмежені наявними технологічними можливостями та ресурсами. Наприклад, суспільство має завжди вирішувати, скільки зі своїх обмежених ресурсів витратити на військові витрати, а скільки на інші цілі.

Деякі країни, наприклад Японія, витрачають 1 відсоток свого національного виробництва на військові потреби. Сполучені Штати витрачають на оборону 5 відсотків свого національного продукту. Чим більше країна витрачає на оборону, тим менше вона має для споживання та інвестицій. Розглянуте рішення проілюстровано на прикладі такої економіки, яка виробляє лише два економічні продукти: вона виробляє танки та виробляє пшеницю. Танк символізує військові витрати, а пшениця – товари суспільного використання. Припустимо, що економіка витрачає всю свою енергію на виробництво одного продукту – пшениці. Існує верхня межа кількості пшениці, яку можна виробляти щорічно. Якою буде ця максимальна кількість залежить від кількості та якості землі та від того, наскільки ефективно вона використовується. При існуючих технологіях і ресурсах можна виробити максимум 4 мільйонів тон пшениці.

Знову ж таки, через обмежені ресурси економіка може виробляти лише певну кількість танків. У прикладі така кількість – 10 тис. шт. – можлива, якщо виробництво пшениці взагалі відсутнє.

Між двома крайнощами є багато інших. Якщо ми виробляємо певну кількість пшениці, ми можемо виготовити певну кількість танків. Якщо ми відмовимося від ще більшої кількості пшениці, ми зможемо виробити більше танків.

Давайте розглянемо наступний числовий приклад і зобразимо його в системі координат. Варіанти наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1. Альтернативні варіанти виробництва

Можливості	Пшениця / млн. тонн	Танки / тис . шт /
A	0	10
B	1	9
C	2	7
D	3	4
E	4	0

A használdozat vagy alternatív költség az a jelenség, amikor valamely dolog, haszon megszerzése más dolgok feláldozásával jár. A gazdálkodás ennél fogva szükségleteink rangsorolását is jelenti egy bizonyos időben. Az idő figyelembevételével vezet a takarékoság fogalmához, amely azt je lenti, hogy a rendelkezésünkre álló erőforrások felhasználásával nemcsak jelenlegi, hanem a jövőben kielégítendő szükségletekre is tekintettel kell lenni.

A takarékoság a jelen és a jövő hasznainak összevetését, a jelenbeni szükségletek kielégítésében - a jövő érdekében - bizonyos ésszerű meg szorítások alkalmazását jelenti.

Ha a gazdaságban mindenki a takarékosági elvét valósítja meg, elérhető egy olyan pont, ahol a szükséglet-kielégítés már nem fokozható, ezt nevezik a gazdaság egyensúlyi állapotának.

A takarékoság ellentéte a pazarlás. A pazarlás a helyes beosztás mellőzésével, esztelenül él a korlátozottan rendelkezésre álló javakkal (pl. a környezetszennyezés).

A gazdálkodás általános érvényesítése nemcsak egyidejűleg jelentkező szükségleteinek kielégítésével, hanem helyes időbeli elosztásával is szükségessé válik.

Az emberek a gazdálkodás folyamán nem juthatnak mindenhez hozzá, amihez szeretnének. Korlátokat szabnak nekik a rendelkezésre álló technológiai lehetőségek és erőforrások is. A társadalomnak például mindenkor döntenie kell, hogy korlátozott erőforrásaiból mennyit fordítson katonai kiadásokra és mennyit más célokra.

Egyes országok, mint például Japán nemzeti kibocsátásának 1 százalékát költi hadseregére. Az Egyesült Államok nemzeti termékének 5 százalékát fordítja védelmi célokra. Minél többet költ egy ország védelmi célokra, annál kevesebb jut fogyasztásra és beruházásra. A szóban forgó döntést egy ilyen gazdaság példáján szemléltetjük, amely mindössze két gazdasági terméket állít elő: tankot gyárt és búzát termel. A tank a katonai kiadásokat képviseli, a búza pedig a polgári felhasználás helyén áll. Tegyük fel, hogy a gazdaság minden energiájával a polgári terméket, a búzát termeli. Az évente előállítható búza mennyiségének van egy felső határa. Hogy ez a maximális mennyiség mekkora, az a gazdaság mennyiségétől és minőségétől, valamint attól függ, hogy ezeket milyen hatékonysággal hasznosítják. A létező technológiával és erőforrásokkal maximálisan 25 millió tonna búzát lehet termelni.

Az erőforrások korlátozottsága miatt a gazdaság ismét csak bizonyos mennyiségű tankot képes gyártani. A példában ez a mennyiség – 150 darab – akkor lehetséges, ha búzatermelés egyáltalán nincs.

A két szélsőség között sok más is található. Ha termelünk egy bizonyos mennyiségű búzát, gyárthatunk valamennyi tankot. Ha még több búzáról mondunk le, több tankot gyárthatunk.

Nézzük a következő számszerű példát, és ábrázoljuk is egy koordináta-rendszerben. A lehetőségeket az 1.1. táblázat adja meg.

1.1. táblázat. Alternatív termelési lehetőségek

Lehetőségek	Búza /millió tonna	Gépek /ezer .db/
A	0	10
B	1	9
C	2	7
D	3	4
E	4	0

Версія А, звичайно, є лише крайнім випадком, що виникає в моделі, коли ресурси спрямовуються на виробництво танків, а пшениця не виробляється. У екстремальній ситуації, позначеній літерою Е, виробляється тільки пшениця. Виходячи з можливих варіантів вибору та комбінацій продуктів В, С, D, ми відмовляємося від все більшої кількості для виробництва все більшої і більшої кількості пшениці.

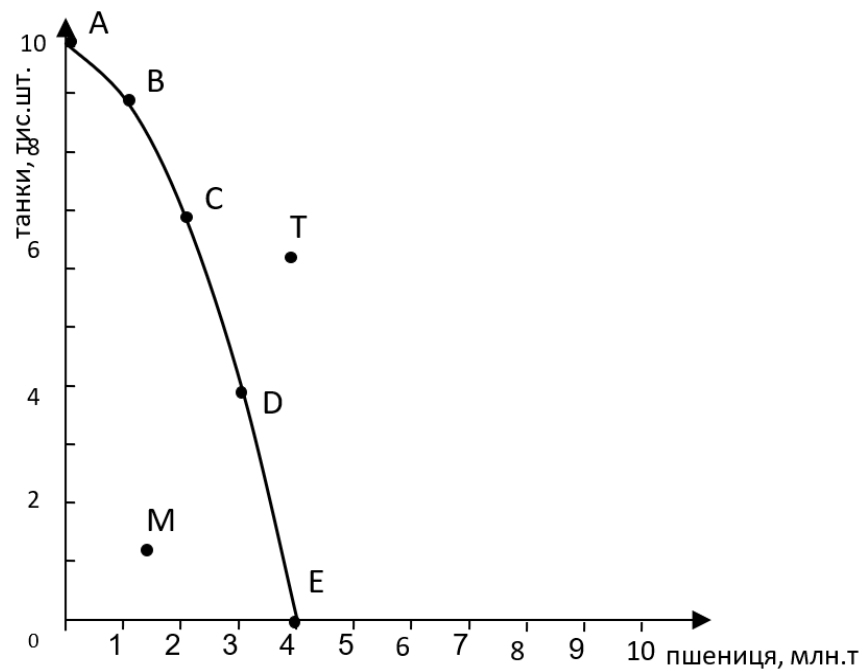
Виробничі можливості ферми можна побачити за допомогою діаграми, зображеної на малюнку нижче.

Межа виробничих можливостей показує максимальні обсяги виробництва, яких економіка може досягти завдяки своїм технологічним знанням і наявним факторам виробництва.

Ця межова крива показує вибір суспільства щодо того, як замінити танк і пшеницю одне одним. Ця крива передбачає заданий рівень технології та задану кількість вхідних ресурсів. Точки за межами кордону (наприклад, Т) є нездійсненними або недосяжними. І будь-яка точка на кривій (наприклад, М) вказує на те, що економіка не досягла ефективності виробництва. Це передбачає, наприклад, розвиток широкомасштабного безробіття під час сильнішого циклічного спаду.

Крива виробничих можливостей ілюструє максимальну виробничу потужність економіки. Кожна її точка вказує на максимально можливі результати виробництва при найбільш ефективному використанні ресурсів. Усі точки на кривій ефективні (так звана ефективність Парето), що означає, що збільшення виробництва одного продукту може бути досягнуто лише за рахунок зменшення виробництва іншого.

Важливі висновки також можна зробити з форми кривої, яка є нахиленою вниз і увігнутою в початку координат. З цього можна прочитати принципи збільшення відносних витрат і зменшення прибутку. Це також показано в третьому стовпчику таблиці. Для того, щоб мати можливість безперервно виробляти на одиницю більше одного продукту, ми повинні відмовитися від зростаючої кількості продуктів з іншого виду продукту. Крива виробничих можливостей чітко ілюструє дефіцит, варіанти та жертву вигодами, які обов'язково приходять із вибором. Економічне зростання розширює діапазон виробничих можливостей. Під економічним зростанням ми розуміємо збільшення ефективності економіки та кількості вироблених товарів. Економічне зростання відбувається в країні, коли кількість ресурсів, які можна використовувати для виробництва, збільшується та/або вони використовуються більш ефективно та результативно. Це означає залучення більшої кількості робочої сили, збільшення капітальних фондів і підвищення рівня кваліфікації робочої сили, використання більш сучасних технологій.



Az A változat természetesen csak egy modellben előforduló szélsőséges eset, amikor erőforrást gépek gyártására irányítanak és nem termelnek búzát. Az E-vel jelölt szélső helyzetben csak búzát termelnek. B, C, D lehetséges választási esetek és termékkombinációk alapján egyre több és több gépet adunk fel mind nagyobb mennyiségű búza gyártásáért.

A gazdaság-termelési lehetőségek láthatók a lentebb ábrán bemutatott diagram segítségével.

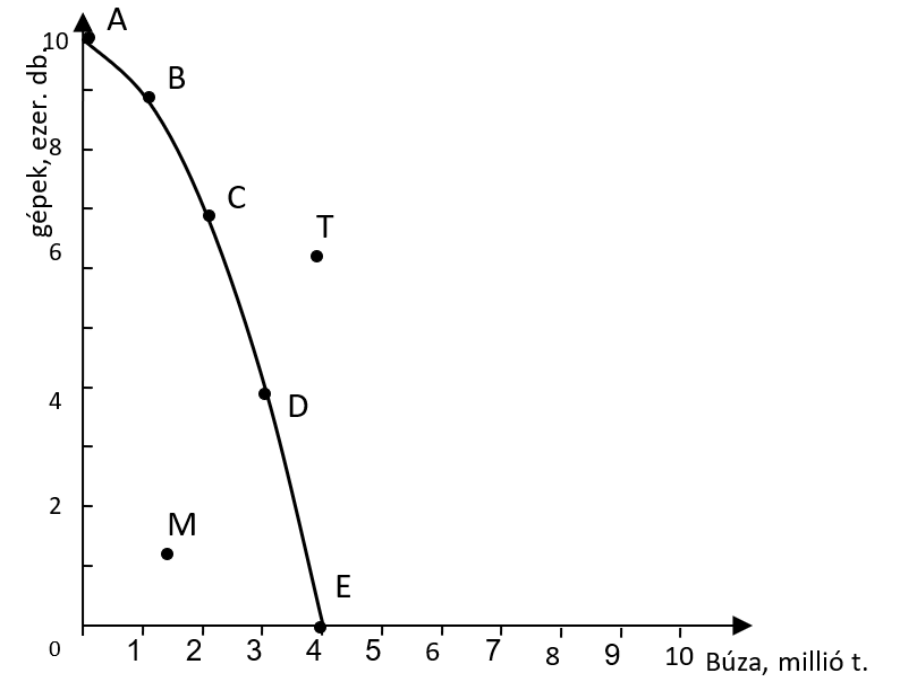
A termelési lehetőségek határa azokat a maximális termelési mennyiségeket mutatja be, amelyekre a gazdaság szert tehet technológiai ismeretei és a rendelkezésre álló termelési tényezők révén.

Ez a határgörbe a társadalom választási lehetőségeit mutatja, hogyan helyettesítheti egymással a tankot és a búzát. Ez a görbe feltételezi a technológia adott állapotát és a ráfordítások adott mennyiségét. A határon kívüli pontok (pl. az T) megvalósíthatatlanok vagy elérhetetlenek.

A görbén belüli tetszőleges pont pedig (ilyen az M) azt jelzi, hogy a gazdaság nem érte el a termelési hatékonyságot. Ez például nagyarányú munkanélküliség kialakulását feltételezi egy erőteljesebb ciklikus visszaesés során.

A termelési lehetőségek határgörbéje egy gazdaság maximális termelési képességét illusztrálja. Annak minden pontja az erőforrások lehető leghatékonyabb felhasználásával elérhető legnagyobb termelési eredményeket jelzi. A görbe minden pontja hatékony (ún. Pareto-féle hatékonyság), ami azt jelenti, hogy az egyik termék termelésének növelése csak a másik termelésének csökkentése árán valósítható meg.

Fontos következtetések vonhatók le a görbe alakjáról is, amely lefelé hajló, az origóra konkáv. Ebből olvasható ki ugyanis a növekvő relatív költségek, illetve a csökkenő hozadék elve. Ezt mutatja a táblázat harmadik számoszlopa is. Ahhoz, hogy az egyik termékből folyamatosan egy egységnyivel többet állíthassunk elő, a másik termékfajtából növekvő termékmennyiségről kell lemondanunk. A termelési lehetőségek határgörbéje tehát jól szemlélteti a szűkösséget, a választási lehetőségeket és a választással szükségszerűen együtt járó haszonáldozatot. A gazdasági növekedés kitágítja a termelési lehetőségek határát. Gazdasági növekedésen a gazdaság teljesítményének, az előállított javak mennyiségének növekedését értjük. Egy országban akkor következik be gazdasági növekedés, ha növelik a termelésre fordítható erőforrások mennyiségét, vagy/és hatékonyabban, eredményesebben hasznosítják azokat. Ezt jelenti a nagyobb munkaerő állomány foglalkoztatása, a megnövekedett tőkeállomány, illetve a munkaerő képzettségi színvonalának növelése, a korszerűbb technika alkalmazása.



Завдання до теми 2
Виробництво. Фактори виробництва.
Межа виробничих можливостей

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. В економіці діє закон спадної продуктивності факторів виробництва. Яким чином в цих умовах підтримується економічне зростання:

- Буде потрібно все менше і менше виробничих ресурсів.
- Приріст додаткових ресурсів не збільшить, а зменшить загальний обсяг виробництва.
- Необхідний приріст ресурсів, але ціна додаткової одиниці ресурсів буде зростати.
- Буде потрібно все більше і більше ресурсів

2. Проблеми того, «що, як і для кого виробляти» можуть мати відношення:

- Тільки до тоталітарних систем або до товариствам, де панує централізоване планування.
- Тільки до ринкової економіки.
- Тільки до відсталої економіки.
- До будь-якому суспільству безвідносно його соціально-економічної і політичної організації.

3. Економіка ефективна, якщо в ній досягнуті:

- Повна зайнятість.
- Повне використання виробничих ресурсів.
- Або повна зайнятість, або повне використання інших ресурсів.
- І повна зайнятість, і повне використання інших виробничих ресурсів.

4. Альтернативні витрати нового стадіону - це:

- Оплата його охорони та іншого персоналу.
- Ціна будівництва стадіону в майбутньому році.
- Зміна реальної ставки податку, яка виплачується з доходів стадіону.
- Ціна інших товарів і послуг, виробництво яких принесено в жертву будівництву цього стадіону.

5. Фундаментальна проблема, з якою стикаються всі економічні системи, це:

- Інвестиції.
- Виробництво.
- Споживання.
- Рідкість.

ВІРНО–НЕВІРНО

- Рідкість ресурсів пояснюється безмежністю матеріальних потреб людей.
- Неповне використання ресурсів в графічній інтерпретації означає, що виробництво розташовується вліво від лінії виробничих можливостей.

Mintafeladatok a 2. témához
Termelés. Termelési tényezők.
Termelési lehetőségek határa

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. A közgazdaságtanban a termelési tényezők csökkenő törvénye működik. Hogyan támogatjuk a gazdasági növekedést ezen a feltételek mellett:

- Kevesebb és kevesebb termelési erőforrásra lesz szükség.
- A kiegészítő források növekedése nem növekszik, hanem csökkenti a termelés teljes mennyiségét.
- Az erőforrások növelésére van szükség, de egy további erőforrás egységnyi ára emelkedik.
- Egyre több erőforrásra lesz szükség.

2. A „mit, hogyan és kinek termeljünk” problémák vonatkozhatnak:

- Csak a totalitárius rendszerek vagy a központosított tervezés által uralt társadalmak számára.
- Csak a piacgazdaság számára.
- Csak a lemaradt gazdaságra.
- Bármelyik társadalom számára, függetlenül annak társadalmi-gazdasági és politikai szervezettől.

3. Egy gazdaság akkor hatékony, ha elérte:

- A teljes foglalkoztatottságot.
- A termelési források teljes kihasználását.
- Vagy a teljes foglalkoztatást, vagy egyéb források teljes kihasználását.
- Egyaránt a teljes foglalkoztatást és az egyéb termelési források teljes kihasználását.

4. Egy új stadion alternatív költségei:

- Az örök és egyéb személyzetének fizetése.
- A stadion jövő évi felépítésének költségei.
- A stadion jövedelméből fizetendő valós adó mértéke.
- Azon egyéb áruk és szolgáltatások ára, amelyek gyártását feláldozzák e stadion építésére.

5. Az alapvető probléma, amellyel minden gazdasági rendszer szembesül, a következő:

- Beruházások.
- Termelés.
- Fogyasztás.
- Szűkösség.

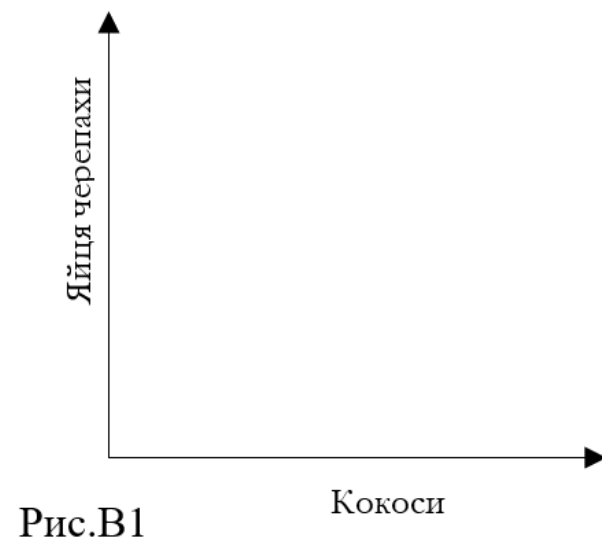
IGAZ–HAMIS

- Az erőforrások szűkössége az emberek korlátlan anyagi szükségletei miatt áll fenn.
- Az erőforrások nem teljes felhasználása a grafikai értelmezésben azt jelenti, hogy a termelés a termelési lehetőségek vonalától balra helyezkedik el.

3. Крива виробничих можливостей ілюструє рідкість, альтернативні витрати, альтернативний вибір.
4. Політика, заснована на принципах вільної конкуренції, означає, що уряд мало втручається в економіку.
5. Якщо виробничі можливості двох країн однакові і вони здійснюють вибір між виробництвом засобів виробництва і виробництвом споживчих товарів, то країна, в якій він зроблений на користь розширення виробництва засобів виробництва, можливо в майбутньому періоді зрушить криву виробничих можливостей вправо швидше, ніж інша, яка обрала протилежний варіант.

ВПРАВИ

1. На острові з тропічним кліматом живуть п'ять чоловік. Вони займаються збором кокосів і черепахових яєць. У день кожен збирає або 20 кокосів, або 10 черепахових яєць.
 - a) Накресліть на рис.В1 криву виробничих можливостей економіки цього острова.
 - b) Припустимо, на острів завезена техніка, за допомогою якої кожен з п'яти його працюючих жителів щодня може збирати 28 кокосів. Покажіть на графіку, як зрушилася крива виробничих можливостей економіки цього острова.

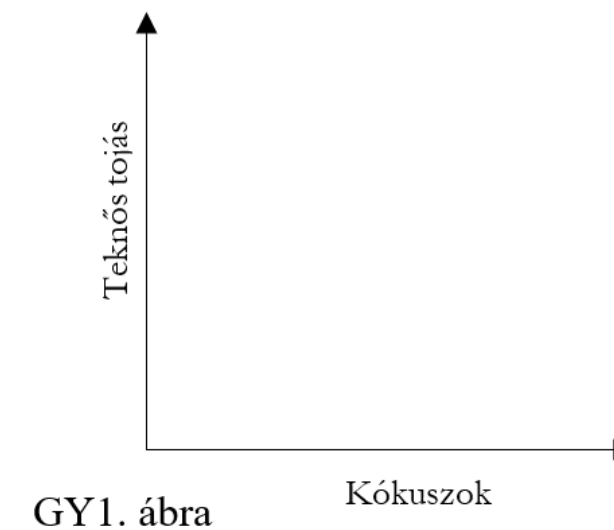


2. Крива виробничих можливостей економіки включає два товари: кінокамери та годинники.
 - a) Знайдіть точки на графіку для наступних комбінацій виробництва цих двох товарів "визначте ефективний, неефективний і неможливий варіанти виробництва":
 1. 60 кінокамер і 200 годинників.
 2. 60 годинників і 80 кінокамер.
 3. 300 годинників і 35 кінокамер.
 4. 300 годинників і 40 кінокамер.
 5. 58 годинників і 250 кінокамер.
 - b) Припустимо, що в суспільстві виробляється 300 годинників і 40 кінокамер, але попит на кінокамери зріс на 20 одиниць. На скільки одиниць необхідно скоротити виробництво годинників, щоб задовольнити це зростання?
 - c) На скільки одиниць зменшиться виробництво годинників, якщо потрібно виробити додатково ще 20 кінокамер?

3. A termelési lehetőségek görbe a szűkösseget, az alternatív költségeket, az alternatív választást szemlélteti.
4. A szabad verseny elvein alapuló politika azt jelenti, hogy a kormány kevés beavatkozással van jelen a gazdaságban.
5. Ha a két ország termelési képessége azonos, és választhatnak a termelési eszközök előállítására és a fogyasztási cikkek előállítására között, akkor az az ország, ahol a termelési eszközök gyártásának kibővítését támogatják, a jövőben a termelési lehetőségek görbét jobbra mozgathatja, mint az az ország, mely az ellenkező lehetőséget választotta.

GYAKORLATI FELADATOK

1. Öt ember él egy trópusi szigeten. Gyűjtik a kókuszdiót és a teknőstojást. Minden nap 20 kókuszdiót vagy 10 teknőstojást gyűjtenek egyenként.
 - a) A GY1. ábrán rajzolja meg a sziget gazdasága termelési kapacitásának görbét.
 - b) Tegyük fel, hogy a sziget olyan technikával van felszerelve, amely lehetővé teszi minden ötödik dolgozó lakosának napi 28 kókuszdió betakarítását. Mutassa meg a grafikonon, hogyan változott a sziget gazdasága termelési lehetőségeinek görbe.



2. A gazdaság termelési lehetőségének görbéje két termékből áll: filmkamerák és órák.
 - a) Keresse meg azokat a pontokat a grafikonon, amely a következő két termék gyártási kombinációjára vonatkozik: „azonosítsa a hatékony, nem hatékony és lehetetlen gyártási lehetőségeket”:
 1. 60 filmkamera és 200 óra.
 2. 60 óra és 80 filmkamera.
 3. 300 óra és 35 filmkamera.
 4. 300 óra és 40 filmkamera.
 5. 58 óra és 250 filmkamera.
 - b) Tegyük fel, hogy a társadalom 300 órát és 40 filmkamerát állít elő, de a filmkamera iránti kereslet 20 egységgel nőtt. Hány egységre van szüksége az órák gyártásának csökkentéséhez, hogy megfeleljen ennek a növekedésnek?
 - c) Hány egység csökkenti az órák gyártását, ha további 20 további filmkamera előállítása szükséges?

d) У чому полягає відмінність конфігурації кривої на рис.В2 від конфігурації кривих, які ви намалювали у попередній вправі.

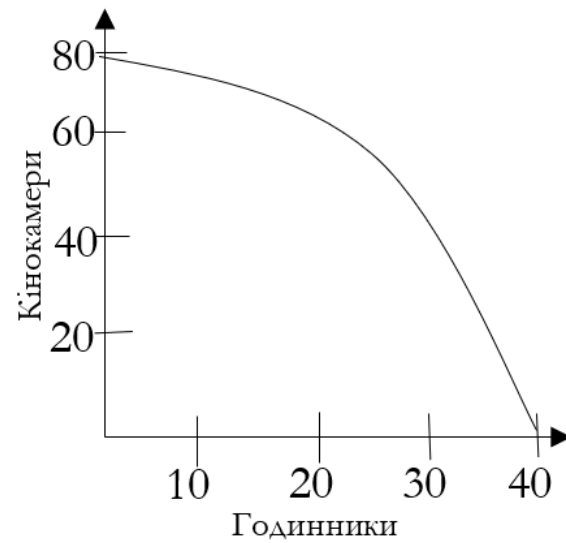


Рис. В2

3. Рис. В3 ілюструє вибір суспільства між виробництвом громадських благ і товарів індивідуального вжитку.

Точки А, В, С мають різну ступінь участі держав у розвитку економіки. Для кожного пункту підберіть ситуацію, відповівши її місце на КВМ:

- Мінімальне втручання держави в економіку.
- Держава в більшій мірі забезпечує виробництво суспільних благ (соціальних послуг).
- Займаючись виробництвом суспільних благ, уряд в той же час, дозволяє функціонування приватного сектору.

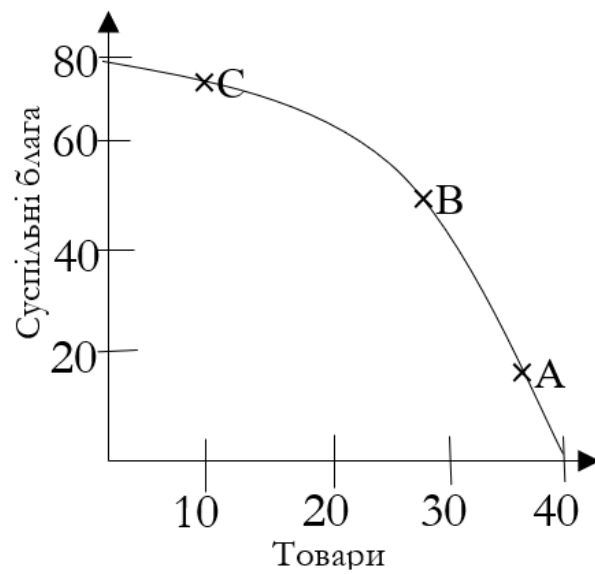
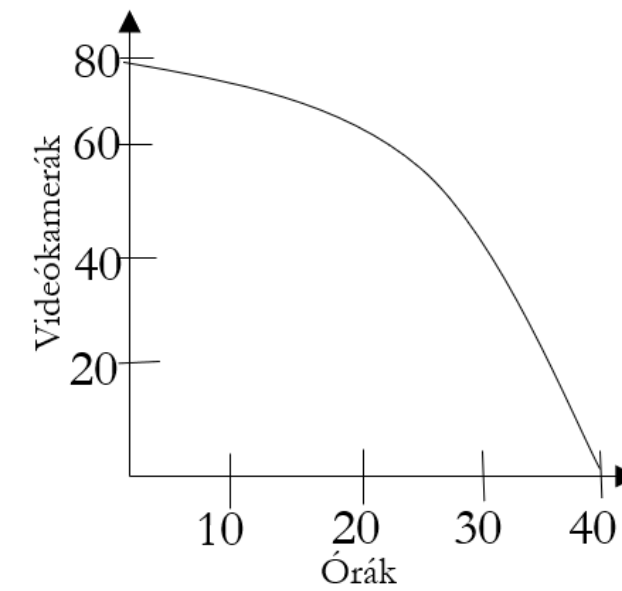


Рис. В3

d) Mi a különbség a GY2. ábrán látható görbe konfigurációja és az előző gyakorlat során rajzolt görbék konfigurációja között.

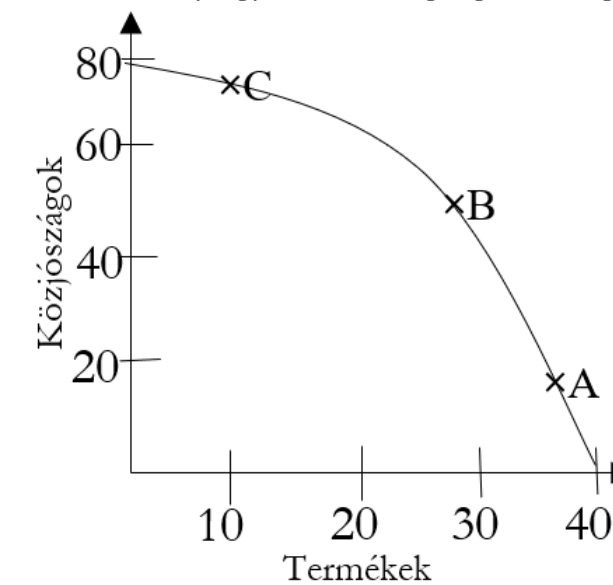


GY2.ábra

3. A GY3. ábra. szemlélteti a választást a közjavak és a fogyasztási cikkek előállítására között.

Az A, B, C pontok az állam eltérő mértékű részvételét jellemzik a gazdaság működésében. Minden ponthoz válassza ki a helyzetet, mely a TLH (PPF görbe angol rövidítéssel) görbéjén való elhelyezkedésnek a megfelelője:

- Minimális állami beavatkozás a gazdaságba.
- A kormány biztosítja a közszféra legtöbbjének (szociális szolgáltatások) előállítását.
- A közjavak előállításával a kormány ugyanakkor megengedi a magánszektor működését is.



GY3. ábra

ТЕМА 3

ЕКОНОМІЧНІ СИСТЕМИ. РИНКОВА ЕКОНОМІКА. РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ЕКОНОМІЦІ

Анотація. *Економічна система та її матеріальна основа. Суспільний поділ праці. Структура продуктивних сил. Технологічний спосіб виробництва. Суспільний спосіб виробництва. Класифікація економічних систем. Формацийний та цивілізаційний підходи в економічному дослідженні. Власність у системі виробничих відносин. Власність як економічна категорія. Типи, форми і види власності. Суб'єкти та об'єкти. Акціонерний капітал і акціонерні товариства. Трансформація форм власності в Україні. Розвиток державної власності і сучасні проблеми її приватизації. Особливості роздержавлення в Україні.*

У найширшому розумінні під власністю розуміється сукупність економічних умов, створених під час придбання факторів виробництва. Відносини показують право власності на фактори виробництва, набір можливостей прийняття рішень щодо розпорядження ними, права управління та їх використання, а також відносини між людьми, які виникають під час володіння.

Виникли два основних види власності: приватна власність і суспільна (державна) власність. Сучасна форма приватної власності — капіталістична приватна власність. Тут, крім товарів, у формі товарів виступають і фактори виробництва. Капіталістична приватна власність також зазнала значного розвитку протягом останніх століть. Під класичною капітальною приватною власністю розуміється капітальна власність окремої особи (окремої особи, сім'ї), де власник виконує всі функції та завдання власності.

У сучасному капіталізмі функції власності та власності (конкретні завдання управління, контролю, експлуатації) розділені. Не одна особа (сім'я) є власником, особою, яка приймає рішення, чи оператором бізнесу. Поширеною є форма акціонерного товариства та ТОВ. Набуває поширення інституційна власність (капітальні вкладення пенсійних фондів і страхових компаній). Є державна (комунальна) власність.

Економіка країни — це система взаємозв'язків між суб'єктами господарювання, економічними організаціями та інститутами, яка формується і регулюється основними ланками економічних процесів. Основні одиниці, що складають «організаційну структуру» економіки, такі:

- домогосподарство,
- господарські організації (підприємство),
- уряд (держава), і звичайно
- економічні одиниці за межами країни («закордон»).

Домогосподарство є найменшою економічною та соціальною одиницею, яку дуже часто ототожнюють із пов'язаними особами. Хоча домогосподарство та сім'я багато в чому перетинаються, вони не є повністю ідентичними. Сім'я існує на основі кровного споріднення, а домашнє господарство є економічною спільнотою.

Домогосподарство — це економічна спільність осіб, які проживають разом, спільно формують дохід та споживання та спільно несуть витрати на своє існування.

Домогосподарство є одним із визначальних факторів економічного життя, і його роль можна підсумувати таким чином:

3. TÉMA

GAZDASÁGI RENDSZEREK. PIACGAZDASÁG. AZ ÁLLAM SZEREPE A GAZDASÁGBAN

Annotáció. *A gazdasági rendszer és anyagi alapjai. Társadalmi munkamegosztás. A termelőerők szerkezete. A gyártás technológiai módja. Társadalmi termelési mód. A gazdasági rendszerek osztályozása. Formatív és civilizációs megközelítések a gazdaságtudományban. Tulajdon a munkaiügyi kapcsolatok rendszerében. Az ingatlan mint gazdasági kategória. A tulajdon fajtái, formái és fajtái. Alanyok és tárgyak. Részvénytőke és részvénytársaságok. Tulajdonformák átalakítása Ukrajnában. Az állami tulajdon fejlődése és privatizációjának modern problémái. Az elnevezés sajátosságai Ukrajnában.*

A tulajdon legtágabb értelemben a termelési tényezők elsajátítása során létrejövő gazdasági viszonyok összességét jelenti. A viszonyok a termelési tényezők birtoklását, a velük való rendelkezési, gazdálkodási jogosítványokkal, felhasználással kapcsolatos döntési lehetőségek összességét és emberek közötti viszonyokat mutatja, melyek a tulajdonlás során jönnek létre.

A tulajdonnak két alapvető típusa alakult ki: magántulajdon és köztulajdon (állami). A magántulajdon mai formája a tőkés magántulajdon. Itt a javak mellett a termelési tényezők is áruformát öltenek. A tőkés magántulajdon is jelentős fejlődésen ment keresztül az elmúlt évszázadok során. A klasszikus tőkés magántulajdon az egyéni (egyetlen személy, család) tőketulajdonát jelenti, ahol a tulajdonos az összes tulajdonosi funkciót, feladatot is ellátja.

A mai kapitalizmusban a tulajdon és a tulajdonosi funkciók (gazdálkodás, ellenőrzés, működtetés konkrét feladatai) szétváltnak. Nem egy személy (család) a tulajdonos, a vállalkozással kapcsolatos döntéshozó, működtető. Elterjedt a részvénytársasági forma, a KFT. Növekvő teret nyer az intézményi tulajdon (nyugdíjpénztárak, biztosítótársaságok tőkebefektetése). Létezik állami (közösségi) tulajdon.

Egy ország gazdasága a gazdasági alanyok, gazdálkodó szervezetek, és intézmények olyan kapcsolatrendszerre, amelyet a gazdasági folyamatok alapegységei alkotnak, és szabályoznak. A gazdaság „szervezeti struktúráját” alkotó alapegységek a következők:

- a **háztartás**,
- az üzleti szervezetek (**vállalatok**),
- a kormányzat (**állam**), és természetesen
- az országhatáron túli gazdasági egységek (**külföld**).

A háztartás a legkisebb gazdasági és társadalmi egység, amelyet nagyon gyakran egymással rokoni kapcsolatban lévő személyekkel azonosítanak. Bár a háztartás és a család több szempontból is egymást átfedő fogalmak, de mégsem teljesen azonosak. A család vérségi kapcsolat alapján létező, míg a háztartás gazdasági közösség.

A háztartás olyan személyek gazdasági közössége, akik együtt laknak, egy jövedelmi és fogyasztási egységet képeznek, és a létfenntartásukkal kapcsolatos költségeket közösen viselik.

A háztartás a gazdasági élet egyik meghatározó tényezője, szerepe a következőkben foglalható össze:

- дохід користувачів є цілеспрямованим,
- кінцевий споживач вироблених товарів ,
- трудова база економіки у фізичному та соціальному сенсі,
- заощаджують частину свого доходу, тому їх багатство накопичується,
- і постачають товари власного виробництва, напр. дрібне підсобне господарство.

Основною економічною діяльністю домогосподарства є споживання, у цьому сенсі різниці між споживачем і домогосподарством не існує

Корисність є ключовим питанням споживання та споживчої поведінки. Обмежувальними факторами рішення є дохід домогосподарства та ціна товарів і послуг.

Звичайно, бідні сім'ї змушені витратити значну частину свого доходу на задоволення основних потреб – харчування та житло. Із зростанням доходів люди їдять більше і краще, переходячи на м'ясо, фрукти та овочі. Витрати на одяг, відпочинок і автомобілі випереджають темпи зростання доходів. У міру зростання доходів заощадження зростають дуже швидкими темпами. У середньому відомо, що багатші люди заощаджують більший відсоток свого доходу, ніж бідні.

Заощадити можна різними способами:

- у формі товарної продукції: у формі рухомого майна (наприклад, ювелірних виробів, творів мистецтва, товарів і матеріалів) та нерухомого майна (землі, землі, житлових будинків);
- у формі грошей і цінних паперів (готівка, ощадний рахунок, облигації, акції).

У певних моментах держава втручається в рішення домогосподарств, щоб запобігти ірраціональним рішенням (наприклад, інтереси дітей, їх освіти або людей, які живуть у домогосподарствах, проти їхніх самозагрозливих, шкідливих рішень).

Основною функцією підприємницьких організацій є виробництво товарів, придатних для задоволення потреб споживання, або, іншими словами, виробництво. Таким чином, господарські організації та компанії є основними організаційними одиницями виробництва, найважливішими характеристиками їх діяльності є:

- автономність, економічна незалежність від інших суб'єктів економіки ,
- зацікавленість у прибутку, тобто забезпечення стану, коли їх доходи перевищують їх витрати в довгостроковій перспективі,
- взяття ризику, тому що прибуток не може бути гарантований наперед, існує ймовірність провалу,
- до того ж ефективність їхньої діяльності оцінюється ринком .

Корпорації – це сучасні форми організації бізнесу. Підприємства, які діють як самостійні юридичні особи, тобто мають статус юридичної особи, вважаються компаніями.

Держава та державні інститути відіграють важливу роль у сучасних суспільствах. У сучасній економіці держава присутня не лише як простий актор, а й як громадський владний фактор, який активно впливає на «всі» економічні процеси. З точки зору впливу на економіку в цілому, державу інтервенції виконують три основні економічні функції :

- соціальної ефективності там, де ринкове регулювання не може цього забезпечити,
- соціальної справедливості та справедливості шляхом перерозподілу доходів,
- рамках макроекономічної стабілізації держава втручається, щоб пом'якшити економічні коливання та збурення.

- jövedelem felhasználó és összpontosító,
- a megtermelt javak végső fogyasztója,
- a gazdaság munkaerőbázisa fizikai és társadalmi értelemben,
- a jövedelmek egy részét megtakarítják, így vagyonuk felhalmozásra kerül,
- saját szükségletre (kiegészítő jelleggel) termelnek és szolgáltatnak is pl. mezőgazdasági kistermelés.

A háztartás keretében zajló alapvető gazdasági tevékenység a fogyasztás, ebben az értelemben a fogyasztó és a háztartás megkülönböztetésére a továbbiakban nincs szükség.

A fogyasztás, a fogyasztói magatartás kulcskérdése a hasznosság. A döntésnek korlátozó tényezői a háztartás jövedelme és az árak, szolgáltatások ára.

A szegény családoknak természetesen jövedelmüket jórészt létszükség letük kielégítésére kell költeniük: élelmiszerre és lakásra. A jövedelem növekedésével az emberek többet és jobbat esznek, áttérnek húsvokra, gyümölcsökre, zöldségekre.

A ruházkodásra, a pihenésre és a személygépkocsikra fordított kiadások meghaladják a jövedelmek növekedési ütemét. A jövedelmek növekedésével igen gyors ütemben nőnek a megtakarítások.

Átlagosan megfigyelt tény, hogy a gazdagabb emberek többet takarítanak meg a jövedelmük százalékában kifejezve, mint a szegények.

A megtakarításokat sokféle formában lehet alkalmazni:

- termék formájában: ingóságok (pl. ékszerek, műtárgyak, árak és anyagok is) és ingatlanok formájában (föld, telek, lakóépületek);
- pénz és értékpapír formájában (készpénz, takarékbetétkönyv, kötvény, részvény).

Az állam bizonyos pontokon beavatkozik a háztartási döntésekbe az irracionális döntések megakadályozása végett (pl. a gyermekek érdekeit, képzésüket vagy a háztartásokban őket önzesebb, káros döntéseik ellen).

Az üzleti szervezetek alapvető funkciója a fogyasztási szükségletek kielégítésére alkalmas javak előállítás, va-gyis egy szóval a termelés. Az üzleti szervezetek, vállalatok tehát a termelés szervezeti alapegységei, tevé-kenységük legfontosabb jellemzői:

- az önállóság, a gazdaság egyéb szereplőitől való gazdasági függetlenség,
- a profitérdekeltség, vagyis hogy a bevételeik hosszú távon meghaladják a kiadásaikat,
- a kockázatvállalás, hisz a profit előre nem garantálható, fennáll a kudarc lehetősége is,
- továbbá tevékenységük eredményességét a piac minősíti.

Az üzleti szervezetek korszerű formái a vállalatok. Vállalatnak tekintjük az önálló jogalanyként működő, azaz jogi személyiséggel rendelkező üzleti vállalkozásokat.

Az állam, és az állami intézmények fontos funkciót töltenek be a modern társadalmakban. Az állam a mai modern gazdaságokban nemcsak, mint egy egyszerű szereplő, hanem mint az „összes” gazdasági folyamatot aktív befolyásoló közhatalmi tényező is jelen van. A gazdaság egészének befolyásolása szempontjából az állami beavatkozásoknak három alapvető gazdasági funkciója létezik:

- a társadalmi hatékonyság érvényre juttatása ott, ahol a piaci szabályozás nem képes ezt biztosítani,
- a társadalmi igazságosság és méltányosság megvalósítása a jövedelem-újraelosztás eszközével,
- a makrogazdasági stabilizáció keretében az állam beavatkozik gazdasági kilengések és zavarok enyhítése érdekében. (E funkciók tartamára rövidesen visszatérünk.)

Взаємовідносини іноземних суб'єктів господарювання з вітчизняними економічними партнерами проілюстровані лише дуже уривчасто. Для експортно-імпортних відносин ми зосереджуємося лише на русі товарів і капіталу. З точки зору економіки України, було б дуже великою помилкою ігнорувати зовнішні відносини, оскільки наша економіка, як відомо, відкрита, і вона абсолютно залежна від зовнішніх відносин.

Кожне суспільство має вирішити три основні економічні питання. Ви повинні вирішити, які продукти виробляти, як їх виробляти та для кого їх виробляти?

«Який продукт слід виробляти?» питання шукає відповідь на те, скільки створювати з багатьох можливих продуктів і послуг і коли їх виробляти.

Суспільство також має вирішити, «хто займатиметься виробництвом, якими ресурсами та які технології виробництва будуть використані? Фактори виробництва можуть поєднуватися в багатьох різних пропорціях. Капіталомісткі технології, як правило, використовуються в розвинених країнах. Прикладом трудомістких технологій є українська економіка.

«Для кого виробляти?» питання спрямоване на те, хто буде споживати різні товари та послуги, на основі яких принципів будуть розподілятися вироблені товари та створений дохід між членами та групами суспільства. Які економічні закони панують у сфері розподілу? Нехай багато людей буде бідних і мало багатих? Хто має отримувати більший дохід: менеджери, спортсмени, робітники чи землевласники?

Відповідь залежить від багатьох факторів, але в першу чергу від форми власності та організаційної структури, системи координації та механізму функціонування економіки. Ці проблеми намагаються вирішити по-різному в різні епохи і в різних економічних системах.

Тут слід згадати дві важливі економічні концепції: витрати та вихід. Витрати – це витрати на виробничі фактори, які використовуються в процесі виробництва, а вихід включає різні корисні товари та послуги – це результат виробництва.

У міжнародній економічній літературі виділяють декілька основних форм координації, які впливають на функціонування економіки. У традиційних (примітивних) економіках звичай і традиція є визначальними. За традиціями, що передаються від старших до молоді, люди виробляють стільки ж, скільки ї їхні предки. В основі координації діяльності суб'єктів господарювання лежать звичаї, релігійні та моральні цінності. Це могло бути характерним для передісторії людства, а також для релігійних сект (наприклад, спільнот мормонів) сьогодні.

У централізованій плановій (адміністративно-командній) економіці економічні процеси організуються централізовано, свідомо, але переважно бюрократично, за допомогою державних інституцій та органів управління економікою. Характеристики централізованого управління:

1. В економіці між державою та суб'єктами господарювання існують відносини підпорядкування та верховенства.
2. Центральний керівний орган вирішує: скільки чого виробляти, як і для кого.
3. Ціни, витрати і роль ринку дійсні лише у вузькому економічному просторі.
4. Індивідуальні цілі відіграють підпорядковану роль по відношенню до колективних, державних і соціальних цілей.

A külföldi gazdasági szereplőknek belgazdasági partnerekkel való kapcsolatait csak nagyon vázlatosan szemléltetjük. Az export-import kapcsolatoknál csak áru és tőke mozgásokra koncentrálnak. A magyar gazdaság szempontjából igen nagy hiba lenne a külföldi kapcsolatok mellőzése, hiszen gazdaságunk köztudomásúan nyitott, a külkapcsolatokra feltétlenül ráutalt gazdaság.

Minden társadalomnak meg kell oldania három alapvető gazdasági kérdést. El kell dönteni, hogy milyen terméket állítson elő, hogyan termelje azokat meg, és kinek termeljen?

A „milyen terméket állítson elő?” kérdés arra keresi a választ, hogy mennyit is hozzon létre a sokféle lehetséges termékből és szolgáltatásból, és mikor kerüljön sor a termelésükre.

A társadalomnak abban is döntenie kell, hogy ki végezze a termelést, milyen erőforrásokkal, és a termelési technológiák közül melyeket alkalmazzák? A termelési tényezőket sokféle arányban lehet kombinálni. A fejlett országokban általában tőkeintenzív technológiákat alkalmaznak. Munkaintenzív technológiák jellemzők pl. az ukrán gazdaságra.

A „kinek termeljenek?” kérdés arra irányul, hogy a különböző javakat és szolgáltatásokat kik fogják elfogyasztani, milyen elvek alapján osztják el a megtermelt javakat és a keletkezett jövedelmeket a társadalom tagjai és csoportjai között? Milyen gazdasági törvényszerűségek érvényesülnek az elosztás területén? Legyen sok ember szegény és kevesen gazdagok? Ki jusson a nagy jövedelemhez: a menedzserek, a sportolók, a dolgozók vagy a földbirtokosok?

A válasz elég sok tényezőtől függ, de elsősorban a tulajdoni és szervezeti struktúrától, a koordinációs rendszertől és a gazdaság működésének mechanizmusától. Ezeket a problémákat különböző korokban és különböző gazdasági rendszerekben eltérő módon próbálják megoldani.

Itt meg kell említeni a két fontos gazdasági fogalmat: a ráfordítást/input/ és a kibocsátást/output/. A ráfordítások a termelési folyamatban felhasznált termelési tényezők költségei, a kibocsátás pedig a különféle hasznos javakat és szolgáltatásokat tartalmazza - ez a termelés eredménye.

A nemzetközi közgazdasági irodalom több alapvető koordinációs formát különböztet meg, mely a gazdaság működését befolyásolja.

A hagyományos (primitív) gazdaságokban a szokás, és a hagyomány a meghatározó. Az idősebbekről a fiatalokra átörökített hagyományok alapján annyit és úgy termelnek az emberek, mint ahogy azt őseik is tették. A gazdasági szereplők tevékenységének koordinálása szokásokon, vallási, és erkölcsi értékeken alapul. Ez lehetett jellemző az emberiség őstörténetére, illetve napjainkban a vallási szektákra (pl. a mormon közösségekre) is.

A központosított tervgazdaságban a gazdasági folyamatok megszervezése központilag, tudatosan, de legtöbbször bürokratikus módon, az állami intézmények, gazdaságirányító hivatalok segítségével történik. A központosított gazdálkodás ismérvei:

1. A gazdaságban alá és fölérendeltségi viszony áll fenn az állam, és a gazdasági szereplők között.
2. A központi irányító szerv dönti el: miből mennyit, hogyan és kinek a számára állítanak elő.
3. Az árak, a költségek, és a piac szerepe csak szűk gazdasági területen érvényesülnek.
4. Az egyéni célok alárendelt szerepet játszanak a kollektív, állami, és társadalmi célokkal szemben.

5. Засоби виробництва переважно належать державі, тому роль індивідуальної власності обмежена.

Держава виконує роль економічного координатора. Центральний уряд регулює поведінку виробників і споживачів за допомогою планів і законів, невиконання яких тягне за собою каральні санкції. Характерною формою централізованої координації є економічна система соціалізму (комунізму), відома також як система централізованого планування.

У ринковій економіці ринок є основною ареною для організації економічного кругообігу та зв'язку окремих виробників і споживачів. Характеристика моделі ринкової економіки:

1. Виробники і споживачі (продавці і покупці) пов'язані через ринок. (Їх різні інтереси узгоджуються через ціни.)
2. Рушійною силою економіки є прагнення особи до прибутку.
3. Економіка базується на безпеці приватної власності.
4. Рух (вхід і вихід) виробників і споживачів на ринку не обмежений.
5. Існує майже необмежена конкуренція між виробниками за прихильність споживачів (вони виробляють те, за що покупці готові платити).

Ринкова економіка з'явилася у чистому вигляді у суспільствах промислової революції (початок XVIII-XIX ст.), яку також називають вільною конкуренцією, або чистою ринковою економікою. Нині відносини між суб'єктами економіки стають дедалі складнішими, організувати які ринок самостійно вже не в змозі.

У сучасній змішаній економіці управління в основному організовано на основі ринкових принципів, які доповнюються активною економічною роллю держави. Найважливіші характеристики змішаної економіки:

1. Економічна діяльність виробників і споживачів координується через ринкові механізми, доповнені роллю держави як економічного організатора.
2. Стимулом економіки є гонитва за індивідуальним прибутком, приватна власність також є вирішальною.
3. Крім завдань з організації економіки, держава перерозподіляє частину доходу на вирішення економічних і соціальних проблем, які «некеровані» ринком (наприклад, безробіття).

Нині така економічна система характерна як для розвинених країн, так і для країн, що розвиваються. Економічна координація також стала складною в змішаних економічних системах, де її головними центрами є ринок і держава.

Роль держави в сучасній економіці проявляється в наступному:

1. Забезпечення правової та соціальної бази: без підтримки інституційної та правової основи неможливо забезпечити нормальне функціонування економіки та суспільства. Таким чином, основна функція полягає в тому, щоб суб'єкти знали інститути та дотримувались правил, які регулюють їх функціонування (відносини власності, конкурентне право, податкове законодавство, суд, поліція).
2. Підтримка конкуренції. Ключовим елементом сучасної ринкової економіки є конкуренція, а її регулювання та підтримка є важливим завданням економічної політики. (антимонопольна політика, ліквідація монополізму).
3. Перерозподіл доходу: ключовими питаннями (перерозподілу) є ефективність і справедливість. Чисто ринковий розподіл доходів є соціально неприйнятним. Мається на увазі необхідність корекції, основним інструментом чого є бюджет (надання суспільних благ).

5. A termelőeszközök döntően állami tulajdonba kerülnek, így az egyéni tulajdon szerepe korlátozott.

Az állam tölti be a gazdasági koordinátor szerepét. A központi hatalom tervutasítások és törvények segítségével szabályozza a termelők és fogyasztók magatartását, amelyek be nem tartása büntető szankciókkal jár. A központosított koordináció jellegzetes megjelenési formája a szocializmus gazdasági rendszere, más néven a központi tervgazdálkodási rendszer.

A piacgazdaságban a gazdasági körforgás megszervezésének, az elkülönült termelők és fogyasztók összekapcsolásának fő színtere a piac. A piacgazdasági modell ismérvei:

1. A termelők és a fogyasztók (eladók, és vevők) a piacon keresztül kapcsolódnak egymáshoz. (Az eltérő érdekük összehangolása az árakon keresztül történik.)
2. A gazdaság hajtó ereje az egyén nyereségre való törekvése.
3. A gazdaság a magántulajdon biztonságán alapul.
4. A termelők és a fogyasztók piacon történő mozgása (be- és kilépése) nincs korlátozva.
5. A termelők között szinte korlátlan verseny folyik a fogyasztók kegyeiért (azt állítják elő, amiért a vevők hajlandóak pénzt adni).

A piac, mint központi koordinátor a legtisztább formában (a XVIII.-XIX. eleje) az ipari forradalom társadalmában jelent meg, amelyet szabad versenynek, vagy más néven tiszta piacgazdaságnak is nevezünk. Napjainkban egyre bonyolultabbá válik a gazdasági szereplők egymáshoz való viszonya, amelyet a piac egyedül már nem képes megszervezni.

A mai modern vegyes gazdaságokban a gazdálkodás alapvetően piaci elvek alapján szerveződik, amely kiegészül az állam aktív gazdasági szerepével. A vegyes gazdaság legfontosabb ismérvei:

1. A termelők és fogyasztók gazdasági tevékenységét a piaci mechanizmusokon keresztül hangolják össze, amelyet az állam gazdaságsszervező szerepe egészít ki.
2. A gazdaság ösztönzője az egyéni nyereségre való törekvése, és a magántulajdon is meghatározó.
3. Az állam a gazdaságsszervezési feladatok mellett a jövedelmek egy részét újra elosztja a piac által „kezelhetetlen” gazdasági és társadalmi problémák (pl. munkanélküliség) megoldására. A napjainkban ez a gazdasági rendszer a fejlett és fejlődő országokra egyaránt jellemző. A gazdasági koordináció a vegyes gazdasági rendszerekben is összetetté vált, két fő centruma a piac és az állam.

Az állam szerepe a modern gazdaságban:

1. Jogi- és a társadalmi keretek biztosítása.: Intézményi és jogi háttér fenntartása nélkül a nem biztosítható gazdaság és a társadalom normális működése. Alapvető funkció tehát az, hogy a szereplők ismerjék az intézményeket és betartsák azokat szabályokat, amelyek a működésüket jelenti (tulajdonviszonyok, versenytörvény, adótörvény, bíróság, rendőrség).
2. A verseny fenntartása: A modern piacgazdaság kulcseleme a verseny, annak szabályozása és fenntartása fontos gazdaságpolitikai feladat. (tröszt-ellenes politika, monopólium felszámolása).
3. Jövedelmek újraelosztása: (redisztribúció) kulcskérdései a hatékonyság és a méltányosság. A tisztán piaci jövedelemelosztás társadalmilag elfogadhatatlan. Korrekciót jelent, melynek fő terepe a költségvetés. (közjavak biztosítása).

4. Перерозподіл ресурсів (алокція): Розподіл ринком ресурсів також не може бути оптимальним (витрати переливу, суспільні блага), тому коригування розподілу державних ресурсів також є важливою функцією (субсидії).

5. Стабілізація: функція також може бути інтерпретована в подвійному часовому діапазоні. У короткостроковій перспективі регулювання економіки означає стабілізацію, основними інструментами для цього є грошово-кредитна та бюджетна політика. У довгостроковій перспективі увага зосереджена на економічному зростанні та розвитку. У разі серйозних економічних проблем необхідна стабілізаційна економічна політика. (по-долання криз)

Ринок не «всемогутній» і іноді підводить нас, головні недоліки ринку наступні:

- спалах економічної кризи надвиробництва, яка вказує (а також попереджає) економічних акторів про те, що загальний попит, який є результатом попиту на споживчі та інвестиційні товари, не завжди дорівнює національному доходу.
- відсутність досконалої (чистої) конкуренції. Досконала конкуренція існує лише тоді, коли жоден фермер, бізнес-організація чи працівник не має такої великої частки загального ринку, щоб він міг впливати на ринкову ціну. Однак на сучасних «недосконалих» ринках цей «дидічний» стан може залишитися лише мрією. Якщо умови досконалої конкуренції не виконуються, ефективність економіки також не гарантується.
- Соціальна справедливість може постраждати, оскільки ринковий розподіл праці не відповідає потребам, а відповідно до платоспроможності (бідній людині потрібно субсидувати операцію на серці, оскільки її власний дохід не дозволяє їй її купити.)
- «невидима рука» ринку часто може неправильно спрямувати економіку, у такому випадку т. зв можна говорити про зовнішні економічні ефекти (так звані екстерналиї (витрати переливу), зовнішнього ефекту (зовнішнього економічного впливу) діяльність одного економічного суб'єкта впливає на становище іншого економічного суб'єкта без ринкової компенсації. Зовнішній ефект або зовнішній вплив (переливи) – коли виробництво чи споживання призводить до «додаткових вигод» для інших, які вони не відшкодовують, або спричиняє витрати для інших, які вони не несуть добровільно.

Зовнішні економічні ефекти (переливи) можна згрупувати кількома способами. Відповідно до одного з можливих поділів, ми говоримо про позитивні та негативні зовнішні ефекти (переливи). У разі позитивного зовнішнього ефекту зовнішній ефект змінює економічне середовище сприятливо для постраждалої особи. У разі негативних зовнішніх ефектів зовнішній вплив змінює навколишнє середовище несприятливо для постраждалої людини.

Виробництво меду та яблук є прикладами позитивних зовнішніх ефектів, тоді як цементний завод і забруднення навколишнього середовища є прикладами негативних зовнішніх ефектів. Часто буває так, що дана діяльність викликає одночасно як позитивні, так і негативні зовнішні ефекти. Будівництво головної дороги з інтенсивним рухом транспорту створює негативний зовнішній ефект для людей у цьому районі через шум транспортних засобів, але завдяки розвитку транспорту, можливості розвитку поселення (швидший транспорт, нові робочі місця, бум туризму) також може змінитися на користь.

4. Erőforrások átcsoportosítása. (allokáció): A piacierőforrás-allokáció sem lehet optimális (externáliák, közjavak), így az állami erőforrás-elosztás kiigazítása is fontos funkció (támogatások).

5. Stabilizáció: funkciókettős időtávbanis értelmezhető. Rövidtávokonjunktúraszabályozás jelenti a stabilizációt, ennek fő eszközei a monetáris és a költségvetési politika. Hosszabb távon a gazdasági növekedés és a fejlődés áll a középpontban. Súlyos gazdasági problémák esetén stabilizációs gazdaságpolitikára van szükség. (válságok leküzdése)

A piac nem „mindenható” időnként cserbenhagy bennünket, a legfőbb piaci kudarcok a következők:

- a gazdasági túltermelési válságok kirobbanása, amely jelzi (és figyelmezteti is) a gazdasági szereplőknek, hogy a fogyasztási és a beruházási javak keresletéből adódó összkéréslet nem mindig egyezik meg a nemzeti jövedelemmel.
- a tökéletes (kompetitív) verseny hiánya. Tökéletes verseny csak akkor létezik, ha egyetlen gazdálkodó, üzleti szervezet vagy munkás sem képezi a teljes piacnak olyan nagy hányadát, hogy befolyást gyakorolhasson a piaci árakra. A mai modern „tökéletlen” piacokon viszont, ez az „idilli” állapot csak álom maradhat. Ha a tökéletes verseny feltételei nem teljesülnek, akkor nem biztosított a gazdaság hatékonysága sem.
- a társadalmi igazságosság sérülhet, mert a piaci elosztás nem rászorultság hanem fizetőképesség szerint működik. (Egy szegény ember szívűtűjét támogatni kell, mert saját jövedelmi helyzete nem teszi lehetővé annak megvásárlását.)
- a piac „láthatatlan keze” gyakran félre is kormányozhatja a gazdaságot, ekkor ún. külső gazdasági hatásokról (ún. externáliákról) beszélhetünk.

Externália (külső gazdasági hatás) esetén az egyik gazdasági szereplő tevékenysége piaci ellentételezés nélkül befolyásolja egy másik gazdasági szereplő helyzetét.

Külső hatásról, vagy externáliáról tehát akkor beszélünk, ha a termelés vagy a fogyasztás „járulékos hasznokat” eredményez másoknál, amelyeket azok nem térítenek meg, illetve olyan költségeket okoz másoknak, amelyeket azok nem önként viselnek.

A külső gazdasági hatásokat többféleképpen csoportosíthatjuk. Az egyik lehetséges felosztás szerint pozitív és negatív externáliáról beszélünk. Pozitív externália esetében a külső hatás a befolyásolt személy számára kedvezően módosítja a gazdasági környezetet. Negatív externália esetében a külső hatás a befolyásolt személy számára hátrányosan alakítja át környezetét.

A méz és almatermelés a pozitív externáliára, a cementgyár és a környezetszennyezés esete pedig a negatív externáliára példa. Igen gyakran előfordul, hogy adott tevékenység egyidejűleg pozitív, és negatív extern hatásokat is kivált. Egy nagy forgalmú főút építése a járművek zaja miatt a környékeliek számára negatív externáliát jelent, de a közlekedés fejlődése révén a település fejlődési lehetőségei is (gyorsabb közlekedés, új munkahelyek, turizmus fellendülése) kedvezően változhatnak meg.

Ми також розрізняємо зовнішні ефекти споживача та виробника. Якщо діяльність споживача викликає зовнішній ефект, то ми говоримо про зовнішній ефект споживача, коли діяльність виробника спричиняє вплив на навколишнє середовище, ми говоримо про зовнішній ефект виробника.

Виходячи з них, ми можемо виділити ряд зовнішніх ефектів:

- негативний зовнішній ефект на споживача: гість курить за сусіднім столиком.
- позитивний зовнішній ефект споживача: хтось слухає нашу улюблену пісню поруч з нами на пляжі.
- Негативний зовнішній ефект виробника: забруднююча теплова електростанція.
- Позитивний зовнішній ефект виробника: яблуна виробника меду та сусідня ділянка.

Боротьбу з провалами ринку в основному має вирішувати держава, для якої є багато інструментів.

Завдання до теми 3 Економічні системи. Ринкова економіка. Роль держави в економіці

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. Конкурентний ринковий механізм - це спосіб:

- a) Узгодження рішень споживачів, виробників і власників факторів виробництва.
- b) Синхронізації цих рішень.
- c) Узгодження і синхронізації цих рішень.
- d) Ні синхронізації, ні узгодження цих рішень.

2. Яке з наступних визначень відноситься до поняття «економічні витрати»:

- a) Платежі робочим, власникам землі, власникам капіталу і підприємцям.
- b) Тільки ті платежі робочим, земельним власникам, власникам капіталу і підприємцям, які оплачують послуги їх виробничих ресурсів.
- c) Всі платежі працівникам, землевласникам, власникам капіталу і підприємцям мінус нормальний прибуток.
- d) Всі платежі працівникам, землевласникам, власникам капіталу і підприємцям плюс нормальний прибуток.

3. Який з цих ознак свідчить про відсутність конкуренції в галузі:

- a) Рівень прибутку нижче нормального для даної економіки.
- b) Нездатність фірм даної галузі до розширення виробництва.
- c) Неможливість іншим фірмам «увійти» в дану галузь.
- d) Нижчий галузевої рівень оплати праці, ніж в середньому по країні.

Megkülönböztetünk továbbá fogyasztói, és termelői externáliákat is. Ha egy fogyasztói tevékenység okoz külső hatást, akkor fogyasztói externáliáról beszélünk, amikor egy termelő tevékenysége idéz elő környezeti hatást, akkor termelői externáliát emlegetünk.

Ezek alapján számos externáliát megkülönböztethetünk:

- Negatív fogyasztói externália: a szomszédos asztalnál dohányzó vendég.
- Pozitív fogyasztói externália: a strandon valaki mellettünk a kedvenc zeneszámunkat hallgatja.
- Negatív termelői externália: környezetszennyező hőerőmű.
- Pozitív termelői externália: a méztermelő és a szomszédos telek almafái.

(A piaci kudarcok leküzdését alapvetően az államnak kell megoldania, amelyhez számos eszköz áll a rendelkezésre. Lásd fentebb.)

Mintafeladatok a 3. témához Gazdasági rendszerek. Piacgazdaság. Az állam szerepe a gazdaságban

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. A versenyképes piaci mechanizmus a következőt jelenti:

- a) A fogyasztók, a gyártók és a termelési tényezők tulajdonosai döntéseinek összeegyeztetését.
- b) E döntések szinkronizálását.
- c) E döntések összeegyeztetését és összehangolását.
- d) Sem a szinkronizálását, sem a döntések összehangolását.

