

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до самостійних занять
з курсу «МІКРОЕКОНОМІКА»
для студентів першого освітнього рівня
спеціальності 075 Маркетинг
всіх форм навчання

Методичні вказівки до самостійних занять з курсу «Мікроекономіка» для студентів першого освітнього рівня спеціальності 075 Маркетинг всіх форм навчання/ Укл.: к.е.н. О.В. Губарь – Запоріжжя: НУЗП, 2023. – 48 с.

Укладач: О.В. Губарь, к.е.н., доцент, кафедри економічної теорії та підприємництва НУ «Запорізька політехніка»

Рецензент: В.В. Корольков, к.е.н., проф., декан факультету економіки та управління НУ «Запорізька політехніка»

Відповідальний за випуск: О.Г. Бурма, провідний фахівець кафедри економічної теорії та підприємництва НУ «Запорізька політехніка»

Затверджено на засіданні кафедри «Економічної теорії та підприємництва» НУЗП
Протокол № 11 від 05.06.2023 р.

Погоджено на НМК ФЕУ
НУ «Запорізька Політехніка»
Протокол № 43 від 30.08.2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	9
Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки.....	11
Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінки споживача...	12
Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача.....	13
Тема 4. Аналіз поведінки споживача.....	14
Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємодія.....	15
Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства.....	16
Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника.....	16
Тема 8. Витрати виробництва.....	17
Тема 9. Ринок досконалої конкуренції	17
Тема 10. Монопольний ринок.....	19
Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція.....	21
Тема 12. Ринок факторів виробництва.....	23
Тема 13. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту...	24
Тема 14. Інституціональні аспекти ринкового господарства.....	26
3. ОСНОВНІ ФОРМУЛИ ТА ЗАЛЕЖНОСТІ.....	27
4. ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК.....	33
5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	47

ВСТУП

Доцільність вивчення курсу «Мікроекономіка» зумовлена її приналежністю до фундаментальних загальноекономічних наук, що формують фаховий світогляд майбутніх маркетологів. Ефективний розвиток маркетингової спеціалізації потребує від фахівців чіткого розуміння механізму взаємодії всіх базових суб'єктів ринку, функціонування ринків факторів виробництва, побудови стратегії поведінки виробника в залежності від ступеня конкуренції на ринку готової продукції, прогнозування ланцюга причинно-наслідкових зв'язків в економіці з метою визначення очікуваних результатів рішень, що приймаються на рівні мікросистем. Саме мікроекономіка вивчає поведінку та механізм прийняття рішень окремими економічними суб'єктами – мікросистемами, що прагнуть досягти мети за наявних обмежених ресурсів, котрі можливо застосувати альтернативно. Оволодіння курсом повинно виробити у студентів навички практичного використання мікроекономічного аналізу в процесі прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу. Набуті знання мають стати складовою загальної культури спеціаліста.

Засвоєння мікроекономічних принципів дозволяє аналізувати ринкові ситуації, оцінювати фактори попиту та пропозиції, а також розробляти ефективні маркетингові стратегії. Знання мікроекономіки сприяє раціональному використанню ресурсів підприємства та прийняттю оптимальних рішень у динамічних ринкових умовах.

Опанування концепцій конкуренції, ціноутворення та ринкових стратегій є ключовим для адаптації до сучасного бізнес-середовища та розробки дієвих маркетингових рішень.

Мета вивчення навчальної дисципліни «Мікроекономіка» полягає у розкритті принципів функціонування окремих господарських суб'єктів через надання студентам необхідних знань та аналітичних інструментів для прийняття ефективних маркетингових рішень та адаптації до змін в сучасному бізнес-середовищі.

Самостійна робота студента (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

Мета СРС – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у студентів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів денної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 60% (90 годин) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин). У ході самостійної роботи студент має перетворитися на активного

учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки.

Завдання:

- знати теоретичні основи функціонування суб'єктів ринку в умовах обмеженості ресурсів в різних ринкових структурах;
- розвинути техніку ринкового економічного мислення;
- навчити використовувати теоретичний інструментарій мікроекономіки у дослідженні та прогнозуванні економічної поведінки суб'єктів господарювання;
- навчити самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки, пов'язані з обґрунтуванням раціональної поведінки суб'єктів мікросистеми.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати:

інтегральну компетентність: Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

фахові компетентності:

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

очікувані програмні результати навчання:

ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Міждисциплінарні зв'язки:

Викладання навчальної дисципліни «Мікроекономіка» ґрунтується на попередньому вивченні здобувачами вищої освіти дисциплін «Політекономія», «Вища математика для економістів». Вивчення дисципліни в майбутньому знадобиться для опанування дисциплін «Макроекономіка», «Регіональна економіка», «Економіка підприємства», «Планування та організація підприємницької діяльності», «Економіко-математичні моделі в економіці», «Маркетингове ціноутворення».

1. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лекції	практ.	лаб.	інд.	с.р.		лекції	практ.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
<i>Змістовий модуль 1. Теорія поведінки споживача</i>												
Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки	10	2	2	-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінки споживача	10	2	2	-	-	6	13	-	-	-	-	13
Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача	10	2	2	-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 4. Аналіз поведінки споживача	10	2	2	-	-	6	10	-	1	-	-	9
Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємодія	10	2	2	-	-	6	9	-	-	-	-	9
<i>Змістовий модуль 2. Теорія поведінки виробника</i>												
Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства	10	2	2	-	-	6	10	1	-	-	-	9
Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника	10	2	2	-	-	6	10	-	1	-	-	9
Тема 8. Витрати виробництва	10	2	2	-	-	6	10	-	1	-	-	9
Разом за модулем 1	80	16	6	-	-	48	82	3	3	-	-	76
Модуль 2												
<i>Змістовий модуль 3. Теорія ринкових структур та ринків факторів виробництва</i>												
Тема 9. Ринок досконалої конкуренції	11	2	2	-	-	7	12	-	1	-	-	11
Тема 10. Монопольний ринок	11	2	2	-	-	7	8	1	-	-	-	7

Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція	15	4	4	-	-	7	12	-	1	-	-	11
Тема 12. Ринок факторів виробництва	11	2	2	-	-	7	12	1	-	-	-	11
<i>Змістовий модуль 4. Загальна рівновага та інституціональне забезпечення ефективного функціонування ринку</i>												
Тема 13. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту	11	2	2	-	-	7	12	1	-	-	-	11
Тема 14. Інституціональні аспекти ринкового господарства	11	2	2	-	-	7	12	-	1	-	-	11
Разом за модулем 2	70	14	14	-	-	42	68	3	3	-	-	60
Усього годин	150	30	30	-	-	90	150	6	6	-	-	138

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. *Теорія взаємодії виробника та споживача*

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки

Мікроекономіка як складова частина економічної теорії. Проблема обмеженості ресурсів і необхідність вибору. Альтернативні витрати та альтернативна вартість. Предмет мікроекономіки. Суб'єкти та об'єкти економічних відносин на мікрорівні. Сучасний інструментарій мікроекономічного аналізу. Взаємозв'язок мікроекономіки з іншими дисциплінами.

Питання для самостійного вивчення

1. Становлення та розвиток мікроекономіки як галузі знань.
2. Еволюція методів мікроекономічного аналізу.
3. Позитивна і нормативна теоретична економіка: сутність, принципи, методи.
4. Мікросистема: поняття та різновиди. Характеристика дії мікросистем у різних ринкових ситуаціях.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Виберіть вірну відповідь:

1. *Мікроекономіка - це область економічних наук, яка вивчає:*
 - а) економічну поведінку окремих фірм;
 - б) відносини між окремими представниками різних класів;
 - в) поведінку економіки в цілому;
 - г) економічну поведінку окремих груп споживачів, фірм і власників ресурсів.
2. *До специфічних методів мікроекономіки належать:*
 - а) спостереження та статистичний аналіз;
 - б) економічне моделювання та експеримент;
 - в) граничний аналіз та економічне моделювання;
 - г) відбір фактів та наукове абстрагування.
3. *Економічне поняття «обмеженість ресурсів» означає:*
 - а) відсутність у країні певних природних ресурсів;
 - б) стан ресурсів у період економічного спаду;
 - в) неможливість задоволення всіх людських потреб;
 - г) високі ціни, які обмежують можливість придбання благ.
4. *Економічна модель не є:*
 - а) ідеальним типом економіки або політики;
 - б) інструментом економічних прогнозів;
 - в) комплексом економічних принципів;

- г) поясненням функціонування економіки чи її окремих секторів.
5. З перерахованих моделей не є мікроекономічною:
- а) модель фірми;
 - б) модель інфляції;
 - в) модель споживача;
 - г) виробника.

2. Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1. Мікроекономіка - це галузь економічної науки, яка вивчає ефективність фінансування національної економіки.
2. Об'єктом дослідження мікроекономіки є поведінка мікроекономічних суб'єктів.
3. Основними методами мікроекономічних досліджень є граничний аналіз та економічне моделювання.
4. Уряд може зробити альтернативні витрати суспільства на товар нульовими, прийнявши закон про встановлення нульової ціни товару.
5. Підручники університетської бібліотеки, якими студенти користуються безкоштовно, не належать до економічних благ.

Тема 2. Теорія граничної корисності й поведінка споживача

Корисність в економічній теорії: поняття, проблеми виміру. Потреби, їх види, структура. Функція корисності. Сукупна та гранична корисність: вимірювання та графічне зображення. Постулати теорії споживчого вибору. Визначення ціни товару на основі граничної корисності. Сукупна та гранична корисність. Закон спадної граничної корисності. Перший та другий закони Госсена. Оптимальне споживання одного блага. Гранична корисність та крива попиту. Бюджетні обмеження і можливості споживання. Правило максимізації корисності. Рівновага споживача з кардиналістських позицій. Фактор часу і споживчий вибір.

