

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский  
государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

**М.Ю. Малкина**

**МИКРОЭКОНОМИКА  
(ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ).  
МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИЯМ**

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией института экономики и  
предпринимательства для студентов ННГУ, обучающихся по  
направлению подготовки 38.04.01 «Экономика»

Нижегород  
2020

УДК 330.5  
ББК 65.01  
М-19

М-19 Малкина М.Ю. МИКРОЭКОНОМИКА (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ). МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИЯМ: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2020. - 61 с.

Рецензент: профессор **А.Л. Мазин**

В настоящем пособии изложены цели курса «Микроэкономика (продвинутый уровень)», формируемые компетенции и соответствующие им знания, умения и навыки, содержание курса, включающего 5 базовых тем, иллюстративный и сопровождающий материал к лекциям, а также список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой для более глубокого освоения дисциплины.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов магистратуры направления «Экономика» высших учебных заведений.

Ответственный за выпуск:  
председатель методической комиссии ИЭП ННГУ,  
к.э.н., доцент Едемская С.В.

УДК 330.5  
ББК 65.01

© Малкина М.Ю., 2020  
© Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского, 2020

## Оглавление

Введение .....	4
1. Цель и результаты освоения дисциплины «Микроэкономика (продвинутый уровень)» ..	5
2. Содержание курса «Микроэкономика (продвинутый уровень)».....	6
3. Иллюстративный и сопровождающий материал к лекциям .....	8
Введение в микроэкономику .....	8
Тема 1. Поведение производителя. Теория предложения благ.....	13
Тема 2. Поведение потребителя. Теория рыночного спроса.....	25
Тема 3. Конкурентные рыночные структуры .....	34
Тема 4. Неконкурентные рыночные структуры .....	46
Тема 5. Общее экономическое равновесие. Проблемы эффективности рынка и государства .....	58
4. Учебная литература .....	60

## Введение

Представленное пособие включает следующие разделы. В первом разделе освещены цели изучения курса «Микроэкономика (продвинутый уровень)». Изложены компетенции, которые должны быть сформированы в ходе освоения дисциплины, и соответствующие им знания, умения и навыки обучающегося. Этот раздел является ориентиром для студентов в понимании того, какие результаты должны быть достигнуты при изучении курса.

Во втором разделе раскрыто содержание курса «Микроэкономика (продвинутый уровень)». Курс состоит из введения и 5 базовых тем: поведение производителя и теория предложения благ; поведение потребителя и теория рыночного спроса; функционирование конкурентных рыночных структур; функционирование неконкурентных рыночных структур; общее экономическое равновесие и проблемы эффективности рынка и государства.

Третий раздел представляет собой иллюстративный и сопровождающий материал к лекциям в виде слайдов по каждой изучаемой теме. Слайды содержат основные понятия курса, классификации и схемы, формулы для расчета, графические модели и их обсуждение.

Для получения более подробного материала по каждой изучаемой теме студенту рекомендуется обратиться к основной и дополнительной литературе, изложенной в четвертом разделе пособия.

# 1. Цель и результаты освоения дисциплины «Микроэкономика (продвинутый уровень)»

Целью дисциплины является изучение основных принципов рыночного ценообразования и его роли в национальном хозяйстве. Курс включает в себя фундаментальный анализ закономерностей экономического поведения потребителей и производителей, формирования частичного и общего экономического равновесия, распределения общественного благосостояния.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения, соотнесенные с компетенциями выпускников

Формируемые компетенции	Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенций
<p>ОК-1</p> <p>способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (этап освоения – начальный)</p>	<p><i>В1 (ОК-1) Владеть</i> методологией микроэкономического исследования.</p> <p><i>У1 (ОК-1) Уметь</i> анализировать во взаимосвязи ценовые и неценовые факторы, определяющие поведение потребителей и производителей;</p> <p><i>У2 (ОК-1) Уметь</i> обосновывать необходимость, способы и последствия государственного регулирования свободных рынков.</p> <p><i>З1 (ОК-1) Знать</i> основные экономические закономерности, определяющие поведение потребителей, производителей и функционирование рынков;</p> <p><i>З21 (ОК-1) Знать</i> причины отказа свободных рынков, микроэкономические функции государства в рыночной экономике.</p>
<p>ОПК-3</p> <p>способность принимать организационно- управленческие решения (этап освоения – начальный и базовый)</p>	<p><i>В1 (ОПК-3) Владеть</i> современными методиками расчета и анализа показателей, характеризующих экономические процессы на микроуровне.</p> <p><i>У1 (ОПК-3) Уметь</i> вычислять на основе типовых методик основные показатели, характеризующие результативность микроэкономических субъектов;</p> <p><i>У2 (ОПК-3) Уметь</i> рассчитывать в конкретных рыночных ситуациях показатели рыночной концентрации и монопольной власти.</p> <p><i>З1 (ОПК-3) Знать</i> влияние риска и неопределенности на принятие экономических решений.</p>
<p>ПК-1</p> <p>способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований (этап освоения – начальный)</p>	<p><i>В1 (ПК -1) Владеть</i> современными методами и приемами анализа микроэкономических процессов и явлений с помощью стандартных теоретических моделей.</p> <p><i>У1 (ПК -1) строить</i> теоретические функциональные и графические микроэкономические модели, применять их для анализа эффективности рыночных структур, а также предсказывать на их основе исход конкретных событий.</p> <p><i>З1 (ПК -1) Знать</i> модели отраслевого равновесия в различных рыночных структурах и общего экономического равновесия.</p>

## 2. Содержание курса «Микроэкономика (продвинутый уровень)»

**Введение в микроэкономику.** Основные понятия и принципы микроэкономики. Ресурсы и блага, их свойства. Оптимум по Парето. Три основных вопроса в микроэкономике и соответствующие им технологии.

**Тема 1. Поведение производителя. Теория предложения благ.** Мгновенный, краткосрочный и долгосрочный периоды принятия решений. Граница производственных возможностей: определение технического и экономического оптимума. Производственная функция и ее разновидности (функции Коба-Дугласа, В.В. Леонтьева, Купманса-Канторовича, функция с постоянной эластичностью замещения и пр.).

Производство с одним переменным ресурсом, характер отдачи от переменного ресурса. Задача максимизации прибыли и оптимальное использование переменного ресурса в краткосрочном периоде. Функции валовых и средних издержек в краткосрочном периоде. Кривая предложения фирмы и отрасли в краткосрочном периоде, ценовая эластичность предложения. Излишек и прибыль производителя.

Производство с двумя переменными ресурсами, характер отдачи от масштаба. Поиск оптимальной технологии и оптимальных размеров фирмы в долгосрочном периоде. Путь развития фирмы для однородных и неоднородных производственных функций. Влияние цен факторов производства на технологический выбор: эффект замещения и эффект выпуска по Дж. Хиксу и по Е. Слуцкому. Влияние технического прогресса на смену технологии. Совмещение производственной и технологической эффективности. Функции валовых, средних и предельных издержек в долгосрочном периоде. Кривая предложения фирмы и отрасли в долгосрочном периоде, долгосрочная эластичность предложения. Влияние масштабов отрасли на функцию затрат.

**Тема 2. Поведение потребителя. Теория рыночного спроса.** Основные положения кардиналистского подхода и гипотезы ординалистского подхода в теории потребительского поведения. Бюджетные ограничения и их разновидности. Типы функции полезности и вид кривых безразличия для различных типов благ. Влияние изменения предпочтений, дохода и цен товаров на выбор потребителя. Эффект замещения и эффект дохода по Дж. Хиксу и по Е. Слуцкому для качественных, низкокачественных благ и товара Гиффена. Кривые спроса по А. Маршаллу, Дж. Хиксу и по Е. Слуцкому. Компенсационное и эквивалентное изменение дохода и излишки потребителя. Теория выявленных предпочтений. Вывод функции индивидуального спроса для различных функций полезности. Рыночный спрос и его влияние на индивидуальный спрос. Эластичность спроса по цене, доходу, перекрёстная эластичность, правила их взаимосвязи. Взаимосвязь эластичности, цены и предельного дохода. Способы расчета эластичности.

**Тема 3. Конкурентные рыночные структуры.** Классификация рыночных структур. Экономические и бухгалтерские издержки и прибыль. Нормальная и экономическая прибыль. Взаимосвязь издержек краткосрочного и долгосрочного периодов.

Равновесие конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Различные состояния конкурентной фирмы и решение о производстве. Уточнение краткосрочной кривой предложения фирмы и отрасли в краткосрочном периоде. Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде. Кривая предложения конкурентной фирмы и отрасли в долгосрочном периоде.

Равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции: краткосрочный и долгосрочный периоды.

**Тема 4. Неконкурентные рыночные структуры.** Концентрация производства и рыночная власть фирмы. Связь показателя концентрации в отрасли (НИ), монопольного положения фирмы (индекса Лернера) и ценовой эластичности спроса.

Равновесие фирмы в условиях чистой монополии в краткосрочном и долгосрочном периодах. Влияние монополизации рынков на благосостояние общества. Эффективность ценового и налогового регулирования монополии. Модель монополии с двумя заводами. Сговор, модель картеля с конкурентным окружением. Особенности равновесия и регулирования естественной монополии. Теория ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация 1-ого, 2-ого и 3-его родов и их влияние на благосостояние общества. Правило Г. Штакельберга для ценовой дискриминации 2-ого рода.

Модели олигополии (модели Ж. Бертрана, А.О. Курно, Г. фон Штакельберга и пр.). Применение теории игр для объяснения поведения фирм в условиях олигополии. Равновесие по В. Парето и равновесие по Дж. Нэшу. Общая модель А.О. Курно для всех типов рыночных структур.

**Тема 5. Общее экономическое равновесие. Проблемы эффективности рынка и государства.** Максимизация благосостояния. Распределение ресурсов, эффективное по Парето: эффективность потребления, эффективность производства и эффективность производимого набора товаров. «Ящик Эджуорта». Первая и вторая теоремы общественного благосостояния.

Провалы рынка. Внешние эффекты (экстерналии) и теорема Коуза. Общественные блага и общественный выбор. Микроэкономические функции государства. Провалы государства в рыночной экономике.

### 3. Иллюстративный и сопровождающий материал к лекциям


#### Введение в микроэкономику

## Микроэкономика

– наука, изучающая  
поведение отдельного  
хозяйствующего субъекта

1

## Хозяйствующие субъекты – это:

- **Фирмы**
  - Покупают факторы производства
  - Производят товары и услуги
  - Осуществляют инвестиции
- **Домохозяйства** 
  - Предоставляют факторы производства
  - Покупают товары и услуги
  - Осуществляют сбережения
- **Государство**
  - Координирует деятельность фирм и домохозяйств
  - Перераспределяет доходы
  - Организует производство общественных благ

2



## Фирмы вовлекают в хозяйственную деятельность ресурсы



3

## и производят блага, которые бывают...



4

**Экстерналии (внешние эффекты)** – социальные эффекты от частной производственной деятельности.

**Положительные экстерналии** – дополнительные **выгоды**, получаемые обществом от частной производственной деятельности.

**Отрицательные экстерналии** – дополнительные **затраты**, возникающие у общества в связи с частной производственной деятельностью.

5

**Проблемы, возникающие в связи с экстерналиями**

**Конфликт прав собственности**

**Необходимость учета внешних эффектов при определении издержек и оптимальных объемов производства**

**Недопроизводство благ с положительными внешними эффектами и перепроизводство благ с отрицательными внешними эффектами**

**Пути решения проблем**

Четкая **спецификация** прав собственности, их устанавливаемость и обмениваемость. Теорема Р. Коуза.

**Перераспределение доходов** (корректирующие налоги и корректирующие дотации). А.С. Пигу. «Дырявое ведро» А. Оукена

Применение **эффективных форм собственности** и государственного регулирования видов деятельности

6

## Блага и ресурсы обладают **свойствами...**



7

## Основные **принципы** экономики

1. Принцип **ограниченности ресурсов**, или их редкости.
  2. Принцип **рационального выбора**, или принцип **эффективного использования ресурсов**.
- **Оптимум по Парето** – состояние экономики, при котором невозможно улучшить благосостояние хотя бы одного экономического субъекта без ухудшения положения какого-либо другого субъекта или нескольких субъектов.

8

## Условия достижения оптимума по Парето

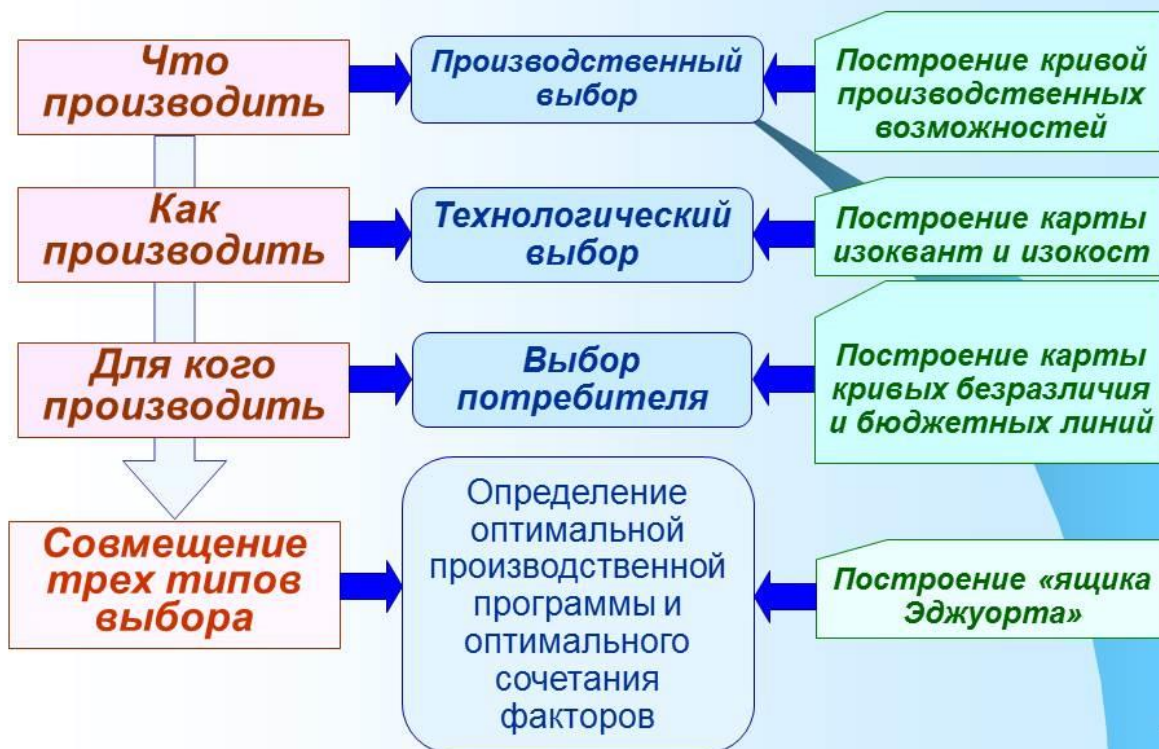
Эффективность в производстве

Эффективность в потреблении

Эффективность в распределении

9

## Три основных вопроса экономики



10

## Тема 1. Поведение производителя. Теория предложения благ



### Возможности производителя

**АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТОИМОСТЬ** – то количество другого блага, от которого приходится отказываться во имя получения единицы данного блага.

$$OC_1 = -\frac{\Delta Q_2}{\Delta Q_1} = \frac{t_1}{t_2}$$

**СРАВНИТЕЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО** – способность производить товар или услугу с более низкой альтернативной стоимостью.

**КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ** - график, показывающий различные комбинации двух товаров или услуг, которые могут быть произведены при условии полного и наиболее эффективного использования ресурсов и неизменной технологии.

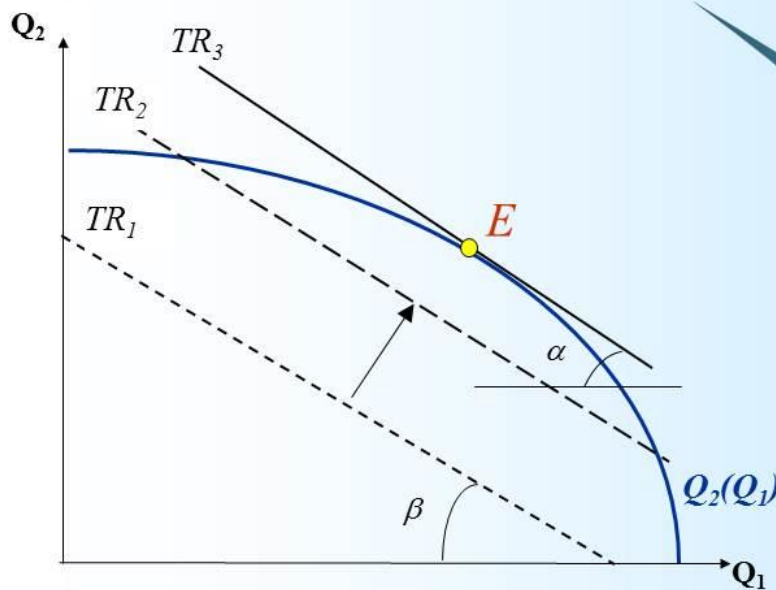


2

## Правило выбора оптимальной производственной программы

$$TR = P_1 \times Q_1 + P_2 \times Q_2(Q_1) \rightarrow \max$$

$$Q_2 = \frac{TR}{P_2} - \frac{P_1}{P_2} \times Q_1$$



Здесь  $TR_i$  – линии равного дохода.  
**В точке равновесия E** наклон линии дохода совпадает с наклоном КПВ. То есть **соотношение цен благ равно предельной норме их технического замещения** (то есть альтернативной стоимости):

$$OC_1 = \frac{P_1}{P_2}$$

3

**Производственная функция** – отражает зависимость объема производства ( $Y$ ) от масштабов применения факторов производства

$$Y = F(K, L, M, N)$$

$K$  – капитал,  $L$  – труд,  $M$  – земля,  $N$  – предпринимательская способность.

$$Y = F(K, L)$$

4

# Типы производственных функций

## 1. Производственная функция Кобба-Дугласа

$$Y = A_0 \times K^\alpha \times L^\beta$$

$$\alpha \geq 0, \quad \beta \geq 0, \quad \alpha + \beta = 1$$



$A_0$  - технологический коэффициент,  
 $\alpha$  и  $\beta$  - эластичности выпуска по капиталу и труду.  
Показывают, на сколько процентов увеличится объем производства при увеличении использования капитала или труда на 1%.

## 2. Функция с постоянной эластичностью замещения

$$Y = A_0 \times (\alpha_1 \cdot K^\rho + \alpha_2 \cdot L^\rho)^{\beta/\rho}$$

$$\sigma = 1/(1 - \rho) \rightarrow \text{эластичность замещения}$$

5

## 2. Функция В.В. Леонтьева (жесткая дополняемость ресурсов)

$$Y = \min \left\{ \frac{K}{k}; \frac{L}{l} \right\}$$

## 3. Функция для совершенной заменяемости ресурсов

$$Y = A_0 \times (\alpha \cdot K + (1 - \alpha) \cdot L)$$

## 4. Функция Купманса- Канторовича – для нескольких технологических способов производства

6

## Производство с одним переменным ресурсом

Валовый продукт

$TP$

Средний продукт  
(производительность ресурса)

$$AP_L = \frac{Y}{L}$$

$$AP_K = \frac{Y}{K}$$

Предельный продукт

$$MP_L = \frac{\Delta Y}{\Delta L}$$

$$MP_K = \frac{\Delta Y}{\Delta K}$$

**Отдача от ресурса** – мера прироста выпуска при последовательном увеличении применения ресурса на единицу (при прочих равных условиях).

Характеризуется изменением предельного продукта.

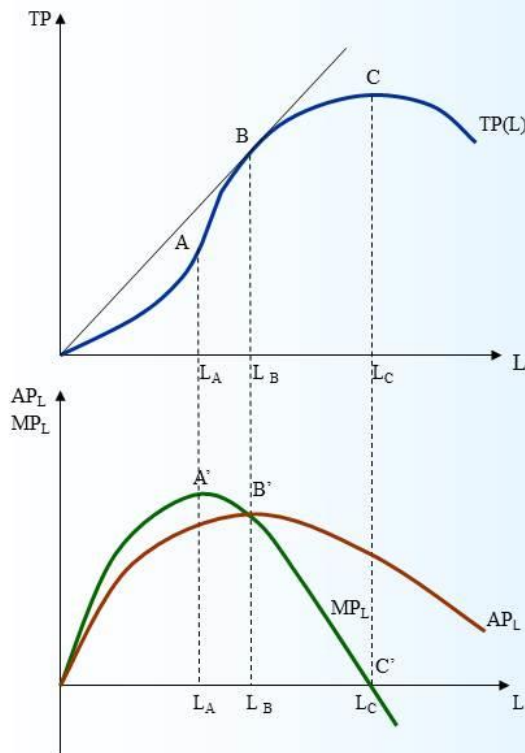
7

## Виды отдачи от ресурса

- **возрастающая отдача от переменного ресурса** – при последовательном увеличении переменного ресурса предельный продукт этого ресурса возрастает,
- **постоянная отдача от ресурса** – при последовательном увеличении переменного ресурса предельный продукт этого ресурса не меняется,
- **убывающая отдача от переменного ресурса** – при последовательном увеличении переменного ресурса предельный продукт этого ресурса уменьшается.

8





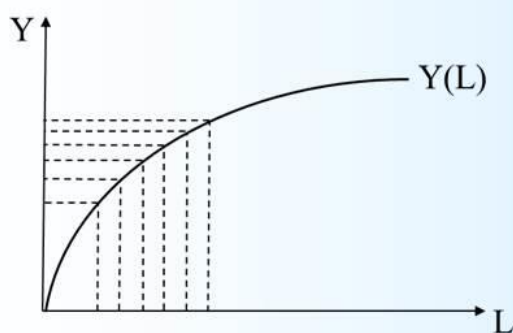
В реальности возрастающая отдача от ресурса, как правило, сменяется постоянной, а потом убывающей отдачей.

На рисунке:

- 1-й участок:  $(0; L_A)$  - возрастающая отдача фактора «труд»,
- 2-й участок:  $(L_A; L_C)$  - убывающая положительная отдача фактора «труд»,
- 3-й участок:  $(L_C; \infty)$  - убывающая отрицательная отдача фактора «труд».

9

## Графическое изображение функции Коба-Дугласа в краткосрочном периоде



10

## Закон убывающей эффективности (отдачи) факторов производства

— принцип, в соответствии с которым при последовательном увеличении переменного ресурса в краткосрочном периоде предельный продукт этого ресурса, начиная с некоторого момента, сокращается. Иными словами, имеет место убывающая отдача ресурса.

11

### Т.Р. Мальтус и «убывающее плодородие почвы»



<b>Капитал, д.ед.</b> (K)	0	100	200	300	400	500
<b>Урожай, ц.</b> (TP)	20	28	34	38	40	40
<b>Прирост урожая, ц.</b> (MP <sub>K</sub> )	-	8	6	4	2	0

<b>Капитал, д. ед. (K)</b>		0	100	200	300	400	500
<b>Предельные затраты, д.ед.</b>	$MC_K$	0	100	100	100	100	100
<b>Предельный доход, д.ед.</b>	$MR_K = MP_K \times P$		200	150	100	50	0
<b>Предельная прибыль, д.ед.</b>	$MR_K - MC_K$	-	100	50	0	-50	-100

12

## Правило максимизации прибыли

Фирма получает максимум прибыли, когда ее предельный доход равен предельным издержкам:

$$MR = MC$$

В краткосрочном периоде оно модифицируется в **правило оптимального использования переменного ресурса**

$$MR_L = w \quad \text{ИЛИ} \quad MR_K = r$$

цена переменного ресурса равна предельному доходу от его использования

13

## Производство фирмы в долгосрочном периоде

### Отдача от масштаба

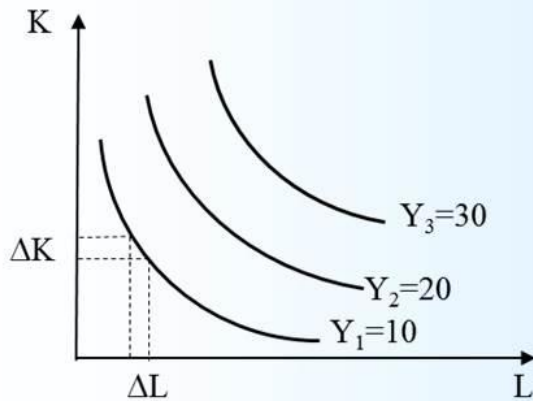
– мера прироста объемов производства при изменении всех производственных факторов в долгосрочном периоде.

Типы отдачи от масштаба:

- **возрастающая отдача от масштаба** – ситуация, когда увеличение производства происходит в большей степени, чем рост затрат;
- **постоянная отдача от масштаба** – ситуация, когда увеличение производства происходит в той же степени, что и рост затрат;
- **убывающая отдача от масштаба** – ситуация, когда увеличение производства происходит в меньшей степени, чем рост затрат.

14

## Производство в долгосрочном периоде



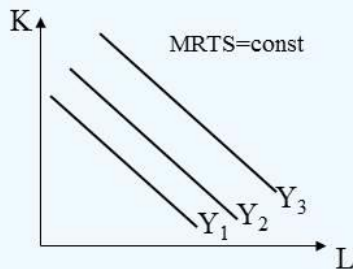
● **Изокванта** – кривая, показывающая различные сочетания капитала и труда, при которых достигается один и тот же объема производства.

Предельная норма технического замещения капитала трудом:

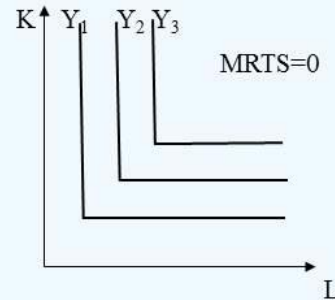
$$MRTS_L^K = -\frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K} = -\text{tg}\alpha$$

## Виды изоквант

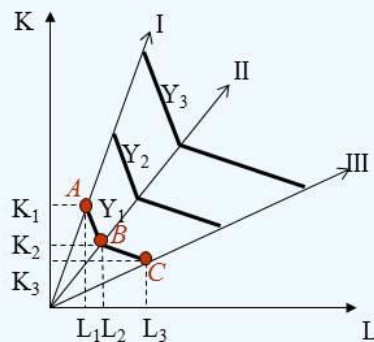
*Абсолютная взаимозаменяемость*



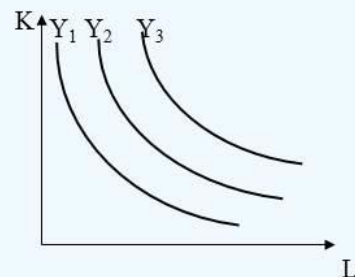
*Жесткая взаимодополняемость (изокванты В.В. Леонтьева)*



*Несколько технологических способов (изокванты Т. Купманса-Л.В.Канторовича)*



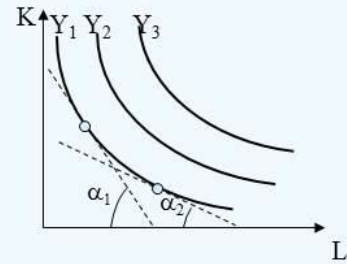
*Бесконечное множество технологических способов*



## Технологический выбор производителя

1-й этап: построение карты изоквант

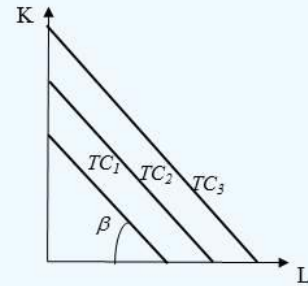
$$MRTS_L^K = \frac{MP_L}{MP_K} = -tg\alpha$$



2-й этап: построение карты изокост

$$TC = r \times K + w \times L$$

- **Изокоста** – линия, показывающая различные сочетания капитала (K) и труда (L), при которых достигается один и тот же уровень общих затрат на факторы производства.