2. A következő meghatározások közül melyik utal a «gazdasági költségek» fogalmára:

- a) Azok a kifizetések, melyeket munkavállalók, a földtulajdonosok, a tőketulajdonosok és a vállalkozók számára végeznek.
- b) Csak azoknak a munkavállalóknak, földtulajdonosoknak, tőketulajdonosoknak és vállalkozóknak történő kifizetések, akik termelési erőforrásaikért fizetnek.
- c) A munkavállalóknak, a földtulajdonosoknak, a tőketulajdonosoknak és a vállalkozóknak fizetett összes kifizetés, melyből levonják a normál nyereséget.
- d) Minden kifizetés a munkavállalóknak, a földtulajdonosoknak, a tőketulajdonosoknak és a vállalkozóknak, plusz a normál nyereség.

3. Ezen jelek közül melyik jelzi a verseny hiányát az ágazatban:

- a) A nyereségszint egy adott gazdaság normális szintje alatt van.
- b) Az iparban működő cégek képtelenek bővíteni termelésüket.
- c) Más cégek képtelenek «belépni» az adott ágazatba.
- d) Az iparági jövedelmezési szint alacsonyabb, mint az országos átlag.

4. Якщо справедливо, що велика частина споживаних суспільством товарів створена в минулі роки, а вироблені в даний час товари призначені для майбутнього, то чи впливає з цього, що суспільство в широких масштабах використовує:

- Спеціалізацію і поділ праці.
- Гроші.
- Капітал.
- Рекламу.

5. Земля, капітал, праця - базова класифікація факторів виробництва. Що можна віднести до капіталу?

- Гроші, акції, облігації.
- Тільки акції і облігації.
- Гроші і акції, але не облігації.
- Ні гроші, ні акції, ні облігації не відносяться до капіталу.

ВІРНО–НЕВІРНО

- У ринковій економіці більше товарів можуть купити ті, у кого більше грошей.
- Змішана економіка розвивається на основі як приватних, так і державних рішень.
- Найважливіша функція держави в ринковій економіці - створення законів, що регулюють поведінку економічних суб'єктів.
- Збіг бажань на ринку означає, що дві людини бажають купити один і той же товар або послугу.
- У конкурентній економіці окремий продавець, скорочуючи виробництво і продаж товару, не зможе змінити його ціну.

4. Ha igaz, hogy a társaság által fogyasztott áruk nagy részét az elmúlt években készítették, és a jelenleg gyártott termékeket a jövőre tervezték, akkor ebből következik-e, hogy a társadalom széles körben használja fel a ...

- szakosodást és munkamegosztást.
- pénzt.
- tőkét.
- reklámot.

5. Föld, tőke, munkaerő – az alapvető termelési tényezők osztályozása. A tőkéhez kapcsolódik:

- a pénz, részvények, kötvények.
- Csak részvények és kötvények.
- a pénz és részvények, de nem kötvények.
- Sem pénz, sem részvények, sem kötvények nem kapcsolódnak a tőkéhez..

IGAZ–HAMIS

- A piacgazdaságban azok, akiknek több pénze van, több terméket vásárolhatnak.
- A vegyes gazdaság fejlődik mind a magán, mind az állami döntések alapján.
- Az állam legfontosabb funkciója a piacgazdaságban a gazdasági egységek magatartását szabályozó törvények létrehozása.
- Az igények egybeesése a piacon azt jelenti, hogy két ember ugyanazt a terméket vagy szolgáltatást akarja vásárolni.
- Versenyképes gazdaságban az egyes eladók, csökkentve az áruk termelését és eladását, nem képesek változtatni az áraikon.

ТЕМА 4

ГРОШІ. РОЛЬ ГРОШЕЙ У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ. ЦІНИ

Анотація. Товар та його властивості. Двоїстий характер праці, втіленої в товарі. Вартість. Мінова вартість. Споживча вартість та її показники. Теорії вартості: трудова, маржиналістська і неокласична. Сутність закону вартості. Особливості дії закону вартості в сучасних умовах. Особливості сучасного товарного виробництва України. Шляхи підвищення виробництва додаткової вартості. Виникнення і розвиток грошових відносин. Функції грошей. Види грошей: паперові, металеві, кредитні, безготівкові, електронні. Обіг готівкових та безготівкових грошей. Сучасні зміни в грошовому обігу. Поняття грошової системи, її елементи і типи та методи стабілізації. Історичний досвід України в створенні національної грошової одиниці.

Одним із визначальних явищ ринкових процесів є гроші. Всім відомо, що якщо хочеш щось купити, потрібні гроші. Продавець отримує гроші в обмін на товар, а працівник отримує свій дохід грошима, а гравець отримує свій приз. Якщо ми запитуємо про вартість чогось або хочемо знати вартість, відповіддю також є кількість грошей.

Тому ринкова економіка, функціонування ринку немислиме без грошей. Економічні актори в основному стикаються з грошима в двох типах економічних процесів:

- обмін товарів і операції здійснюються за допомогою грошей,
- гроші можна заощадити, в них можна накопичити багатство.

Тому за гроші можна купувати все, що є товаром, а коли вони накопичуються, вони придатні для управління багатством і формування капіталу. Гроші здатні на все це, тому що вони знаходяться в привілейованому становищі, оскільки вони використовуються як спільний знаменник для вимірювання та обліку економічних досягнень, результатів і витрат, так що вартість товарів і їх відносне співвідношення вартості також виражаються в грошах.

Відмінною рисою грошей є їх абсолютна ліквідність. Ліквідність продукту можна охарактеризувати кількістю зусиль і витрат, витрачених на обмін його на інший продукт. Якщо вартість витрат дорівнює нулю, то це абсолютно ліквідний товар. Гроші є обмінною реччю без такої вартості.

Нині поширеним став обмін грошей через посередництво, яке є швидким і простим, сприяє розподілу праці, спеціалізації, підвищує економічну ефективність.

Люди продають товари за гроші, а потім використовують гроші, щоб купити потрібні їм товари.

До функцій грошей належать:

- засіб обігу;
- міра вартості;
- засіб платежу;
- засіб нагромадження (тезаврації);
- світові гроші.

Гроші виконують функцію засобу обігу, коли як загальний засіб обміну, який є абсолютно ліквідним, він здійснює купівлю-продаж товарів.

На основі функції міри вартості грошей можна порівняти вартість, приписвану різним товарам на ринку, витрати виробників, їх результативність і доходи.

Про функцію платежу засобу говорять у тому випадку, коли рух грошей відокремлено від руху товарів.

4. TÉMA

PÉNZ. A PÉNZ SZEREPE A PIACGAZDASÁGBAN. ÁRAK

Annotáció. A termék és tulajdonságai. A munka javakban megtestesülő kettős természete. Költség. Értékalapú csere. Fogyasztói érték és annak mutatói. Értékelméletek: munkás, marginalista és neoklasszikus. Az értéktörvény lényege. Az értéktörvény működésének jellemzői a jelen időben. A modern ártermelés jellemzői Ukrajnában. A többletérték termelésének növelésének módjai. A pénzalapú viszonyok kialakulása és fejlődése. A pénz funkciói. Pénznemek: papír, fém, hitel, készpénz nélküli, elektronikus. Készpénz és készpénz nélküli pénzforgalom. Modern változások a pénzforgalomban. A monetáris rendszer fogalma, elemei, valamint a stabilizáció típusai és módszerei. Ukrajna történelmi tapasztalatai a nemzeti valuta létrehozásában.

A piacon zajló folyamatok egyik meghatározó jelensége a pénz. Mindenki tudja, hogy ha vásárolni akar, ehhez pénzre van szüksége. Az eladó az áruért pénzt kap cserébe, de pénzben kapja jövedelmét a munkavállaló, nyereségét a szerencsejátékos. Ha valaminek az értéke után érdeklődünk, vagy a költségeket szeretnénk megtudni, ugyancsak egy pénzmennyiség a válasz.

A piacgazdaság, a piac működése tehát elképzelhetetlen pénz nélkül. A gazdaság szereplői a pénzzel alapvetően kétféle gazdasági folyamatban találkoznak:

- pénzzel bonyolítják le az áruk cseréjét, a tranzakciókat,
- a pénzt meg lehet takarítani, benne a gazdagságot fel lehet halmozni.

Pénzért tehát mindent meg lehet vásárolni, ami áru, és felhalmozva alkalmas a vagyontartásra, a tőkeképzésre. Mindezekre a pénz azért képes, mert abban a kitüntetett helyzetben van, hogy közös nevezőként használják a gazdasági teljesítmények, eredmények, ráfordítások összeméréséhez, elszámolásához, hogy ennél fogva pénzben fejeződik ki az áruk értéke és egymáshoz viszonyított értékaránya is.

A pénz megkülönböztető jegye a tökéletes likviditás. Egy termék likviditása azzal jellemezhető, hogy mekkora ráfordítással, költséggel jár egy másik termékre való elcserélése. Ha a költség nulla, akkor ez tökéletesen likvid jószág. Ilyen költség nélkül elcserélhető dolog a pénz.

Manapság általánossá vált a pénz közvetítéssel lebonyolódó cseréje, ami gyors és egyszerű, elősegíti a munkamegosztást, a specializációt, növeli a gazdasági hatékonyságot.

Az emberek pénzért adják el a javakat, majd a pénz ellenében veszik meg azokat az árucikkeket, amelyekre szükségük van.

A pénz funkciói közé tartoznak K. Marx szerint:

- forgalmi eszköz;
- értékmérési egység;
- fizetési eszköz;
- felhalmozás és kincsképzés eszköze;
- világpénz.

A pénz a forgalmi eszköz funkcióját akkor tölti be, amikor mint általános csereeszköz, amely tökéletesen likvid, lebonyolítja az áruk adásvételét.

A pénz értékesítési funkciója alapján össze lehet hasonlítani a piac különböző áruknak tulajdonított értékét, a termelők ráfordításait, teljesítményét és azok jövedelmét.

Fizetési eszköz funkcióról abban az esetben beszélünk, amikor a pénz mozgás elválik az árumozgástól.

Функція нагромадження (тезаврації) випливає з функції засобів обігу і міри вартості. Багатство, накопичене у формі грошей, є найбільш ліквідною формою багатства, оскільки його можна використовувати для покупки коштовностей або споживчих товарів у будь-який час без втрат.

Функцію грошей як світових можна говорити в тому випадку, коли грошовий інструмент виконує обігову та розрахункову роль у міжнародному товарно-грошовому потоці.

Етап розвитку грошей можна поділити на чотири періоди. У перший період було багато різних речей, залежно від регіону та періоду, які слугували грошима: худоба, оливкова олія, пиво, вино, мідь, залізо, золото, срібло, мушлі, діаманти та сигарети. Ці активи мають переваги та недоліки. Велику рогату худобу, наприклад, не можна ділити на більш дрібні частини. Якість пива не покращується при тривалому зберіганні.

Другий період – перший етап золото-грошової системи. У той час золото витіснило інші товари з ролі грошей, а також функціонувало як засіб обігу.

Третій період – другий етап золото-грошової системи. По суті, золото все ще є грошима, замітники грошей (класичні банкноти, державні паперові гроші) є представниками золота, вони можуть виконувати грошові функції лише в тій мірі, в якій можуть представляти золото, тобто їх можна обміняти на золото.

Четвертий період – період сучасної кредитно-грошової системи. Гроші не мають внутрішньої вартості, це кредитні гроші, які не можна обміняти на золото, це обіцянка банківського платежу, яка приймає форму вимоги на банківський рахунок за пред'явленням. Віртуальні валюти є грошима, оскільки вони можуть реалізовувати всі перераховані вище функції одночасно.

Найпростішим явищем ринкової економіки є товар. Все, за що хтось готовий дати винагороду, у формі продукту, послуги чи грошей, можна назвати товаром.

Товар має дві основні властивості:

- корисність;
- цінність.

Ми виділяємо три групи товарів:

- До першої групи належать блага, що мають матеріально-речову форму і задовольняють потребу. Більшість із них є продуктом людської праці (наприклад, продукти харчування, автомобілі, одяг, меблі), але природні ресурси та мінеральні ресурси, доступність яких обмежена, також можуть стати товарами. Одну частину матеріальних благ становлять предмети споживання, що задовольняють особисті потреби людини, а іншу частину – засоби виробництва, без яких не обійтися у виробництві.
- Праця належить до другої групи товарів. Робоча сила – це особливі здібності людини, за допомогою яких вона здатна виробляти корисні речі і використовувати цінності за допомогою засобів виробництва. Робоча сила продається тоді, коли її власник не має необхідних для виробництва засобів, законодавча не обмежений і є люди, які її потребують. Праця не завжди була предметом торгівлі – у початковій, дрібній формі товарного виробництва, у рабовласницьких суспільствах і феодализмі товарів у масовій кількості не було. У великих масштабах, після промислової революції, з розширенням ринку і розвитком капіталістичних відносин, праця стала предметом торгівлі.

A felhalmozási és kincsképzés funkció a forgalmi eszköz és az érték mérő funkcióból adódik. A pénz formájában felhalmozott vagyon a leglikvidebb vagyonforma, hiszen bármikor veszteség nélkül használható ékszerek vagy fogyasztási cikk megvásárlására.

A pénz világpénz funkciójáról akkor lehet beszélni, ha valamely pénz eszköz a nemzetközi áru- és pénzforgalomban tölt be forgalmi és elszámolási szerepet.

Négy periódusra osztható a pénzfejlődés szakasza. Az első periódusban különféle, területeként és időszakokként nagyon sokféle dolog szolgált pénzként: szarvasmarha, olívaolaj, sör, bor, réz, vas, arany, ezüst, kagylók, gyémántok és a cigaretta. Ezeknek a javaknak vannak előnyös és hátrányos tulajdonságai. A marha például nem osztható fel kisebb váltópénzre. A sör minősége nem javul azzal, ha hosszasan őrizgetik.

A második periódus az aranypénzrendszer első szakasza. Ekkor az arany kiszorította a pénz szerepéből az egyéb árupénzeket, forgalmi esz közként is maga funkcionált.

A harmadik periódus az aranypénzrendszer második szakasza. Lényegében még az arany a pénz, a pénzhelyettesítők (klasszikus bankjegy, állami papírpénz) az arany képviselői, csak annyiban tudnak pénzfunkciókat betölteni, amennyiben képesek aranyat képviselni, azaz aranyra válthatóak.

A negyedik periódus a modern hitelpénzrendszer időszaka. A pénz belső értékkel nem bír, aranyra nem beváltható hitelpénz, a bankok fizetési ígérete, amelynek megjelenési formája látra szóló bankszámla-követelés.

A virtuális valuták egyelőre nem mondhatók pénznek, mivel egyelőre egyszerre tudják megvalósítani a fentebb említett funkciók mindegyikét.

A piacgazdaság legegyszerűbb jelensége az áru. Árunak lehet nevezni mindent, amiért valaki ellenszolgáltatást hajlandó adni, akár termék, akár szolgáltatás, akár pénz formájában.

Az árunak két alapvető tulajdonsága van:

- hasznos jószág;
- értéke van.

Az áruk három csoportját különböztetjük meg:

- Az első csoporthoz olyan áruk tartoznak, amelyeknek érzékelhető dologi formájuk van, és amelyek szükségletet elégítenek ki. Többségük emberi munka terméke (például, élelmiszerek, gépkocsik, ruházati cikkek, bútor), de áruvá válhatnak a természettől nyert erőforrások, ásványkincsek is, amelyek korlátozottan állnak rendelkezésre. A tárgyi áruk egyik része az emberek személyes szükségleteit kielégítő fogyasztási cikk, másik része a termelésben nélkülözhetetlen termelési eszköz.
- Az áruk második csoportjához tartozik a munkaerő. A munkaerő az ember különleges képessége, amellyel – termelési eszközök felhasználásával – hasznos dolgokat, használati értékeket képes előállítani. A munka erőt akkor adják el, ha tulajdonosa maga nem rendelkezik a termeléshez nélkülözhetetlen eszközökkel, jogilag szabad és vannak olyan emberek, akiknek szükségük van rá. A munkaerő nem mindig volt adásvétel tárgya – árutermelés kezdeti, kis-árutermelői formájánál a rabszolgatartó társadalmakban és a feudalizmusban nem volt áru. Széles körben, az ipari forradalmat követően, a piac kiterjedésével a tőkés viszonyok kialakulásával lett a munkaerő adásvétel tárgya.

→ Третя група товарів – це т. зв «нематеріальні», інформація, послуги та знання. Розширення та поглиблення поділу праці технологічні знання все більше відокремлюють їх від об'єктів, таким чином створюючи ліцензії та ноу-хау як товари.

Ноу-хау («знати як») – це технічні знання, досвід, дані, методи, які можна застосувати на практиці або мають таку цінність, що вони відомі лише в обмеженому професійному колі, не захищені промисловим законодавством і не були оприлюднені. Тому ноу-хау стало товаром, техніко-економічне знанням.

Інтелектуальні твори, які підпадають під сферу промислового доходу, такі як винаходи, інновації, торгові марки та промислові зразки, також можуть бути предметом купівлі-продажу. Передача інтелектуальних творів для використання за винагороду на основі договору про використання є ліцензійним договором. Ліцензія – це назва права на використання. Плата може бути визначена в абсолютному розмірі, але частіше сплату збору порівнюють з вартістю продукції, що випускається на ринок, а прибуток визначають у відсотках.

Інформація також стає важливим товаром для продажу. Якщо у вас є правильна інформація, ви можете заощадити час і отримати більше прибутку, відповідно організувавши свою діяльність.

Обмін товарів – це діяльність, під час якої продавці та покупці здійснюють обмін після розрахунку за нього. Товарообмін виник у певний історичний період і був досить поширеним, приймаючи різні форми з часом. Бартер спочатку був прямим бартером, тобто певний товар обмінювався на певну кількість іншого товару.

Завдяки поділу праці, спеціалізації та кооперації було створено інструмент, який полегшує обмін, який називається грошима.

Товарообмін і його різноманітні форми передбачають виробництво товарів, яке є повсякденним явищем, але створювалося в конкретних соціально-економічних умовах, але інші чинники перешкождали його поширенню. Ціна - це вартість (кількість грошей), надана при покупці товару. Існує абсолютна ціна (кількість грошей) і відносна ціна (інший товар фігурує в кількості). У зв'язку з ціноутворенням існує ринкова та адміністративна ціна.

Ціни виконують такі функції :

- Нормалізаційна – ринкові сили використовують попит і пропозицію для визначення рівноважної ціни.
- Інформаційна (директивна) – здатність ринку передавати зміни в потребах споживачів і тим самим впливати на виробників.
- Стимулююча – здатність ринку рухати технічний прогрес.

→ Az áruk harmadik csoportja az ún. „tárgy nélküli”, az információk, szolgáltatások és ismeretek. A munkamegosztás szélesedése és mélyülése, a technológiai ismeretek mindjobban elválasztja a tárgyaktól, ezzel meg teremti a licenceket és know-how-kat mint árukat.

A know-how („tudni, hogyan”) olyan értéket képviselő gyakorlatba vett vagy vehető műszaki tudás, tapasztalat, adat, módszer, amely kizárólag korlátozott szakmai körben ismeretes, iparjogvédelmi oltalom alatt nem áll és nem hozták nyilvánosságra. A know-how tehát áruvá vált műszaki gazdasági ismeret, megoldás.

Az iparjogvédelem körébe eső szellemi alkotások, így a találmány, az újítás, a védjegy és az ipari minta adásvétel tárgyát is képezheti. A szellemi alkotások hasznosításra való átengedése díj ellenében használati szerződés alapján a licencszerződés. A licencia a használati engedély neve. A díj megállapítható abszolút összegben, de gyakoribb a díj fizetésének a forgalomba hozott termékek értékéhez való viszonyítása, a haszon meghatározása százalékban.

Az információk szintén fontos értékesíthető áruvá válnak. Aki megfelelő információval rendelkezik, tevékenységét e szerint szervezve, időt nyerhet, és nagyobb haszonra tehet szert.

Az árucseré az a tevékenység, amikor is az eladók és a vevők a megállapodást követően a cserét lebonyolítják. Az árucseré meghatározott történelmi korban alakult ki és eléggé elterjedt, az idők folyamán eltérő formákat öltött. Az árucseré eredetileg közvetlen árucseré volt, azaz meghatározott terméket cseréltek el egy bizonyos mennyiségű más termékre.

A munkamegosztás, a specializáció és kooperáció bővülésével létrejött a cserét megkönnyítő eszköz, amelyet pénznek neveznek.

Az árucseré és annak különféle formái feltételezik az árutermelést, ami mindennapos jelenség, mégis meghatározott társadalmi-gazdasági feltételek között jött létre, más tényezők viszont akadályozták terjedését.

Az áraz az érték (pénzmennyiség), melyet a termék megvásárlásakor adnak. Van abszolút ár (pénz mennyiség) és viszonyítási ár (más termék mennyiségben lép fel). Az ár megállapítása kapcsán van piaci és adminisztratív ár.

Az áraz a következő funkciókat látják el:

- Normalizáló – a piaci erők a kereslet és kínálat segítségével megállapítják az egyensúlyiárat.
 - Információs (irányadó) – a piaci képessége átadni a vásárlói igények változását és ezáltal hatást gyakorolni a termelőkre.
 - Ösztönző – a piac képessége előmozdítani a technikai fejlődést.
- Négy periódusra osztható a pénzfejlődés szakasza.

Завдання до теми 4
Гроші. Роль грошей у ринковій економіці. Ціни

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. При сплаті відсотку за позику гроші виконують функцію:

- A) міри вартості;
- B) засобу обігу;
- C) засобу платежу;
- D) засобу заощадження.

2. Яка з функцій грошей найвразливіша при інфляції:

- A) міри вартості;
- B) засобу обігу;
- C) засобу платежу;
- D) засобу заощадження.

3. Валютний курс –

- A) вартість однієї грошової одиниці, виражена у вартості золота.
- B) вартість грошової одиниці, зкоригована на інфляцію.
- C) Вартість грошової одиниці однієї країни, виражена у грошовій одиниці іншої.
- D) немає правильної відповіді.

4. Як називається процес знецінення грошей?

- A) Інфляція.
- B) Дефляція.
- C) Девальвація.
- D) Ревальвація.

5. Ліквідність –

- A) Можливість грошей бути засобом платежу.
- B) Можливість грошей бути засобом нагромадження.
- C) здатність грошей брати участь у негайній купівлі товарів.
- D) не має відношення до грошей.

ВІРНО–НЕВІРНО

1. Ціна товару – це грошовий вираз вартості товару.
2. Гроші завжди виконують всі 5 функцій.
3. Інфляція сприяє покращенню купівельної спроможності грошової одиниці.
4. Різниця між функцією платежу та функцією обігу виникає при умові неконвертованості грошової одиниці.
5. Товарні гроші існують і сьогодні.

Mintafeladatok a 4. témához
PéNZ. A pénz szerepe a piacgazdaságban. Árak

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. A kölcsön kamatának kifizetésekor a pénz milyen funkciót lát el:

- A) értékmérő;
- B) forgalmi eszköz;
- C) fizetési eszköz;
- D) megtakarítási eszköz.

2. A pénz melyik funkcióját érinti leginkább az infláció:

- A) értékmérő;
- B) forgalmi eszköz;
- C) fizetési eszköz;
- D) megtakarítási eszköz.

3. Árfolyam –

- A) egy valuta értéke aranyban kifejezve.
- B) a nemzeti fizetőeszköz inflációra korrigált értéke.
- C) Az egyik ország pénznemének értéke egy másik ország pénznemében kifejezve.
- D) nincs helyes válasz.

4. Hogyan nevezik a pénz értékcsökkenését?

- A) Infláció.
- B) Defláció.
- C) Devalváció.
- D) Revalváció.

5. Likviditás –

- A) Annak lehetősége, hogy a pénz fizetési eszköz legyen.
- B) annak lehetősége, hogy a pénz felhalmozódási eszközként funkcionáljon.
- C) a pénz azon képessége, hogy részt vegyen az áruk azonnali megvásárlásában.
- D) nem a pénzről szól

IGAZ–HAMIS

1. A termék ára a termék pénzben kifejezett értéke.
2. A pénz mindig ellátja mind az öt funkcióját.
3. Az infláció növeli a valuta vásárlóerejét.
4. A fizetési eszköz funkció és a forgalmi eszköz funkció közötti a különbség a konvertabilitási képtelenségben van.
5. Az árupénz ma is létezik.

ВПРАВИ

1. Визначте, яка інвестиція має вищу дохідність!

Інвестиція А: вкладення 1000 грн, що через рік вартуватиме 1100 грн. 10%

Інвестиція В: вкладення 500 грн, що через рік вартуватиме на 100 грн більше. 20%

2. Скільки буде коштувати 100 € через 8 років, якщо інвестувати під 12% річних за допомогою 1) складного відсотка та 2) звичайного відсотка?

3. Ми придбали ділянку за 500 000 грн і плануємо побудувати на ній нерухомість, будівництво котрої коштуватиме сьогодні 1 000 000 грн, 1 000 000 грн в 1-й рік та 1 000 000 грн у 2-й рік, але тоді ми її продамо, і очікувана ринкова вартість продажу складе 4 000 000 грн. Доходність інвестиції з подібним ризиком становить 7%.

Яка чиста теперішня вартість?

GYAKORLATI FELADATOK

1. Határozza meg, hogy melyik beruházás hozama nagyobb!

A beruházás 1000 hr befektetés egy év múlva 1100 hr-t ér. 10%

B beruházás 500 hr befektetés egy év múlva 100 hr-el többet ér. 20%

2. Mennyit ér 100 € 8 év múlva, ha évi 12 % kamatra fektetjük be kamatos kamat és normál kamat számításával?

3. Egy telket vásároltunk 500 000 hr-rt és egy ingatlant akarunk felhúzni rá, melynek építési költsége ma 1 000 000 hr, a 1. évben 1 000 000 hr és a második évben is 1 000 000, de ekkor eladjuk és a várható piaci értéke 4 000 000 hr. Hasonló kockázatú befektetés hozama 7%.

Mennyi a nettó jelenértéke?

ТЕМА 5 ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Анотація. Ринок як економічна категорія. Класифікація ринків. Функції ринку. Умови формування і розвитку. Соціально-економічна характеристика елементів ринку та умови їх формування в Україні. Піраміда Маслоу. Потреби та попит. Закон попиту. Винятки дії закону попиту. Крива попиту. Зв'язок між попитом і ціною. Зміщення кривої попиту під впливом дії нецінових факторів. Закон пропозиції. Крива пропозиції та її властивості. Зв'язок між пропозицією і ціною. Нецінові фактори зміни пропозиції. Зміщення кривої пропозиції під впливом дії нецінових факторів. Особливості формування і зміни кривих пропозицій в перехідних економічних системах. Утворення рівноважної ціни та рівно-важного обсягу виробництва. Фактори, які впливають на зміну ринкової рівноваги. Сутність ціни. Механізм формування і функції ціни. Види цін. Концепція ціноутворення за Маршалом. Сутність конкуренції. Місце конкуренції в ринковій економіці. Практичне застосування аналізу рівноваги: встановлення мінімуму заробітної плати, межі цін, податки, квоти та тарифи, державний та приватний сектор.

Альфред Маршалл ввів поняття функції попиту та пропозиції. У той час ринок був принципово конкурентним. На конкурентному ринку ціна є даністю для деяких гравців економіки. Виходячи з ціни продукту, учасники ринку, продавці та покупці вирішують, скільки купити або скільки виробити. Це справедливо не лише для продукту, але й для ринку факторів виробництва. Однак своїми рішеннями вони самі впливають на встановлення цін, але вже не індивідуально, але як набір покупців або продавців.

Найважливіші елементи ринку:

1. попит,
2. пропозиція,
3. ціна,
4. дохід.

Попит: кількість продуктів і послуг, які споживачі можуть і бажають купити в певний час за даних ринкових умов. Під попитом ми завжди маємо на увазі платоспроможний попит, тобто намір купити, підкріплений достатньою сумою грошей.

Наші потреби і бажання не постають попитом на ринку без грошей.

Пропозиція: кількість продуктів і послуг, які компанії можуть і бажають продати в певний час за даних ринкових умов.

Номінальний дохід: сума грошей, реалізована суб'єктом господарювання за певний період.

Реальний дохід: кількість товарів, яку суб'єкт господарювання міг би купити за свій номінальний дохід.

Індивідуальний попит показує, який платоспроможний попит має даний економічний суб'єкт на даний продукт за ринкових умов. Ринковий попит можна визначити як суму індивідуальних попитів.

Інструментом, що використовується для аналізу сторони попиту на ринку, є функція попиту, яка виражає зв'язок між можливими цінами товару та кількістю, що вимагається за цими цінами.

Криву ринкового попиту можна інтерпретувати двояко. З одного боку, крива попиту повідомляє вам, що за заданих цін скільки споживачі готові купити разом. У цьому

5. TÉMA A KERESLET ÉS KÍNÁLAT ELEMZÉSÉNEK ALAPJAI

Annotáció. A piac mint gazdasági kategória. A piacok osztályozása. Piac funkciói. A kialakulás és fejlődés feltételei. A piaci elemek társadalmi-gazdasági jellemzői és kialakulásuk feltételei Ukrajnában. Maslow-i piramis. Szükséglet és kereslet. A kereslet törvénye. Kivételek a kereslet törvénye alól. Keresleti görbe. A kereslet és az ár kapcsolata. A keresleti görbe eltolódása nem ár-jellegű tényezők hatására. A kínálat törvénye. Kínálati görbe és tulajdonságai. A kínálat és az ár kapcsolata. A kínálat változásának nem ár-jellegű tényezők hatására. A kínálati görbék kialakulásának és változásának sajátosságai az átmeneti gazdasági rendszerekben. Az egyensúlyi ár és egyensúlyi mennyiség kialakulása. A piaci egyensúly változását befolyásoló tényezők. Az ár lényege. Az árképzés mechanizmusa és funkciói. Az árak fajtái. Marshall árképzési koncepciója. A verseny lényege. A verseny helye a piacgazdaságban. Az egyensúlyi elemzés gyakorlati alkalmazásai: minimálbér megállapítása, árplafonok, adók, kvóták és tarifák, állami és magánszektor.

A piac működési mechanizmusát a keresleti és kínálati függvény felhasználásával először **Alfred Marshall** angol közgazdász vizsgálta. Korábban a piac alapvetően kompetitív volt. Kompetitív piacon az ár a gazdaság egyes szereplői számára adottság. A piaci szereplők, eladók és vevők a termék ára alapján döntenek, hogy miből mennyit vegyenek, vagy éppen mennyit termeljenek. Ez nemcsak a termék, hanem a termelési tényezők piacára is igaz. Döntéseikkel azonban maguk is hatással vannak az árak alakulására, de már nem egyénileg,

hanem mint vevők vagy eladók összessége.

A piac legfontosabb elemei:

1. kereslet,
2. kínálat,
3. ár,
4. jövedelem.

Kereslet: az a termék és szolgáltatásmennyiség, amelyet a fogyasztók adott időpontban, adott piaci feltételek mellett képesek és hajlandók megvásárolni. Keresleten mindig fizetőképes keresletet értünk, vagyis olyan vásárlói szándékot, amely mögött megfelelő pénzösszeg áll.

Szükségeink, vágyaink pénz nélkül nem jelennek meg keresletként a piacon.

Kínálat: az a termék és szolgáltatás mennyiség, amelyet a vállalatok adott időpontban az adott piaci feltételek mellett képesek és hajlandók eladni.

Nomináljövedelem: egy adott időszakban a gazdasági szereplő által realizált pénzösszeg.

Reáljövedelem: az az ármenyiség, amennyit a gazdasági szereplő a nomináljövedelméből vásárolni tudna.

Az egyéni kereslet megmutatja, hogy egy adott gazdasági szereplő egy adott termék iránt mekkora fizetőképes keresletet támasztott piaci feltételek mellett. A piaci kereslet az egyéni keresletek összességéként határozható meg.

A piac keresleti oldalának elemzéséhez felhasznált eszköz a **keresleti függvény**, amely kifejezi egy jószág lehetséges árai és az ezekhez az árakhoz tartozó keresett mennyiségek között fenálló kapcsolatot.

A piaci keresleti görbe kétféleképpen is értelmezhető. A keresleti görbe egyfelől tájékoztat arról, hogy adott árakon együttesen mennyit hajlandók a fogyasztók megvásárolni. Ebben a meg-

підході придбана кількість є функцією ціни товару. Однак, виходячи з кривої попиту, ми також можемо отримати відповідь, за якою ціною споживачі готові купувати різні обсяги, які вивозяться на ринок, тобто за якою ціною вони можуть бути продані. У цьому підході кількість є незалежною, а ціна – залежною змінною, тобто ми маємо справу з оберненою до функції попиту. Відповідно до поширеної в економіці практики, ціна включено на вертикальну вісь, а кількість на горизонтальну вісь, тому малюнок фактично показує обернену функцію попиту.

Нахил функції попиту негативний, що виражає очевидний емпіричний факт, що зниження цін зазвичай пов'язане зі збільшенням кількості попиту. Цей зв'язок формулюється законом попиту.

Для більшості товарів справедливо те, що збільшення доходу збільшує попит, оскільки у людей більше грошей Ви можете купувати більше, і навпаки, через зменшення доходу Ви повинні зменшити споживання. Товари, на які попит і дохід рухаються в одному напрямку, називаються нормальними товарами. Товари нижчої споживчої цінності: ті товари, попит на які зумовлений збільшенням доходу зменшується і збільшується, коли дохід зменшується. А ще є товари розкоші. Далі ми досліджуємо форму функції попиту, координату від чого залежить його розташування в системі. Враховуємо фактори, що визначають попит. Зміна будь-якого з цих факторів може змінити індивідуальний і ринковий попит на цей продукт.

Фактори, що визначають величину попиту	Ефект зміни фактора	Наслідок зміни
Власна ціна товару	Попит незмінний, змінюється лише обсяг попиту!	Рух по початковій кривій попиту
Доходи споживачів	Зміни попиту	Зсув кривої попиту
Ціни замінних і додаткових товарів	Зміни попиту	Зсув кривої попиту
Споживчі переваги	Зміни попиту	Зсув кривої попиту
Кількість покупців	Зміни попиту	Зсув кривої попиту
Очікування	Зміни попиту	Зсув кривої попиту

Попит на товар залежить від багатьох факторів. Це, наприклад, звички та смаки споживачів (смаки – T), їхній дохід (дохід – I), ціна продукту (Px), ціна інших товарів, пов'язаних з даним продуктом (у нашому випадку, Py і Pz), очікування споживачів (очікування – E) щодо майбутніх цін і доходів, а також інші фактори, не згадані тут (n). У формулі:

$$D_x = f(T, P_x, P_y, P_z, I, E, \dots n)$$

közéltésben a vásárolt mennyiség a jószág árának a függvénye. A keresleti görbe alapján azonban arra is választ kaphatunk, hogy a piacra vitt különböző mennyiségeket milyen áron hajlandók a fogyasztók megvásárolni, azaz milyen áron lehet eladni. Ebben a megközelítésben a mennyiség a független és az ár a függő változó, azaz az ún. inverz keresleti függvénnyel van dolgunk. A közgazdaságtanban elterjedt szokásnak megfelelően az ár szerepel a függőleges, és a mennyiség a vízszintes tengelyen, így az ábrán tulajdonképpen az inverz keresleti függvény jelenik meg.

A keresleti függvény meredeksége negatív, ez kifejezi azt a nyilvánvaló tapasztalati tényt, hogy az árak csökkenése általában a keresett mennyiség növekedésével jár. Ezt az összefüggést a kereslet törvénye fogalmazza meg.

A javak többségére igaz, hogy a jövedelem növekedése a keresletet növeli, hiszen több pénzből az ember többet vásárolhat, és megfordítva, a jövedelem csökkenése miatt fogyasztását vissza kell fognia. Azok a javak, amelyeknél a kereslet és a jövedelem egymással azonos irányban mozog, az ún. normál jószágok. Alsóbbrendű (inferior) javak: azok a javak, amelyek kereslete a jövedelem emelkedésének hatására csökken, és a jövedelem csökkenésekor nő. És vannak még a luxus termékek!

A következőkben vizsgáljuk meg, hogy a keresleti függvény alakja, a koordinata rendszerbeli elhelyezkedése mitől függ!

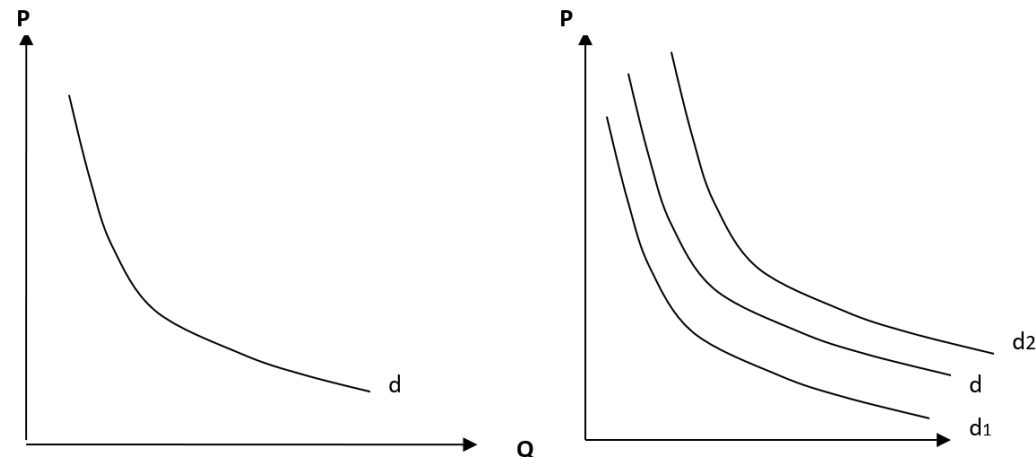
Vegyük ehhez számba a keresletet meghatározó tényezőket!

Ezen tényezők bármelyikének változása megváltoztathatja az adott termék iránti egyéni és piaci keresletet.

A kereslet mennyiségét meghatározó tényezők	A tényező változásának hatása	A változás következménye
A jószág saját ára	Változatlan a kereslet, csak a keresett mennyiség változik!	Elmozdulás az eredeti keresleti görbén
Fogyasztók jövedelme	Változik a kereslet	A keresleti görbe eltolódása
Helyettesítő és kiegészítő termékek árai	Változik a kereslet	A keresleti görbe eltolódása
Fogyasztók preferenciái	Változik a kereslet	A keresleti görbe eltolódása
Vevők száma	Változik a kereslet	A keresleti görbe eltolódása
Várakozások	Változik a kereslet	A keresleti görbe eltolódása

Egy termék kereslete nagyon sok tényező függvénye. Ilyenek például: a fogyasztók szokásai, ízlése (taste – T), jövedelmük nagysága (income – I), a termék ára (Px), más az adott termékkel valamilyen kapcsolatban lévő termékek ára (esetünkben Py és Pz), a fogyasztók várakozásai (expectation – E) a jövőbeli árakra illetve jövedelmekre vonatkozóan, és más itt nem nevesített tényezők (n). Képletben:

$$D_x = f(T, P_x, P_y, P_z, I, E, \dots n)$$



Індивідуальна пропозиція показує, скільки даного товару даний суб'єкт господарювання пропонує на продаж. Ринкова пропозиція показує, скільки товару пропонують до продажу всі виробники в економіці в цілому.

Відношення між ними визначається підсумовуванням: сума індивідуальної пропозиції всіх учасників економіки дає ринкову пропозицію. Інструментом, який використовується для аналізу сторони пропозиції, є функція пропозиції, яка майже виражає зв'язок між цінами та кількістю, тільки тут ми зазначаємо кількість, що пропонується для продажу за цією ціною, до різних можливих цін.

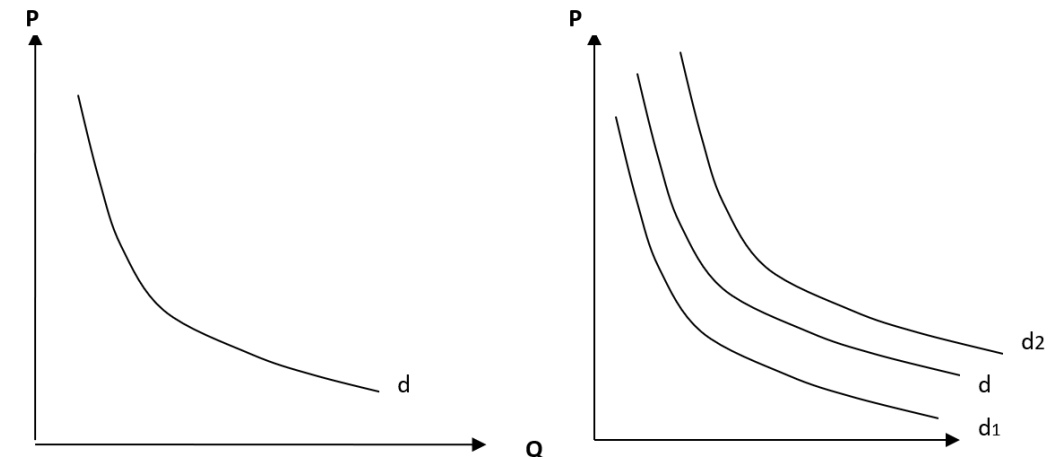
$$Q_s = D(P_x)$$

Функція має позитивний нахил, який виражає емпіричний факт, що чим вища ціна даного продукту, тим більша пропозиція цього продукту (закон пропозиції).

У наступній таблиці ми підсумовуємо та систематизуємо фактори, що визначають еволюцію кількості пропозиції.

Фактори, що визначають кількість пропозиції	Ефект зміни фактора	Наслідок зміни
Власна ціна товару	Пропозиція не змінюється, змінюється лише пропонувана кількість	Переміщення точки на вихідній кривій
Ціна факторів виробництва	Пропозиція змінюється	Зсув кривої пропозиції
технології	Пропозиція змінюється	Зсув кривої пропозиції
Кількість виробників	Пропозиція змінюється	Зсув кривої пропозиції
Очікування	Пропозиція змінюється	Зсув кривої пропозиції
Товарні податки та субсидії	Пропозиція змінюється	Зсув кривої пропозиції

Фактори, перераховані вище - ціни на фактори виробництва, технологічні зміни, кількість продавців, що з'являються на ринку товарів, очікування, податки та субсидії - таким чином визначають «розташування» кривої пропозиції. Таким чином, зміна цих факторів змінює пропозицію, співвідношення між ціною та кількістю, що пропонується для продажу за даними цінами. Коли економісти говорять про збільшення або зменшення пропозиції, це означає зміну або зміщення кривої пропозиції. З іншого боку, якщо ціна товару змінюється, то пропозиція не змінюється, змінюється лише пропонувана кількість.



Az egyéni **kínálat** megmutatja, hogy egy adott gazdasági szereplő egy adott termékből mekkora mennyiséget kínál eladásra. A piaci kínálat azt mutatja meg, hogy a gazdaság egészében, az összes termelő együttesen mennyit kínál eladásra a termékből.

A kettő között a kapcsolatot egy összegzés adja meg: a gazdaság összes szereplőjének egyéni kínálatának összege adja a piaci kínálatot. A kínálati oldal elemzéséhez felhasznált eszköz a **kínálati függvény**, amely szinté az árak és mennyiségek közötti összefüggést fejezi ki, csak itt a különböző lehetséges árakhoz az azon az áron eladásra kínált mennyiségeket rendeljük hozzá.

$$Q_s = D(P_x)$$

A függvény pozitív meredekségű, amely kifejezi azt a tapasztalati tényt, hogy minél nagyobb egy adott termék ára, annál nagyobb annak a terméknek a kínálata (a kínálat törvénye).

A következő táblázatban összefoglaljuk és rendszerezük a kínálat mennyiségének alakulását meghatározó tényezőket.

A kínálat mennyiségét meghatározó tényezők	A tényező változásának hatása	A változás következménye
A jószág saját ára	Változatlan a kínálat, csak a kínált mennyiség változik	Elmozdulás az eredeti görbén
A termelési tényezők ára	Változik a kínálat	A kínálati görbe eltolódása
Technológia	Változik a kínálat	A kínálati görbe eltolódása
Termelők száma	Változik a kínálat	A kínálati görbe eltolódása
Várakozások	Változik a kínálat	A kínálati görbe eltolódása
Termékadók és szubvenciók	Változik a kínálat	A kínálati görbe eltolódása

A fentiekben felsorolt tényezők – a termelési tényezők árai, technológiai változások, a jószág piacán megjelenő eladók száma, a várakozások, az adók és szubvenciók – tehát a kínálati görbe “elhelyezkedését” határozzák meg. Ezen tényezők változása ezért a kínálatot, az ár és az adott árakon eladásra kínált mennyiség közötti összefüggést módosítja. Amikor a közgazdászok a kínálat emelkedéséről vagy csökkenéséről beszélnek, akkor ez a kínálati görbe megváltozását, eltolódását jelenti. Ezzel szemben, amennyiben a jószág ára változik, akkor változatlan a kínálat, csak a kínált mennyiség változik.

Існують винятки із загального правила, що ціна та кількість попиту рухаються в протилежних напрямках. (ціновий парадокс).

Таким винятком є, наприклад, ефект престижу чи сноба. Це може статися, коли ціна на модну річ падає, і деякі споживачі не купують її, тому що кожен може купити дешевше.

Спекулятивний ефект також винятковий, коли споживачі реагують на підвищення ціни додатковими покупками, очікуючи подальшого зростання ціни.

Ефект Веблена переважає, коли споживач пов'язує якість з ціною. Він купує більше за вищою ціною, тому що вважає, що дорожче – якісніше, і навпаки.

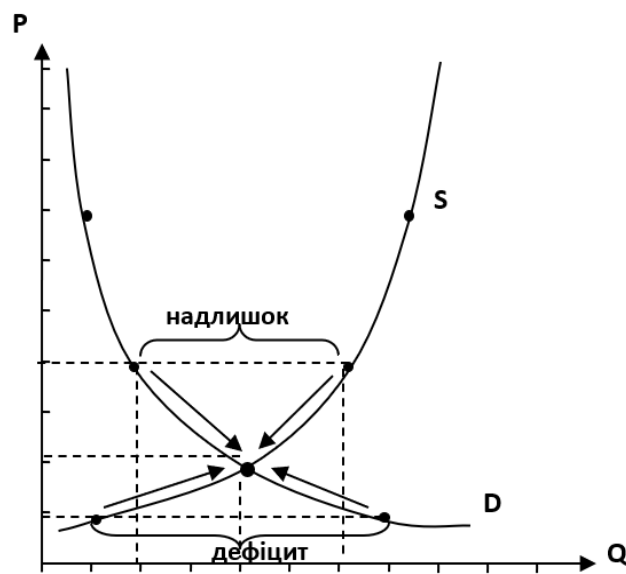
Ефект Гіффена – покупці товарів нижчої споживчої цінності також можуть відчутти зміну попиту в тому ж напрямку, що й зміна ціни. Зростання ціни на такі продукти може призвести до збільшення витрат деяких домогосподарств до такого ступеня, що вони будуть змушені скоротити споживання інших, дорожчих товарів, і замість них купувати даний товар за вищою ціною. При підвищенні ціни, вони реагують зростанням попиту.

За допомогою функцій попиту та пропозиції ми можемо добре охарактеризувати ринок продукту чи ресурсу. Розмістивши дві функції на одній діаграмі, ми отримаємо так званий хрест Маршала.

Якщо рівноважна ціна вже встановилася на ринку, вона може змінитися лише під впливом якогось зовнішнього фактора. Незалежно від того, змінюється попит чи пропозиція, вже порушується встановлений баланс. Однак робота ринкового механізму знову відновлює рівновагу, але рівноважна ціна та кількість будуть іншими відповідно до нової ситуації.

У разі надлишкового попиту очікується зростання ціни, а в разі надлишку пропозиції – зниження. І сторона попиту, і сторона пропозиції реагують на зміни цін. В результаті реакцій ринковий баланс відновлюється.

Ключем до механізму саморегулювання ринку є рух цін і його вплив на рішення учасників ринку. Покупці використовують поточні ринкові ціни для власного порівняння з іншими цінами, а виробники з їх витратами. Зміни ринкових цін орієнтують як споживачів, так і виробників і подають їм сигнали. Якщо ціни зростають, прибутки виробників можуть зрости, якщо вони виробляють більше. Таким чином, підвищення ціни вказує на



хрест Маршала

Attól az általános szabálytól, hogy az ár és a keresett mennyiség ellentétes irányban mozog, vannak kivételek. (Paradox árhatások).

Ilyen kivétel például a presztízs-, vagy sznobhatás. Ez olyan esetben fordulhat elő, amikor egy divatos árucikk ára csökken, és a fogyasztók egy része azért nem vásárolja, mert olcsóbban már bárki megveheti.

Kivételes a spekulációs hatás is, amikor az áremelésre a fogyasztók többletvásárlással reagálnak, további áremelésre számítva.

A Veblen-hatás érvényesül, amikor a fogyasztó az árakhoz kapcsolja a minőséget. Többet vásárol magasabb áron, mert azt gondolja hogy ami drágább, az jobb minőségű, és fordítva.

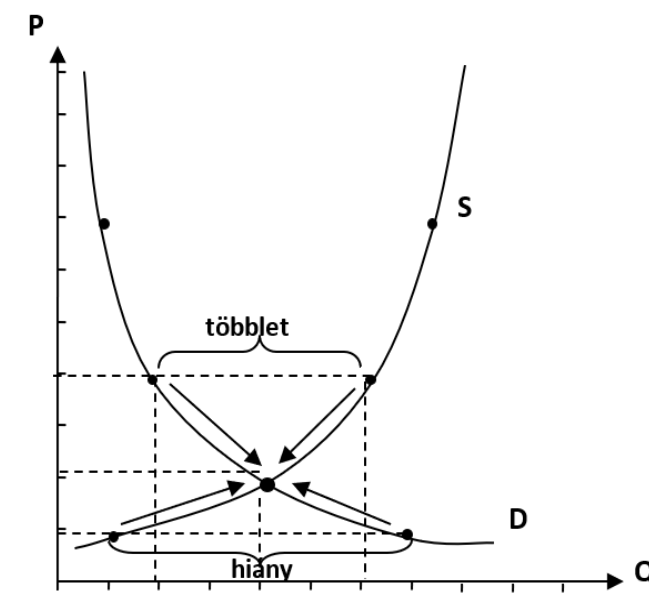
Giffen-, vagy inferior (alacsonyabb rendű) javak vásárlóinál is lehet az árral egyező irányú keresletváltozás. Az ilyen termékek áremelkedése olyan méretű kiadásnövekedést okozhat egyes háztartásoknál, hogy kénytelenek csökkenteni egyéb, drágább termékek fogyasztását, és azok helyett is a megemelt áru terméket vásárolják. Az áremelkedésre tehát a keresett mennyiség növelésével reagálnak.

A keresleti és kínálati függvények segítségével jól jellemezhetjük egy-egy termék, erőforrás piacát. A két függvényt egy ábrába helyezve kapjuk meg az úgynevezett Marshall-keresztet.

Ha a piacon már kialakult az egyensúlyi ár, akkor az csak valamilyen külső tényező hatására változhat meg. Akár a kereslet, akár a kínálat változik, a már kialakult egyensúly felborul. A piaci mechanizmus működése azonban újra helyreállítja az egyensúlyt, de az új helyzetnek megfelelően más lesz az egyensúlyi ár és mennyiség. Túlkereslet esetén áremelkedés, túlkínálat

esetén pedig árcsökkenés várható. Az árváltozásokra reagál mind a keresleti, mind pedig a kínálati oldal is. A reakciók következményeként újra kialakul a piaci egyensúly.

A piac önszabályozó mechanizmusának kulcsa az árak mozgása és annak hatása a piaci szereplők döntéseire. A vásárlók a mindenkori piaci árakat saját rezervációs áráikkal vetik össze, a termelők pedig a költségeikkel. A piaci árak változása a fogyasztókat és termelőket egyaránt orientálja, jelzéseket ad számukra. Ha az árak emelkednek, akkor a termelők profitja nőhet, ha többet termelnek. Az áremelkedés tehát jelzi, hogy növelni kell a kínálatot. Az árak csökkenése ellenkező jelzéssel szolgál. Az árak szerepén alapuló piaci mechanizmus (Adam Smith megfogal-



Marshall-kereszt

необхідність збільшення пропозиції. Зниження цін дає протилежний сигнал. Ринковий механізм, заснований на ролі ціни (цитуючи формулювання Адама Сміта), як «невидима рука», координує діяльність учасників ринку, максимізуючи власну вигоду і прибуток. З іншого боку, нормування і розподіл дефіцитних ресурсів відбувається за допомогою цін, під час яких товари потрапляють до тих, хто здатний і бажає за них заплатити.

Ресурси виставляються на продаж їх власниками для виробників товарів. Виробники шукають і купують ресурси, придатні для виробництва товарів, тоді як споживачі шукають і купують продукти та послуги для задоволення своїх потреб. На ринку дефіцитні ресурси і товари обмінюються і розподіляються в ході окремих процесів обміну між виробниками і користувачами, продавцями і покупцями. Обмін між суб'єктами, які незалежно приймають рішення, базується на використанні взаємних переваг. Виробники та споживачі самостійно та індивідуально приймають рішення, які є для них найбільш вигідними в існуючих умовах, виходячи, перш за все, з цін, що склалися на ринку. За допомогою цін вони можуть оцінити переваги та недоліки своїх рішень. Люди, які приймають рішення, є раціональними, тобто вони обирають варіант, який дає їм найбільший чистий результат.

Для безперешкодного впровадження автоматизації ринку необхідна низка умов. Безперебійне функціонування регулюючої ролі ринкового механізму зазвичай може бути реалізовано лише в умовах досконалої (або близької до неї) ринкової конкуренції, на так званому конкурентному ринку. У сучасних економіках держава також може втручатися у функціонування ринків, наприклад, за допомогою податків, субсидій та встановлення адміністративних цін:

- мінімальна ціна (наприклад, тютюнові вироби, пластикові пакети),
- максимальна ціна (наприклад, газ),
- податки (наприклад, бензин).

Усе це призводить до званої втрати добробуту.

Втрата добробуту: сукупне зменшення надлишку споживача та виробника в результаті певного спотворення ринку (наприклад, нерівноважних цін).

Незважаючи на те, що такі втрати ваги є досить негативною річчю (порушують становище всієї економіки), уряди все ще використовують ці інструменти. Причиною цього зазвичай є неекономічна мотивація. Мінімальні ціни зазвичай запроваджуються у випадках, коли конкуренція вважається шкідливою або споживання необхідно обмежити. У випадку з пластиковими пакетами встановлена державою мінімальна ціна спрямована на захист навколишнього середовища. Максимальна ціна впливає і з іншого боку: уряд може вирішити, що газ нікому не має бути дорогим. Оподаткування бензину має подвійну мету: з одного боку, воно обмежує споживання (з міркувань захисту навколишнього середовища), а з іншого боку, воно створює дохід державі.

mazását idézve), mint egy „láthatatlan kéz” hangolja össze a saját hasznukat, nyereségüket maximalizáló piaci szereplők tevékenységét. Másfelől az árak segítségével megy végbe a szűkös erőforrások adagolása, elosztása, amelynek során a javak azokhoz jutnak, akik képesek és hajlandók azokat megfizetni.

A piac működése tehát a saját érdekeiket követő gazdasági szereplők magatartásán, a változásokra való reagálásaikon alapul. Az erőforrásokat tulajdonosaik, az előállított javakat termelők eladásra kínálják. A termelők, felhasználók a javak előállítására alkalmas erőforrásokat, a fogyasztók szükségleteik kielégítésére szolgáló termékeket és szolgáltatásokat keresnek és vásárolnak. A piacon a termelők és felhasználók, eladók és vevők közötti egyéni cserefolyamatok során megy végbe a szűkös erőforrások és javak cseréje és elosztása. Az önállóan döntő szereplők közötti csere a kölcsönös előnyök kihasználásán alapul. A termelők és felhasználók elsősorban a piacon kialakult árak alapján önállóan, egyénileg hozzák meg azokat a döntéseket, amelyek a fennálló feltételek mellett számukra legelőnyösebbek. Az árak segítségével fel tudják mérni a döntéseikhez kapcsolódó előnyöket és hátrányokat. A döntéshozók racionálisak, azaz a döntésnél a számukra legnagyobb nettó eredményt adó lehetőséget választják.

A piaci automatizmus akadálymentes érvényesüléséhez számos feltétel szükséges. A piaci mechanizmus szabályozó szerepének zavartalan működése általában csak tökéletes (vagy ahhoz közeli) piaci verseny viszonyai között, az úgynevezett kompetitív piacon valósulhat meg. A modern gazdaságokban az állam is beavatkozhat a piacok működésébe, például adókkal, támogatásokkal, az érvényesítendő árak előírásával:

- minimálár (pl. dohány cikkek, nejlonzacskó),
- maximált ár (pl. gáz),
- adók (pl. benzin).

Ezek mindegyike úgynevezett holtteher-veszteséghez vezet.

Holtteher-veszteség (jóléti veszteség): a fogyasztói és termelői többlet együttes csökkenése valamilyen piaci torzulás (pl. nem egyensúlyi árak) következtében.

Annak ellenére, hogy a holtteher-veszteség egy meglehetősen negatív dolog (az egész gazdaságot rosszabb helyzetbe hozza), a kormányzatok mégis élnek ezekkel az eszközökkel. Ennek az oka általában nem gazdasági motiváció. A minimálárakat általában olyan esetben vezetik be, ahol a versenyt károsnak tartják, vagy a fogyasztást korlátozni akarják. A nejlonzacskó esetében az állami minimálár környezetvédő célzatú. A maximált ár a másik oldalon hat: a kormányzat dönthet úgy, hogy a gáz senkinek sem szabad drága legyen. A benzin adóztatása kettős célt szolgál: egyrészt visszafogja a fogyasztást (környezetvédelmi megfontolások), másrészt állami bevételt generál.

Завдання до теми 5 Основи аналізу попиту та пропозиції

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. Закон попиту передбачає, що:

- Перевищення пропозиції над попитом викличе зниження ціни.
- Якщо доходи у споживачів ростуть, вони зазвичай купують більше товарів,
- Крива попиту звичайно має позитивний нахил.
- Коли ціна товару падає, обсяг планованих покупок зростає

2. Чим можна пояснити, переміщення кривої попиту на товар X?

- Пропозиція товару X за певних причин зменшилася.
- Ціна товару X зросла, і як наслідок цього споживачі вирішили менше купувати цього товару.
- Смаки споживачів викликали інтерес до товару X, і тому вони хочуть купувати його при будь-якій даній ціні більше, ніж раніше,
- Ціна товару X впала, тому споживачі вирішили купувати його більше, ніж раніше.

3. Ринковий попит не відчуває впливу:

- Доходів споживачів.
- Цін на взаємопов'язані товари.
- Цін на ресурси.
- Чисельність покупців.

4. Удосконалення технології зрушує:

- Криву попиту вгору і вправо.
- Криву попиту вниз і вправо.
- Криву пропозиції вниз і вправо.
- Криву пропозиції вгору і вліво.

5. Закон пропозиції, якщо ціни ростуть, а інші умови незмінні, проявляється:

- У зростанні пропозиції.
- У зниженні пропозиції.
- У зростанні обсягу пропозиції.
- У падінні обсягу пропозиції.

ВІРНО–НЕВІРНО

- Крива попиту показує, що при зниженні ціни зростає обсяг попиту.
- Закон спадної продуктивності факторів виробництва означає, що зниження ціни товару призводить до зростання обсягу попиту на цей товар.
- Зрушення кривої пропозиції вправо означає, що виробники пропонують більшу кількість продукту при кожному рівні цін.
- Якщо уряд встановлює верхню межу для зростання цін, то обсяги попиту та пропозиції даного товару завжди рівні.
- Якщо (при інших рівних умовах) попит на товар зростає в результаті зростання споживчих доходів, то цей товар відноситься до категорії «нормальних товарів».

Mintafeladatok az 5. témához A kereslet és kínálat elemzésének alapjai

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. A keresleti törvény szerint:

- A kínálat kereslethez viszonyított többlete az árak csökkenését okozza.
- Ha növekszik a fogyasztók jövedelme, általában több árut vásárolnak,
- A keresleti görbe általában pozitív meredekségű.
- Amikor az árak csökkennek, növekszik a tervezett vásárlások mennyisége.

2. Hogyan magyarázzák az X termék keresleti görbéjének elmozdulását?

- Az X termék kínálata valamilyen okból csökkent.
- Az X termék ára emelkedett, és ennek eredményeként a fogyasztók úgy döntöttek, hogy kevesebbet vásárolnak ebből a termékből,
- A fogyasztók ízlése felkeltette az érdeklődést az X termék iránt, ezért a korábbinál nagyobb áron akarják vásárolni,
- Az X termék ára esett, így a fogyasztók korábban többet vásároltak.

3. A piaci keresletet nem befolyásolja:

- A fogyasztók jövedelme.
- Összekapcsolt áruk árai.
- Az erőforrások árai.
- A vásárlók száma.

4. A technológiai váltás a következő eredményezzi:

- A keresleti görbe eltolódását felfelé és jobbra.
- A keresleti görbe eltolódását lefelé és jobbra.
- A kínálati görbe eltolódását lefelé és jobbra.
- A kínálati görbe eltolódását felfelé és balra.

5. Ha az árak emelkednek, és egyéb feltételek változatlanok maradnak, a kínálati törvény szerint:

- A kínálat növekszik.
- A kínálat csökken.
- A kínált mennyiség növekszik.
- A kínált mennyiség csökken.

IGAZ–HAMIS

- A keresleti görbe azt mutatja, hogy az árak csökkenésével a kereslet mennyisége növekszik.
- A termelési tényezők csökkenő termelékenységének törvénye azt jelenti, hogy az ár csökkenése az áru iránti kereslet növekedéséhez vezet.
- A kínálati görbe jobbra tolódása azt jelenti, hogy a gyártók mindegyik árszinten több terméket kínálnak.
- Ha a kormány felső határt szab az áremelkedésnek, akkor az adott termék kínálatának és keresletének mennyisége mindig egyenlő.
- Ha (ceteris paribus) egy termék iránti kereslet növekszik a fogyasztói jövedelmek növekedése következtében, akkor ezt a terméket „normál termékhez” kell besorolni.

ВПРАВИ

1. Як впливають на попит та пропозицію зазначені у таблиці зміни?

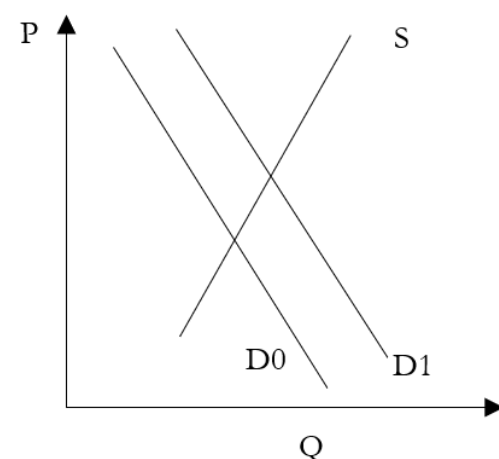
Зміни (ceteris paribus)	Зміщення Кривої D	Рух точки по кривій D	Зміщення кривої S	Рух точки по кривій S
1. Зміна цін конкурентних товарів				
2. Впровадження нових технологій				
3. Зміна моди на товар				
4. Зміна споживчих доходів				
5. Зміна цін на сировину				

2. У таблиці представлені дані, що характеризують різні ситуації на ринку консервованої квасолі.

Ціна (UAH)	Об'єм попиту (млн. банок)	Об'єм пропозиції (млн. банок)
8	70	10
16	60	30
24	50	50
32	40	70
40	30	90

- Зобразіть криву попиту і криву пропозиції за даними таблиці.
- Якщо ринкова ціна на банку квасолі дорівнює 8-ми UAH, що характерно для даного ринку – надлишки або дефіцит? Який їхній обсяг?
- Якщо рівноважна ціна на банку квасолі складе 32 UAH, що характерно для даного ринку – надлишки або дефіцит? Який їхній обсяг?
- Чому дорівнює рівноважна ціна на цьому ринку?
- Зростання споживчих витрат підвищив споживання консервованої квасолі на 15 млн банок при кожному рівні цін. Які будуть рівноважна ціна і рівноважний обсяг виробництва?

3. На рисунку крива попиту на олівці змістилась з D0 в D1. Чим це може бути викликано?



- Падіння цін на товар-субститут для олівців.
- Падіння цін на доповнюючий товар (по відношенню до олівця).
- Падіння цін на сировину, що використовується для виробництва олівців.
- Зниження споживчих доходів за умови, що олівці – інферіорні(нижчі) товари.
- Зниження податку на додану вартість.
- Зниження споживчих доходів за умови, що олівці нормальний товар.
- Широка реклама олівців.