Запитання та завдання для самоперевірки

Виберіть вірну відповідь:

- 1 *Готовність купувати додаткові одиниці товару тільки за нижчою ціною пояснює:*
 - а) ефект заміщення;
 - б) принцип спадної граничної корисності;
 - в) ефект доходу;
 - г) закон пропозиції.
- 2 *Бюджетне обмеження споживача утворюють:*
 - а) тільки доход споживача;
 - б) тільки ціни товарів;

- в) дохід споживача і ціни товарів;
- г) дохід споживача, ціни товарів та їх корисність.

3 *Товар Гіффена – це товар, обсяг попиту, на який:*

- а) падає при зростанні грошового доходу споживача;
- б) зростає при зростанні ціни цього товару;
- в) зростає при падінні реального доходу споживача;
- г) не змінюється при зміні ціни цього товару.

4 *Гранична норма заміни одного товару іншим:*

- а) вимірює пропорції заміни одного товару іншим;
- б) визначає, від скількох одиниць одного товару споживач повинен відмовитись, щоб одержати додаткову одиницю іншого, без зміни рівня сукупної корисності;
- в) показує абсолютну величину кута нахилу кривої байдужості в точці на кривій;
- г) всі відповіді правильні.

5 *Крива «дохід-споживання»:*

- а) сполучає всі точки рівноваги споживача, пов'язані зі зміною ціни одного з благ;
- б) показує співвідношення між доходом споживача і кількістю товару, що купується, за інших рівних умов;
- в) сполучає всі точки рівноваги споживача, пов'язані з різними рівнями доходу;
- г) правильні відповіді (б) і (в).

Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача

Криві байдужості, їх властивості. Гранична норма заміщення благ. Зона ефективного заміщення. Обмеження та виключення. Бюджетна лінія, її формула та графічне зображення. Ламана бюджетна лінія. Зсув бюджетної лінії. Вплив зміни доходу споживача на розташування бюджетної лінії та процес споживання. Рівновага (оптимум) споживача з точки зору ординалістської теорії поведінки споживача. Економічне обґрунтування та графічне зображення оптимуму споживача як моделі раціонального споживчого вибору.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1. Крива байдужості - це крива однакової корисності.
2. Якщо товари є абсолютними заміниками, то крива байдужості має вигляд прямого кута.
3. Карта байдужості - це сукупність кривих, байдужості, кожна з яких представляє інший рівень корисності.

4. Для нижчих благ ефекти заміщення і доходу є протилежно спрямованими, а ефект заміщення перевищує ефект доходу.

5. Якщо нижче благо дешевшає, попит на нього зростає.

Тема 4. Аналіз поведінки споживача

Реакція споживача на зміни доходу та ціни. Залежність поведінки споживача від його доходу. Лінія "дохід – споживання" та побудова кривих Енгеля. Закони Енгеля. Побудова лінії "дохід – споживання". "Лінія життя" для різних верст населення та різних вікових груп. Лінія "ціна – споживання" та побудова кривої індивідуального попиту. Фактори впливу на вибір споживача. Утворення "надлишку споживача" в результаті перевищення корисності товарів над ціною. Приріст "надлишку споживача" як показник зміни його добробуту. Основні фактори впливу на вибір споживача. Ефект доходу і ефект заміщення. Розкладання сукупної зміни обсягу попиту на складові: ефект доходу та ефект заміщення – основні підходи за Слуцьким та Хіксом. Парадокс Гіффена.

Питання для самостійного вивчення

1. Еквіваріантний принцип досягнення раціонального вибору та рівновага споживача.
2. Різні випадки досягнення рівноваги: «кутова» та «внутрішня» рівновага споживача.
3. Крайні випадки взаємозаміщення та взаємодоповнення благ.
4. Утворення «надлишку споживача» в результаті перевищення корисності товарів за ціною.

Тема 5. Попит, пропозиція, їх взаємовідносини

Попит і закон попиту. Графіки індивідуального та ринкового попиту. Пропозиція і закон пропозиції. Графічне відображення закону пропозиції. Цінові і нецінові детермінанти пропозиції. Стійкість ринкової рівноваги. Павутиноподібна динамічна модель досягнення рівноваги. Наслідки державного втручання у ринкову рівновагу. Еластичність попиту, фактори, які на неї впливають. Види еластичності попиту: за ціною (пряма), за доходом та перехресна еластичність. Дугова та точкова еластичність. Еластичність пропозиції, фактори, що на неї впливають. Практичне значення теорії еластичності попиту та пропозиції.

Питання для самостійного вивчення

1. Ринковий попит: графічне та аналітичне визначення.
2. Соціальні ефекти, які ускладнюють зв'язок між індивідуальним та ринковим попитом.

3. Наслідки державного регулювання ринкового ціноутворення за допомогою:

- а) оподаткування виробників;
- б) субсидіювання виробників;
- в) встановлення граничних цін.

Запитання та завдання для самоперевірки

Виберіть вірну відповідь:

1. *Якщо ринкова ціна нижче рівноважної, то:*
 - а) з'являються надлишки товару;
 - б) виникає дефіцит товару;
 - в) формується ринок покупця;
 - г) падає ціна ресурсів.
2. *Ціни вимірюють граничні корисності благ:*
 - а) однаково для всіх споживачів;
 - б) індивідуально для кожного зі споживачів;
 - в) ціни впливають на оцінку граничної корисності благ;
 - г) інформація є недостатньою для відповіді.
3. *Якщо перехресна еластичність попиту за ціною більше 0, то товари:*
 - а) взаємодоповнюючі;
 - б) взаємозамінні;
 - в) незалежні;
 - г) високоякісні.
4. *Ринкова пропозиція не відчуває впливу:*
 - а) зростання цін на ресурси;
 - б) вдосконалення технологій;
 - в) збільшення кількості продавців на ринку;
 - д) вподобання споживачів.
5. *Якщо попит нееластичний:*
 - а) зростання ціни на 2 % буде наслідком зменшення попиту менш ніж на 2;
 - б) зростання ціни на 2 % буде наслідком зменшення попиту на 2 %;
 - в) внаслідок зростання ціни на 2 % - зменшення попиту більш ніж на 2 %;
 - г) всі відповіді неправильні.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1. Ринковий попит показує обсяг попиту окремого споживача.
2. Нормальні товари - це товари, попит на які не зміщується зі зміною доходу споживача.
3. Закон пропозиції твердить, що між ціною та обсягом пропозиції існує прямий зв'язок.
4. Зрушення кривої пропозиції праворуч означає, що виробники пропонують більшу кількість продукту за кожного рівня ціни.
5. Обсяг виторгу продавця змінюється, залежно від величини коефіцієнта цінової еластичності попиту на даний товар.

Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства

Місце та роль підприємства у ринковій системі. Виробництво та фактори виробництва. Сутність та структура факторів виробництва. Сукупний, середній та граничний продукт. Загальний та середній доход. Прибуток як кінцевий результат діяльності підприємства. Оптимальне співвідношення ресурсів. Економічна та технологічна ефективність виробництва. Мікроекономічна модель підприємства. Поняття виробничої функції. Види виробничих функцій. Екстенсивне та інтенсивне виробництво. Короткостроковий та довгостроковий періоди у діяльності підприємства. Виробництво з одним та двома змінними факторами виробництва. Закон спадної граничної продуктивності (віддачі) змінного фактору виробництва.

Питання для самостійного вивчення

1. Теоретичні концепції підприємства: інституціональна, неокласична, підприємницька тощо.
2. Доповнюваність, подільність, мобільність та інтенсивність використання факторів виробництва.
3. Еластичність масштабу та її взаємозв'язок з еластичністю виробництва.
4. Вибір комбінації виробничих факторів за критеріями мінімізації витрат та максимізації випуску.
5. Мінімально ефективний розмір виробництва та структура ринку.

Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника

Особливості виробничої функції на довгостроковому інтервалі. Виробництво з одним та двома змінними факторами виробництва. Ізокванта. Карта ізоквант. Зона технологічного заміщення. Гранична норма

технологічного заміщення. Ізокоста: сутність, графічне та алгебраїчне зображення. Оптимум товаровиробника та його графічна інтерпретація. Виробництво у довгостроковому періоді. Поняття ефекту масштабу. Постійна, зростаюча та спадна віддача від масштабу. Крива "Шлях розвитку". Концепція мінімально ефективного розміру підприємства.

Запитання та завдання для самоперевірки

Виберіть вірну відповідь:

- 1 *Оптимальна комбінація ресурсів знаходиться в точці:*
 - а) перетину ізокванти і ізокости;
 - б) торкання ізокванти і ізокости;
 - в) торкання двох сусідніх ізоквант;
 - г) перетину ізокванти з осями координат.
- 2 *Коли гранична продуктивність зростає:*
 - а) економія від масштабу зростає;
 - б) економія від масштабу спадає;
 - в) економія від масштабу постійна;
 - г) всі відповіді не вірні.
- 3 *Бухгалтерський прибуток утворюється, як різниця:*
 - а) між сукупним виторгом і зовнішніми витратами;
 - б) між сукупним виторгом і внутрішніми витратами;
 - в) між сукупним виторгом і економічними витратами;
 - г) між сукупним виторгом і неявними витратами.
- 4 *Якщо праця і капітал є ресурсами-замінниками, а ефект обсягу випуску переважає ефект заміни, то зі зростанням ціни капіталу:*
 - а) попит фірми на працю зростає;
 - б) попит фірми на працю скоротиться;
 - в) попит фірми на працю не зміниться;
 - г) можливі будь-які з перерахованих змін у попиті на працю.
- 5 *Ізокванта - це:*
 - а) крива, що характеризує різні комбінації двох ресурсів, використання яких забезпечує однаковий рівень витрат виробництва;
 - б) крива, що характеризує обсяг продукції, який отримує фірма, використовуючи даний обсяг ресурсів;
 - в) крива, що характеризує різні комбінації двох ресурсів, використання яких забезпечує однаковий обсяг випуску;
 - г) всі відповіді правильні.