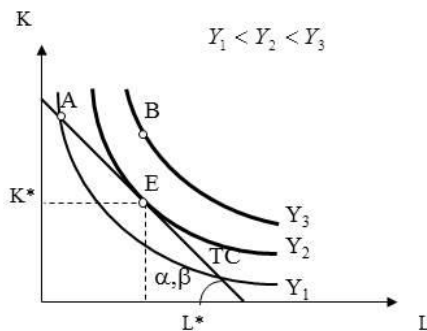


$$tg\beta = -\frac{w}{r}$$

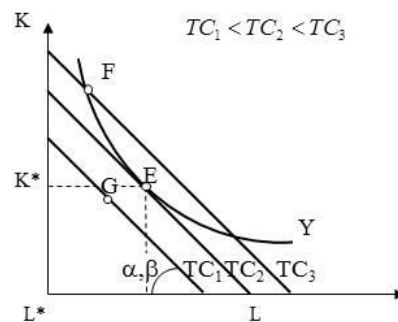
17

## Технологический выбор производителя

3-й этап: совмещение изоквант и изокост



а)  $Y \rightarrow \max, TC = \text{const}$



б)  $TC \rightarrow \min, Y = \text{const}$

**Рис. Выбор оптимальной технологии**

$$\text{точка } E \rightarrow tg\alpha = tg\beta \rightarrow \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{w}{r}$$

$$\text{Условие технологического равновесия производителя} \quad \frac{MP_L}{w} = \frac{MP_K}{r}$$

18

## Отдача от масштаба

– мера прироста объемов производства при изменении всех производственных факторов в долгосрочном периоде

$$Y = A_0 \times K^\alpha \times L^\beta$$

Типы отдачи от масштаба:

- **возрастающая отдача от масштаба** – ситуация, когда увеличение производства происходит в большей степени, чем рост затрат факторов;

$$\alpha + \beta > 1 \quad Y = A_0 \times K^{0,7} \times L^{0,5}$$

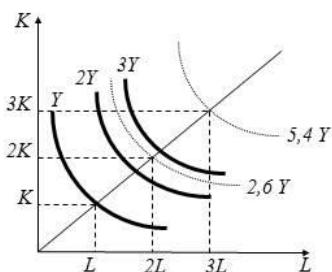
- **постоянная отдача от масштаба** – ситуация, когда увеличение производства происходит в той же степени, что и рост затрат факторов;

$$\alpha + \beta = 1 \quad Y = A_0 \times K^{0,7} \times L^{0,3}$$

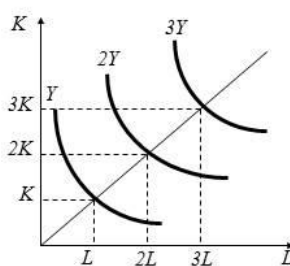
- **убывающая отдача от масштаба** – ситуация, когда увеличение производства происходит в меньшей степени, чем рост затрат факторов.

$$\alpha + \beta < 1 \quad Y = A_0 \times K^{0,5} \times L^{0,3}$$

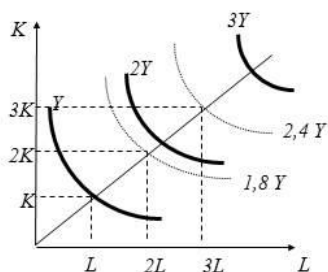
19



а) возрастающая отдача от масштаба



б) постоянная отдача от масштаба

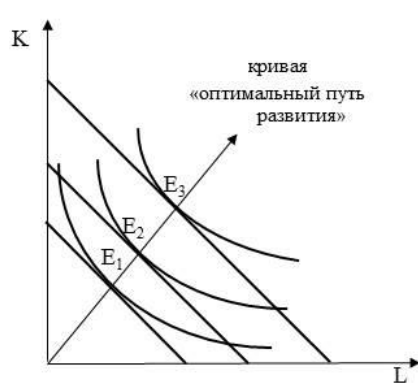


в) убывающая отдача от масштаба

Рис. Демонстрация отдачи от масштаба на основе смещения изоквант

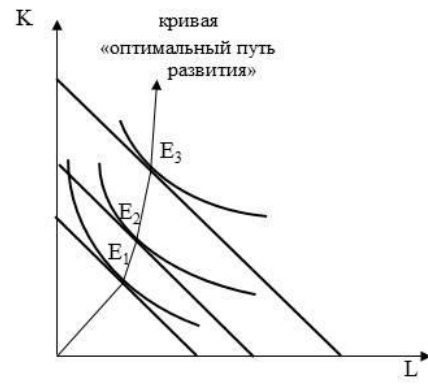
20

## Увеличение масштабов производства в долгосрочном периоде



а) однородная производственная функция

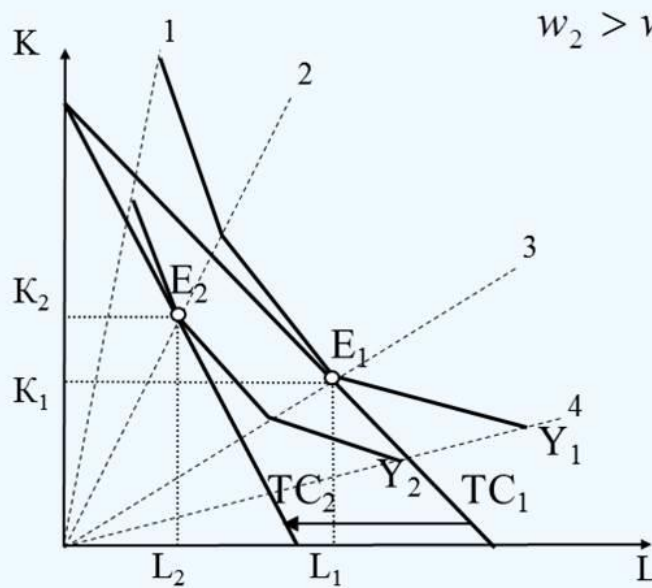
$$\alpha/\beta = \text{const}$$



б) неоднородная производственная функция

$$\alpha/\beta \uparrow$$

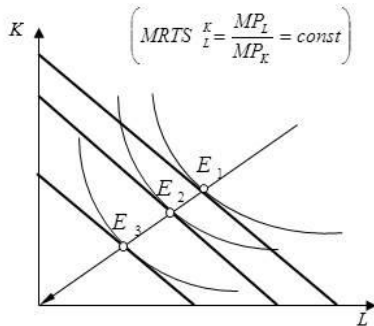
## Влияние изменения цены производственного фактора на выбор технологии



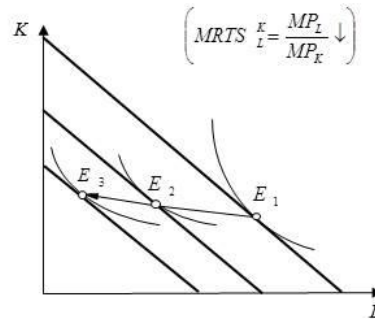
$$w_2 > w_1$$

## Влияние технического прогресса на равновесие производителя

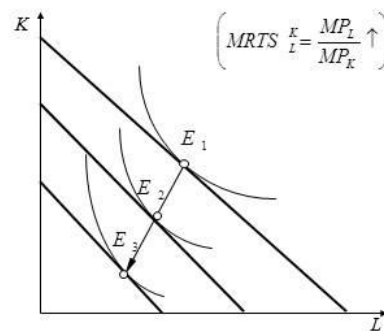
Нейтральный технический прогресс



Капиталоинтенсивный технический прогресс



Трудоинтенсивный  
технический прогресс





## Тема 2. Поведение потребителя. Теория рыночного спроса



## Выбор потребителя в кардиналистском подходе

- **Полезность** — субъективная оценка потребителем того или иного блага; удовлетворение или удовольствие, получаемое потребителем от данного блага.
- **Предельная полезность** (marginal utility — MU) — дополнительная полезность, которую потребитель извлекает из каждой очередной единицы данного блага.
- **Полная полезность** (total utility — TU) — общая полезность всех единиц данного блага.

## Формулы для расчета:

$$MU = \Delta TU$$

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$$

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

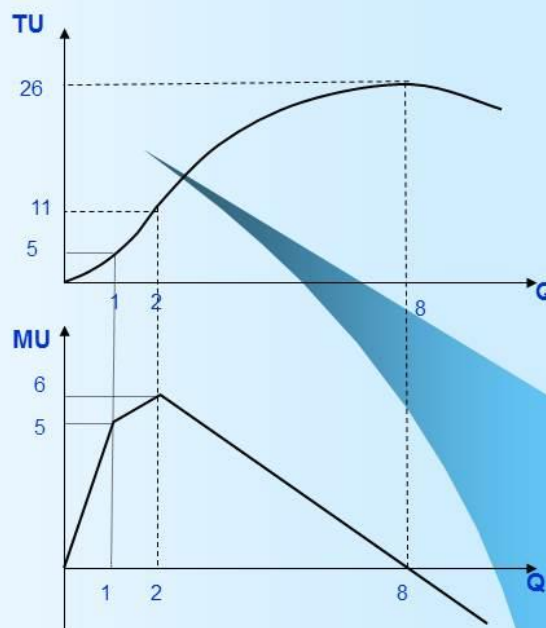


Рис. Полная и предельная полезность: соотношение

3

## Закон убывающей предельной полезности

– принцип, согласно которому при увеличении потребления блага или с ростом его запаса предельная полезность, начиная с некоторого момента, убывает.

**Г. Госсен (1-й закон человеческого поведения):**

*“Желаемость данного блага убывает по мере увеличения его потребления. В точке полного удовлетворения она равна нулю”.*

**Закон действует:**

- при непрерывном потреблении,
- при повторном потреблении,
- при увеличении запаса.

*Предельная полезность определяет цену, которую потребитель согласен заплатить за каждую очередную единицу блага*

4

## Исключения из закона убывающей предельной полезности

Распознавание нового товара

Потребление благ, вызывающих **психофизиологическую зависимость**

**Синергетический эффект**  
(полезность увеличивается при соединении благ)

**Переход количества в качество**  
(деньги, финансовые активы)

5

## Условие равновесия потребителя

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_i}{P_i} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} = \lambda$$

**Г. Госсен (2-й закон человеческого поведения):**

*“Лицо максимизирует свою полезность, когда распределяет имеющиеся у него денежные средства между различными благами так, что достигает равного удовлетворения от последней единицы денег, потраченных на каждый товар”.*