GYAKORLATI FELADATOK

1. Hogyan hatnak a táblázatban feltüntetett változások a keresletre és kínálatra?

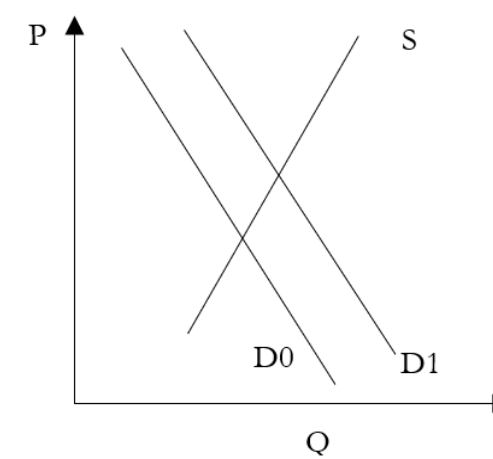
Változások (ceteris paribus)	D görbe változása	D görbén való mozgás	S görbe változása	S görbén való mozgás
1. A konkurens termékek árának változása				
2. Új technológiák alkalmazása				
3. A divat változásának hatása a termékre				
4. A fogyasztók jövedelmének változása				
5. A nyersanyagok árának változása				

2. A táblázat a konzervbab piacán a különböző helyzeteket jellemző adatokat mutatja be.

Ár (UAH)	Kereslet mennyiség (mill. db.)	Kínált mennyiség (mill. db)
8	70	10
16	60	30
24	50	50
32	40	70
40	30	90

- Rajzolja meg a keresleti és a kínálati görbét a táblázat alapján.
- Ha a bab konzervének piaci ára 8 UAH, ami jellemző erre a piacra – többlet vagy hiány? Mekkora a mennyiség?
- Ha a babkonzerv egyensúlyi ára 32 UAH, akkor erre a piacra mi jellemző – többlet vagy hiány? Mekkora a mennyiség?
- Mi az egyensúlyi ár ezen a piacon?
- A fogyasztói kiadások növekedése mindegyik árszinten 15 millió dobozra megemelte a konzervbab fogyasztását. Mi lesz az egyensúlyi ár és az egyensúlyi mennyiség?

3. Az ábrán a rajzceruza kereslete elmozdult D0-ról D1-re. Mi válthatta ki ezt?



- A ceruzahelyettesítő termékek árának csökkenése.
- A kiegészítő termékek árának esése (a ceruzához viszonyítva).
- A ceruzagyártáshoz felhasznált alapanyagok árának csökkenése.
- A fogyasztói jövedelem csökkenése, feltéve, hogy a ceruza inferior termék.
- A hozzáadottérték-adó csökkentése.
- A fogyasztói jövedelem csökkenése, feltéve, hogy a ceruza normál árucikk.
- a ceruzák széles körű reklámja.

ТЕМА 6

ЦІНОВА ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Аногація. *Поняття «еластичності» для загального випадку. Концепція еластичності взаємозв'язаних показників. Основні властивості еластичності. Чинники цінової еластичності, особливості їх впливу. Еластичність попиту. Оцінка еластичності зростаючої та спадної функції. Еластичність попиту за чинниками впливу: еластичність попиту за власною ціною блага, еластичність попиту за ціною взаємодоповнюючого блага та за ціною взаємозамінного блага (перехресна еластичність), еластичність попиту за доходом. Дуговий метод розрахунку еластичності. Зв'язок між еластичністю попиту за власною ціною блага та доходом виробника. Обчислення коефіцієнта еластичності для «нормальних» товарів та товарів «нижчої споживчої цінності». Фактори впливу на еластичність пропозиції. Еластичність пропозиції за власною ціною блага, еластичність пропозиції за цінами факторів виробництва.*

Гнучкість показує, наскільки одна відсоткова зміна в одному з входів змінить вихід. Ознакою еластичності є ϵ . Використовуючи гнучкість, суб'єкт господарювання може вирішити, якою мірою дане рішення спричинить реакцію. Еластичність попиту показує, що зміна фактора, що впливає на попит, на 1% призводить до зміни попиту у відсотках (і в якому напрямку). Міра еластичності порівнює відсоткові зміни між собою. Це дуже зручно, оскільки таким чином ступінь кількісної оцінки реакцій не залежить від обраної одиниці виміру, і можна порівнювати показники еластичності різних товарів.

Починаючи з функції попиту, незалежною змінною, яку потрібно дослідити, може бути власна ціна товару, ціна іншого товару, дохід споживачів або інше (наприклад, реклама, переваги тощо). Відповідно можна розрахувати кілька показників гнучкості. Найпоширенішими показниками еластичності попиту є:

1. **(власна) цінова еластичність попиту,**
2. **еластичність попиту за доходом,**
3. **перехресна цінова еластичність попиту.**

Цінова еластичність попиту показує відсоткову зміну попиту, якщо ціна зміниться на 1%.

$$E_d = \frac{\Delta Q_d}{Q_d} : \frac{\Delta P}{P}$$

Тому еластичність попиту за ціною зазвичай дорівнює від'ємному числу, оскільки згідно із законом попиту ціна та кількість рухаються в протилежних напрямках. Якщо розглядати лише абсолютне значення показника, то можна охарактеризувати «палкість» і силу реакції споживачів. Відповідно:

- якщо показник більше одиниці за абсолютним значенням ($|\epsilon| > 1$), то споживачі гнучко реагували на зміну ціни, кількість попиту змінилася у відсотках більше ціни, попит на товар є еластичним за ціною – і дохід можна збільшити за рахунок зниження ціни.
- якщо показник менше одиниці за абсолютним значенням ($|\epsilon| < 1$), то зміна кількості попиту, вираженої у відсотках, менша за зміну ціни, споживачі нееластично відреагували на зміну ціни, попит оскільки товар нееластичний за ціною – і дохід можна збільшити шляхом підвищення ціни.

6. TÉMA

KERESLETI ÉS KÍNÁLATI ÁRRUGALMASSÁG

Анотація. *„Ругальність” fogalma. Az egymással összefüggő mutatók rugalmasságának fogalma. A rugalmasság alapvető tulajdonságai. Az ár rugalmasság tényezői, hatásuk és jellemzői. A kereslet ár rugalmassága. Növekvő és csökkenő függvény rugalmasságának becslése. A kereslet ár rugalmasságát befolyásoló tényezők: a kereslet ár rugalmassága, a kereslet ár rugalmasság, jövedelem-rugalmassága. Ár rugalmasságának kiszámítása „normál” és „inferior” termékekre. A kínálat ár rugalmasságát befolyásoló tényezők. A kínálat ár rugalmassága az áru saját árán, a kínálat rugalmassága a termelési tényezők árain.*

A **rugalmasság** megmutatja, hogy a bemenetek egyikének egy százalékos változása a kimenetet hány százalékkal fogja megváltoztatni. A rugalmasság jele: ϵ .

A rugalmasság felhasználásával tudja egy gazdasági szereplő eldönteni, hogy adott döntés milyen mértékű válaszreakciót vált ki.

A **kereslet rugalmassága** megmutatja, hogy a keresletet befolyásoló valamely tényező 1%-os változása a kereslet hány százalékos (és milyen irányú változásával jár)

A rugalmassági mérőszám **százalékos változásokat** viszonyít egymáshoz. Ez azért nagyon kényelmes, mert így a számszerűsíteni kívánt reakciók mértéke **nem függ a választott mértékegységtől**, és a különböző jóságok rugalmassági mutatói **összehasonlíthatók**.

A keresleti függvényből kiindulva a vizsgálandó független változó lehet a jóság saját ára, egy másik jóság ára, a fogyasztók jövedelme vagy más egyéb (pl reklám, pre-ferenciák stb.) Ennek megfelelően többféle rugalmassági mutató számítható. A leginkább elterjedt kereslet rugalmassági mutatók a következők:

1. **a kereslet (saját) ár rugalmassága,**
2. **a kereslet jövedelem rugalmassága,**
3. **a kereslet kereslet-ár rugalmassága.**

A kereslet ár rugalmassága megmutatja, hogy hány %-kal változik a kereslet, ha az ár 1%-kal változik.

$$E_d = \frac{\Delta Q_d}{Q_d} : \frac{\Delta P}{P}$$

A kereslet ár rugalmassága tehát általában negatív szám, hiszen a kereslet törvénye szerint az ár és a mennyiség egymással ellentétes irányban mozog. Ha csak a mutató abszolút értékét vizsgáljuk, akkor a fogyasztói reakciók „hevességét”, erősségét tudjuk jellemezni. Ennek megfelelően:

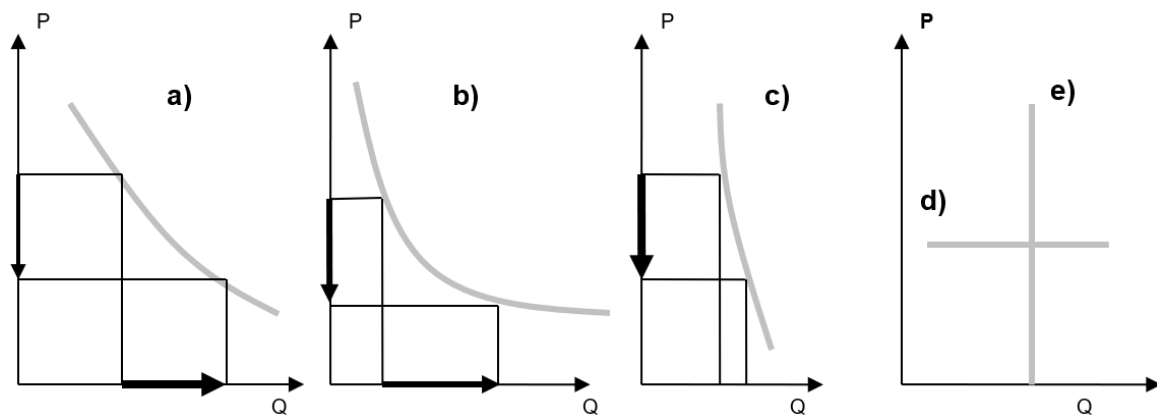
- ha a mutató abszolút értékben egynél nagyobb ($|\epsilon| > 1$), akkor a fogyasztók rugalmasan reagáltak az árváltozásra, a keresett mennyiség százalékosan nagyobb mértékben változott, mint az ár, a jóság kereslete ár rugalmas – és a bevétel árcsökkenéssel növelhető.
- ha a mutató abszolút értékben egynél kisebb ($|\epsilon| < 1$), akkor a keresett mennyiség módosulása – százalékban kifejezve – kisebb mértékű, mint az árváltozás, a fogyasztók rugalmatlanul reagáltak az ár változására, a jóság kereslete ár rugalmatlan – és a bevétel ár növeléssel növelhető.

→ якщо абсолютне значення індикатора дорівнює одиниці ($|\epsilon|=1$), то відсоткова зміна кількості попиту є такою ж, як відсоткова зміна ціни, відсоткова зміна кількості попиту та ціни, вираженої як а відсотки однакові, а еластичність попиту за ціною дорівнює одиниці.

Цінова еластичність попиту	Попит	Зміна доходу
$ \epsilon > 1$	цінова еластичність	протилежна зміні ціни
$ \epsilon < 1$	ціна нееластична	у тому ж напрямку, що й ціна змінюється
$ \epsilon = 1$	еластичність ціни за одиницю товару	без змін

На цінову еластичність впливають:

- кількість товарів-замінників,
- важливість продукту (ліки),
- відношення ціни до доходу,
- час для покупок.



Графічне відображення цінової еластичності

- має одиничну еластичність
- еластичний
- нееластичний за ціною
- абсолютно еластичний
- абсолютно нееластичний

$$\epsilon_{xy} = \frac{\% \text{ зміна обсягу попиту на товар } Y}{\% \text{ зміна ціни на товар } X} = \frac{\Delta Q_y \%}{\Delta P_x \%}$$

Перехресна цінова еластичність попиту виражає відсоток, на який змінюється попит на один товар у результаті одновідсоткової зміни ціни іншого товару.

Якщо перехресна цінова еластичність продукту X і Y позитивна, це означає, що ці два продукти є заміниками один одного. Тобто: якщо ціна на продукт X зростає, то попит на продукт Y зростатиме. Це також визначення продуктів-замінників:

Продукт X є **замінником** продукту Y, якщо його перехресна цінова еластичність має позитивне значення.

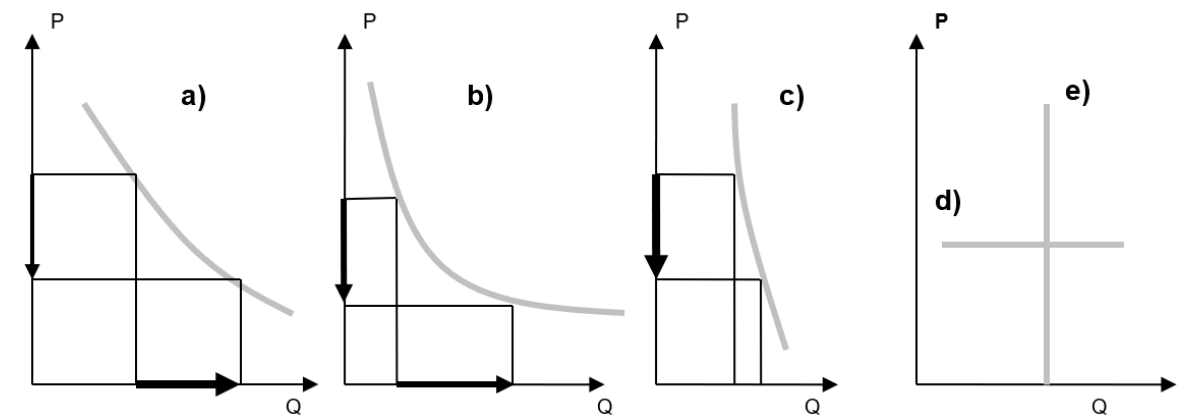
Якщо перехресна еластичність за ціною має негативне значення, то два продукти доповнюють один одного. Прикладом цього є салат і заправка, жоден з них не можна їсти без іншого, але якщо ціна одного зростає, попит на нього зменшиться, а це зменшить попит на інший, його замітник.

→ ha a mutató abszolút értéke egy ($|\epsilon|=1$), akkor a keresett mennyiség százalékos változása megegyezik az ár százalékos változásával, a keresett mennyiség és az ár százalékban kifejezett változása azonos mértékű, a kereslet egységnyi árrugalmasságú.

Kereslet árrugalmassága	Kereslet	Bevétel alakulás
$ \epsilon > 1$	árrugalmas	árváltozással ellentétes irányú
$ \epsilon < 1$	árrugalmatlan	árváltozással megegyező irányú
$ \epsilon = 1$	egységnyi árrugalmasságú	változatlan

Az árrugalmasságot befolyásolja:

- helyettesítő termékek száma,
- termék fontossága (gyógyszer),
- ár jövedelemhez viszonyított aránya,
- a vásárláshoz rendelkezésre álló idő.



Árrugalmasság grafikus megjelenése

- egységnyi rugalmasságú
- árrugalmas
- árrugalmatlan
- tökéletesen rugalmas
- tökéletesen rugalmatlan

$$\epsilon_x = \frac{Y \text{ termék keresletének } \% \text{ változása}}{X \text{ termék árának } \% \text{ változása}} = \frac{\Delta Q_y \%}{\Delta P_x \%}$$

A kereslet **kereszt-árrugalmassága** azt fejezi ki, hány százalékkal változik egy jószág kereslete egy másik jószág árának egy százalékos változása következtében.

Amennyiben X és Y termék kereszt-árrugalmassága pozitív, az azt jelenti, hogy a két termék egymás helyettesítői. Azaz: X termék ára növekszik, akkor Y termék kereslete növekedni fog. Ez egyben a helyettesítő termékek definíciója is:

X termék Y termék **helyettesítője**, ha a kereszt-árrugalmasságuk pozitív.

Amennyiben a kereszt-árrugalmasság negatív, akkor a két termék egymás kiegészítői. Példa erre a saláta és az öntet, egyik sem fogyasztható a másik nélkül, de ha egyik ára megemelkedik, akkor az iránti kereslet csökkenni fog, és ez csökkenti a másik, az ő helyettesítője iránti keresletet is.

Продукт X є доповненням до продукту Y, якщо його перехресна еластичність за ціною є від'ємною. У випадку продуктів, які не залежать один від одного, максимальна перехресна цінова еластичність може бути зменшена через ефект доходу.

Перехресна еластичність за ціною також важлива під час прийняття виробничих рішень. На практиці він використовується для аналізу конкурента та оцінки очікуваного впливу цінових рішень конкурента на очікуваний дохід компанії (який не змінює її власні ціни). Це можна використовувати для визначення ступеня заміщення - два продукти можуть бути логічними заміниками один одного, але їх перехресна цінова еластичність настільки мала, що на це практично не потрібно розраховувати. Наприклад, у випадку Ferrari – Таврія перехресна цінова еластичність близька до нуля, хоча вона, безумовно, має позитивне значення.

Значення перехресної цінової еластичності попиту	Пояснення ефекту	Тип продукту
$E_{xy} > 0$	Обсяг попиту на товар X змінюється, як і ціна товару Y	Замінники (товари-субститути)
$E_{xy} < 0$	Обсяг попиту на продукт X змінюється обернено пропорційно до ціни продукту Y	доповнюючі продукти (товари-компліменти)

Еластичність доходу – це % зміни попиту при зміні доходу на 1 %.

$$\varepsilon_I = \frac{\text{Зміна обсягу попиту на товар X у \%}}{\text{Зміна доходу споживача у \%}} = \frac{\Delta Q_x \%}{\Delta I \%}$$

За ознакою показників еластичності доходу можна зробити висновок про те, нормальний чи нижчий товар. Нагадаємо, що для звичайних товарів збільшення доходу збільшує попит, але зменшення доходу призводить до зменшення попиту. Таким чином, еластичність нормальних товарів за доходом є позитивним числом. Однак у випадку деяких товарів дохід і попит рухаються в протилежних напрямках, тому еластичність доходу має негативний знак.

Значення індексу еластичності доходу	Пояснення ефекту	Тип продукту
$E_I > 0$	Зміна попиту відбувається в тому ж напрямку, що й зміна доходу	нормальні товари та товари розкоші
$E_I < 0$	Зміна попиту відбувається в протилежному напрямку до зміни доходу	товари нижчої споживчої цінності

Цінова еластичність пропозиції показує, наскільки зміниться пропозиція продукту від 1% зміни ціни продукту.

$$\varepsilon_s = \frac{\text{Зміна пропозиції товару X у \%}}{\text{Зміна ціни на товар X у \%}} = \frac{\Delta Q_s \%}{\Delta P_x \%}$$

X termék Y termék **kiegészítője**, ha a kereszt-árrugalmasságuk negatív. Egymástól független termékek esetében a kereszt-árrugalmasság maximum a jövedelmi hatáson keresztül csapódhat le.

A kereszt-árrugalmasság is fontos a termelési döntések során. A gyakorlatban a versenytárs elemzéséhez szokták felhasználni, s becsülni a versenytársa árdöntéseinek várható hatását a vállalat (aki nem változtat a saját árain) várható bevételével. Ennek segítségével lehet meghatározni a helyettesítés mértékét – lehet, hogy két termék logikailag egymás helyettesítői, de a kereszt-árrugalmasságuk annyira kicsi, hogy gyakorlatilag ezzel nem kell számolni. Például a Ferrari – Trabant esetében a kereszt-árrugalmasság közel 0, annak ellenére, hogy biztos pozitív.

Kereslet kereszt-árrugalmassági mutató értéke	Hatás magyarázata	Termék típusa
$E_{xy} > 0$	Az X-termék keresletének mennyisége ugyanúgy változik, mint az Y-termék ára	Helyettesítő termékek
$E_{xy} < 0$	Az X-termék keresletének mennyisége ellentétesen változik, mint az Y-termék ára	Kiegészítő termékek

A jövedelemrugalmasság a kereslet %-os változása a jövedelem 1%-os változásával.

$$\varepsilon_I = \frac{X \text{ termék keresletének \% változása}}{\text{fogyasztó jövedelmének \% változása}} = \frac{\Delta Q_x \%}{\Delta I \%}$$

A jövedelem rugalmassági mutatók előjeléből következtethetünk arra, hogy normál vagy inferior jószágról van-e szó. Emlékezzünk vissza, hogy a normál jószágoknál a jövedelem emelkedése a keresletet növeli, a jövedelemcsökkenés viszont a kereslet visszaesésével jár. A normál jószágok jövedelemrugalmassága ezért **pozitív** szám. Az alsóbbrendű jószágoknál viszont a jövedelem és a kereslet egymással ellentétes irányban mozdul el, ezért a jövedelemrugalmasság **negatív** előjelű.

Jövedelemrugalmassági mutató értéke	Hatás magyarázata	Termék típusa
$E_I > 0$	A kereslet változása egyforma irányú, mint a jövedelem változása	Normál és luxus termékek
$E_I < 0$	A kereslet változása ellenkező irányú, mint a jövedelem változása	Inferior („alacsonyabb rendű”) termékek

A **kínálat árrugalmassága** megmutatja, hogy a termék árának 1%-os változásától a termék kínálata hány %-kal fog megváltozni.

$$\varepsilon_s = \frac{X \text{ termék kínálatának \% változása}}{X \text{ termék árának \% változása}} = \frac{\Delta Q_s \%}{\Delta P_x \%}$$

Цінова еластичність пропозиції, як правило, позитивна, оскільки виробники хочуть виробляти більше за вищою ціною.

Економічний зміст цінової еластичності полягає в тому, наскільки швидко виробничий сектор здатний реагувати на зміни попиту на продукт. При абсолютно нееластичному випуску незалежно від того, як змінюється попит на товар, пропозиція залишається постійною. А у випадку абсолютно еластичної пропозиції процес адаптації настільки швидкий, що навіть ціна продукту не впливає на неї.

На еластичність пропозиції за ціною впливають такі фактори:

- вільні потужності: якщо є багато вільних потужностей, виробництво можна легко збільшити, а пропозиція буде еластичною за ціною.
- запаси: якщо компанія має великі запаси, вона може легко збільшити випуск, а пропозиція буде еластичною за ціною.
- взаємозамінність факторів виробництва: якщо фактори виробництва можуть бути легко замінені, пропозиція буде еластичною за ціною.
- тривалість досліджуваного періоду: чим довше ми перевіряємо, тим еластичнішою буде пропозиція.

Завдання до теми 6 Цінова еластичність попиту та пропозиції

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. Цінова еластичність попиту буде вищою:

- A) На товари першої необхідності, ніж предмети розкоші.
- B) У тих випадках, коли споживачі використовують цей товар із найбільшою користю для себе.
- C) Чим більшими є альтернативні витрати виробництва товарів.
- D) Чим менш необхідним є товар для споживача
- E) У жодному з перелічених випадків.

2. Якщо відсоткове скорочення ціни на товар призводить до двопроцентного збільшення обсягу попиту на нього, то цей попит:

- A) Нееластичний.
- B) Еластичний.
- C) одиничної еластичності.
- D) Абсолютно нееластичний.
- E) Абсолютно еластичний.

3. Якщо ціна товару зросла з 1,5 дол. до 2 дол., а обсяг попиту скоротила «з 1000 до 900 одиниць, то коефіцієнт цінової еластичності дорівнює

- A) 3,00
- B) 2,71

А кінáлат árrugalmassága általában pozitív, hiszen magasabb áron többet kívánnak termelni a termelők.

Az árrugalmasság gazdasági tartalma az, hogy a termelő szektor mennyire gyorsan képes reagálni a termék keresletében beállt változásra. Teljesen rugalmatlan kibocsátás esetén akár-hogy is változzék a termék kereslete, a kínálat állandó marad. Teljesen rugalmas kínálat esetében pedig annyira gyors az alkalmazkodási folyamat, hogy még a termék ára sem.

A kínálat árrugalmasságára az alábbi tényezők hatnak:

- szabad kapacitás: ha sok a szabad kapacitás, könnyen növelhető a termelés, és a kínálat árrugalmas lesz
- készletek: ha a vállalatnak nagy a készletállománya, akkor könnyen tudja növelni a kibocsátást, és a kínálat árrugalmas lesz
- termelési tényezők helyettesíthetősége: amennyiben a termelésben könnyen helyettesíthetők a tényezők, a kínálat árrugalmas lesz
- a vizsgált időszak hossza: minél hosszabb távon vizsgálódunk, annál rugalmasabb lesz a kínálat.

Mintafeladatok a 6. témához Keresleti és kínálati árrugalmasság

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. A kereslet árrugalmassága nagyobb lesz:

- a) Inkább alapvető cikkekre, mint luxuscikkekre.
- b) Azokban az esetekben, amikor a fogyasztók a terméket a maguk számára a legnagyobb haszonnal fel tudják használni.
- c) Minél nagyobbak az árutermelés alternatív költségei.
- d) Minél kevésbé szükséges a termék a fogyasztó számára.
- e) A felsorolt esetek egyikében sem.

2. Ha egy termék árának egy százalékos csökkenése a kereslet volumenének két százalékos növekedéséhez vezet, akkor ez a kereslet:

- a) Rugalmatlan.
- b) Rugalmas.
- c) egységnyi rugalmasság.
- d) Abszolút rugalmatlan.
- e) Teljesen rugalmas.

3. Ha a termék ára 1,5 dollárról emelkedett 2 dollárra, és a kereslet volumene 1000-ról 900 egységre csökkent, akkor az árrugalmassági együttható egyenlő

- a) 3,00
- b) 2,71

- C) 0,37
D) 0,3
E) 1,5

4. Якщо зменшення ціни на 5% призводить до зниження обсягу пропозиції на 8%, то дана пропозиція:

- A) Нееластично.
B) одиничної еластичності.
C) Еластично.
D) Абсолютно еластично.
E) Абсолютно нееластично.

5. Якщо, незважаючи на зміни ціни товару, загальний виторг не змінюється, то коефіцієнт цінової еластичності:

- A) Більше 1.
B) менше 1.
C) дорівнює 0.
D) дорівнює 1.
E) дорівнює нескінченності.

ВІРНО–НЕВІРНО

- Крива попиту показує, що при зниженні ціни зростає обсяг попиту.
- Закон спадної продуктивності факторів виробництва означає, що зниження ціни товару призводить до зростання обсягу попиту на цей товар.
- Зрушення кривої пропозиції вправо означає, що виробники пропонують більшу кількість продукту при кожному рівні цін.
- Якщо уряд встановлює верхню межу для зростання цін, то обсяги попиту та пропозиції даного товару завжди рівні.
- Якщо (при інших рівних умовах) попит на товар зростає в результаті зростання споживчих доходів, то цей товар відноситься до категорії «нормальних товарів».

ВПРАВИ

1. Торговець, який торгує побутовими товарами, хоче збільшити оборот двох своїх товарів. Тому він дає знижку 20% на ціну тостера 10 000 HUF і 30% на ціну блендера 8 000 HUF. Результатом збільшення обороту стало збільшення обороту тостера з 900 штук до 1000 штук, а блендера з 500 штук до 800 штук.

- a) Розрахуйте цінову еластичність продукції (εd)!
b) Оцініть рішення! Що ви порадите продавцям?

2. Послуга туристичної фірми у випадку закордонного туру у 2016 році 1 200 грн./особа. У літній сезон 90 осіб придбали цю послугу. У наступному році знижено ціну туру до 1 000 грн./особа. Внаслідок цього попит на цю послугу зріс до 140 осіб.

Завдання:

- a) Яка еластичність попиту послуги?
b) Які висновки можете зробити про зв'язок еластичності та виручкою?
c) На яку суму і скільки відсотків змінилась виручка після зниження ціни?

- c) 0,37
d) 0,3
e) 1,5

4. Ha 5%-os árcsökkenés a kínálat volumenének 8%-os csökkenéséhez vezet, akkor az adott kínálat:

- a) Rugalmatlan.
b) egységnyi rugalmasság.
c) Rugalmas.
d) Abszolút rugalmas.
e) Teljesen rugalmatlan..

5. Ha a termék árának változása ellenére a teljes forgalom nem változik, az árrugalmasság:

- a) Több, mint 1.
b) kevesebb, mint 1.
c) egyenlő 0-val.
d) egyenlő 1-gyel.
e) egyenlő a végtelennel.

IGAZ–HAMIS

- A bevétel az értékesített termék árrugalmasságának értékétől is függ.
- A helyettesítő termékeknel az egyikük ára és a másik iránti kereslet közötti közvetlen kapcsolat áll fenn.
- Ha az ár 1%-kal változik és a kereslet volumene 5%-kal változik, akkor a kereslet ebben az esetben rugalmatlan.
- Az abszolút rugalmatlan keresleti görbe egy függőleges vonalt képez.
- A luxuscikkek iránti kereslet rugalmasabb, mint az alapvető cikkek iránti kereslet.

GYAKORLATI FELADATOK

1. Egy háztartási termékeket árusító kereskedő két termékének forgalmát szeretné növelni. Ezért a 10 ezer Ft-os kenyérpíró árából 20 %-os, a 8 ezer Ft-os turmixgép árából 30 %-os engedményt ad. A forgalmonövelés eredménye az lett, hogy a kenyérpíró korábbi 900 darabos forgalma 1000 darabra nőtt, a turmixgépé pedig 500 darabról 800 darabra.

- a) Számítsa ki a termékek árrugalmasságát (εd)!
b) Értékelje a döntést! Mit javasol a kereskedőnek?

2. Egy utazási iroda adott szolgáltatása külföldi turista út esetében 2016-ban 1 200 UAH/fő volt. A nyári szezonban 90 fő vette igénybe ezt a szolgáltatást. A következő év azonos időszakában 1 000 UAH/fő-re csökkentette a szolgáltatás árát. Ennek hatására a kereslet 140 főre növekedett.

Feladat:

- a) Milyen a szolgáltatás keresletének az árrugalmassága?
b) Milyen következtetést tud levonni a rugalmasság és az árbevétel között?
c) Mennyivel és hány százalékkal változott az árbevétel az árcsökkentés után?

3. АТ «Містер Мода» займається виробництвом джинсів. На основі результатів маркетингових досліджень вони прогнозували попит на товар, який відповідає купівельній спроможності споживачів, наступним чином: (передбачаючи зниження ціни)

Ціна одиниці товару (UAH/шт)	Попит (од.)
150	123 000
80	140 000
50	163 000

Завдання: Визначте цінову еластичність попиту для кожного випадку зміни ціни!

3. Az Úri Divat Rt. Farmernadrág készítésével foglalkozik. Piackutatási eredményeik alapján a termék iránt megnyilvánuló fizetőképes fogyasztói kereslet alakulását az alábbiak szerint prognosztizálták: (árrugalmasság ársökkenést feltételezve)

Termék egységára (UAH/db)	Kereslete (db)
150	123 000
80	140 000
50	163 000

Feladat: Határozza meg a kereslet árrugalmasságát az árváltozás egyes eseteiben!

ТЕМА 7 АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Анотація. *Поняття корисності. Сукупна та гранична корисність. Функція корисності. Закон спадної граничної корисності економічного блага. Процес споживання та динаміка зміни сукупної та граничної корисності. Уподобання споживача. Побудова кривих байдужості. Карта кривих байдужості. Властивості кривих байдужості. Окремі випадки кривих байдужості. Поняття взаємозамінних благ, взаємодоповнюючих благ, нейтральних благ, благ із від'ємною корисністю. Бюджетне обмеження споживача. Зміна бюджетної лінії. Поняття нахилу бюджетної лінії. Вплив зміни доходу споживача, системи оподаткування, субсидій, квот тощо на положення бюджетної лінії. Зміна цін та її вплив на бюджет споживача. Економічна, алгебраїчна та графічна інтерпретація рівноваги споживача. Вибір оптимального споживчого кошика. Методи знаходження точки рівноваги. Крива «дохід-споживання». Функція попиту від доходу: крива Енгеля. Поняття нормальних благ та благ нижчої споживчої цінності.*

Мета і сенс споживання полягає в задоволенні потреб. Потреба є основною рушійною. Мета і сенс споживання полягає в задоволенні потреб. Потреба є основною рушійною силою всього кінцевого споживання, відчуттям нестачі, яке спонукає до дій, спрямованих на самоусунення.

Засобами задоволення потреб є **товари** та **послуги**. Через дефіцит товарів і послуг потреби ніколи не можуть бути повністю задоволені. Таким чином, споживач регулярно змушений **робити вибір**, він повинен вирішити, які зі своїх потреб він задовольнить, беручи до уваги свої обмежені джерела доходу, в **якому порядку він вибере їх для задоволення** і які з його потреб займуть коротший або довший час для задоволення. Обраний варіант завжди означає відмову від іншої альтернативи. Альтернативна **вартість** вибору будь-якого варіанту – це корисність варіанту, від якого відмовляються на користь обраної альтернативи. Свідомо чи інстинктивно споживач розставляє пріоритети для своїх потреб.

Індивідуальне ранжування потреб називається шкалою переваг.

Звичайно, це індивідуальний рейтинг, він залежить від індивідуальних смаків, хороших чи поганих звичок. Мені це подобається, Мені це менше, Мені це не подобається, або Я просто не можу без цього. Наприклад, є ті, хто вважає за краще не обідати, а витрачає останні гривні на сигарети, а інші віддають перевагу алкоголю. Система переваг відображає суб'єктивне оціночне судження та думку індивіда, але певною мірою вона все ще відображає соціально детермінований світ смаків, її ніколи не можна інтерпретувати поза поточним соціальним середовищем. Пам'ятайте, що перевага – це не те саме, що фактичний вибір. Ми можемо любити (віддавати перевагу) курячому паприкашу, ніж м'яси з рисом, але зрештою, коли ми йдемо в ресторан, ми все одно вибираємо останнє, тому що воно дешевше. Однак корисність, яка приписується даному продукту, не залежить від ціни продукту.

Корисність – це задоволення потреб споживача, яке він отримує, споживаючи продукт, здійснюючи діяльність або користуючись послугою.

Теорія споживчого вибору припускає, що корисність, яка приписується продукту, не залежить від доходу споживача та ціни продукту.

Коли споживач приймає фактичне рішення про те, що купувати, він виходить із **власної внутрішньої системи цінностей, враховуючи корисні властивості товару**, свій особистий **фінансовий дохід і ціни**. Простіше кажучи, можна сказати, що споживач, коли ви з'являється на ринку з наміром купити, він приносить з собою три фактори,

7. TÉMA FOGYASZTÓI MAGATARTÁS ELEMZÉSE

Анотáció. *A hasznosság fogalma. Össz- és határhaszon. Hasznossági függvény. A csökkenő határhaszon törvénye. Az össz- és határhaszon változásának fogyasztási folyamata és dinamikája. Fogyasztói preferenciák. Közömbösségi görbék felépítése. Közömbösségi görbék térképe. A közömbösségi görbék tulajdonságai. A közömbösségi görbék néhány esete. Helyettesítő áruk, kiegészítő áruk, semleges áruk, negatív hasznosságú termékek fogalma. A fogyasztó költségvetési korlátai. A költségvetési egyenesl változása. A költségvetési egyenes meredekékenységének fogalma. A fogyasztói jövedelem, az adórendszer, a támogatások, a kvóták stb. változásainak hatása a költségvetési egyenes helyzetére. Árváltozások és hatásuk a fogyasztó költségvetésére. A fogyasztói egyensúly közgazdasági, algebrai és grafikus értelmezése. Az optimális fogyasztói kosár kiválasztása. Az egyensúlyi pont megtalálásának módszerei. A „jövedelem-fogyasztás” görbe. Jövedelemből származó keresleti függvény: Engel-görbe. A normál termékek és az inferior termékek fogalma.*

A fogyasztás célja és értelme a szükségletek kielégítése. A szükséglet minden végső fogyasztás alapvető mozgatórugója, hiányérzet, amely cselekvést vált ki önmaga megszüntetésére.

A szükséglet-kielégítés eszközei a **javak** és **szolgáltatások**. A javak és szolgáltatások szükségse miatt a szükségletek soha nem elégíthetők ki teljesen. A fogyasztó ezért rendszeresen **választásra** kényszerül, el kell döntenie, hogy szűkös jövedelemforrásait figyelembe véve mely szükségleteit elégíti ki, hogy ezek kielégítése során **milyen sorrendet választ**, és melyek azok a szükségletei, amelyek kielégítéséről rövidebb-hosszabb ideig lemond. A választott lehetőség mindig egy másik alternatíváról való lemondást is jelent. Bármely lehetőség kiválasztásának **alternatív költsége** azon lehetőség hasznossága, amelyről lemondunk a választott alternatíva érdekében. A fogyasztó tudatosan vagy ösztönösen, de rangsorolja szükségleteit.

A szükségletek egyéni rangsorát preferencia-skálának nevezzük.

Ez természetesen egyéni rangsor, függ az egyén ízlésétől, jó vagy rossz szokásától. A szeretem, kevésbé szeretem, nem szeretem, vagy éppen nem tudok megenni nélküle kérdések kerülnek itt megválaszolásra.. Van például, aki inkább nem vacsorázik, de utolsó forintjait is cigarettára, egy másik inkább alkoholra költi. A preferencia rendszer az egyén szubjektív értékítéletét, véleményét tükrözi, de bizonyos mértékig mégis társadalmilag meghatározott ízlésvilágot tükröz, soha nem értelmezhető a mindenkori társadalmi környezetből kiszakítva. Ne felejtjük el, hogy a preferencia nem azonos a tényleges választással. Lehet, hogy jobban szeretjük (preferáljuk) a csirkepaprikást a rizses hússal szemben, de végül betérve egy étterembe mégis az utóbbi választjuk, mert olcsóbb. Az adott terméknek tulajdonított hasznosság azonban független a termék áráról.

A hasznosság a fogyasztó szükségleteinek kielégítettsége, amelyet egy termék elfogyasztása, valamely tevékenység kifejtése vagy szolgáltatás igénybevétele révén nyer.

A fogyasztói választás elmélete feltételezi, hogy a terméknek tulajdonított hasznosság független a fogyasztó jövedelmétől és a termék áráról.

Amikor a fogyasztó a tényleges döntését hozza arról, hogy mit vásároljon, **saját** belső **értékrendjéből** indul ki, figyelembe veszi a **javak hasznos tulajdonságait**, személyes **pénzjövendelmét és az árakat**. Leegyszerűsítve úgy is fogalmazhatunk, hogy a fogyasztó, amikor vásárlási szándékkal megjelenik a piacon, három – a vásárlás szempontjából fontos – tényezőt visz

щоважливі з точки зору покупки. Ваші власні **потреби повинні бути задоволені, ваша шкала переваг відображає вашу власну систему цінностей і фінансовий дохід, необхідний для придбання товарів.** Розмір вашого фінансового доходу разом із цінами, що склалися на ринку, обмежує та розмежує ваші можливості.

Поняття доходу використовується в економіці в двох значеннях: **як номінальний дохід і як реальний дохід.** Номінальний дохід, доступний споживачеві суму коштів у певній валюті (наприклад, 10 000 UAH, 500 USD, 800 EUR тощо).

Ми не можемо судити, чи є сума грошей багатою чи малою. Його справжня вартість визначається кількістю товарів, які можна придбати на ринку. Крім суми грошей, це **також залежить від ціни продуктів.**

Реальний дохід – це кількість матеріальних благ і послуг, які можна придбати на певну суму грошей.

Мета споживача – максимально задовольнити свої потреби в межах заданого обмеженого доходу. Він хоче максимізувати рівень задоволення потреб, його задоволення, інакше кажучи, власного благополуччя. Оскільки його задоволення купленим продуктом або набором продуктів залежить від їх корисності, ми також можемо це сказати **основною метою споживача є максимізація корисності, досягнутої шляхом споживання.**

Те, що було пояснено досі, також може бути виражено в математичній формі наступним чином.

Корисність позначається початковою літерою англійського слова utility (U), а дохід споживача позначається початковою літерою слова дохід (I), а ціна, як зазвичай (P), куплені споживачем і продукти відповідно з літери x, y, z, ... Таким чином, P_x — ціна продукту x, P_y — ціна продукту y тощо.

Загальна вигода споживача є функцією спожитої кількості продуктів x, y, ..., z і корисності їх різних одиниць.

Загалом:

$$U = U(x, y, \dots, z)$$

Метою споживача з даною системою переваг є максимізація корисності за умови, що:

$$P_x x + P_y y + \dots + P_z z \leq I$$

Іншими словами: мета споживача полягає в тому, щоб вибрати продукти, які він хоче споживати, таким чином, щоб максимізувати їх корисність, враховуючи обмеженість доходу.

Ключовим поняттям у вивченні споживчої поведінки є корисність. Інтерпретація та вимірювання цього є найскладнішим питанням у моделюванні споживчих рішень.

Під поняттям корисності ми розуміємо сукупність корисних властивостей товару, а також задоволення і насолоду, які споживач отримує від споживання даного товару або послуги.

Таким чином, з боку блага корисність означає сукупність корисних властивостей, які роблять його придатним для задоволення якоїсь потреби людини. З точки зору споживача, корисність - це суб'єктивне відчуття користі, задоволення потреби, отримане від споживання товару.

Однак відчуття корисності споживача, отримане в результаті споживання одиниці продукту, змінюється зі збільшенням споживаної кількості, і в більшості випадків воно зменшується. Тільки подумайте, що в літню спеку перший келих крижаного пива – це незабутні вра-

magával. A saját kielégítésre váró szükségleteit, a saját értékrendjét tükröző preferencia-skáláját és a javak megvásárlásához szükséges pénzjövödelmét. A pénzjövödelmének nagysága a piacon kialakult árakkal együtt korlátozza, behatárolja választási lehetőségeit.

A jövedelem fogalmát a közgazdaságtan kettős értelemben használja: **nominális jövedelemként** és **reáljövedelemként**. A nominális jövedelem a fogyasztó rendelkezésére álló, adott pénznemben kifejezett pénzeszközök mennyisége (pl. 10 ezer Ft, 500 dollár, 800 Euró stb.).

Hogy egy pénzmennyiség sok vagy kevés, azt önmagában nem tudjuk megítélni. Hogy valójában mit ér, azt az dönti el, hogy rajta a piacon mennyi terméket lehet megvásárolni. Ez pedig a pénzmennyiség mellett függ a termékek áráról is.

A reáljövedelem az anyagi javak és szolgáltatások azon mennyisége, amelyet az adott pénzmennyiségből meg lehet vásárolni.

A fogyasztó célja, hogy szükségleteit az adott jövedelem korlát mellett minél nagyobb mértékben kielégítse. A fogyasztó szükségleteinek kielégítettségi szintjét, megelégedettségét, másként fogalmazva saját jólétét kívánja a maximalizálni. Mivel az általa vásárolt termékkel, termékhalommal való elégedettsége annak hasznosságától függ, úgy is fogalmazhatunk, hogy a **fogyasztó alapvető célja a fogyasztás révén elérhető hasznosság maximalizálása.**

Az eddig kifejtetteket matematikai formában is megfogalmazhatjuk, a következő módon.

A hasznosságot az angol utility (haszon, hasznosság) szó kezdőbetűjével, U-val jelöljük, a fogyasztó jövödelmét pedig az income (jövödelem) szó kezdőbetűjével, I -vel, az árat a már megszokott módon P-vel, a fogyasztó által vásárolt termékeket pedig rendre x, y, z, ... betűkkel. Így módon P_x az x termék ára, P_y az y termék ára és így tovább.

A fogyasztó összhaszna az x, y, ..., z termékek elfogyasztott mennyiségének és azok különböző egységei hasznosságának a függvénye.

Általánosan:

$$U = U(x, y, \dots, z)$$

A fogyasztó célja adott preferencia rendszer mellett a hasznosság maximalizálása, feltéve, hogy:

$$P_x x + P_y y + \dots + P_z z \leq I$$

Szavakkal: a fogyasztó célja, hogy az adott jövedelemkorlát mellett úgy válogassa össze az általa fogyasztani kívánt termékeket, hogy ezek hasznosságát maximalizálja.

A fogyasztói magatartás vizsgálatának kulcsfogalma a hasznosság. Ennek értelmezése, mérése a fogyasztói döntések modellezésének legnehezebb kérdése.

A hasznosság fogalmán valamely jószág hasznos tulajdonságainak összességét értjük, illetve azt a kielégülést, élvezetet, amelyet a fogyasztó az adott jószág vagy szolgáltatás elfogyasztása révén nyer.

A hasznosság tehát a jószág oldaláról szemlélve olyan hasznos tulajdonságoknak összességét jelenti, amelyek alkalmassá teszik valamilyen emberi szükséglet kielégítésére. A fogyasztó oldaláról nézve pedig a hasznosság a jószág elfogyasztásával nyert haszonérzés, élvezet, szükségletkielégítettség szubjektív érzete.

A fogyasztó egységnyi termék elfogyasztása révén nyert hasznosság érzete azonban az elfogyasztott mennyiség növekedésével változik, legtöbbször csökken. Gondoljunk csak meg, hogy a nyári forróságban az első pohár jéghideg sör felejthetetlen élményt jelent, úgy is szoktak

ження, ще кажуть, що він був порятунком, другий (кому) був просто корисним і т.д. На основі досвіду, що не всі одиниці споживання викликають однакове задоволення під час споживання, народився принцип зменшення задоволення або зменшення граничної корисності. **На рішення споживача завжди впливає корисність останньої спожитої одиниці.**

Споживач не може повністю задовольнити свої потреби, тому, якщо він хоче максимізувати свою користь, він повинен вирішити, що для нього корисно.

Існує два типи уявлень щодо вимірювання та вимірності корисності. Одна – це так звана корисність. **кардиналістичний підхід**, згідно з яким споживач має змогу характеризувати **абсолютну величину корисностей, які можна отримати за рахунок споживання окремих благ простими числами.** Таким чином, **ви можете розрізнити будь-які два продукти або послуги, вибрані з набору товарів (наприклад, продукт «А» має корисність 10 одиниць, а «Б» має корисність 20 одиниць).** Він може судити не тільки про те, який з них для нього корисніший, а й про те, **наскільки**, і він може зробити це для всіх товарів, які можна взяти до уваги.

Представниками кардиналістичної теорії є великі економісти 19 століття, творці теорії граничної вигоди Джевонс, Мергер, Вальрас і Госсен.

Іншим підходом до корисності є т. зв. **ординалістичний підхід.** Він не ставить перед споживачем такого суворого завдання кількісно оцінити корисність, приписувану різним товарам. Його задовольняє той факт, що **споживач може розмістити товари за корисністю**, може вирішити, який товар чи послугу превалює більше, менше або таке ж задоволення, як і яесь інше благо.

Основні представники ординалістичної теорії: Слуцький, Парето, Хікс, Самуельсон. Представники ординальної теорії відмовилися від вимірювання корисності простими числами, але прийняли принцип спадної граничної корисності, розроблений їхніми попередниками.

Споживач не хоче максимізувати корисність, отриману від споживання окремого продукту, а виграє від загального споживання. Таким чином, це не просто порівняння продуктів, а саме споживчих кошків.

Споживчий кошик – це набір товарів і послуг, які споживає споживач. Визначення послідовності між кошиками товарів, **порядку переваг**, є важливим з точки зору економічного аналізу, оскільки товари ніколи не споживаються самі по собі, незалежно від інших товарів. Споживач формує набір товарів, тобто вибирає «кошик товарів». Система переваг – це впорядкування варіантів і рішень на основі індивідуальних оціночних суджень.

Досліджуючи споживання конкретного продукту, ми доходимо висновку, що при збільшенні кількості, спожитої протягом певного періоду, відчуття користі, задоволення та загальна вигода споживача зростає (почуття сумування за продуктом зменшується), але це збільшення задоволення, як правило, не може зростати нескінченно. У випадку багатьох продуктів під час споживання виникає момент, після якого загальна вигода споживача більше не збільшується під час подальшого продовження споживання. Ця точка називається **точкою насичення.** Якщо людина голодна і з'їдає одну за одною нові одиниці своєї улюбленої їжі - залежно від його індивідуальних можливостей - після третьої або дванадцятої, нові одиниці або шматочки вже не викликають приємного задоволення, і навіть якщо він продовжує їсти з примусу, це може навіть призвести до посилення дискомфорту (подумайте лише, що ви навіть можете мучити когось улюбленою їжею чи напоєм понад певну кількість). В такому випадку загальна корисність споживача більше не зростає, а навіть зменшується, якщо споживання продовжує таке споживання.

fogalmazni, hogy életmentő volt, a második (kinek-kinek) már csak jólesett stb. Azon tapasztalatok alapján, hogy a fogyasztás során nem minden egység fogyasztása okoz azonos élvezetet, született meg a csökkenő élvezetek, vagy csökkenő határhaszon elve. **A fogyasztó döntését mindig az elfogyasztott utolsó egység hasznossága befolyásolja.**

A fogyasztó nem tudja szükségleteit teljes mértékben kielégíteni, ezért ha hasznát maximalizálni akarja, döntenie kell, mi mennyire hasznos számára.

A hasznosság mérésével, mérhetőségével kapcsolatban kétféle felfogás létezik. Az egyik a hasznosság ún. kardinális megközelítése, amely szerint a fogyasztó az egyes jószágok elfogyasztása révén szerezhető **hasznosságok abszolút nagyságát tőszámokkal képes jellemezni.** Tehát a jószághalmazból kiválasztott bármely két termék vagy szolgáltatás között **arányaiban is különbséget tud tenni** (pl. „A” termék 10, „B” pedig 20 egység hasznosságú). Nemcsak azt tudja megítélni, hogy melyik a számára hasznosabb, hanem azt is, hogy mennyivel, és ezt a számításba vehető minden jószágra nézve el tudja végezni.

A kardinális elmélet fő képviselői a 19. század nagy közgazdászai, a határhaszon-elmélet megalkotói Jevons, Merger, Walras, Gossen.

A hasznosság másik megközelítése az ún. **ordinális megközelítés.** Ez nem állítja a fogyasztót olyan szigorú feladat elé, hogy a különböző jószágoknak tulajdonított hasznosságot mennyiségileg is érzékelje. Megelégszik azzal, hogy a **fogyasztó képes a jószágokat hasznossági sorrendbe** állítani, képes eldönteni, melyik jószág, vagy szolgáltatás jelent számára nagyobb, kisebb vagy valamely más jószággal azonos élvezetet.

Az ordinális elmélet fő képviselői: Slutsky, Pareto, Hicks, Samuelson. Az ordinális elmélet képviselői feladták a hasznosság tőszámokkal való mérhetőségét, de elfogadták az elődeik által kidolgozott csökkenő határhaszon elvét.

A fogyasztó nem az egy-egy termék elfogyasztása révén nyert hasznosságot akarja maximalizálni, hanem az összefogyasztás révén nyertet. Így nem is egyszerűen termékeket, hanem inkább fogyasztói kosarakat hasonlít össze.

A fogyasztói kosár a fogyasztó által fogyasztott termékek, illetve szolgáltatások halmaza.

A jószágkosarak közötti sorrendiség megállapítása, a **preferencia-rendezés** azért lényeges a közgazdasági elemzések szempontjából, mert a jószágok sohasem önmagukban, más jószágoktól függetlenül kerülnek elfogyasztásra. A fogyasztó jószághalmazt alakít ki, ún. “jószágkosarat” választ. A preferencia rendszer a lehetőségek, megoldások egyéni értékítélet alapján való sorba rendezése.

Egy-egy termék fogyasztását vizsgálva azt tapasztaljuk, hogy az adott időszak alatt elfogyasztott mennyiség növelésével nő a fogyasztó haszonérzete, megelégedettsége, összhaszna (csökken a termék iránti hiányérzete), de ez az élvezetnövekedés általában nem fokozódik a végtelenségig. Nagyon sok termék esetében a fogyasztás során előáll egy pont, amely után a fogyasztás további folytatása során már nem nő a fogyasztó összhaszna. Ezt a pontot nevezzük **telítettségi pontnak.** Ha valaki éhes, és sorban egymás után eszi kedvenc ételének újabb egységeit - egyéni kapacitásától függően - a harmadik vagy a tizenkettedik után az újabb egységek, falatok már nem okoznak kellemes megelégedettséget, sőt ha kényszerből folytatja az evést, ez akár fokozódó kellemetlenséghez is vezet (gondoljunk csak arra, hogy egy mennyiségen túl akár kínozni is lehet valakit kedvenc ételével vagy itálával). Telítettségi pont egy jószág azon mennyisége, amelynél a fogyasztó összhaszna már nem nő tovább, sőt a fogyasztás folytatása esetén csökken.

Перший закон Госсена: принцип спадної граничної корисності стверджує, що коли послідовні додаткові одиниці товарів споживаються, загальна корисність зростає меншою мірою.

Роблячи покупки, споживач зазвичай вибирає з кількох товарів. У той же час він прагне отримати якомога більшу загальну вигоду від свого загалом обмеженого фінансового доходу.

Наближаючись до цієї мети, ви, в принципі, можете розподілити свої гроші незліченною кількістю способів між речами, які збираєтеся купити, ви можете створити різноманітні споживчі структури та споживчі кошики. Як можна вибрати найбільш сприятливу структуру споживання з багатьох?

Оскільки ваш дохід обмежений, якщо ви хочете споживати більше товару або почати споживати його, то вам доведеться від чогось відмовитися. У такій переорганізації споживання завжди порівнюються **жертвоприношення та вигода, отримана** через перебудову структури споживання. Пожертвувана **вигода** — це гранична вигода від останньої одиниці продукту, від якої ми змушені відмовитися, а **отримана вигода** — це гранична вигода від іншого продукту, який таким чином став споживаним. Скільки це коштує? До тих пір, поки **загальна корисність прибуток може бути збільшена за допомогою заміни**, тобто до тих пір, поки корисність, пожертвувана відмовою, буде меншою за отримане задоволення (корисність).

Вирівнювання переваг: **Принцип стверджує, що споживач, який хоче оптимізувати своє споживання, може збільшити свою загальну вигоду до тих пір, поки вигода, отримана шляхом перебудови його структури споживання, буде більшою, ніж вигода, принесена в жертву.**

В оптимальному випадку отримані вигоди та пожертвовані вигоди зрівнюються. Пояснення першого феномену: якщо ми згадаємо принцип спадної граничної корисності, то можна побачити, що через обмін гранична корисність зростаючої кількості продуктів для нас поступово зменшується, доки гранична корисність благ, доступних нам взамін підвищується.

Особливу роль у вирівнюванні благ відіграють гроші. Це важливо, з одного боку, враховуючи ціну продуктів, що потрапляють у товарний кошик, а з іншого боку, через розмір наявного доходу. У процесі максимізації прибутку ми припускаємо, що споживач витрачає весь свій дохід. Порівнюючи граничну корисність різних товарів, ми повинні враховувати, яку граничну корисність ми можемо отримати за одиницю грошей у межах нашого даного доходу.

Типовий споживач споживає не лише два продукти. Споживач подумки обмінюється продуктами у своєму споживчому кошику до тих пір, поки гранична вигода, отримана від останньої витраченої таким чином грошової одиниці, не стане рівною для всіх продуктів. Це представлено формулою:

$$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_b} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

За допомогою цієї процедури можна оптимізувати рішення споживача, тобто можна отримати максимальну загальну вигоду від даного доходу. У ході розвитку теорії споживчої поведінки ця залежність виявилася настільки важливою, що економісти дали їй спеціальну назву. Це **принцип вирівнювання переваг**, або іншими словами Другий закон Госсена.

Gossen I. törvénye: a csökkenő határhaszon elve kimondja, hogy az egymást követő pótlólagos jószágegységek elfogyasztásakor a teljes haszon egyre kisebb mértékben nő.

A fogyasztó vásárlásai során általában többféle termék közül választ. Eközben arra törekszik, hogy a rendelkezésére álló, általában korlátozott pénzjövödelméből a lehető legnagyobb összhasznot szerezze meg.

E cél megközelítése során elvileg számtalan módon oszthatja fel pénzét a megvásárolni szánt dolgok között, sokféle fogyasztói szerkezetet, fogyasztói kosarat alakíthat ki. Hogyan lehetséges a sok közül a számára leginkább kedvező fogyasztási szerkezet kiválasztása?

Mivel jövödelme korlátozott, ha valamely cikkből többet kíván fogyasztani, vagy fogyasztását el szeretné kezdeni, valamiről le kell mondania. A fogyasztás ilyen átrendezésénél mindig a feláldozott és az átrendezés révén nyert haszon kerül összevetésre. A feláldozott haszon azon termék utolsó egységének határhasznára, amelyről lemondani kényszerülünk, a nyert haszon pedig az így fogyaszthatóvá vált másik termék határhasznára. Meddig érdemes csereberélni a termékek között? Addig, amíg az összhaszon a csere segítségével növelhető, azaz amíg a lemondással feláldozott haszon kisebb, mint a nyert haszon.

Az előnykiegyenlítő elve azt mondja ki, hogy a fogyasztását optimalizálni kívánó fogyasztó összhasznát mindaddig növelheti, ameddig fogyasztási szerkezetének átrendezésével nyert hasznára nagyobb a feláldozott hasznára.

Optimális esetben a nyert és a feláldozott hasznok kiegyenlítődnek. Az előbbi jelenség magyarázata: ha visszaemlékszünk a csökkenő határhaszon elvére, akkor belátható, hogy a csere révén a számunkra növekvő mennyiségű termék határhasznára fokozatosan csökken, amíg a csökkenő mértékben rendelkezésünkre álló jószág határhasznára egyre nő.

Az előnyök kiegyenlítésében különleges szerepe van a pénznek. Ez egyrészt fontos, mint a jószágkosárba kerülő termékek ára, másrészt, mint a rendelkezésre álló jövödelem nagysága. A haszon maximalizálási folyamatában feltételezzük, hogy a fogyasztó a teljes jövödelmét elkölte. A különböző javak határhasznának össze-hasonlításánál azt kell mérlegelnünk, hogy az adott jövödelmünk keretein belül, egységnyi pénzért mekkora határhasznot tudunk megszerezni.

A tipikus fogyasztó azonban nem csak két terméket fogyaszt. A fogyasztó mindaddig cserélgeti gondolatban a termékeket a fogyasztói kosarában, amíg az így elköltött pénz utolsó egységén megszerzett határhaszon valamennyi termékre vonatkozóan egyenlővé válik. Képletben:

$$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_b} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

Ezzel az eljárással lehet a fogyasztói döntést optimalizálni, vagyis az adott jövödelemből megvásárolni a maximális összhasznot. A fogyasztói magatartás elméletének fejlődése során ez az összefüggés olyan lényegesnek bizonyult, hogy a közgazdászok külön elnevezéssel illeték. Ez az előnykiegyenlítő elve, vagy másként Gossen II. törvénye.

Другий закон Госсен: споживач витрачає свій дохід оптимально, якщо гранична вигода, отримана від останньої одиниці грошей, однакова для будь-якого продукту.

Кардиналістичний підхід до вивчення споживчої поведінки передбачає, що споживачі можуть точно, виражені в цифрах, сказати, яку користь несе для них споживання того чи іншого продукту. На основі цього вони можуть визначити комбінацію продуктів і споживчий коштик, які приносять їм максимальну користь.

Щоб уникнути вимірювання граничної вигоди, гранична вигода від товару фіксується як відношення споживчих цінностей, тобто як частка граничної вигоди. Поведінка споживача описується як процес вибору між комбінаціями товарів. Пізніше, за допомогою застосування функції корисності, кілька представників ординалістичної теорії неявно вносять припущення про вимірність корисності.

Згідно ординалістичної **теорії**, неможливо і не потрібно вимірювати та підсумовувати корисності простими числами. Звичайно, відповідно до обох концепцій, сама корисність має вирішальне значення в прийнятті рішень щодо споживання, а отже, і в економічних процесах в цілому. Ординалістичний підхід також акцентує увагу на оцінці особистості. Він очікує, що окремий споживач **вибудує кошики з товарами**, тобто оцінить, що це той чи інший коштик товарів для нього **корисніший**, або, можливо, деякі кошики товарів **еквівалентні**.

Сортування споживчих кошків за корисністю є ранжуванням переваг.

Вибір споживача визначається смаком і уподобаннями споживача. Однак виконання бажань споживача тут також обмежене розміром його доходу. Технічні інструменти, які використовують представники ординалістичної теорії для визначення вибору споживача: **крива байдужості** та **бюджетна лінія**.

Ми використовуємо метод абстрагування та моделювання, щоб дослідити вподобання споживача. У моделі споживач вибирає зі споживчих кошків, іншими словами, кошків товарів, і ранжує кошики товарів.

Умову моделі можна підсумувати наступним чином:

- Метою споживчого вибору є **корисність**, тобто задоволення потреб і **максимізація добробуту (користі)**.
- Предметом **порівняння і вибору є різноманітні комбінації товарів і груп товарів**, що зустрічаються на ринку. Тому споживач вибирає між **кошиками товарів**.
- **Споживач повністю поінформований**. Інформація є безкоштовною та доступною для споживача.
- **Споживач** при виборі діє **раціонально і суверенно**. Він послідовний у своїх рішеннях, прагне досягти найкращого результату, приймає рішення вільно.
- Модель є **статичною**, тобто ми **ігноруємо фактор часу**, припускаємо, що споживач реагує на зміни негайно.
- Модель є **однорідною та безперервною**, тобто ми припускаємо, що **кожна одиниця певного типу товару має однакову якість** і що **всі товари ідеально поділені**.

Товарний коштик може містити тільки один, але в принципі сотні, тисячі, зрештою, всі товари, певну їх комбінацію. Теоретично таким чином кількість товарних кошків можна вважати нескінченною. Аналіз нескінченної кількості споживчих варіантів для нескінченного кошिका товарів, звичайно, неможливий. Щоб зробити висновки, ми

Gossen II. törvénye: A fogyasztó akkor költi el optimálisan jövedelmét, ha az utolsó pénzegység által nyerhető határhaszon bármelyik termékre nézve ugyanakkora.

A fogyasztói magatartás vizsgálatának kardinális megközelítése feltételezi, hogy a fogyasztók pontosan, tőszámokkal kifejezve meg tudják mondani, mekkora hasznot képvisel számukra egy adott termék elfogyasztása. Ennek alapján képesek meghatározni a számukra maximális hasznot jelentő termék-kombinációt, fogyasztási kosarat.

Hogy elkerüljék a határhaszon mérését, a javak határhasznát a használati értékek viszonyaként, azaz a határhaszon hányadosaként ragadják meg. A fogyasztó magatartását, mint jószág-kombinációk közötti válogatás folyamatát írják le. Később a hasznossági függvény alkalmazása révén az ordinális elmélet képviselői közül többen, implicit módon, visszalopják a hasznosság mérhetőségének feltételezését.

Az **ordinális elmélet** szerint viszont nem lehetséges, és nem is szükséges a hasznosságok tőszámokkal való mérése és összegzése. Magának a hasznosságnak természetesen mindkét felfogás szerint meghatározó jelentősége van a fogyasztási döntésekben, és ezáltal a gazdasági folyamatok egészében. Az ordinális felfogás is az egyén megítélésére teszi a hangsúlyt. Az egyes fogyasztótól a **jószágkosarak sorba állítását várja**, vagyis annak megítélését, hogy az egyik vagy a másik jószágkosár a **hasznosabb** számára, vagy esetleg bizonyos jószágkosarak **egyenértékűek**.

A fogyasztói kosarak hasznosság szerinti sorba rendezése a preferenciarendezés

A fogyasztó választását a fogyasztó ízlése, preferenciája határozza meg. A fogyasztó vágyainak teljesülését azonban itt is korlátozza jövedelmének nagysága. A fogyasztói választás meghatározásához az ordinális elmélet képviselői által alkalmazott technikai eszközök: a **közömbösségi görbe** és a **költségvetési egyenes**.

A fogyasztó preferenciáinak vizsgálatához az absztrakció és modellkészítés módszerét hívjuk segítségül. A modellben a fogyasztó fogyasztói kosarak, más kifejezéssel jószágkosarak közül választ, jószágkosarakat rangsorol.

A **modell feltételrendszere** a következőkben foglalható össze:

- A fogyasztói választás **célja a hasznosság**, vagyis a szükségletkielégítés, a jólét **maximalizálása**.
- Az összehasonlítás, a **választás tárgya** a piacon megtalálható **jószágok, jószágcsoportok különféle kombinációja**. A fogyasztó tehát jószágkosarak közül választ.
- **A fogyasztó teljes körűen informált**. Az információk költségmentesek, és a fogyasztó rendelkezésére állnak.
- **A fogyasztó** a választás során **racionális és szuverén** módon cselekszik. Döntéseiben következetes, a legjobb eredmény elérésére törekszik, döntéseit szabad elhatározásból hozza meg.
- A **modell statikus**, vagyis **eltekintünk az időtényezőtől**, feltételezzük, hogy a fogyasztó azonnal reagál a változásokra.
- A **modell homogén és folytonos**, vagyis feltételezzük, hogy minden jószágfajta **minden egyes példánya azonos minőségű**, és hogy **minden jószág tökéletesen osztható**.