Тема 8. Витрати виробництва

Витрати, їх сутність та структура. Загальна характеристика витрат та їх класифікація. Економічний і бухгалтерський підхід до визначення витрат виробництва. Витрати виробництва у короткостроковому періоді. Постійні, змінні, загальні витрати, їх графічне зображення. Середні витрати: сутність, формули, графічне зображення. Граничні витрати. Граничні доходи. Правило максимізації прибутку. Рівновага фірми у короткостроковому періоді. Витрати виробництва у довгостроковому періоді. Концепція мінімально ефективного розміру підприємства. Ефект масштабу виробництва: сутність, типи, практичне значення. Пропозиція галузі. Крива пропозиції галузі з постійними та зростаючими витратами.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

- 1 Якщо два ресурси є субститутами, то скорочення ціни на один з них призведе до зменшення попиту на інший.
- 2 Оптимальне співвідношення ресурсів, для якого цінності граничних продуктів всіх ресурсів рівні їхнім цінам, дозволяє конкурентній фірмі як максимізувати прибуток, так і мінімізувати збитки.
- 3 Ізокванта - це лінія, кожна точка якої відображає такі комбінації ресурсів (праці та капіталу), які дають змогу отримати однаковий обсяг виробництва продукції.
- 4 Граничний продукт - це зміна обсягу випуску внаслідок нескінченно малої зміни обсягу залученого змінного виробничого ресурсу.
- 5 Чим більший обсяг виробництва фірми, тим менші її постійні витрати.

Змістовий модуль 2.

Теорія ринкових структур та ринків факторів виробництва

Тема 9. Ринок досконалої конкуренції

Ознаки й умови існування ринку досконалої конкуренції. Види конкуренції. Ринковий попит на продукція фірми, яка діє в умовах досконалої конкуренції. Визначення поведінки фірми в короткостроковому періоді. Правило максимізації прибутку і мінімізації збитків. Пропозиція фірми у короткостроковому періоді, її зв'язок з кривими витрат, графік галузевої пропозиції. Ефективність ринку досконалої конкуренції. Переваги та недоліки досконалої конкуренції.

Питання для самостійного вивчення

1. Поняття ринкових структур, їх основні типи.
2. Поліполістичний спосіб поведінки суб'єктів конкурентного ринку.

3. Модель поведінки фірми на ринку досконалої конкуренції у короткостроковому періоді:

- а) прибуткове виробництво;
- б) беззбиткове виробництво;
- в) мінімізація збитків виробництва;
- г) припинення виробництва.

Запитання та завдання для самоперевірки

Виберіть вірну відповідь:

1. *Фірми на ринку досконалої конкуренції виробляють:*

- а) диференційований товар;
- б) однорідний товар;
- в) як диференційований, так і однорідний товари;
- г) не достатньо інформації для вірної відповіді.

2. *На ринку досконалої конкуренції у довгостроковому періоді ціна рівноваги встановлюється на рівні:*

- а) мінімуму АТС;
- б) мінімуму МС;
- в) мінімуму AVC;
- г) мінімуму AFC.

3. *Граничний виторг фірми на ринку досконалої конкуренції зі зростанням обсягу продажу:*

- а) зростає;
- б) зменшується;
- в) не змінюється;
- г) зменшується швидше за ціну.

4. *Який з наступних ринків більше всього відповідає умовам досконалої конкуренції?*

- а) взуття;
- б) побутової техніки;
- в) меблів;
- г) сільськогосподарської продукції.

5. *Поняття досконалої конкуренції припускає, що:*

- а) значна кількість фірм, що функціонує в галузі, випускає стандартні товари;
- б) є багато покупців, які купують товар за поточною ціною;
- в) всі продавці та покупці мають повну інформацію про ринок;
- г) всі відповіді правильні.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1 Характерною особливістю ринку досконалої конкуренції є наявність великої кількості різноманітних товарів.

2 На досконало конкурентному ринку окремий продавець не може вплинути на ринкову ціну, як би він не намагався змінити випуск продукції чи знизити ціну на власну продукцію.

3 Крива попиту для конкурентної фірми має від'ємний нахил.

4 Для конкурентної фірми граничний виторг завжди дорівнює ціні.

5 Конкурентна фірма виробляє оптимальний обсяг продукції, якщо її граничні витрати дорівнюють ринковій ціні товару.

Тема 10. Монопольний ринок

Характерні риси та особливості існування ринку чистої монополії. Основні види монополій. Крива попиту монополіста. Вибір монополістом ціни й обсягу виробництва. Правила максимізації прибутку і мінімізації збитків. Визначення монопольної ціни. Стратегії монополістичного ціноутворення. Цінова дискримінація: поняття, умови та види. Монополія і монопольна влада. Показники монопольної влади. Обмеження монопольної влади. Необхідність державного регулювання монополії. Рівновага фірми монополіста в довгостроковому періоді. Економічні наслідки монополізації галузі. Переваги та недоліки діяльності фірми-монополіста. Антимонопольна політика.

Питання для самостійного вивчення

1. X-неефективність в умовах монополії.
2. Особливості функціонування національних монополізованих ринків.
3. Методика визначення монопольного становища суб'єкта господарювання на ринках України.
4. Реакція монополії на встановлення цінових обмежень, податків і субсидій.

Запитання та завдання для самоперевірки

Виберіть вірну відповідь:

- 1 *Ринкова влада монополіста буде тим більшою:*
 - а) чим більш еластичним є попит на продукцію монополії;
 - б) чим менш еластичним є попит на продукцію монополії;
 - в) ринкова влада не пов'язана з еластичністю попиту;
 - г) чим менш еластичним є його пропонування.
- 2 *Основною метою цінової дискримінації є:*

- а) збільшення обсягу виробництва і продажу фірми;
- б) підвищення цін на продукцію;
- в) захоплення споживчого надлишку;
- г) диференціація продукту.

3 *Монополізація економіки будь-якої країни має наслідком:*

- а) встановлення вищих цін і менших обсягів виробництва;
- б) зменшення тиску державного регулювання;
- в) загострення конкуренції;
- г) ефективний розподіл і використання ресурсів.

4 *На відміну від конкурентної фірми, монополіст:*

- а) виробляє однорідну продукцію;
- б) максимізує прибуток при рівності граничного доходу і граничних витрат;
- в) може виробити будь-який обсяг продукції і продати його за будь-якою ціною;
- г) при даній кривій ринкового попиту може вибрати комбінацію ціни й обсягу випуску, що дає максимум прибутку.

5 *Яке з наступних тверджень щодо монополії неправильне?*

- а) середній дохід відрізняється від граничного доходу;
- б) граничний дохід дорівнює нулю, коли цінова еластичність попиту дорівнює - 1;
- в) граничний дохід знижується при збільшенні обсягу випуску;
- г) граничний дохід може бути від'ємною величиною.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1 Монополія не досягає ні ефективності розподілу ресурсів, ні виробничої ефективності.

2 Монополія завжди обирає обсяг випуску в межах еластичного відрізка кривої попиту.

3 Спільним для ринків чистої монополії і досконалої конкуренції є те, що це ідеальні ринкові структури, які в реальній економіці практично не трапляються.

4 Монополіст буде збільшувати обсяг випуску і знижувати ціну, якщо $MR > MC$.

5 Крива попиту на продукцію фірми-монополіста є кривою ринкового попиту.

Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція

Основні ознаки олігополістичного ринку. Види олігополій: чиста та

диференційована. Некооперативна і кооперативна поведінка олігополістів. Лідерство в цінах. Цінова конкуренція. Модель дуополії Курно: договірна й конкурентна рівновага.

Олігополія з погляду теорії ігор. Цінові війни. Картельні союзи. Умови та чинники формування картелю. Ефективність та соціально-економічні наслідки олігополії. Модель ринку монополістичної конкуренції, її характеристика. Диференціація виробів: форми, позитивні наслідки та загрози. Ефективність монополістичної конкуренції. Надлишкові потужності. Нецінова конкуренція, її види та наслідки для виробників та споживачів. Реклама, її роль у формуванні попиту.

Питання для самостійного вивчення

1. Рівновага монополістичного конкурентного підприємства при ціновій та неціновій конкуренції.
 2. Надлишкова виробнича потужність: наслідки для виробника та суспільства в цілому.
 3. Вплив реклами на зміну оптимального обсягу виробництва, ціни та прибутку монополістично конкурентної фірми.
 4. Монополістична конкуренція у просторі: модель лінійного міста та модель кругового міста.
 5. Інституційні аспекти утворення та діяльності картельних спілок.
- Причини нестабільності картелю.
6. Таємні змови, мовчазні згоди та легальні угоди.
 7. Можливості державного регулювання олігополістичного ринку.
 8. Порівняльна оцінка ефективності різних ринкових структур.

