

Główny problem ekonomii: **ograniczoność zasobów.**

Trzy pytania o produkcję: **Co produkować? Jak produkować? Ile i dla kogo produkować?**

Mechanizm regulujący działalność gospodarczą człowieka (odpowiadający na te pytania) to rynek.

Problemy mikroekonomiczne:

- **Mikroekonomia zajmuje się analizą mechanizmu rynkowego.** Rynek to jest maszyna, która wytwarza ceny. **Rynek rządzi, tworząc ceny. Ma współzrządcę w postaci państwa.** Główny spór we współczesnej ekonomii – **ile państwa na rynku.** Generalnie **państwo ma pilnować regul.** Na drugim biegunie są **podjęcia interwencjonistyczne.** Trzecia doktryna: **gospodarka centralnie planowana – brak rynku, samo państwo.**
- **Mikroekonomia zajmuje się też graczami na rynku: producentami i konsumentami.**

Ekonomia rozwinęła się w 2. poł XVIII w. Wcześniej dominowała gospodarka naturalna – czyli taka, w której produkujemy na własne potrzeby. Ludzie wytwarzali niewiele więcej ponadto, co było im potrzebne. Dopiero po rewolucji pojawiła się gospodarka towarowa. Wytwarzano towary (dobra na sprzedaż). Gospodarki naturalnej zostało trochę np. na wsi, ale i stamtąd jest wypierana – bo np. właściciel fermy mlecznej kupuje masło w sklepie. Drugim bastionem gospodarki naturalnej jest gospodarstwo domowe, choć i tu jest jej coraz mniej.

Na czym polegają analizy ekonomiczne? Gdy popatrzymy na procesy gospodarcze, mamy wrażenie, że mamy do czynienia z totalnym chaosem. Ład wnosi wprowadzenie kategorii ekonomicznych:

Kategorie ekonomiczne – pojęcia abstrakcyjne odzwierciedlające pewne aspekty rzeczywistości. Np. cena, płaca, zysk, rynek. Są one w relacji z rzeczywistością, a jednocześnie są pojęciami abstrakcyjnymi. Cena określa relacje pomiędzy danym towarem a innymi. Cena jest czymś ogólnym, czymś wspólnym, co dotyczy wszystkich towarów. Abstrakcją jest też sam rynek.

Należy zbadać prawidłowości między kategoriami, tworząc przy tym *prawa ekonomiczne*. Np. gdy ceny idą do góry, ludzie kupują mniej.

Modele ekonomiczne i prawa ekonomiczne:

- formułując je, musimy pilnować zasady *ceteris paribus* (*en igualdad de condiciones, si no intervienen otros factores*)– „**przy innych warunkach niezmiennych**”: jeśli formułujemy jakieś prawo

ekonomiczne, musimy upewnić się, że inne czynniki nie uległy zmianie.

- **prawa ekonomii są obiektywne** - działają, czy nam się podoba czy nie. Niektórzy mówią, że odpowiednimi działaniami władzy można je zmienić. Otóż nie – można wpłynąć na to, że prawo nie ujawnia się tak, jak by się ujawniało bez interwencji rządu, ale ono działa. Na przykład: jeśli rząd drukuje pieniądze, występuje prawo inflacji. Przypuśćmy, że rząd zakazuje podnosić cen. Zaczyna brakować towarów, bo nikt nie zechce sprzedawać ich oficjalnie. Nawet w obozach koncentracyjnych był czarny rynek.