A jószágkosár tartalmazhat mindössze egy, de elvileg több száz, ezer, végső soron minden árut, azok valamely mennyiségeit. Elméletileg a jószágkosarak száma ily módon végtelennek tekinthető. Végtelen jószágkosárra vonatkozó végtelen sok fogyasztói választás elemzése természetesen nem lehetséges. Következtetéseink levonásához mi feltételezzük, hogy a jószágko-

припускаємо, що кількість копчиків товарів дорівнює двом, кошик товарів «А» і «В» і ці два товари «Х» і «У» містять різні кількості x і y , позначені як: $A(x_1, y_1)$ і $B(x_2, y_2)$.

Якщо ми порівнюємо два кошики товарів, можна зробити різні оціночні судження. Ці оціночні судження називаються **відносними перевага**.

При порівнянні двох кошиків товарів можливі такі співвідношення: **сувора перевага, слабка перевага і байдужість**.

Сувора перевага – якщо один кошик є безперечно більш корисним і бажаним, ніж інший. Це зрозуміло, якщо кошик містить більше обох продуктів. Якщо кошику «А» надається сувора перевага над кошиком «В», **познається**:

$$A(x_1, y_1) > B(x_2, y_2)$$

Слабка перевага – якщо один кошик був принаймні таким же хорошим, як інший. Якщо кошик «А» має слабку перевагу над «В», тобто «А» принаймні такий же хороший, як «В», його представляють наступним чином:

$$A(x_1, y_1) \geq B(x_2, y_2)$$

Байдужість – якщо слабка перевага переважає в обох напрямках. Тобто «А» принаймні так само добре, як «В», а «В» принаймні так само добра, як «А». У формульній формі:

$$A(x_1, y_1) \geq B(x_2, y_2) \text{ і } B(x_2, y_2) \geq A(x_1, y_1)$$

Байдужість виражає те, що споживач вважає два кошики ідентичними з точки зору корисності. Незважаючи на те, що їх склад різний, споживач байдуже ставиться до двох порівнюваних кошиків товарів, вважаючи їх однаково бажаними, а переваги можливі між окремими кошиками на основі ціннісного судження раціонального споживача. Роблячи вибір, ми очікуємо, що споживач буде послідовним і відповідатиме наступним вимогам і **аксіомам**.

Аксіоми впорядкування переваг:

- повнота,
- рефлексивність,
- транзитивність;
- домінування.

Вимога **повноти** означає, що споживач знає всі споживчі кошики і вмє їх розставити по-порядку. З будь-яких двох кошиків він може вирішити, якому з них він віддає перевагу над іншим, або якщо він не віддає перевагу жодному з них, тому що він вважає обидва кошики рівноцінними, тоді він байдужий між двома кошиками.

Вимога **рефлексивності** означає, що споживач не може віддати перевагу одному з двох абсолютно ідентичних кошиків, тобто вони повинні бути визнані байдужими. Якщо два споживчі кошики байдужі для споживача, це означає, що їх споживання приносить однакову користь.

Вимога **транзитивності** означає, що якщо споживач віддає перевагу кошику «А» перед «Б» і «Б» перед «В», то він також віддає перевагу «А» перед «В». Отже, $A \geq B$ і $B \geq V$, тоді $A \geq V$. Ця вимога передбачає раціональність споживача.

Принцип **домінування** означає, що споживач завжди віддає перевагу тому з двох кошиків, у якому не менше якихось товарів, але принаймні одного більше, ніж іншого. Простіше кажучи: краще більше, ніж менше.

Бюджетна лінія - показує які набори товарів та послуг (споживчі набори) може придбати споживач, маючи певну суму (бюджет) при заданих цінах.

Бюджетна лінія – це сукупність комбінацій товарів у просторі двох товарів, які споживача за даними ринковими цінами, від даного грошового доходу, витрачаючи його повністю можна придбати.

sarak száma kettő, az „A” és a „B” jószágkosár és ezek két jószág „X” és „Y” különböző x és y mennyiségek tartalmazzák, jelölésük: $A(x_1, y_1)$ és $B(x_2, y_2)$.

Ha két jószágkosarat hasonlítunk össze, akkor különböző értékítéletek szülehetnek. Ezeket az értékítéleteket **preferencia viszonyoknak, vagy relációknak nevezzük**.

Két jószágkosár összehasonlításakor a következő relációk lehetségesek: **szigorúan preferált, gyengén preferált és közömbös**.

Szigorúan preferált a két jószágkosár közötti viszony, ha az egyik kosár határozottan hasznosabb, kívánatosabb a másikinál. Ez akkor egyértelmű, ha a kosár mindkét termékből többet tartalmaz. Amennyiben „A” kosár szigorúan preferált „B” kosárral szemben, jelölése:

$$A(x_1, y_1) > B(x_2, y_2)$$

Gyengén preferált a két jószágkosár közötti viszony, ha az egyik kosár legalább olyan jó, mint a másik. Amennyiben „A” kosár gyengén preferált „B”-vel szemben, vagyis „A” legalább olyan jó, mint „B”, jelölése:

$$A(x_1, y_1) \geq B(x_2, y_2)$$

Közömbös a viszony két jószágkosár között, ha a gyenge preferencia mindkét irányban érvényesül. Vagyis „A” legalább olyan jó, mint „B”, és „B” is legalább olyan jó mint „A”. Képletben:

$$A(x_1, y_1) \geq B(x_2, y_2) \text{ és } B(x_2, y_2) \geq A(x_1, y_1)$$

A közömbösség azt fejezi ki, hogy a fogyasztó a hasznosság szempontjából azonosnak tekinti a két kosarat. Annak ellenére, hogy összetételük különböző, a fogyasztó közömbös a két összehasonlított jószágkosár vonatkozásában, azokat egyformán kívánatosnak tartja.

Az előzőekben láttuk, hogy a racionális fogyasztó értékítélete alapján az egyes kosarak között milyen relációk, preferencia viszonyok lehetségesek. Választás során a fogyasztótól elvárjuk, hogy legyen következetes, feleljen meg a következő követelményeknek, **axiómáknak**.

A preferenciarendezés axiómái:

- teljesség,
- reflexivitás,
- tranzitivitás,
- dominancia elve.

A **teljesség követelménye** azt jelenti, hogy a fogyasztó ismeri az összes fogyasztói kosarat és képes azokat sorba rendezni. Két tetszőleges kosárról el tudja dönteni, hogy melyiket preferálja a másikkal szemben, vagy ha egyiket sem, mert a két kosarat azonos hasznosságúnak tartja, akkor a két kosár közömbös számára.

A **reflexivitás követelménye** azt jelenti, hogy a fogyasztó két teljesen egyforma kosár közül nem preferálhatja egyiket a másikkal szemben, vagyis azokat közömbösnek kell nyilvánítsa. Ha két fogyasztói kosár közömbös a fogyasztó számára, akkor ez azt jelenti, hogy elfogyasztásuk azonos haszonélvezetet okoz.

A **tranzitivitás követelménye** azt jelenti, hogy ha a fogyasztó „A” kosarat preferálja „B”-vel szemben, „B”-t pedig „C”-vel szemben, akkor „A”-t is preferálja „C”-vel szemben. Tehát $A \geq B$ és $B \geq C$, akkor $A \geq C$. Ez a követelmény feltételezi a fogyasztó racionalitását.

A **dominancia elve** pedig azt jelenti, hogy a fogyasztó két kosár közül mindig azt preferálja, amelyikben egyetlen jószágból sincs kevesebb, de legalább egyből több van, mint a másikban. Leegyszerűsítve: a több jobb, mint a kevesebb.

A költségvetési egyenes azon jószágkombinációk összessége a két jószág terében, amelyeket a fogyasztó adott piaci árak mellett, adott pénzjövedelemből, annak teljes elköltésével megvásárolhat.

Завдання до теми 7 Аналіз поведінки споживача

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. Серед таких тверджень одне є неправильним. Вкажіть на нього:

- A) Кожна точка на кривій байдужості означає різну комбінацію двох товарів.
- B) Кожна точка бюджетної лінії означає різну комбінацію двох товарів.
- C) Усі точки на кривій байдужості означають однаковий рівень задоволення потреб.
- D) Усі точки бюджетної лінії означають однаковий рівень грошового доходу.
- E) Усі точки на кривій байдужості означають однаковий рівень грошового доходу.

2. Ефект доходу має місце у наступному випадку:

- A) Якщо доходи людей падають, вони купують менше за цей продукт.
- B) Здешевлення товарів призводить до того, що споживач може купити більше цього товару, не скорочуючи обсягу придбання інших товарів.
- C) Обсяг покупок деяких товарів скорочується зі збільшенням доходів людей.
- D) У міру того, як доходи людей зростають, вони зберігають частину доходу, що збільшується.
- E) у всіх вищезазначених випадках.

3. Який із наступних переліків значень загальної корисності ілюструє закон спадної граничної корисності?

- A) 200, 300, 400, 500.
- B) 200, 450, 750, 1100.
- C) 200, 400, 1600, 9600.
- D) 200, 250, 270, 280.
- E) 200, 350, 450, 600.

4. Припустимо, що споживач має дохід 8 дол. Ціна товару А дорівнює 1 дол., а ціна товару В – 0,5 дол. Яка з наступних комбінацій товарів знаходиться на бюджетній лінії?

- A) 8А та 1В.
- B) 7А та 1В.
- C) 6А та 6В.
- D) 5А і 6В.
- E) 4А та 4В.

5. Загальна корисність зростає, коли гранична корисність:

- A) зменшується.
- B) збільшується.
- C) збільшується у повільному темпі.
- D) збільшується або зменшується, але є позитивною величиною.
- E) є величиною негативною.

Mintafeladatok a 7. témához Fogyasztói magatartás elemzése

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. Ezen állítások egyike helytelen:

- a) A közömbösségi görbe minden pontja két jószág különböző kombinációját reprezentálja.
- b) A költségvetési egyenes minden pontja két jószág különböző kombinációját jelenti.
- c) A közömbösségi görbe minden pontja azonos szükségletkielégítési szintet jelent.
- d) A költségvetési egyenes minden pontja azonos szintű monetáris bevételt jelent.
- e) A közömbösségi görbe minden pontja azonos szintű monetáris jövedelmet jelent.

2. A jövedelembatás a következő esetben jelentkezik:

- a) Ha az emberek jövedelme csökken, kevesebbet vásárolnak ebből a termékből.
- b) Az áruk árának csökkentése azt eredményezi, hogy a fogyasztó többet vásárolhat a termékből anélkül, hogy csökkentené más áruk vásárlásának mennyiségét.
- c) Egyes áruk vásárlásának volumene az emberek jövedelmének növekedésével csökken.
- d) Az emberek jövedelmének növekedésével a megnövekedett jövedelem egy részét megtartják.
- e) az összes felsorolt esetben

3. Az összhászonerőtekek alábbi listái közül melyik illusztrálja a csökkenő határhaszon törvényét?

- a) 200, 300, 400, 500.
- b) 200, 450, 750, 1100.
- c) 200, 400, 1600, 9600.
- d) 200, 250, 270, 280.
- e) 200, 350, 450, 600.

4. Tegyük fel, hogy a fogyasztó jövedelme 8 dollár. Az A termék ára 1 dollár, a B terméké 0,5 dollár. Az alábbi termék-kombinációk közül melyik szerepel a költségvetési egyenesen?

- a) 8A és 1B.
- b) 7A és 1B.
- c) 6A és 6B.
- d) 5A és 6B.
- e) 4A és 4B.

5. Az összhászon növekszik, ha a határhaszon:

- a) csökken.
- b) növekszik.
- c) lassabb ütemben növekszik.
- d) növekszik vagy csökken, de pozitív értékű.
- e) negatív értékű.

ВІРНО–НЕВІРНО

1. Криві байдужості ніколи не перетинаються.
2. Споживач максимізує корисність, коли його бюджетна лінія перетинає криву байдужості.
3. Зміна у величині доходу призводить до зміни у нахилі бюджетної лінії.
4. Коли дотримується умова $MU_a/P_a = MU_b/P_b$, крива байдужості є дотичною до бюджетної лінії.
5. Чим менший дохід споживача, тим вище розташовується його бюджетна лінія.

ВПРАВИ

1. У споживача є 200 UAH на пиво та театральні квитки. Ціна пива 4 UAH за пляшку, ціна театрального квитка 20 UAH.

- a) Відобразіть бюджетну пряму!
- b) Відобразіть, якщо споживач отримає додаткові 100 UAH!
- c) Відобразіть, якщо споживач отримає додаткові 20 UAH і два театральні квитки!
- d) Відобразіть, якщо споживач отримає додаткові 80 UAH і два ваучери на пиво!
- e) Відобразіть, якщо споживач отримає два театральні квитки і два ваучери на пиво!

2. Відобразіть наступні ситуації:

- a) Споживач споживає два товари: побутову електроенергію та «інший» товари. Понад певний рівень споживання енергії ціна зростає у півтора раза. Відобразіть цю ситуацію!
- b) Споживач споживає два товари: побутову електроенергію та природний газ. Для обох товарів ціна зростає у півтора раза, коли споживання перевищує певний рівень. Відобразіть цю ситуацію!

3. За допомогою наступного рівняння можна визначити корисність, яку споживач отримує від споживання певної кількості товару:

$$TU(x) = 70x - 5x^2$$

- a) Обчисліть кількість товару, при якій корисність буде максимальною!
- b) Обчисліть максимальне значення корисності, яке може отримати споживач!

IGAZ–HAMIS

1. A közömbösségi görbék soha nem keresztezik egymást.
2. A fogyasztó akkor maximalizálja a hasznosságot, ha költségvetési egyenes átszeli a közömbösségi görbét.
3. A jövedelem változása a költségvetési egyenes meredekségének változását vonja maga után.
4. Ha teljesül az $MU_a/P_a = MU_b/P_b$ feltétel, a közömbösségi görbe érinti a költségvetési egyenest.
5. Minél alacsonyabb a fogyasztó jövedelme, annál magasabban helyezkedik el a költségvetési egyenes.

GYAKORLATI FELADATOK

1. A fogyasztónak 200 UAH-ja van sörre és színházjegyre. A sör ára 4 UAH/üveg, a színházjegy ára 20 UAH.

- a) Ábrázolja a költségvetési egyenest!
- b) Ábrázolja, ha a fogyasztó kap 100 UAH-t!
- c) Ábrázolja, ha a fogyasztó kap 20 UAH-t és két db színházjegyet!
- d) Ábrázolja, ha a fogyasztó kap 80 UAH-t és két üvegre szóló sörutalványt!
- e) Ábrázolja, ha a fogyasztó kap két db színházjegyet és két üveg sörre szóló utalványt!

2. Ábrázolja a következő helyzeteket:

- a) Egy fogyasztó két jószágot fogyaszt, háztartási villamos-energiát és “egyéb” jószágot. Egy bizonyos energiafogyasztási szint fölött az ár másfélszeresére nő. Ábrázolja ezt a helyzetet!
- b) Egy fogyasztó két jószágot fogyaszt, háztartási villamos-energiát és földgázt. Mindkét terméknel egy bizonyos energiafogyasztási szint fölött az ár másfélszeresére nő. Ábrázolja ezt a helyzetet!

3. Az alábbi egyenlet segítségével egy fogyasztó bizonyos termékegység elfogyasztásához tartozó hasznossági értékeit adhatjuk meg:

$$TU(x) = 70x - 5x^2$$

- a) Számítsa ki azt a termékmennyiséget, amely mellett a hasznosság maximális lesz!
- b) Számítsa ki a fogyasztó által elérhető hasznosság maximális értékét!

ТЕМА 8 ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА

Анотація. Концепції витрат виробництва. Поняття та параметри виробничої функції. Виробнича функція як економічна модель технології, способи побудови виробничої функції (табличний, алгебраїчний, графічний). Основні властивості виробничих функцій. Двофакторна виробнича функція. Сукупний, середній та граничний продукт у короткотерміновому періоді: визначення, графічний аналіз взаємного розміщення кривих. Закон спадної продуктивності факторів виробництва. Карта ізоквант. Гранична норма технічного заміщення. Границі заміщення факторів. Зміна технології, зміна масштабу у довготерміновому періоді. Постійний, спадний та зростаючий ефект від збільшення масштабу виробництва. Економічний та бухгалтерський підходи до визначення витрат. Альтернативні витрати. Явні та неявні; внутрішні та зовнішні витрати. Трансакційні витрати. «Нормальний прибуток» як елемент витрат. Постійні, змінні, сукупні, середні та граничні витрати. Визначення, графічний аналіз особливостей взаємного розташування та закономірностей зміни кожного з видів витрат, точки мінімуму та їх взаємне розташування. Закон зростаючих граничних витрат. Криві довготермінових витрат та їх види. Рівновага виробника: вибір комбінації виробничих факторів за критеріями мінімізації витрат чи максимізації випуску. Позитивний, нейтральний та негативний ефект масштабу. Фактори, що визначають ефект масштабу. Рівновага виробника: графічна, алгебраїчна та економічна інтерпретації. Траєкторія розширення виробничої діяльності фірми. Оптимальний розмір підприємства і структура галузей. Концепція мінімально ефективного розміру підприємства. Функції прибутку. Теорії прибутку. Основні напрями використання прибутку. Бухгалтерський і економічний прибуток. Правило мінімізації витрат при заданому обсязі виробництва. Правило максимізації прибутку. Загальний, середній і граничний дохід.

Пропозицію товарного ринку звершують суб'єкти господарювання та **компанії**. Компанії дуже різноманітні, вони відрізняються видами діяльності, розміром, формою власності тощо. Відповідно до статистики, річні доходи останніх часто перевищує річний національний дохід якоїсь меншої за розміром країни.

Загальна характеристика різних компаній:

- **використовуючи фактори виробництва (вхідні ресурси)**, вони виробляють продукцію, продукцію та надають послуги, які можуть бути продані на ринку товарів, оскільки вони можуть задовольнити потреби споживачів
- їх мета – **отримати прибуток**
- для їх діяльності необхідним є вкладений **капітал**
- вони **ризикують, приймаючи рішення** щодо інвестування та використання ресурсів
- у процесі своєї діяльності підприємства встановлюють ринкові **відносини з іншими підприємствами та споживачами**.

Під час аналізу поведінки компанії та механізму прийняття рішень ми шукаємо відповідь на питання, скільки різноманітних факторів виробництва компанія використовує та виробляє в умовах, що обмежують її рішення, тобто як вона визначає свою пропозицію, кількість продукції, яку вона виводить на ринок і пропонує до продажу.

Під час відповіді ми крок за кроком просуваємося вперед. По-перше, ми досліджуємо обмежувальні фактори, які компанії повинні враховувати під час прийняття рішень.

У нашому аналізі ми припускаємо наступне:

- менеджери компаній мають необхідну інформацію для прийняття рішень, наприклад: технологічні можливості, ціни на фактори виробництва, ціни на товарному ринку, очікувану поведінку та рішення конкурентів тощо.

8. TÉMA TERMELÉSI KÖLTSÉGEK

Annótáció. A termelési költségek fogalma. A termelési függvény fogalma és paraméterei. A termelési függvény mint a technológia gazdasági modellje, a termelési függvény felépítésének módszerei (táblázatos, algebrai, grafikus). A termelési függvények főbb tulajdonságai. Kéttényezős termelési funkció. Össz-, átlag- és határtermék rövidtávon: a görbék kölcsönös elhelyezésének meghatározása, grafikus elemzése. A termelési tényezők termelékenységének csökkenésének törvénye. Izokvansok térképe. A technikai helyettesítés határáránya. A tényezők helyettesítésének határai. Technológiai változás, méretgazdaságosság hosszú távon. A méretgazdaságosság növelésének állandó, csökkenő és növekvő hatása. A költségmeghatározás közgazdasági és számviteli megközelítései. Eseti kiadások. Explicit és implicit; belső és külső költségek. Tranzakciós költségek. A „normál profit”. Fix, változó, teljes, átlagos és határköltség. A határköltség növekedésének törvénye. Hosszú távú költséggörbék és típusaik. Termelői egyensúly: a termelési tényezők kombinációjának megválasztása a költségminimalizálás vagy a kibocsátás maximalizálása szempontjai szerint. Pozitív, semleges és negatív méretgazdaságosság. A méretgazdaságosságot meghatározó tényezők. A termelői egyensúly: grafikus, algebrai és közgazdasági értelmezések. A vállalat termelési tevékenységének bővülési pályája. A vállalkozás optimális mérete és az iparágak szerkezete. A vállalkozás minimális an hatékony méretének fogalma. A profit funkciói. A profitról szóló elméletek. A profitfelhasználás főbb területei. Számviteli és gazdasági nyereség. A költségminimalizálás szabálya adott termelési mennyiségen. A profitmaximalizálás szabálya. Össz-, átlag- és határjövedelem.

Az árupiacon a kínálati oldalon a termelőegységek, a **vállalatok** állnak. A vállalatok nagyon sokfélék, különböznek tevékenységük, méretük, tulajdonformájuk, stb. szerint, így a piacon megtalálhatjuk az egészen kicsi egyszemélyes vállalkozást és a hatalmas vállalatbirodalmakat egyaránt. Ez utóbbiak éves jövedelme nemegyszer meghaladja egy-egy kisebb ország éves nemzeti jövedelmét.

A különböző vállalatok közös jellemzője:

- **termelési tényezők (inputok) felhasználásával outputot**, olyan termékeket állítanak elő, illetve olyan szolgáltatásokat nyújtanak, amelyeket az árupiacon értékesíteni lehet, mivel azok vevői igényeket tudnak kielégíteni
- céljuk a **jövedelemszerzés**
- tevékenységükhöz **tőkét** fektetnek be
- befektetési döntéseikkel, az erőforrások felhasználásával **kockázatot** vállalnak
- a vállalatok tevékenységük során **piaci kapcsolatokat** alakítanak ki más vállalatokkal, a fogyasztókkal.

A vállalati magatartás, döntési mechanizmus elemzése során arra a kérdésre keresünk választ, hogy egy-egy vállalat a döntéseit korlátozó feltételek mellett a különböző termelési tényezőkből mennyit használ fel és mennyit termel, vagyis hogyan határozza meg kínálatát, azt a termékmennyiséget, amit a piacra visz és felkínál eladásra.

A válaszadás során lépésről lépésre építkezve haladunk előre. Először azokat a korlátozó tényezőket vizsgáljuk meg, amelyekkel a vállalatoknak számolniuk kell döntéseik során.

Elemzéseinknél feltételezzük, hogy

- a vállalatok vezetői rendelkeznek a döntésekhez szükséges információkkal, például: a technológiai lehetőségekről, a termelési tényezők áráiról, az árupiaci árakról, a versenytársak várható magatartásáról, döntéseiről stb.

→ Ціни на фактори виробництва формуються в результаті дії ринкового механізму, заснованого на попиті та пропозиції на ринку факторів виробництва, і вони з'являються як реакція ринку для цих компаній. Підприємство може придбати необмежену кількість окремих факторів виробництва за встановленою ціною.

У нашому мікроекономічному аналізі ми вважаємо основною метою компаній **максимізацію прибутку за обмеженості ресурсів**. Крім мети максимізації прибутку, вони можуть мати й інші, більш практичні цілі. Наприклад, метою може бути збільшення частки компанії на ринку, виведення на ринок нового продукту, виживання в ринковій конкуренції навіть за втрачаючи прибуток тощо. Ми ігноруємо це в нашому подальшому мікроекономічному аналізі.

Прибуток компанії визначається як різниця між її продажами та витратами, тобто:

прибуток = виручка від реалізації – собівартість

З цього контексту видно, що при аналізі механізму прийняття рішень компанією ми повинні досліджувати фактори та взаємозв'язки, від яких залежить обсяг доходів від продажів і витрат. Це наступні.

Визначаючи свою пропозицію, компанії можуть по-різному реагувати на зміни ринкового попиту та умов пропозиції залежно від часу, доступного для прийняття рішення. В економіці ми розрізняємо чотири типи періодів часу:

- дуже короткий термін або ринковий період часу. У цьому випадку, наприклад, коли компанії помічають збільшення ринкового попиту, вони не можуть збільшити своє виробництво через короткий проміжок часу. Вони мають лише можливість задовольнити надлишковий попит за рахунок своїх запасів. Тому компанія може реагувати на зміни попиту лише шляхом зміни (зменшення або збільшення) запасів.
- короткостроковий період: у цьому випадку вони можуть пристосувати не тільки свої запаси, але й виробництво (збільшити, якщо необхідно, зменшити, якщо необхідно) до змін попиту. Характеристика часового лагу полягає в тому, що до ринку під час адаптації компанія матиме принаймні один вхідний фактор, кількість якого можна змінити. Обсяг праці та сировини, які використовуються для виробництва, можна легко змінити, тоді як, наприклад, зміна кількості виробничих цехів і машин займає більше часу.
- довгостроковий: для компанії всі виробничі фактори можуть бути змінені в даному випадку за заданих технологічних умов. У разі потреби компанія може, наприклад, впроваджувати у виробництво нові машини і таким чином адаптуватися до підвищеного попиту.
- дуже довгострокова: компанія може адаптуватися до ринкових змін не тільки змінюючи свої запаси та фактори виробництва, але й розвиваючи технологію.

У нашому аналізі ми будемо мати справу з короткостроковими та довгостроковою періодами.

Під час виробництва компанія може вибрати між різними технологічними варіантами на даному рівні технічного розвитку. Використовувана технологія визначає, які і скільки факторів виробництва необхідно використати для досягнення рівня виробництва. Рівень розвитку технологій обмежує виробничі можливості компаній. З розвитком технологій такий самий рівень продукції можна виробляти з меншими зусиллями. Таким чином, компанії не тільки розглядають технологію як обмежувачий фактор, але й проводять науково-дослідну діяльність, у результаті якої розробляються нові технологічні процедури, що розширюють технологічні можливості компаній. Ми використовуємо виробничу функцію як інструмент для аналізу технологічних обмежень.

→ a termelési tényezők árai a tényezőpiaci kereslet és kínálat alapján, a piaci mechanizmus eredményeként alakulnak ki és azok a vállalatok számára adottságként jelennek meg. Az egyes termelési tényezőkből a vállalat a kialakult áron korlátlan mennyiséget vásárolhat.

A vállalatok alapvető céljának mikroökonómiai elemzéseink során a korlátozó feltételek melletti **profitmaximalizálást** tekintjük. A profitmaximalizálási cél mellett, illetve nemegyszer helyett a gyakorlati életben egy vállalatnak persze sok más célja is lehet. Például célként fogalmazódhat meg a vállalat piaci részesedésének növelése, új termék bevezetése a piacon, a piaci verseny túlélése akár a profit rovására stb. Ezekről további mikroökonómiai elemzéseinkben eltekintünk.

A vállalat profitját az árbevételének és költségeinek különbségeként határozzuk meg, vagyis:

profit = árbevétel – költség

Ebből az összefüggésből látható, hogy a vállalat döntési mechanizmusának elemzésekor azokat a tényezőket, összefüggéseket kell megvizsgálnunk, amelyekről az árbevétel és a költségek nagysága függ. Ezek a következők:

A vállalatok kínálatuk meghatározásánál a döntéshez rendelkezésre álló idő függvényében különböző módon reagálhatnak a piaci keresleti és kínálati viszonyok változására. A közgazdaságtanban négyféle időtávot különböztetünk meg:

- nagyon rövid táv, vagy piaci időtáv. Ebben az esetben a vállalatok például a piaci kereslet növekedését észlelve a rendelkezésre álló idő rövidsége miatt nem tudják termelésüket növelni. Csak arra van lehetőségük, hogy a többletkeresletet készleteikből elégítsék ki. A keresletváltozásra tehát csak készletváltozással (csökkentéssel, vagy növeléssel) képes a vállalat reagálni.
- rövid táv: ebben az esetben már nemcsak készleteit, hanem termelését is tudja igazítani (ha kell növelésével, ha kell csökkentésével) a kereslet változásához. Az időtáv jellemzője, hogy a piachoz való alkalmazkodás során a vállalatnak lesz legalább egy olyan inputtényezője, amelyik mennyisége nem, s lesz legalább egy olyan, amelyik mennyisége változtatható. A termeléshez felhasznált munka, nyersanyag mennyisége könnyen változtatható, míg például az üzemszarnokok, gépek számának változtatásához hosszabb idő szükséges.
- hosszú táv: a vállalat számára ilyenkor már valamennyi termelési tényező megváltoztatható, adott technológiai feltételek mellett. Ha kell, akkor például újabb gépeket is be tud állítani a termelésbe, s így alkalmazkodni tud a megnövekedett kereslethez.
- nagyon hosszú táv: a piaci változásokhoz a vállalat már nemcsak készleteinek, termelési tényezőinek változtatásával, hanem a technika fejlesztésével is tud alkalmazkodni.

Elemzéseinkben a továbbiakban a rövid és a hosszú távval fogunk foglalkozni.

A termelés során a vállalat különböző technológiai lehetőségek között választhat adott technikai fejlettségi szint mellett. Az alkalmazott technológia meghatározza azt, hogy egy termelési szint eléréséhez milyen és mennyi termelési tényezőt kell felhasználni. A technológia fejlettségi szintje behatárolja a vállalatok termelési lehetőségeit. A technika fejlődésével ugyanazt a termelési szintet kevesebb ráfordítással lehet előállítani. Így a vállalatok a technológiával nemcsak mint korlátozó tényezővel számolnak, hanem kutatási, fejlesztési tevékenységet is folytatnak, melynek eredményeként új technológiai eljárások alakulnak kibővítve a vállalat technológiai lehetőségeit. A technológiai korlátok elemzési eszközöként a termelési függvényt használjuk.

Можливості компаній визначаються їх технологічними можливостями та цінами вхідних факторів. Останні формуються на вхідних ринках (ринок праці, ринок капіталу тощо).

Ці можливості залежать не тільки від кількості продукції, що поставляється на ринок, а й від цін, що там встановлюються. Розмір ринкової ціни продукції залежить від ринкового попиту на дану продукцію, ринкової владі компанії, стратегічних і тактичних дій своїх конкурентів. Таким чином, без аналізу ринкових структур неможливо описати корпоративну поведінку та механізми прийняття рішень.

Під час виробництва компанія може вибирати з різних технологічних варіантів на даному рівні технічного розвитку. Використовувана технологія визначає, які і скільки виробничих факторів необхідно використати, щоб досягти рівня виробництва, і як їх потрібно поєднувати.

З розвитком технологій такий самий рівень продукції можна виробляти з меншими зусиллями. Таким чином, компанії не тільки розраховують на технологію як на обмежуючий фактор у своїх рішеннях, але в результаті їх науково-дослідної діяльності народжуються нові технологічні процедури, які розширюють технологічні можливості компанії.

Виробнича функція описує функціональний зв'язок між можливими комбінаціями виробничих факторів, які будуть використані, і максимальним обсягом виробництва, який вони можуть досягти.

У випадку двох змінних це виглядає наступним чином: $Q = f(K, L)$, де:

Q – випуск компанії, виробництво;

K – сума капіталу, використаного для виробництва;

L – кількість праці, використаної для виробництва продукції.

Виробнича функція в основному виражає технічні відносини, але вона несе важливу інформацію про виробництво для економістів.

Усі комбінації витрат і виходів, які можуть бути реалізовані на даному рівні технічного розвитку, називаються **виробничою сукупністю**.

Можливі комбінації входу та виходу відрізняються один від одного з точки зору ефективності. Під час прийняття виробничих рішень керівництво компанії прагне до ефективності. Аналізуючи ефективність, ми розрізняємо:

→ технічну ефективність

→ та економічну ефективність.

Технічно **ефективними є ті процеси**, внаслідок яких не використовуються надлишкові кількості будь-яких з вхідних факторів.

Технічна ефективність діє як свого роду фільтр при виборі між можливими виробничими процесами. При аналізі економічної **ефективності** серед технічно ефективних виробничих процесів вибираємо найкращий **з економічної точки зору**. Серед різних варіантів, вибирається той, який є економічно ефективним, тобто найкращий, який може реалізувати **заданий результат з найменшими можливими витратами**, або той, який **має той самий рівень витрат і забезпечує найвищий вихід продукту**. Для цього ми також повинні враховувати ціну окремих факторів виробництва.

Технічно ефективні виробничі процеси – це ті, які не використовують непотрібну кількість будь-якого з вхідних факторів.

Економічно ефективним є спосіб, який реалізує даний викид з найменшими можливими витратами або забезпечує найвищий вихід при заданому рівні витрат.

За допомогою виробничої функції вибираються з виробничої сукупності ті комбінації витрат і виходу, які є ефективними в технічному сенсі. Потім, на основі порівняння витрат, ми вибираємо комбінацію факторів, що також є економічно ефективною та має найнижчу загальну вартість серед можливих, які реалізують заданий результат технічно ефективним способом.

А підприємства витрати на технологію визначаються технологічними можливостями та цінами вхідних факторів. Останні формуються на вхідних ринках (ринок праці, ринок капіталу тощо).

Ці можливості залежать не тільки від кількості продукції, що поставляється на ринок, а й від цін, що там встановлюються. Розмір ринкової ціни продукції залежить від ринкового попиту на дану продукцію, ринкової владі компанії, стратегічних і тактичних дій своїх конкурентів. Таким чином, без аналізу ринкових структур неможливо описати корпоративну поведінку та механізми прийняття рішень.

Під час виробництва компанія може вибирати з різних технологічних варіантів на даному рівні технічного розвитку. Використовувана технологія визначає, які і скільки виробничих факторів необхідно використати, щоб досягти рівня виробництва, і як їх потрібно поєднувати.

З розвитком технологій такий самий рівень продукції можна виробляти з меншими зусиллями. Таким чином, компанії не тільки розраховують на технологію як на обмежуючий фактор у своїх рішеннях, але в результаті їх науково-дослідної діяльності народжуються нові технологічні процедури, які розширюють технологічні можливості компанії.

Виробнича функція описує функціональний зв'язок між можливими комбінаціями виробничих факторів, які будуть використані, і максимальним обсягом виробництва, який вони можуть досягти.

У випадку двох змінних це виглядає наступним чином: $Q = f(K, L)$, де:

Q – випуск компанії, виробництво;

K – сума капіталу, використаного для виробництва;

L – кількість праці, використаної для виробництва продукції.

Виробнича функція в основному виражає технічні відносини, але вона несе важливу інформацію про виробництво для економістів.

Усі комбінації витрат і виходів, які можуть бути реалізовані на даному рівні технічного розвитку, називаються **виробничою сукупністю**.

Можливі комбінації входу та виходу відрізняються один від одного з точки зору ефективності. Під час прийняття виробничих рішень керівництво компанії прагне до ефективності. Аналізуючи ефективність, ми розрізняємо:

→ технічну ефективність

→ та економічну ефективність.

Технічно **ефективними є ті процеси**, внаслідок яких не використовуються надлишкові кількості будь-яких з вхідних факторів.

Технічна ефективність діє як свого роду фільтр при виборі між можливими виробничими процесами. При аналізі економічної **ефективності** серед технічно ефективних виробничих процесів вибираємо найкращий **з економічної точки зору**. Серед різних варіантів, вибирається той, який є економічно ефективним, тобто найкращий, який може реалізувати **заданий результат з найменшими можливими витратами**, або той, який **має той самий рівень витрат і забезпечує найвищий вихід продукту**. Для цього ми також повинні враховувати ціну окремих факторів виробництва.

Технічно ефективні виробничі процеси – це ті, які не використовують непотрібну кількість будь-якого з вхідних факторів.

Економічно ефективним є спосіб, який реалізує даний викид з найменшими можливими витратами або забезпечує найвищий вихід при заданому рівні витрат.

За допомогою виробничої функції вибираються з виробничої сукупності ті комбінації витрат і виходу, які є ефективними в технічному сенсі. Потім, на основі порівняння витрат, ми вибираємо комбінацію факторів, що також є економічно ефективною та має найнижчу загальну вартість серед можливих, які реалізують заданий результат технічно ефективним способом.

Поняття витрат не відрізняється від того, з чим ми мали справу досі: скільки вхідних ресурсів має бути використано для отримання результату. Вартість – це не що інше, як ціна цього вхідного фактору.

Метою компаній є максимізація наявного прибутку. Коли ми говоримо про прибуток у нашому аналізі, нам потрібно уточнити, що ми під цим маємо на увазі. Коли ми чуємо про прибуток, ми розуміємо про різницю між доходами та витратами, але ми також повинні розрізняти поняття собівартості та прибутку, які використовуються в бухгалтерському обліку та економіці загалом.

Бухгалтерський прибуток можна визначити як різницю між доходом компанії та її бухгалтерськими витратами. Бухгалтерська **собівартість і бухгалтерський прибуток** – це терміни, які використовуються у звітах компаній, відображаються у балансах і бухгалтерських рахунках підприємств. Бухгалтерські витрати компанії складаються з двох частин, так званих явних витрат і неявних витрат. **Явні** витрати (понесені) – це витрати, які з'являються у зв'язку з виробництвом за певний період, можуть бути підтвержені рахунками-фактурами та квитанціями та обліковуються. Такими витратами можуть бути, наприклад, пов'язані з виробництвом витрати на сировину та енергію, заробітна плата. **Неявні витрати** (приховані витрати) характеризуються тим, що вони є витратами даного періоду, але не відображалися як фактичні платежі в досліджуваному періоді. Неявні витрати складаються з двох частин: **підзвітних і непідзвітних неявних витрат**. Підзвітні неявні витрати відображаються в бухгалтерському обліку підприємства відповідно до Закону про бухоблік, їх можна обліковувати як витрати. Наприклад, амортизація, пов'язана з машинами, транспортними засобами та будівлями. Явні та оплачувані неявні витрати разом представляють облікові витрати, витрати на виробництво в бухгалтерському сенсі. Інша частина неявних витрат, непідрахованих неявних витрат, пов'язана з рішеннями компанії.

Ці витрати є **альтернативними витратами**, які, як ми бачили, виникають через те, що економічні суб'єкти повинні вирішити, на що використовувати обмежені ресурси. Вибираючи один із можливих варіантів використання, ми відмовляємося від інших, тому ціною рішення є пожертвувана вигода від другого найкращого використання. У нашому економічному аналізі ми також повинні враховувати ці витрати, тому в економічному тлумаченні **економічні витрати означають** сукупність явних і неявних витрат, тобто бухгалтерські витрати та втрачену вигоду від можливостей, від яких довелося відмовитися заради даної діяльності.

Розуміючи собівартість продукції, тепер можна визначити зміст прибутку. Залежно від витрат розрізняють бухгалтерський, нормальний і економічний прибуток. Бухгалтерський **прибуток можна визначити як різницю між доходом компанії** та облікованою вартістю. Це прибуток, який ми використовуємо в бухгалтерському обліку.

Економічний прибуток – це різниця між доходами та економічними витратами. У нашому подальшому аналізі з'являються економічні витрати, тому, коли ми говоримо про прибуток у цілому, ми маємо на увазі економічний прибуток.

Вигода від альтернативного використання факторів виробництва формує **нормальний прибуток**. Ця частина доходу повинна бути отримана від даної інвестиції, тому що в іншому випадку фактори виробництва будуть використані власником в іншій сфері. Відповідно до економічної інтерпретації нормальний прибуток – відповідно до того, що було сказано вище – є частиною неявних витрат.

Крім того, що прибуток є реальним прибутком для компаній, прибуток вказує, де і в яких сферах доступні ресурси можуть бути використані ефективно. Варто перегрупувати малодоступні фактори виробництва до тих сфер, у яких можна отримати прибуток. Таким чином, прибуток також є сигнальною системою для економіки.

A ráfordítás fogalma nem más, mint amivel eddig foglalkoztunk: mennyi inputot kell felhasználni az output előállításához. A költség nem más, mint ezen input ára.

A vállalatok célja az elérhető profit maximalizálása. Amikor elemzéseinkben profitról beszélünk tisztáznunk kell mit is értünk alatta. A profit hallatán a bevételek és a költségek különbségére gondolunk, de különbséget kell tennünk a számvitelben és a közgazdaságtanban használt költség és profit fogalmak között.

A számviteli profit a vállalat bevétele és a számviteli költségei közötti különbségként határozható meg. A **számviteli költség és számviteli profit** azok a fogalmak, amelyek a vállalatok beszámolóiban, mérlegeiben, könyvviteli számláin megjelennek. A vállalatok számviteli költségei két részből állnak, az úgynevezett explicit költségekből és az implicit költségekből. Az **explicit költségek** (kifejezett) az adott időszakra vonatkozóan a termeléssel kapcsolatban megjelenő, számlákkal, bizonylatokkal igazolható, elszámolható költségek. Ilyen költségek lehetnek például a termeléssel kapcsolatos nyersanyag-, energiaköltségek, munkabérek. Az **implicit költségek** (rejtett költségek) jellemzője, hogy azok az adott időszak ráfordításai ugyan, de tényleges kifizetéseként a vizsgált időszakban nem jelentek meg. Az implicit költségek két részből: az **elszámolható és az el nem számolható** implicit költségekből állnak. Az elszámolható implicit költségek a számviteli törvény értelmében a vállalat könyvelésében megjelennek, azok költségként elszámolhatók. Ilyen például a gépekkel, járművekkel, épületekkel kapcsolatos amortizáció, értékcsökkenési leírás. Az explicit és az elszámolható implicit költségek együttesen jelentik a számviteli költséget, a számviteli értelemben vett termelési költséget. Az implicit költségek másik része, az el nem számolható implicit költségek a döntésekkel kapcsolatos.

Ezek a költségek az **alternatív költségek**, amelyek mint láttuk azért merülnek fel, mert a gazdasági szereplőknek dönteni kell arról, hogy a szűkösen rendelkezésre álló erőforrásokat mire használják fel. A felhasználási lehetőségek közötti választásnál egyet kiválasztva a többitől lemondunk, így a döntés költségként felmerül a második legjobb felhasználási lehetőségéből származó feláldozott haszon. Gazdasági elemzéseinkben figyelembe kell vennünk ezeket a költségeket is, így a közgazdasági értelmezésben **gazdasági költségen** az explicit- és az implicit költségek összességét értjük, vagyis a számviteli költségek és azon lehetőségek elvesztett hozama, amelyekről le kellett mondani az adott tevékenység érdekében.

A termelési költségek ismeretében most már meghatározhatjuk a profit tartalmát is. A költségektől függően megkülönböztetünk számviteli-, normál- és gazdasági profitot. A **számviteli profit** a vállalat bevételei és a számviteli költsége közötti különbségként határozható meg. Ez az a profit, amelyet számviteli értelemben használunk.

A **gazdasági profitot** a bevételek és a gazdasági költségek különbsége adja. További elemzéseinkben a gazdasági költségek jelennek meg, így amikor általában a profitról beszélünk, akkor a gazdasági profitra gondolunk.

A termelési tényezők alternatív felhasználási lehetőségéből adódó haszon a normálprofit. Ezt a jövedelemrészt az adott befektetésből meg kell kapni, mert különben a termelési tényezőket más területen használja fel tulajdonosa. Az normálprofit – az előzőekben elmondottaknak megfelelően – a közgazdasági értelmezés szerint az implicit költségek része.

A profit azonkívül, hogy a vállalatok számára realizálható haszon, jelzi azt, hogy a rendelkezésre álló erőforrásokat hol, mely területeken lehet hatékonyan felhasználni. A szűkösen rendelkezésre álló termelési tényezőket azokra a területekre érdemes átcsoportosítani, amelyeken profit realizálható. Így a profit egy jelzőrendszer is a gazdaság számára.

Факторами, що визначають витрати, є:

- Розвиток технології: чим більш досконала дана технологія, тим менше ресурсів необхідно використати для виробництва того самого обсягу продукції. Ми можемо це бачити на карті ізоквант: у результаті технологічного розвитку наші криві наближуються до початку координат.
- Технічні зміни: це означає, яку з доступних технологій обирає компанія (зміщення ізокванти...)
- Ціна факторів виробництва: якщо ціна факторів виробництва зростає, загальні витрати також зростають.

Наслідком «короткострокового» рішення є те, що принаймні один із наших факторів є фіксованим і принаймні один із наших факторів є змінним протягом цього періоду часу. Це призводить до наступного розподілу витрат:

- **Загальна вартість (ТС):** показує, скільки компанії коштують витрати, необхідні для даного випуску.
- **Фіксована вартість (FC):** показує, скільки коштує компанії витратити на фіксований фактор.
- **Змінна вартість (VC):** показує вартість змінної вартості витрат, необхідної для виробництва.

$$TC = TFC + TVC$$

Звичайно, кожен вид витрат має відповідний середній варіант: загальні середні витрати, середні постійні витрати і середні змінні витрати.

Середні загальні витрати (ATC): показують, скільки коштує виробництво одиниці продукту за даною технологією на даному рівні виробництва.

$$ATC = TC / Q$$

Середні постійні витрати (AFC): показують, скільки постійних витрат припадає на одиницю продукту на даному рівні виробництва з використанням даної технології.

$$AFC = TFC / Q$$

Середні змінні витрати (AVC): показують суму змінних витрат припадає на одиницю продукту на даному рівні виробництва з використанням даної технології.

$$AVC = TVC / Q$$

$$ATC = AFC + AVC$$

Гранична вартість (MC): показує, наскільки виробництво додаткової кількості продукту змінило б загальні/змінні витрати.

$$MC = \Delta TC / \Delta Q$$

Постійні витрати фіксовані для всіх обсягів виробництва.

Загальні витрати – це сума постійних і змінних витрат.

Цей підсумок також вірний для середніх витрат, середніх змінних витрат і середніх постійних витрат.

- З цього також випливає, що AVC завжди нижче AC.
- AFC є функцією виду $1/x$ (оскільки FC є фіксованою, а Q є незалежною змінною), тобто AFC спочатку є нескінченно великою (при нульовій кількості виробництва) і наближається до нуля.
- З попередніх трьох випливає, що хоча AVC нижче AC, але є близькою до неї (оскільки їх різниця близька нулю).
- Початкова точка граничних витрат є такою ж, як початкова точка середніх змінних витрат, оскільки у випадку нульового виробництва $VC = AVC = 0$, MC не інтерпретується.

A költségeket meghatározó tényezők a következők:

- **Technológia fejlettség:** minél fejlettebb az adott technológia, annál kevesebb erőforrás felhasználásával lehet ugyanakkora kibocsátást előállítani, azaz az x_i -k csökkennek. Ezt láttuk korábban az isoquant-térképen is: technológiai fejlődés következtében a görbéink közelebb kerültek az origóhoz.
- **Alkalmazott technológia:** ez azt jelenti, hogy a vállalat a rendelkezésre álló technológiák közül melyiket választja (elmozdulás az isoquanton...)
- **Termelési tényezők ára:** amennyiben a termelési (input~) tényezők ára emelkedik (w_i nő), az összköltség is nő.

A „rövid táv” következménye, hogy legalább egy tényezőnk fix, és legalább egy tényezőnk változó erre az időtávra nézve. Ennek következménye az alábbi felosztás:

- **Teljes költség (TC):** megmutatja, hogy az adott kibocsátáshoz szükséges ráfordítás mennyibe került a vállalatnak.
- **Fix költség (FC):** megmutatja, hogy a fix tényező ráfordítása mennyibe került a vállalatnak.
- **Változó költség (VC):** megmutatja, hogy a termeléshez szükséges változó költség ráfordításnak mekkora a költsége.

$$TC = TFC + TVC$$

Természetesen minden költségfajának megvan a neki megfelelő átlagos verzió is: átlagköltség, átlagos fix költség és átlagos változó költség.

Átlagköltség (ATC): megmutatja, hogy az adott technológiát használva az adott termelési szinten mekkora költséggel jár egy egységnyi termék előállítása.

$$ATC = TC / Q$$

Átlagos Fix költség (AFC): megmutatja, hogy az adott technológiát használva az adott termelési szinten egy egységnyi termékre mekkora fix költség jut.

$$AFC = TFC / Q$$

Átlagos Változó költség (AVC): megmutatja, hogy az adott technológiát használva az adott termelési szinten egy egységnyi termékre mekkora változó költség jut.

$$AVC = TVC / Q$$

$$ATC = AFC + AVC$$

Határköltség (MC): megmutatja, hogy egy pótlólagos termékmennyiség előállítása mennyivel változtatná meg az összköltséget/ változó költséget.

$$MC = \Delta TC / \Delta Q$$

A fix költség minden termelési mennyiségre fix (ebből indultunk ki).

A teljes költség a fix és változó költségek összege (ez is volt már, a változó költségeket pont úgy definiáltuk, hogy ők azok, akik nem fixek).

Ez az összegzés igaz az átlagköltségre, átlagos változó költségre és átlagos fix költségre is.

- Ebből következik továbbá, hogy AVC mindig AC alatt halad.
- Az AFC egy $1/x$ alakú függvény (hiszen FC fix, Q pedig a független változó), azaz AFC kezdetben végtelen nagy (0 termelési mennyiségnél), és a nullához tart.
- Az előző háromból következik, hogy ugyan AVC az AC alatt halad, de tart hozzá (hiszen a különbségük nullához tart).
- A határköltség kezdeti pontja megegyezik az átlagos változó költség kezdeti pontjával, hiszen 0 termelés esetén $VC = AVC = 0$, MC nem értelmezett.

Граничні витрати перетинають як середню змінну, так і криву середніх витрат у її мінімумі.

Функції короткострокових витрат компанії виражають технологічні умови компанії з боку витрат, враховуючи розмір виробництва та кількість використаного капіталу. Змінні витрати: $VC = L \cdot PL$. Загальна форма короткострокової виробничої функції у двофакторному випадку така: $Q = f(K_0, L)$, де кількість праці поряд з використаним капіталом, можна визначити на основі виробничої функції, тому змінні витрати можна записати у такому вигляді (через виробничу функцію):

$$VC = g(Q) = g(f(K_0, L))$$

Ця функція виражає, що змінні витрати (VC) зрештою залежать від обсягу виробництва: $VC = g(Q)$, тоді як виробництво (Q) змінюється залежно від споживання праці, в поєднанні з фіксованим розміром основного капіталу: $Q = f(K_0, L)$.

Між функціями короткострокового виробництва і витрат можна сформулювати такі залежності:

а) Змінні витрати (VC) можна записати, як ми вже робили раніше, як добуток кількості використаної роботи (L) і ціни праці (PL): $VC = PL \cdot L$.

Звідси середні змінні витрати розраховуються як частка змінних витрат і обсягу виробництва. Ввівши відношення $VC = PL \cdot L$ замість змінних витрат, рівняння можна привести до наступної форми:

$$AVC = VC/Q = PL \cdot (L/Q) = PL \cdot (1/APL) = PL/APL$$

Тому середні змінні витрати дорівнюють частці ціни одиниці праці та середнього продукту праці.

На основі формули, яка описує зв'язок між AVC і APL, ми можемо сформулювати те, що доки середній продукт праці (APL) зростає, середні змінні витрати виробництва продукту (AVC) зменшуються. З боку витрат збільшення виробництва на одиницю затраченої праці (APL) виражається в тому, що виробництво продукту передбачає менше змінних витрат. Середній продукт змінного фактора виробництва є максимальним у тій кількості виробництва, де функція середніх змінних витрат є мінімальною.

б) Ми можемо вивести залежність між граничним продуктом праці (MPL) і граничними витратами виробництва (MC) алгебраїчно:

$$MC = \Delta TC / \Delta Q = \Delta VC / \Delta Q = \Delta L \cdot PL / \Delta Q = (\Delta L / \Delta Q) \cdot PL = (1/MPL) \cdot PL = PL/MPL$$

Граничні витрати виробництва можна визначити часткою ціни одиниці праці (PL) і граничного продукту праці (MPL).

Виходячи з отриманого співвідношення бачимо, що зі збільшенням виробництва граничний продукт деякий час зростає, а граничні витрати зменшуються. При подальшому збільшенні виробництва граничний продукт починає зменшуватися, і в результаті граничні витрати в цьому діапазоні виробництва зростають. Зі збільшенням використання робочої сили виробництво зростає у все меншій мірі, тому при незмінній заробітній платі збільшення одиниці виробництва призводить до все більшого зростання витрат.

Граничні витрати досягають свого мінімуму при тому самому випуску, що й обсяг виробництва, при якому граничний продукт змінного фактора виробництва досягає максимуму, тоді як граничний продукт праці (MPL) зростає, а граничні витрати виробництва (MC) зменшуються. А коли граничний продукт праці зменшується, то граничні витрати зростають.

Застосування закону спадної віддачі з боку витрат означає, що виробництво кожної нової одиниці продукту вимагає постійно зростаючих додаткових витрат, причому граничні витрати зростають. Зниження граничного продукту поєднується зі збільшенням граничних витрат.

A határkölség mind az átlagos változó, mind az átlagkölség-görbét a minimumában metszi.

A vállalat rövid távú költségfüggvényei a vállalat technológiai feltételeit fejezik ki a költségek oldaláról adott üzemméret, felhasznált tőkemennyiség mellett. A változó költség így: $VC = L \cdot PL$. A rövid távú termelési függvény általános alakja kéttényezős esetben: $Q = f(K_0, L)$, ahol a felhasznált tőke felhasznált munka mennyisége a termelési függvény alapján határozható meg, így a változó költség függvény a következő formában is felírható:

$$VC = g(Q) = g(f(K_0, L))$$

Ez a függvény kifejezi, hogy a változó költség (VC) végül is a termelés mennyiségétől függően alakul: $VC = g(Q)$, miközben a termelés (Q) a munkafelhasználás függvényében változik, rögzített K_0 tőkeállomány mellett $Q = f(K_0, L)$.

A rövid távú termelési és költség függvények között a következő összefüggések fogalmazhatók meg:

a) A változó költséget (VC) felírhatjuk, ahogy azt az előzőekben már megtettük a felhasznált munkamennyiség (L) és a munkaerő árának (PL) szorzataként: $VC = PL \cdot L$.

Ebből az átlagos változó költséget a változó költség és a termelés mennyiségének hányadosaként számítjuk ki. A változó költség helyére beírva a $VC = PL \cdot L$ összefüggést, az egyenletet a következő formára hozhatjuk:

$$AVC = VC/Q = PL \cdot (L/Q) = PL \cdot (1/APL) = PL/APL$$

Az átlagos változó költség tehát egyenlő egységnyi munka árának és a munka átlagtermékének hányadosával.

Az AVC és APL közötti összefüggést leíró képlet alapján megfogalmazhatjuk, hogy ameddig a munka átlagterméke (APL) nő, addig az egy termékre jutó változó költség (AVC) csökken. Költségoldalról az egy főre jutó termelés (APL) növekedése abban fejeződik ki, hogy egy termék előállítása kevesebb változó költséggel jár. A változó termelési tényező átlagterméke annál a termelési mennyiségnél maximális, ahol az átlagos változó költség függvény minimális.

b) A munka határterméke (MPL) és a termelés határkölsége (MC) közötti kapcsolatot is levezethetjük algebrailag:

$$MC = \Delta TC / \Delta Q = \Delta VC / \Delta Q = \Delta L \cdot PL / \Delta Q = (\Delta L / \Delta Q) \cdot PL = (1/MPL) \cdot PL = PL/MPL$$

A termelés határkölsége tehát meghatározható egységnyi munka árának (pL) és a munka határtermékének (MPL) a hányadosával.

A kapott összefüggés alapján látjuk, hogy a termelés növekedésével egy darabig a határtermék nő, illetve a határkölség csökken. Tovább növelve a termelést a határtermék csökkenni kezd, s ennek nyomán ebben a termelési tartományban a határkölség nő. A munkafelhasználás növelésével ugyanis a termelés egyre kisebb mértékben nő, így változatlan munkabérek mellett egységnyi termelésnövelés egyre nagyobb költségnövekménnyel jár.

A határkölség ugyanazon kibocsátás mellett éri el minimumát, mint amely kibocsátás mellett a változó termelési tényező határterméke a maximumát. Amíg a munka határterméke (MPL) nő, addig a termelés határkölsége (MC) csökken. Amikor pedig a munka határterméke csökken, akkor a határkölség nő.

A csökkenő hozadék törvényének érvényesülése a költségek oldaláról tehát azt jelenti, hogy egy-egy újabb termékegység előállítása egyre nagyobb többletköltséget igényel, a határkölség nő. A csökkenő határtermék növekvő határkölséggel párosul.

с) При кількості виробництва, де граничний продукт (MPL) дорівнює середньому продукту (APL), граничні витрати (MC) також дорівнюють середнім змінним витратам (AVC). При цій кількості виробництва функція середнього продукту досягає свого максимуму, а функція середніх змінних витрат досягає свого мінімуму.

У довгостроковому періоді всі витрати є змінними.

Завдання до теми 8 Витрати виробництва

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь::

1. У короткостроковому періоді фірма, що максимізує прибуток, припинить виробництво, якщо виявиться, що:

- A) Ціна менше мінімальних середніх загальних витрат.
- B) Нормальний прибуток нижчий за середньогалузевий.
- C) Загальний дохід менший від загальних витрат.
- D) Загальний дохід менше загальних змінних витрат.
- E) Середні змінні витрати менше, ніж вартість.

2. Ізокванта ілюструє:

- A) Криву загального обсягу товару.
- B) Виробничу функцію.
- C) Різні обсяги продукту, які можна зробити при заданих кількостях ресурсів.
- D) Криву середнього продукту.
- E) Криву граничного продукту.

3. Середні загальні витрати виробництва досягають мінімальної величини у тому обсязі продукції, коли:

- A) $AVC = TFC$.
- B) Прибуток буде максимальним.
- C) $MC = AVC$.
- D) $MC = ATC$.
- E) Жодна з відповідей не є правильною

4. Постійні витрати фірми – це:

- A) Витрати ресурси за цінами, які у момент їх придбання.
- B) Мінімальні витрати виробництва будь-якого обсягу продукції за найсприятливіших умов виробництва.
- C) Витрати, які несе фірма у тому разі, якщо продукція не виробляється.
- D) Неявні витрати.
- E) Жодна з відповідей не є правильною

5. Яка з наступних кривих ніколи не набуває U-подібної форми?

- A) AVC.
- B) MC.
- C) AFC.
- D) ATC.
- E) LATC.

с) Annál a termelési mennyiségnél, ahol a határtermék (MPL) megegyezik az átlagtermékkel (APL), ott a határkötség (MC) is megegyezik az átlagos változóköstéggel (AVC). Ennél a termelési mennyiségnél éri el az átlagtermék függvény a maximumát és az átlagos változó költség függvény a minimumát.

Hosszútávon az összes költség változó.

Mintafeladatok a 8. témához Termelési költségek

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. Rövidtávon egy profitmaximalizáló cég leállítja a termelést, ha kiderül, hogy:

- a) Az ár alacsonyabb, mint a minimális átlagos összköltség.
- b) A normál profit alacsonyabb az iparági átlagnál.
- c) Az összbevétel kisebb, mint az összköltség.
- d) Az összbevétel kisebb az általános változó költségeknél.
- e) A bevétel kisebb az általános változó költségeknél.

2. Az izokvant szemlélteti:

- a) A teljes árutermelés görbáját.
- b) Termelési funkciót.
- c) adott mennyiségű erőforrással elkészíthető különböző termék mennyiségeket.
- d) Átlagtermék görbáját.
- e) Határtermék görbáját.

3. Az átlagos termelési összköltség akkor éri el minimális értékét a termelés mennyiségében, ha:

- a) $AVC = TFC$.
- b) A profit maximális lesz.
- c) $MC = AVC$.
- d) $MC = ATC$.
- e) Egyik válasz sem helyes.

4. A cég fix költségei a következők:

- a) Erőforrások költségei beszerzési árakon.
- b) Bármilyen mennyiségű termék minimális előállítás költsége a legkedvezőbb termelési feltételek mellett.
- c) A cég által viselt költségek, ha nem történik termékgyártás.
- d) Implicit költségek.
- e) Egyik válasz sem helyes. ‘

5. Az alábbi görbék közül melyik soha nem lesz U alakú?

- a) AVC.
- b) MC.
- c) AFC.
- d) ATC.
- e) LATC.

ВІРНО–НЕВІРНО

1. Якщо ринкова вартість товару постійна, збільшення обсягу випуску продукції вплине на обсяг прибутку фірми.
2. Коли фірма отримує економічний прибуток, то кажуть, що вона має лише нормальний прибуток.
3. Якщо крива граничних витрат фірми перетинає криву її середніх змінних витрат у точці, що відповідає \$400, то фірма зупинить виробництво за поточної ціни продукту менше \$400.
4. Фірма отримує нульову економічну прибуток, коли її загальний дохід дорівнює загальним витратам за даного обсягу випуску продукції.
5. Реакція галузі на зміни у ринковому попиті залежить зокрема від тривалості аналізованого періоду.

ВПРАВИ

1. Впишіть у таблицю пропущені дані!

Q	FC	VC	TC	MC	AC	AFC	AVC
0			60	–	–	–	–
1			88				
2			100				
3			132				
4			150				
5			180				

2. Відомо з бухгалтерських записів виробничого підприємства (у тисячах UAH), що економічний прибуток становить 10 000, нормальний прибуток – 60 000, амортизація – 10 000, а виручка – 150 000 тисяч UAH.

Розрахуйте:

- a) суму явних витрат,
- b) суму неявних витрат,
- c) бухгалтерський прибуток,
- d) загальні економічні витрати.

3. Використовуючи рівняння $TC=6Q^2-16Q+24$, ми можемо описати загальні витрати підприємства, що працює на умовах досконалої конкуренції, при певному рівні виробництва.

Завдання:

- a) Визначте рівняння граничної функції витрат підприємства!
- b) Визначте рівняння середньої функції витрат підприємства!
- c) Визначте рівняння середньої функції змінних витрат підприємства!
- d) Визначте рівняння середньої функції фіксованих витрат підприємства!
- e) При якому рівні виробництва середні витрати підприємства будуть мінімальними?

IGAZ–HAMIS

1. A specializáció (munkamegosztás) pozitív méretgazdaságossághoz vezethet.
2. A felhasznált tőke mennyiségének növekedése a felhasznált munkaerő változatlansága mellett a tőketermelékenység csökkenéséhez vezet.
3. A cég gazdasági költségei az erőforrás-tulajdonosoknak fizetett kifizetések, amelyek elegendőek ahhoz, hogy ezeket az erőforrásokat eltereljék az alternatív felhasználástól.
4. A csökkenő termelékenység törvénye arról szól, hogy a fix erőforráshoz kapcsolt növekvő változó erőforrás egy bizonyos szinttől kezdve a teljes kibocsátás mennyiségét csökkenti.
5. Ha egy cég a felhasznált erőforrások mennyiségét 30%-kal növeli, a termelés mennyisége pedig 20%-kal nő, akkor pozitív méretgazdaságosság tapasztalható.

GYAKORLATI FELADATOK

1. Töltse ki a táblázat hiányzó adatait!

Q	FC	VC	TC	MC	AC	AFC	AVC
0			60	–	–	–	–
1			88				
2			100				
3			132				
4			150				
5			180				

2. Egy termelő vállalat könyvviteli nyilvántartásából ismert (eUAH-ban), hogy a gazdasági profit 10 000, a normál profit 60 000, az amortizáció 10 000 és az árbevétel 150 000 ezer UAH.

Számítsa ki, hogy mennyi az:

- a) explicit költségek összege,
- b) implicit költségek összege,
- c) számviteli profitja,
- d) összes gazdasági költsége.

3. A $TC=6Q^2-16Q+24$ egyenlet segítségével egy tökéletesen versenyző vállalat bizonyos termelési szint mellett kialakult teljes költségét tudjuk jellemezni.

Feladat:

- a) Határozza meg a vállalat határköltség függvényének egyenletét!
- b) Határozza meg a vállalat átlagköltség függvényének egyenletét!
- c) Határozza meg a vállalat átlagos változó költség függvényének egyenletét!
- d) Határozza meg a vállalat átlagos fixköltség függvényének egyenletét!
- e) Milyen nagyságú kibocsátási szint mellett lesz a vállalat átlagköltsége minimális?

ТЕМА 9 РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Анотація. Умови виникнення досконалої конкуренції. Характерні риси ринку досконалої конкуренції. Переваги і недоліки ринку досконалої конкуренції. Досконало конкурентна фірма та умови її функціонування. Типи поведінки фірми в умовах досконалої конкуренції: максимізація прибутку, мінімізація витрат, припинення виробництва (графічно). Ринковий попит та крива попиту на продукцію фірми за умов досконалої конкуренції. Сукупний, середній та граничний дохід фірми, їх графічне відображення. Граничний дохід та його співвідношення з лінією попиту на продукцію фірми. Точки критичного обсягу виробництва. Умови довгострокової рівноваги. Крива довгострокових середніх витрат. Галузеві відмінності кривих середніх витрат у довгостроковому періоді. Максимізація прибутку в коротко- і довготерміновому періодах.

Суттєвим чинником ринку є **конкуренція** (боротьба за прихильність покупців), яка в тій чи іншій формі (за отримання вигоди від економічних відносин) завжди існує між учасниками ринку. Характер (структура) ринку товару та форма ринку визначаються такими обставинами:

- кількість і розмір учасників ринку (продавців і покупців),
- умовами входу на ринок,
- характером продукції,
- впливом учасників ринку на розвиток цін.