Запитання та завдання для самоперевірки

Виберіть вірну відповідь:

- 1 *Яка з наведених ознак характерна тільки для олігополії:*
 - а) диференційована продукція;
 - б) нецінова конкуренція;
 - в) наявність бар'єрів до вступу в галузь;
 - г) всезагальна взаємозалежність фірм.
- 2 *Обсяг продажу однієї з фірм на ринку олігополії не залежить від числа фірм на ринку і розподілу залишку ринку між іншими фірмами:*
 - а) у моделі Курно;
 - б) у моделі картелю;
 - в) у моделі Бертрана;
 - г) для фірми-лідера у моделі Штакельберга.
- 3 *У моделі Свізі кожна фірма впевнена, що:*
 - а) конкуренти наслідуватимуть всі цінові зміни;

- б) конкуренти наслідуватимуть лише зниження цін;
- в) конкуренти наслідуватимуть лише підвищення цін;
- г) конкуренти не наслідуватимуть жодних змін ціни.

4 Сукупний обсяг виробництва двох фірм у рівновазі Курно:

- а) менший за монопольний обсяг виробництва;
- б) більший за конкурентний обсяг виробництва;
- в) дорівнює монопольному обсягу виробництва;
- г) знаходиться між монопольним та конкурентним обсягом виробництва.

5 Функція реакції у моделі Бертрана:

- а) визначає ціну продукції одного олігополіста за кожного заданого рівня ціни, визначеної іншим;
- б) визначає ціну продукції одного олігополіста за кожного заданого обсягу виробництва іншого;
- в) визначає обсяг випуску одного олігополіста за кожного заданого рівня ціни, встановленої іншим;
- г) визначає обсяг випуску одного олігополіста за кожного заданого обсягу виробництва іншого.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1 Олігополія не є ефективною ринковою структурою, оскільки, як і монополія, породжує безповоротні суспільні втрати.

2 Для олігополії є характерною наявність високих бар'єрів для вступу в галузь.

3 Рішення одного олігополіста стосовно ціни або обсягу виробництва не може суттєво вплинути на прибутки інших фірм галузі.

4 Модель поведінки учасників таємних змов подібна до моделі поведінки монополії.

5 Домінуюча стратегія полягає у прийнятті оптимального рішення одним учасником залежно від дій іншого.

Тема 12. Загальна характеристика факторних ринків

Пропозиція факторів виробництва. Попит на ресурси, як похідний. Оптимальне співвідношення ресурсів. Праця як ресурс, як фактор виробництва. Характеристика досконалого конкурентного ринку праці. Граничний вигравш виробника від найманої праці. Пропозиція праці для окремого робітника. Диференціація ставок заробітної плати. Роль профспілок. Контроль профспілок над пропозицією робочої сили.

Капітал як ресурс тривалого використання. Формування процентної ставки як рівноважної ціни капіталу. Інвестиції, їх види. Вплив

процентної ставки на короткострокові інвестиційні проекти підприємців. Обґрунтування інвестиційних рішень у тривалому періоді. Міжчасове бюджетне обмеження, міжчасова рівновага.

Земля як фактор виробництва. Ринок землі: попит та пропозиція. Економічна і земельна рента. Ціна землі. Орендна плата.

Питання для самостійного вивчення

1. Обґрунтування вибору робітника щодо праці та відпочинку: інструментарій ординалістської теорії корисності.
2. Економічні наслідки встановлення мінімального рівня заробітної плати.
3. Вплив ставки відсотка на рівень і структуру інвестицій.
4. Відкладене споживання. Міжчасове бюджетне обмеження та міжчасова рівновага як спеціальний інструментарій мікроекономічного аналізу.

Запитання та завдання для самоперевірки

Виберіть вірну відповідь:

1. *Похідний характер попиту на ресурс означає, що попит фірми на ресурс залежить від:*
 - а) попиту на готову продукцію фірми;
 - б) ціни ресурсу;
 - в) граничної продуктивності ресурсу;
 - г) граничних видатків на нього.
2. *На відрізку кривої індивідуального пропонування праці, що має від'ємний нахил, переважає:*
 - а) ефект обсягу випуску;
 - б) ефект масштабу;
 - в) ефект доходу;
 - г) ефект заміни.
3. *Пропонування землі:*
 - а) для різних ділянок характеризується різною еластичністю;
 - б) характеризується одиничною еластичністю;
 - в) абсолютно еластичне;
 - г) абсолютно нееластичне.
4. *У моделі міжчасового вибору ефект доходу за підвищення ставки проценту:*
 - а) завжди додатний;
 - б) додатний, якщо домогосподарства заощаджують;
 - в) завжди від'ємний;
 - г) від'ємний, якщо домогосподарства заощаджують.
5. *Джерелами позичкового капіталу можуть бути:*

- а) заощадження населення;
- б) власні кошти і прибуток фірм;
- в) державні фінанси;
- г) всі відповіді правильні.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1. Капітальні блага - це товари тривалого користування, що застосовуються у виробництві інших благ.
2. Ринок фінансового капіталу утворюється з двох ринків – ринку кредитних ресурсів і ринку цінних паперів.
3. Земля або природні ресурси – речовини природи, а також предмети праці, які вже пройшли обробку.
4. Земельна рента – це регулярно одержуваний землевласником дохід, не пов'язаний з підприємницькою діяльністю.
5. Підвищення земельної ренти стимулює зростання пропозиції землі.

Змістовий модуль 3.

Загальна рівновага та інституціональне забезпечення ефективного функціонування ринку

Тема 13. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту

Взаємозв'язок та взаємозалежність загальної економічної рівноваги та рівноваги на мікрорівні. Крива контрактів. Ефективність за Парето. Ефективність та справедливість. Рівень та якість життя: сутність, показники. Добробут: сутність, критерії, показники. Коробка Еджуорта.

Нерівність доходів. Крива Лоренца та коефіцієнт Джинні. Перерозподіл доходів. Вплив податків на загальну економічну рівновагу. Квазіоптимум.

Питання для самостійного вивчення

1. Поняття та економічний зміст зовнішніх ефектів. Теорема Коуза.
2. Приватні та суспільні блага. Попит на суспільні блага і теорія оподаткування.
3. Теорія трансакційних витрат.
4. Роль держави у вирішенні екологічних проблем.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Виберіть вірну відповідь:

1. *Інструментом для аналізу виробництва та розподілу ресурсів в економіці з фіксованою пропозицією праці та капіталу є:*
 - а) модель загальної рівноваги Вальраса;
 - б) діаграма Еджворта;

- в) модель Коуза;
- г) крива Лаффера.

2. *Негативний зовнішній ефект проявляється, коли граничні суспільні витрати:*

- а) дорівнюють граничним приватним вигодам;
- б) перевищують граничні приватні витрати;
- в) перевищують граничні приватні вигоди;
- г) стають меншими граничних приватних витрат.

3. *«Безбілетник» - це той, хто:*

- а) споживає більше суспільного блага, ніж інші;
- б) переконує інших не споживати дане суспільне благо;
- в) не платить податків, використовуючи лазівки в законах;
- г) применшує цінність споживаного суспільного блага, для того щоб отримувати його з меншими витратами при відповідному оподаткуванні.

4. *Вивчення рівноважної ціни і рівноважного обсягу виробництва на окремих ринках це:*

- а) аналіз загальної ринкової рівноваги;
- б) аналіз часткової ринкової рівноваги;
- в) аналіз ринкових структур;
- г) аналіз споживаної рівноваги.

5. *Яке з явищ несумісне з ефективністю?*

- а) досконала конкуренція;
- б) відсутність зовнішніх ефектів;
- в) монополія;
- г) монополістична конкуренція.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1. Критерій Парето надає можливість дати оцінку розподілу благ з точки зору його прийнятності для членів суспільства.
2. Парето-ефективними є розподіли, за яких не існує способу підвищити добробут всіх учасників.
3. Парето-ефективний розподіл благ не гарантує соціально справедливого розподілу.
4. Суспільні стани, що належать межі можливих корисностей є Парето-ефективними.
5. Прибутковий податок на відміну від акцизів не є перешкодою досягненню Парето-ефективного розміщення ресурсів.

Тема 14. Інституціональні аспекти ринкового господарства

Сутність економічних інститутів, їх види та роль у ринковій системі.

Власність як економічна та юридична категорія.

Зовнішні ефекти. Позитивні та негативні екстерналії. Приватний сектор та зовнішні ефекти. Поняття трансакційних витрат, їх види. Теорема Коуза. Приватне вирішення проблеми зовнішніх ефектів. "Провали" (фіаско) ринку. Корегування фіаско ринку.

Суспільні блага: види та властивості. Приватні та суспільні блага. Проблема "безбілетника" та забезпечення суспільними благами. Суспільний вибір. Роль та функції держави у ринковій економіці.

Питання для самостійного вивчення

1. Поняття та економічний зміст зовнішніх ефектів. Теорема Коуза.
2. Приватні та суспільні блага. Попит на суспільні блага і теорія оподаткування.
3. Теорія трансакційних витрат.
4. Роль держави у вирішенні екологічних проблем.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Дайте визначення зовнішніх ефектів.
2. Охарактеризуйте позитивні зовнішні ефекти. Наведіть приклади.
3. Охарактеризуйте негативні зовнішні ефекти. Наведіть приклади.
4. Які відмінності між показниками сукупних зовнішніх, індивідуальних та суспільних витрат.
5. Дайте визначення граничних зовнішніх і суспільних витрат.
6. Охарактеризуйте показники граничних індивідуальних, зовнішніх та суспільних корисностей.
7. Які відмінності між приватним і громадським товаром.
8. Охарактеризуйте принципи винятковості та суперництва.
9. Як розраховується обсяг випуску громадських благ.
10. Назвіть державні заходи, що спрямовані на протидію негативним наслідкам ринку.