6

## Выбор потребителя в ординалистском подходе



7

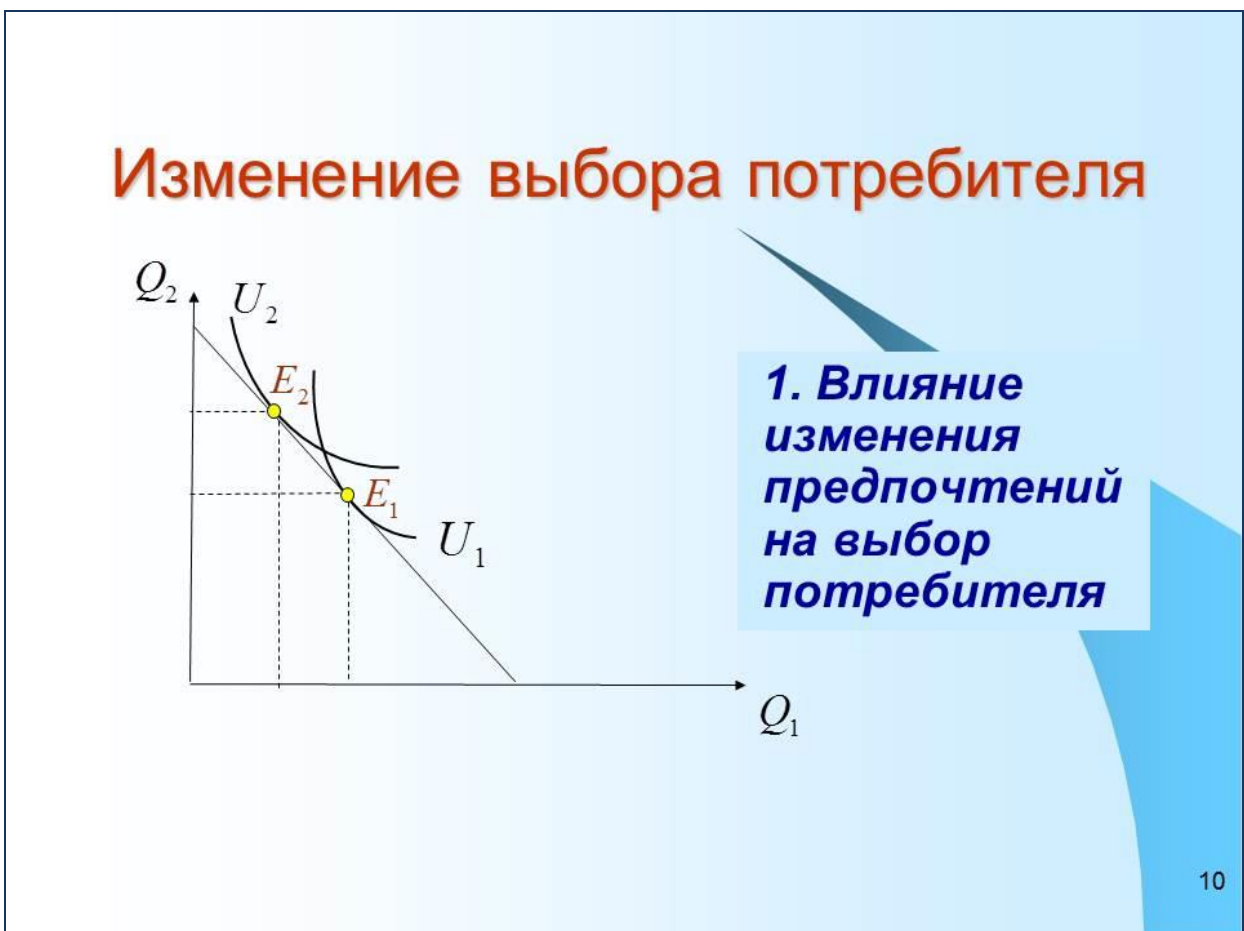
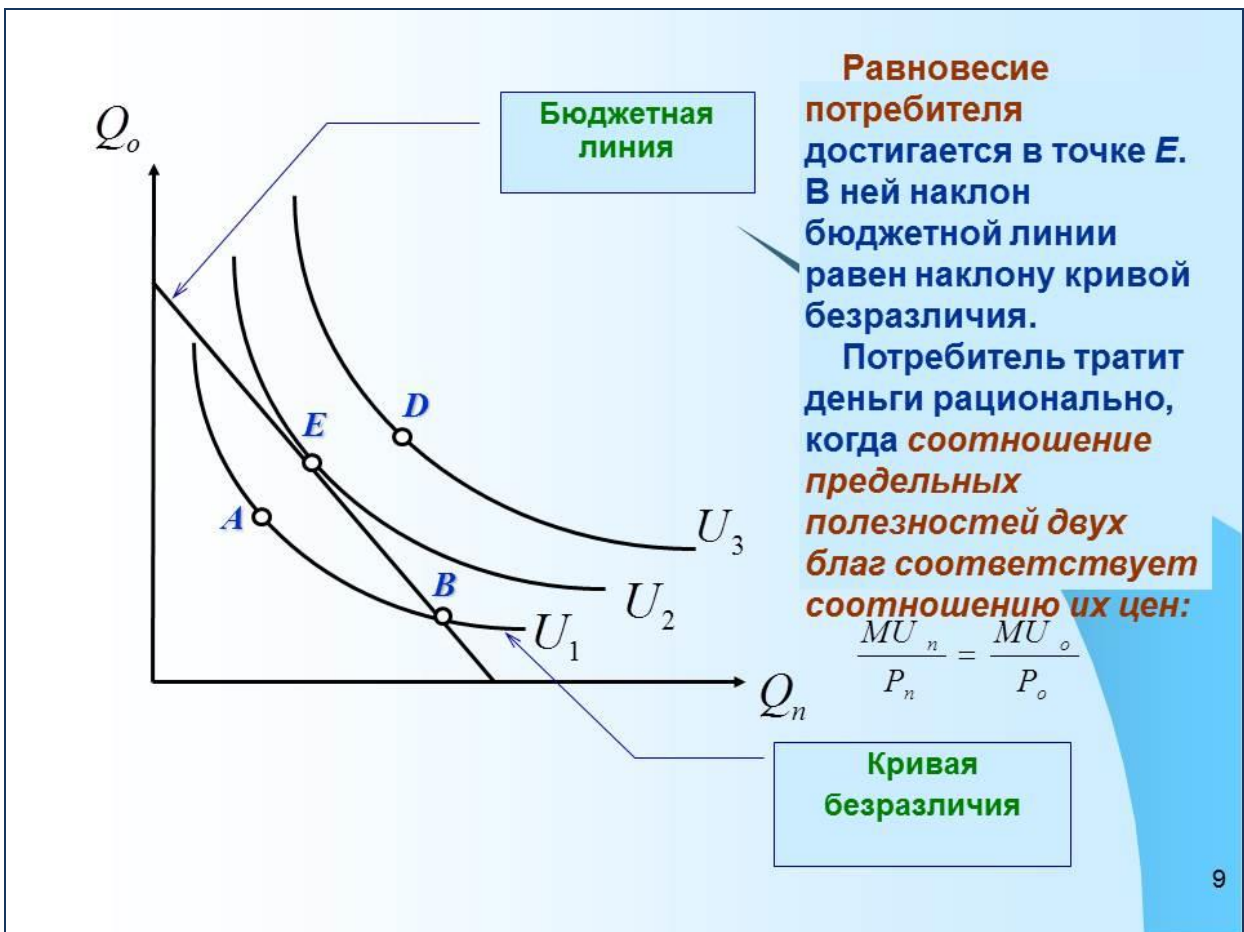
### **Кривая безразличия** —

график, показывающий различные комбинации двух товаров или услуг, равноценные для потребителя, с точки зрения достигаемого удовлетворения.

### **Бюджетная линия** —

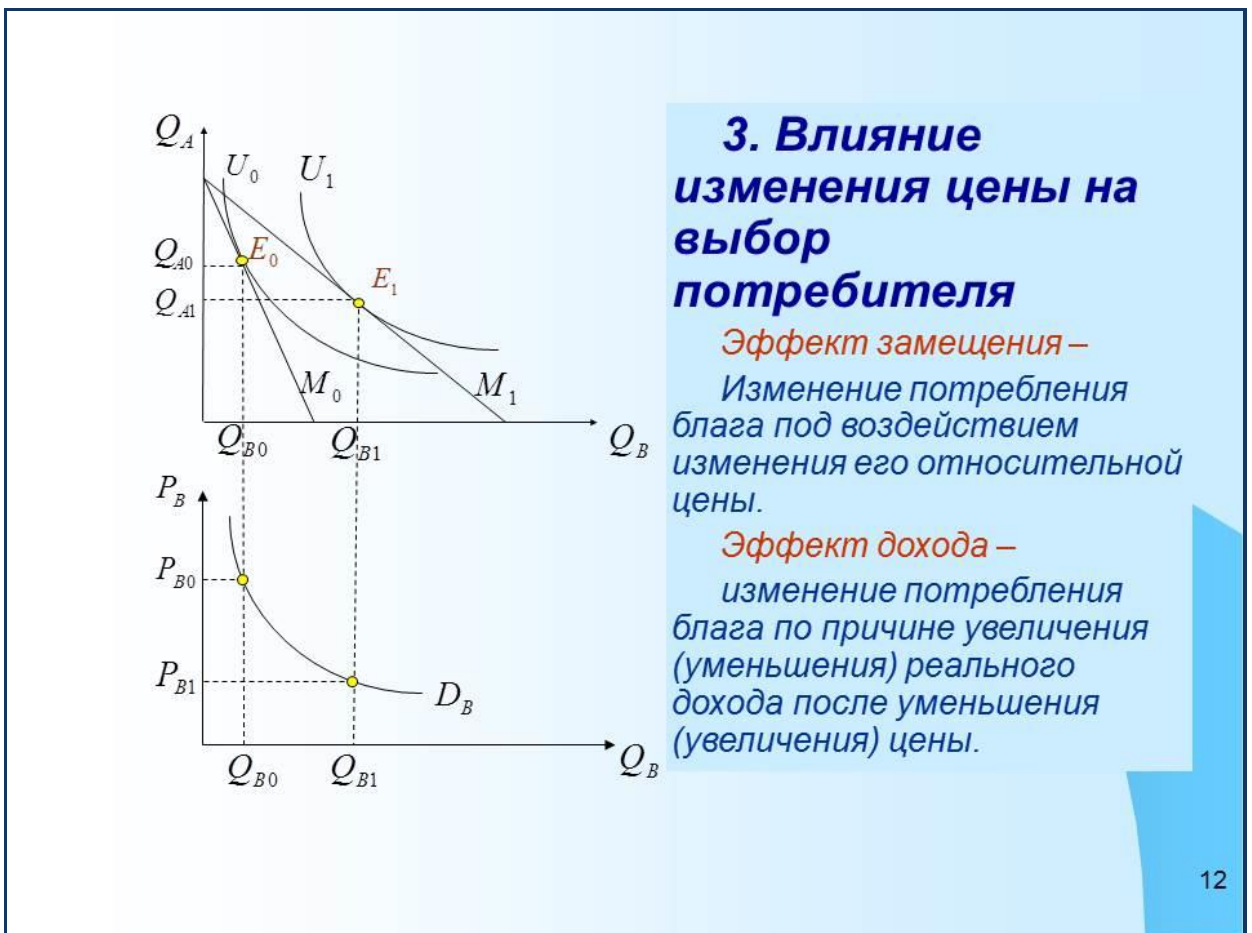
график, показывающий бюджетные возможности потребителя, его платежеспособность.

8





11



12

## Эффект дохода и эффект замещения

Эффект замещения –

изменение потребления блага под воздействием изменения его относительной цены ( $P_1/P_2$ ).

Эффект замещения всегда отрицателен: с увеличением цены блага потребитель сокращает его потребление, увеличивая потребление заменителей.

$$P \uparrow \rightarrow Q \downarrow$$

Эффект дохода –

изменение потребления блага по причине уменьшения (увеличения) реального дохода после увеличения (уменьшения) цены.

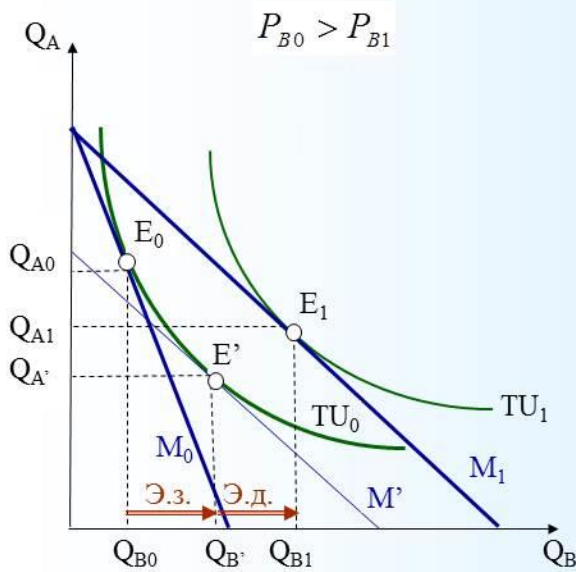
Эффект дохода отрицателен для обычных и высококачественных благ ( $P \uparrow \rightarrow Q \downarrow$ ) и положителен для низкокачественных благ ( $P \uparrow \rightarrow Q \uparrow$ )

13

## Эффект замещения и эффект дохода по Дж. Хиксу

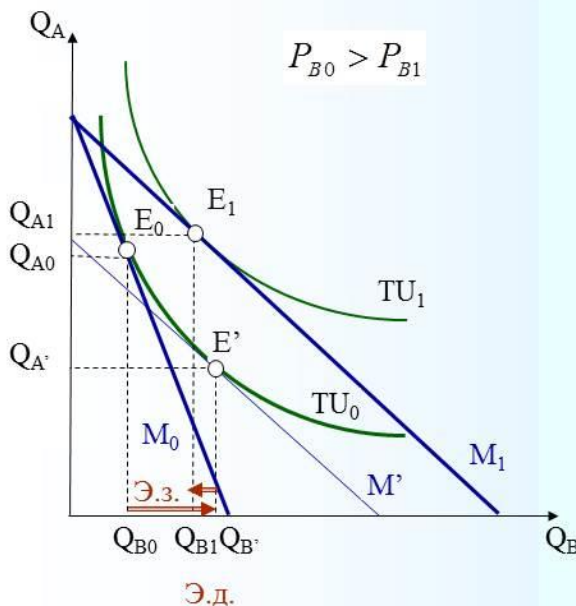
- Разделение двух эффектов осуществляется с помощью построения вспомогательной бюджетной линии
- По Дж. Хиксу вспомогательная бюджетная линия ( $M'$ ) строится как касательная к прежней кривой безразличия ( $TU_0$ ), параллельная новой бюджетной линии ( $M_1$ ).
- Она показывает, какая сумма денег позволяет потребителю достичь прежнего удовлетворения при новом уровне цен.

14



**1-ый случай.**  
 Эффект дохода и эффект замещения по Дж. Хиксу для обычных благ. Эффект дохода действует в одном направлении с эффектом замещения и усиливает его

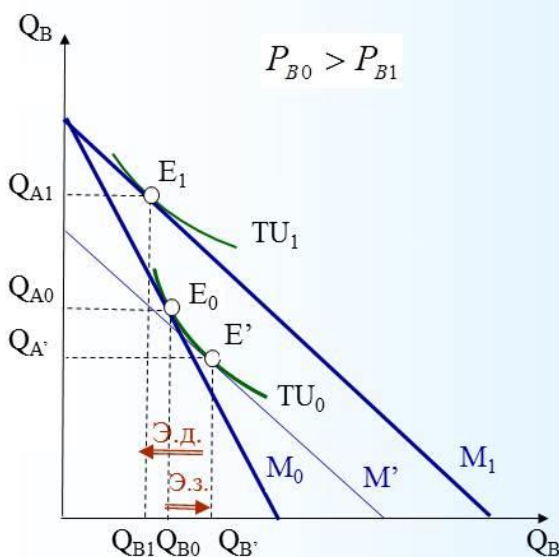
15



**2-ой случай.**  
 Эффект дохода и эффект замещения по Дж. Хиксу:  
 В - низкокачественное благо,  
 А - высококачественное благо.  
 Для блага В эффект дохода действует в направлении, противоположном эффекту замещения и частично нейтрализует его.

16





3-ой случай.  
Эффект дохода и эффект замещения по Дж. Хиксу:  
В – товар Гиффена (картофель, крупа).  
Для блага В эффект дохода действует в направлении, противоположном эффекту замещения и перекрывает его.

Для товара Гиффена не выполняется закон спроса: снижение цены товара приводит к уменьшению его потребления ( $Q_{B1} < Q_{B0}$ ).

17

## Эффект замещения и эффект дохода по Е. Слуцкому

- Разделение двух эффектов также осуществляется с помощью построения вспомогательной бюджетной линии
- По Е. Слуцкому вспомогательная бюджетная линия ( $M'$ ) проходит через прежнюю точку равновесия ( $E_0$ ), параллельно новой бюджетной линии ( $M_1$ ).
- Она показывает, какая сумма денег необходима для покупки прежнего набора при новом уровне цен.

18

## Типы рыночных структур

**1. Совершенная конкуренция** – рыночная структура со следующими характеристиками:

- большое число независимых покупателей и продавцов;
- однородный товар (услуга);
- отсутствие барьеров входа на рынок и выхода с него.