Досі ми бачили ринок як ринок досконалої конкуренції, де ціни можуть вільно змінюватися завдяки попиту та пропозиції, рішенням виробників нічого не перешкоджає, вони можуть вільно збільшувати своє виробництво, для чого є достатній капітал. У сучасній економіці кількість секторів, де можна знайти «справжній» конкурентний ринок, зменшується, більшість галузей є сумішшю двох теоретичних крайнощів: конкурентного ринку та монополії. Найбільш відомі типи ринку за кількістю учасників:

- **Конкурентний (досконалий) ринок,**
- **Монополія,**
- **Олігополія,**
- **Монополістична конкуренція.**

Залежно від кількості учасників ринку може існувати кілька ринкових ситуацій. Якщо учасників ринку багато, характер конкуренції буде іншим, ніж якби їх було менше. Проте в тій чи іншій формі всі учасники пристосовуються до ринку, і в цьому ми можемо віднести вирішальну роль інтересу до прибутку. Деякі характеристики основних ринкових форм підсумовано в таблиці нижче.

Тип ринкової структури	Кількість виробників, а міцність капіталу	Характер продукції	Контроль над цінами	Вхід на ринок
Ринок досконалої конкуренції	Велика кількість виробників, невелика кількість капіталу	Однорідний	Жодного контролю	Сильна конкуренція, вхід на ринок безперешкодний
Монополія	Один виробник, великий обсяг капіталу	Один продукт	Значний	Конкуренція обмежена, вхід на ринок практично неможливий
Олігополія	Мало виробників, великий обсяг капіталу	Він диференційований, але може бути і однорідним	Обмежений взаємозалежністю; значний при змові	Взаємозалежність, доступ до ринку обмежений
Ринок монополістичної конкуренції	Велика кількість виробників, достатньо великий обсяг капіталу	Диференційований	Деякий, проте у вузьких межах	Вхід на ринок не обмежений

9. TÉMA TÖKÉLETES VERSENYPIAC

Annotáció. A tökéletes verseny feltételei. A tökéletes versenypiac jellemzői. A tökéletes versenypiac előnyei és hátrányai. Tökéletes versenypiacon működő cég és működésének feltételei. A céges magatartás típusai tökéletes versenykörnyezetben: profitmaximalizálás, költségminimalizálás, üzembeszárás (grafikus). Piaci kereslet és a cég termékei iránti keresleti görbe tökéletes versenypiacon. A cég össz-, átlag- és határjөvedelme, ezek grafikus ábrázolása. A határbevétel és kapcsolata a cég termékeinek keresleti görbéjével. A termelés mennyiségének kritikus pontjai. A hosszútávú egyensúly feltételei. Hosszútávú átlagköltség görbe. Iparági különbségek az átlagköltség görbéiben hosszú távon. Profit maximalizálás rövid és hosszú távon.

A piac nélkülözhetetlen tényezője a **verseny** (harc a vevők kegyeiért), amely valamilyen formában mindig létezik (a gazdasági kapcsolatból nyerhető előnyök megszerzésért) a piaci szereplők között. Egy termék piacának jellegét (szerkezetét), a piac formáját a következő körülmények határozzák meg:

- a **piaci szereplők** (eladók, illetve vevők) **száma és nagysága,**
- a **piacra lépés feltételei,**
- a **termékek jellege,**
- a piaci szereplők **befolyása az árak alakulásra.**

Az eddigiek során a piacot úgy tekintettük, mint egy tökéletesen versenyző (kompetitív) piacot, ahol a kereslet-kínálat hatására az árak szabadon mozoghatnak, a termelők döntéseit semmi sem akadályozza, szabadon növelhetik termelésüket, amelyhez elegendő tőke áll rendelkezésre. A mai modern gazdaságokban egyre kevesebb azoknak az ágazatoknak a száma, ahol „igazi” versenypiacal találkozhatunk, a legtöbb iparág két elméleti szélsőség, a versenypiac és a monopólium keveréke. Az ismertebb piactípusok a piaci szereplők száma szerint a következők:

- **Versenypiac,**
- **Monopólium,**
- **Oligopólium,**
- **Monopolisztikus versenypiac.**

Attól függően, hogy mennyi a piaci szereplők száma többféle piaci helyzet létezhet. Ha sok a piaci szereplő a verseny jellege is más lesz, mintha kevesebb lenne. Valamilyen formában azonban minden szereplő alkalmazkodik a piachoz, s ebben a profitérdekeltégnek döntő szerepet tulajdoníthatunk. Az alapvető piaci formákat néhány jellemző vonását az alábbi táblázatban foglaltuk össze.

Piactípus	Termelők száma, és tőkeereje	Termékek jellege	Árak szerepe	Versenypiacra lépés
Versenypiac	Nagyszámú termelő, kis tőkeerő	Homogén	Árelfogadó	Erős verseny, piacra lépés akadálytalan
Monopólium	Egyetlen termelő, nagy tőkeerő	Egyetlen termék	Ármeghatározó	Verseny korlátozott, piacra lépés csaknem lehetetlen.
Oligopólium	Néhány termelő, nagy tőkeerő	Megkülönböztetett, de lehet homogén is	Árkereső	Kölcsönös függés, piacra lépés korlátozott
Monopolisztikus versenypiac	Nagyszámú termelő, nagy tőkeerő	Megkülönböztetett	Ármeghatározó (korlátokkal)	A piacra lépés nem korlátozott

Ринок вважається конкурентним, якщо один продавець не може або може впливати на ціни та інші характеристики ринку лише в дуже незначній мірі, оскільки велика кількість виробників пропонує свою продукцію, тому ринкова частка кожного виробника невелика. Тому виробникам доводиться адаптуватися до ринкових умов.

Ринок досконалої конкуренції:

- Своєю продукцію пропонує велика кількість виробників (кілька десятків тисяч). Покупцям (кількість яких необмежена) байдуже, у якого продавця вони купують товар.
- Ціни формуються незалежно від виробника, а залежать залежно від величини попиту та пропозиції, тому що кожен продавець дає лише частину від загальної пропозиції даного товару. Виробник – це ціноприймач, для якого ціна є зовнішнім фактом, на який він не може впливати. Виробники пропонують практично однакові товари, їх зовнішній вигляд і якість схожі. Один продукт можна замінити іншим (наприклад, акацієвий мед і змішаний квітковий мед), за якістю вони не сильно відрізняються. (Звичайно, це також залежить від індивідуальних смаків кожного споживача, що саме він вважає товарами-замінниками.) Продукти не відрізняються унікальними характеристиками, наприклад брендом або товарним знаком.
- Немає жодних перешкод для входу в галузь і виходу з неї: кожен може вільно створити нову компанію або припинити виробництво. Компанії не можуть перешкодити приходу нових виробників, виробники конкурують між собою.
- На конкурентному ринку як ринкова, так і технологічна інформація є вільно доступними, а учасники ринку добре поінформовані.

Ринок досконалої конкуренції є формою ринку, на якій кількість учасників ринку велика, ринок нескінченно великий порівняно з кожним гравцем, продукти є однорідними, доступ до ринку вільний, гравці приймають ціни, потік інформації також вільний.

На досконало конкурентному ринку ринкова ціна визначається загальним попитом і загальною пропозицією продукції. Якщо лише один виробник змінює свою пропозицію або ціну на свій продукт, він не може вплинути на ринок у цілому. Насправді вільного конкурентного ринку в «чистому» вигляді ніколи не існувало. Сьогодні певні характеристики чистого (досконалого) конкурентного ринку домінують лише в кількох економічних сферах, напр. на певну сільськогосподарську продукцію (помідори) або за різні послуги (таксі).

Компанії є приймачами ціни, оскільки вони ніяк не можуть впливати на ціну. Обсяг їх випуску не має значення порівняно з ринком в цілому, тому навіть якщо він буде змінений даремно, галузь цього не відчує. Якщо ціна підвищується, всі споживачі розуміють, що їх товари дорожчі і не можуть продати жодної штуки (оскільки споживачі також можуть задовольнити свої потреби за допомогою інших виробників). Знижувати ціну немає сенсу, тому що вони можуть продати будь-яку кількість за «ринковою» ціною, тобто вони нічого не виграють від зниження ціни.

Звідси випливає, що абсолютно конкурентоспроможні компанії стикаються з абсолютно еластичним за ціною попитом, нижче ринкової ціни індивідуальний попит дорівнює загальному ринковому попиту, а вище – нулю.

Для абсолютно конкурентоспроможної компанії ринкова ціна є заданою, тому її індивідуальна функція попиту абсолютно еластична, а її граничний дохід дорівнює ринковій ціні:

$$MR=P$$

A piacot akkor tekintjük versenypiacnak, ha egy-egy eladó nem, vagy csak nagyon kis mértékben tudja befolyásolni az árakat és a piac egyéb jellemzőit, mivel nagyszámú termelő kínálja a termékeit, így egy-egy termelő piaci részesedése csekély, ezért a termelőknek kell alkalmazkodnia a piaci viszonyokhoz.

Tökéletes versenypiac jellemzői:

- Nagyszámú termelő (több tízezer) kínálja termékeit. A vevők (száma is korlátlan) számára teljesen közömbös, hogy melyik eladótól vásárolnak.
- Az árak a termelőtől függetlenül a kereslet-kínálat nagyságától függően (lásd a piaci mechanizmus fejezetet) alakulnak ki, mert minden eladó csak a töredékét adja az adott termék összkínálatának. A termelő árelfogadó, az ár számára külső adottság, amelyet nem tud befolyásolni. A termelők csaknem ugyanolyan termékeket kínálnak, ezek megjelenése, minősége hasonló. Egyik termék helyettesíthető a másikkal (pl. akácméz, és egyes virágméz), minőségileg nem nagyon különböznek egymástól. (Természetesen minden egyes fogyasztó egyéni ízlésétől is függ, hogy mit tekint helyettesítő termékeknek.) Nincsenek a termékek megkülönböztetve egyedi jellemzőkkel, pl. márkajelzéssel, vagy védjeggyel.
- Az iparágba való belépésnek, és kilépésnek nincsenek akadályai: bárki szabadon létrehozhat új vállalatot, vagy felhagyhat a termeléssel. A vállalatok nem tudják megakadályozni új termelők belépését, a termelők versenyeznek egymással.
- Kompetitív piacon mind a piaci, mind a technológiai jellegű információk szabadon hozzáférhetők, és a piaci szereplők tökéletesen informáltak.

A tökéletes verseny tehát az a piaci forma, amelyben a piaci szereplők száma nagy, a piac végtelenül nagy egy-egy szereplőhöz képest, a termékek homogének, a piacra jutás szabad, a szereplők árelfogadók, az információk áramlása szabad.

A versenypiacon a piaci árat a termékek összes kereslete és összes kínálata határozza meg. Ha csak egyetlen termelő változtatja meg a kínálatát, vagy a termékének árat, akkor nem tudja befolyásolni a piac egészét. A szabad verseny piac a valóságban „tisza” formában soha nem is létezett. Napjainkban a tiszta vagy tökéletes versenypiac bizonyos jellemzői csak néhány gazdasági területen dominálnak, pl. egyes mezőgazdasági termékeknél (paradicsom), vagy különböző szolgáltatások (taxi) esetében.

A vállalatok árelfogadók, hiszen egyáltalán semmilyen módon nem tudnak hatni az árra. A kibocsátásuk mennyisége irreleváns a piac egészéhez képest, így azt hiába változtatják, az iparág nem érzi meg. Ha árat emelnek, minden fogyasztó tisztában van vele, hogy ők drágábbak, és egyetlen darabot sem tudnak eladni (hiszen a fogyasztók ki tudják elégíteni igényüket más termelőknél is). Árat csökkenteni pedig azért nincs értelme, mert a „piaci” áron tetszőleges mennyiséget értékesíthetnek, azaz semmit nem nyernek az ár csökkentésével.

Ebből az következik, hogy tökéletesen versenyző vállalatok egy tökéletesen árrugalmas kereslettel szembesülnek, piaci ár alatt a teljes piaci kereslettel egyezik meg az egyéni kereslet, felette pedig 0.

A tökéletesen versenyző vállalat számára a piaci ár adottság, ezért egyéni keresleti függvénye végtelenül rugalmas, és határbevétele megegyezik a piaci árral:

$$MR=P$$

У короткостроковій перспективі компанія не стикається з одним рішенням. З одного боку, має бути визначений обсяг виробництва, що максимізує прибуток. З цього можна легко розрахувати економічний прибуток. З іншого боку виникає питання, чи варто виробляти з максимальним прибутком.

Для визначення оптимального обсягу виробництва ми використовуємо рівність $MC=MR$, що дійсний для всіх компаній незалежно від структури ринку. Оскільки тепер ми знаємо, що в умовах досконалої конкуренції $MR=P$ їх можна поєднати, що призводить до умови $MC=P$.

Це рішення представлено на малюнку нижче.

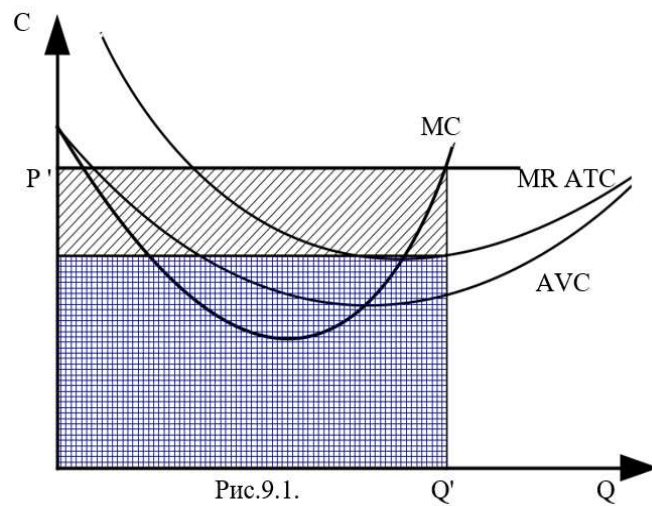


Рис.9.1.

На рисунку 9.1 показано не лише кількість продукції, яка максимізує прибуток (Q'), але й відповідний дохід, витрати та прибуток. Дохід – це, звичайно, область R.

$$R = P' * Q'$$

Площа в квадраті, виділена синім кольором, – це не що інше, як загальна вартість виробництва за даної кількості виробництва q . Це свідчить про те, що заштрихована по діагоналі область – не що інше, як прибуток.

Граничний дохід конкурентоспроможної компанії, що приймає ціну, буде

різним за різних ринкових цін, тому рівність граничного доходу та граничних витрат обов'язково буде формуватися при різних величинах. Це зображено на Рис. 9.2. Уявімо, що ринкова ціна змінюється порівняно з P' , напр. зменшується до значення P_1 . Тоді MR зміщується нижче, тому оптимальна пропозиція виробника також зменшується до значення Q_1 . Якщо ціна падає аж до P_2 (якому відповідає обсяг виробництва Q_2), тоді $P = MC = ATC$, тобто компанія реалізує 0 економічного прибутку.

Точка беззбитковості: ринкова комбінація ціна-кількість, за якої доходи компанії лише покривають усі витрати, тобто економічний прибуток дорівнює нулю. Для абсолютно конкурентоспроможної фірми це відповідає мінімальному ATC.

Точка беззбитковості знаходиться на перетині середніх витрат і граничних витрат (тобто коли оптимальне рішення $MC=P$ збігається з середніми витратами). Ми знаємо, що в цей момент середні витрати є мінімальними.

Якщо компанія хоче максимізувати свій прибуток, то чи має компанія виробляти, якщо її прибуток від'ємний? Відповідь – так, у короткостроковій перспективі, якщо це вигідніше, ніж зупинити виробництво. У короткостроковому періоді компанія повинна оплачувати свої постійні витрати, незалежно від того, виробляє вона чи ні. Звідси випливає, що якщо компанія може покрити свої змінні витрати обсягом, який максимізує прибуток, але приносить збитки, тоді ще варто виробляти (оскільки вищевказаний дохід уже покриває постійні витрати).

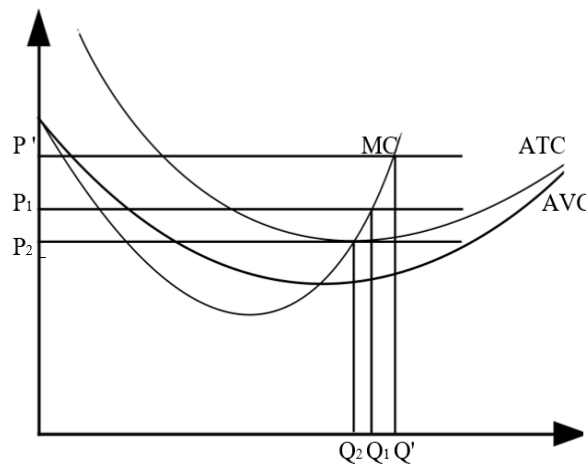
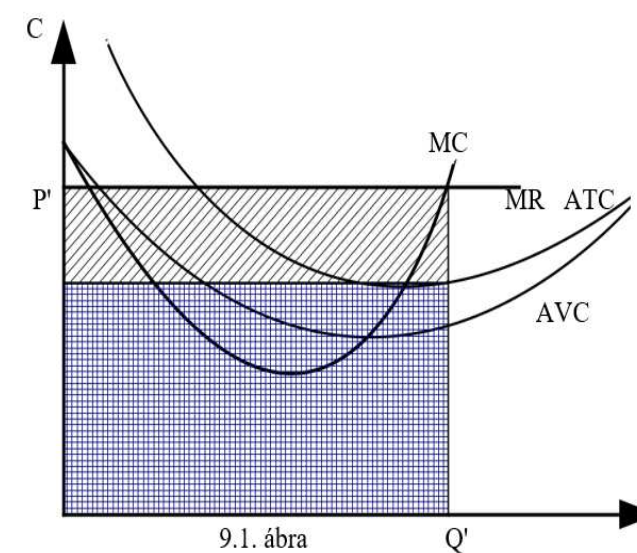


Рис. 9.2

Rövid távon a vállalat nem egyetlen döntéssel szembesül. Egyrészt meg kell határozza a profitmaximalizáló kibocsátást, a termelési mennyiséget. Ebből könnyen kiszámolható a gazdasági profit. Másrészt azonban felmerül a kérdés, hogy a profitmaximumban egyáltalán érdemes-e termelni.

Az optimális termelési mennyiség meghatározásához használjuk a korábban már említett, piaci szerkezettől függetlenül minden vállalatra érvényes $MC=MR$ formulát. Mivel most már tudjuk, hogy tökéletes verseny esetén $MR=P$, a kettő összevonható, és az $MC=P$ feltételhez vezet.

Ezt a döntést ábrázolja az alábbi ábra: Az optimális döntés és a profit.



9.1. ábra

A 9.1. ábra nem csak a profitmaximalizáló termelési mennyiséget (Q') mutatja, hanem az ehhez tartozó bevételt, költséget és profitot is. A bevétel természetesen az R terület.

$$R = P' * Q'$$

A kézzel négyzettrácsolított terület nem más, mint a teljes termelési költség az adott q termelési mennyiség mellett. Ebből látszik, hogy az átlósan sraffozott terület nem más, mint a profit.

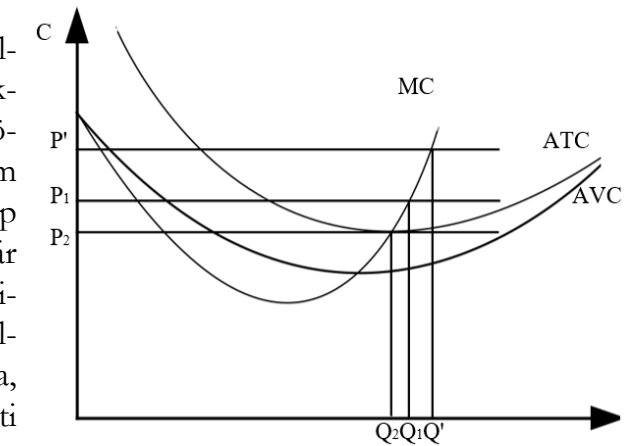
Az árelfogadó, kompetitív vállalat határbevétele különböző piaci árak mellett más és más lesz, így a határbevétel és a

tárkötség egyenlősége szükségszerűen más és más mennyiségeknél alakul ki. Ezt ábrázoltuk a 9.2. ábrán. Képzeljük el, hogy a piaci ár a P' -hoz képest változik, pl. csökken, a P_1 értékre. Ekkor az MR lejjebb tolódik, így a vállalat optimális kínálata is csökken, a Q_1 értékre. Ha az ár egészen a P_2 -ig csökken (amihez a Q_2 termelési mennyiség tartozik), akkor $P = MC = ATC$, azaz a vállalat 0 gazdasági profitot realizál.

Fedezeti pont: az a piaci ár-mennyiség kombináció, amely esetében a vállalat bevételei éppen fedezik az összes költséget, azaz a gazdasági profit nulla. Tökéletesen versenyző vállalatnál ez az ATC minimuma.

A fedezeti pont természetesen az átlagköltség és a határkötség metszéspontjánál van (azaz akkor, amikor az optimális döntés, az $MC=P$, pont egybeesik az átlagköltséggel). Tudjuk, hogy ebben a pontban a minimális az átlagköltség.

Ha a vállalat a profitját akarja maximalizálni, akkor vajon van-e a vállalatnak kínálata akkor, ha a profitja negatív? A válasz az, hogy rövid távon igen, ha jobban megéri neki, mint nem termelni. Rövid távon a vállalatnak mindenképp fizetni kell a fix költségeit, akár termel, akár nem. Ebből következik, hogyha a profitmaximalizáló, de veszteséget termelő mennyiség mellett a vállalat a változó költségeit fedezni tudja, akkor már megéri termelni (hiszen az a fölötti bevétel már a fix költséget fedezi).



9.2. ábra

Точка закриття: комбінація ринкової ціни та обсягу, нижче якої варто закрити підприємство і припинити виробництво. У фірмі з досконалою конкуренцією це мінімальні AVC.

На рис. 9.3 показано, що відбувається з виробництвом, якщо ціна нижче точки беззбитковості, але вище точки закриття. Ринкова ціна – це величина, позначена p^* , випуск відповідно буде величиною q^* , що утворюється на перетині $MC=p^*$. Тоді, як ми знаємо, загальний дохід $TR(q^*) = p^* \cdot q^*$ буде величиною, позначеною заштрихованою областю.

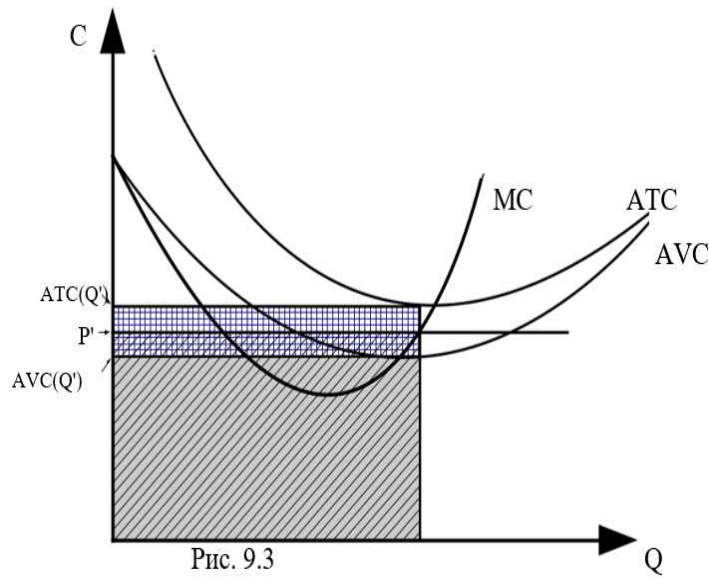


Рис. 9.3

При такій кількості випуску загальна вартість становить: $TC(Q^*) = Q^* \times ATC(Q^*)$. Оскільки $ATC(Q^*) > P^*$, прибуток компанії буде від'ємним (тобто буде збиток).

Однак все одно варто виробляти, оскільки компанія здатна повністю покрити змінні витрати ($TVC(Q^*) = Q^* \times AVC(Q^*)$, це область, заштрихована сірим кольором), а частина залишається для постійні витрати також (формула: $TFC(Q^*) = Q^* \times (ATC(Q^*) - AVC(Q^*))$); це область синього прямокутника). З малюнка видно, що перетин двох областей показує, скільки виграє компанія, працюючи зі збитками: вона втрачає набагато менше постійних витрат, ніж якби не виробляла: $TR - TVC =$ із надлишку виробника, з цього випливає що в короткостроковому періоді компанія виробляє до тих пір, поки є надлишок виробника.

Наслідком усього цього є те, що прибуток цілком конкурентоспроможної компанії може розвиватися трьома можливими напрямками залежно від ціни:

- якщо P більше мінімуму AC , то прибуток позитивний;
- якщо p знаходиться між мінімумами AC і AVC , то прибуток негативний, але виробляти варто, якщо P менше мінімуму AVC , то виробництва немає, $Q = 0$, збиток дорівнює FC

З вищесказаного, можна легко зробити висновок про короткострокові пропозиції компанії: ми спостерігаємо, скільки товарів компанія пропонує за різними цінами. Тобто індивідуальна крива пропозиції є нічим іншим, як пропозицією компанії, яка максимізує прибуток за даної ринкової ціни. Малюнок 4 призначений для представлення цього. Ціна беззбитковості P' , нижче якої компанія відмовляється виробляти, тобто її пропозиція дорівнює 0. Однак, як тільки ціна піднімається вище P' , пропозиція компанії стає пропозицією, яка максимізує прибуток, що є нічим іншим, як гранична вартість.

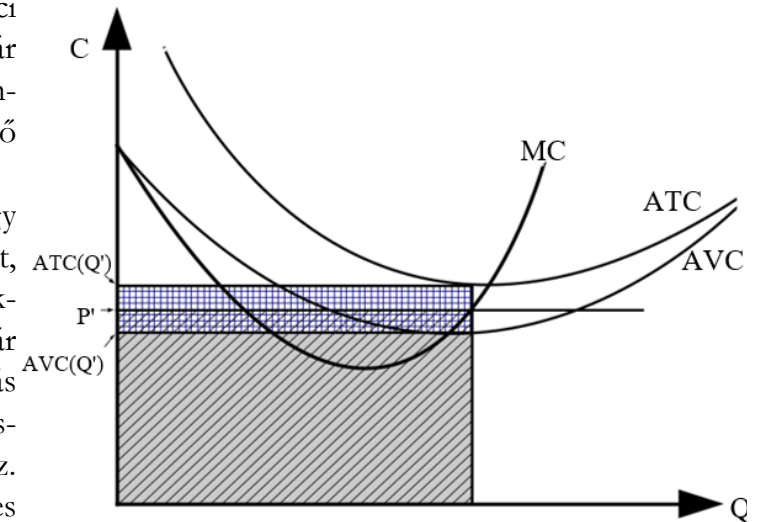
Фірма ідеальної конкуренції є зворотною її функція пропозиції є відрізком функції граничних витрат вище AVC .

У короткостроковій перспективі крива ринкової пропозиції є горизонтальною сумою індивідуальних кривих пропозиції, тобто:

$$Q(P) = \sum_{i=1}^N s_i \cdot P$$

Üzembezárási pont: az a piaci ár-mennyiség kombináció, ami alatt már érdemes bezárni az üzletet és beszüntetni a termelést. Tökéletesen versenyző vállalatnál ez az AVC minimuma.

A 9.3 ábra azt ábrázolja, hogy amennyiben az ár a fedezeti pont alatt, de az üzemszüneti pont felett alakul, akkor mi történik a termeléssel. A piaci ár a p^* -gal jelölt mennyiség, a kibocsátás ennek megfelelően az $MC=p^*$ metszéspontnál kialakuló q^* mennyiség lesz. Ekkor, ahogy megszokhattuk, a teljes bevétel az $TR(q^*) = p^* \cdot q^*$ mennyiség lesz, amit a sraffozott terület jelöl.



9.3. ábra

Еккora kibocsátott mennyiség mellett a teljes költség összege: $TC(Q^*) = Q^* \times ATC(Q^*)$. Mivel $ATC(Q^*) > P^*$, a vállalat profitja negatív lesz.

Termelni azonban ekkor is megéri, hiszen a vállalat képes teljes egészében fedezni a változó költségeket ($TVC(Q^*) = Q^* \times AVC(Q^*)$, ez a szürkével színezett terület), és valamennyi marad a fix költségekre is (a képlete: $TFC(Q^*) = Q^* \times (ATC(Q^*) - AVC(Q^*))$); ez a kézzel négyzethálózott terület). Az ábráról jól látszik, hogy a két terület metszete mutatja, mennyit nyer a vállalat azzal, hogy veszteségesen is üzemel: ennyivel kevesebb fix költséget veszít, mintha nem termelne: $TR - TVC =$ a termelői többlettel, ebből következik, hogy a vállalat rövid távon mindaddig termel, amíg van termelői többlet.

Mindennek a következménye, hogy a tökéletesen versenyző vállalat profitja 3 lehetséges módon alakulhat az ár függvényében:

- ha a P nagyobb, mint az AC minimuma, akkor a profit pozitív;
- ha a p az AC és az AVC minimumai között található, akkor negatív a profit, de megéri termelni ha a P kisebb, mint az AVC minimuma, akkor nincs termelés, $Q = 0$, a veszteség egyenlő FC

A fentiek alapján a vállalat rövid távú kínálata könnyen levezethető: különböző árak mellett megfigyeljük, hogy mennyi terméket kínál a vállalat. Azaz az egyéni kínálati görbe nem más, mint a vállalat profitmaximalizáló kínálata adott piaci áron. Ezt hivatott ábrázolni a 9.4. ábra. Az üzemszüneti ponthoz tartozó ár a P' , ez alatt a vállalat nem hajlandó termelni, azaz a kínálata 0. Azonban amint az ár P' fölé emelkedik, a vállalat kínálata a profitmaximalizáló kínálata lesz, ami nem más mint a határkölség.

A tökéletesen versenyző vállalat inverz kínálati függvénye a határkölség függvényének AVC feletti szakasza.

Rövid távon a piaci kínálati görbe az egyéni kínálati görbék horizontális összege, azaz:

$$Q(P) = \sum_{i=1}^N s_i \cdot P$$

У довгостроковій перспективі, як ми бачили раніше, кількість компаній і ціна змінюються таким чином, що економічний прибуток зникає, компанії отримують лише нормальний прибуток.

Якщо всі фірми працюють з однаковою функцією витрат, то фірми виробляють на мінімумі АТС, крива пропозиції галузі буде горизонтальною.

Поведінка компанії з досконалою конкуренцією в довгостроковій перспективі подібна до короткострокової. Враховуючи, що тут немає постійних витрат, АТС також не набуває сенсу, оскільки компанія може підбирати всі фактори виробництва. З цього випливає, що в довгостроковій перспективі індивідуальна пропозиція компанії є наступною:

Досконало конкурентоспроможна компанія в довгостроковому періоді має криву пропозиції, що становить ту частину ЛМС, що знаходиться над ЛАС.

Враховуючи, що вхід і вихід є вільними в довгостроковій перспективі, при умові реалізації компаніями економічного прибутку, тобто $P \geq \min LAC$, то інші компанії почнуть входити на ринок, обсяг пропозиції збільшиться, а ціни будуть знижуватися до довгострокового періоду, рівновага забезпечується умовою: $P = MC = LAC$. У протилежному випадку вихід компаній гарантує цей баланс, тобто ідеально економічний прибуток не реалізується в довгостроковій перспективі на конкурентному ринку.

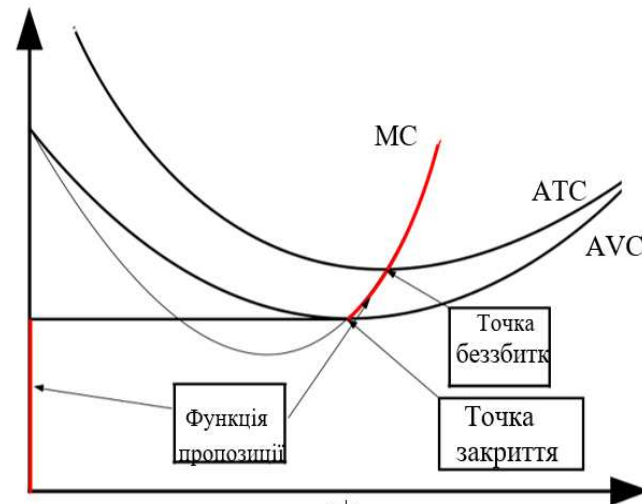
Наведений вище механізм є оптимальним у деяких аспектах, він призводить до «найефективнішого» розподілу. Питання в тому, що це за ефективність, як вона розвивається і чому вона хороша?

Теорія «Невидимої руки» Адама Сміта гласить: корисливі, егоїстичні люди в економіці прагнуть досягти власних цілей, одночасно задовольняючи потреби інших. Суть усієї справи полягає в спеціалізації: якщо в суспільстві розвивається поділ праці, тобто створюються професії, то кожен займається своєю професією і виробляє не тільки продукцію, достатню для своїх потреб, але й більше. Ви можете обміняти надлишки на інші продукти на ринку та задовольнити ними свої потреби. Тобто виробник *спеціалізується на задоволенні одних потреб* і задовольняє інші через механізм ринку.

Представлений вище ринковий механізм саморегулювання базується на русі цін. Покупці ринкові ціни цінами порівнюють зі своїми резерваційними цінами, а виробники зі своїми граничними витратами. З цього випливає наш попередній висновок про те, що ринкові ціни несуть інформацію для учасників ринку.

Переваги досконалої конкуренції з економічної точки зору наступні:

1. В умовах досконалої конкуренції ринкова автоматизація працює без збоїв, немає постійного надлишку чи дефіциту, ринкові операції реалізуються за рівноважними цінами.
2. Ціни рівноваги відображають граничні витрати на продукцію, тобто виробники в цілому приносять на ринок рівно стільки, скільки споживачі готові купити за ціною, що відповідає граничним витратам.
3. В умовах досконалої конкуренції розподіл і використання ресурсів є Парето-ефективним.



малюнок 9.4

Hosszú távon, ahogy azt már az előbb láttuk, a vállalatok száma és az ár úgy változik, hogy a gazdasági profit eltűnik, a vállalatok csak normálprofitot realizálnak.

Amennyiben az összes vállalat egyforma költségfüggvénnyel dolgozik, mivel minden vállalat az ATC minimumában termel, az iparági kínálati görbe vízszintes lesz.

A tökéletesen versenyző vállalat magatartása hosszú távon is hasonló, mint rövid távon. Tekintettel arra, hogy itt nincs fix költség, az AVC is értelmetlen, hiszen a vállalat minden termelési tényezőjét meg tudja választani. Ebből következik, hogy hosszú távon a vállalat egyéni kínálata:

A tökéletesen versenyző vállalat **hosszú távú inverz kínálati függvénye** az LMC LAC feletti része.

Tekintettel arra, hogy hosszú távon szabad a be-és kilépés, amennyiben a vállalatok gazdasági profitot realizálnak, azaz $P \geq \min LAC$, akkor a piacra más vállalatok is elkezdnek belépni, megnövekszik a kínálati mennyiség, lecsökkennek az árak egész addig, míg be nem áll a hosszú távú egyensúly: $P = MC = LAC$. Fordított esetben a vállalatok kilépése garantálja ezt az egyensúlyt, azaz a tökéletesen versenyző piacon **hosszú távon nem realizálódik gazdasági profit**.

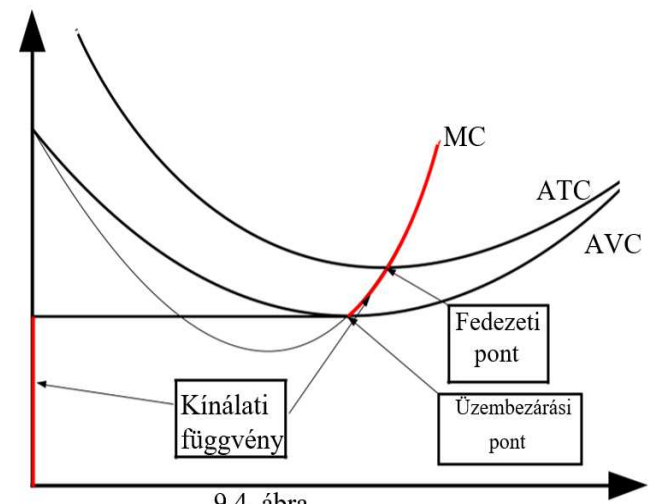
Az előbb bemutatott mechanizmus bizonyos szempontból optimális, ez eredményezi a „leghatékonyabb” elosztást. Kérdés, mi ez a hatékonyság, hogy alakul ez ki és miért jó?

Adam Smith „Láthatatlan kéz” elmélete: a gazdaságban önérdéküket követő, önző emberek saját céljaik elérésére törnek, közben viszont kielégítik mások szükségleteit is. Az egész lényege a specializáció: amennyiben a társadalomban kialakul a munkamegosztás, azaz létrejönnek a szakmák, akkor mindenki a saját szakmáját űzi, és nem csak annyi terméket állít elő, ami a saját szükségleteit fedezi, hanem többet. A többletet a piacon el tudja cserélni más termékekre is, és ezekkel a többi szükségletét is ki tudja elégíteni. Azaz: egyetlen szükséglet kielégítésére specializálódik a termelő, és a piacon keresztül elégíti ki a többi szükségletét.

A fent bemutatott piaci önszabályozó mechanizmus az árak mozgásán alapult. A vásárlók a piaci árakat a saját rezervációs áraikkal vetik össze, a termelők pedig a határköltséggel. Ebből következik az a korábbi megállapításunk, hogy a piaci árak a piaci szereplők számára információt hordoznak.

A tökéletes verseny előnyei közgazdasági szempontból:

1. A tökéletes verseny viszonyai között a piaci automatizmus zavartalanul működik, tartósan nem alakul ki túlkínálat vagy hiány, a piaci tranzakciók egyensúlyi árakon valósulnak meg.
2. Az egyensúlyi árak a termékek határköltségét tükrözik, azaz a termelők összességében éppen annyit visznek piacra, amennyit a fogyasztók a határköltségnek megfelelő áron hajlandók megvásárolni.
3. A tökéletes verseny viszonyai között az erőforrások elosztása és felhasználása Pareto-hatékony.



9.4. ábra

4. У той же час досконала конкуренція призводить до мінімізації витрат виробництва, оскільки якщо ціна є зовнішнім фактом, то залишатися конкурентоспроможним можна лише шляхом зниження витрат. У довгостроковій перспективі компанії виробляють у точці беззбитковості з оптимальним розміром виробництва, тобто на рівні мінімальних середніх витрат.

Завдання до теми 9 Ринок досконалаї конкуренції

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. Яке з таких тверджень означає, що умови досконалаї конкуренції не виконуються:
- Фірма перебуває у рівновазі, коли її граничний дохід дорівнює граничним витратам.
 - Крива граничних витрат перетинає криву середніх витрат у точці, що відповідає мініальному значенню АТС.
 - Крива попиту на товар фірми має негативний нахил.
 - Криві середніх та граничних витрат мають U-подібну фірму.
 - Крива попиту продукт фірми — горизонтальна лінія.
2. Якщо граничні витрати перевищують середні витрати при обсязі виробництва, що максимізує прибуток, то фірма:
- Отримує позитивний прибуток.
 - Вибирає обсяги виробництва, що відповідає точці, розташованої правіше мінімуму кривої середніх витрат.
 - не припинить виробництво.
 - Усі попередні відповіді вірні.
 - Усі попередні відповіді неправильні.
3. Крива пропозиції конкурентної фірми у короткостроковому періоді — це:
- Крива граничних витрат.
 - Лінія ціни товару.
 - спадна частина кривої середніх витрат.
 - Зростаюча частина кривої середніх витрат.
 - Частина кривої граничних витрат, розташована вище за криву середніх змінних витрат.
4. Який із наступних ринків найбільше відповідає умовам досконалаї конкуренції?
- Стали.
 - Послуг перукарень.
 - автомобілів.
 - Акцій та облігацій фірм.
 - Бензину.

4. A tökéletes verseny egyúttal a termelés költségeinek minimalizálását eredményezi, hiszen ha az ár külső adottság, akkor csak a költségek csökkentésével lehet versenyben maradni. Hosszútávon a vállalatok a fedezeti pontban, optimális üzemmérettel, azaz minimális átlagköltséggel termelnek.

Mintafeladatok a 9. témához Tökéletes verseny piac

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. Az alábbi állítások közül melyik nem teljesül a tökéletes versenyben:
- Egy vállalat akkor van egyensúlyban, ha a határbevétele megegyezik a határköltségével.
 - A határköltség-görbe az átlagos költséggörbét az ATC minimum pontjában metszi.
 - A cég terméke iránti keresleti görbe negatív meredekségű.
 - Az átlag- és határköltség-görbéknek U-alakúak.
 - A cég termékkeresleti görbéje egy vízszintes egyenes.
2. Ha a határköltségek meghaladják az átlagos költségeket a profitmaximalizáló termelési mennyiségnél, akkor a vállalat:
- Pozitív nyereséget kap.
 - Kiválasztja az átlagköltség-görbe minimumától jobbra lévő pontnak megfelelő termelést.
 - Nem állítja le a gyártást.
 - Minden korábbi válasz helyes.
 - Minden korábbi válasz helytelen.
3. Egy versenyképes cég kínálati görbéje rövidtávon a következő:
- a határköltség görbe.
 - a termék áregyenese.
 - Az átlagköltség-görbe csökkenő része.
 - Az átlagköltség görbe emelkedő része.
 - A határköltség-görbe átlagos változó költség-görbe feletti része.
4. Az alábbi piacok közül melyik felel meg legjobban a tökéletes verseny feltételeinek?
- acél.
 - fodrászat.
 - autók.
 - részvények és kötvények.
 - benzin.

5. Якщо ціна продукту недостатня, щоб покрити середні витрати на його виробництво, фірма повинна:

- A) Зупинити виробництво якнайшвидше.
- B) Продовжувати виробництво товарів лише на рівні, де $P = MC$, якщо $P > AVC$.
- C) Вибрати нову технологію.
- D) Зменшити накладні витрати.
- E) Продовжувати виробництво до того часу, поки ціна покриває всі постійні витрати.

ВІРНО–НЕВІРНО

1. Якщо ринкова вартість товару постійна, збільшення обсягу випуску продукції вплине на обсяг прибутку фірми.
2. Коли фірма отримує економічний прибуток, то кажуть, що вона має лише нормальний прибуток.
3. Якщо крива граничних витрат фірми перетинає криву її середніх змінних витрат у точці, що відповідає \$400, то фірма зупинить виробництво за поточної ціни продукту менше \$400.
4. Фірма отримує нульову економічну прибуток, коли її загальний дохід дорівнює загальним витратам за даного обсягу випуску продукції.
5. Реакція галузі на зміни у ринковому попиті залежить зокрема від тривалості аналізованого періоду.

ВПРАВИ

1. Підприємство функціонує в умовах досконалої конкуренції де ціна та витрати сформовані наступним чином:

Ціна товару P : 40 USD/од.

Середні витрати (AC): 30 USD/од.

Граничні витрати (MC): 30 USD/од.

Випуск (Q): 100 од.

Завдання:

- a) розрахуйте розмір прибутку фірми
- b) чи доцільно підприємству змінювати обсяг виробництва для максимізації прибутку

2. Фірма в умовах чистої конкуренції постійні витрати виробництва фірми становлять 1400 євро.

Змінні витрати апсуються рівнянням $VC=100q^2$ функція.

Ринкова ціна товару становить 800 євро.

Завдання:

- 1) Визначте розмір виробництва компанії ($TC=TR$).
- 2) Обчисліть прибуток компанії!

5. Ha a termék ára nem elegendő a termelés átlagos költségeinek fedezésére, a cég köteles:

- A) A lehető leghamarabb leállítani a gyártást.
- B) Csak azon a szinten folytassa az ártermelést, ahol $P = MC$, ha $P > AVC$.
- C) új technológiát választani.
- D) Csökkenteni a rezsiköltségeket.
- E) Folytatni a termelést, amíg az ár nem fedezi az általános fix költséget

IGAZ–HAMIS

1. Ha a termék piaci értéke állandó, a kibocsátás volumenének növekedése hatással lesz a vállalat profitjának nagyságára.
2. Amikor egy cég gazdasági profitot termel, akkor azt mondják, hogy csak normál profitja van.
3. Ha a cég határköltség-görbéje metszi az átlagos változó költség-görbét 400 dolláros szinten, akkor a vállalat leállítja a termelést, ha a termék ára 400\$ alá esik.
4. Egy vállalat akkor kap nulla gazdasági nyereséget, ha teljes bevétele megegyezik egy adott termelési volumen összköltségével.
5. Az iparág reakciója a piaci kereslet változásaira főleg az elemzett időszak időtartalmától függ.

GYAKORLATI FELADATOK

1. Egy vállalat tökéletes piacon működik, ahol a termék ára és költségadatai a következőképpen alakulnak:

Termék ára (P): 40 USD/egység

Átlagköltség (AC): 30 USD/egység

Határköltség (MC): 30 USD/egység

Termelt mennyiség (Q): 100 egység

Kérdések:

- a) Számítsd ki a vállalat profitját!
- b) Érdemes-e a vállalatnak változtatnia a termelt mennyiségen a profit maximalizálása érdekében?

2. Egy tökéletesen versenyző vállalat rövidtávon 1400 egységnyi fix költséggel termeli termékét.

Változó költségei $VC=100q^2$ függvény szerint alakulnak.

A termék piaci ára 800 EUR.

Feladat:

- 1) Határozza meg a vállalat termelésének nagyságát! ($TC=TR$)
- 2) Számítsa ki a vállalat profitját!

ТЕМА 10 МОНОПОЛІЯ

Анотація. Характерні ознаки недосконалої конкуренції. Визначення монополії. Природні, економічні, адміністративні та правові бар'єри монопольного ринку. Різновиди монополій: відкриті, закриті, природні. Двостороння монополія. Моносонія. Диверсифікація виробництва. Монопольна влада. Джерела монопольної влади. Показники монопольної влади (індекс Херфіндаля-Хіршмана). Монопольна ціна. Визначення монополістом ціни та обсягу виробництва (графічна, та алгебраїчна інтерпретація). Вплив на поведінку монополіста цінової еластичності попиту. Пропозиція фірми-монополіста та особливості її формування. Цінова дискримінація. Демпінг. Рівновага фірми-монополіста у довготер-міновому періоді. Економічні наслідки та соціальна ціна монополії. Необхідність запобігання монополізму і проведення антимонопольної політики. Антимонопольна політика: основні принципи механізм дії. Методи антимонопольного регулювання: адміністративні та економічні. Особливості монопольної політики в Україні.

Протилежністю досконалої конкуренції є монополія, коли лише один виробник на ринку задовольняє весь попит. Оскільки монополія стикається лише з ринковим попитом, це створює для неї особливу ситуацію. Монополія сама встановлює ринкову ціну, тому вона є суб'єктом ринку, який не приймає, а визначає ціну. З огляду на свою ринкову монопольну владу, вона може вирішувати не тільки про те, скільки виробляти, а й за якою ціною продавати, тому її рішення стосується кількості продукції та розміру ціни.

У той же час продавець-монополіст також повинен адаптуватися до ринку, оскільки попит також є даністю. Відповідно до закону попиту, якщо ви збільшите ціну, ви можете продати лише меншу кількість. Монополія одночасно приймає рішення щодо ринкової ціни та пропонованої кількості: якщо вона вирішила, за якою ціною вона буде продавати, то кількість, яку можна продати, визначається на основі ринкового підходу. І навпаки, якщо визначає кількість пропонованого продукту, тоді попит диктує ту ринкову ціну, за якою можна продати проповану кількість, визначаючи отримання максимально можливого прибутку.

На монопольному ринку існує лише одна компанія. Вона сама може визначити ціну та інші умови.

Теоретично про монополію говорять, коли немає іншої альтернативи товару, що пропонує виробник, на ринку немає товару-замінника, який міг би таким же чином задовольнити певну потребу споживача.

При монополії:

- Один учасник ринку забезпечує весь асортимент даного товару і має великий обсяг капіталу.
- Вибір для споживачів обмежений, тому що немає абсолютно ніякої іншої заміни товару, що пропонує компанія, що виробляє його одна.
- Зазвичай монополії встановлюють ціни, оскільки за відсутності конкурентів вони можуть впливати на ринкове ціноутворення. Однак це не означає, що ціна на нього може бути абсолютно довільною (споживачі не в змозі заплатити будь-яку ціну, навіть якщо продукт не має замінників).
- Монополія не дає конкурентам вийти на ринок. Він характеризується усуненням і обмеженням конкуренції, і тим самим перешкоджає оптимальному використанню ресурсів.

10. TÉMA MONOPÓLIUM

Annotáció. A tökéletlen versenypiac jellemző jelei. A monopólium meghatározása. A monopólium természetes, gazdasági, adminisztratív és jogi akadályai. A monopóliumok típusai: nyitott, zárt, természetes. Kétoldalú monopólium. A termelés diverzifikálása. Monopol hatalom. A monopol hatalom forrásai. A monopolhatalom mutatói (Herfindahl-Hirschman index). Monopol ár. A termelés árának és mennyiségének meghatározása a monopolista által (grafikus és algebrai értelmezés). A kereslet ár rugalmasságának hatása a monopolista magatartására. Egy monopol cég kínálata és kialakulásának sajátosságai. Árdiszkrimináció. Dömping. Monopol cég egyensúlya hosszú távon. A monopólium gazdasági következményei és társadalmi költségei. A monopólium megakadályozásának és a monopóliumellenes politika végrehajtásának szükségessége. Monopóliumellenes politika: alapelvek, hatásmechanizmus. A monopóliumellenes szabályozás módszerei: közgazdasági és gazdasági. A monopólium-ellenes politika sajátosságai Ukrajnában.

A tökéletes versenynek mintegy ellentéte a monopólium, amikor a piacon egyetlen termelő elégíti ki a keresletet. Mivel a monopólium egyedül áll szemben a piaci kereslettel, ez különleges helyzetet eredményez számára. A monopólium saját maga állapítja meg a piaci árat, ezért nem árelfogadó, hanem ár meghatározó piaci szereplő. Piaci monopolhatalmát tekintve nemcsak arról dönthet, hogy mennyit termeljen, hanem arról is, hogy milyen áron értékesítsen, döntése tehát a kibocsátás mennyiségére és az ár nagyságára vonatkozik.

Ugyanakkor a monopolista eladónak is alkalmazkodnia kell a piachoz, hiszen a kereslet számára is adottság. A kereslet törvénye szerint, ha növelni akarja az árat, akkor csak kevesebbet tud eladni. A monopólium szimultán módon, együttesen dönt a piaci árról és a kínált mennyiségről: ha eldöntötte, hogy milyen áron ad el, akkor a piaci kereslet alapján már adódik az eladható mennyiség. Megfordítva: ha dönt a kínált mennyiségről, akkor a kereslet megszabja azt a piaci árat, amelyen a kínált mennyiség értékesíthető. , úgy határozza meg azt, hogy a lehető legnagyobb profitot tudja realizálni.

A monopol piacon egyetlen vállalat jelenik meg. Egyedül képes meghatározni az árat és egyéb feltételeket.

A monopóliumról elméletileg akkor beszélünk, ha valamely termelő által kínált árunk nincs másik alternatívája, nincsen olyan helyettesítő termék a piacon, amely azonos módon tudna kielégíteni egy adott fogyasztói szükségletet.

A monopólium jellemzői:

- A piacon egyetlen résztvevő nyújtja az adott termék teljes kínálatát, és nagy tőkeerővel rendelkezik.
- A fogyasztók számára korlátozott a választás, mert a rendszerint egyedül termelő vállalat által kínált árunknak egyáltalán nincs más helyettesítője.
- A monopóliumok általában ár meghatározók, mert versenytársak hiányában ők maguk szabják meg a piaci árakat. Ez azonban nem jelenti azt, hogy ár meghatározása teljesen tetszőleges lehetne (a fogyasztók bármekkora árat nem képesek megfizetni még ha nem is helyettesíthető a termék.)
- A monopólium akadályozza a versenytársak piacon való megjelenését. A verseny kiiktatása, korlátozása jellemző rá, és ezzel az erőforrások optimális felhasználását is akadályozza.

В даний час дуже рідко трапляється, щоб продукт продавався лише одним виробником. Природна монополія розвивається в галузях, які потребують значних інвестицій, тому що будівництво паралельних потужностей не має сенсу. Такі монополії можуть утворюватися в секторах залізниці, газу та електроенергії (Укрзалізниця, Нафтогаз тощо).

Монопольне становище завжди є відносним, воно залежить від того, наскільки вузько чи широко ми трактуємо ринок. Наприклад, Київський метрополітен є єдиним гравцем на ринку громадського транспорту Києва, але не в транспорті Києва, оскільки компанії таксі та приватні автомобілі, автобуси та тролейбуси є гравцями на транспортному ринку Києва: громадський транспорт, таксі, власний автомобіль або велосипед є заміниками для пасажирів, хоча заміна не ідеальна. Загалом, ми можемо сказати, що чим більше взаємозамінний товар, тим менш монопольним буде його ринок.

Ситуація чистої монополії може виникнути не тільки на стороні продавця, а й на стороні покупця. Ситуація на ринку, коли на даний продукт є лише один клієнт, називається монопсонією. Особливий випадок, коли існує лише один суб'єкт з обох сторін ринку – тобто як з боку покупця, так і з боку продавця – називається двосторонньою монополією.

У більшості країн діяльність «штучних» (понад 50% ринку) монополій регулюється державою і суворо карається. (Microsoft для США). Державні повноваження поширюються на дозвіл входу (концесію), ціни, обсяг виробництва та якість.

Ці два крайні випадки (монополію та конкурентний ринок) можна чітко змоделювати, але насправді типовими є переважно проміжні ситуації.

Крива граничного доходу – це пара кривої попиту з подвійним нахилом (одна з ділянок осі однакова, а нахил подвійний).

Як ми бачили під час дослідження еластичності, попит на продукти з еластичним за ціною попитом змінюється на більший відсоток, ніж їх ціни. З цього чітко випливає, що граничний дохід монополії додатний, якщо попит на продукт є еластичним за ціною. З рисунка 10.1 можна прочитати, що на ділянці лінійної кривої попиту, що відповідає величинам $0-Q_1$, загальний дохід зростає зі збільшенням проданої кількості, граничний дохід додатний, оскільки попит є еластичним за ціною. У функції попиту у точці одиничної еластичності (Q_1) загальний дохід досягає свого максимуму, а граничний дохід стає нульовим. При подальшому збільшенні проданої кількості загальний дохід зменшується, а граничний дохід стає від'ємним. Тоді еластичність попиту за ціною менше одиниці за абсолютним значенням, отже, ми перебуваємо на нееластичній частині кривої попиту.

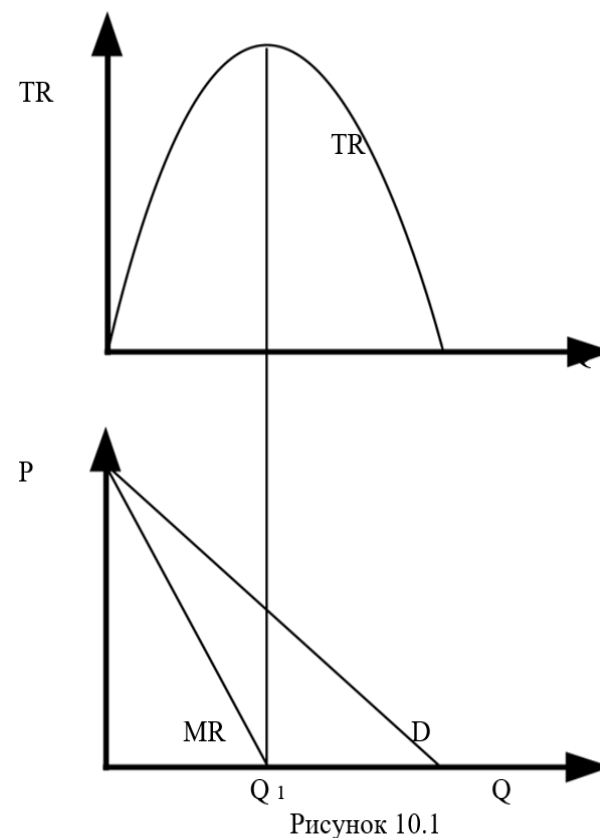


Рисунок 10.1

Napjainkban nagyon ritkán fordul elő, hogy egy termék piacán egyetlen termelő legyen. A természetes monopólium olyan ágazatokban alakul ki, amely jelentős beruházásokat igényel, mert a párhuzamos kapacitások kiépítése értelmetlen. Ilyen monopóliumok a vasút, gáz és az áramszolgáltatás területén alakulhatnak ki (MÁV, Magyar Posta).

A monopólium mindig relatív, attól függ, milyen szűken vagy tágan értelmezzük a piacot. Például a BKV Rt. egyedüli piaci szereplő a budapesti tömegközlekedésben, de nem az a budapesti közlekedésben, hiszen a taxi társaságok, magánautók egyaránt szereplői a budapesti közlekedési piacnak: a tömegközlekedés, a taxi, a saját autó, vagy a kerékpár a közlekedők számára egymás helyettesítői, ha a helyettesítés nem is tökéletes. Általánosságban azt mondhatjuk, minél inkább helyettesíthető egy jószág, annál kevésbé lesz a piaca monopolista.

Tiszta monopólium nemcsak az eladói, hanem a vevői oldalon is kialakulhat. Azt a piaci helyzetet, amikor egyetlen vásárlója van egy adott terméknek, monopsoniának nevezzük. Azt a speciális esetet, amikor a piac mindkét oldalán – azaz a vevői és eladói oldalon egyaránt – csak egy szereplő van, bilaterális monopóliumnak nevezzük.

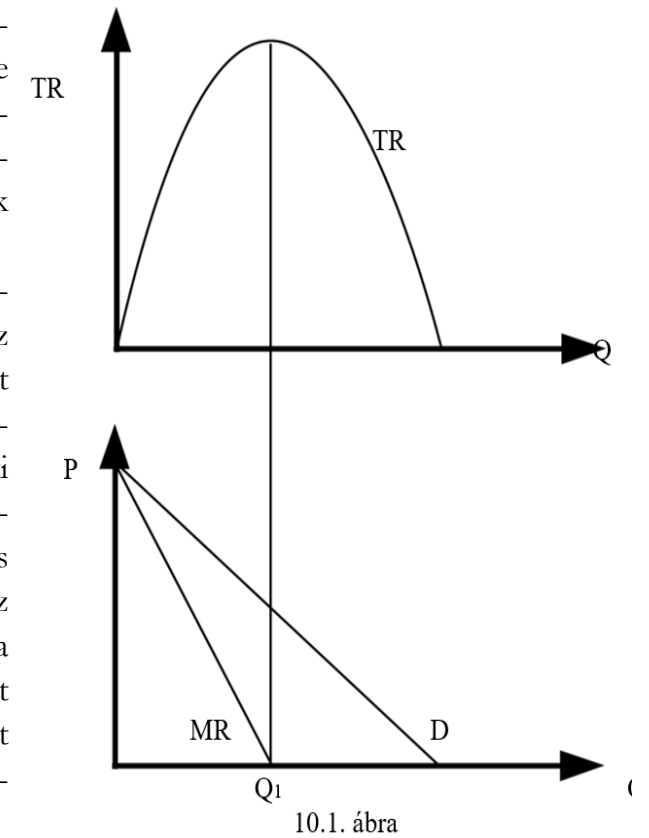
A „mesterséges” (50% fölötti piaci részesedés) monopóliumok tevékenységét a legtöbb országban államilag is szabályozzák, és szigorúan büntetik. (Microsoft per USA). Az állami fennhatóság kiterjed a belépés engedélyezésére (koncesszió), az árakra, a termelési mennyiségekre, és a minőségre.

E két szélsőséges eset (monopólium és a versenypiac) tisztán modellezhető, de a valóságban többnyire a köztes helyzetek jellemzőek.

A határbevétel görbe a keresleti görbének a kétszeres meredekségű párja (egyik tengelymetszet megegyezik, a meredekség pedig a duplája).

Ahogy azt a rugalmasság vizsgálatánál láttuk, az ár rugalmas keresletű termékek kereslete nagyobb százalékkal változik, mint az árak. Ebből egyértelműen következik, hogy a monopólium határbevétele pozitív, amennyiben a termék kereslete ár rugalmas.

A 10.1. ábrából leolvasható, hogy a lineáris keresleti görbe $0-Q_1$ mennyiségekhez tartozó szakaszán a teljes bevétel az eladott mennyiség növelésével nő, a határbevétel pozitív, mivel a kereslet ár rugalmas. A keresleti függvény egységnyi ár rugalmasságú pontjában (Q_1) az összbevétel eléri maximumát és a határbevétel nulla lesz. Tovább növelve az eladott mennyiséget az összbevétel csökken, a határbevétel negatívvá válik. Ekkor a kereslet ár rugalmassága abszolút értékben kisebb, mint egy, így a keresleti görbe ár rugalmatlan szakaszában vagyunk.



10.1. ábra

Припускаючи раціональну поведінку, компанія буде виробляти і продавати в такому діапазоні кількостей, в якому зі збільшенням виробництва її загальний дохід (TR) зростає (або, принаймні, не зменшується), а її граничний дохід (MR) є додатним (або не від'ємним). Тоді попит на продукт компанії є еластичним за ціною, тобто еластичну за ціною ділянку функції попиту можна вважати відповідною індивідуальною функцією попиту компанії з точки зору прийняття рішень.

Монополіст максимізує прибуток у випадку:

$$MR=MC$$

Монополія не має конкурентів, її функція попиту така ж, як і функція ринкового попиту! Компанія-монополіст не виробляє на нееластичній за ціною ділянці кривої ринкового попиту, тому її індивідуальна функція попиту є ділянкою функції ринкового попиту, де $|\epsilon| \geq 1$.

Ми знаємо, що умовою максимізації прибутку завжди є рівність граничного доходу та граничних витрат, тому оптимальна пропозиція (у короткостроковому періоді) також тут: Q' , де $MR=MC$, якщо $P > AVC$ (у короткостроковому періоді, навіть монополія може виробляти в збиток).

Ціна визначається на основі функції попиту (див. рис. 2), ринкова ціна для Q' дорівнює P' , в оптимальності $P > MC$. Якщо граничний дохід монополії нижчий за ринкову ціну ($MR < P$), з цього також випливає, що граничні витрати на оптимальний випуск монополії нижчі за ринкову ціну ($MC < P$).

На монопольному ринку ціна перевищує граничні витрати, і клієнти платять більше, ніж коштує виробництво останньої одиниці продукту. Саме ця різниця вказує на «ринкову владу» компанії, оскільки завдяки своєму монопольному становищу вона здатна підняти ціни вище граничних витрат. Базуючись на рис. 10.2: компанія максимізує свій прибуток, коли її граничний дохід (MR) дорівнює її граничним витратам (MC), тому кількість продукції, що відповідає перетину функцій граничного доходу (MR) і граничних витрат (MC), буде бути оптимальним випуском компанії (Q'). Для цього обсягу виробництва ціна (P') визначається на основі функції попиту. За допомогою рис. 2 ми можемо визначити загальний дохід компанії ($TR = P' \cdot Q'$) і загальні витрати ($TC = ATC(Q') \cdot Q'$), а різниця між ними виражатиме розмір реального прибутку компанії. Розмір прибутку на малюнку представлено різницею між більшим і меншим прямокутниками, заштрихованою площею.

Під час аналізу поведінки пропозиції в компаніях з досконалою конкуренцією ми не тільки досліджували умови випуску, які забезпечують максимальний прибуток, але також і те, які цінові та виробничі діапазони можна визначити для компанії за допомогою її помітних моментів - беззбитковості та точки закриття. Ми бачили, що в діапазоні цін між точкою закриття і точкою беззбитковості компанія виробляє навіть зі збитками.

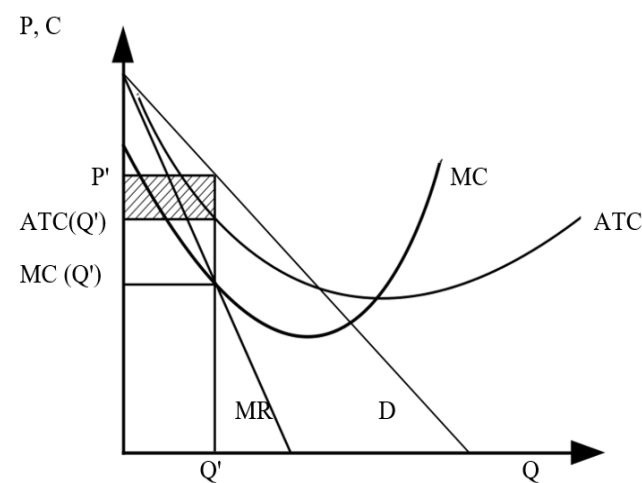


Рис. 10.2

Racionális magatartást feltételezve a vállalatról abban a mennyiségi tartományban fog termelni, értékesíteni, amelyben a termelés növelésével összbevétele (TR) nő (vagy legalábbis nem csökken), határbevétele (MR) pozitív (illetve nem negatív). Ekkor a vállalat terméke iránti kereslet ár rugalmas, vagyis a keresleti függvény ár rugalmas szakasza tekinthető a döntéshozatal szempontjából a vállalat releváns egyéni keresleti függvényének.