Виберіть вірну відповідь:

1. *Державне втручання у функціонування ринкової економіки обґрунтоване у випадку:*

- а) прийняття урядом країни програми, спрямованої на посилення регулювання економіки;
- б) посилення вимог профспілок щодо підвищення доходів зайнятих;
- в) існування численних сфер неспроможності ринку;
- г) всі відповіді неправильні.

2. *Прикладом суспільного блага можуть слугувати:*

- а) національна оборона;

- б) філармонія;
 - в) вища освіта;
 - г) курси англійської мови.
3. *Що не належить до суспільного блага?*
- а) національна оборона;
 - б) електроенергія;
 - в) міліція;
 - г) маяки.
4. *Крива ринкового попиту на суспільне благо:*
- а) не відрізняється від кривої попиту на приватне благо;
 - б) визначається додаванням по горизонталі всіх кривих індивідуального попиту;
 - в) показує загальну вартість, яку всі індивіди платять за кожну одиницю товару;
 - г) показує загальну кількість товару, яку виробляє приватний сектор при кожному рівні ціни.
5. *Виробництво суспільних благ забезпечується державою, оскільки:*
- а) властивості суспільних благ унеможливають їх гарантоване виробництво приватними фірмами;
 - б) вигоди від їх виробництва перевищують витрати виробництва;
 - в) супроводжується значними негативними зовнішніми ефектами;
 - г) на них спостерігається високий споживчий попит, який не здатен задовольнити приватні фірми.

Визначте правильним чи неправильним є твердження:

1. Ринковий механізм неспроможний самостійно вирішувати чимало нагальних проблем сучасної змішаної економіки.
2. Для суспільного блага характерні не винятковість та неконкурентність.
3. Автомобільні дороги можуть бути як суспільним благом, так і приватним.
4. Проблема безбілетників породжується виключно несвідомим ставленням окремих громадян до необхідності платити за суспільне благо.
5. Крива попиту на суспільне благо може бути одержана як горизонтальна сума обсягів попиту кожного зі споживачів за кожного можливого значення ціни.

3. ОСНОВНІ ФОРМУЛИ ТА ЗАЛЕЖНОСТІ

Корисність блага:

$$U = f(X_1; X_2; \dots X_n), \text{ де}$$

U – рівень корисності;

$(X_1; X_2; \dots X_n)$ – кількість споживаних благ, одиниць;

n – кількість видів благ.

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y}, \text{ де}$$

MU_X, MU_Y – гранична корисність, відповідно блага X та Y , ютиль;

P_X, P_Y – ціна, відповідно блага X та Y , грош. од.

$$\frac{MU_X}{MU_Y} = \frac{P_X}{P_Y}, \text{ де}$$

MU_X, MU_Y – гранична корисність, відповідно блага X та Y , ютиль;

P_X, P_Y – ціна, відповідно блага X та Y , грош. од.

Рівняння бюджетної лінії:

$$I = P_X X + P_Y Y, \text{ де}$$

I – дохід споживача;

P_X, P_Y – ціна, відповідно блага X та Y , грош. од.;

X, Y – кількість, відповідно блага X та Y , грош. од.

Гранична норма заміщення MRS :

$$MRS_{XY} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X}, \text{ де}$$

ΔY – втрати у споживанні Y , одиниць;

ΔX – вигоди у споживанні X , одиниць.

$$MRS_{XY} = \frac{MU_X}{MU_Y} ; \operatorname{tg} \alpha = \frac{P_X}{P_Y} ; MRS_{XY} = \frac{P_X}{P_Y}$$

Оподаткування та субсидіювання виробника

$$\begin{aligned} Q_s^T &= -c + d(P - T) \\ a - b \cdot P &= -c + d(P - T) \\ a - b \cdot (P_s + T) &= -c + d \cdot P_s, \text{ де} \end{aligned}$$

T – ставка податку з одиниці продукції, у грошових од.

$$\begin{aligned} Q_s^t &= -c + d(1 - t) \cdot P \\ a - b \cdot P &= -c + d(1 - t)P \\ a - b(1 + t) \cdot P_s &= -c + dP_s, \text{ де} \end{aligned}$$

t – ставка податку у %

$$\begin{aligned} Q_s^{sub} &= -c + d(P + sub) \\ a - bP &= -c + d(P + sub) \\ a - b(P_s - sub) &= -c + dP_s, \text{ де} \end{aligned}$$

sub – розмір субсидії, у грошових од.

Еластичність попиту за ціною (в точці):

$$e_d^P = \frac{\Delta Q, \%}{\Delta P, \%} = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P}, \text{ де}$$

$\Delta Q/Q$ – відносна зміна попиту,

$\Delta P/P$ – відносна зміна ціни.

Якщо криву попиту задано лінійною функцією $Q_D = a - bP$, то

$$e_d^P = \frac{-bP}{a - bP}$$

Еластичність попиту за ціною (дугова):

$$e_d^P = \frac{\Delta Q, \%}{\Delta P, \%} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \div \frac{P_2 - P_1}{P_2 + P_1}$$

Еластичність попиту за доходом:

$$e_d^I = \frac{\Delta Q, \%}{\Delta I, \%} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \div \frac{I_2 - I_1}{I_2 + I_1}, \text{ де}$$

I – доход споживача

Перехресна (непряма) еластичність попиту:

$$e_d^{AB} = \frac{\Delta Q_A, \%}{\Delta P_B, \%} = \frac{\Delta Q_A}{Q_A} \div \frac{\Delta P_B}{P_B};$$

$$e_d^{AB} = \underbrace{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1}}_A \div \underbrace{\frac{P_2 - P_1}{P_2 + P_1}}_B, \text{ де}$$

ΔQ_A – зміна попиту на продукт **A**.

ΔP_B – зміна ціни на продукт **B**.

Еластичність пропозиції :

$$e_s^P = \frac{\Delta Q, \%}{\Delta P, \%} = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P}$$

$$e_s^P = \frac{\Delta Q, \%}{\Delta P, \%} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1 + Q_2} \div \frac{P_2 - P_1}{P_1 + P_2}$$

Податковий тягар покупців:

$$T_D = (P_1^* - P_0^*) \cdot Q_1^*, \text{ де } P_1^* = P_D.$$

Податковий тягар продавців:

$$T_S = (P_0^* - P_S) \cdot Q_1^*$$

Вигода споживачів:

$$B_D = (P_0^* - P_1^*) \cdot Q_1^*, \text{ де } P_1^* = P_D.$$

Вигода виробників:

$$B_S = (P_S - P_0^*) \cdot Q_1^*.$$

Рівняння бюджетного обмеження виробника:

$$TC = L \times w + K \times r, \text{ де}$$

TC – загальні витрати;

L – обсяг залученої праці;

w – ціна послуг праці,

K – обсяг залученого капіталу;

r – ціна послуг капіталу.

Гранична норма технологічної заміни праці капіталом:

$$MRTS_{LK} = - \frac{\Delta L}{\Delta K} \Bigg|_{Q = const}$$

Гранична норма технологічної заміни капіталу працею:

$$MRTS_{KL} = - \frac{\Delta K}{\Delta L} \Bigg|_{Q = const}$$

У точці рівноваги:

$$MRTS_{KL} = \frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{P_L}{P_K} \text{ або } \frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K}$$

Витрати:

Сукупні витрати	$TC = FC + VC.$
Середні постійні витрати	$AFC = FC / Q.$
Середні змінні витрати	$AVC = VC / Q.$
Середні сукупні витрати	$ATC = TC / Q.$
Граничні витрати	$MC = \Delta TC / \Delta Q.$

Сукупний дохід:

$$TR = Q \times P$$

Граничний дохід:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

Середній дохід:

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

Рівновага в умовах досконалої конкуренції:

$$MR = \underbrace{MC = P} = LATC_{\min}$$

Рівновага в умовах недосконалої конкуренції (монополія, монополістична конкуренція, олігополія):

$$\underbrace{MR = MC} \neq P$$

Індекс концентрації

$$CR = \sum_{i=1}^k \frac{q_i}{Q}, \text{ де}$$

q_i – обсяг продажів фірми;
 Q – обсяг ринкових продажів.

Індекс Херфіндаля-Хіршмана

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q}\right)^2, \text{ де}$$

q_i – обсяг продажів фірми;
 Q – обсяг ринкових продажів.

Індекс Лернера:

$$I_L = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{e_d^P} \rightarrow P = MC \times \frac{e_d^P}{e_d^P - 1}$$

Дисконтування:

$$PV = \sum \frac{FV}{(1+i)^t}, \text{ де}$$

DV – сьогоднішня вартість майбутніх грошових потоків;
 FV – майбутні грошові потоки;
 t – період часу;
 i – норма відсотка.

Ціна землі:

$$P_L = \frac{R}{i} \times 100\%, \text{ де}$$

P_L – ціна землі;
 R – розмір ренти;
 i – норма відсотка.

4. ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

А

Абсолютно еластичний попит – це гіпотетичний випадок, коли величина попиту падає до нуля у випадку зростання цін. Величина попиту прямує до нескінченності при зменшенні ціни.

Аналіз беззбитковості – це аналіз можливих результатів на базі математичної моделі, представлений у формі графіка, за допомогою якого можна визначити рівень доходів та витрат при різних рівнях ділової активності залежно від обсягу виробництва та реалізації.

Б

Блага – це засоби задоволення потреб людини.