- **prawa ekonomii** działają w sposób specyficzny: **mają charakter stochastyczny** - są zależnościami typu statystycznego. **Przeciwnością są prawa o charakterze deterministycznym. Działanie zależności statystycznych ujawnia się dopiero w większej grupie.** Np. na bazarze wzrosły ceny kiszzonej kapusty. Oczekujemy, że ludzie kupią jej mniej. Tymczasem pani Eufemia, która robi bigos dla wnuków bardzo chce ją kupić, więc kupuje jej więcej niż zazwyczaj. Jak popatrzymy na to, ile sprzedano tego dnia i ile ceteris paribus dzień wcześniej, widzimy, że ludzie kupują mniej. W masie ludzie zachowują się typowo. Przykład prawa deterministycznego – prawa Newtonowskie – kula armatnia spadnie zawsze w tym samym miejscu, jeśli dobrze ustawimy kąt i siłę. Jeśli dobrze opiszemy założenia wyjściowe, przy prawach deterministycznych zawsze będziemy mieli ten samy rezultat.

- **Ekonomia** jak każda nauka społeczna **ma 2 twarze: Zasady ekonomii mają z jednej strony charakter pozytywny, a z drugiej normatywny.** Ekonomia pozytywna opisuje rzeczywistość taką, jaką jest. Tu zbliżamy się do nauk ścisłych. Pytamy np. jaki jest stopień nierówności dochodów w Polsce. Pozytywny - oddający rzeczywistość. Specyfiką nauk społecznych jest to, że oprócz pytania „jak jest?”, pytamy „jak powinno być?”.

Ekonomia a inne nauki

Ekonomia jest dyscypliną bardzo ekspansywną. Nie ma takiej nauki, która nie miałaby z nią styku. Wokół twardego rdzenia – mikro- i makroekonomii – jest wianuszek nauk, które z niej czerpią. Np. **ekonometria – opisuje zjawiska gospodarcze w języku matematyki.** Historia -> **historia gospodarcza i historia myśli ekonomicznej.** **Geografia + ekonomia = geografia ekonomiczna – problem lokalizacji przemysłu w kontekście przestrzennym.** **Socjologia + ekonomia = socjologia ekonomiczna.** Czasem trudno oddzielić procesy społeczne od ekonomicznych. **Ekonomia + polityka** = nie wystarczy przyjąć pewne założenia, musi być jeszcze układ sił politycznych, które chcą je wprowadzić w życie. Decyzje ekonomiczne trzeba widzieć w kontekście interesów rozmaitych grup. Psychologia ekonomiczna – z jednej strony tradycyjne obszary (np. marketing). W tej chwili ekonomia jest w fazie podważania faktu, że ludzie zachowują się racjonalnie (*homo economicus*). Człowiek nie jest maszynką kalkulującą na zimno zyski i straty. Ostatni kryzys bardzo zachęcił do badań nad ekonomią behawioralną. Ponadto są ekonomiki: np. ekonomika zdrowia. Problem ograniczoności zasobów dotyczy wszystkich dziedzin. Wypustka do nauk przyrodniczych: towaroznawstwo. Badamy pewne cechy fizyczne produktów, ale badamy je jako towary – coś, co mamy sprzedać.

Kategorie:

- **Zasobowe**
- **Strumieniowe**

Ad a. **Są mierzone na moment czasu.** „Jaka jest wartość Twojego majątku?”

Ad b. **Mierzone w odcinku czasu.** „Ile zarabiasz w ciągu miesiąca?”

Nie możemy bezpośrednio porównywać wartości strumieniowych i zasobowych, co nie znaczy, że między zasobami a strumieniami nie ma związku.

Ważne! W modelach podmioty gospodarujące (producenci, konsumenci) traktujemy jako jednostki działające racjonalnie. Zasada racjonalnego gospodarowania to albo zasada maksymalizacji efektu, albo zasada minimalizacji nakładu.

Zasada maksymalizacji efektu – należy gospodarować tak, by z danych zasobów uzyskać maksimum efektu.

Zasada minimalizacji nakładu – należy gospodarować tak, by dany efekt uzyskać przy użyciu jak najmniejszych środków.