На рынке совершенной конкуренции фирма является ценополучателем (price-taker)

1

## Входные барьеры на рынок для продавцов:

- монополия государства;
- доступ к ресурсам;
- масштабы производства (возрастающая отдача от масштаба);
- патенты и лицензии;
- расходы на рекламу;
- торговые марки;
- невозвратные издержки – выходной барьер.

2

## **2. Монополия** – рыночная структура со следующими характеристиками:

- единственный продавец (одна фирма обслуживает весь рынок);
- уникальный товар, не имеющий заменителей;
- непреодолимые входные барьеры на рынок (*барьерами могут быть: монополия государства, эксклюзивный доступ к ресурсам, наличие патента, либо отдача от масштаба*).

На рынке монополии фирма является **ценопроизводителем (price-maker)**

3

## **Виды монополии:**

- **административная монополия** (закрытая монополия) – прямой государственный запрет на некоторые виды деятельности;
- **технологическая монополия** (открытая монополия) – связанная с владением патентом, то есть исключительным правом на использование какого-то изобретения или технологии;
- **естественная монополия** – обусловленная целесообразностью концентрации всего производства в масштабах одной фирмы по причине возрастающей отдачи от масштаба.

4

## Преимущества и недостатки монополии

### Преимущества (для фирмы и для общества):

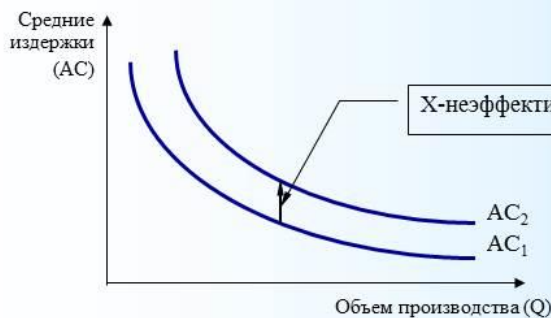
- высокие прибыли → средства для развития;
- технологическая монополия стимулирует НТП.

### Недостатки (для общества):

- способствует инфляции издержек;
- ухудшение качества, уровня обслуживания, технологическая негибкость производства;
- сверхзатратность – наличие непроизводительных расходов.

5

**X-неэффективность** - ситуация, когда отсутствие стимулов к принятию эффективных решений приводит к росту затрат.



Автор термина:  
Х. Лейбенстайн

X-неэффективность наблюдается в неконкурентных рыночных структурах.

6

### 3. **Олигополия** – рыночная структура со следующими характеристиками:

- несколько крупных продавцов;
- товар может быть однородным (однородная олигополия) или дифференцированным (неоднородная олигополия);
- высокие входные барьеры на рынок (*барьерами могут быть: эксклюзивный доступ к ресурсам, патенты, отдача от масштаба, расходы на рекламу, невозвратные издержки*).

На рынке олигополии фирма является **ценоискателем (price-seeker)**

7

### **Особенности олигополии:**

- сильная взаимозависимость фирм;
- высокая неопределенность принятия решений;
- высокая эффективность сговора, но его недолговечность.

#### **Типы поведения фирм в условиях олигополии:**

1. **Независимое поведение** – эффективно при глубоком освоении какого-либо сегмента рынка;
2. **Конкурентное поведение** – направленное на передел рынка.  
Разновидности: демпинг, «ценовые войны».
3. **Кооперативное поведение** – направленное на сговор в мягкой форме («джентльменское соглашение», «ценовое лидерство») или в жесткой форме (объединение в картель).

8

**4. Монополистическая конкуренция** – рыночная структура со следующими характеристиками:

- много продавцов, мелких и средних;
- сильно дифференцированный товар, преобладает неценовая конкуренция;
- низкие входные барьеры на рынок (в основном торговые марки).

**5. Моносония** – рынок единственного покупателя.

**6. Ценовая дискриминация** – продажа одного и того же товара по разным ценам

9

**Виды издержек**

**Бухгалтерские издержки** – явные денежные затраты на все факторы производства, покупаемые у других собственников

**Экономические издержки** – сумма явных затрат на факторы производства, приобретаемые у других собственников, и неявных затрат (упущенных выгод) на факторы производства, принадлежащие самой фирме

**Экономические (альтернативные) издержки** – это альтернативная ценность ресурсов в денежном выражении, то есть это доход, который мог быть получен при ином наилучшем их использовании

10

# Расчет экономических издержек



## Виды прибыли:

- ✚ **Бухгалтерская прибыль** = валовой доход – бухгалтерские издержки.
- ✚ **Экономическая прибыль** = валовой доход – экономические издержки.

### Ситуации:

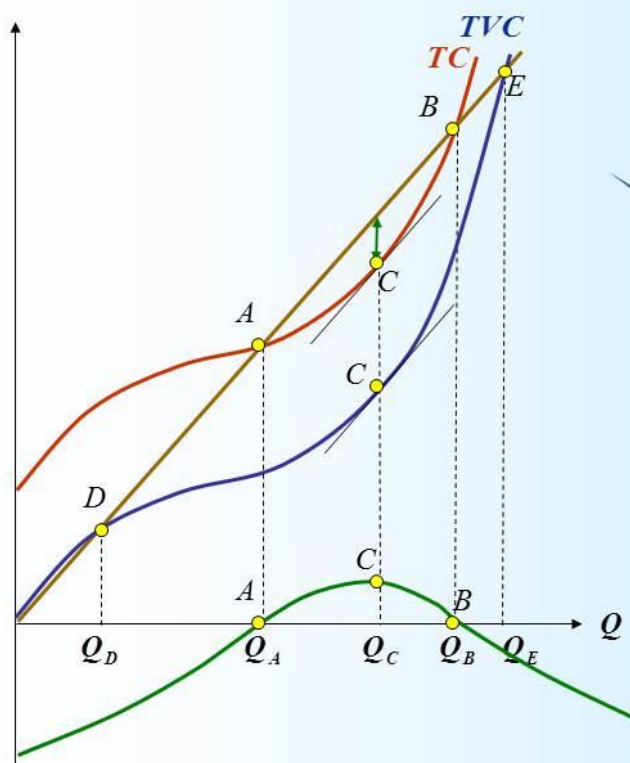
- 1) **Экономическая прибыль < 0** (неэффективное использование ресурсов, либо неблагоприятная конъюнктура.)
- 2) **Экономическая прибыль = 0** (совершенная или монополистическая конкуренция в долгосрочном периоде + эффективное использование ресурсов)
- 3) **Экономическая прибыль > 0** (олигополия или монополия, либо благоприятная конъюнктура.)

## Равновесие конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

- **Валовый доход** (TR – total revenue) – общий доход от реализации всех единиц производимой продукции.
- **Средний доход** (AR – average revenue) – доход в среднем на единицу производимой продукции:  $AR = \frac{TR}{Q} = P$
- **Предельный доход** (MR – marginal revenue) – дополнительный доход, прирост валового дохода, получаемый от реализации очередной единицы продукции:  $MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$

**В условиях совершенной конкуренции  $MR=P=AR$**

13



**A и B** – точки  
безубыточности,

**(Q<sub>A</sub>; Q<sub>B</sub>)** – зона  
безубыточности,

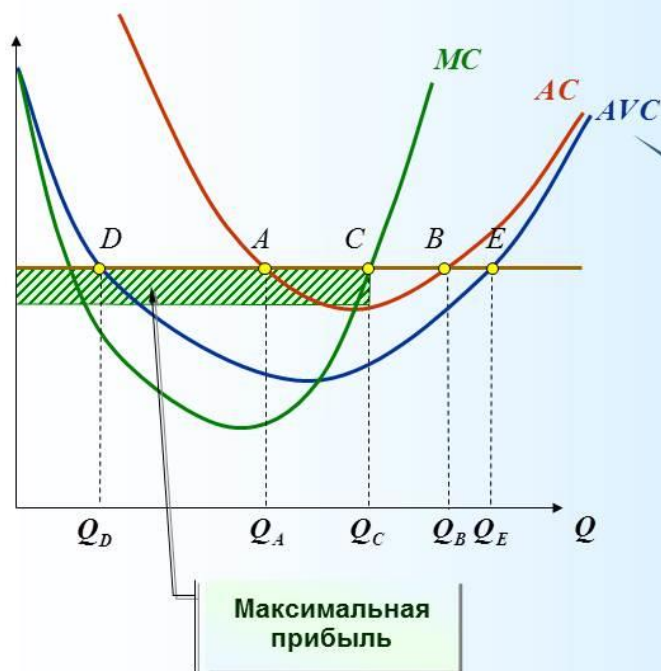
**C** – точка максимума  
прибыли,

**Q<sub>C</sub>** – оптимальный  
объем производства.

При таком объеме  
фирма достигает  
максимума прибыли:  
**Pr=TR-TC.**

14





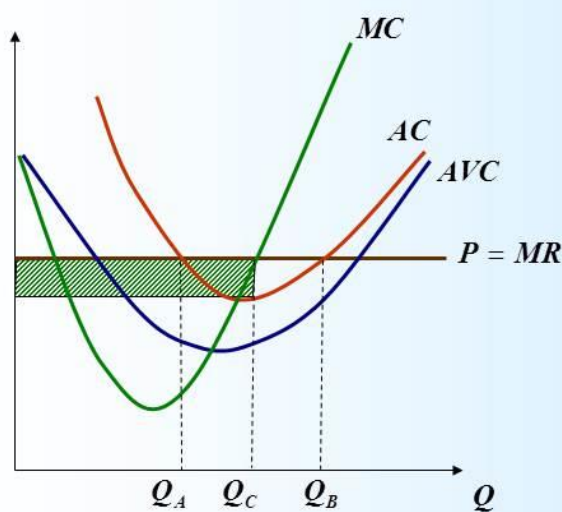
**A** и **B** – точки безубыточности, при этом  $P=AC$ ,

**C** – точка максимума прибыли, при этом  $MR=MC$ ,

$Q_C$  – оптимальный объем производства.

**Равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде приобретает вид:  $P=MR=MC$ .**

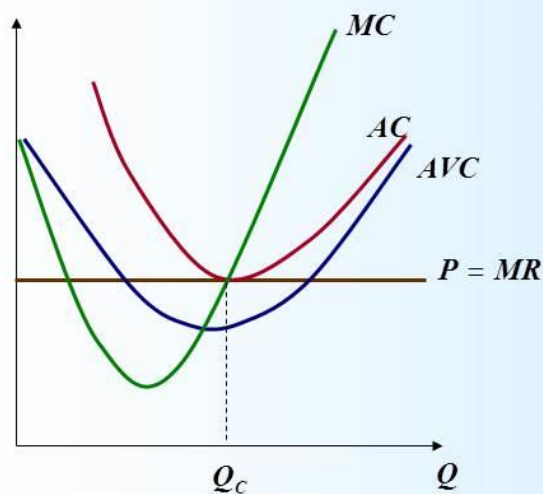
## Различные состояния фирмы в условиях совершенной конкуренции



1. Допредельная фирма со сверхприбылью

$$P > \min AC$$

Такой фирме следует производить продукцию и максимизировать прибыль

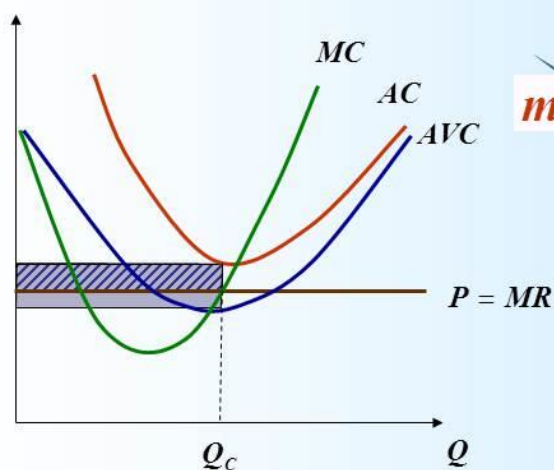


2. Допредельная фирма с нормальной прибылью

$$P = \min AC$$

Такой фирме следует в краткосрочном периоде производить продукцию в размере  $Q_c$  (прибыль равна нулю). В долгосрочном периоде такое положение является равновесным

17



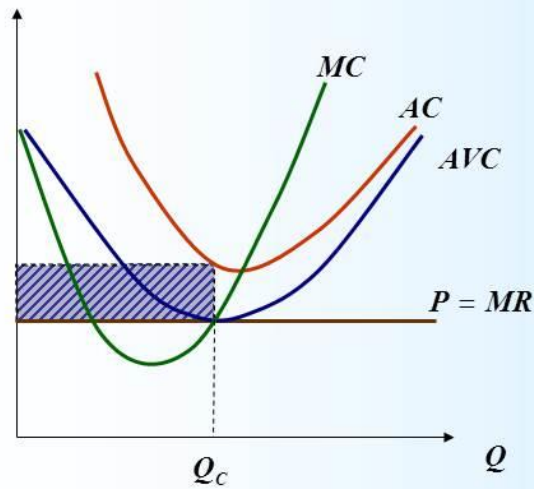
3. Переходная фирма

$$\min AVC < P < \min AC$$

Такой фирме нужно оставаться в отрасли в краткосрочном периоде!

В долгосрочном периоде сокращать издержки за счет оптимизации размеров предприятия или покинуть отрасль!

18



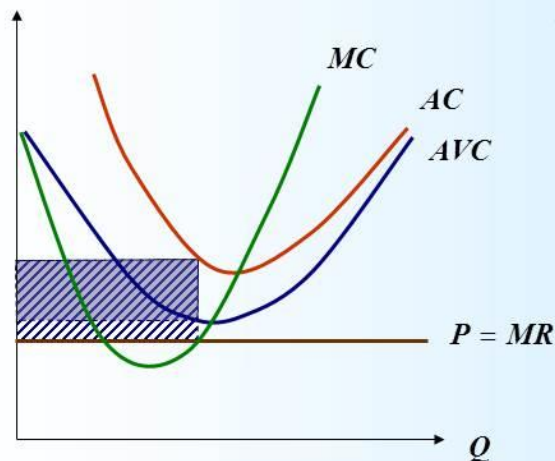
4. Предельная фирма

$$P = \min AVC$$

Можно оставаться в отрасли в краткосрочном периоде, а можно и покинуть ее – убытки одинаковые!