Бухгалтерські витрати - це прямі виплати на заробітну плату, сировину, орендну плату тощо - це фактичні грошові видатки на придбання раніше неіснуючих ресурсів. Бухгалтерський прибуток –це загальна виручка за відрахуванням явних витрат; - це виторг фірми за вирахуванням явних, зовнішніх витрат виробництва.

Бюджетна лінія – це лінія, точки якої відповідають комбінації гранично можливій кількості товарів у наборі, які можуть бути придбані, враховуючи обмежений бюджет споживача.

Бюджетне обмеження – це грошові доходи, що визначають обсяг попиту споживачів за наявних цін на ринку. Економічна інтерпретація бюджетного обмеження полягає в тому, що загальна сума грошових витрат споживача має дорівнювати його доходу.

В

Валова продукція – показник у грошовому виразі, що характеризує загальний обсяг продукції, виготовлений фірмою. Валова продукція охоплює як кінцеву, так і проміжну, незакінчену продукцію, включаючи комплектуючі вироби, напівфабрикати, а також продукцію, виробництво якої тільки розпочато.

Валовий дохід – виражений в грошових одиницях сумарний річний дохід фірми, отриманий в результаті виробництва та реалізації продукції (послуг). До валового доходу фірми прийнято відносити виторг, грошові

надходження від продажу товарів (послуг), виконання робіт, від продажу майна та інших цінностей, відсотки, отримані за рахунок надання коштів у кредит, а також інші грошові та матеріальні надходження.

Валові витрати – загальні витрати виробництва, тобто це витрати на виробництво та реалізацію певної продукції.

Величина попиту – кількість товарів певного виду, яку споживач бажає придбати за певною ціною протягом певного періоду, змінюється під впливом ціни даного товару. Графічно відображується пересуванням від до іншої однієї точки на незмінній кривій попиту.

Величина пропозиції – кількість товарів певного виду, запропонована до продажу на ринку за певною ціною протягом певного періоду і залежить від дії цінового фактору. Графічно відображується пересуванням від однієї точки до іншої на незмінній кривій пропозиції.

Відновлювані природні ресурси – це ресурси, які у міру їх використання здатні самовідновлюватись або ж відновлюватись за допомогою економічної діяльності.

Випадок закриття фірми – це ситуація, коли фірма зупиняє виробництво у наслідок обставин, які призводять до виникнення збитків, не компенсованих за будь-якого можливого обсягу виробництва та за реальної ринкової ціни продукції фірми.

Війна цін – це повторюване довгострокове зниження фірмами цін на свою продукцію, завдяки якому вони розраховують збільшити обсяги реалізації та свої доходи, Війна цін не завжди приносить фірмам економічну вигоду, проте є ефективною формою конкурентної боротьби, засобом усунення конкурентів.

Виробнича функція – залежність кількості продукту, яку може виробити фірма від обсягів витрат ресурсів.

Виробництво – це процес використання праці й капіталу разом з природними ресурсами і матеріалами для створення необхідних продуктів та надання послуг.

Витрати упуцтених можливостей – це та сума грошей, яку можна отримати при найвигоднішому з усіх можливих альтернативних способів використання наявних ресурсів.

Взаємодія попиту і пропозиції – процес, який викликає формування ринкової ціни, яка задовольняє одночасно і продавця, і покупця.

Виробничі можливості – можливості суспільства (чи окремого підприємства) щодо виробництва економічних благ при повному та

раціональному використанні всіх наявних обмежених видів ресурсів за певного технологічного рівня виробництва.

Г

Гранична корисність – це приріст загальної корисності товарного набору при збільшенні обсягу споживання певного товару на одну одиницю, – це додаткова корисність від споживання додаткової одиниці блага.

Гранична виручка – це зміна загальної виручки при збільшенні обсягу продукції на одиницю.

Гранична норма заміщення (субституції) – показує, якою кількістю одного товару споживач готовий пожертвувати заради збільшення споживання другого товару на одну одиницю за незмінного рівня загальної корисності спожитого.

Гранична норма технологічного заміщення – це величина, на яку можна зменшити обсяг одного ресурсу за рахунок використання додаткової одиниці іншого ресурсу за незмінного обсягу випуску.

Граничний продукт ресурсу – це додатковий продукт (або додатковий приріст виробництва), отриманий у результаті приросту обсягу одного із ресурсів на додаткову одиницю (нескінченно малу величину), за умови, що обсяги всіх інших ресурсів (а тому й затрати на них) залишились незмінними.

Д

Диференціація продукції – це ситуація, за якої споживачі розглядають аналогічну продукцію конкуруючих виробників як одну типову, проте все ж не повністю взаємозамінну.

Диференціація цін – це практика встановлення різних ринкових цін на одну й ту ж саму продукцію залежно від рівня витрат, місця реалізації, якості продукції тощо.

Досконала конкуренція – форма організації ринку, за якої абсолютно відсутні всі види боротьби як між продавцями, так і між покупцями.

Дуополія – це ринкова структура, за якої два продавці є єдиними виробниками стандартизованої продукції при великій кількості покупців.

Довгостроковий період – період, достатній для зміни всіх ресурсів, економічний зміст якого полягає у здатності фірми здійснити зміни в усіх ресурсах, які вона використовує.

Доход (або виторг) – це певна сума грошей від продажу певної кількості товару на ринку за певною ціною.

Е

Економічна рента – це перевищення ціни за використання ресурсу над трансфертним доходом.

Еластичність попиту на виробничі ресурси – це відсоткова зміна обсягу попиту на ресурс, спричинена одновідсотковою зміною ціни даного ресурсу.

Економічний прибуток – це загальна виручка за відрахуванням усіх витрат (явних і неявних, включаючи в останні й нормальний прибуток).

Економічний вибір – вибір найкращого (із можливих альтернативних) варіанта використання ресурсів для максимального задоволення потреб за певного рівня затрат. Свій вибір стосовно того, що, скільки, як і для кого (для чого) виробляти, економічні суб'єкти здійснюють з огляду на наявні ресурси та можливі альтернативні варіанти їх застосування.

Економічні ресурси – це людські, природні та капітальні блага, які використовуються для виробництва нових економічних благ.

Еластичний попит – попит за якого величина попиту змінюється швидше зміни цін

Еластичність попиту – це міра реакції величини попиту на зміну якогось фактору попиту. Цінова еластичність попиту вимірюється коефіцієнтом еластичності попиту за ціною.

Еластичність попиту за доходом – показує міру зміни величини попиту при зміні доходу споживача. Визначається як відношення відсоткової зміни величини попиту до відсоткової зміни доходу споживача.

Ефект доходу – це ефект, зумовлений впливом на попит споживача зміни обсягу його реального доходу внаслідок зміни ціни на блага, що споживаються.

Ефект заміщення – це ефект, який вказує на те, що споживач у процесі споживання заміщує товаром, що став дешевий, інші дорожчі товари, які він зможе придбати на свою додаткову заробітну плату. Загальна (сукупна) корисність певної кількості однойменних благ – це сума граничних корисностей всіх одиниць цього блага.

Закон попиту – є корінною властивістю попиту, яка відображає зворотну залежність між ціною товару та величиною попиту на цей товар або послугу за решти рівних умов.

Закон пропозиції – відображає пряму залежність величини пропозиції від ціни товару за решти рівних умов (чим вища ціна товару, тим більша кількість товару пропонується; нижча ціна обумовлює менший рівень пропозиції).

Загальний (валовий) дохід – це загальна грошова сума від реалізації всієї кількості продукції.

Загальний продукт – це загальна кількість виробленого продукту у натуральному вираженні, що зростає із збільшенням використання змінного фактора.

Закон спадної віддачі – закон, відповідно до якого граничний продукт фактора виробництва зі зміною. Будь-якого іншого змінного фактора, що впливає на обсяг виробництва, буде зменшуватися із зростанням залучення цього фактора.

Зовнішні (явні, фактичні) витрати – це витрати, що набувають форми грошових платежів постачальникам факторів виробництва і проміжних виробів.

Значення виробничої функції – це найбільша кількість продукту, яку може виробити фірма при даних обсягах споживання ресурсів. Зростаючий ефект масштабу має місце, якщо обсяг випуску зростає більшою мірою, ніж обсяг ресурсів.

Загальна виручка – це сума грошей, що отримує фірма внаслідок продажу певного обсягу продукції.

Загальна ринкова рівновага – це такий стан економіки, за якого, на відміну від часткової ринкової рівноваги, всі ринки одночасно перебувають у стані рівноваги.

Змішані блага – це блага, які виявляють неповну неконкурентність у споживанні та певний ступень виключення зі споживання.

Зовнішні ефекти (екстерналії) – це побічні наслідки економічної діяльності, які не регулюються ринком і впливають на інтереси третіх осіб як у сфері виробництва, так і в сфері споживання; фактори, які не враховуються при визначенні ВВП, але здійснюють вплив на добробут.

Земельна рента – це форма доходу землевласника і водночас форма витрат для орендаря за використання землі та інших природних ресурсів, пропозиція яких строго обмежена.

І

Ізокванта – це лінія, кожна точка якої відображає такі комбінації ресурсів (праці, капіталу), які дають змогу отримати однаковий обсяг виробництва продукції.

Ізокоста – це лінія, кожна точка якої відображає однакову суму витрат за різних поєднань двох ресурсів (наприклад, праці і капіталу).

К

Карта байдужості – це сукупність кривих байдужості, кожна з яких представляє інший рівень корисності.

Карта ізоквант – це набір ізоквант, кожна з яких показує максимально можливий обсяг випуску за різних комбінацій ресурсів.