A monopólium profitmaximalizálási feltétele:

$$MR=MC$$

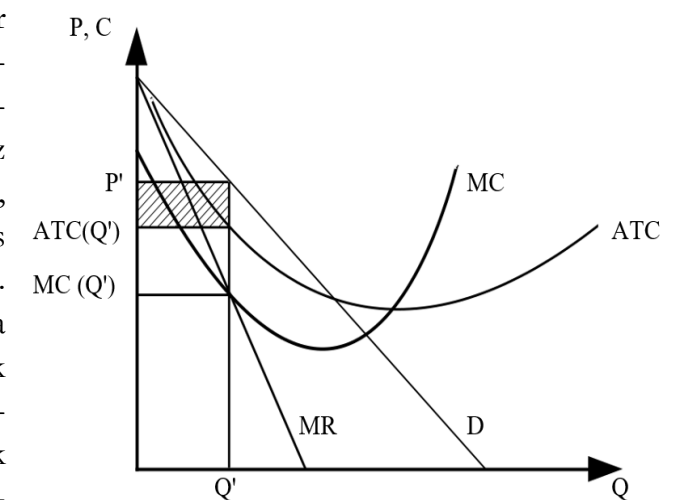
A monopóliumnak nincs versenytársa, a keresleti függvénye megegyezik a piaci keresleti függvényvel! A monopolista vállalat nem termel a piaci keresleti görbe ár rugalmatlan szakaszán, egyéni keresleti függvénye ezért a piaci keresleti függvénynek az a szakasza, ahol $|\epsilon| \geq 1$.

Tudjuk, hogy a profitmaximum feltétele minden esetben a határbevétel és határköltség egyenlősége, ezért az optimális kínálat (rövid távon) itt is: Q' , ahol $MR=MC$, ha $P > AVC$ (rövid távon a monopólium is termelhet veszteségesen).

Az ár meghatározása a keresleti függvény alapján történik (lásd 2. ábra), a Q' -hoz tartozó piaci ár a P' , az optimumban $P > MC$. Ha ugyanis a monopólium határbevétele kisebb, mint a piaci ár ($MR < P$), ebből az is következik, hogy a monopólium optimális outputjához tartozó határköltség kisebb a piaci árnál ($MC < P$).

Monopolista piacon ezért a piaci ár meghaladja a határköltséget, a vevők többet fizetnek, mint amennyibe az utolsó termékegység előállításra kerül. Pontosan ez az eltérés jelzi a vállalat „piaci hatalmát”, hiszen az monopolhelyzeténél fogva képes az árakat a határköltség fölé emelni. A 10.2. ábra alapján: vállalat akkor maximalizálja profitját, ha határbevétele (MR) megegyezik a határköltségével (MC), tehát a határbevétel (MR) és a határköltség (MC) függvények metszéspontjához tartozó termelési mennyiség lesz a vállalat optimális kibocsátása (Q'). Ehhez a termelési mennyiséghez az árat (P') a keresleti függvény alapján határozza meg. A 10.2. ábra segítségével meghatározhatjuk a vállalat teljes bevételét ($TR = P' \cdot Q'$) és teljes költségét ($TC = ATC(Q') \cdot Q'$), a kettő különbségeként pedig a vállalat által realizálható profit nagyságát. A profit nagyságát az ábrán a nagyobb és a kisebb téglalap különbsége, a bevonalkázott terület képviseli.

A kínálati magatartás elemzésénél a tökéletesen versenyző vállalatoknál nemcsak azt vizsgáltuk meg, mi a maximális profitot biztosító kibocsátás feltétele, hanem azt is, hogy nevezetes pontjai – fedezeti és üzemszüneti pontok – segítségével milyen ár – és termelési tartományok határozhatók meg a vállalat számára, s ezekben hogyan alakul termelése. Látuk, hogy az üzemszüneti és a fedezeti pont közötti ártartományban a vállalat veszteség esetén is termel.



10.2. ábra

В умовах монополії також можна інтерпретувати **точку закриття та точку беззбитковості**. Якщо ринкова ціна більша або дорівнює середнім змінним витратам монополії, компанії доцільно виробляти в короткостроковій перспективі, оскільки її втрати у випадку виробництва становитимуть лише частину постійних витрат. І якщо вона призупиняє своє виробництво, усі постійні витрати виявляються для неї збитками, як ми бачили у випадку компанії з досконалою конкуренцією.

У випадку монополії **точка беззбитковості та точка закриття не можуть бути пов'язані з одним фіксованим обсягом виробництва**, адже в залежності від функції галузевого попиту цей стан виникатиме за різних обсягів виробництва.

На відміну від компанії з досконалою конкуренцією, не тільки умови витрат, а й зміна попиту впливають на рівень виробництва, при якому монополія стає беззбитковою або закриває виробництво.

У беззбитковому стані монополії також характерно, що загальний дохід дорівнює загальним витратам, ринкова ціна дорівнює середнім витратам, але ця точка не буде на мінімумі функції середніх витрат. Таким же чином, точка закриття не обов'язково належить до точки мінімуму функції середніх змінних витрат. В принципі, залежно від стану галузевого попиту може бути нескінченна кількість ситуацій, коли компанія перебуває в стані беззбитковості або зупинки виробництва, тобто ринкова ціна в умовах оптимального випуску покриває лише середні витрати або середні змінні витрати.

Досліджуючи поведінку компаній стосовно пропозиції, ми визначили функцію пропозиції компанії в умовах досконалої конкуренції, яка, як ми побачили, є ділянкою функції граничних витрат компанії вище точки закриття. Ми розглядали функцію граничних витрат як функцію пропозиції тому, бо за її допомогою ми змогли однозначно визначити, що певній ринковій ціні (що є даністю для компанії) які кількість пропозиції відповідає.

Якщо галузь характеризується чистою монополією, то функція граничних витрат (MC) компанії не може вважатися функцією пропозиції. Ми знаємо, що за критерієм максимального прибутку оптимум знаходиться на перетині функцій граничних витрат і граничного доходу. Проте, в принципі, нескінченна кількість функцій граничного доходу (MR) може проходити через одну точку функції граничних витрат, залежно від форми функції галузевого попиту. Тому одна і та сама кількість може мати кілька цін. З огляду на подібний хід думок можна також побачити, що за однаковою ціною монополія може пропонувати різну кількість продуктів для продажу залежно від функції попиту. Тому неможливо визначити чіткий зв'язок між ринковою ціною та кількістю продукції, що поставляється на ринок, з цієї причини монополія **не має функції пропозиції**.

Пропозицію монополії та ціну, яку вона визначає, можна точно визначити, знаючи функції попиту та витрат, тому **її поведінку пропозиції та механізм прийняття рішень можна охарактеризувати за допомогою принципу максимізації прибутку так само**, як у випадку досконалої конкуренції. Досконало конкурентна фірма реагує на зміни ринкових цін які є зовнішніми по відношенню до неї і тому її поведінку пропозиції можна охарактеризувати функцією пропозиції, яка описує зв'язок між цінами та кількістю. Монополія **реагує на зміни ринкового попиту**. Зміна ринкового попиту змінює її функцію граничного доходу, а, отже, і **обсяг продукції, що забезпечує максимальний** прибуток і відповідну ціну. Порівняно з конкурентною компанією, вона не реагує на ціни, які розвиваються незалежно від неї самої, але своїм рішенням про пропозицію – скоригованою до обмежень попиту – також визначає ринкову ціну.

Monopólium esetén is értelmezhető a **fedezeti és az üzemszüneti (üzembezárási)** állapot. Abban az esetben, ha a piaci ár nagyobb vagy egyenlő a monopólium átlagos változó költségével, a vállalatnak rövidtávon érdemes termelni, hiszen vesztesége termelés esetén csak a fix költség egy része lesz. Amennyiben pedig szünetelteti termelését, a fix költség egésze veszteséggént jelenik meg számára éppúgy, ahogy azt a tökéletesen versenyző vállalatnál láttuk.

Monopólium esetén a **fedezeti és az üzemszüneti pont nem köthető egyetlen fix termelési mennyiséghez**, az iparági keresleti függvényről függően más és más termelési mennyiség mellett alakulhat ki ez a helyzet.

A tökéletesen versenyző vállalattal ellentétben nemcsak a költségviszonyok, hanem a kereslet alakulása is befolyásolja, hogy milyen termelési mennyiség mellett kerül fedezeti, illetve üzemszüneti állapotba a monopólium.

A monopólium fedezeti állapotában is igaz, hogy a teljes bevétel megegyezik a teljes költséggel, a piaci ár az átlagköltséggel, de ez a pont nem az átlagköltség függvény minimumában lesz. Ugyanígy az üzembezárási pont sem tartozik szükségszerűen az átlagos változó költség függvény minimumpontjához. Elvileg végtelen sok olyan helyzet lehet az iparági kereslet alakulásától függően, amikor a vállalat fedezeti vagy üzemszüneti állapotában van, azaz az optimális kibocsátáshoz tartozó piaci ár csak az átlagköltséget illetve átlagos változó költséget fedezi.

A vállalatok kínálati magatartásának vizsgálatánál tökéletes verseny körülményei között meghatároztuk a vállalat kínálati függvényét, amely mint láttuk a vállalat határköltség függvényének az üzembezárási pont feletti szakasza. A határköltség függvényt azért tekinthettük kínálati függvénynek, mert segítségével egyértelműen meg tudtuk határozni, hogy milyen piaci árhoz – ami a vállalat számára külső adottság -mekkora kínálati mennyiség tartozik.

Ha egy iparágra tiszta monopolhelyzet jellemző, akkor a vállalat határköltség függvényét (MC) nem tekinthetjük kínálati függvénynek. Tudjuk, hogy a profitmaximum kritériuma szerint az optimum a határköltség- és a határbevételi függvény metszéspontjában van. A határköltség függvény egy pontján azonban elvileg végtelen sok határbevételi függvény (MR) mehet át az iparági keresleti függvény alakjától függően. Ugyanahhoz a mennyiséghez ezért több ár is tartozhat. Hasonló gondolatmenettel belátható az is, hogy ugyanakkora ár mellett a monopólium a keresleti függvényről függően különböző termékmennyiséget kínálhat fel eladásra. Nem határozható meg tehát egyértelmű kapcsolat a piaci ár és a piacra vitt termékmennyiség között, emiatt a **monopóliumnak nincs kínálati függvénye**.

A monopólium kínálata és az általa meghatározott ár a keresleti és költségfüggvények ismeretében pontosan meghatározható, ezért **kínálati magatartása**, döntési mechanizmusa a **profitmaximalizálási elv segítségével ugyanúgy jellemezhető**, mint tökéletes verseny esetén. A tökéletesen versenyző vállalat a számára külső adottságot jelentő piaci árak változására reagál, ezért kínálati magatartása az árak és mennyiségek közötti összefüggést leíró kínálati függvényrel jellemezhető. A monopólium a **piaci kereslet változására reagál**. A piaci kereslet változása módosítja határbevételi függvényét, és ezzel a profitmaximumot biztosító outputot és a hozzátartozó árat. A kompetitív vállalattal szemben nem a tőle függetlenül alakuló árakra reagál, hanem kínálati döntésével – a keresleti korlátokhoz igazodva – egyben a piaci árat is meghatározza.

У довгостроковій перспективі через бар'єри входу на ринок **немає вільного входу та виходу з нього**, тому функціонування ринкового механізму не змушує монополію виробляти в точці беззбитковості. Таким чином, монополія – на відміну від досконало конкурентної компанії – може отримати **позитивний економічний прибуток у довгостроковому періоді**.

У практичному житті монополії використовують не тільки метод визначення ціни, представлений у попередньому випадку. Володіючи монопольною владою, вони намагаються перетворити якомога більшу частину споживчого надлишку та втрати навантаження в надлишок виробника, використовуючи різноманітні варіанти ціноутворення.

Одним із найпоширеніших методів ціноутворення є **прибуткове ціноутворення**. У цьому випадку ціна формується таким чином: до витрат на виробництво продукту (прямі + непрямі витрати) ми додаємо певний відсоток – на основі норми прибутку – від прибутку продукту.

Норма прибутку залежить від еластичності попиту за ціною: чим більш еластичніший ринковий попит, тим нижча норма прибутку і навпаки. Чим еластичніший попит, тим більше є товарів-замінників, що є обмежуючим фактором у реалізації надлишку понад собівартістю. З іншого боку, чим менша цінова еластичність попиту на продукт, тобто чим менше його замінність, тим більше ринкова ціна може відхилитися від граничних витрат.

Іншою дуже часто використовуваною стратегією ціноутворення є **цінова дискримінація**, під час якої компанія-монополіст визначає різні ціни продажу на той самий продукт чи послугу, розділяючи потенційних покупців за різними аспектами.

Можна виділити три основні випадки цінової дискримінації:

- дискримінація першого ступеня або повна цінова дискримінація,
- квадратична або нелінійна цінова дискримінація,
- цінова дискримінація третього ступеня.

Суть **цінової дискримінації першого ступеня** полягає в тому, що компанія продає один і той же товар кожному споживачеві за різною ціною. **Кожен споживач** купує продукт за власною **резервованою ціною, тому функція граничного доходу компанії така ж, як і функція ринкового попиту**. Як наслідок, випуск компанії буде таким же, як і в досконало конкурентній галузі, а ринкові ціни будуть формуватися відповідно до резервної ціни окремих споживачів. Для кожного споживача ринкова ціна буде різною. За таких обставин споживчий надлишок і незворотні(чисті) суспільні втрати будуть дорівнювати нулю, обидва будуть перетворені в надлишок виробника. Кінцевий результат з точки зору добробуту такий самий, як і в умовах досконалої конкуренції, оскільки **немає** незворотних(чистих) суспільних втрат. Але надлишку споживача також немає, монополія може бути реалізована в конкурентних умовах перетворює загальний надлишок споживача в надлишок виробника! Насправді застосувати це ціноутворення досить складно, тому що необхідно знати резерваційну ціну кожного споживача.

Цінової дискримінації другого ступеня: різні одиниці товару продаються за різними цінами, і компанія продає свою продукцію споживачам за різними цінами залежно від кількості, придбаної одночасно (наприклад, надає знижку за кількість придбаного товару). Компанія використовує нелінійне ціноутворення, подвійну ціну, що складається з двох частин, фіксованої плати за користування продуктом або послугою (наприклад, плата за вхід) і ціну за одиницю, яку потрібно сплатити за одну одиницю продукту.

Hosszú távon a belépési korlátok miatt **nincs szabad be- és kilépési lehetőség** a piacon, ezért a piaci mechanizmus működése nem kényszeríti a monopóliumot arra, hogy fedezeti pontjában termeljen. Ezért a monopólium – a tökéletesen versenyző vállalattal ellentétben – **hosszú távon pozitív gazdasági profitot is realizálhat**.

A gyakorlati életben a monopóliumok az ármeghatározásnak nemcsak az előző esetben bemutatott módját használják. A monopolhatalom birtokában igyekeznek a különböző árképzési lehetőségek kihasználásával a fogyasztói többlet és a holtteher-veszteség minél nagyobb hányadát termelői többletté alakítani.

Az egyik leggyakrabban használt árképzési módszer a **haszonkulcsos árképzés**. Ebben az esetben az ár a következőképpen alakul ki: az egy termékre jutó termelés költségeihez (közvetlen+közvetett költségek) hozzáadjuk meghatározott százalékban – a haszonkulcs alapján – az egy termékre jutó profitot.

A haszonkulcs a kereslet ár rugalmasságától függ: minél rugalmasabb a piaci kereslet annál kisebb haszonkulcs és megfordítva. Minél rugalmasabb a kereslet, annál több helyettesítő termék, ami korlátozó tényező az árban a költség feletti többlet realizálásban. Másrészt minél kisebb egy termék keresletének ár rugalmassága – azaz minél kevésbé helyettesíthető –, annál nagyobb mértékben téríthető el a piaci ár a termék határköltségétől.

A másik nagyon gyakran alkalmazott árképzési stratégia az **árdiszkrimináció**, amely során a monopolista vállalat a potenciális vásárlók különböző szempontok szerinti elkülönítésével különböző eladási árakat határoz meg ugyanazon termékre, szolgáltatásra.

Az árdiszkrimináció három alapesetét különböztethetjük meg:

- elsőfokú, vagy tökéletes árdiszkrimináció,
- másodfokú, vagy nem lineáris árdiszkrimináció,
- harmadfokú árdiszkrimináció.

Az **elsőfokú árdiszkrimináció** lényege, hogy a vállalat minden egyes fogyasztónak más és más áron értékesíti ugyanazt a terméket. **Minden fogyasztó saját rezervációs árán** vásárolja meg a terméket, így a vállalat határbevételi függvénye megegyezik a piaci keresleti függvénnyel. Ennek következményeként a vállalat kibocsátása azonos lesz a tökéletesen versenyző iparág kibocsátásával, a piaci árak pedig az egyes fogyasztók rezervációs árának megfelelően alakulnak ki. A piaci ár minden fogyasztó számára más lesz. Ilyen körülmények között a fogyasztói többlet és a holtteher-veszteség nulla lesz, mindkettő termelői többletté alakul át. A végeredmény jóléti szempontból ugyanaz, mint a tökéletes versenyben, hiszen **nincs holtteher-veszteség**. De fogyasztói többlet sincs, a monopólium a kompetitív viszonyok között realizálható teljes fogyasztói többletet termelői többletté alakítja! A valóságban elég nehéz ezt az árképzést alkalmazni, mert ehhez ismerni kell az egyes fogyasztók rezervációs árát.

Másodfokú árdiszkrimináció esetén a különböző termékegységeket különböző áron értékesítik, a vállalat termékeit az egyidejűleg megvásárolt mennyiségtől függően más-más áron adja el a fogyasztónak. (pl. mennyiségi árengedményt ad.). A vállalat nem lineáris árképzést alkalmaz, pl. kétrészes árat, egy fix díjat a termék vagy szolgáltatás használatáért (pl. belépődíj), és egy egységárat, amit egy termékegységért fizetni kell.

Застосовувати **цінову дискримінацію третього ступеня можна в тому випадку**, якщо окремі групи споживачів можна помітно відокремити на основі **еластичності попиту за ціною**. У таких випадках компанії встановлюють вищу ціну для клієнтів, чий попит є менш еластичним за ціною, і нижчу ціну для клієнтів, чия цінова еластичність більша. Дуже часто використовуваною формою цінової дискримінації є, наприклад, встановлення цін на вхідні квитки (дитячі, пенсіонерські та дорослі) та залізничні квитки.

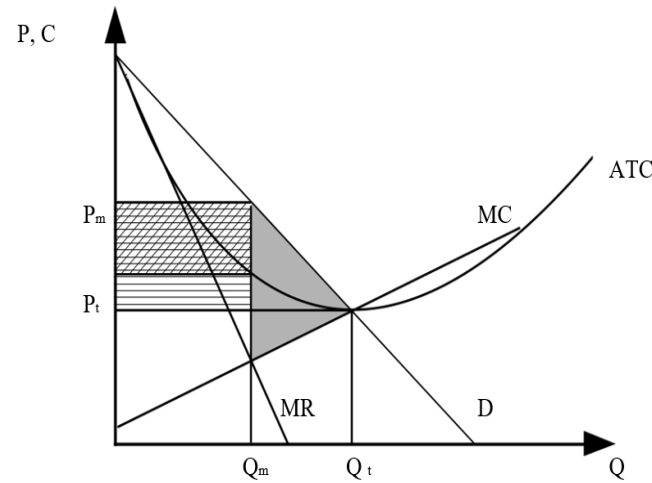


Рис. 10.3

Порівняння добробуту монополістичних ринків і ринків досконалої конкуренції здійснюється на галузевому рівні, припускаючи ідентичний попит і умови витрат. Ми вивчимо, як галузеве виробництво, ринкова ціна, надлишок споживача та виробника розвиваються залежно від структури ринку. Порівняння здійснюється за допомогою рис. 10.3.

Компанія-монополіст постачає на ринок кількість Q_m і продає її за ціною P_m . Оскільки результуюча ціна вища, ніж у випадку досконалої конкуренції, надлишок споживача буде меншим, про що свідчить зменшення площі, яка представляє реалізований надлишок споживача на рисунку.

Через монополізовані умови споживчий надлишок, створений у досконало конкурентній галузі, ділиться на три частини:

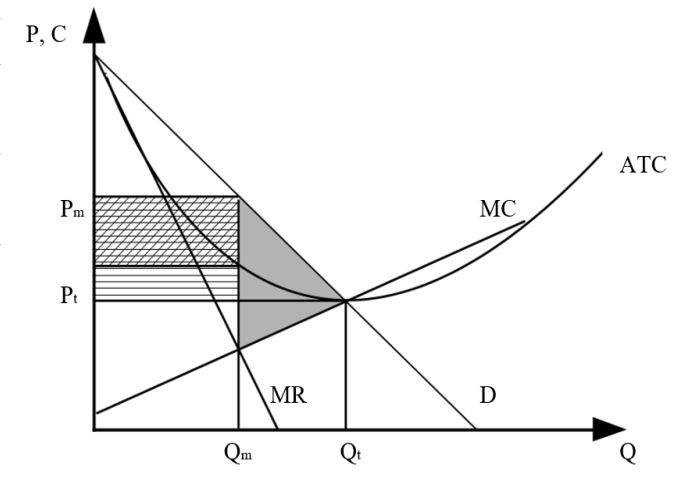
- частина залишається як споживчий надлишок,
- частина його буде надлишком виробника,
- а третя частина втрачена для суспільства, оскільки не виробляється через монополію. На діаграмі різниця між Q_t і Q_m показує кількість продукції, яка навіть не виробляється через ринкові умови.

Якщо уважно розглянути наш графік, то можна побачити, що збитки зазнають не тільки споживачі, але й виробник, оскільки частина надлишку виробника, яка може бути реалізована в умовах досконалої конкуренції, втрачається через зменшення обсягу виробництва. Звичайно, збільшення надлишку виробника внаслідок монопольного виробництва та ціни є більшим, ніж розмір втраченого надлишку виробника, тому в цілому монополія отримує більший надлишок виробника, використовуючи свою монопольну владу. Водночас з рисунку також зрозуміло, що лише частина надлишку, втраченого споживачами, а не весь, перетворюється на надлишок виробника. Зрештою, надлишок споживачів і виробників буде меншим, ніж на конкурентному ринку, тому виникнуть незворотні(чисті) суспільні втрати. Підсумовуючи наші висновки вище, можна дійти висновку, що за однакових умов попиту та умов витрат конкурентна ринкова структура більш вигідна для суспільства.

З точки зору добробуту ринкова структура досконалої конкуренції є більш сприятливою, оскільки на галузевому рівні виробники вивозять на ринок більше продукції за нижчою ціною, ніж у випадку чистої монополії.

Harmadfokú árdiszkriminációra

akkor nyílik lehetősége egy vállalatnak, ha az egyes vevőcsoportok markánsan elkülöníthetők **keresletük árrugalmassága** alapján. Ilyenkor a vállalatok azoknak a vevőknek, akik keresletének árrugalmassága kisebb, magasabb árat, azoknak pedig, akiknek árrugalmassága nagyobb, alacsonyabb árat határoz meg. Nagyon gyakran alkalmazott árdiszkriminációs forma például belépőjegyek (gyermek, nyugdíjas és felnőtt), menetjegyek árának kialakításánál.



10.3. ábra

А монополіста і досконало конкурентні ринки порівнюємо за рівняннями галузевого добробуту, припускаючи ідентичний попит і умови витрат. Ми вивчимо, як галузеве виробництво, ринкова ціна, надлишок споживача та виробника розвиваються залежно від структури ринку. Порівняння здійснюється за допомогою рис. 10.3.

Компанія-монополістична підприємство постачає на ринок кількість Q_m і продає її за ціною P_m . Оскільки результуюча ціна вища, ніж у випадку досконалої конкуренції, надлишок споживача буде меншим, про що свідчить зменшення площі, яка представляє реалізований надлишок споживача на рисунку.

Через монополізовані умови споживчий надлишок, створений у досконало конкурентній галузі, ділиться на три частини:

- egy része megmarad fogyasztói többletnek,
- egy részéből termelői többlet lesz,
- a harmadik része pedig elvész a társadalom számára, mivel a monopolviszonyok miatt nem termelődik meg. Az ábrán a Q_t és a Q_m közötti különbség mutatja meg azt a termelési mennyiséget, amelyet a piaci viszonyok miatt meg sem termelnek.

Ha figyelmesen vizsgáljuk ábránkat, láthatjuk hogy nemcsak a fogyasztókat, de a termelőt is éri veszteség, hiszen a csökkenő termelési mennyiség miatt a tökéletes versenyben realizálható termelői többlet egy része elvész. Természetesen a monopolista kibocsátás és ár miatt keletkező termelői többlet növekedése nagyobb, mint a kieső termelői többlet nagysága, így összességében a monopólium nagyobb termelői többletbe jut monopolhatalmát kihasználva. Ugyanakkor az ábrából az is kitűnik, hogy a fogyasztók számára elvesző többletnek csak egy része – és nem az egésze – alakul át termelői többletté. Végül is a fogyasztói és termelői többlet együttesen kevesebb lesz, mint a kompetitív piacon, ezért holtteher-vesztés keletkezik. Fenti megállapításainkat összegezve arra a következtetésre juthatunk, hogy ugyanolyan keresleti feltételek és költségviszonyok mellett a társadalom számára a kompetitív piaci szerkezet előnyösebb.

Jóléti szempontból a tökéletesen versenyző piaci szerkezet kedvezőbb, mert iparági szinten a termelők több terméket és alacsonyabb áron visznek a piacra, mint tiszta monopólium esetén.

Однак монополія також може бути корисною. Одним із випадків цього є природні монополії, де економічно обґрунтований розмір виробництва близький до ринкового попиту. Результатом цього є те, що одна монополістична компанія може задовольнити ринковий попит дешевше, ніж кілька компаній-конкурентів. Монополії, сформовані на основі економії від масштабу виробництва, характерні для тих галузей, де частка постійних витрат у загальних витратах є високою, а зростання попиту дозволяє продавати обсяг виробництва з економією на масштабі. Характеристика природних монополій полягає в тому, що їх виробництво відбувається зі збільшенням віддачі від масштабу та зменшенням середніх витрат.

Іншою перевагою, яка може виникнути внаслідок існування монополій, є залишок економічного прибутку в довгостроковій перспективі. У результаті монополії мають ресурси для росту та розвитку (інновації, НДДКР).

Причини утворення монополій:

- У випадку, зображеному на рисунку, монополія виникла через те, що мінімальний ефективний розмір надто великий порівняно з розміром ринку. Якщо монополії виникають через те, що мінімальний ефективний розмір великий відносно розміру ринку, а розмір ринку не можна збільшити, тоді ця галузь піддається регулюванню чи іншим формам державного втручання. Звичайно, таке регулювання та втручання також пов'язані з витратами. Регуляторні органи також витратні в обслуговуванні, і зусилля компаній задовольнити вимоги регуляторних органів також є досить витратними. З соціальної точки зору виникає питання, як соціальна вигода, отримана завдяки регулюванню, співставляється з вартістю регулювання, іншими словами: чи втрати монополії перевищують витрати на регулювання.
- Ще одна причина створення монополій полягає в тому, що багато різних компаній в одній галузі об'єднуються і обмежують виробництво, щоб отримати вищу ціну і таким чином збільшити свої прибутки. Якщо компанії об'єднуються таким чином і намагаються скоротити випуск і підвищити ціни, то ми говоримо, що галузь організована в **картель**. Конкурентне законодавство більшості країн забороняє картельні змови.
- Монополія також може бути створена, якщо домінуюча компанія з'являється в галузі випадково внаслідок історичного розвитку. Коли фірма вперше виходить на ринок, лише її перевага в ціні може стримати інші фірми від входу в галузь. Скажімо, наприклад, вартість обладнання для нововступаючих учасників дуже висока. Тоді компанія, яка вже увійшла в галузь може за певних обставин переконати потенційних учасників від входу тим аргументом, що вона різко знизить свої ціни, якщо вони спробують увійти у галузь. Завдяки цьому методу запобігання проникненню компанія з часом може стати монополістом на ринку.

Особливою формою монополії є природна монополія.

Природні монополії зазвичай виникають у сферах, де співвідношення постійних витрат є високим, наприклад, будівництво газових чи телефонних мереж. Збільшуючи пропозицію, витрати більше не змінюються істотно.

Більшість природних монополій утримується державою або **регульованими державою приватними компаніями**. Крім уже згаданих прикладів, ми також зустрічаємо подібні рішення в сфері енергопостачання. Однак слід зазначити, що останнім часом були спроби лібералізувати ринок і в цих сферах.

A monopólium azonban előnyös is lehet. Ennek egyik esete a természetes monopóliumok, melyeknél a gazdaságos üzemméret a piaci kereslet közelében van Ennek eredménye, hogy az egyetlen, monopolista vállalat olcsóbban ki tudja elégíteni a piaci keresletet, mint több, versenyző vállalat. A méretgazdaságosság alapján kialakuló monopóliumok azokra az iparágakra jellemzőek, ahol nagy a fix költségek aránya az összköltségen belül és a kereslet alakulása lehetővé teszi a méretgazdaságos termelési mennyiség értékesítését. A természetes monopóliumok jellemzője, hogy termelésük növekvő skáláhozadékként és csökkenő átlagköltség mellett valósul meg.

A másik előny, ami a monopóliumok létéből fakadhat, a hosszabb távon fennmaradó gazdasági profit. Ennek eredményeképp ugyanis a monopóliumoknak van erőforrásuk a növekedésre és a fejlesztésekre is (innováció, K+F).

A monopóliumok kialakulásának okai:

- Az ábrán vázolt esetben a monopólium, azért keletkezett, mert a minimálisan hatékony méret túl nagy a piac méretéhez viszonyítva. Ha a monopóliumok azért keletkeznek, mert a minimális hatékony méret nagy a piac méretéhez viszonyítva, és a piac mérete nem növelhető, akkor ez az iparág a szabályozás vagy másfajta állami beavatkozás várományosa. Természetesen az ilyen szabályozás és beavatkozás is költségekkel jár. A szabályozótestületek fenntartása is költséges és a vállalatok erőfeszítései, hogy a szabályozótestületek igényeinek megfeleljenek, szintén elég sok költséggel járnak. Társadalmi nézőpontból a kérdés úgy merül fel, hogy a szabályozás révén nyert társadalmi haszon hogyan viszonyul a szabályozás költségéhez, más szavakkal: a monopólium holtteher vesztesége meghaladja-e a szabályozás költségeit.
- A monopóliumok létrejöttének egy másik oka, hogy egy iparág sok különböző vállalata összeáll és korlátozza a kibocsátást annak érdekében, hogy magasabb árat érjenek el, és ezáltal növekedjen a profitjuk. Ha a vállalatok ilyen módon állnak össze és megpróbálják csökkenteni a kibocsátást, valamint növelni az árat, akkor azt mondjuk, hogy az iparág **kartellé** szerveződött. A legtöbb ország versenytörvénye tiltja a kartell megállapodásokat.
- A monopólium létrejöhet úgyis, hogy az iparágban tisztán a történeti fejlődés véletlene folytán alakul ki egy domináns vállalat. Ha egy cég először jelenik meg egy piacon, akkor a költségelőnye egyedül is visszatarthatja a többi vállalatot az iparágba való belépéstől. Tegyük fel például, hogy a belépők számára a felszerszámozás költsége igen magas. Ekkor a bent lévő - az iparágba már belépett vállalat - bizonyos körülmények között képes a potenciális belépőket meggyőzni arról, hogy drasztikusan csökkenteni árait, ha azok megkísérlik a belépést. A belépés megakadályozásának ezzel a módszerrel a vállalat végül is egyeduralmódóvá válhat a piacon.

A monopólium különleges formája a természetes monopólium.

Természetes monopóliumok általában, olyan területen jelennek meg, ahol a fix költségek aránya magas, ilyen például a gáz, vagy telefonhálózat kiépítése. A kínálat növelésével a költségek már nem változnak lényegesen.

A természetes monopóliumok legnagyobb részét az állam, vagy az állam által szabályozott magánvállalatok működtetik. A már említett példák mellett, ilyen hasonló megoldásokkal találkozunk az energiaellátás területén is. Meg kell azonban jegyeznünk, hogy az utóbbi időkben e területeken is törekvések vannak a piac liberalizálására.

Завдання до теми 10 Монополія

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. На відміну конкурентної фірми монополіст:

- A) Може призначати будь-яку ціну свій продукт.
- B) Максимізує прибуток за рівності граничного доходу та граничних витрат.
- C) Може зробити будь-який обсяг продукції та продати її за будь-яку ціну.
- D) При даній кривій ринкового попиту може вибрати комбінацію ціни та обсягу випуску, що дає максимум прибутку.
- E) Стикається з абсолютно еластичною кривою попиту.

2. Припустимо, що монополіст може продати 10 одиниць товару за ціною \$100 за одиницю, але продаж 11 одиниць викликає зниження ціни до \$99,5. Граничний дохід зі збільшенням обсягу продажу з 10 до 11 одиниць дорівнює:

- A) \$100.
- B) \$99,5.
- C) \$94,5.
- D) \$94,0.
- E) \$ 1099,5.

3. Прикладом природної монополії є:

- A) ОПЕК – міжнародний нафтовий картель.
- B) Компанія ІВМ.
- C) Державний банк «Ощадбанк».
- D) Видавництво «Книга».
- E) Міський метрополітен.

4. На відміну від конкурентної фірми проста монополія прагне:

- A) Виробляти продукції менше, а ціну встановлювати вище.
- B) Максимізувати прибуток.
- C) Встановлювати ціну, що відповідає нееластичній ділянці кривої попиту.
- D) Вибирати такий обсяг випуску, у якому $MR = P$.
- E) Виробляти продукції більше, а ціну встановлювати вище.

5. Монополіст-виробник електронного обладнання випускає та продає такий обсяг продукції, при якому: $MR = \$180$; $MC = \$100$; $ATC = \$200$.

Щоб отримати максимум прибутку, фірма має:

- A) Підвищити ціну та збільшити обсяг випуску.
- B) Підвищити ціну та зменшити обсяг випуску.
- C) Підвищити ціну та зберегти колишній обсяг випуску.
- D) Зменшити ціну та збільшити обсяг випуску.
- E) Зменшити ціну та зменшити обсяг випуску.

Mintafeladatok a 10. témához Monopólium

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. Ellentétben egy versenypiaci céggel, egy monopolista:

- A) Bármilyen árat meg tud szabni a termékének.
- B) Maximalizálja a profitot a határbevétel és a határköltség egyenlőségekor.
- C) Bármilyen mennyiségű kibocsátást tud termelni és bármilyen áron eladni.
- D) Adott piaci keresleti görbével kiválasztható az ár és a kibocsátás mennyisége kombinációja, amely maximalizálja a profitot.
- E) Tökéletesen rugalmas keresleti görbével néz szembe.

2. Tegyük fel, hogy egy monopolista 10 egység árut tud eladni egységenként 100 dollárért, de 11 egység eladása esetén az ár 99,5 dollárra csökken. A határbevétel az értékesítési mennyiség 10-ről 11 egységre történő növekedésével egyenlő:

- A) 100 dollár.
- B) 99,5 USD.
- C) 94,5 USD.
- D) 94,0 USD.
- E) 1099,5 USD.

3. A természetes monopólium példája:

- A) Az OPEC – egy nemzetközi olajkartell.
- B) IBM cég.
- C) Állami „Oscsádbank”.
- D) „Könyv” kiadó.
- E) Városi metró.

4. A versenytárs cégtől eltérően az egyszerű monopólium célja:

- A) Termeljen kevesebb terméket, és állapítson meg magasabb árakat.
- B) Maximalizálja a profitot.
- C) Állítsa be a keresleti görbe rugalmatlan részének megfelelő árat.
- D) Hogy olyan kibocsátása legyen, amelyben az $MR = P$.
- E) Több terméket gyártani, és magasabbra állítani az árakat.

5. Az elektronikai berendezések monopolista gyártója olyan mennyiségű terméket gyárt és értékesít, amelynél: $MR = 180$ USD; $MC = 100$ dollár; $ATC = 200$ dollár. A maximális profit eléréséhez a vállalatnak:

- A) Növelnie kell az árat és növelnie a kibocsátás mennyiségét.
- B) Növelnie kell az árat és csökkentenie a kibocsátást.
- C) Növelnie az árat és megtartania a korábbi kibocsátás mennyiségét.
- D) Csökkentenie az árat és növelnie a kibocsátást.
- E) Csökkentenie az árat és csökkentenie a kibocsátás mennyiségét.

ВІРНО–НЕВІРНО

1. Монополія завжди вибирає обсяг випуску, який відповідає нееластичною кривою попиту.
2. Монополія може збільшити загальний прибуток, встановлюючи на свій продукт різні ціни на різних ринках.
3. Крива попиту для монополії завжди горизонтальна.
4. Монополіст вироблятиме і продаватиме додатковий обсяг продукції, якщо $MR > MC$.
5. Чисті втрати суспільства від природної монополії зникають, коли регульована вартість за заданому рівні попиту встановлюється рівною середнім витратам виробництва.

ВПРАВИ

1) Підприємство-монополіст здійснює цінову дискримінацію на ринку, оскільки продає свої товари за різними цінами за кордоном і всередині країни. Попит внутрішнього ринку характеризується функцією: $Q_1 = 21 - 0,1 \cdot P_1$, а попит зовнішнього ринку характеризується функцією: $Q_2 = 50 - 0,4 \cdot P_2$. Загальні витрати монополіста описуються такою функцією: $TC = 2000 + 10 \cdot Q$, де $Q = Q_1 + Q_2$.

Обчислити:

- а) Які ціни повинна встановити фірма, щоб максимізувати свій прибуток у разі цінової дискримінації?
- б) Які ціни повинна встановити компанія, щоб максимізувати свій прибуток у ситуації без цінової дискримінації?
- в) Порівняйте величину отриманого прибутку без дискримінації та з ціновою дискримінацією та зробіть висновки.

IGAZ–HAMIS

1. A monopólium mindig azt a kibocsátási mennyiséget választja, amely a rugalmatlan keresleti görbének felel meg.
2. A monopólium növelheti a teljes nyereséget, ha termékének különböző piacokon különböző árat határoz meg.
3. A monopólium keresleti görbéje mindig vízszintes.
4. A monopolista további mennyiségű terméket gyárt és értékesít, ha $MR > MC$.
5. A természetes monopóliumból származó társadalom nettó veszteségei eltűnnek, ha egy adott keresleti szinten a szabályozott költséget az átlagos termelési költséggel tesszük egyenlővé.

GYAKORLATI FELADATOK

1) A monopolista vállalkozás árdiszkriminációt valósít meg a piacon mivel más-más árakon értékesíti termékét külföldön és belföldön. A belföldi piac keresletét a következő függvény jellemzi: $Q_1 = 21 - 0,1 \cdot P_1$, a külföldit pedig $Q_2 = 50 - 0,4 \cdot P_2$. A monopolista összköltségeit a következő függvény írja le: $TC = 2000 + 10 \cdot Q$, ahol $Q = Q_1 + Q_2$.

Számítsák ki:

- a) Milyen árakat kell megszabnia a vállalatnak, hogy maximalizálja profitját árdiszkrimináció esetén?
- b) Milyen árakat kell megszabnia a vállalatnak, hogy maximalizálja profitján árdiszkrimináció nélküli helyzetben?
- c) Hasonlítsák össze az árdiszkrimináció nélkül és árdiszkriminációval elért profit nagyságát és vonják le a következtetéseket.

ТЕМА 11 МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ. ОЛІГОПОЛІЯ

Анотація. Умови виникнення монополістичної конкуренції. Ознаки монополістичної конкуренції. Механізм монополістичної конкуренції. Максимізація прибутку. Короткотермінова та довготермінова рівновага фірми (графічна інтерпретація). Визначення ціни. Роль реклами у визначенні ціни. Поглиблення диференціації продукту: позитивні та негативні наслідки. Вплив реклами на обсяги виробництва та витрати. Економічна доцільність реклами. Вплив реклами на ефективність туризму. Сутність та передумови розвитку нецінової конкуренції. Показники концентрації ринку. Причини олігополії. Різноманітність олігополістичних структур, загальна взаємозалежність і складність аналізу поведінки підприємства на ринку. Дуополія: сутність моделей Курно та Бертрана. Дилема ув'язненого. Олігополістичне ціноутворення. Модель ламаної кривої попиту, тасмна угода, лідерство в цінах, ціноутворення за принципом «витрати плюс». Нецінова конкуренція.

В умовах монополістичної конкуренції на ринку менше компаній порівняно з досконало конкурентним ринком, але немає взаємної залежності між учасниками ринку (як у випадку олігополії).

Монополістично конкурентний ринок, таким чином, поєднує певні ознаки олігополії та чистого конкурентного ринку. На відміну від олігополії, компанії зазвичай не можуть враховувати очікувану поведінку інших, оскільки кількість учасників ринку занадто велика або інші причини не дозволяють цього. Їхня продукція вирізняється унікальною торговою маркою, конкуренція між ними є жорсткою, немає співпраці для фіксації цін або обсягів виробництва (наприклад, ринок джинсових штанів).

Характеристиками ринку монополістичної конкуренції є наступне:

- Кількість учасників ринку відносно велика, і між ними немає взаємної залежності.
- Компанії встановлюють ціни (але в цьому є серйозні обмеження).
- Немає жодних перешкод для входу на ринок.
- У більшості випадків продукція має унікальну відмінність (торгову марку).

Ринок галузі характеризується **багатьма учасниками**. Кожен виробник приносить на ринок відносно невелику частку пропозиції галузі, тому жоден гравець не має такої ринкової влади, щоб перешкоджати входженню інших гравців на ринок, тобто **немає бар'єрів для входу**, умови для виходу та входу на ринок є вільними. Завдяки кількості гравців у галузі та відсутності бар'єрів для входу на **ринку конкуренція є сильною**.

Продукція компаній **диференційована**. Кожен виробник намагається помітно вирізнити свій власний продукт серед продуктів інших компаній, що виробляють подібні товари, таким чином він є виробником-монополістом власного продукту і, як такий, має **відносну монопольну владу**. Володіючи нею – навіть якщо вона обмежена – він **встановлює ціну** незважаючи на те, що споживач може знайти близькі заміни свого товару на ринку. Засобів диференціації товару може бути багато, наприклад брендування, упаковка, надання певних спеціальних послуг разом з товаром тощо. Ринкова конкуренція між гравцями є багатогранною (наприклад, можна спостерігати різкі рекламні кампанії, з'являються компанії з серією продуктивних інновацій тощо).

В умовах монополістичної конкуренції поведінка компанії **при встановленні ціни** визначається не тільки попитом на продукцію компанії, але й очікуваною поведінкою компаній, що виробляють товари-замінники, щодо цін, обсягів виробництва, якості тощо, а

11. TÉMA MONOPOLISZTIKUS PIAC. OLIGOPÓLIUM

Annotáció. A monopolisztikus versenypiac létrejöttének feltételei. A monopolisztikus versenypiac jelei. A monopolisztikus verseny mechanizmusa. Profitmaximalizálás. A cég rövid- és hosszútávú egyensúlya (grafikus értelmezés). Ár meghatározása. A reklám szerepe az ár meghatározásban. Termékdifferenciálás elmélyítése: pozitív és negatív következmények. A reklám hatása a termelési mennyiségekre és a költségekre. A reklám gazdasági megvalósíthatósága. A nem árverseny kialakulásának lényege és előfeltételei. A piaci koncentráció mutatói. Az oligopólium megjelenési okai. Az oligopolisztikus struktúrák sokfélesége, az általános egymásrataltság és a vállalkozás piaci magatartásának elemzésének összetettsége. Duopólium: Cournot és Bertrand modellek lényege. A fogoly dilemmája. Oligopolisztikus árképzés. Törött keresleti görbe modell, összejátszás, árvezetés, „költség+” árképzés. Nem ár-jellegű verseny.

Monopolisztikus versenypiac esetében kevesebb vállalat található a piacon a versenypiachoz képest, viszont a piaci szereplők között nem alakul ki kölcsönös függés (mint az oligopólium esetében).

A monopolisztikus versenypiac tehát az oligopólium, és a tiszta versenypiac bizonyos tulajdonságait egyesíti. Az oligopóliumtól eltérően a vállalatok többnyire nem tudják figyelembe venni a többiek várható magatartását, mert a piaci szereplők túl nagy száma, vagy egyéb okok ezt nem teszik lehetővé. Termékeik egyedi védjeggyel vannak megkülönböztetve, közöttük éles a verseny, együttműködés nincs az árak, vagy a megtermelt mennyiségek rögzítésére (pl. a farmer nadrágok piaca.)

A monopolisztikus versenypiac jellemzői:

- A piaci szereplők száma viszonylag nagy, közöttük nincs kölcsönös függés.
- A vállalatok ár meghatározók (de ebben erős korlátok érvényesülnek.)
- A piacra lépésnek nincsenek akadályai.
- A termékek legtöbbször egyedi megkülönböztetéssel (védjeggyel) rendelkeznek.

A tökéletes verseny és a tiszta monopólium elméleti modellje között több átmeneti piaci szerkezet található. Ezek egyike a monopolisztikus verseny, amelynek főbb jellemzői.

Az iparág piaca **sokszereplős**. Egy-egy termelő az iparági kínálatnak viszonylag kis hányadát viszi a piacra, így egyetlen szereplő sem rendelkezik olyan piaci hatalommal, hogy más szereplők piacra lépését megakadályozza, vagyis **nincsenek belépési korlátok**, szabad a ki- és belépés feltételei érvényesülnek piacon. Az iparágban a szereplők száma és a belépési korlátok hiánya miatt a **piaci verseny erős**.

A vállalatok termékei **differenciáltak**. Minden egyes termelő igyekszik saját termékét a többi hasonló terméket gyártó vállalat termékétől markánsan megkülönböztetni, így saját termékének monopolista termelője, s mint ilyen **relatív monopolhatalommal** rendelkezik. Ennek birtokában – ha korlátozottan is –, de **ár meghatározó** pozícióban van annak ellenére, hogy termékének közeli helyettesítőit a fogyasztó megtalálhatja a piacon. A termékdifferenciálás eszköze sokféle lehet, például márkázás, csomagolás, az áruval együtt bizonyos speciális szolgáltatások nyújtása, stb. A szereplők között folyó piaci verseny többretű (pl. éles reklámhadjáratok figyelhetők meg, termékinnovációk sorozatával jelennek meg a vállalatok, stb.)

Monopolisztikus versenyben a vállalat ár meghatározó magatartását már nemcsak a vállalat termékei iránt jelentkező kereslet, hanem a közeli helyettesítő termékeket gyártó vállalatok várható magatartása, árakra, termelési mennyiségekre, minőségre, stb. vonatkozó döntései is

також також обмежується його відповідними рішеннями. Оскільки продукти на ринку **диференційовані і не є ідеальними заміниками один одного**, споживачі можуть розрізняти товари окремих продавців. З цієї причини споживачам байдуже, у якого виробника вони купують. Є споживачі, які віддають перевагу продукції певного виробника, але є й ті, хто купує дешевші серед товарів приблизно однакової якості. Наслідком цього є те, що **компанія має унікальну функцію попиту з від'ємним нахилом** (рис. 11.1), тобто, підвищуючи ціну на свій продукт, вона може продавати на ринку менше, ніж раніше, оскільки з'являться споживачі, які будуть купувати у інших виробників за рахунок подорожчання.

На ринку монополістичної **конкуренції є багато учасників**, які пропонують подібні, але **диференційовані** продукти, тому унікальна крива попиту компанії, **що встановлює ціну, має негативний нахил**.

Певна компанія в галузі виходячи з її розміру не реагує на функцію ринкового попиту – подібно до компанії в галузі досконалої конкуренції – вона не має інформації про функцію ринкового попиту та його цінову еластичність. У той же час монополістично конкурентна компанія, будучи монополістом виробництва власного продукту, створює свою пропозицію, так, ніби вона має повне уявлення про розвиток попиту і може самостійно задовольнити загальний ринковий попит. Таким чином, її унікальна крива попиту виражає, як змінюється кількість попиту на товар, який вона виробляє, коли фірма змінює ціну на свій продукт, тоді як ціни, встановлені іншими фірмами в галузі, залишаються незмінними. Основною метою компанії у галузі монополістичної конкуренції є досягнення максимального прибутку, подібно до компаній у розглянутих вище ринкових структурах. Фундаментальною характеристикою поведінки стосовно пропозиції є те, що вона визначає свою пропозицію за обсягом виробництва, за якого граничні витрати виробництва дорівнюють граничному доходу.

Оскільки компанія поводить як монополіст щодо власного продукту, вона визначає свій граничний дохід відповідно до своєї унікальної функції попиту (d), а отже, і обсягу виробництва, який забезпечує максимальний прибуток і відповідну ціну (рис. 11.2).

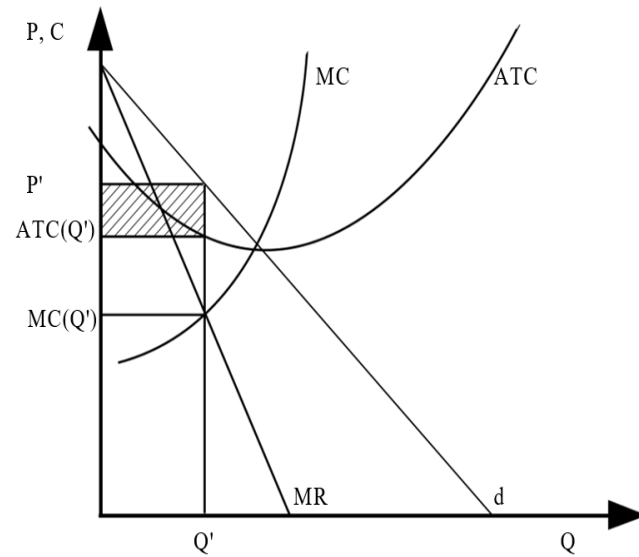


Рисунок 11.1. Поведінка пропозиції монополістично конкурентної компанії в короткостроковому періоді

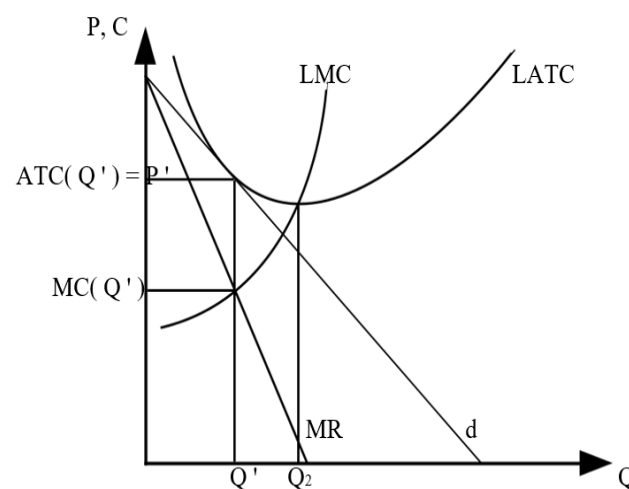


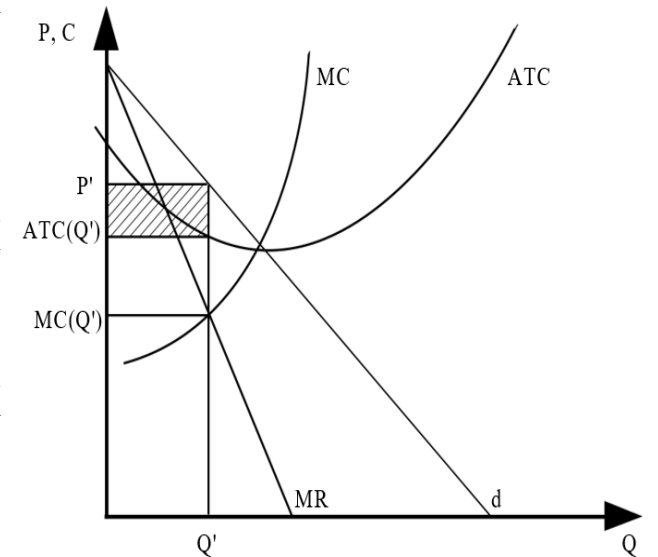
Рисунок 11.2. Довгострокова рівновага монополістично конкурентної фірми

корлюють. Мivel a piacon lévő **termékek differenciáltak, nem tökéletes helyettesítők egymásnak**, a fogyasztók képesek megkülönböztetni az egyes eladók termékeit. Emiatt a fogyasztók számára nem közömbös, hogy melyik termelőtől vásárolnak. Vannak olyan fogyasztók, akik ragaszkodnak egy-egy termelő termékéhez, de vannak olyanok is, akik a nagyjából ugyanolyan minőségű termékek közül az olcsóbbat fogják venni. Ennek az a következménye, hogy a **vállalat negatív meredekségű egyedi keresleti függvénynel rendelkezik** (11.1. ábra), vagyis növelve termékének árát a korábbinál kevesebb mennyiséget tud értékesíteni a piacon, mivel lesznek olyan fogyasztók, akik az áremelkedés miatt más termelőktől fognak vásárolni.

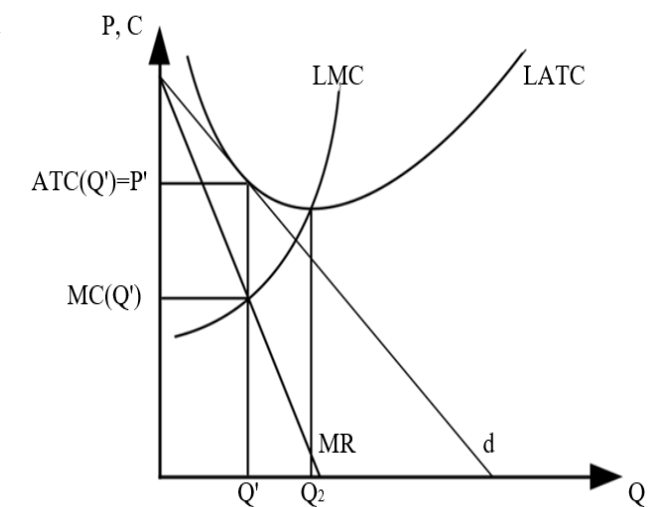
A **monopolisztikus versenyző** piacon **sok szereplő** van, akik hasonló, de **differenciált** termékeket kínálnak, ezért a vállalat **ármeghatározó** piaci szereplő, **egyedi keresleti görbéje negatív meredekségű**.

Az iparág egy vállalata méreténél fogva nem érzékeli a piaci keresleti függvényt – hasonlóan a tökéletesen versenyző iparág egy vállalatához –, nincs információja a piaci keresleti függvényről, annak árrugalmasságáról. Ugyanakkor a monopolisztikusan versenyző vállalat, mint a saját termékének monopolista termelője úgy viselkedik kínálatának kialakításakor, mintha teljes rálátással bírna a kereslet alakulására, s egymaga elégítené ki az összpiaci keresletet. Ezért egyedi keresleti görbéje azt fejezi ki, hogyan változik az általa termelt jószág keresett mennyisége akkor, amikor a vállalat termékének árát változtatja, miközben az iparág többi vállalata által meghatározott árak változatlanok maradnak. A monopolisztikusan versenyző iparág vállalatainak – hasonlóan az előzőekben tárgyalt piaci szerkezetek vállalataihoz – elsődleges célja a maximális profit elérésére. Kínálati magatartásának tehát alapvető jellemzője, hogy annál a termelési mennyiségnél határozza meg kínálatát, amelynél a termelés határköltsége megegyezik a határbevétellel.

Mivel a vállalat saját termékét tekintve monopóliumként viselkedik, egyedi keresleti függvényének (d) megfelelően határozza meg határbevételét, és ezáltal a profitmaximumot biztosító termelési mennyiséget és a hozzá tartozó árat (11.2. ábra).



11.1. ábra. A monopolisztikusan versenyző vállalat kínálati magatartása rövid távon



2. ábra. A monopolisztikusan versenyző vállalat hosszú távú egyensúlya.

У галузі з монополістичною конкуренцією панують умови вільного входу та виходу. Якщо компанії отримують позитивний економічний прибуток у короткостроковій перспективі, це залучить нових учасників у галузь у довгостроковій перспективі. Оскільки в галузь входить все більше і більше нових компаній, кожна компанія може продавати все менше і менше за тією самою ціною при незмінному загальному ринковому попиті. В результаті індивідуальна крива попиту компаній всередині зсувається вліво і вниз. Як довго ви повинні входити в галузь? Очевидно, поки ще можна досягти позитивного економічного прибутку. Коли крива індивідуального попиту компанії, що зміщується вниз, лише торкається кривої середніх витрат компанії, економічний прибуток більше не може бути реалізований, тому подальше входження стає безглуздом. У ситуації рівноваги, що склалася, середні витрати компанії тільки окупаються. Оскільки загальні витрати включають звичайний прибуток, у довгостроковій перспективі компанія отримує лише нормальний прибуток, як ми бачили у випадку компанії з досконалою конкуренцією.

З рис. 11.2 видно, що довгострокова рівновага монополістично-конкурентної компанії характеризується наступним:

- довгострокові середні загальні витрати (загальна вартість продукту) дорівнюють ринковій ціні ($p = LATC$),
- його граничний дохід дорівнює довгостроковим граничним витратам ($LMC = MR$).

Таким чином, як випливає з назви, монополістична конкуренція є своєрідною сумішшю чистої конкуренції та монополії:

- Це нагадує досконалу конкуренцію, оскільки на ринку багато гравців, а вхід і вихід вільні. Тому ринки, що характеризуються досконалою конкуренцією та монополістичною конкуренцією, також називають конкурентними ринками. В результаті вільного входу та виходу економічний прибуток не може бути реалізований на конкурентних ринках у довгостроковій перспективі.
- Те, що відрізняє її від абсолютно конкурентоспроможної компанії, полягає в тому, що фірма монополістичної конкуренції не приймає ціну, для неї ціна не є зовнішньою даністю, а в певних межах - вона може встановлювати власні ціни. Це пов'язано з її відносним монополістичним становищем, пов'язаним з диференціацією продукції. Подібно монополії, змінюючи свої ціни, вона може впливати на кількість попиту на свій власний продукт, її унікальна крива попиту має негативний нахил. Тому його граничний дохід буде меншим за ціну, а ціна в умовах оптимального випуску, буде більшою за граничні витрати. Як і монополія, фірма монополістичної конкуренції має певну ринкову владу, що дозволяє їй підвищувати ціни вище граничних витрат. Якщо ми порівняємо довгострокову рівновагу компанії з досконалою конкуренцією та компанії з монополістичною конкуренцією, то побачимо ще одну дуже важливу різницю. На ринку з монополістичною конкуренцією кожна компанія максимізує свій прибуток за обсягом виробництва в точці мінімуму довгострокових середніх витрат завдяки унікальній кривій попиту з негативним нахилом, тому вона не повністю використовує оптимальний розмір виробництва, що відповідає економії масштабу (де як короткострокові, так і довгострокові середні витрати є мінімальними)). Це означає, що компанії виробляють не на технологічно оптимальній потужності (Q_2), а на меншій потужності (Q'), так що в даній галузі буде більше фірм, ніж якби в ній виробляли в умовах оптимального виробництва, тобто галузь буде переповненою. З цієї причини використання ресурсів не можна вважати ефективним порівняно з до-

A monopolisztikusan versenyző iparágban érvényesülnek a szabad ki- és belépés feltételei. Amennyiben a vállalatok rövid távon pozitív gazdasági profitot realizálnak, akkor ez hosszú távon újabb belépőket vonz az iparágba. Ahogy egyre több új vállalat lép be az iparágba, úgy egy-egy vállalat ugyanazon az áron változatlan összpiaci kereslet mellett egyre kevesebbet tud eladni. Ennek következtében a bent levő vállalatok egyedi keresleti görbéje balra-lefelé tolódik. Meddig érdemes az iparágba belépni? Nyilván addig, ameddig még pozitív gazdasági profit érhető el. Amikor a vállalat lefelé tolódó egyedi keresleti görbéje már csak érinti a vállalat átlagköltség görbéjét, akkor többé nem realizálható gazdasági profit, így a további belépés értelmetlenné válik. A kialakuló egyensúlyi helyzetben a vállalat átlagköltségei éppen megtérülnek. Mivel a teljes költségek tartalmazzák a normálprofitot, **hosszú távon a vállalat csak normálprofithoz jut**, ugyanúgy, ahogy azt tökéletesen versenyző vállalat esetében is láttuk.

A monopolisztikusan versenyző vállalat hosszú távú egyensúlya a 11.2. ábráról leolvashatjuk, hogy egy monopolisztikusan versenyző vállalat hosszú távú egyensúlyi helyzetének jellemzője:

- outputjához tartozó hosszú távú átlagköltség (egy termékre jutó összköltség) megegyezik a piaci árral ($p = LATC$),
- a határbevétele megegyezik a hosszú távú határköltséggel ($LMC = MR$).

A monopolisztikus verseny tehát – ahogy az elnevezés is utal rá – a **verseny** és a **monopólium** sajátos elegye:

- A tökéletes versenyre hasonlít abban, hogy a piacon **sok szereplő** van, és a piacra való **be- és kilépés is szabad**. Ezért a tökéletesen versenyző és a monopolisztikus versenyyel jellemezhető piacokat **versenyzői piacnak** is szokás nevezni. A szabad be- és kilépés következtében **hosszútávon** a versenyzői piacokon **nem realizálható gazdasági profit**.
- A tökéletesen versenyző vállalattól viszont megkülönbözteti az, hogy a monopolisztikusan versenyző vállalat nem árelfogadó, számára az ár nem külső adottság, hanem – bizonyos korlátok között – maga alakíthatja árait. Ez a termékdifferenciálással összefüggő relatív monopolhelyzetéből adódik. A monopóliumhoz hasonlóan árának változtatásával befolyásolni tudja a saját termékéből keresett mennyiséget, egyedi keresleti görbéje negatív lejtésű. Ezért határbevétele kisebb lesz az árnál, és az optimális kibocsátáshoz tartozó ár nagyobb lesz a határköltségnél. Akárcsak a monopólium, a monopolisztikusan versenyző vállalat is rendelkezik **bizonyos piaci hatalommal**, amelynek birtokában árait a határköltség fölé emelheti. Amennyiben összehasonlítjuk a tökéletesen versenyző vállalat és a monopolisztikusan versenyző vállalat hosszú távú egyensúlyi helyzetét, akkor még egy nagyon lényeges különbséget látunk. A monopolisztikusan versenyző piacon egy-egy vállalat a hosszú távú átlagköltség minimuma előtti termelési mennyiségnél maximalizálja profitját a negatív meredekségű egyedi keresleti görbe miatt, így nem használja ki teljes egészében a méretgazdaságosságnak megfelelő optimális üzemméretet (ahol mind a rövid távú, mind a hosszú távú átlagköltség minimális). Ez azt jelenti, hogy a **vállalatok nem a technológiailag optimális (Q_2), hanem annál kisebb kapacitással termelnek (Q')**, így az adott iparági kereslet mellett az iparágban több vállalat lesz, mintha mindenki az optimális üzemméret mellett termelne, az **iparág túlszűfolt**. Emiatt az inputfelhasználás a tökéletes versenyhez képest nem tekinthető

сконалою конкуренцією, товари виробляються з вищими середніми витратами, ніж у випадку досконалої конкуренції. Як наслідок – ціни на ринках, що розвиваються, вищі, а споживчий надлишок менший, ніж у випадку досконалої конкуренції. Відповідно, ринок монополістичної конкуренції **менш ефективний з точки зору суспільного добробуту**, ніж ринок досконалої конкуренції. Однак ця втрата ефективності може частково компенсуватися широким асортиментом продукції або можливістю вибору між різними продавцями та постачальниками послуг.

Олігопольний ринок

В нашому середовищі ми можемо навести кілька прикладів, коли продукт виробляється виключно одним учасником ринку і становить значну частку виробництва даного продукту (вироблений продукт не може бути безпосередньо замінений іншим подібним продуктом). Більш поширеним є те, що кілька великих компаній дають переважну частку виробництва. Наприклад: виробництво автомобілів, сталеливарна, тютюнова, кондитерська промисловість або виробництво безалкогольних напоїв.

На **олігопольному ринку** діють кілька відносно сильних великих компаній, діяльність яких взаємно та значною мірою впливає на становище всіх учасників ринку. Учасники олігопольного ринку намагаються не тільки оцінити розвиток попиту, але й очікувану реакцію конкурентів. Вони уважно стежать за результатами досліджень і розробок, пропозиціями, стратегіями та маркетинговою діяльністю один одного.