Zatem na rynku mamy „egoistów”, którzy w sposób racjonalny dążą do swoich korzyści. **Adam Smith zauważył, że jakkolwiek na rynku działają ludzie motywowani egoistycznie, to rynek sprawia, że wspólnie ludzie działają na rzecz całego społeczeństwa.** „Nie życzliwości piwowara, rzemieślnika i piekarza zawdzięczasz swoje śniadanie”. To Adam Smith nazwał **cudem rynku.**

Ważne, by rynki były konkurencyjne! A nie wszystkie są. Rynek najbardziej konkurencyjny (czyli przynoszący największe pożytki) to rynek konkurencji gospodarczej.

Przeźreń po środku – przestrzeń konkurencji niedoskonałej. Można ją podzielić na oligopol (blisko monopolu) i konkurencję monopolistyczną (blisko konkurencji doskonałej).

Rynek - proces, gdzie kupujący i sprzedający określają, co mają kupić/sprzedać i warunki transakcji (w tym cenę).

Konkurencja -proces, w którym uczestnicy rynku przedstawiają korzystniejsze od innych oferty dla zawarcia transakcji.

Konkurencja doskonała:

- Nie ma bariery wejścia i wyjścia

- Bardzo wielu drobnych sprzedawców i bardzo wielu drobnych nabywców
- Informacja jest pełna i za darmo (nawet na bazarze nie jest za darmo, bo trzeba dużo chodzić, by znaleźć dobrą ofertę)
- Wszystkie produkty muszą być takie same (żeby wyeliminować konkurencję przy pomocy jakości)

Monopson – monopol po stronie popytu: dużo sprzedawców, jeden nabywca. Przykład: cukrownia. Buraki cukrowe są tanie na kilogram, więc nie opłaca się ich daleko przewozić. Buraki skupuje zazwyczaj najbliższa cukrownia. Inny przykład: na rynku pracy. W małym miasteczku jest jeden główny pracodawca.

Efekt działania rynku konkurencji doskonałej: **na rynku konkurencji doskonałej ceny podaje niewidzialna ręka rynku**. Ani konsumenci, ani producenci nie mają wpływu na cenę; ceny są dla nich zewnętrzne.

Ważne: **Zewnętrzność ceny jest ważnym czynnikiem rozwoju gospodarczego, ponieważ producent, nie mając wpływu na cenę, musi obniżyć koszty oraz tworzyć nowe produkty.**

Popyt - zależność funkcyjna ilustrująca odwrotnie proporcjonalną relację pomiędzy ceną dóbr a ilością dóbr, którą konsumenci są skłonni nabyć ceteris paribus. Popyt mówi, ile ludzie będą kupować danego produktu przy różnych poziomach cen. Prawo popytu ilustruje krzywa popytu.

Wielkość popytu - to, ile ludzie kupią przy danej cenie. Krzywa popytu pozwala określać wielkości popytu przy różnych rodzajach cen. Nie znaczy to, że popyt się zmienia – popyt jest stały, jest funkcją. Zmienia się wielkość popytu.

Popyt wzrósł - przy tych samych cenach ludzie kupują więcej. Popyt zmalał - przy tych samych cenach ludzie kupują mniej.

Czym innym jest zmiana wielkości popytu spowodowana zmianą ceny, a innym jest zmiana popytu spowodowana zmianą funkcji popytu – wówczas przy tej samej cenie ludzie kupują mniej lub więcej.

Dlaczego zmienia się popyt? Muszą zmienić się inne warunki:

- **Zmiana dochodów. Jeśli ludzie zaczynają zarabiać więcej, kupują więcej. Gdy dochody spadają, krzywa popytu opuszcza się w dół.**

- **Moda, zwyczaje, reklama**
- **Oczekiwania dotyczące cen** – np. ludzie nie kupują telewizorów 3D, bo czekają na spadek ceny
- **Ceny innych dóbr**, pod warunkiem, że są **związane** z danym dobrem relacją **substytucji** (margaryna i masło) albo **komplementarności** (samochód i benzyna).

$$y = a x + b$$

Gdy funkcja jest stroma, znaczy to, że popyt zmienia się minimalnie przy dużych zmianach ceny. Mówimy o takich dobrach, że popyt na nie jest sztywny względem ceny. Dotyczy to zwykle dóbr podstawowych.