Корисність – явище суб'єктивне, індивідуальне, -- це задоволення, яке споживач отримує від споживання товарів чи послуг або від будь-якої діяльності. В теорії корисності існує поняття про умовні одиниці корисності – ютилі (від англ. Utility – корисність), що означає міру задоволення, отриману від споживання одиниці блага.

Короткостроковий період – це період, строком до одного року; період, протягом якого виробники товарів можуть змінити лише частину ресурсів, а інша частина залишається постійною; це період, протягом якого виробничі потужності не змінюються; це період фіксованих потужностей, протягом якого фірма не може змінити жодного із своїх виробничих факторів, але може змінити інтенсивність їх використання.

Картель – це форма об'єднання виробників, угода групи близьких за профілем підприємств про обсяги виробництва та реалізації, ціни, ринки збуту.

Конкурент – це особа, група осіб чи фірма, що ведуть суперництво в досягненні аналогічної мети в намаганні володіти тими ж самими ресурсами, займати лідируючий стан на ринку.

Конкуренція – це боротьба між виробниками (продавцями) продукції за ринки збуту продукції з метою отримання більш високих доходів, прибутку та інших вигод.

Крива байдужості – це лінія рівної корисності, всі точки якої показують множину наборів комбінацій двох благ, що забезпечують

один і той самий рівень корисності для споживача, внаслідок чого йому однаково, який обрати набір двох товарів, що знаходяться в кількісному співвідношенні, що відповідає положенню точок на кривій байдужості.

Крива Енгеля – показує співвідношення між доходом і обсягом споживання певного товару при незмінності інших факторів, що впливають на попит.

Крива трансформації виробничих можливостей – відображає максимальний обсяг благ, які можуть одночасно виготовлятися за наявних ресурсів ще у випадку застосування найкращих технологій, якщо припустити, що використовуються всі ресурси фірми.

Коробка Еджворта – це графічна побудова, яка дає змогу проаналізувати оптимальність розміщення двох обмежених за обсягом благ (ресурсів) між двома індивідами (фірмами).

Контрактна крива – це геометричне місце оптимальних за Парето станів розміщення у продуктовій коробці Еджворта.

Кутове рішення споживача – якщо жодна точка бюджетної лінії не дотикається до кривої байдужості, оптимум споживача визначається точкою, яка є найближчою до дотику.

Л

Ламана крива попиту – це крива попиту, що відображає тенденцію поведінки фірми-олігополіста на ринку факторів виробництва в якості їхнього споживача, що не бере участі в таємній змові.

Лідерство за цінами – це практика встановлення ціни на товар, що виготовляється та реалізується декількома виробниками в умовах олігополії. Якщо лідируюча фірма змінює ціну, встановлює нову, тоді інші фірми здійснять таку саму тактику.

Лінія «доход-споживання» – це крива, яка проходить через усі точки рівноваги споживача, пов'язані з різними рівнями доходу і показує співвідношення між доходом споживача та кількістю товарів, що купуються, при незмінних цінах.

Лінія «ціна-споживання» – це крива, яка проходить через всі точки рівноваги споживача, пов'язані з різними рівнями цін одного з товарів за умови незмінності всіх інших факторів попиту.

М

Межа можливих корисностей – показує, як корисність, яку отримують споживачі, змінюється при всіх можливих варіантах розподілу ресурсів та виробленої продукції.

Мікроекономіка – це розділ економічної теорії, що вивчає обґрунтування виборів, як здійснюються економічними одиницями (споживачами, виробниками, вкладниками капіталу та інших ресурсів, фірмами), що прагнуть досягти мети за наявних обмежених ресурсів.

Мікросистема – це система економічних відносин між господарюючими суб'єктами.

Метод – теоретичний підхід, спосіб, засіб, прийом і операція, за допомогою яких пізнають виробничі відносини, економічні закони та механізм їхньої дії.

Методика – конкретизація методу, доведення його до інструкції, алгоритму, чіткого описання способу здійснення (методика оцінювання, методика розрахунку і т.п.)

Методологія – принцип побудови методів, їх наукове поєднання (методологія обліку, методологія планування тощо).

Максимізація поточного прибутку – це стратегія фірми, яка полягає у виборі кількості виготовленої та реалізованої продукції, встановлення ціни пропозиції, які забезпечують отримання найбільшого поточного прибутку.

Мінімальна ціна – це найнижчий рівень ціни, що може бути встановлений з урахуванням найменших витрат виробництва (тобто не нижче від собівартості продукції).

Мінімальний прибуток – це найменше значення прибутку, необхідне для того, щоб фірма залишилася на ринку та продовжувала своє функціонування.

Монополістична конкуренція – це ринкова структура, де існує багато фірм, кожна з яких має частку монопольної влади за допомогою диференціації продукції, не вступаючи в таємний зговір між собою.

Монополія – це домінуюче становище суб'єкта господарювання, що дає йому можливість самостійно обмежувати конкуренцію на ринку певного товару.

Монопольна ціна – це ціна, що приводить до обмеження конкуренції і порушення прав споживачів.

Монопольна влада – це здатність фірм призначати ціну вищу, ніж граничні витрати, та отримувати додатковий прибуток.

Моносонична влада – це спроможність покупця впливати на ціну товару.

Моносонія – це монополія покупця, ситуація на ринку товарів та послуг, коли є тільки один покупець і багато продавців. У широкому розумінні слова термін «моносонія» відносять до всіх ринків, де визначний вплив на формування ціни здійснюють покупці (споживачі) товарів і послуг.

Моносонія на ринку праці – це ситуація, коли певна фірма є єдиним наймачем робочої сили в межах окремої території.

Н

Набір байдужості – набір варіантів споживчих товарів, кожен з яких має однаково корисність, тому для споживача байдуже, який варіант обрати, оскільки кожен з них не має переваг над іншим.

Нееластичний попит – це ситуація, коли істотна зміна ціни призводить до незначної зміни величини попиту.

Нецінова конкуренція – це певні методи конкурентної боротьби (за винятком цінових), підґрунтям яких є використання технічних переваг, надійності, дизайну та інших характеристик продукції, різних послуг для споживача, надання йому позики для придбання необхідної продукції.

Невідновлювані ресурси – це ресурси, які з часом не збільшуються, а зменшуються, і за повної вичерпаності відновити їх у процесі економічної діяльності неможливо.

Номинальна процентна ставка – це ставка процента, оголошена банками з урахуванням темпів інфляції.

Недосконалі суспільні блага – це блага, які можна розділити серед людей таким чином, що інші від цього не відчують ніякої вигоди та не понесуть ніяких витрат.

Неспроможність ринку – це відсутність можливості самостійно (без втручання держави) вирішувати нагальні проблеми змішаної економіки.

О

Об'єкти – з приводу яких складаються відносини в мікросистемі.

Олігополія – це структура ринку, на якому панує декілька фірм, які виготовляють ідентичну, стандартизовану або диференційовану продукцію.

Оптимізація – визначення значень економічних показників, за яких досягається оптимум, тобто оптимальний, найкращий стан системи.

Одинична еластичність – це ситуація, коли зміна ціни приводить до пропорційної зміни величини попиту.

П

Перехресна еластичність попиту – характеризує зміну величини попиту на товар після зміни ціни іншого товару.

Первинні фактори виробництва – фактори, що використовуються в процесі виробництва товарів і послуг (земля, праця, капітал, підприємницькі здібності).

Постійний ефект масштабу – має місце, якщо обсяг ресурсів зростає такою самою мірою, якою зростає обсяг випуску.

Праця – це кваліфіковані і некваліфіковані робітники, менеджери; в іншій інтерпретації – це потенціал фізичної і розумової енергії людей, яка використовується в процесі виробництва, набуті знання і трудові навички.

Попит (D) – це забезпечене грошима бажання придбати товар або послугу за деякою ціною з можливих у певний період часу. Зазначимо, що поняття «попит» відбиває і бажання, і можливість споживача придбати за деякою ціною товар або послугу, бо одного «бажання» недостатньо, тому що «бажання» не може реалізуватися, а отже, не відбивається ринком. Тому важливою є друга умова – «можливість» (спроможність) придбати товар чи послугу.

Пропозиція (S) – це бажання продати товар чи послуги, це загальна кількість товарів чи послуг, які є на ринку або які можуть на нього надійти, при різних можливих цінах.

Прямий коефіцієнт еластичності попиту за ціною – це частка від ділення процентної зміни величини попиту і процентної зміни величини цін товару. Це міра можливої реакції споживача на зміну

ціни. Величина, зворотна коефіцієнту еластичності, називається гнучкістю ціни.

Потреба – це нужда в чому-небудь, необхідному для підтримки життєдіяльності та розвитку особи, фірми, колективу чи суспільства. Потреба є спонукою до активних дій, які дають можливість домагатися її задоволення.

Позичковий відсоток – це ціна, що сплачує власникам капіталу за використання позикових засобів протягом певного періоду.

Попит на фактори виробництва – це потреба фірм у виробничому ресурсі при даній ціні.

Потенційна конкуренція – це можливість вступу на ринок нових фірм галузі, як здатна збільшити рівень конкуренції між підприємствами цієї галузі.

Прибуток – це різниця між надходженням від реалізації певного обсягу продукції та загальними витратами на її виробництво.

Проценти – це дохід, який сплачується (нараховується) позичальником на користь кредитора у вигляді плати за використання залучених на визначений термін коштів або майна.

Р

Рівновага споживача (оптимальний вибір) – це набір товарів, що максимізує корисність при обмеженому рівні бюджету (доходу) споживача.

Ринкова пропозиція – це сума індивідуальної пропозиції виробників за всіх можливих цін.