Ринку олігополії характерне наступне:

- Учасників ринку мало, між ними розвивається взаємна залежність.
- На розвиток ринкової ціни та обсяг пропозиції можуть впливати лише ціни та пропозиції продукції компаній-олігополістів.
- Вони визначають і обмежують вихід на ринок.
- У конкурентній боротьбі якість товару, реклама та репутація важливіші за ціну.

Ціни встановлюються відносно одна одної (наприклад, Coca-Cola та Pepsi).

Олігопольному ринку притаманна ринку сильна взаємна залежність через малу кількість учасників, і, окрім прагнення перевершити один одного, для олігопольних компаній характерна координація своїх рішень. Щоб зменшити конкуренцію, можна досягти угоди між компаніями галузі щодо ціни та кількості виробленого (наприклад, **картельні змови**).

Однією з відмінних рис ринку олігополії є **взаємозалежність** між компаніями. Якщо одна компанія змінює ціну або пропоновану кількість, це також впливає на становище інших. Тому ефективність ринкової поведінки будь-якої компанії залежить від того, як на її дії реагують інші. Визнання взаємної залежності може призвести до того, що компанії на олігопольних ринках часто **вступають у змову**, демонструючи так звану кооперативну поведінку. Це означає, що компанії погоджують і координують свої виробничі рішення та ринкові кроки (обсяг виробництва, ринкові ціни тощо). В результаті кооперативної поведінки компанії можуть колективно формувати свою поведінку щодо постачання як монополію, що призводить до реалізації вищих прибутків галузі та зниження ринкової конкуренції.

Змова між компаніями може розвиватися формальним і неформальним шляхом. Неформальна угода є мовчазною, як правило, спеціальною, і містить досить багато невідзначеності. Картель створюється в результаті офіційної угоди. Офіційна угода великих картельних компаній полягає в тому, щоб максимізувати можливий прибуток та обмежити конкуренцію на ринку. Потім компанії разом приймають стратегічні та тактичні рішення. Угода може стосуватися: обсягу виробництва, ціни, заробітної плати, частки ринку, розподілу ринків за регіонами тощо.

hatékonyak, a termékeket magasabb átlagköltség mellett termelik, mint tökéletes verseny esetén. Mindezek következményeként a kialakuló piaci árak magasabbak, a fogyasztói többlet pedig kisebb, mint tökéletes verseny esetén. A monopolisztikus piaci szerkezet ennek megfelelően a **társadalmi jólét szempontjából kevésbé hatékony**, mint a tökéletes verseny. Ugyanakkor ezt a hatékonysági veszteséget részben ellensúlyozhatja a széles termékválaszték ill. a különböző eladók, szolgáltatók közötti választás lehetősége.

Oligopolpiac

Környezetünkben tehát kevés példát tudunk felsorolni, hogy egy terméket kizárólag egyetlen piaci szereplő állít elő és adja az adott termék (ágazat) termelésének jelentős hányadát. (Az előállított termék más hasonló termékekkel közvetlenül nem helyettesíthető.) Annál gyakoribb, hogy néhány nagyvállalat adja a termelés döntő részesedését. Pl.: autógyártás, acél-, dohány-, édesség-, vagy üdítőital-ipar.

Az **oligopol piactípus** esetében a piacon néhány viszonylag erős nagyvállalat működik, amelyek tevékenysége kölcsönösen – nagymértékben – befolyásolja az összes piaci résztvevő helyzetét. Az oligopolpiac résztvevői nem csupán a kereslet alakulását próbálják felmérni, hanem a versenytársak várható reagálását is. Élénken figyelik egymás K+F-i eredményeit, kínálatát, stratégiáját, és marketing tevékenységét.

Az oligopolpiac jellemzői:

- Kevés a piaci résztvevő, közöttük kölcsönös függés alakul ki.
- A piaci ár alakulását és a kínálat nagyságát, csak az oligopol vállalatok termékeinek ára, és kínálata befolyásolhatja.
- Meghatározzák, illetve korlátozzák a piacra való belépést.
- A versenyben a termékek minősége, a reklám, a jó hírnév fontosabb, mint az ár. Az árakat egymáshoz viszonyítva állapítják meg. (pl. Coca-Cola és Pepsi).

Oligopolpiac esetében a résztvevők kis száma miatt erős a kölcsönös függés, ebből adódóan az egymás túlszárnyalására való törekvés mellett jellemző, hogy az oligopol vállalatok összehangolják döntéseiket. A verseny csökkentése érdekében az iparág vállalatai között megegyezés születhet az árra, és a megtermelt mennyiségre is, (pl. a **kartell-szerződések**).

Az oligopol piac egyik megkülönböztető sajátossága a vállalatok közötti **kölcsönös függés**. Ha az egyik vállalat megváltoztatja az árat, vagy a kínált mennyiséget, akkor az a többiek helyzetét is befolyásolja. Ezért bármelyik vállalat piaci magatartásának eredményessége attól is függ, hogy a többiek hogyan reagálnak lépéseire. A kölcsönös függés felismerése oda vezethet, hogy az oligopol piacokon a vállalatok sokszor **összejátszanak**, úgynevezett kooperatív magatartást tanúsítanak. Ezt azt jelenti, hogy a vállalatok egyeztetik, összehangolják termelési döntéseiket, piaci lépéseiket (termelés mennyiséget, piaci árakat stb.). A kooperatív magatartás eredményeként a vállalatok együttesen monopóliumként tudják kínálati magatartásukat alakítani, amely magasabb iparági profit realizálásával, a piaci verseny csökkenésével jár.

A vállalatok közötti összejátszás kialakulhat formális és informális úton. Az informális megegyezés hallgatóságos, általában eseti, s elég nagy bizonytalansággal jár. A formális megegyezés eredményeként **kartell** jön létre. A kartell nagyvállalatok formális megegyezése a realizálható profit maximalizálása, a piaci verseny korlátozása érdekében. A vállalatok ekkor együttesen alakítják ki stratégiai és taktikai döntéseiket. A megegyezés vonatkozhat: outputra, árra, munkabérre, piaci részesedésre, a piacok régiók szerinti felosztására stb.

Компанія також може прийняти рішення не співпрацювати з іншими компаніями, сподіваючись отримати більше прибутку за рахунок збільшення виробництва та зниження цін. Поведінка компанії, яка не співпрацює, є ефективною у випадку, якщо інші компанії демонструють поведінку співпраці одночасно.

Олігопольна структура ринку є однією з найбільш цікавих і різноманітних форм ринку. Її конкретна форма може бути різноманітною залежно від кількості суб'єктів, однорідності чи диференційованості продукції та можливостей змови компаній. Рішення компанії може бути орієнтоване на кількість або ціну, і залежно від цього рішення ринкова ціна та галузевий випуск будуть різними. Теоретичні моделі відповідно різноманітні. За допомогою **відносно простіших моделей можна чітко визначити** обсяг виробництва компаній, ціни, що виникають у галузі, і розмір прибутку, отриманого компаніями. **Складніші теоретичні моделі, які ближче до реальних ринкових ситуацій і розглядають механізми прийняття рішень у більш тонкий спосіб, намагаються дослідити можливі стратегії дій і ринкові результати за допомогою теорії ігор.**

Дилема дуополістичної компанії щодо власної поведінки полягає в наступному:

- Проводить кооперативну поведінку, тобто в змові з іншою компанією (або, у випадку кількох компаній – з іншими). Максимізація сукупного прибутку призводить до вищих монополістичних прибутків, але лише за умови, що всі поведуться таким чином.
- Некооперативна поведінка, тобто індивідуальна стратегія, відхилення від співпраці: компанія може отримати додатковий прибуток, наприклад, шляхом збільшення власного виробництва (або зниження ціни), але лише за умови, що інші долучаються до такої кооперації.

У «теорії ігор» це називають «дилемою ув'язненого». Це найвідоміша модель у теорії ігор, що ілюструє проблему співпраці та/або зради. Опис гри: Двоє підозрюваних затримані поліцією у зв'язку з серйозним злочиним. Поліція не має достатньо доказів, щоб висунути звинувачення, якщо один із ув'язнених не дасть свідчення. Тому їх відокремлюють один від одного, і обом пропонують однакову пропозицію: якщо вони зізнаються, а їхній партнер мовчить, вони можуть залишитися без покарання, а їхній партнер, який не зізнався, посадить на 10 років (і навпаки):

- якщо жоден із них не зізнається, обидва отримують 1 рік за незначний злочин.
- якщо обоє зізнаються, то отримають по 5 років.

Гру можна підсумувати в нижченаведеній таблиці:

Корпоративні стратегії	«А» заперечує (кооперує)	«А» заявляє (не кооперує)
«В» заперечує (кооперує)	A :1 B:1	A :0 B:10
«В» заявляє (не кооперує)	A :10 B:0	A :5 B:5

Якщо обидва ув'язнені раціональні, «максимізують користь», то їхня мета полягає в мінімізації власного покарання. Обидва в'язні можуть мати дві стратегії: мовчати (співпрацювати) або зрадити іншого зізнанням (не співпрацювати). Результат виборів залежить від того, що зробить інший, але жоден із них не знає, як вирішить інший. Ви повинні знайти кращу відповідь для обох можливих стратегій іншого.

Egy-egy vállalat dönthet úgy is, hogy nem kooperál a többi vállalattal, annak reményében, hogy így több profitot tud realizálni termelésének növelésével, illetve az árak csökkentésével. A nem kooperatív magatartás akkor eredményes, ha a többi vállalat ugyanakkor kooperatív magatartást tanúsít.

Az oligopol piaci szerkezet az egyik legérdekesebb, változatos piacforma. Konkrét formája sokféle lehet a szereplők számától, a termékek homogén, illetve differenciált jellegétől, a vállalatok összejátszási lehetőségeitől függően. A vállalati döntés irányulhat a mennyiségre, vagy az árra, és a döntési változótól függően eltérő lesz a piacon érvényesülő ár és az iparági output. Az elméleti modellek is ennek megfelelően sokfélék. A viszonylag egyszerűbb modellek segítségével egyértelműen meghatározhatók a vállalatok outputjai, az iparágban kialakuló árak, a vállalatok által realizálható profitok nagysága. A valós piaci helyzetekhez jobban közelítő, a döntési mechanizmusokat árnyaltabban kezelő bonyolultabb elméleti modellek inkább a lehetséges cselekvési stratégiákat, piaci kimeneteket próbálják feltárni a **játékelmélet** segítségével.

Ahogy már az előzőekben leírtuk, a duopol vállalat „dilemmája” saját magatartására vonatkozóan a következő:

- Kooperatív magatartást folytat, azaz összejátszik a másikkal (vagy több vállalat esetén a többiekkel). Az együttes profitmaximalizálás magasabb, monopolista profithoz vezet, de kizárólag akkor, ha mindenki ilyen magatartást tanúsít.
- Nem kooperatív magatartás, azaz egyéni stratégia, eltérés a kooperációtól: a vállalat többletprofitra tehet szert pl. saját outputja növelésével (vagy az ár csökkentésével), de csakis akkor, ha a többiek tartják magukat a kooperációhoz.

Ez a játékelméletben megszokott ún. „Fogolydilemma” típusú szituációval írható le.

A játékelmélet legismertebb modellje, a kooperáció és/vagy cserbenhagyás problémáját illusztrálja.

A játék megfogalmazása: Egy súlyos bűntény kapcsán két gyanúsítottat letartóztat a rendőrség. A rendőrségnek nincs elegendő bizonyíték a vádemeléshez, hacsak valamelyik fogoly nem vall. Ezért egymástól elkülönítik őket, és mindkettejüknek ugyanazt az ajánlatot teszik: amennyiben vall és társa hallgat, akkor büntetés nélkül elmehet, míg társa, aki nem vallott, 10 év börtönt kap (és megfordítva):

- ha egyikük sem vall, akkor egy kisebb bűntényért 1 évet kapnak mindketten.
- ha mindketten vallanak, mindegyikük 5 évet kap.

Az alábbi táblázattal foglalható össze a játék:

Vállalati stratégiák	„A” tagad (kooperál)	„A” vall (nem koop.)
„B” tagad (kooperál)	A:1 B:1	A:0 B:10
„B” vall (nem koop.)	A:10 B:0	A:5 B:5

Ha mindkét fogoly racionális, „haszonmaximalizáló”, akkor célja saját büntetésének minimalizálása. Mindkét fogolynak két stratégiája lehet: hallgatni (kooperálni), vagy egy vallomással elárulni a másikat (nem kooperál). A választás eredménye attól függ, mit tesz a másik, de egyikük sem tudja, hogyan fog dönteni a másik. A másik mindkét lehetséges stratégiájára meg kell keresnie a számára jobb választ.

- якщо він очікує, що інша особа буде співпрацювати (заперечувати), то оптимальною стратегією для нього є зізнання, оскільки він буде негайно звільнений, але якщо він заперечить, йому доведеться провести рік у в'язниці.
- якщо він припускає, що інший зізнається (не свідчить), найкращим вибором для нього все одно буде зізнатися, оскільки він має відбути лише 5 років, а якщо він заперечує (співпрацює), то 10.

Тому зізнання буде **домінуючою стратегією** для обох учасників. Незалежно від того, як вирішить інший гравець, зізнанням уникається гірший варіант. Отже, результатом гри (рівноваги Неша) буде те, що вони не співпрацюють, обидва свідчать. Щоправда, їм гірше, тому що обидва отримують по 5 років, а в разі співпраці їм би вийшов по одному році. Якщо розглядати інтереси групи, тобто спільні інтереси двох ув'язнених, то правильною стратегією є співпраця, оскільки це мінімізує загальний час відбування покарання.

Олігополія характеризується тим, що на ринку існує лише кілька компаній, які визнають свою взаємну стратегічну залежність. **Олігопольні компанії або є незалежними**, але приймають свої рішення, враховуючи очікувані рішення своїх суперників, **або** – і конкуренція все більше змушує їх робити це – **вони змовляються**. У разі змови між галузевими компаніями досягається угода щодо ціни або кількості виробленого, або, можливо, обох складових, що збільшує спільний прибуток учасників. В олігополії окремим випадком є **дуополія**. У випадку дуополії на даному ринку діють дві компанії, і кожна компанія повинна передбачити рішення іншої компанії щодо випуску, щоб прийняти значуще рішення щодо власного випуску. Якщо такі вихідні комбінації забезпечують рівновагу це називається **рівновагою Курно**.

В ситуації рівноваги Курно кожна компанія максимізує свій прибуток, припускаючи, що рівень випуску іншої компанії заданий, і ці очікування також підтверджуються в рівновазі: оптимальне рішення щодо випуску кожної компанії – це випуск, який інша компанія очікує від неї.

При рівновазі Курно жодна компанія не вважає вигідним змінювати своє виробниче рішення, якщо вона дізнається про фактичне рішення іншої компанії. Модель була названа на честь французького економіста Огюстена Курно. Розробка теорії недосконалої конкуренції почалася з цієї моделі в 1838 році. Модель Курно є класичним прикладом стратегічної взаємодії між компаніями. У міру зміни ринкових умов і загострення конкуренції стратегічний вплив економічних суб'єктів один на одного набуває найрізноманітніших форм. Сьогодні теорія ігор широко використовується для аналізу стратегічних дій, застосованих до олігополії та дуополії, серед яких найвідомішою є дилема в'язня (ув'язненого). У грі економічних акторів присутні як визнана необхідність співпраці (кооперації), так і намір перехитрити один одного. Гравці завжди переслідують власні егоїстичні інтереси. Картельні угоди (змови) заборонені законом у більшості країн. Тому вони часто укладаються в неформальних місцях. Звичайно, немає гарантії, що вони будуть дотримані. Дилема ув'язненого полягає в тому, щоб свідчити чи заперечити. Дилема в дуополістичній угоді: дотримуватися, наприклад, виробничої квоти, або виробляти більше.

Мабуть, найвідомішою картельною угодою у світі є ОПЕК, яка є ціновою угодою та угодою країн – експортерів нафти щодо кількості видобутої нафти. Е картельна угода значну роль у численних вибухах цін на нафту з 1970-х років. ОПЕК є яскравим прикладом нестабільності картельних угод і постійного конфлікту між учасниками.

- ha arra számít, hogy a másik majd kooperál (tagad), akkor számára az optimális stratégia a vallomástétel, hiszen ezzel ő azonnali szabadul, de ha tagad, akkor egy évet börtönben kell ülnie.
- ha azt feltételezi, hogy a másik vall (nem kooperál), akkor is az lesz a legjobb választás, ha ő is vallomást tesz, hiszen így csak 5 évet kell leülnie, míg ha tagad (kooperál), akkor 10-et.

Ezért a vallomás lesz a **domináns stratégia** mindkét résztvevő számára. Mindegy, hogyan dönt a másik játékos, a vallomással elkerülhető a rosszabb lehetőség. Ezért a játék eredménye (Nash egyensúly) az lesz, hogy nem kooperálnak, mindkettő vall. Ezzel azonban rosszabbul járnak, hisz mindketten 5-5 évet kapnak, miközben kooperáció esetén megúszták volna 1-1 évvel. Ha a csoport – azaz a két fogoly közös – érdekeit tekintjük, akkor a helyes stratégia a kooperáció, hiszen ez fogja az összesen letöltött büntetés idejét minimalizálni.

Az oligopol piacra az a jellemző, hogy néhány vállalat van csak a piacon és ezek felismerik kölcsönös stratégiai függőségüket. Az **oligopolvállalatok vagy függetlenek**, de a riválisok várható döntéseinek figyelembe vételével hozzák meg döntéseiket, vagy - és a verseny egyre inkább erre kényszeríti őket - **összejátszanak**. Összejátszás esetén az iparág vállalatai között olyan megegyezés születik az árakra vagy a kibocsátott mennyiségre, esetleg mindkettőre vonatkozóan, amely növeli a résztvevők együttes profitját. Az oligopólium speciális esete a duopólium. Duopólium esetén, két vállalat van az adott piacon, és mindegyik vállalatnak előre kell becsülni a másik vállalat kibocsátási döntését, annak érdekében, hogy saját kibocsátásáról értelmes döntést hozzon. Ha az ilyen output kombinációk megvalósulásuk esetén egyensúlyt biztosítanak, ezt **Cournot-egyensúlynak nevezük**.

Cournot-egyensúlyi helyzetben mindegyik vállalat a másik vállalat kibocsátási szintjét adottként feltételezve maximalizálja a profitját, továbbá ezek a várakozások az egyensúlyban be is igazolódnak: mindegyik vállalat optimális kibocsátási döntése az a kibocsátás, amit a másik vállalat elvár tőle.

Cournot-egyensúlyi helyzetben egyik vállalat sem találja jövedelmezőnek termelési döntése megváltoztatását, ha a másik vállalat tényleges döntését megismeri. A modell, Augustin Cournot francia közgazdászról kapta a nevét. E modellel indult el a tökéletlen verseny elméletének kidolgozása 1838-ban. A Cournot féle modell a vállalatok közötti stratégiai kölcsönhatás klasszikus esete. A piaci viszonyok változásával, a verseny éleződésével a gazdasági szereplők stratégiai egymásra hatása nagyon változatos formákat ölt. A stratégiai cselekvések elemzésére ma széleskörben használják a játékelméletet. Az oligopol és duopol együttműködésekre alkalmazható többféle játék közül a legismertebb, a fogoly dilemma. A gazdasági szereplők játékában az együttműködés felismert szükségszerűsége és az egymást kijátszási szándék egyaránt jelen van. A játékosok mindig saját önző érdekeiket követik. A legtöbb országban a kartell megállapodásokat törvény tiltja. Így azok sokszor kávéházakban kötöttek. Ezek betartására természetesen nincs garancia. A fogoly dilemmája a börtönben a vallani, vagy tagadni kérdés. A duopolista egyezményben a dilemma: betartani például a termelésre vonatkozó kvótát, vagy ennél többet termelni.

A világ talán legismertebb kartell egyezménye az OPEC, amely az olajexportáló országok áregyezménye és megállapodása a kitermelt mennyiségre vonatkozóan. E kartell megállapodás jelentős szerepet játszik a hetvenes évek óta a többszöri olaj árrobbanásban. Az OPEC jó példa a kartell megállapodások instabilitására, a résztvevők állandó konfliktusos kapcsolatára.

Підсумовуючи форми ринку недосконалої конкуренції (монополія, монополістична конкуренція, олігополія), ми побачили, що ці компанії мають більшу чи меншу ринкову владу. Ми досліджували, як компанія визначає оптимальну кількість виробництва за таких обставин. Основні особливості:

У випадку **недосконалої ринкової конкуренції** – монополії, монополістичної конкуренції, олігополії – унікальна функція попиту компаній **має негативний нахил**.

Чим менше продукт фірми замінний іншим продуктом, тим ближче **індивідуальна функція попиту буде до функції галузевого попиту**.

Наслідком унікальних функцій попиту з негативним нахилом є те, що **ринкова ціна перевищує граничний дохід компанії**.

У разі оптимального випуску **ринкова ціна для цих компаній перевищує граничні витрати**.

Незворотні (чисті) суспільні втрати виникають у результаті ринкової ціни, яка перевищує граничні витрати.

Через різні умови входу та виходу **довгострокові можливості отримання прибутку відрізняються в деяких формах недосконалої конкуренції**. В довгостроковому періоді фірма монополістичної конкуренції отримує лише нормальний прибуток, олігополія та монополія також можуть досягти позитивного економічного прибутку.

У наступній таблиці підсумовано найважливіші характеристики досліджуваних ринкових структур:

Характеристики/ Ринкова форма	Ідеальна гонка	Монополістична конкуренція	Олігополія	Чиста монополія
Кількість компаній	багато	багато	дещо	один
Ринкова конкуренція	сильний	сильний	обмежений	немає жодного
Продукт	однорідний	диференційований	однорідні або диференційовані	Однорідний
Цінова позиція	акцептор ціни	визначник ціни	визначник ціни	визначник ціни
Зв'язок між ціною та граничними витратами	$P=MC$	$P>MC$	$P>MC$	$P>MC$
Обмеження на в'їзд	немає жодного	немає жодного	є	є
Довгостроковий економічний прибуток	немає жодного	немає жодного	є	є

Összefoglalva a nem tökéletesen versenyző piaci formákat (monopólium, monopolisztikus verseny, oligopólium), láttuk, hogy ezek a vállalatok kisebb vagy nagyobb mértékű piaci hatalommal rendelkeznek. Azt vizsgáltuk, hogy ilyen körülmények között hogyan határozza meg egy vállalat az optimális kibocsátás mennyiségét. A legfőbb sajátosságok a következők:

A **nem tökéletes piaci verseny** – monopólium, monopolisztikus verseny, oligopólium – esetén a vállalatok egyedi keresleti függvénye **negatív meredekségű**.

Minél kevésbé helyettesíthető a vállalat terméke más termékkel, az **egyedi keresleti függvény** annál közelebb lesz az **iparági keresleti függvényhez**.

A negatív meredekségű egyedi keresleti függvények következménye, hogy a **piaci ár nagyobb a vállalat határbevételénél**.

Az optimális kibocsátás esetén ezeknél a vállalatoknál a piaci ár meghaladja a határköltséget.

A határköltségnél magasabb piaci ár következtében **holtteher-veszteség** keletkezik.

Az eltérő be- és kilépési feltételek miatt a **hosszú távú profitlehetőségek különböznek a nem tökéletes verseny egyes formáiban**. **Hosszú távon** a monopolisztikusan versenyző vállalat kizárólag normál profitot, az oligopol és monopolvállalat pozitív gazdasági profitot is elérhet.

A következő táblázatban a tanult piaci szerkezetek legfontosabb jellemzőit foglaljuk össze:

Jellemzők/ Piaci formák	Tökéletes verseny	Monopolisztikus verseny	Oligopólium	Tiszta monopólium
Vállalatok száma	sok	sok	néhány	egy
Piaci verseny	erős	erős	korlátozott	nincs
Termék	homogén	differenciált	homogén vagy differenciált	Homogén
Ármeghatározó pozíció	árelfogadó	ármeghatározó	ármeghatározó	ármeghatározó
Ár és határköltség viszonya	$P=MC$	$P>MC$	$P>MC$	$P>MC$
Belépési korlátok	nincs	nincs	van	van
Hosszú távú gazdasági profit	nincs	nincs	van	van

Завдання до теми 11 Монополістична конкуренція. Олігополія

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

1. У 2023 р. галузь А функціонувала в умовах досконалої конкуренції і перебувала у довгостроковій рівновазі. У 2024 р. фірми, що оперують у галузі, утворили картель. У результаті всі учасники галузевого картелю у 2024 р. отримали економічний прибуток на 10 млн. \$ більше, ніж у 2023 р. Економічний прибуток картелю у 2024 р. становив:

- A) 0.
- B) менше \$ 10 млн.
- C) \$10 млн.
- D) понад \$10 млн.
- E) Для відповіді недостатньо інформації.

2. Ви виходите з припущення, що якщо ваша фірма знизить свою ціну, конкуренти відповідно знизять свої ціни, але якщо ви підвищите її, жодна фірма не наслідуватиме ваш приклад. Це означає, що ваша фірма:

- A) Стикається з конкуренцією «не так на життя, але в смерть».
- B) має «ламану» криву попиту.
- C) є ціновим лідером на олігополістичному ринку.
- D) Найбільш ефективна у галузі.
- E) Одна з конкурентних фірм у галузі.

3. Першим економістом, хто спробував створити теорію олігополії, був:

- A) Едвард Чемберлін.
- B) Огюстен Курно.
- C) Джоан Робінсон.
- D) Джон Гелбрейт.
- E) Карл Маркс.

4. Ринки досконалої та монополістичної конкуренції мають спільну рису:

- A) Випускаються диференційовані товари.
- B) На ринку оперує безліч покупців та продавців.
- C) Кожна фірма стикається з горизонтальною кривою попиту свій продукт.
- D) Випускаються однорідні товари.
- E) Ринкова поведінка кожної фірми залежить від реакції конкурентів.

5. Олігополія – це ринкова структура, де оперує:

- A) Велика кількість конкуруючих фірм, які виробляють однорідний продукт.
- B) Велика кількість конкуруючих фірм, які виробляють диференційований продукт.
- C) Невелика кількість конкуруючих фірм.
- D) Лише одна велика фірма.
- E) Лише один великий покупець.

Mintafeladatok a 11. témához Monopolisztikus piac. Oligopólium

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. 2023-ban az A iparág tökéletes verseny körülményei között működött, és hosszú távú egyensúlyban volt. 2024-ben az iparágban működő cégek kartellt alkottak. Ennek eredményeként 2024-ben az iparági kartell összes résztvevője 10 millió dollárral több gazdasági nyereséget ért el, mint 2023-ban. A kartell gazdasági nyeresége 2024-ben:

- A) 0.
- B) kevesebb, mint 10 millió dollár.
- C) 10 millió dollár.
- D) több mint 10 millió dollár.
- E) Nincs elég információ a válaszadáshoz.

2. Tétélezzük fel, hogy ha az Ön cége csökkenti az árat, a versenytársak ennek megfelelően csökkentik az áraikat, de ha Ön emeli, egyetlen cég sem fogja követni a példáját. Ez azt jelenti, hogy az Ön cége:

- A) „Élet-halál” versenyt folytat.
- B) „tört” keresleti görbével rendelkezik.
- C) árvezető egy oligopolisztikus piacon.
- D) A leghatékonyabb az iparágban.
- E) Az iparág egyik versenyképes cége.

3. Az első közgazdász, aki megpróbálta megalkotni az oligopólium elméletét:

- A) Edward Chamberlin.
- B) Augustin Cournot.
- C) Joan Robinson.
- D) John Galbraith.
- E) Karl Marx.

4. A tökéletes és monopolisztikus verseny piacainak közös vonása van:

- A) Differenciált árakat állítanak elő.
- B) Sok vevő és eladó működik a piacon.
- C) Minden cég egy vízszintes keresleti görbével néz szembe a terméke iránt.
- D) homogén árakat állítanak elő.
- E) Az egyes cégek piaci magatartása a versenytársak reakciójától függ.

5. Az oligopólium olyan piaci struktúra, amelyben:

- A) Sok versengő cég, amelyek homogén terméket állít elő.
- B) Nagyszámú versengő cég van, amelyek differenciált terméket állítanak elő.
- C) Kis számú versengő cég van jelen.
- D) Csak egy nagy cég van jelen.
- E) Csak egy nagy vevő van jelen.

ВІРНО–НЕВІРНО

1. На ринку досконалої конкуренції фірми пропонують більш різноманітні товари, ніж за монополістичної конкуренції.
2. Ринкова поведінка галузевого картелю, що максимізує прибуток, аналогічно до поведінки чистої монополії.
3. За монополістичної конкуренції галузевий випуск товарної групи забезпечується достатньою кількістю фірм.
4. При недосконалої конкуренції виробники можуть впливати на ринкову ціну, що обумовлено кривою попиту, що знижується, на їх товари.
5. Гравець, який реалізує домінуючу стратегію, завжди виграє.

ВПРАВИ

1) Припустимо, що на ринку працюють дві компанії (А та В), які здійснюють конкуренцію за допомогою ціни в рамках моделі Берта. На ринку маємо такі дані:

Витрати на одиницю продукції для компаній А та В: 10 USD/од.

Функція попиту: $Q=120-PQ = 120 - PQ=120-P$, де PPP – ціна.

Якщо ціни компаній співпадають, попит розподіляється порівну між двома компаніями.

Запитання:

- a) Визначте рівноважну ціну та кількість продукції на ринку олігополії, якщо конкуренція Берта діє!
- b) Розрахуйте прибуток компаній у рівноважному стані!
- c) Який вплив має підвищення витрат на 5 USD/од. на ціни та прибуток?

IGAZ–HAMIS

1. A tökéletes versenypiacon a cégek többféle árut kínálnak, mint a monopolisztikus versenypiacon.
2. A profitmaximalizáló iparági kartell piaci magatartása hasonló a tiszta monopólium magatartásával.
3. Monopolisztikus versenyben egy termékcsoport ágazati kibocsátását meglehetősen nagyszámú cég biztosítja.
4. Tökéletlen verseny esetén a termelők befolyásolhatják a piaci árat az áruk lefelé mutató keresleti görbéje miatt.
5. A domináns stratégiát választó játékos mindig nyer.

GYAKORLATI FELADATOK

1) Tegyük fel, hogy egy piacon két vállalat (A és B) működik, amelyek Bertrand-versenyt folytatnak. A piacon a következő adatok állnak rendelkezésre:

Vállalat A és B költség szerkezete: 10 USD/egység (átlagköltség és határköltség).

A keresleti függvény: $Q=120-PQ = 120 - PQ=120-P$, ahol PPP az ár.

A vállalatok ára megegyezik, akkor a kereslet a két vállalat között oszlik meg.

Kérdések:

- a) Határozd meg az egyensúlyi árat és mennyiséget az oligopólium piacon, ha a Bertrand-verseny érvényesül!
- b) Számítsd ki a vállalatok profitját az egyensúlyi állapotban!
- c) Milyen hatással van az árakra és a profitokra, ha a költségek 5 USD/egységgel növekednek?

ТЕМА 12 РИНКИ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА

Анотація. Загальна характеристика факторних ринків. Ринок праці. Теорія граничної продуктивності та попит на ресурси. Ринки факторів виробництва, їх функції в економіці. Формування похідного попиту. Гранична продуктивність і попит на ресурси. Зміна і гнучкість попиту на ресурси. Оптимальне співвідношення ресурсів. Цінова еластичність попиту на виробничі ресурси. Чинники еластичності попиту на ресурси. Оптимальне співвідношення ресурсів. Правило мінімізації витрат. Ціноутворення на ринку ресурсів. Мобільність праці як фактор виробництва. Ринок праці. Характеристика досконалої конкуренції на ринку праці. Граничний прибуток виробника від найманої праці. Обґрунтування рішення про зарахування. Монополістичний попит на працю та монополістична рівновага. Монополна влада продавців робочої сили. Двостороння монополія та визначення рівня реальної заробітної плати. Дискримінація на ринку праці. Проблема еквівалента роботи. Капітал як джерело довгострокового використання, форми капіталу. Поняття позичкового процента та його вплив на короткострокові інвестиційні проекти підприємств. Довгострокове обґрунтування інвестиційних рішень. Оцінка інвестиційного ризику та надійності інвестицій. Ринок природних ресурсів. Земля як економічний ресурс: зміст, структура та характеристика. Ціноутворення на відновлювані та невідновлювані природні ресурси. Земельний сервіс та ринок оренди землі. Орендна плата за землю. Ринок землі та його ціна. Частковий і загальний баланс.

Вивчаючи попит на фактори виробництва, ми шукаємо відповідь на питання, навіщо компанії потрібен той чи інший ресурс і на яких підставах вона вирішує його використовувати. Для цього в якості відправної точки необхідно взяти до уваги основну мету компанії – максимізацію прибутку. Прибуток надходить з ринку товарів та послуг.

Ціни чотирьох видів факторів виробництва є різними.

- **Робота: заробітна плата.** Це відносно просто: робітник працює, тому він отримує гроші. Чим більше ви працюєте, тим більше вам платять, але ми зазвичай припускаємо, що ваша заробітна плата за одиницю часу є постійною.
- **Земля: рента.** Фактор «земля» включає всі природні речі, наприклад рілля (земельна рента), шахта (гірнична рента) тощо. Ми розраховуємо ренту для кожного з них по-різному, але основний принцип принаймні подібний (алмазна шахта проти вугільної шахти).
- **Капітал: процент.** Це вже не так тривіально. По-перше, що таке капітал? Це загальна назва для всіх видів машин, виробничих ліній, установок і техніки. І при чому тут відсоток? Пояснення цього полягає в тому, що ми могли б орендувати їх. Тобто вона може бути нашою, але при не здачі їх в оренду хоча б відсотки виникають у вигляді альтернативної вартості як собівартості.
- **Підприємець: прибуток.** Це те, що залишається після того, як підприємець заплатить за все інше. Підприємець також має право на оплату своєї праці за робочий час! Знову ж таки, це виглядає принаймні у формі альтернативних витрат, оскільки, якби ви пішли на роботу, ви отримували б там заробітну плату, тому ви повинні мати можливість генерувати принаймні цей рівень заробітної плати своєю власною діяльністю!

Відомо, що розмір товарної ринкової пропозиції компанії визначається на основі співвідношення між граничним доходом і граничними витратами. На підставі попиту та цінових імпульсів, отриманих від товарного ринку, компанія вирішує збільшити або

12. TÉMA TÉNYEZŐPIACOK

Annotáció. A tényezőpiacok általános jellemzői. Munkaerőpiac. A határtermelékenység és az erőforrások iránti kereslet elmélete. Termelési tényezők piacai, funkcióik a gazdaságban. Származékos kereslet kialakulása. A határtermelékenység és az erőforrások iránti kereslet. Az erőforrások iránti igény változása, rugalmassága. Az erőforrások optimális aránya. A termelési erőforrások iránti kereslet ár rugalmassága. Az erőforrások iránti kereslet rugalmasságának tényezői. Az erőforrások optimális aránya. Költségminimalizálási szabály. Árképzés az erőforrás piacon. A munka, mint termelési tényező, mobilitása. Munkaerőpiac. A tökéletesen versenyképes munkaerőpiac jellemzői. A termelő bérmunkából származó határnyeresége. A felvételi határozat indoklása. Monopólium munkaerő-kereslet és monopolisztikus egyensúly. A munkaerő eladóinak monopólium ereje. Kétoldalú monopólium és a reálbérszint meghatározása. Diszkrimináció a munkaerő piacon. A munkaegyenérték problémája. A tőke mint hosszú távú felhasználási forrás, a tőke formái. A hitelkamat fogalma, mértékének hatása a vállalkozók rövid távú beruházási projektjére. A befektetési döntések hosszú távú indoklása. A befektetés kockázata és a befektetések megbízhatóságának felmérése. A természeti erőforrások piaca. A föld mint gazdasági erőforrás: tartalom, szerkezet és jellemzők. Megújuló és nem megújuló természeti erőforrások árképzése. Földszolgáltatási és földbérleti piac. Földjáraadék. A földpiac és annak ára. Részleges és általános egyensúly.

A termelési tényezők keresletének vizsgálatánál arra a kérdésre keresünk választ, miért van egy cégnek szüksége egy adott erőforrásra, és milyen megfontolások alapján dönt ennek felhasználásáról. Ehhez kiindulásként a vállalat alapvető célját, a profitmaximalizálást kell figyelembe venni. A profit a termékpiacról származik.

A négyféle termelési tényezőnek más-más jellegű az ára.

- **Munka: munkabér.** Ez viszonylag egyértelmű; a munkás dolgozik, ezért pénzt kap. Minél többet dolgozik, annál több bért kap, de általában feltételezzük, hogy időegységre jutó bére állandó.
- **Föld: járadék.** A „föld” tényező foglalja magába az összes természeti dolgot, pl. szántóföld (földjáradék), bányá (bányajáradék) stb. Ezeknek mind-mind eltérő módon számítjuk a járadékát, de az alapelv legalább hasonló (gyémántbánya vs. szénbánya).
- **Tőke: kamat.** Ez már nem annyira triviális. Egyrészt mi a tőke? Ez ugye mindenféle gép, gyártósor, üzem, technika gyűjtőneve. És miért a kamat az ára? Ennek a magyarázata az, hogy bérelhetnénk. Azaz, lehet, hogy a mienk, de azáltal, hogy nem adjuk ki, legalább alternatív költség formájában felmerül a kamat, mint költség.
- **Vállalkozó: profit.** Ez az, ami marad, miután a vállalkozó kifizetett minden mást. A vállalkozó munkaidejéért neki munkabér is jár! Ez ismét legalább az alternatív költség formájában megjelenik, hiszen ha elmenne dolgozni, ott bért kapna, így a saját tevékenységével legalább ezt a bérszintet meg kell tudja termelni!

Ismeretes, hogy a vállalat termékpiaci kínálatának nagyságát a határbevétel és a határköltség viszonya alapján határozza meg. A termékpiacról kapott keresleti és árimpulzusok alapján dönt tehát a vállalat termelésének növeléséről vagy csökkentéséről. Ha

зменшити виробництво. Якщо інформація про товарний ринок спонукає вас збільшити виробництво, для цього потрібно більше вхідних факторів, тобто попит на фактори виробництва зростає. У випадку зворотної інформації це зменшує попит на фактори виробництва. Тому попит на фактори виробництва є похідним попитом.

Похідний попит: попит на фактори виробництва називається похідним попитом, оскільки він існує через попит на продукти, які можна виробити за допомогою факторів виробництва. Якщо попит на основні товари зростає, похідний попит також зростатиме!

Що визначає попит на фактори виробництва? Він визначається трьома факторами:

- Попит на основний товар – це визначає в основному. Якщо попит на товар збільшується, ми хочемо виробляти його більше, тобто ми хочемо перейти до вищої ізокванти. Тому ми «приймаємо» вищі витрати.
- Ціна фактора виробництва. Це також досить чіткий зв'язок. Якщо фактор стає дорожчим, кількість його використання зменшується, якщо його ціна знижується, його кількість використання збільшується.
- Ціна іншого фактору виробництва. Ну, тут залежність не така тривіальна, і криві ізоквант сильно визначають зміну використовуваної кількості. «Здоровий глузд» підказував би, що якщо ціна на товар А зростає, споживання В зростає, і навпаки, оскільки два продукти є взаємозамінними. Це частково правда, ми називаємо це ефектом **заміщення**, але є інший, більш прихований ефект. Оскільки ціна А значно падає, навіть із збільшенням використання А, більше залишається для В. У цьому випадку зниження ціни А призводить до збільшення споживання В (звичайно, споживання А також зросло). Це називається ефектом **доходу**.

Як компанія визначає свій попит на фактор виробництва?

Вона визначає свій попит на фактори виробництва з урахуванням мети максимізації прибутку. Їй доцільно включати у виробництво все більше і більше одиниць виробничого фактора, доки результуюче збільшення витрат буде меншим за збільшення доходу.

Граничні витрати на ресурси (фактора виробництва) виражають це збільшення витрат, відображуємо через MFC, яке можна визначити як похідну функції загальних витрат відповідно до фактора виробництва.

Граничний продукт фактора виробництва виражає приріст доходу, позначається через MRP, його можна визначити як похідну функції загального доходу відповідно до фактора виробництва.

Прибуток компанії буде максимальним, якщо збільшення витрат, досягнуте збільшенням коефіцієнта витрат на одиницю ресурсу, буде точно таким же, як збільшення доходу, тобто:

$$MFC = MRP$$

Зв'язок між попитом на фактор виробництва, який максимізує прибуток, а також ціною цього фактора виражається функцією факторного попиту, яка має від'ємний нахил (через закон спадної віддачі).

У формі формули, наприклад, функцію попиту на робочу силу компанії можна записати таким чином, якщо ринкову ціну товару розглядати як дану:

$$\underbrace{MP_L}_{\text{величина граничного продукту праці}} \cdot P = P_L$$

де: MP_L – граничний продукт праці, P – ціна готової продукції, P_L – заробітна плата.

a termékpiaци információk a termelés növelésére ösztönzik, ehhez több inputtényezőre van szüksége, vagyis nő a termelési tényezők iránti kereslet. Fordított információ esetén viszont csökkenti a termelési tényezők keresletét. A termelési tényezők kereslete tehát származékos kereslet.

Származékos kereslet: a termelési tényezők iránti kereslet úgynevezett származékos kereslet, mert a termelési tényezők felhasználásával előállítható termékek iránti kereslet miatt létezik. Ha a mögöttes áruk kereslete nő, a származékos kereslet is nőni fog!

Mi határozza meg a termelési tényezők keresletét? A termelési tényező iránti keresletet három tényező határozza meg:

- A mögöttes áru iránti kereslet: ez triviális, pont ez a származékos kereslet definíciója. Ha nagyobb a kereslet, többet akarunk termelni, azaz magasabb isoquantra akarunk kerülni. Ezért „bevállaljuk” a magasabb költségeket is.
- A termelési tényező ára. Ez is elég egyértelmű kapcsolat. Ha a tényező drágul, a felhasználási mennyisége csökken, ha az ára csökken, akkor a felhasználási mennyisége nő.
- A másik termelési tényező ára. Na, itt a kapcsolat nem annyira triviális, és erősen az isoquant görbék határozzák meg a felhasznált mennyiség változását. A „józan paraszti ész” azt mondaná, hogy amennyiben A ára emelkedik, B felhasználási mennyisége nőni fog és fordítva, hiszen a két termék egymással helyettesíthető. Ez részben igaz is, ezt hívjuk **helyettesítési** hatásnak, azonban van egy másik, rejtettebb hatás. Ilyenkor az történik, hogy mivel A ára nagyon leesik, a megnövekedett A felhasználás mellett is több marad B-re. Ebben az esetben A árának csökkenése B felhasználásának növekedéséhez vezet (természetesen közben A felhasználása is növekedett). Ezt hívjuk **jövedelmi** hatásnak.

Hogyan határozza meg egy vállalat a termelési tényező iránti keresletét?

A vállalat a termelési tényezők iránti keresletét a profitmaximalizálási cél figyelembevételével határozza meg. Mindaddig érdemes neki újabb és újabb egységnyi termelési tényezőt bevonni a termelésbe, amíg az abból származó költségnövekmény kisebb, mint a bevétel-növekmény.

A termelési tényező határkölsége fejezi ki ezt a költségnövekményt, jele: MFC, amely az összköltség függvény termelési tényező szerinti deriváltjaként határozható meg.

A termelési tényező határtermékbevétele fejezi ki a bevétel-növekményt, jele MRP, az az összbevételi függvény termelési tényező szerinti deriváltjaként határozható meg.

A vállalat profitja akkor lesz maximális, ha az inputtényező egységnyi növelésével elérhető költségnövekmény éppen megegyezik a bevétel-növekménnyel, vagyis:

$$MFC = MRP$$

A termelési tényező profitmaximalizáló kereslete és a tényező ára közötti összefüggést a tényezőkeresleti függvény fejezi ki, amely negatív meredekségű (csökkenő hozadék miatt).

Képlet formájában például egy vállalat munkaerő iránti keresleti függvénye a következőképpen írható fel, ha az árupiaци árat adottnak kezeljük:

$$\underbrace{MP_L}_{\text{a munka határtermék értéke}} \cdot P = P_L$$

ahol: MP_L – a munka határterméke, P – az elkészült termék ára, P_L – pedig a munkabér.

Попит на ресурси визначається ринковою вартістю граничного продукту (або доходом від граничного продукту). **Функція попиту** на фактор дорівнює функції доходу від граничного продукту цього фактора.

Складові функції попиту фактора виробництва:

- граничний продукт даного фактора виробництва,
- ціна виробленого продукту.

Функцію попиту інших факторів виробництва можна визначити за подібною логікою. Значна частина факторів виробництва використовується не в одному виробничому процесі, а в кількох періодах. Щоб обчислити витрати та доходи, пов'язані з цими факторами виробництва, ми повинні включити в аналіз фактор часу. Компанії купують фактори виробництва на ринку факторів виробництва. Завдяки особливостям цього ринку він чітко відокремлений від ринку товарів.

Ми вже багато знаємо про попит на фактори виробництва, але ми ще не дійшли до кінця даного питання. Наш наступний важливий висновок полягає в тому, що попит на фактори виробництва **є спільним попитом**. Компанія використовує фактори виробництва разом, весь капітал з усією працею комбінується. Тому попит на них **є спільним**.

Фактори виробництва взаємозамінювані в певних межах. У довгостроковій перспективі компанія приймає рішення не тільки щодо розміру свого асортименту продукції, але й **щодо використання технології, комбінації факторів виробництва**, які використовуються для виробництва даної кількості продукції.

Вибір технології визначається тим, як **співвідносяться гранична продуктивність і ціни окремих факторів виробництва**. На практиці **технічна та економічна ефективність часто суперечать одна одній**. Технічно будь-яка технологія (комбінація факторів виробництва), **яка не використовує надлишкові потужності, є ефективною**. Однак **з економічної точки зору** ефективним є лише та, що може виробляти таку саму продукцію з найменшими витратами.

Граничний **продукт фактора виробництва у грошовому вимірі** дорівнює тій ціні, за якою можна придбати додаткову одиницю фактора. Якщо ринок факторів виробництва є конкурентним, виробник може придбати будь-яку кількість фактора виробництва за однаковою ціною. І ця ціна якраз є граничним продуктом даного фактора. Жоден підприємець не платитиме більше від цього розміру, і якщо компанія намагається платити менше, то, наприклад, у питанні з робочою силою, остання буде швидше найнятою в конкуруючих компаніях. Проте в іншому підході, коли ми ставимо питання про те, як довго підприємцю варто збільшувати використання даного фактора, відповідь така: доки він приносить прибуток, тобто доки його ціна менша, ніж дохід, який можна отримати від продажу виробленого продукту. Виходячи з них, оптимальність використання кожного виробничого фактора визначається наступними співвідношеннями і виражається так:

$$\begin{aligned} MRP_{\text{землі}} &= P_{\text{землі}} \\ MRP_{\text{машини}} &= P_{\text{машини}} \\ MRP_{\text{праці}} &= P_{\text{праці}} \end{aligned}$$

де: $MRP_{\text{землі}}$, $MRP_{\text{машини}}$, $MRP_{\text{праці}}$ = з доходом від граничного продукту даного фактора виробництва,
 $P_{\text{землі}}$, $P_{\text{машини}}$, $P_{\text{праці}}$ = ціна даного фактора виробництва.

Az erőforrások keresletét a határtermék piaci értéke (vagy a határtermék bevétele) határozza meg. Egy-egy tényező **keresleti függvénye egyenlő e tényező határtermék bevételi függvényével**.

A termelési tényező keresleti függvényének fő komponensei:

- az adott termelési tényező határtermelékenysége,
- a termelt termék ára.

A többi termelési tényező keresleti függvénye hasonló logikával határozható meg. A termelési tényezők jelentős része nem egy termelési folyamatban használódik el, hanem több periódusban. Ezekkel a termelési tényezőkkel kapcsolatban felmerülő költségek és bevételek kiszámításához be kell kapcsolnunk az elemzésbe az időtényezőt. A termelési tényezők piacán vásárolják a vállalatok a termelési tényezőket. Ezen piac sajátosságai miatt egyértelműen elkülönül az árupiactól.

Már sok mindent tudunk a termelési tényezők keresletéről, de még nem értünk a titok végére. A következő fontos megállapításunk, hogy a termelési tényezők kereslete együttes kereslet. A vállalat a termelési tényezőket együtt alkalmazza, valamennyi tőkét valamennyi munkával kombinálva. Ezért keresletük **együttes kereslet**.

A termelési tényezők bizonyos korlátok között egymással helyettesíthetők. A vállalat hosszú távon nemcsak termékkínálatának nagyságáról dönt, hanem az alkalmazott **technológiáról is**, arról, hogy a termelési tényezők milyen kombinációjával állítja elő az adott termékmennyiséget.

A technológia választás mikéntjét az határozza meg, hogy az egyes termelési tényezők **határtermelékenysége és ára hogyan viszonyul egymáshoz**. **A gyakorlatban gyakran elmentmondásba kerül egymással a technikai és a gazdasági hatékonyság**. **Technikailag** minden technológia (termelési tényező-kombináció) **hatékony, amelyik nem alkalmaz fölösleges kapacitást**. **Gazdaságilag** viszont csak az hatékony, amelyik ugyanazt a kibocsátást a legkisebb költséggel képes előállítani.

A **termelési tényezők határköltsége** megegyezik azzal az árral, amin a pótlólagos egység beszerezhető. Ha a termelési tényezők piaca kompetitív, a termelő egy-egy termelési tényező bármilyen mennyiségét képes azonos áron beszerezni. Ez az ár pedig pontosan a tényező határtermékének értékével egyenlő. Ennél többet ugyanis egyetlen vállalkozó sem fizet, ha pedig valamelyik vállalat kevesebbet próbálkozik, akkor, ha például munkaerőről van szó, az inkább a versenytárs vállalatoknál fog elhelyezkedni. Más megközelítésben viszont, amikor azt a kérdést tesszük fel, hogy, meddig érdemes egy vállalkozónak az adott tényező felhasználását növelni, a válasz az, hogy, amíg az hasznot hoz, vagyis amíg ára kisebb, mint az általa termelt termék eladásából nyerhető bevétel. Ezek alapján minden termelési tényező felhasználásának optimumát a következő összefüggések fejezik ki:

$$\begin{aligned} MRP_{\text{föld}} &= P_{\text{föld}} \\ MRP_{\text{gép}} &= P_{\text{gép}} \\ MRP_{\text{munka}} &= P_{\text{munka}} \end{aligned}$$

ahol: $MRP_{\text{föld}}$, $MRP_{\text{gép}}$, MRP_{munka} = az adott termelési tényező határtermék bevételeivel,
 $P_{\text{föld}}$, $P_{\text{gép}}$, P_{munka} = az adott termelési tényező ára.

Беручи до уваги діяльність підприємця, спрямовану на максимізацію прибутку, фактори комбінуються:

$$\frac{MP_{\text{праця}}}{P_{\text{праця}}} = \frac{MP_{\text{земля}}}{P_{\text{земля}}} = \frac{MP_{\text{машини}}}{P_{\text{машини}}}$$

Не випадково в країнах з низьким рівнем заробітної плати перевагу віддають більш трудомістким технологіям, а якщо машини й устаткування відносно дешеві, то використовують капіталомісткі технології. Виходячи з наведеної вище залежності, ми також бачимо, що попит на фактор виробництва залежить також від **відносної ціни та ефективності виробництва фактором-замінником**.

У випадку конкурентного ринку товарів та факторів виробництва ціна кожного продукту і фактора виробництва є ринковою даністю для компанії. За цією ціною, в принципі, можна продавати необмежену кількість товарів і купувати ресурси. У той же час ринок факторів виробництва **ніколи не може бути суто конкурентним**, оскільки він є малодоступним. Однак це вже накладає вимоги до ефективності з боку пропозиції.

Компанія з вищим показником граничного продукту у грошовому вимірі для свого виробництва може отримати більше дефіцитних ресурсів. Ринкова ціна також визначає можливість альтернативного використання факторів виробництва. Це відіграє важливу роль у реалізації оптимального розподілу факторів з точки зору суспільства.

Під алокацією виробничих факторів мається на увазі розподіл ресурсів між різними виробничими сферами.

На ринку факторів виробництва продавцями є домогосподарства, а покупцями — компанії. Іншими словами, традиційні ролі помінялися! Ідентичність клієнтів зрозуміла, оскільки компанії виробляють, їм потрібні фактори виробництва. Однак щодо продавців необхідно трохи подумати, адже, якщо *все комусь належить*, у нього є власник. Цей кінцевий власник, природно, належить домогосподарству, тобто він є продавцем/орендарем даного фактора виробництва.

На ринку **природних ресурсів (землі)** ми маємо справу з досить специфічною пропозицією. Пропозиція цього фактора виробництва за будь-якою ціною (рентою) однакова (тобто його пропозиція абсолютно нееластична за ціною). Це чітко видно: пропозиція даного фактора фіксована (стільки, скільки є), і власник фактора не може продати його більше. Звичайно, це не означає, що ціна землі дорівнює нулю, оскільки попит на неї буде визначатися багатьма іншими факторами. Найважливішим фактором є рентабельність використання, що визначає попит, який разом із пропозицією визначає ціну (кількість, очевидно, дана).

Ринок праці демонструє багато подібностей, але також і кілька особливостей порівняно з ринком інших факторів виробництва. Це пояснюється тим, що **праця є найважливішим ресурсом суспільства**, власником найбільшої частки доходу, а особа, яка виконує працю, **є не об'єктом, а суб'єктом** суспільно-економічних процесів. Спрощено це означає, що працівник може звільнитися, вимагати підвищення зарплати, страйкувати, щоб уповільнити роботу тощо.

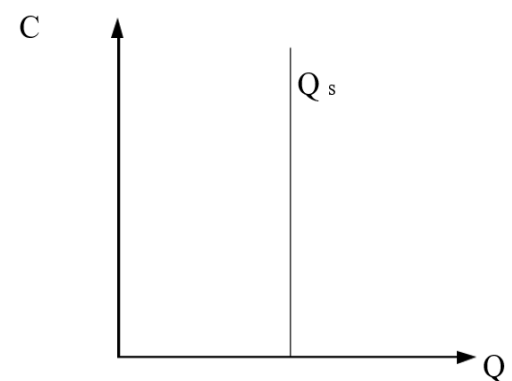


Рисунок 12.1.
Пропозиція природних ресурсів

A vállalkozó profitmaximalizáló tevékenységét szem előtt tartva, a tényezők együttes keresletére a következő összefüggést kapjuk:

$$\frac{MP_{\text{munka}}}{P_{\text{munka}}} = \frac{MP_{\text{föld}}}{P_{\text{föld}}} = \frac{MP_{\text{gép}}}{P_{\text{gép}}}$$

Nem véletlen, hogy azokban az országokban, ahol alacsony a munkabér, a munkaigényesebb technológiákra esik inkább a választás, míg ha a gépek, berendezések a relatíve olcsóbbak, tőkeigényes technológiát alkalmaznak. A fenti összefüggés alapján azt is látjuk, hogy egy-egy termelési tényező keresletét a **helyettesítő termelési tényező relatív ár és hatékonyság változása** is befolyásolja.

Kompetitív termék és tényezőpiac esetén a vállalat számára egy-egy termék és termelési tényező ára piaci adottság. Ezen az áron elvileg korlátlan mennyiségű terméket adhat el, erőforrást vásárolhat. A termelési tényezők piaca ugyanakkor sohasem lehet tisztán kompetitív, mivel ezek szűkösen állnak rendelkezésre. Ez azonban már a kínálat oldaláról támaszt hatékonysági követelményeket.

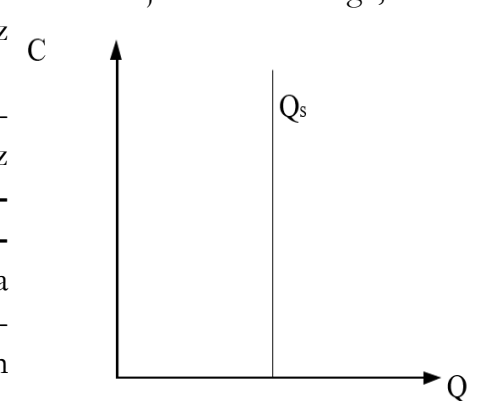
A szűkös erőforrásokból az a cég szerezhet be többet, amelyiknél az adott termelési tényező határtermelékenysége magasabb. A piaci ár a termelési tényezők alternatív felhasználási lehetőségét is determinálja. Ennek fontos szerepe van a társadalom szempontjából optimális tényező-allokáció megvalósulásában.

A termelési tényezők **allokációján** az erőforrások különböző termelési területek közötti **eloszlását** értjük.

A termelési tényezők piacán az eladók a háztartások, míg a vevők a vállalatok. Azaz a hagyományos szerepek fordítva jelennek meg! A vevők kiléte egyértelmű, hiszen a vállalatok termelnek, nekik kell termelési tényező. Az eladók azonban kis utánagondolást igényelnek, azonban elég csak arra gondolni, hogy minden valakié, mindennek van tulajdonosa. Ez a végső tulajdonos természetesen egy háztartáshoz tartozik, azaz ő az eladója/bérbeadója az adott termelési tényezőnek.

A **természeti erőforrások (föld)** piaca esetében egy meglehetősen sajátos kínálattal van dolgunk. Ezen termelési tényező kínálata tetszőleges áron (járadék mellett) ugyanannyi (azaz a kínálata tökéletesen ár rugalmatlan). Ez elég szemléletesen belátható: egy adott telek kínálata fix (akkora, amekkora), és a telek birtokosa nem tud többet eladni belőle. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a telek ára zérus lenne, hiszen a keresletét számos egyéb tényező fogja meghatározni. Legfontosabb tényező a felhasználás jövedelmezősége, ami megadja a keresletet, ami a kínálattal együtt meghatározza az árat (a mennyiség nyilván adott).

A munkapiac sok azonosságot, de több sajátosságot is mutat a többi termelési tényező piacához képest. Ez abból adódik, hogy a **munka a társadalom legfontosabb erőforrása, a jövedelmek legnagyobb hányadának birtokosa**, és hogy a munka végzője, az ember **nem tárgy, hanem alanya** a társadalmi gazdasági folyamatoknak. A hétköznapiakban ez azt jelenti, hogy például felmondhat, bérköveteléssel léphet fel, munkalassító sztrájkba kezdhet stb.



12.1. ábra: A természeti erőforrások kínálata.

В мікроекономіці стосовно ринку праці ми шукаємо відповіді на такі питання з боку пропозиції праці:

- чому хтось влаштується на **роботу** в бізнес-організацію;
- чому хтось вирішує, наприклад, **використовувати свій час** у домашньому господарстві;
- чому вирішують **витратити більшу частину** свого часу, ніж раніше, для **відпочинку, розваг?**

Праця використовується господарськими організаціями, компаніями та підприємцями. З боку попиту на робочу силу виникають питання: які фактори враховують їхні працівники при визначенні обсягу роботи у короткостроковому та довгостроковому періоді?

Той, хто пропонує свої «робочі послуги» на ринку – працівник, той, хто його наймає – роботодавець. Спочатку ми робимо висновки щодо ринку праці, припускаючи конкурентоспроможний продукт і ринок праці, але попереджаємо вас, що це теоретична абстракція. Особливістю конкурентного ринку праці є припущення, що ті, хто пропонує роботу, можуть замінювати один одного і що пропозиція роботи не обмежена.

З точки зору мікроекономічного пояснення **індивідуальної пропозиції праці** виділеною причиною є мета індивіда, його потреби в більш широкому розумінні та можливості їх задоволення. За такого підходу дозвілля включає розваги, відпочинок і відновлення сил, а також роботу по господарству, виховання дітей, роботу на власному городі, а також **неринкову діяльність**. Оскільки доба складається з 24 годин, необхідно вирішити, скільки часу на що витратити.



Рисунок 12.3

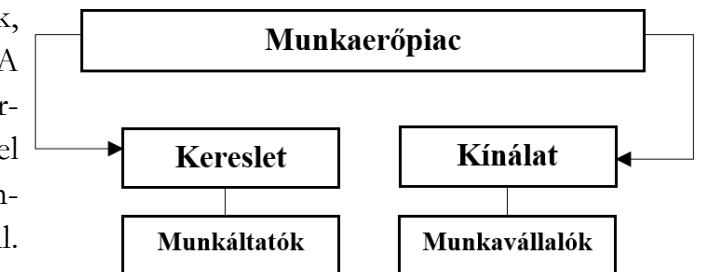
Вибираючи між робочим часом та дозвіллям працівник хоче максимізувати свій добробут.

Під час аналізу пропозиції робочої сили одним із найважливіших питань є **те, як праця реагує на підвищення заробітної плати**. На це питання немає чіткої економічної відповіді, але ми можемо перерахувати ряд ситуацій, які впливають на прийняття рішень.

A mikroökonómiában a munkapiac vizsgálatánál a munkakínálat oldaláról a következő kérdésekre keresünk választ:

- miért vállal valaki egy üzleti szervezetnél **munkát**;
- miért dönt valaki úgy, hogy pl. a **háztartásban hasznosítja idejét**;
- miért határoz úgy, hogy idejének a korábbinál **nagyobb hányadát fordítja pihenésre, szórakozásra?**

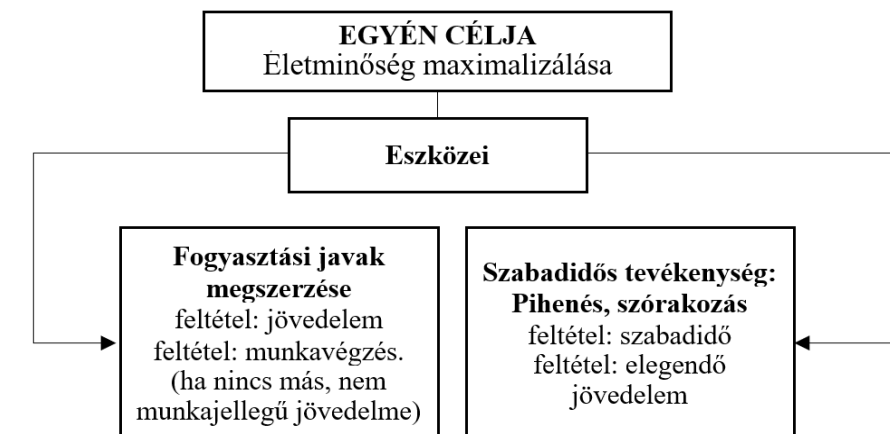
A munkát az üzleti szervezetek, vállalatok, vállalkozók alkalmazzák. A munkakereslet oldaláról felmerülő kérdés: milyen tényezők figyelembe vételével döntenek az általuk foglalkoztatott munkamennyiség meghatározásakor rövid ill. hosszú távon?



12.2. ábra: Munkaerőpiac sémája.

Az, aki „munkaszolgáltatásait” kínálja fel a piacon: a munkavállaló, az őt foglalkoztató: a munkáltató. A munkapiacra vonatkozó megállapításainkat először kompetitív termék- és munkapiacot feltételezve végezzük el, de már most figyelmeztetjük, hogy ez elméleti absztrakció. A kompetitív munkapiac sajátossága annak feltételezése, hogy a munkát kínálók egymással helyettesíthetők és a munkakínálat nem korlátozott.

Az **egyéni munkakínálat** mikroökonómiai magyarázatának kiinduló pontja az egyén célja, tágabb értelemben vett szükségletei és azok kielégítésének lehetősége. Ebben a megközelítésben a szabadidős tevékenység magában foglalja a szórakozást, pihenést, regenerálódást, továbbá a háztartási munkát, gyereknevelést, saját kertben végzett munkát, együttesen a nem piaci jellegű aktivitásokat. Mivel a nap 24 órából áll, szükségszerű a döntés, hogy mire mennyi időt fordítsunk.



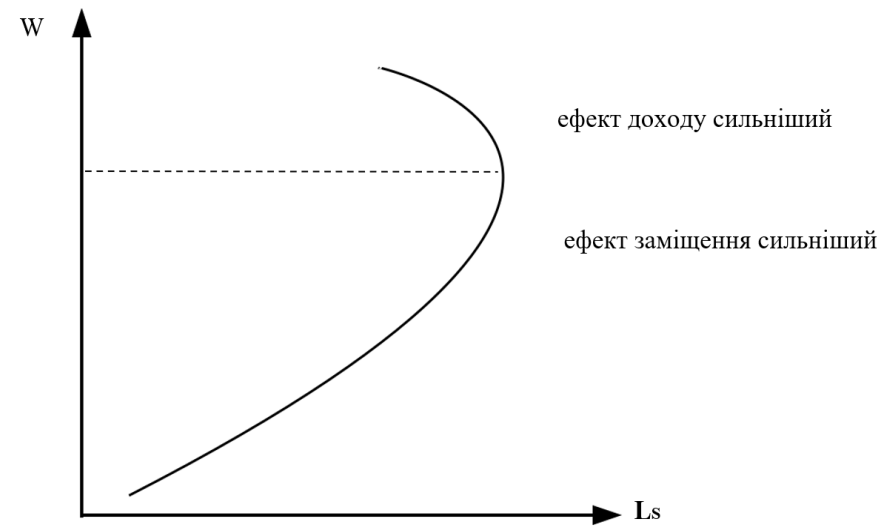
12.3. ábra: Munkavállaló egyéni célja.