В долгосрочном периоде сокращать издержки за счет устранения непроизводительных расходов и оптимизации размеров предприятия.  
Или покинуть отрасль!

19



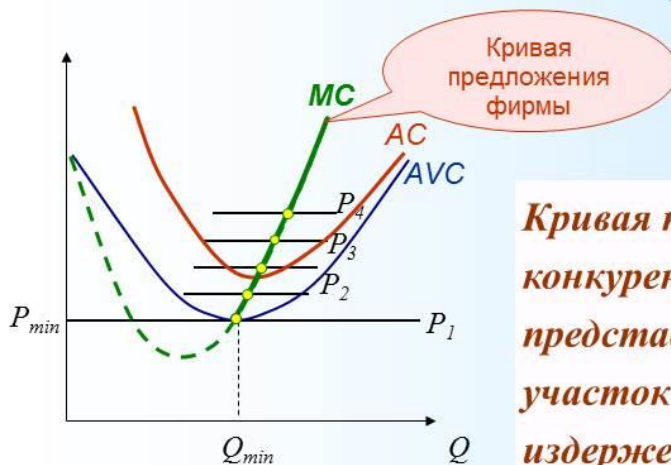
5. Запредельная фирма

$$P < \min AVC$$

Следует прекратить выпуск в краткосрочном периоде!

20

## Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде



Кривая предложения фирмы

*Кривая предложения конкурентной фирмы представляет собой восходящий участок кривой предельных издержек, лежащий выше точки минимума средних переменных издержек*

21

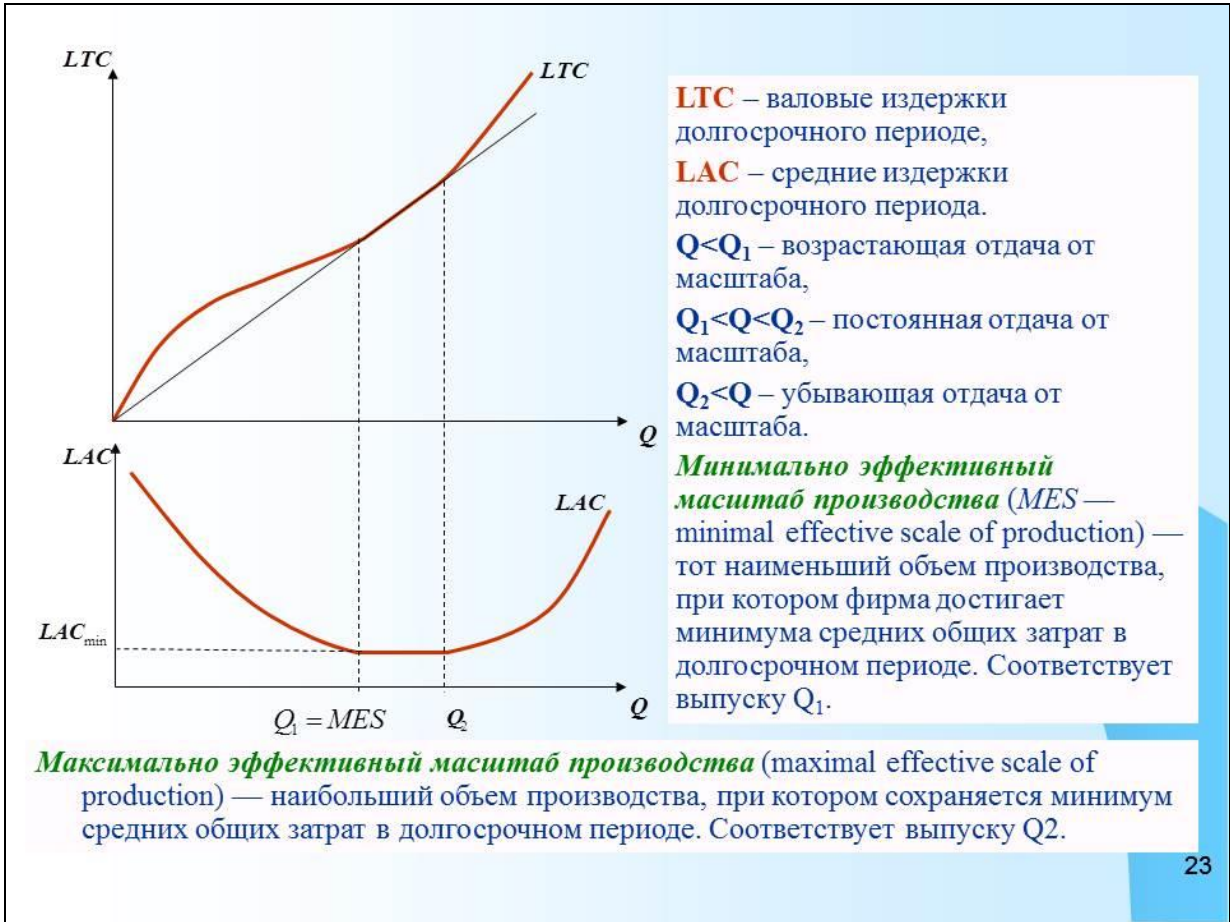
## Производство фирмы в долгосрочном периоде

**Отдача от масштаба** — мера прироста объемов производства при изменении всех производственных факторов в долгосрочном периоде.

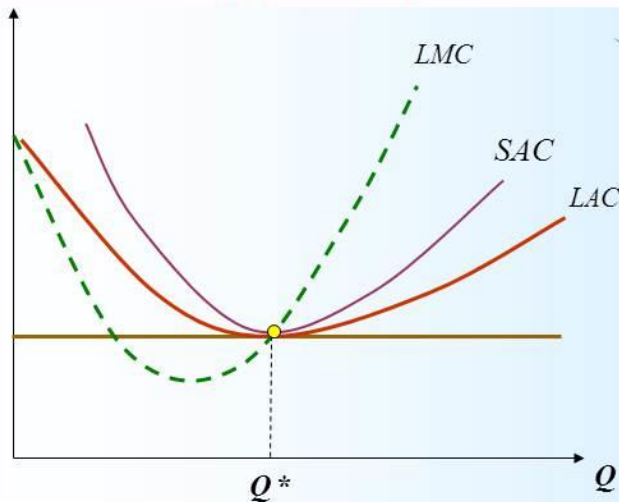
Типы отдачи от масштаба:

- **возрастающая отдача от масштаба** — ситуация, когда увеличение производства происходит в большей степени, чем рост затрат;
- **постоянная отдача от масштаба** — ситуация, когда увеличение производства происходит в той же степени, что и рост затрат;
- **убывающая отдача от масштаба** — ситуация, когда увеличение производства происходит в меньшей степени, чем рост затрат.

22



## Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде



**В долгосрочном периоде:**

- конкурентная фирма может достичь своих оптимальных размеров,
- меняется количество фирм в отрасли.

Отсутствие входных барьеров способствует проникновению в отрасль такого количества фирм, что **цена снизится до уровня минимума средних издержек**

$$P = MR = LMC = LAC_{\min}$$

## Показатели монополизации рынка

**1. Индекс А. Лернера – характеризует степень монопольного влияния фирмы**

$$I_L = \frac{P_m - MC}{P_m} \Rightarrow MR = MC \Rightarrow I_L = \frac{1}{|E_P^D|}$$
$$MR = P \times \left(1 - \frac{1}{|E_P^D|}\right)$$
$$\Rightarrow MC \approx AC \Rightarrow I_L \approx \frac{(P_m - AC) \times Q}{P_m \times Q} = \frac{Pr}{TR}$$

1

## Показатели монополизации

**2. Индекс Херфиндаля-Хиришмана - характеризует степень монополизации отрасли:**

$$IHH = \sum_{i=1}^n X_i^2$$

$X_i$  – доля фирмы в общем объеме продаж,

$$\sum_{i=1}^n X_i = 1, \quad i = 1, m.$$

2

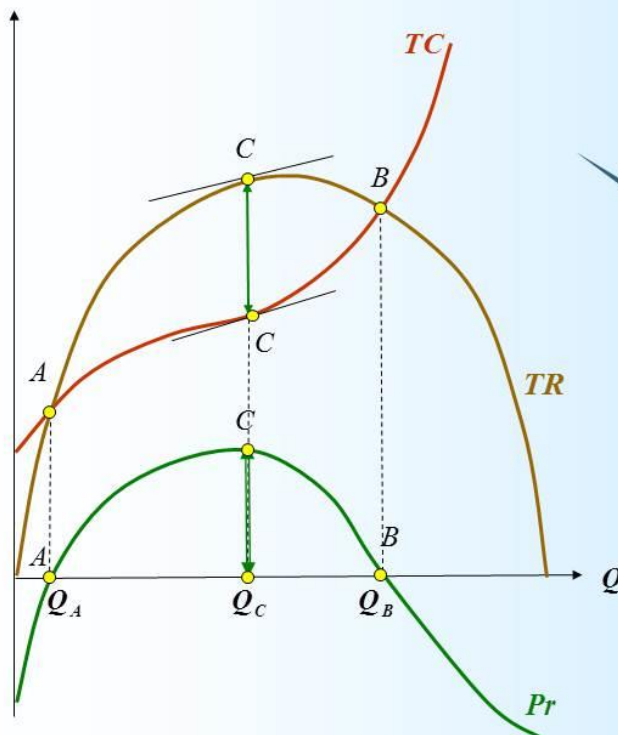
## Равновесие монополии в краткосрочном периоде

- Фирма располагает всей кривой спроса.
- Предельный доход меньше цены:

$$MR = P \times \left( 1 - \frac{1}{|E_P^D|} \right)$$

- Фирма определяет оптимальный объем, при котором получает максимум прибыли

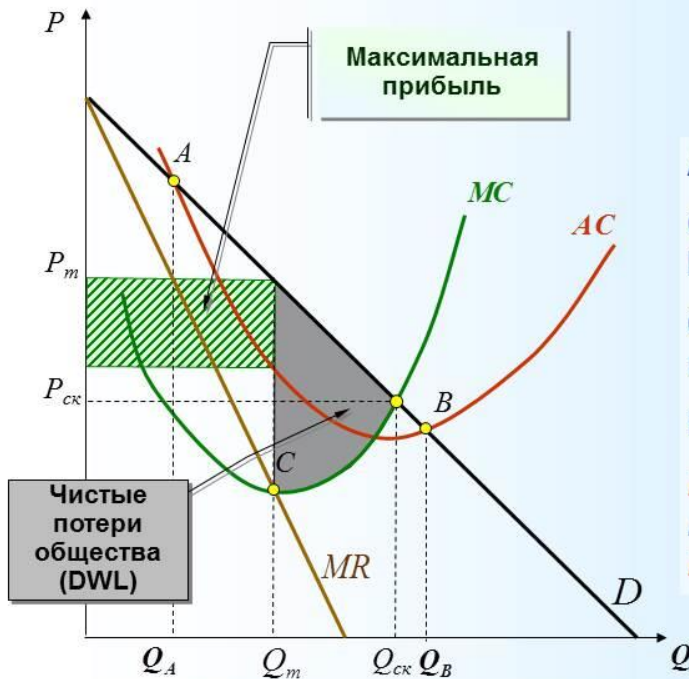
3



**A** и **B** – точки  
безубыточности,  
**(Q<sub>A</sub>; Q<sub>B</sub>)** – зона  
безубыточности,  
**C** – точка максимума  
прибыли,  
**Q<sub>C</sub>** – оптимальный  
объем производства.  
При таком объеме  
фирма достигает  
максимума прибыли:  
**Pr=TR-TC.**

4

## Равновесие монополии



A и B – точки безубыточности.

C – равновесие фирмы, при  $MR=MC$ ,

$Q_m$  – оптимальный объем производства.

$P_m$  – цена монополиста.

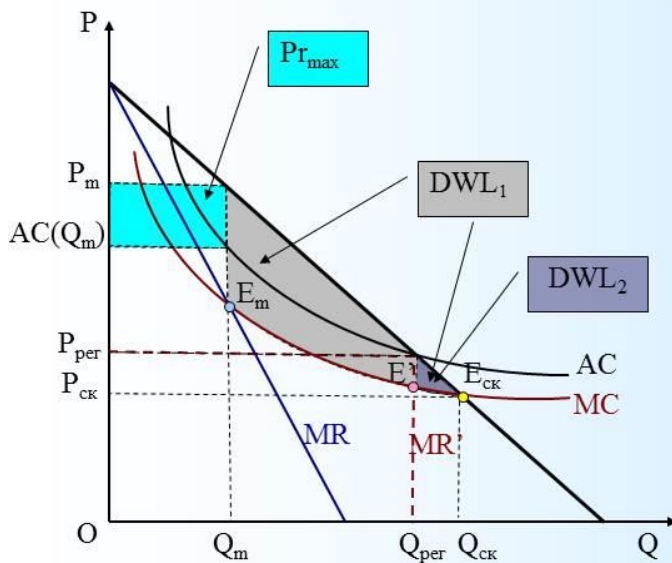
**Равновесие монополии приобретает вид:**  
 $P_m > MR = MC$ .

В условиях монополии цена выше, а объем продаж меньше, чем в условиях совершенной конкуренции ( $P_m > P_{ск}$  и  $Q_m < Q_{ск}$ ).

Возникают чистые потери общества (DWL).

5

## Естественная монополия



$P_{рег}$  – справедливая цена на продукцию естественной монополии ( $P=AC$ ,  $Pr=0$ );

$MR'$  – новая линия предельного дохода;

$E'$  – равновесие регулируемой естественной монополии ( $MR'=MC$ );

$Q_{рег}$  – объем продаж регулируемой монополии.