Ринкова ціна – ціна, що сформувалася на вільному конкурентному ринку під впливом попиту та пропозиції, або рівноважна ціна; ціна товарів, що утворилася на реальному сучасному ринку в певний період часу.

Ринковий попит – це сумарний попит усіх споживачів на ринку певного товару. Величина ринкового попиту при кожному значенні ціни дорівнює сумі величин окремих споживачів при даному значенні ціни.

Реальна процентна ставка – це номінальна ставка процента без врахування очікуваного темпу інфляції, її обчислюють за рівняння Фішера.

Ринки факторів виробництва – це ринки на яких внаслідок взаємодії попиту і пропозиції формується ціна на працю, капітал і природні ресурси у вигляді заробітної плати, відсотка, доходу, ренти.

Ринок олігополії – це ринок, на якому невелика кількість продавців, достатньо чутливих до політики ціноутворення та маркетингових стратегій один одного, реалізують продукцію великій кількості покупців.

Ринок чистої (досконалої) конкуренції – це сукупність продавців і покупців, які здійснюють угоди щодо придбання одно типової продукції в ситуації, коли жоден окремий споживач або продавець не може вплинути на рівень поточних цін.

Ринкова структура – це основні характерні риси ринку, до яких відносяться кількість і розміри фірми, кількість покупців, характер продукції (однорідність), легкість входу до ринку і виходу з нього, доступність інформації, тобто сукупність властивостей ринку.

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

Рівновага Неша – це набір таких стратегій, коли кожен економічний суб'єкт обирає найкращий для себе варіант дій, виходячи з того, що інші учасники дотримуються певної стратегії.

С

Смаки (уподобання) – це ієрархічна система цінностей людини стосовно тих благ, які задовольняють її життєві потреби.

Спадаюча гранична корисність – корисність, що впливає зі споживання товару, яка має таку властивість: кожна нова одиниця спожитого товару додає ефекту до загальної корисності менше, ніж ефект від попередньої.

Споживча рівновага – структура витрат споживача (при даному рівні бюджетного доходу), при якому досягається найбільша загальна корисність від усього придбаного ним набору споживчих благ. Змінюючи цю структуру на користь збільшення витрат на одні товари за рахунок інших, споживач не здатен збільшити загальну корисність.

Споживчий надлишок – різниця між максимальною сумою, яку споживач був готовий заплатити за кількість товару (цінність блага) і фактично заплаченою сумою (ринкова вартість блага).

Середній дохід – це гроші за продану одиницю продукції, тобто характеризує рівень доходності проданої одиниці продукції і дорівнює ціні.

Середній продукт – це загальний продукт у розрахунку на одиницю змінного ресурсу, що використовується у виробництві.

Спадний ефект масштабу – має місце, якщо обсяг ресурсів зростає більшою мірою, ніж обсяг випуску.

Суспільні блага – це блага, користь від використання яких не розділиво розподілена по всьому суспільству в однаковій мірі незалежно від того, хочуть чи ні окремі його представники купувати це благо.

Суспільний аналіз «витрати-вигоди» – має за мету з'ясувати, чи є сукупність благ, запропонована урядом, такою, що виправдовує ті витрати, які має здійснити суспільство на реалізацію їх надання.

Середня виручка – це сума загальної виручки на одну одиницю реалізованої продукції.

Т

Теорія міжчасового вибору – теорія використання грошових доходів у поточному та майбутньому періоді найбільш раціонально.

Теорія ігор – це теорія, що досліджує поведінку в можливих ситуаціях, які пов'язані з прийняттям рішень та розробкою стратегії конкурентної поведінки, на основі математичних методів.

Точка беззбитковості – це рівень виробництва, за якого величина виторгу дорівнює витратам виробництва.

Точка збитковості – це рівень ділової активності, за якого валовий дохід не покриває змінних витрат виробництва.

Трансфертний дохід – це дохід, який дає змогу утримувати будь-який ресурс у певній сфері діяльності.

Теорема Коуза – досягнення ефективного з погляду суспільства обсягу блага, що створює зовнішній ефект, не залежить від того, кому з суб'єктів належить право власності.

Теорія суспільного вибору – це теорія, що ґрунтується на аналізі процесів прийняття колективних рішень, дослідженнях взаємозв'язку між пріоритетами громадян та прийняттям державних рішень.

Ф

Фактори виробництва – це блага, які повинна придбати фірма для забезпечення випуску інших благ – готової продукції.

Фірма – це самостійний суб'єкт господарювання, що має право юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідницьку та комерційну діяльність з метою отримання прибутку та задоволення запитів споживачів.

Функція корисності – це економіко-математична модель, котра відображає зв'язок між певною кількістю економічних благ, які споживач прагне придбати, і рівнем корисності, що споживач сподівається отримати від споживання цих благ протягом певного періоду.

Функція суспільного добробуту – це функція, що узагальнює індивідуальні функції корисності з врахуванням уподобань індивідів.

Ч

Часові переваги – схильність індивіда віддавати перевагу реальному благу тепер, ніж відкласти його одержання на майбутнє.

Ц

Цінність блага – корисність блага, виражена в грошових одиницях.

Цінова еластичність пропозиції – це відсоткова зміна обсягу пропозиції, спричинена одновідсотковою зміною ціни даного товару за умови, що всі інші фактори, які впливають на пропозицію, залишаються незмінними.

Ціна безбитковості – це ціна товару, за якої фірма має можливість лише покрити свої витрати виробництва, тобто це ціна, що дорівнює витратам виробництва.

Цінова дискримінація – це практика встановлення різних цін на один і той же товар за умови, що різниці в цінах не пов'язані з витратами.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аналітична економія: Макроекономіка і мікроекономіка: підручник: У 2-х кн. – Кн. 2: Мікроекономіка / за ред. С.М. Панчишина. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: «Знання». – 2014. – 390 с.
2. Ачкасов А.Є. Мікроекономіка. Тренінг курс: Навч. посіб./А. Є. Ачкасов, І. А. Островський – Харків: ХНАМГ. 2012. – 247 с.
3. Базилевич В.Д. Мікроекономіка : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2008. – 679 с.
4. Базилевич В. Д. Мікроекономіка: Практикум: Навч. посіб. /В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич. [За ред. В. Д. Базилевича]. – 3-ге вид., стер. – К.: Знання, 2012. – 491 с.
5. Білецька Л.В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закладів / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. – К. : Центр навчальної літератури, 2019. – 688 с.
6. Базилінська О. Я. Мікроекономіка : навч. посібник для студ. / О. Я. Базилінська, О. В. Мініна ; за ред. О. Я. Базилінської. – 3-є вид., перероб. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2019. – 348 с.
7. Задоя А.О. Мікроекономіка. Курс лекцій та вправи : навч. посіб. Київ: Знання, 2002. 211 с.
8. Задоя А.О., Задоя О.А. Мікроекономіка: навчальний посібник [Електронне видання]. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. – 148 с.
9. Косік А. Ф. Мікроекономіка. Практикум: навч. посібн. для студ. вищ. навч. закладів / А. Ф. Косік, Г. Е. Гронтовська. – 3-ге вид., перероб. та доп. – К.: ЦУЛ, 2017. – 420 с.
10. Мікроекономіка: підручник / А.І. Ігнатюк та ін. Київ: Ліра-К, 2023. 419 с.
11. Панчишин С.М. Аналітична економія: Макроекономіка і мікроекономіка : підручник: У 2-х кн. – Кн. 2: Мікроекономіка. Київ : Знання, 2014. 390 с.
12. Попов О.Є. Мікроекономіка: навчально-практичний посібник для самостійного вивчення дисципліни/ О.Є. Попов, В.І. Отенко, І.М. Колесніченко та ін.; за заг. ред. О.Є. Попова. – Х.: Вид.ХНЕУ, 2013.

- 336 с.
13. Мікроекономіка: Підручник / [А.П. Наливайко, Л.А. Азьмук, П.Г. Банщиков та ін.]; за наук. ред. А. П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 2011. – 446 с.
 14. Петрушенко Ю.М. Мікроекономіка. Теорія та приклади розв’язання задач. – К.: «Університетська книга». – 2014. – 320 с.
 15. Поплавська Ж.В. Мікроекономіка: Теорія і практика управлінської економіки. Навчальний посібник /Ж.В. Поплавська, О.Й. Криса. – К.: «Алерта», - 2017. – 270 с.
 16. Тарасевич В.М. Економічна теорія. Мікроекономіка/ К.: «Знання», 2012.- 134 с.
 17. Уфімцева О. Ю. Мікроекономіка. Курс лекцій: Підручник. /О.Ю. Уфімцева. – Дніпропетровськ.: ПДАБА, – 2012. – 174 с
 18. Microeconomics / Campbell R. McConnell [et. al.] 12th Canadian ed. McGraw - Hill Ryerson., 2010, 424 p.
 19. Microeconomics / Paul Krugman, Robin Wells. 5th ed. - Worth Publishers, 2017, 688 p.
 20. Principles of Microeconomics/ N. Gregory Mankiw. 8th ed. - Cengage Learning, 2017, 528 p.
 21. Microeconomics/ D. Besanko, R. Braeutigam. 5th ed. – Wiley, 2013, 816 p.
 22. Microeconomics/ R. Pindyck, D. Rubinfeld. 9th Ed. – Pearson, 2017, 784 p.
 23. Антимонопольний комітет України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/index>.
 24. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
 25. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mof.gov.ua/>.
 26. Статистика України : науковий журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
 27. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/>.
 28. Освітній портал Coursera [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coursera.org/learn/microeconomics>