A munkaidő versus szabadidő választással a munkavállaló maximalizálni akarja jólétét, életének minőségét.

A munkakínálat elemzése során az egyik legfontosabb kérdés, hogy **miként reagál a munka a magasabb bérekre**. Erre nem adható közgazdaságilag egyértelmű válasz, felsorakoztathatunk azonban egy sor, döntést befolyásoló helyzetet.

Погляньмо на ринок праці (рис. 12.4). Цікава незвичайна форма функції подачі. Ми звикли до того, що якщо ціна на товар зростає, то бажання продавати його зростає. Однак у випадку з роботою це зовсім не так.

У нижчому діапазоні доходу працівник зазвичай реагує на підвищення заробітної плати більшою пропозицією роботи, тобто зменшенням вільного часу. Крива пропозиції робочої сили є висхідною.



малюнок 12.4

Де: W = заробітна плата і LS = пропозиція праці

За дуже високого доходу у працівника зростає потреба у вільному часі, тому пропозиція роботи зменшується (за принципом «можу собі дозволити, один раз живу»). У цьому діапазоні крива індивідуальної пропозиції праці згинається зворотньо.

Під час аналізу ми зіткнулися з двома видами впливу:

- **Ефектом заміщення:** спонукання до вищої заробітної плати замінює відпочинок роботою.
- **Ефектом доходу:** вищий дохід спонукає до більшого вільного часу та задоволення від життя.

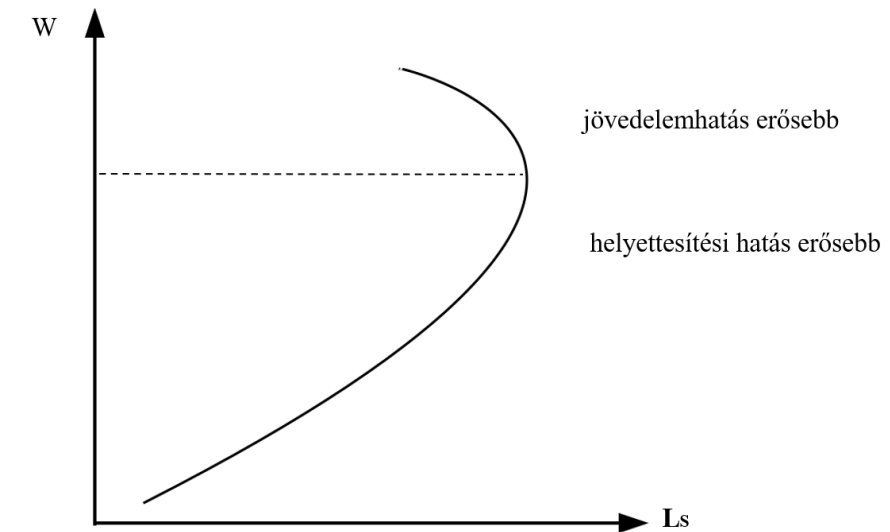
Реакцією на високий дохід є скорочення пропозиції робочої сили. У нижчому діапазоні зарплати працівник реагує на підвищення заробітної плати більшою пропозицією роботи, тобто ефект заміщення є сильнішим, ніж ефект доходу. У дуже високому діапазоні зарплати ситуація змінюється, і ефект доходу домінує, крива пропозиції праці повертається назад.

Іншими словами: допустимо, що рівень заробітної плати дуже низький. Тоді працівник вирішує, виходячи з того, що необхідно досягти прожиткового мінімуму, погоджується на необхідний обсяг роботи, але не бажає працювати більше, віддаючи перевагу відпочинку. Якщо ми починаємо збільшувати заробітну плату, він готовий працювати більше і більше, оскільки це означає, що його вільний час можна витратити більш цінно. З іншого боку, досягається певний рівень заробітної плати, вище якого він знову скорочує свою пропозицію праці: якщо йому платять достатньо, він більшу перевагу віддає вільному часу, оскільки його загальний дохід все ще може бути вищим.

1) Попит на працю є **похідним попитом**, тобто його розмір залежить від розвитку кон'юнктури ринку кінцевих споживчих товарів. У часи хороших бізнес-перспектив заснування компаній є звичайним явищем, попит на робочу силу зростає, тоді як у випадку поганих умов ведення бізнесу бажання вести бізнес є низьким, тому попит на фактори вироб-

Nézzünk rá a munkapiacra (12.4. ábra). Az érdekesség a kínálati függvény szokatlan alakja. Megszoktuk, hogy amennyiben egy áru ára növekszik, az eladási hajlandóság egyre nagyobb lesz. A munka esetében azonban ez egyáltalán nem igaz.

Az alacsonyabb jövedelemtartományban a munkavállaló általában nagyobb munkakínálattal, azaz csökkentett szabadidővel reagál a bér emelkedésére. A munkakínálati görbe emelkedő.



12.4. ábra: Munkabér és munkakínálat sajátos összefüggése.

Ahol: W = munkabér és LS = munkakínálat

Іген високий дохід esetén a munkavállaló **fokozódó szabadidő igényel lép fel**, így munkakínálata csökkenő. (Megengedhetem magamnak, egyszer élünk jelszóval). Ebben a tartományban az egyéni munkakínálati görbe visszahajlik.

Elmélkedésünk közben kétféle hatással találkoztunk:

- **Helyettesítési hatás:** a magasabb bér csábítása a szabadidő munkával való helyettesítésére.
- **Jövedelemhatás:** a magasabb jövedelem fokozott igényt támaszt a szabadidőre, az élet élvezetére.

A magas jövedelemre a munkakínálat csökkentése a reakció. Az alacsonyabb jövedelemtartományban a munkavállaló nagyobb munkakínálattal reagál a bér emelkedésére, vagyis a helyettesítési hatás erősebb, mint a jövedelemhatás. Igen magas jövedelemtartományban megfordul a dolog és a jövedelemhatás dominál, a munkakínálati görbe visszahajlik.

Másképpen: tegyük fel, hogy igen alacsony a bérszint. Ekkor a munkavállaló az alapján dönt, hogy egy minimális létfenntartási szintet el kell érni, az ahhoz szükséges munkamenynységet bevállalja, de annál többet nem hajlandó dolgozni, inkább a szabadidőt választja. Ha elkezdjük növelni a bért, egyre többet hajlandó dolgozni, hiszen ezáltal a szabadideje értékesebben eltölthető. Elérkezik viszont egy olyan bérszint, ami felett már ismét csökkenti munkakínálatát: ha elegendően sokat fizetnek, akkor inkább a több szabadidőt választja, hiszen az összjövedelme még így is magasabb lehet.

1) A munkaerő kereslete **származékos kereslet**, vagyis nagysága a végső fogyasztási cikkek piaci helyzetének alakulásától függ. Jó üzleti kilátások idején gyakoriak a vállalatalapítások, nő a munkakereslet, míg gyenge üzletmenet esetén kicsi a vállalkozási hajlandóság, így a terme-

ництва також зменшується. Таким чином, попит на фактори виробництва безпосередньо пов'язаний з кон'юктурними коливаннями та зміною цін на кінцеві споживчі товари.

2) Крім того, попит на фактори виробництва є спільним попитом. Фактори виробляють кінцевий продукт у взаємодії один з одним, але в певних межах вони можуть замінювати один одного. Якщо, наприклад, кредити вигідні, це може подвійно вплинути на попит на робочу силу. З одного боку, це підвищує підприємливість, що може збільшити попит на робочу силу, а з іншого боку, це може стимулювати заміщення праці капіталом. У попиті на працю окремо взятого підприємця відображається результат праці, тобто **граничний продукт праці, реалізований у виробництві кінцевих товарів**.

Граничний продукт праці (гранична продуктивність праці) означає, що для даного суб'єкта господарювання (за інших рівних умов) **додатково використана одиниця праці якою мірою сприяє збільшенню виробництва**.

Граничний продукт праці залежить:

- з одного боку, від кількості взаємодіючих факторів, капіталу та природних ресурсів, рівня технології,
- з іншого боку, від якості роботи, професійних знань, підготовки, освіти та рівня освіти в цілому.

Якщо ми помножимо граничний продукт на ціну виробленого продукту (x) ($MPL \cdot Px$), то отримаємо збільшення доходу, ринкову вартість граничного продукту, або іншими словами, **граничний продукт у грошовому виразі (MRPL)**.

$$MRPL = MPL \cdot Px$$

Граничний продукт у грошовому виразі порівняти з приростом витрат, що необхідно сплатити як винагороду за додатково використану працю, тобто заробітну плату. Варто збільшувати зайнятих, якщо граничний дохід перевищує збільшення витрат, а зайнятість останнього працівника приносить більше прибутку, ніж витрати на заробітну плату даного працівника.

З практики відомо, що оплата праці в кожній країні також буває різною. За професією, місцевістю, статтю тощо. також різні, і ці відмінності є інколи сталими. Нижче ми шукаємо відповіді на ці причини.

- Різниця в тому, що продуктивність праці в кожній професії різна. Відображення цього в граничному продукті праці нам уже дуже добре відоме.
- Проте професії відрізняються одна від одної в інших аспектах. Соціальний престиж і привабливість кожної професії різний. Тому, можливо, доведеться підвищувати зарплати, щоб переманити людей у менш привабливі професії. Навпаки, **високопрестижні**, модні професії можуть бути забезпечені працею за нижчу заробітну плату.

Різниця в заробітній платі, пов'язана не з різницею в продуктивності праці, а з низькою чи високою пропозицією праці, пов'язаною з характером роботи, називається **компенсаційною різницею в заробітній платі**.

1) **Соціальне оціночне судження** є також важливим. У галузях, що суспільством вважаються престижними на робочі місця можна забезпечити навіть за нижчої заробітної плати.

2) Компенсаційна різниця в заробітній платі також може **бути знайдена для професій вищої кваліфікації**. Вища освіта також може призвести до підвищення продуктивності. Однак різниця в заробітній платі тут також має компенсувати жертви, яких вимагає вища освіта (вартість навчання, втрачений дохід під час навчання тощо). Інвестування часу та грошей у навчання називають **інвестиціями в людський капітал**.

lési tényezők kereslete is csökken. A termelési tényezők kereslete tehát közvetlenül összefügg a **gazdasági élet hullámzásaival** és a végső fogyasztási cikkek **árának alakulásával**.

2) **Emellett a termelési tényezők kereslete együttes kereslet. A tényezők egymással kölcsönhatásban állítják elő a végterméket, bizonyos korlátok között azonban egymással helyettesíthetők**. Ha például a hitelfelvetelek kedvezően alakulnak, ez kettős hatással lehet a munkaerő keresletére. Egyrészt növeli a vállalkozókedvet, ami fokozhatja a munkakeresletet, másrészt a munkaerő tőkével való helyettesítésére is ösztönözhet. Egy-egy vállalkozó munka iránti **keresletében** a munka eredménye, a munkának a végső javak előállításában megvalósuló **határterméke tükröződik vissza**.

A **munka határterméke** (határtermelékenysége) azt jelenti, hogy az adott gazdálkodó egységben, minden egyéb feltételt változatlanul tekintve, a **pótlólagosan felhasznált egységnyi munka, mekkora termelésnövekedést produkál**.

A **munka határterméke függ**:

- egyrészt az együttműködő tényezők, a tőke és a természeti erőforrások mennyiségétől, a technológia színvonalától,
- másrészt a munka minőségétől, a szakismerettől, a képzettségtől, a műveltségtől és általában az oktatás szintjétől.

Ha a határterméket megszorozzuk az előállított termék (x) árával ($MPL \cdot Px$), megkapjuk a bevételnövekményt, a határtermék piaci értékét, vagy más szavakkal a **határtermék bevételt (MRPL)**.

$$MRPL = MPL \cdot Px$$

A határtermék bevételt kell viszonyítani ahhoz a költségnövekményhez, amit a pótlólagosan felhasznált munka díjaként, munkabérként kell kifizetni. Addig érdemes növelni a foglalkoztatást, amíg a határbevétel nagyobb, mint a költségnövekmény, az utolsó munkás foglalkoztatásából nagyobb haszon keletkezik, mint amennyit az bérkiadásként felemészti.

A gyakorlatból ismert, hogy a bérek egy adott országban is különbözőek. Foglalkozási áganként, területenként, nemenként, stb. is eltérőek és ezek a különbségek tartósak. A következőkben ezek okaira keresünk választ.

- Különbséget okoz, hogy az egyes foglalkozási ágakban eltérő a munka termelékenysége. Ennek visszatükröződése a munka határtermékében számunkra már nagyon jól ismert.
- A foglalkozási ágak azonban más szempontból is különböznek egymástól. Az egyes szakmák társadalmi presztízse, vonzereje eltérő. Ennél fogva a béreket esetleg emelni kell, hogy a kevésbé vonzó szakmákba is lehessen embereket csábítani. Ezzel szemben a **magas presztízssű**, divatos szakmák munkaerőellátása alacsonyabb bérek mellett is biztosítható.

Azokat a bérkülönbségeket, amelyek nem a munka termelékenységének különbségéhez, hanem a munka jellegéhez kapcsolódó alacsony vagy magas munkakínálatához kötődnek, **kompenzációs bérkülönbségnek** nevezzük.

1) Jelentősége van a **társadalmi értékítéletnek**. A társadalom által elítelt munkahelyeken gyakran alacsonyabb bér mellett is biztosítható a megfelelő kínálat.

2) Kompenzációs bérkülönbséget találhatunk a **magasabb szakképzettségénél is**. A magasabb képzettség magasabb termelékenységet is eredményezhet. A bérkülönbségeknek azonban itt azt az áldozatot is kompenzálnia kell, amelyet a magasabb iskolai végzettség követel (iskoláztatás költsége, a tanulmányok idejére kieső jövedelem, stb.). A tanulmányokba való idő és pénzbefektetést nevezik **humántőke befektetésnek**.

3) Щодо різниці в заробітній платі, навіть якщо вона відносно невелика, ми повинні говорити про елемент ренти, який з'являється в заробітній платі **виняткових талантів**, що спричиняє їхній надзвичайно видатний (інколи астрономічний за розміром) дохід. Економісти називають перевищення такої заробітної плати над найкращим доходом, який можна отримати в інших професіях, **чистою економічною рентою**. Чиста економічна рента пов'язана з тим фактом, що пропозиція робочої сили високоталановитих людей із винятковими здібностями абсолютно нееластична.

Пропозиція праці – це не один фактор виробництва, а пропозиція різних видів робочої сили різної якості, і це також стосується попиту. Конкуренція між видами робіт різної якості лише часткова, оскільки вони не є або не є ідеальними заміниками один одного в короткостроковій перспективі. (Наприклад, математики і лікарі не є конкурентоспроможними групами, тому що представникам однієї професії важко і дорого перейти на інший ринок). Одним із суттєвих факторів існування відмінностей у заробітній платі є сегментація ринку на неконкуруючі групи. Звичайно, у разі значної різниці в заробітній платі в довгостроковій перспективі працівники можуть переходити з однієї категорії в іншу, і хоча ці сили повільно вступають у дію, заробітна плата демонструє певне зростання завдяки такому впливу.

Подібні відмінності в заробітній платі викликані також і **територіальною немобільністю робочої сили**. У цьому випадку прив'язка до місця проживання є стримуючим фактором. Крім переважно економічних причин різниці в заробітній платі, існують також причини, що кореняться в розвитку **соціального сприйняття** та політичної системи. Відмінності, які все ще існують між білими, чорними або жінками та чоловіками, теж можна простежити.

Якщо різниця в доходах виникає через несуттєві особистісні характеристики – наприклад, расу, стать або релігію – то це називається **дискримінацією**.

Заробітна плата – це ціна праці, в сучасних економіках вона виглядає як грошовий дохід. Це грошова заробітна плата, або номінальна заробітна плата, яка зазвичай виражається за годину, але ми також говоримо про тижневу або місячну заробітну плату. Рівноважна ціна будь-якого товару визначається точкою перетину кривих попиту і пропозиції товару. Те саме із зарплатою. Як підсумовування попиту бізнес-організації ми отримуємо галузевий і загальний ринковий попит, а об'єднання пропозиції праці багатьох окремих працівників дає пропозицію праці на всьому ринку. Заробітна плата, що відповідає точці перетину кривих попиту на робочу силу і пропозиції, є рівноважною заробітною платою. Ринок праці насправді ніколи не є конкурентним ринком. Причина цього криється у внутрішніх особливостях ринку праці.

- У сучасній ринковій економіці найбільш типовим прикладом втручання в не дуже конкурентні умови ринку праці є випадок, коли держава, можливо, разом з профспілкою чи іншою організацією захисту інтересів працівників, встановлює **мінімальну заробітну плату**. Це має сенс, якщо вона вища за рівноважну заробітну плату. Якщо в результаті адміністративного втручання мінімальна заробітна плата підвищиться, підприємці скоротять кількість працівників.
- Іншою типовою формою втручання є **обмеження пропозиції робочої сили**. Прикладом цього є обмеження працевлаштування іноземців та запобігання імміграції.
- На ринку праці ми можемо зіткнутися з **ситуаціями природних монополій**, які також впливають на заробітну плату. Це має місце, наприклад, якщо є лише одне промислове підприємство в населеній географічній зоні. У цьому випадку це підприємство може задовольнити свої потреби в робочій силі навіть із заробітною платою, нижчою від рівноважної.

3) A bérkülönbségek vonatkozásában, ha viszonylag kevesen vannak is, szólnunk kell a **kivételes tehetségek** munkabérében jelentkező járadék elemről, amely a rendkívül kiemelkedő (csillagászati összegeket elérő) jövedelmüket okozza. A közgazdászok az ilyen béreknek a más foglalkozási ágakban megszerezhető legjobb jövedelem feletti többletét **tiszta gazdasági járadéknak nevezik**. A tiszta gazdasági járadék azzal van összefüggésben, hogy a nagyon tehetséges, kivételes képességű emberek munkakínálata teljesen rugalmatlan.

A munka kínálata nem egyetlen termelési tényező, hanem különböző minőségű munkafajták kínálata, és ez igaz a keresletre is. A különböző minőségű munkafajták között a verseny csak részleges, hiszen rövidtávon nem, vagy nem tökéletes helyettesítői egymásnak. (Például a matematikus és az orvos nem versenyző csoport, mert az egyik szakma tagjainak nehéz és költséges átlépniük a másik piacra). A bérkülönbségek létezésének a piac egymással nem versenyző csoportokra tagolódása az egyik jelentős tényezője. Természetesen hosszú távon jelentős bérkülönbség esetén, a munkavállalók átmehetnek egyik kategóriából a másikba, és bár ezek az erők lassan lépnek működésbe, hatásukra a bér bizonyos növekedést mutat.

Hasonló bérkülönbségeket okoz a **munkaerő területi immobilitása** is. Ekkor a lakóhelyhez kötöttség a korlátozó tényező. A bérkülönbségeknek az eddigi jórészt közgazdasági okai mellett vannak a **társadalmi felfogás** fejlődésében, a politikai rendszerben gyökerező okai is. Ilyenekre vezethetők vissza például a fehérek, feketék vagy a nők és férfiak között máig meglévő különbségek.

Ha a jövedelemkülönbség pusztán egy lényegtelen személyes tulajdonságból – például a faji, a nemi vagy a vallási hovatartozásból ered – akkor ezt **diszkriminációnak** nevezzük.

A **munkabér a munka ára**, a modern gazdaságokban pénzbeli jövedelemként jelenik meg. Ez a pénzbér, vagy nominálbér, amit általában 1 órára jutó nagyságával szoktunk kifejezni, de beszélünk heti vagy havi bérről is. Bármely termék egyensúlyi árát a termék keresleti és kínálati görbéjének metszéspontja adja. Így van ez a munkabérről is. Az üzleti szervezetek keresletének összegzésként kapjuk az ágazati, illetve összpiaci keresletet, a sok-sok egyéni munkavállaló munkakínálatának összevonása pedig az összpiaci munkakínálatot adja. A munkakeresleti és kínálati görbe metszéspontjának megfelelő bér az egyensúlyi bér. A munkapiac igazán sohasem kompetitív piac. Ennek oka a munkapiac belső sajátosságában rejlik.

- A mai modern gazdaságokban a munkapiacon az egyébként sem igazán kompetitív viszonyokba való beavatkozás legtipikusabb példája, amikor az **állam**, esetleg a szakszervezettel, vagy más munkavállalói érdekvédelmi szervezettel együtt **minimum bért** határoz meg. Ennek akkor van értelme, ha ez magasabb, mint az egyensúlyi bér. Ha a minimális munkabér adminisztratív beavatkozások hatására emelkedik, az üzleti szervezetek csökkentik a foglalkoztatottak számát.
- A másik tipikus beavatkozási mód a **munkakínálat korlátozása**. Példa erre a külföldiek munkavállalásának korlátozása, a bevándorlás akadályozása.
- A munkapiacon találkozhatunk természetes **monopolhelyzetekkel**, amelyek ugyan csak hatással vannak a bérrre. Ilyen pl.: ha egy-egy egyébként népes földrajzi térségben csak egyetlen ipari üzem van. Ebben az esetben ez a cég az egyensúlyi bérről alacsonyabb bér mellett is kielégítheti munkaerő szükségletét.

Через особливості ринку праці важко точно визначити фактори, що впливають на розвиток заробітної плати. Виходячи з відомих закономірностей, можна встановити лише верхню та нижню межі заробітної плати.

На верхню межу заробітної плати впливає прибутковість компаній. За звичайних ринкових умов підприємець платитиме лише таку заробітну плату, яка не порушує його бажання максимізувати прибуток. Нижня **межа заробітної плати - це** прожитковий мінімум, короткострокові та довгострокові витрати на утримання працівника, навчання та утримання сім'ї.

Але на практиці також буває, що держава бере на себе покриття одного з них. Такою була практика країн Східної Європи, коли заробітна плата визначалася адміністративно, а не ринковим механізмом. У цій частині матеріалу ринок праці обговорювався в мікроекономічному рівні. Однак часто дуже важко або зовсім неможливо відокремити впливи мікро- та макrorівня.

Завдання до теми 12 Ринки факторів виробництва

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь::

1. *Граничний продукт фактора виробництва в грошовому виразі:*

- A) є продажною ціною останньої одиниці товару.
- B) дорівнює зміні загального обсягу виручки під час використання додаткової одиниці фактора виробництва.
- C) дорівнює зміні обсягу виробництва при використанні додаткової одиниці виробничого фактора.
- D) Неможливо визначити за умов досконалої конкуренції.
- E) Неможливо визначити за умов недосконалої конкуренції.

2. *Фірма досягає мінімального рівня витрат, коли:*

- A) Ціни всіх факторів виробництва однакові.
- B) Граничні продукти всіх чинників виробництва однакові.
- C) Граничні продукти факторів виробництва дорівнюють їх цінам.
- D) Граничні продукти факторів виробництва дорівнюють нулю.
- E) Жодна з попередніх відповідей не є правильною.

3. *Конкурентна фірма, прагнучи максимізувати прибуток, повинна наймати додаткових працівників лише в тому випадку, якщо:*

- A) Загальна виручка менше загальних витрат.
- B) Граничний продукт праці в грошовому виразі менший, ніж ставка заробітної плати.
- C) Розмір граничного товару у грошовому вимірі знижується.
- D) Розмір граничного товару у грошах зростає.
- E) Граничний продукт праці в грошах перевищує ставку заробітної плати

A munkapiac sajátosságaiból adódóan a munkabérek alakulására ható tényezőket nehéz egzakt módon meghatározni. Az ismert összefüggések alapján csak a munkabérek felső és alsó határát állapíthatjuk meg.

A munkabérek felső határát a vállalatok jövedelmezőségi viszonyai befolyásolják.

Normális piaci körülmények között egy vállalkozó csak annyi bért fizet, amennyi nem sérti profitmaximalizálási törekvését. A **munkabér alsó korlátja** a létminimum, a dolgozó rövid- és hosszú távú megélhetési, képzési és családfenntartási ráfordításai.

A gyakorlatban azonban az is előfordul, hogy ezek valamelyikének fedezetét az állam vállalja át. Ilyen volt pl. a kelet-európai országok gyakorlata, de ez esetben a bérek nem piaciak, hanem adminisztratív úton meghatározottak voltak. A munkapiacot ebben a tananyagrészen mikroökonómiai megközelítésben tárgyaltuk. Sokszor azonban nagyon nehéz vagy teljesen lehetetlen a mikro- és makroszintű hatások elválasztása.

Mintafeladatok a 12. témához Tényezőpiacok

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

1. *A termelési tényező határtermék-bevétele:*

- A) a termék utolsó egységének eladási ára.
- B) megegyezik az összbevétel változásával, melyet egy termelési tényező pótlólagos felhasználásával alakul.
- C) megegyezik a termelés volumenének változásával a termelési tényező további egységének alkalmazása esetén.
- D) Tökéletes versenyben lehetetlen meghatározni.
- E) A tökéletes verseny feltételei között lehetetlen meghatározni.

2. *A cég akkor éri el a minimális költségszintet, ha:*

- A) Minden termelési tényező ára azonos.
- B) Minden termelési tényező határtermékei azonosak.
- C) A termelési tényezők határtermékei megegyeznek az áraikkal.
- D) A termelési tényezők határtermékei nullával egyenlők.
- E) Az előző válaszok egyike sem helyes.

3. *A profit maximalizálására törekvő versenyző cég csak akkor vegyen fel további munkaerőt, ha:*

- A) Az összbevétel kisebb, mint az összköltség.
- B) A munka határtermék-bevétele kisebb, mint a bérkulcs.
- C) A munka határtermék-bevétele csökken.
- D) A munka határtermék-bevétele növekszik.
- E) A munka határtermék-bevétel meghaladja a bértételt

4. Коли конкурентна фірма досягає рівня виробництва, при якому грошовий вираз граничного продукту кожного ресурсу дорівнює ціні цього ресурсу, то вона:

- A) Виробляє продукт при мінімальних витратах, але не обов'язково отримує максимальний прибуток.
- B) Отримує максимальний прибуток, але не виробляє продукцію при мінімальних витратах.
- C) Отримує максимальний прибуток за мінімальних витрат виробництва.
- D) Не обов'язково отримує максимальний прибуток, чи досягає мінімального рівня витрат.
- E) Жодна з попередніх відповідей не є правильною

5. Припустимо, що у виробництві продукту використовуються праця (L) та капітал (K), $MPL = 2$; $MPK = 5$; $PL = 1$ дол.; $PK = 20$ дол.; $MR = 3$ дол. Щоб отримати максимальний прибуток, фірма повинна використовувати:

- A) Більше як праці, і капіталу.
- B) Менше як праці, і капіталу.
- C) Більше праці, але менше капіталу.
- D) Більше капіталу, але менше праці.
- E) Постійну кількість праці та капіталу

ВІРНО–НЕВІРНО

1. Ринок праці забезпечує таке становище, у якому шахтарі отримують однакову заробітну плату незалежно від цього, у шахтах якого вугільного басейну вони працюють.
2. Фірма, що функціонує на конкурентних ринках продукту і праці, максимізує прибуток у тому випадку, коли вона наймає робітників у такій кількості, при якому граничний продукт праці в грошах дорівнює ставці заробітної плати.
3. Коли фірма максимізує прибуток, вона одночасно мінімізує витрати.
4. Нееластичний попит на кінцеві продукти обумовлює високу еластичність попиту ресурси.
5. Зміни у технології можуть призвести до збільшення граничного продукту праці.

ВПРАВИ

1. Фірма працює на ринку досконалої конкуренції та використовує працю як фактор виробництва. Доступні такі дані:

Кількість виробленої продукції за одну робочу годину (маржинальний продукт, МПЛ): 8 од

Ціна товару: 10 доларів USD / од.

Погодинна оплата праці: 50 USD / год.

Питання:

- a) Обчисліть продукт граничного доходу (MRP) роботи!
- b) Визначте, чи варто компанії наймати додаткових працівників.

2. Компанія використовує засоби виробництва (обладнання) для виробництва, і доступні такі дані:

Кількість продуктів, вироблених машинами (граничний капітальний продукт, МПК):

15 одиниць/год

Ціна товару: 20 USD / од.

Вартість оренди капіталу (машини): 250 USD/год

Питання:

- a) Розрахуйте продукт граничного доходу капіталу (MRP, Marginal Revenue Product)!
- b) Визначте, чи повинна компанія орендувати додатковий капітал (машини)!

4. Amikor egy versenyképes vállalat eléri azt a termelési szintet, amelynél az egyes erőforrások határtermék-bevétele megegyezik az erőforrás árával, akkor:

- A) Minimális költséggel állít elő terméket, de nem a maximális profitot éri el.
- B) Maximális profitot kap, de nem minimális költséggel állít elő termékeket.
- C) Minimális termelési költségek mellett maximális profitot kap.
- D) Nem feltétlenül éri el a maximális profitot, vagy nem éri el a minimális költségszintet.
- E) Az előző válaszok egyike sem helyes.

5. Tegyük fel, hogy a termék előállításához munkaerőt (L) és tőkét (K) használnak fel, $MPL = 2$; $MPK = 5$; $PL = 1$ USD; $PK = 20$ dollár; $MR = 3$ dollár. A maximális profit eléréséhez a cégnek a következőket kell felhasználnia:

- A) Több munkát és tőkét.
- B) Kevesebb munkaerőt és tőkét.
- C) Több munkaerőt, de kevesebb tőkét.
- D) több tőkét, de kevesebb munkaerőt.
- E) Állandó mennyiségű munkát és tőkét

IGAZ–HAMIS

1. A munkaerőpiac olyan helyzetet biztosít, amelyben a bányászok ugyanazt a bért kapják, függetlenül attól, hogy melyik szénmedencei bányában dolgoznak.
2. Versenyképes termék- és munkaerőpiacokon működő cég akkor maximalizálja a profitot, ha olyan mennyiségben vesz fel munkaerőt, hogy a munka határtermék-bevétele megegyezzen a bértétellel.
3. Amikor egy cég maximalizálja a profitot, egyúttal a költségeket is minimalizálja.
4. A végtermékek iránti rugalmatlan kereslet meghatározza az erőforrások iránti kereslet nagyfokú rugalmasságát.
5. A technológiai változások a munka határtermék-bevétel növekedéséhez vezethetnek.

GYAKORLAT

1. Egy vállalat tökéletesen versenyző piacon működik, és munkaerőt alkalmaz termelési tényezőként. Az alábbi adatok állnak rendelkezésre:

Az egy munkaóra által előállított termékek száma (határtermék, MPL): 8 egység

A termék ára: 10 USD/egység

A munkaerő órabére: 50 USD/óra

Kérdések:

- a) Számítsd ki a munka határbevétel-termékét (MRP, Marginal Revenue Product)!
- b) Határozd meg, hogy a vállalatnak érdemes-e további munkaerőt felvennie!

2. Egy vállalat tőkejavakat (gépeket) használ a termeléshez, és a következő adatok állnak rendelkezésre:

A gépek által előállított termékek száma (határtőke-termék, MPK): 15 egység/óra

A termék ára: 20 USD/egység

A tőke (gép) bérleti díja: 250 USD/óra

Kérdések:

- a) Számítsd ki a tőke határbevétel-termékét (MRP, Marginal Revenue Product)!
- b) Határozd meg, hogy a vállalatnak érdemes-e további tőkét (gépet) bérelnie!

ТЕМА 13

НЕВДАЧІ РИНКУ: ЗОВНІШНІ ЕФЕКТИ ТА СУСПІЛЬНІ БЛАГА

Анотація. *Зовнішні ефекти (ефекти переливу) та неефективність. Способи вирішення цієї проблеми: норми (субсидії), що забезпечують торгівлю дозволами на викиди, інтерналізацію зовнішнього впливу; зовнішні ефекти та права власності. Суспільні блага. Умова ефективності, пробле «зайців».*

Зважування витрат на виробництво виду товару та послуг, пов'язаних з його використанням, призводить до формування такої ціни та економічної діяльності, за якої сторони можуть спільно досягти максимально можливого результату. Отже, ринкові процеси, торг в колі тих, хто бере участь у продажі, дає змогу досягти Парето-оптимального стану, підтверджуючи надзвичайну оперативність розподілу, підпорядкована регулятивному принципу.

Однак часто трапляється так, що під час виробництва та використання різних товарів розвиваються ефекти, що також ненавмисно певним чином впливають на ситуацію суб'єктів, що не входять до угод. Ці учасники, чий інтереси та розрахунки, пов'язані з угодою, не відображаються в контракті, називаються «третіми сторонами», а ефект, який вони страждають або отримують, є зовнішнім або переливом. Таким чином, зовнішні ефекти охоплюють економічні явища, на сприяння чи запобігання яких сторони не залучені до контракту, не можуть впливати, принаймні спочатку:

- при сприятливих проявах не можна зобов'язати їх сплатити компенсацію,
- і через їх несприятливий розвиток вони не можуть вимагати компенсації.

А.Пігу каже: «Людина, назвемо її А, надає певну послугу В, за що А отримує платіж. Роблячи це, однак, особа ненавмисно надає корисну чи шкідливу послугу третій стороні таким чином, що вигода не може бути оплачена тими, хто нею користується, тоді як компенсація не може бути відшкодована для постраждалих сторін».

Зовнішні економічні ефекти - з «соціальної» точки зору - призводять до неефективного використання ресурсів і виникнення провалів ринку, оскільки взаємна домовленість сторін, що беруть участь в угоді, не враховує інтереси третіх осіб, на яких також впливають переваги чи недоліки.

Побічні ефекти можна класифікувати двома способами. Згідно з одним підходом, є такі, які переважно впливають на зовнішніх акторів позитивно і є ті, що негативно впливають на них (позитивні та негативні екстерналиї/переливи). Так якщо наш сусід, наприклад гучно слухає музику, яка також приємна для нас, ви отримуєте позитивний зовнішній ефект, в ідеалі ми насолоджуємося нею безкоштовно, за умови, що ми також стаємо єдиними з ритмом постановки, звуковим стилем і глибоким ідейним змістом тексту. Якщо, з іншого боку, коли ми не сприймаємо музику, яка передає пульсацію життя, ми відчуваємо тривожний, негативний зовнішній ефект.

Втім, також можливо, що певне благо одночасно матиме на вас і позитивний і негативний ефект. Наприклад, чудовий сад, створений нашим сусідом, може приємно зворушити наше почуття прекрасного. Однак квіти можуть викликати і прикру алергію.

За іншим принципом класифікації говоримо про зовнішні ефекти споживача або виробника, в залежності від ролі третіх осіб, на які націлено «переливи». Таким чином, сад у попередньому прикладі зазнає впливу як зовнішній ефект на споживача, коли ми відчуваємо «внутрішню радість», коли наші очі красуються квітами, або коли ми страждаємо від подразливої властивості пиляку, що витає в повітрі. Але якщо фабрика скидає шкідливі речовини в річку поруч, то ми сприймаємо це явище як зовнішній вплив виробника.

13. TÉMA

PIACI KUDARCOK: EXTERNÁLIÁK ÉS KÖZJAVAK

Annotáció. *Externáliák és hatástalanság. A probléma megoldásának módjai: normatívák, (támogatások), amelyek biztosítják a kibocsátási engedélyek kereskedelmét, a külső befolyás internalizálása; külső hatások és tulajdonjogok. Közjavak. A hatékonyság feltétele, a „potyautas” problematikája”.*

A jószágfajta előállítását terhelő ráfordítások, illetve a használatával járó élvezetek mérlegelése olyan ár, valamint gazdasági aktivitás kialakulásához vezet, melyek mellett a felek együttesen a lehető legnagyobb eredményt fölözhetik le. A piaci folyamatok, az alku tehát az adásvételben résztvevők körén belül Pareto-optimális állapot elérését teszik lehetővé, látszólag igazolva az e szabályozási elvnek alárendelt allokáció rendkívüli hatékonyságát.

Gyakran előfordul azonban, hogy a különböző javak előállítása, felhasználása során olyan hatások is kibontakoznak, amelyek szándékolatlanul a szerződésen kívül álló szereplők helyzetét is érintik valamilyen módon. Ezeket az aktorokat, akiknek a tranzakcióval kapcsolatos érdekei, kalkulációi nem jelennek meg a szerződésben, „harmadik személyeknek” nevezzük, az általuk elszervedett vagy éppen élvezett effektust pedig túlsorduló (spill over), extern, vagy külső (szerződésben nem mérlegelt) gazdasági hatásként emlegeti a szakirodalom. Az externáliák tehát olyan gazdasági jelenségeket takarnak, melyek előmozdítására vagy megakadályozására a szerződésből kimaradó szereplők – legalábbis eredetileg – nincsenek befolyással, vagyis ezen effektusok:

- kedvező megnyilvánulásai esetén *nem kötelezhetőek ellenérték fizetésére,*
- kedvezőtlen kibontakozásuk miatt pedig *nem követelhetnek kártérítést.*

Ahogy A.C. Pigou fogalmaz: „egy személy, nevezzük A-nak, bizonyos szolgáltatást nyújt B-nek, amiért A megkapja a fizetséget. Ennek során azonban akaratlanul hasznos vagy káros szolgáltatást nyújt egy harmadik személynek is oly módon, hogy a haszon az azt élvezőkkel nem fizetethető meg, míg a kártérítés a károsultak számára nem kényszeríthető ki”.

A külső gazdasági hatások másrészt – „társadalmi” nézőpontból – az erőforrások *nem hatékony felhasználásához*, piaci kudarcok felbukkanásához vezetnek, hiszen a tranzakcióban résztvevő felek egymás közti megállapodása nem veszi figyelembe az előnyök vagy hátrányok által ugyancsak érintett harmadik személyek érdekeit.

A túlsorduló hatások kétféleképpen osztályozhatók. Az egyik elv szerint a külső szereplőket előnyösen érintő változatait *pozitív, hátrányosan* érintő fajtájukat negatív externáliának nevezzük. Ha tehát a szomszédunk például számunkra is elfogadható zenét „bömböltet”, akkor azt pozitív externáliaként, tökéletesen ingyen élvezzük, feltéve, hogy mi is egygé válunk a produkció ritmusával, hangzásvilágával, a szöveg mély eszmei mondanivalójával. Ha viszont lényünk képtelen együtt pörögni ezzel, az élet lüktetését közvetítő zenével, zavaró, negatív externhatást élünk meg.

Az is előfordulhat azonban, hogy valamely jószág egyszerre lehet pozitív és negatív túlsorduló hatás forrása. Például a szomszédunk által kialakított gyönyörű kert kellemesen érintheti szépérzékünket. A virágok mindazonáltal bosszantó allergiát is okozhatnak.

A másik osztályozási elv szerint fogyasztói vagy termelői externhatásokról beszélhetünk attól függően, hogy a „túlsordulás” által célbavett harmadik személyek fogyasztói vagy termelői mivoltukban érzékelik-e helyzetük változását. Az előző példában szereplő kert tehát fogyasztói externhatásként érinti személyünket, amikor „zsigeri örömet” érzünk szemünket a virágokon legeltetve, vagy éppen szenvedünk a levegőben szállongó pollen nyálkahártyánkat irritáló tulajdonságától. Am ha pl. egy gyár káros anyagokat enged le a mellette lévő folyóba, akkor termelői externáliaként fogjuk fel ezt a jelenséget.

У вимірі жертв, пов'язаних із виробництвом, говоримо про ефект витрат, що впливають на третю особу (особи) в результаті зміни одиниці у виробництві товару, і це називають зовнішніми граничними витратами. (Це таке явище, наприклад, якщо робота заводу, що забруднює річкову воду, робить виробництво чистої питної води дорожчим.) І граничні витрати, інтерпретовані з «соціального» аспекту є нічим іншим, як сумою «ринкового» підходу та зовнішньою граничною вартістю. (Звичайно, зовнішні витрати віднімаємо з ринкових, якщо реалізується позитивний зовнішній ефект.)

За аналогією з попередньою концепцією, **гранична вигода переливу** може бути визначена як ефект насолоди осіб, виключених з операції через одичне збільшення виробництва (і використання) певного блага. Поєднання «ринкових» і «зовнішніх» граничних переваг у цьому випадку також забезпечує «соціальну» цінність. Ми стикаємося з феноменом зовнішньої корисності, наприклад, якщо згадана рослина погіршує самопочуття (і, можливо, здоров'я) відпочиваючих у низині річки. Легко побачити, що зовнішні ефекти виробництва подвоюють виробничу функцію, а ефекти споживачів а викликають дублювання функцій корисності.

Феномен зовнішніх ефектів визначається як сприятливий або несприятливий вплив на «третіх сторін», який неавтоматично виникає під час виробництва або використання товару, що й визначено побічними ефектами (переливами). Важливим елементом визначення було твердження про те, що «одержувачі» цих ефектів не можуть вимагати компенсації за незручності, яких вони зазнали, але вони також не можуть бути зобов'язані платити компенсацію за послуги, які можуть мати сприятливий вплив на їхню діяльність.

Наша увага в акцентується на позитивних зовнішніх ефектах, що задовольняють важливі потреби великих мас третіх сторін.

Якщо споживачів розглянутого ефекту переливу (з етичних та/або технічних причин) не можуть або недоцільно виключити з насолоди навіть у разі розвиненої правової системи, а також суб'єкти не конкурують між собою, тобто їхнє індивідуальне споживання не зменшує здатність інших задовольняти свої потреби, тоді блага, які забезпечують такий зовнішній ефект, класифікуються як суспільні блага.

Відсутність суперництва – це добре явище, пов'язане з її неподільністю, її «незамінністю», коли неможливо розділити послугу на порції, закріпити кожну частину за кожним споживачем. Це також означає, що кожна людина має доступний запас суспільного блага воно має свою цілісність, тобто це виконується

$$Q = q_1 = q_2 = q_3 = \dots = q_n,$$

де Q – це кількість цього товару, q_i є порядку величини, яким користується i -й споживач, а n – означає кількість споживачів.

Стереотипним прикладом суспільних благ є національна оборона, оскільки всі громадяни країни однаково поділяють свою здатність захищати себе, і неможливо виключити будь-кого з переваг цієї ситуації. Іншим прикладом може бути громадська чистота, якою користуються всі жителі міста, також без загрози виключення. Оскільки споживання суспільних благ забезпечується явищем переливу, тому доступ до них є і це можна зробити в обхід функції розподілу ринку.

Іншою крайністю, протилежною щойно розглянутому випадку, є індивідуальні (приватні) блага, які за своїми критеріями прямо протилежні щойно перерахованим.

Відповідно, приватні блага не створюють зовнішніх ефектів, тому їхні послуги можна купувати та продавати на ринку. Однак це дає можливість до виключення від споживання, оскільки задовольнити відповідну потребу можливо лише за умови сплати винагороди.

A termeléssel járó áldozatok dimenziójában **extern határköltségnek** nevezzük valamely jószág előállításának egységnyi változtatása következtében a harmadik személy(eke)t érintő költséghatásokat. (Ilyen jelenségről van szó például abban az esetben, ha valamely, folyóvíz szennyező üzem működése megdrágítja az egészséges ivóvíz előállítását.) A „társadalmi” aspektusból értelmezett határköltség pedig nem más, mint a „piaci” szemléletű és az extern határköltség összege. (Az extern költséget természetesen levonjuk a piacból, ha kedvező külső hatás érvényesül.)

Az előző fogalom analógiájára az **extern határhaszon** oly módon definiálható, mint egy bizonyos jószág előállításának (és használatának) egységnyi növekménye miatt a tranzakcióból kimaradó személyekre háruló élvezeti hatás. A „piaci” és „extern” határhasznok összevonása ez esetben is a „társadalmi” értéket szolgáltatja. Az extern hasznosság jelenségével találkozunk például akkor, ha az előbb említett üzem rontja a folyó alsó szakaszán strandolók élményeit (esetleg egészségét). Könnyen belátható, hogy a termelői externáliák a költségfüggvények, a fogyasztóiak pedig a hasznossági függvények megkettőződését idézik elő.

Az externáliák jelenségét valamilyen jószág termelése vagy használata során szándékolatlanul megnyilvánuló, „harmadik személyeket” érintő kedvező vagy kedvezőtlen effektusokként azonosítottuk. Fontos elemét képezte a definíciónak az a megállapítás is, hogy e hatások „címetjei” nem követelhetnek kártérítést az általuk elszenvedett kellemetlenségekért, de ellenérték fizetésére sem kötelezhetők az eredményeiket esetleg üdvösen befolyásoló szolgálatokért.

Figyelmünket a továbbiakban az olyan, pozitív externhatásokra fordítjuk, melyek a harmadik személyek nagy tömegeinek fontos szükségleteit elégítik ki.

Ha a szóban forgó túlsordulás fogyasztóit (etikai és/vagy technikai okokból) még egy fejlett jogrendszer esetén sem lehet vagy nem célszerű kizárni annak élvezetéből, valamint szereplőink nem rivalizálnak egymással, vagyis egyéni fogyasztásuk nem csökkenti a többiek szükséglet-kielégítési lehetőségét, akkor az ilyen externhatást kibocsátó javakat a közjószágok köréhez soroljuk.

A rivalizálás hiánya a jószág oszthatatlanságával, „adagolhatatlanságával” kapcsolatos jelenség, amikor a szolgáltatást lehetetlen porciókra bontani, egy-egy darabját egy-egy fogyasztóhoz rendelni. Ez azt is jelenti, hogy minden egyén a közjószág rendelkezésre álló készletének teljes egészét fogyasztja, vagyis teljesül, hogy

$$Q = q_1 = q_2 = q_3 = \dots = q_n,$$

ahol Q – az illető jószág mennyiségét, q_i az i -dik fogyasztó által élvezett nagyság-rendjét, n pedig a fogyasztók számát jelöli.

A közjavak sztereotip példája a honvédelem, hiszen egy ország önvédelmi képességéből az összes állampolgár hasonló módon részesedik, és nincs mód arra, hogy e helyzet előnyeiből bárkit is kirekesszenek. További példa lehet a köz-tisztaság, amit egy város valamennyi lakója élvez, ugyanacsak a kizárás fenyegető veszélye nélkül. Mivel a közjavak fogyasztását egy spill over jelenség biztosítja, ezért az ezekhez való hozzájutás a piac elosztó funkciójának megkerülésével történhet.

A most tárgyalt esettel szemben álló másik végletet a magánjavak képezik, melyek kritériumai éppen ellentétesek az imént felsoroltakkal.

A magánjavak ennek megfelelően **nem bocsátanak ki externhatást**, szolgálataikhoz ezért adásvétel útján, a piacon keresztül lehet hozzájutni. Ez ugyanakkor a fogyasztásból való kizárásra ad alkalmat, hiszen csak az ellenérték kifizetése esetén válik lehetővé az illető szükséglet kielégítése.

Індивідуальні блага вони можуть бути дозованими, тобто мають певну пропозицію серед споживачів можуть бути розподілені без залишку. Тобто виконується умова:

$$Q = q_1 + q_2 + q_3 + \dots + q_n,$$

де Q – означає наявну кількість певного індивідуального блага.

Здатність надаватися частинами призводить до конкуренції між користувачами що призводить до появи суперництва, оскільки більша частка привласненого однієї особою зменшує здатність інших задовольняти свої потреби.

Суперництво це водночас призводить і до подальшої можливості виключення: купуючи та споживаючи певну частину товару, ми унеможливуємо доступ до нього для інших.

Існує певна різниця між суспільними і приватними благами – між ними як двома полюсами є переходи, тобто від «можливість виключення з використання блага» до «суперництва між споживачами». Ці «проміжні» види благ ми називаємо це змішаними благами. Для полегшення розуміння на рис. 13.1 наведена класифікація таких благ.

Суперництво Виключення	Існує (обмежена кількість споживачів)	Немає (необмежена кількість споживачів)
можливе	Індивідуальні блага	Платні товари
часткове, неможливе чи не доцільне	Спільні блага	Чисті суспільні блага

Рисунок 13.1: Групи товарів відповідно до їх розподільності (суперництва між споживачами) та можливості виключення з їх використання.

Однією з перехідних форм є категорія платних благ. Під ними ми маємо на увазі товари, які не можна розділити, від ефекту задоволення можна обмежити інших, тобто не реалізується ефект переливу. Це може бути, наприклад, у випадку з добіркою програм мережі кабельного телебачення, цінність насолоди від яких не зменшується від підключення нових користувачів. Проте виключення зі споживання є можливим, оскільки постачальник послуг пов'язує надання послуг з оплатою коштів за користування.

Цікаве явище охоплює група спільних благ, у яких, на відміну від попередньої категорії, наявним є суперництво між користувачами. Такі товари можна дозувати, і задоволення потреб споживача наявний запас товарів виключає інших від насолоди вже використуваних благ.

Однак виключення з культурної, соціальної, традиційної, гуманної чи іншої практичної точки зору не відбувається в тому сенсі, якщо користувачі можуть отримати доступ до відповідних товарів і послуг безкоштовно. Прикладами цього можуть бути автостоянка універмагу, тенісний корт клубу, кількість їжі, що роздається безкоштовною кухнею, що, таким чином, задовольняє потреби членів певної частини громади. Через подільність суспільних благ спостерігається їх виснаження (зникнення), тому часто можна спостерігати під час розподілу явища скупченості, тисняви, черг.

A magánjavak továbbá adagolhatók, vagyis bizonyos készletük a fogyasztók között maradék nélkül szétosztható. Teljesül tehát, hogy

$$Q = q_1 + q_2 + q_3 + \dots + q_n,$$

ahol Q – ezúttal valamely magánjóság rendelkezésre álló mennyiségét jelenti.

Az adagolhatóság a felhasználók közötti rivalizálás fellépésével egyenértékű, hiszen az egyik személy nagyobb részesedése a készletből a többiek szükséglet-kielégítési lehetőségét csökkenti.

A rivalizálás ugyanakkor a *kizárás további lehetőségére* utal: a jóság bizonyos adagjának megvásárlásával és elfogyasztásával lehetetlenné tesszük más számára az ahhoz való hozzájutást.

A köz- és magánjavak – mint két pólus – között bizonyos *átmenetek* léteznek, amelyek „a felhasználásból való kizárás lehetősége” és „a fogyasztók közötti rivalizálás (a jóság adagolhatósága)” kritériumok valamelyike szerint térnek el egyik vagy másik tiszta formától. Ezeket a „köztes” jóságtípusokat egyes javaknak nevezzük. Az osztályozás könnyebb áttekinthetősége végett közöljük az 13.1. ábrát.

Rivalizálás Kizárás	Van (korlátozott számú fogyasztó)	Nincs (korlátlan számú fogyasztó)
Lehetséges	Magánjavak	Díjköteles javak
Részleges, lehetetlen vagy nem célszerű	Közös javak	Tiszta közjavak

13.1. ábra: A javak csoportjai adagolhatóságuk (a fogyasztók közötti rivalizálás) és a felhasználásukból való kizárás lehetősége szerint.

Az egyik átmeneti forma a **díjköteles javak** kategóriája. Ezek alatt olyan, nem adagolható jóságokat értünk, amelyek élvezeti hatása elszigetelhető, vagyis nem externálián keresztül érvényesül. Ilyen lehet például egy kábeltévé hálózat által szórt műsorválaszték, amelynek (sokszor erősen megkérdőjelezhető) élvezeti értékét a korábbi tévénezők számára nem csökkenti egy-egy újabb érdeklődő csatlakozása. A **fogyasztásból való kizárás** azonban lehetséges, hiszen a belépést és a tagságot egy meghatározott díj kifizetéséhez köti a szolgáltató.

Érdekes jelenséget takar a **közös javak** csoportja, melyek esetében – szemben az előző kategóriával – megfigyelhető a felhasználók közötti **rivalizálás**. Az ilyen javak tehát adagolhatóak, és valamely fogyasztó szükséglet-kielégítése kizárja a többieket a rendelkezésre álló jóságkészlet lefoglalt egységeinek élvezetéből.

A kizárás viszont – kulturális, szociális, tradicionális, humánus vagy egyéb praktikus szempontokból – nem valósul meg abban az értelemben, hogy a felhasználók ingyen juthatnak hozzá az illető jósághoz, szolgáltatáshoz. Erre lehet példa egy áruház parkolója, egy klub teniszpályája, egy ingyenkonyha által szétosztott ételmennyiség, melyek tehát valamely szűkebb közösség tagjainak az igényeit elégítik ki. Mivel a közösségi javak oszthatósága miatt fennáll a készlet kimerülésének veszélye, gyakran figyelhető meg ennek elosztása során a **zsúfoltság, tolongás, sorbanállás** jelensége.

Завдання до теми 13 Невдачі ринку: зовнішні ефекти та суспільні блага

ТЕСТИ

Знайдіть єдину правильну відповідь:

- Що характеризує суспільні блага?*
 - Доступ споживача до товару здійснюється на конкурентних засадах.
 - Споживання товару не може базуватися на засадах конкурентності.
 - Тільки держава може їх виробляти.
 - Вони доступні лише приватним особам.
- Який наведений нижче приклад можна вважати позитивним зовнішнім ефектом (переливом)?*
 - Забруднення повітря заводом.
 - Підвищення освіти в суспільстві.
 - Шумове забруднення на будівельному майданчику.
 - Викиди парникових газів.
- Що станеться, якщо діяльність породжує негативні зовнішні ефекти?*
 - Зростає добробут суспільства.
 - Ринкова ціна буде занадто низькою порівняно з соціально оптимальною ціною.
 - Соціальні витрати нижчі за приватні.
 - Ринкова ціна буде занадто високою порівняно з соціально оптимальною ціною.
- Чому приватні ринки не забезпечують оптимальної кількості суспільних благ?*
 - Тому що зі споживання суспільних благ можна виключити.
 - Оскільки попит на суспільні блага низький.
 - Оскільки споживання суспільних благ є конкурентним.
 - Оскільки зі споживання суспільних благ не можна виключити, що й призводить до провалу вільного ринку.
- Яке з наведених нижче рішень може зменшити вплив негативних зовнішніх ефектів?*
 - Збільшення державних субсидій підприємствам-забруднювачам.
 - Обмеження ринкової конкуренції в даній галузі.
 - Посилення екологічних норм.
 - Зниження цін на продукти з метою збільшення забруднення.

ВІРНО–НЕВІРНО

- Споживання суспільних благ базується на конкурентних засадах.
- У разі позитивних зовнішніх ефектів суспільство отримує більше вигоди, ніж те, що враховує ринок.
- Приватні ринки мають тенденцію до надмірного виробництва суспільних благ, оскільки попит на них завжди високий.
- Торгівля правами на забруднення – це рішення, яке може допомогти впоратися з негативними зовнішніми ефектами.
- Метою податку Пігу є скорочення діяльності, яка спричиняє негативні зовнішні ефекти.

Mintafeladatok a 13. témához Piaci kudarcok: externáliák és közjavak

TESZTEK

Keresse meg az egy helyes választ:

- Mi jellemzi a közjavakat?*
 - A fogyasztó hozzáférése verseny szituációban van.
 - A fogyasztása nem lehet verseny alapon.
 - Csak az állam állíthatja elő őket.
 - Csak magánszemélyek számára elérhetőek.
- Melyik alábbi példa tekinthető pozitív externáliának?*
 - Légszennyezés egy gyár által.
 - Oktatás növelése egy társadalomban.
 - Zajszenyezés egy építkezésen.
 - Üvegházhatású gázok kibocsátása.
- Mi történik, ha egy tevékenység negatív externáliával jár?*
 - A társadalom jóléte nő.
 - A piaci ár túl alacsony lesz a társadalmi szempontból optimálishoz képest.
 - A társadalmi költségek alacsonyabbak, mint a magánköltségek.
 - A piaci ár túl magas lesz a társadalmi szempontból optimálishoz képest.
- Miért nem biztosítják a magánpiacok optimális mennyiségben a közjavakat?*
 - Mert a közjavak fogyasztása kizárható.
 - Mert a közjavak iránti kereslet alacsony.
 - Mert a közjavak fogyasztása rivalizáló.
 - Mert a közjavak nem kizárhatók, ami szabadpiaci kudarchoz vezet.
- Melyik alábbi megoldás csökkentheti a negatív externáliák hatását?*
 - Az állami támogatások növelése a szennyező vállalatok számára.
 - Piaci verseny korlátozása az adott iparágban.
 - Környezetvédelmi szabályozások szigorítása.
 - A termékek árának csökkentése a szennyezés növelése érdekében.

IGAZ–HAMIS

- A közjavak fogyasztása versenyen alapul.
- A pozitív externáliák esetén a társadalom nagyobb hasznot élvez, mint amit a piac figyelembe vesz.
- A magánpiacok hajlamosak túltermelni a közjavakat, mivel azok iránti kereslet mindig magas.
- A szennyezési jogok kereskedelme egy olyan megoldás, amely segíthet a negatív externáliák kezelésében.
- A Pigou-adó célja, hogy a negatív externáliát okozó tevékenységeket csökkentse.

ВПРАВИ

1. Під час виробництва фабрика забруднює навколишнє середовище, що призводить до негативних зовнішніх ефектів.

Соціальні витрати становлять 10 доларів США за кожну вироблену одиницю, тоді як приватні витрати для фабрики становлять 30 доларів США за одиницю.

Товар продається на ринку за 35 доларів США.

Питання:

- Яким є прибуток на одиницю продукції без урахуванням зовнішніх витрат?
- Яку частину податку Пігу слід стягувати, щоб інтерналізувати зовнішній ефект і як це вплине на прибуток?

2. У суспільстві освіта призводить до позитивних зовнішніх ефектів, оскільки високоосвічена робоча сила підвищує економічну продуктивність.

Приватні витрати на освіту на одну людину становлять 15 000 доларів США на рік, тоді як соціальна вигода становить 20 000 доларів США на рік.

Питання:

- Яка цінність позитивного зовнішнього ефекту стосовно однієї людини у рік?
- Якщо держава підтримує освіту, то яку підтримку потрібно надавати, щоб соціальні вигоди та приватні витрати були рівними?

GYAKORLAT

1. Egy gyár termelése során szennyezést okoz, ami negatív externáliát eredményez.

A társadalmi költség minden egyes termelt egység után 10 USD, míg a gyár magánköltsége egységenként 30 USD.

A terméket 35 USD-ért adják el a piacon.

Kérdések:

- Mennyi az externális költség nélküli profit egy termelt egység után?
- Mekkora Pigou-adót kellene kivetni az externália internalizálása érdekében, és hogyan befolyásolná ez a profitot?

2. Egy társadalomban az oktatás pozitív externáliákat eredményez, mivel a magasan képzett munkaerő növeli a gazdasági termelékenységet.

Az oktatás magánköltsége egy fő számára 15,000 USD évente, míg a társadalmi haszon évente 20,000 USD.

Kérdések:

- Mekkora a pozitív externália értéke egy fő számára évente?
- Ha az állam támogatást ad az oktatásra, mekkora támogatást kellene biztosítani, hogy a társadalmi haszon és a magánköltség egyenlő legyen?

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУР

1. Аналітична економіка: макроекономіка і мікроекономіка. Підручник. Книга 1 / За ред. С. Панчишина і П. Островерха. Львів, Априорі, 2020. 583 с.
2. Базілінська О. Я., Мініна О. В. Мікроекономіка: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2019. 348 с.
3. Бріль М. С., Кліменко О. М., Лісна І. Ф. Політична економія: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 280 с.
4. Грантківська Г.Е., Косік А.Ф. Макроекономіка. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2019. 672 с.
5. Фісуненко Н. О., Альошина Т. В., Сидоров О. А., М'ячин В.Г. Макроекономіка: навч. посіб. Дніпро: ДДУВС, 2023. 148 с.
6. Яворська Ж. Б. Електронний навчальний посібник до вивчення курсу навчальної дисципліни «Основи економічної теорії». Львів. 2023. 119 с. URL: <https://lma.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/yavorska-posibnyk-osnov-ekont-teoriyi.pdf>
7. Бачо Р. Теоретичні підходи до визначення причин інфляції в новітніх умовах. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. №5. 2024. с. 13-20.
8. Туленков М. В. Ринок праці в інституціональному вимірі М. В. Туленков, А. В. Зарицька Ринок праці та зайнятість населення. 2019. № 4

FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE

1. Gregory N. Mankiw: Makroökonómia, Osiris Kiadó, 2017
2. Mishkin, Frederic S.: Makroökonómia : gazdaságpolitika és gyakorlat. Alinea, cop. 2020
3. Samuelson, Paul Anthony: Közgazdaságtan. Akad. K., 2012
4. Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2016): Közgazdaságtan. Akadémiai Kiadó, Budapest
5. Varian, H.L. (2021): Mikroökonómia középfokon: Egy modern megközelítés. Akadémiai Kiadó, Budapest
6. Hal R. Varian (2016): Mikroökonómia középfokon Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest.
7. Mankiw N. Gregory (2011): A közgazdaságtan alapjai. Osiris Kiadó, Budapest.
8. Kopányi Mihály (szerk.) (2009): Mikroökonómia. Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest.
9. Farkasné Fekete Mária, Molnár József. Közgazdaságtan I. Mikroökonómia. Debrecen, 2007.
10. J. Hirshleifer – A. Glazer – D. Hirshleifer: Mikroökonómia. Árelmélet és alkalmazásai. – Döntések, piacok és információ. Osiris Kiadó Budapest, 2009.
11. Hal R. Varian: Mikroökonómia középfokon. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 2005.
12. Barancsik János. Mikrogazdaságtan. Pécsi Tudományegyetem, 2012.
13. Spasszky Gábor. Közgazdaságtan. KMPSZ-kiadványok. Beregszász, 2008.

УДК 330.101.542(075.8)

Е 40

Економічна теорія: мікроекономіка. Навчальне видання (навчально-методичний посібник) Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II / Уклали та редактували: Роберт Бачо та Габор Потокі. Берегове: ЗУІ ім. Ференца Ракоці II, 2024. 204 с. (українською та угорською мовами)

ISBN 978-617-8143-19-0 (м'яка обкладинка)

ISBN 978-617-8143-20-6 (PDF)

Навчально-методичний посібник розроблений для забезпечення викладання освітньої компоненти «Економічна теорія: мікроекономіка» для здобувачів економіко-орієнтованих освітніх програм, а також таких, на яких здобувачі мають можливість вивчати дисципліни економічного профілю.

Навчальне видання

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ: МІКРОЕКОНОМІКА

Навчально-методичний посібник

2024 р.

*Затверджено до використання у навчальному процесі на засіданні
кафедри обліку і аудиту Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II
(протокол №1 від «14» серпня 2024 року).*

*Розглянуто та рекомендовано Радою із забезпечення якості вищої освіти
Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II
(протокол №22 від «26» серпня 2024 року).*

*Рекомендовано до видання у друкованій та електронній формі (PDF)
рішенням Вченої ради Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II
(протокол №7 від «27» серпня 2024 року).*

Підготовлено до видання Видавничим відділом спільно з кафедрою обліку і аудиту
Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II.

Укладали та редагували:
Роберт Бачо та Габор Потокі

Рецензували:

*Дора Барабаши-Карпати, доктор філософії у галузі соціальних наук, директор і доцент
Інституту економіки Ниредьгазького університету (м. Ниредьгаза, Угорщина)*

*Ніна Пойда-Носик, доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту
Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II (м. Берегове, Україна)*

Технічне редагування: *Олександр Добош та Габор Потокі*

Верстка та підготовка до друку: *Олександр Добош та Габор Потокі*

Підготовка до видання у електронній формі (PDF): *Вівієн Товт*

Коректура: *редакторська*

Дизайн обкладинки: *Вівієн Товт*

УДК: *Бібліотека ім. Опаці Черє Яноша при ЗУІ ім. Ф.Ракоці II*

Відповідальний за випуск:

Олександр Добош (начальник Видавничого відділу ЗУІ ім. Ф.Ракоці II)

Відповідальність за достовірність і зміст навчально-методичного посібника
покладається на укладачів/редакторів.

Друк навчального видання здійснено за сприяння проєкту «КОМР» Угорської академії наук.

Видавництво: Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II (адреса:
пл. Кошута 6, м. Берегове, 90202. Електронна пошта: foiskola@kmf.uz.ua; kiado@kmf.uz.ua)

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і
розповсюджувачів видавничої продукції Серія ДК 7637 від 19 липня 2022 року*

Друк: ФОП Лац Чілла Степанівна (адреса: пл. Кошута 4, м. Берегове, 90202. Електро-
нна пошта: kalvinnyomda@gmail.com). Керівник: Чілла Лац.

Підписано до друку 10.09.2024. Шрифт «Garamond».

Папір офсетний, щільністю 80 г/м². Друк цифровий. Ум. друк. арк. 16,6.

Формат 70x100/16. Замовл. № 98.



ISBN 978-617-8143-19-0



9 786178 143190