Ekstremalny przykład: funkcja pionowa. Popyt równy niezależnie od ceny.

Gdy funkcja jest płaska, popyt jest względem ceny elastyczny: cena ledwo się zmienia, a wielkość popytu skacze. Dotyczy to dóbr luksusowych.

Ekstremalny przykład: linia całkiem pozioma. Popyt maksymalnie elastyczny. Przy danej cenie ludzie mogą kupić każdą ilość.

2010.10.22

Podaż – wprost proporcjonalna zależność między ilością dobra oferowanego przez producentów a ceną, *ceteris paribus*.

Dlaczego jest wprost proporcjonalna? Do pewnego stopnia **im więcej produkujemy, koszty produkcji jednej sztuki stają się mniejsze** (efekt skali). Od pewnego momentu zaczyna być inaczej (np. gdy skończyły się materiały z fabryk nieopodal i musimy przywozić materiały z daleka, cena rośnie).

Wyższa cena dopuszcza wyższą produkcję.

Na zmiany krzywej podaży wpływają:

- Koszty produkcji. Jeżeli koszty produkcji spadają, przy tych samych cenach przedsiębiorcy wytworzą więcej. Mogą tanieć czynniki produkcji (ziemia, kapitał, płaca).
- Innowacje: techniczne, organizacyjne

Mikroekonomia notatki - cały rok

Jeśli krzywa będzie stroma

Jeśli będzie płaska, niewielkiej zmianie ceny będzie towarzyszyła duża zmiana po stronie podaży.

Można też sobie wyobrazić, że podaż będzie doskonale nieelastyczna (przy danej) lub doskonale elastyczna (przy danej cenie różnie poziomy produkcji).

Cenowa elastyczność podaży zależy od gałęzi. Jeśli zmiana produkcji jest łatwa i tania, elastyczność jest duża. Jeśli rynek wygeneruje wysoką cenę, każdy przybiegnie na ten rynek i zacznie sprzedawać. Przykłady elastycznej podaży: rynek bazarowy; produkcja na wtryskarce (w której można produkować różne rzeczy). Przykład nieelastyczny: wielki piec (nie można go wyłączyć), węgiel (drażenie nowych szybów jest kosztowne).

Skąd się bierze cena?

Zachowania potencjalne producentów opisuje krzywa podaży, zachowania potencjalne konsumentów opisuje krzywa popytu.

Punkt przecięcia krzywej popytu i krzywej podaży z jednej strony wyznacza cenę równowagi (cenę, przy której producenci wytwarzają dokładnie tyle, ile chcą kupić konsumenci), a z drugiej strony wielkość obrotów na rynku.

Ważne: tylko cena ustalona rynkowo ma walor trwałości. Sprzedający/kupujący mogą zaproponować inną cenę, ale ona zostanie zmieniona.

2010.11.02

Teoria zachowań konsumenta

Model konsumenta idealnego. Model ma to do siebie, że nie odzwierciedla zachowań każdego z osobna. Jest to konstrukt, który z grubsza odpowiada zachowaniu wszystkich.

Idealny konsument jest racjonalny i suwerenny.

- **Racjonalny** – wybiera w sposób świadomy, zgodny ze swoim interesem; Zakładamy, że ma preferencje (woli jedno od drugiego), umie je uporządkować (buduje hierarchię) i w ramach tych preferencji potrafi dokonywać wewnętrznie zgodnych wyborów. Konsument idealny maksymalizuje zadowolenie.

Autor: Wojciech Skorupski

Mikroekonomia notatki - cały rok

- **Suwerenny** – posiada pełną i prawdziwą informację o przedmiocie swojej konsumpcji i potrafi ocenić, na czym polegają jego korzyści.