Чистые потери общества уменьшаются с  $DWL_1$  до  $DWL_2$

6



## Способы регулирования естественной монополии

- Тарифное регулирование – наиболее эффективно.
- Контроль издержек и качества – дополнительная мера.
- Налоговое регулирование:
  - ✦ специальные налоги (НДПИ);
  - ✦ акцизы – неэффективны.
- Организация конкурентных торгов за доступ в отрасль.
- Реформирование – отделение естественно монопольных сфер деятельности от конкурентных.

7

## Ценовая дискриминация –

**это продажа разных единиц товара по разным ценам**

- ✦ либо разным покупателям по разным ценам,
- ✦ либо одному и тому же покупателю по разным ценам в разных условиях.

**NB: Разница в ценах не связана с разницей в затратах, а связана с разными возможностями покупателей!!!**

8

## Условия ценовой дискриминации:

- ✦ продавец обладает высокой монопольной властью на рынке;
- ✦ продавец хорошо информирован о возможностях покупателя;
- ✦ рынок легко сегментируется;
- ✦ исключается возможность контактов между покупателями и перепродажи товара.

9

## Ценовая дискриминация I рода –



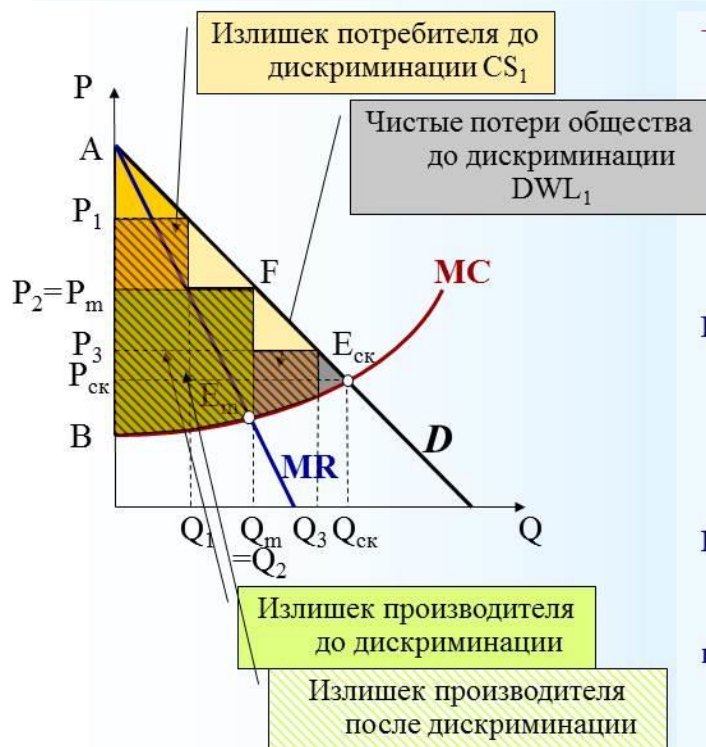
– продажа всех единиц товара по ценам спроса.

Производитель присваивает весь излишек старых и новых потребителей.

Его прибыль растет за счет:  $CS_1 + DWL_1$ .

10

## Ценовая дискриминация II рода –



– дифференциация цены в зависимости от объема покупаемого блага.

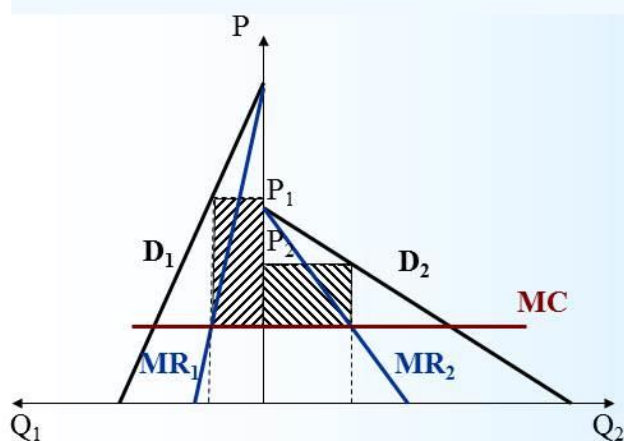
Количество  $Q_1$  производитель продает по цене  $P_1$ , дополнительное количество  $(Q_2 - Q_1)$  продает по цене  $P_2$ , еще  $(Q_3 - Q_2)$  – по цене  $P_3$ .

Излишек продавца растет за счет: излишка тех покупателей, которые приобретают малое количество по более высоким ценам и за счет появления новых покупателей, приобретающих оптом по более низкой цене.

Излишек покупателя уменьшается за счет повышения цен при малом объеме приобретаемого товара и увеличивается за счет появления новых покупателей при снижении цены для больших объемов

11

## Ценовая дискриминация III рода –



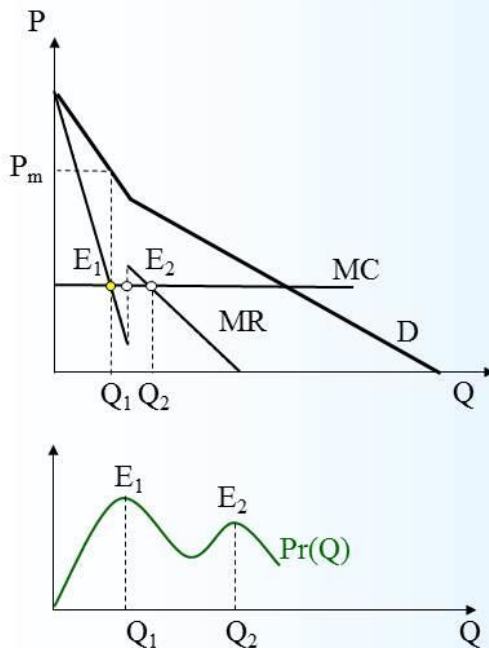
**правило соотношения цен на сегментах:**

$$\frac{P_1}{P_2} = \frac{\left(1 - \frac{1}{|E_2|}\right)}{\left(1 - \frac{1}{|E_1|}\right)}$$

деление групп потребителей на сегменты по какому-либо критерию и установление для этих сегментов разных цен

12

## Влияние ценовой дискриминации III рода на благосостояние общества

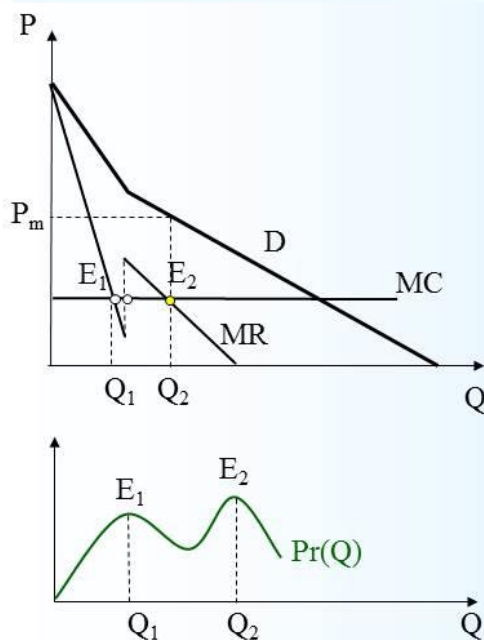


**1-ый случай:** до введения ценовой дискриминации товар был доступен только одному сегменту потребителей.

- После дифференциации цен условия продажи на 1-ом сегменте остаются неизменными, но добавляется 2-ой сегмент.
- Излишек и прибыль производителя растет.
- Излишек покупателей растет.
- Благосостояние общества увеличивается.

13

## Влияние ценовой дискриминации III рода на благосостояние общества

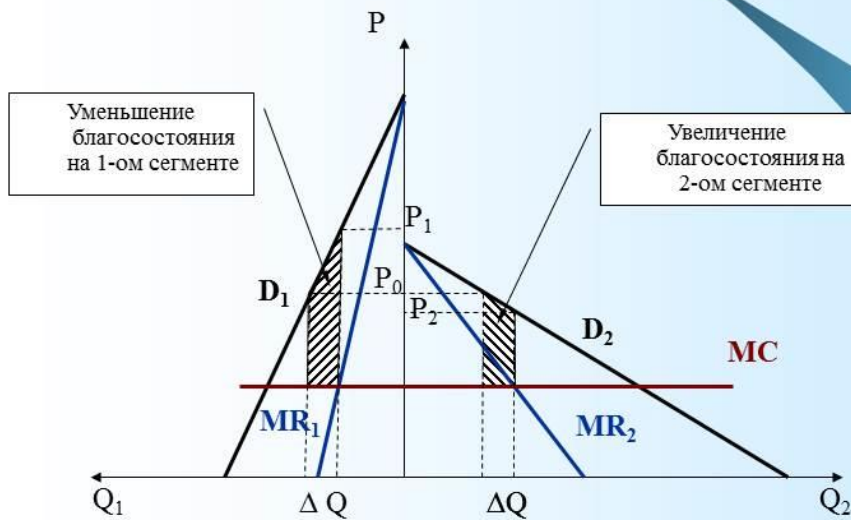


**2-ой случай:** до введения ценовой дискриминации товар был доступен обоим сегментам потребителей по единой цене.

- После сегментации рынка цена на 1-ом сегменте увеличивается, а объем продаж уменьшается.
- Цена на 2-ом сегменте уменьшается, а объем продаж увеличивается.
- Общий объем продаж на двух сегментах остается неизменным.
- Излишек и прибыль производителя растет.
- Излишек покупателей уменьшается.
- Благосостояние общества уменьшается.

14

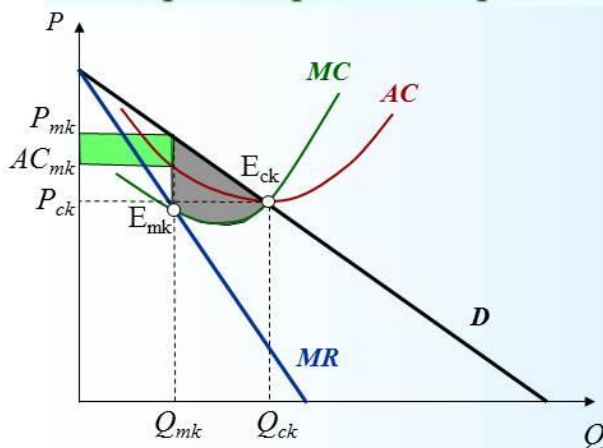
## Доказательство снижения благосостояния во 2-ом случае



15

## Монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта

### 1. Краткосрочный период



Фирма может получать прибыль или нести убыток.

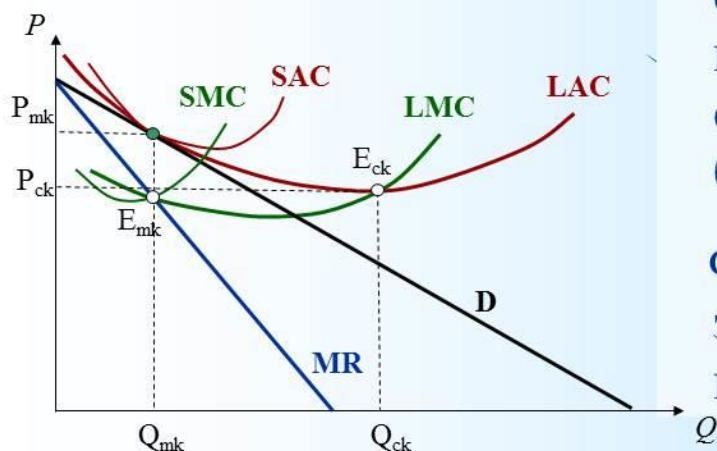
Для нее характерны те же состояния, что и для фирмы в условиях совершенной конкуренции.

Такая фирма очень похожа на абсолют. монополию (только спрос эластичнее).

- Цена выше цены соверш. конкур.  $P_{mk} > P_{ck}$  и выше предельных изд.  $P_{mk} > MC$ .
- Объем меньше соверш. конкур.  $Q_{mk} < Q_{ck}$ .
- Возникают чистые потери общества  $DWL$ .

16

## 2. Долгосрочный период



Кривая спроса сдвигается влево и становится более полой.

Фирма лишается экономической прибыли.

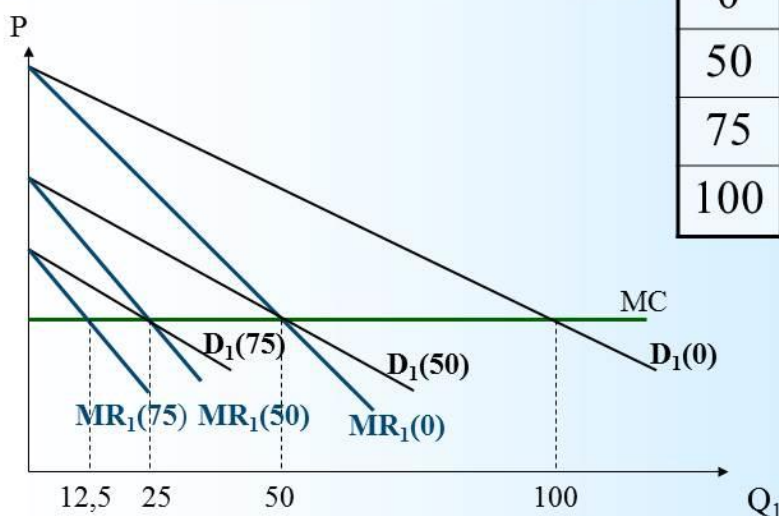
Чтобы вернуть спрос, фирма обновляет ассортимент, технологии, тратит средства на рекламу. При этом увеличиваются и издержки, и спрос.

Равновесие в долгосрочном периоде:  $P_{mk} = LAC > LAC_{min}$ .

**Фирма не достигает оптимальных размеров!!!!**

17

## Олигополия. Модель А.О. Курно



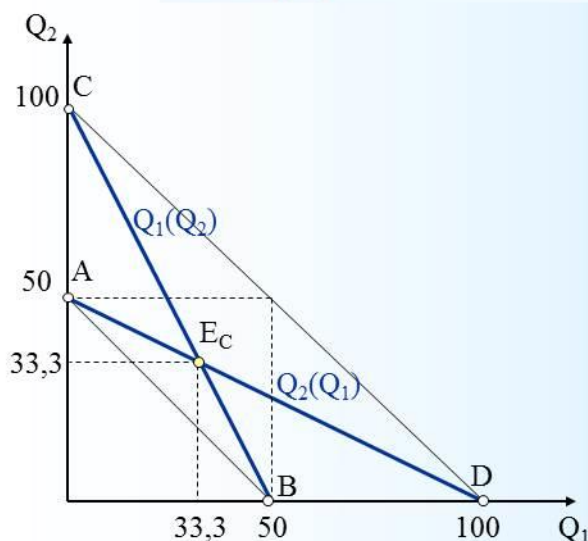
$Q_2$	$Q_1$	$Q_1 + Q_2$
0	50	50
50	25	75
75	12,5	87,5
100	0	100

$$Q_1 = \frac{100 - Q_2}{2}$$

$$Q_2 = \frac{100 - Q_1}{2}$$

18

## Модель А.О. Курно



$Q_2(Q_1)$  – функция реакции 2-ой фирмы на поведение 1-ой.

$Q_1(Q_2)$  – функция реакции 1-ой фирмы на поведение 2-ой.

Эти функции показывают зависимость оптимального (максимизирующего прибыль) выпуска данной фирмы от заданного выпуска другой фирмы.

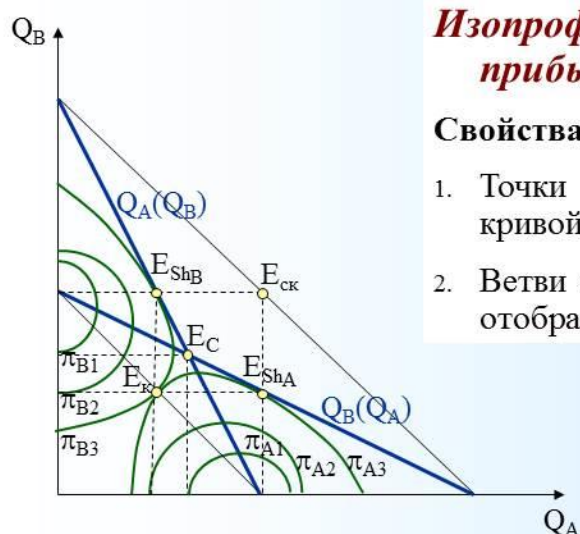
*Кривые реакции* – графическое изображение этих функций.

**Равновесие Курно** – ситуация, когда обе фирмы верно прогнозируют выпуск друг друга и производят оптимальный объем.

AB – линия контрактов (монополии). CD – линия совершенной конкуренции.

19

## Модель Г. фон Штакельберга



**Изопрофиты** – линии неизменной прибыли фирмы.

**Свойства изопрофит в модели Курно:**

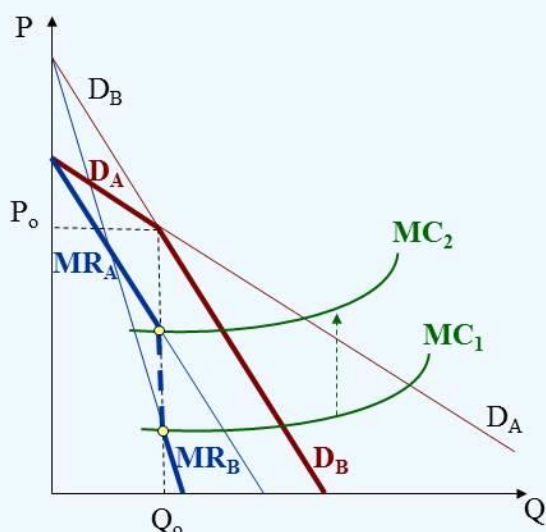
1. Точки максимума изопрофит лежат на кривой реакции данной фирмы.
2. Ветви изопрофиты направлены к оси, где отображается объем данной фирмы.

3. Изопрофиты, находящиеся ближе к оси данной фирмы, соответствуют большей прибыли.

4. Точки касания изопрофит образуют линию контрактов.

20

## Кривая П. Суизи



$D_A$  — кривая спроса на продукцию лидера при **некооперативном** поведении ведомых фирм;

$D_B$  — кривая спроса на продукцию лидера при **кооперативном** поведении ведомых фирм;

При повышении цен лидером другие фирмы ведут себя некооперативно, а при снижении цен — кооперативно.

**Кривая Суизи** — ломаная линия.

**Кривая MR** — тоже ломаная линия с вертикальным разрывом.

*Кривая Суизи демонстрирует жесткость цен в условиях олигополии!!!*

21

## Применение теории игр для изучения олигополии

Дилемма заключенного: платежная матрица

		Джек	
		Признался	Не признался
Джон	Признался	(5;5)	(2;10)
	Не признался	(10;2)	(3;3)

**Равновесие по Нэшу (5;5)** — выбор наилучшего решения при различных вариантах поведения других игроков.

- Достигается в условиях неопределенности.
- Неэффективно.
- Устойчиво.

**Равновесие по Парето (3;3)** — выбор, при котором нет такого перераспределения, которое может улучшить благосостояние одного из игроков без снижения благосостояния другого.

- Достигается при наличии сговора.
- Эффективно.
- Неустойчиво.

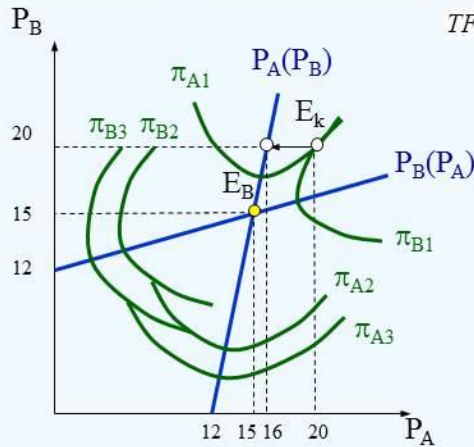
22



## Модель Ж. Бертрана

$$Q_A = 120 - 5P_A + 2P_B \quad Q_B = 120 - 5P_B + 2P_A \quad MC = 0$$

$$TFC = 125$$



$P_B(P_A)$  – функция реакции фирмы В на поведение фирмы А.

$P_A(P_B)$  – функция реакции фирмы А на поведение фирмы В.

Эти функции показывают зависимость оптимальной (максимизирующей прибыль) цены данной фирмы от заданной цены другой фирмы.

Кривые реакции – графическое изображение этих функций.

**Равновесие Бертрана** – ситуация, когда обе фирмы верно прогнозируют цену друг друга и устанавливают оптимальную цену на свою продукцию.

$E_k$  – равновесие картеля, неустойчиво.

23

## Изопрофиты – линии неизменной прибыли фирмы

### Свойства изопрофит в модели Бертрана:

1. Точки минимума изопрофит лежат на кривой реакции данной фирмы.
2. Ветви изопрофит направлены вверх – от оси, где отображается цена данной фирмы.
3. Изопрофиты, находящиеся ближе к оси данной фирмы, соответствуют меньшей прибыли этой фирмы.
4. Существует единственная точка касания изопрофит двух разных фирм, которая представляет ситуацию монополистического сговора, при этом общая прибыль в отрасли максимальна, а предельные прибыли фирм равны нулю

Прибыли фирм		Фирма В	
		Конкуренция	Ценовой сговор
Фирма А	Конкуренция	N (1000; 1000)	(1155; 915)
	Ценовой сговор	(915; 1155)	P (1075; 1075)

24

## Тема 5. Общее экономическое равновесие. Проблемы эффективности рынка и государства

### «Провалы рынка»

- *Недостаточное производство общественных благ.*
- *Проблема внешних эффектов (экстерналий).* Перепроизводство благ с отрицательными внешними эффектами и недопроизводство благ с положительными внешними эффектами (два решения проблемы: неоклассический подход и институциональный).
- *Информационная асимметрия – разный доступ к информации участников сделки.*
- *Рынок не способен поддерживать конкурентную среду.*

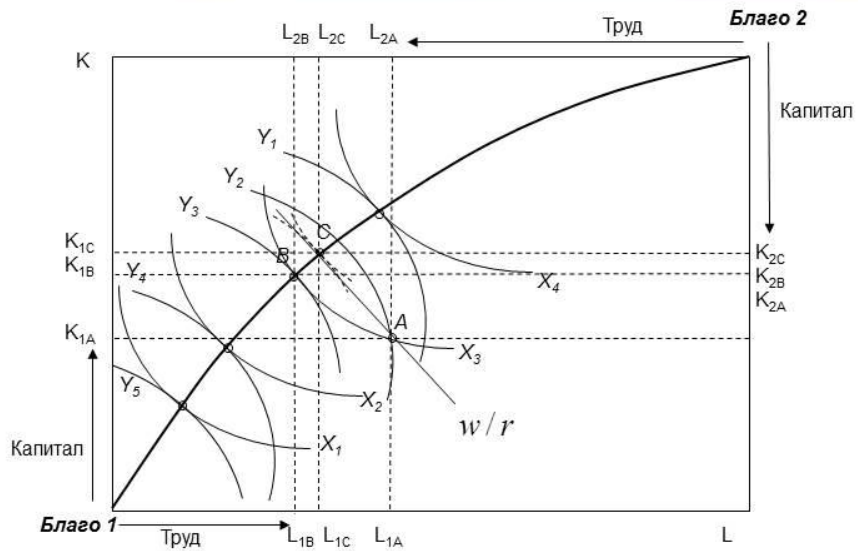
1

### «Провалы государства» (несовершенство принятия политических решений)

- Узкие горизонты планирования.
- Недостаток знаний.
- Ограниченность информации.
- Наличие частного интереса у политиков и чиновников.  
(поиск ренты, лоббизм, система «вращающихся дверей», логроллинг, парадокс Кондорсе, политический деловой цикл).
- Отсутствие контроля со стороны общества
- Несовместимость во времени.

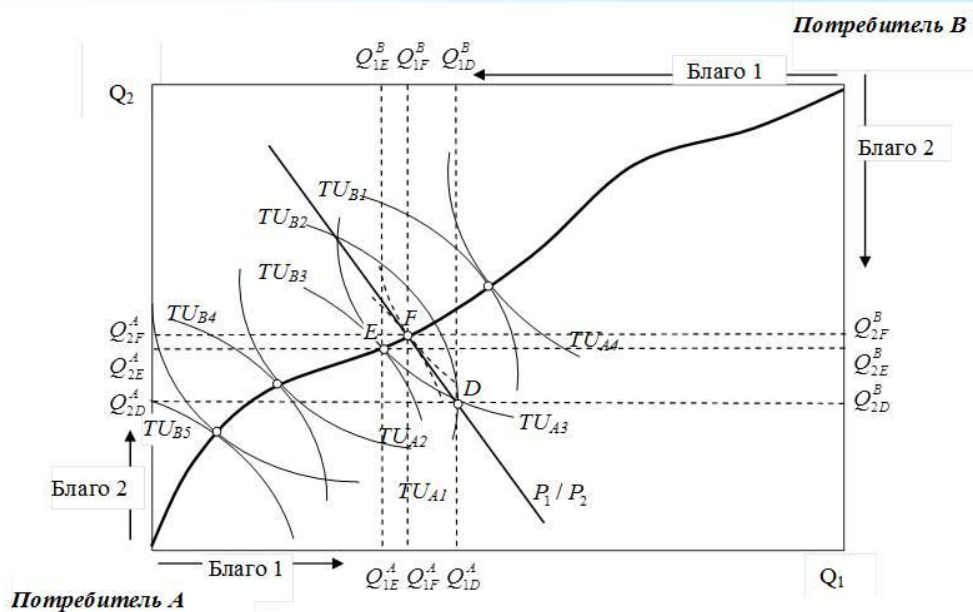
2

## «Ящик Эджуорта»: эффективность в распределении ресурсов



3

## «Ящик Эджуорта»: эффективность в потреблении благ



4

## 4. Учебная литература

### Основная литература:

1. Маховикова Г.А. Микроэкономика. Продвинутый курс: учебник и практикум / Г. А. Маховикова, С. В. Переверзева. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — (Магистр). (Электронная библиотека Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/book/19F29143-6CA3-4677-9ECB-0C2CA253B451>).
2. Микроэкономика. Промежуточный уровень: учеб.-методич. пособие / Ю.Н. Черемных, В.А. Чахоян, А.Ю. Челноков, Ф.С. Картаев, О.В. Капустина ; под общ. ред. В.А. Чахоян. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 176 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. (Электронная библиотека Znanium.com. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=792594>).
3. Малкина М.Ю. Микроэкономика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 "Экономика" и 080200 "Менеджмент". - М.: ИНФРА-М, 2015 (2014, 2013). - 395 с. (Электронная библиотека Znanium.com. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=340869>).

### Дополнительная литература:

1. Деньгов В.В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков: учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 410 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). (Электронная библиотека Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/book/6ABD744A-0AB7-4163-A983-248E01A14429>).
2. Деньгов В.В. Микроэкономика в 2 т. Т. 2. Рынки факторов производства. Равновесие. Экономика риска: учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 384 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). (Электронная библиотека Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/book/9C2469F8-1A32-49A0-93D2-F0FD065750CE>).
4. Журавлева Г.П. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева; Под ред. Г.П. Журавлевой, Л.Г. Чередниченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 415 с. (Электронная библиотека Znanium.com. URL: <http://znanium.com/catalog/product/364824>).
5. Зюляев Н.А. Микроэкономика: продвинутый уровень: учебное пособие для магистратуры / Н. А. Зюляев. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 170 с. — (Университеты России). (Электронная библиотека Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/book/59BD7541-EA84-46E1-9B9E-427AC708344E>).
6. Малкина М.Ю. Микроэкономика. Практикум: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. (Электронная библиотека Znanium.com. URL: <http://znanium.com/catalog/product/1046187>).

Марина Юрьевна Малкина

**МИКРОЭКОНОМИКА  
(ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ).  
МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИЯМ**

*Учебно-методическое пособие*

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского».  
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23.