Konsument musi podjąć decyzję, porównując nieporównywalne (czy chcemy za nasze pieniądze zjeść lody czy kupić gazetę). Porównanie jest możliwe dzięki zadowoleniu. To zadowolenie łączy lody i kupowanie gazety. Kategoria mierząca to zadowolenie to kategoria użyteczności. Jest to fundamentalna kategoria, wyjaśniająca zachowanie konsumenta.

Użyteczność – suma zadowolenia, jaką osiąga dany konsument, nabywając dane dobro.

- Problem. *De gustibus non disputandum est*. Jest to kategoria subiektywna.

Aby podjąć decyzję, nie musimy przyznać każdemu dobru określonej wartości liczbowej. Wystarczy, że zbudujemy hierarchię, określając, co jest lepsze, a co gorsze. Nie musimy zatem umieć mierzyć wartości użyteczności.

Prawo malejącej wartości krańcowej: wraz ze wzrostem konsumpcji danego dobra użyteczność kolejnych jego porcji maleje.

Wartość użyteczności nie jest stała dla danego dobra u danej osoby. Spada wraz z ilością. Np. pierwszy pisak jest wykładowcy bardzo potrzebny, drugi mniej, ale może być zapasowy. Trzeci może się przydać, ale jest to mniej prawdopodobne. Czwarty może mieć nawet użyteczność ujemną – bo wprowadzi bałagan na biurku.

Istnieją takie dobra, których ta cecha nie dotyczy – np. dobra kolekcjonerskie. Znaczek nr 21 ma największą wartość, bo domyka kolekcję. To jednak wyjątek.

Przebieg użyteczności całkowitej

Użyteczność całkowita rośnie tak długo, jak użyteczność krańcowa jest dodatnia. Rośnie coraz wolniej. Np. pierwsza bułka nasyci nas bardzo, druga mniej – ale też będzie sycić. Gdy użyteczność krańcowa dojdzie do zera, to znaczy, że z konsumpcji danego dobra wyciągnęliśmy wszystko, co się da.

Podjmując pewne decyzje tak naprawdę wyceniamy użyteczność danego dobra ze świadomością, że użyteczność krańcowa maleje.

Na czym polega decyzja konsumenta?

Konsument bierze pod uwagę dochody realne (jego ograniczenie budżetowe) i ceny. Dochód realny mówi nam, co możemy kupić za swoje zasady. Dochód nominalny jest łatwo pomierzyć, realny – trudniej.

By dokonać tego pomiaru stosuje się koszyki. Powstał również Big Mac index.

Autor: Wojciech Skorupski

Preferencje

Upraszczając: mamy 200 zł dochodu nominalnego. Wchodzimy do hipermarketu, gdzie są ceny, a zatem przechodzimy na dochód realny. Nasze zakupy będą zależały od naszych preferencji.

Jeżeli dobierzemy odpowiednie proporcje piwa i precli może się okazać, że użyteczność koszyków D, C i E jest taka sama. Gdy połączymy wszystkie koszyki, które mimo innych ilości piwa i precli mają tę samą użyteczność, stworzymy **krzywą obojętności**.

Dla każdego konsumenta możemy narysować zestaw krzywych obojętności, które będą odzwierciedlały jego preferencje – będą pokazywały, jak lubi piwo względem precli.

Jakie cechy muszą mieć wybory konsumenta, by rzeczywiście dało się narysować taką mapę?

- Kompletność preferencji. Wobec wszystkich koszyków potrafi on powiedzieć, co woli.
- Przechodniość preferencji. Jeżeli $a > b$ i $b > c$ to $a > c$.
- Nienasyconość konsumenta. Nie ma takiego zestawu, od którego byśmy nie chcieli lepszego. Konsument zawsze woli więcej niż mniej.

Cztery cechy krzywych obojętności:

- Są nachylone negatywnie.
- Nie przecinają się.
- Jest ich nieskończenie wiele. (Bo są w głowie konsumenta)
- Są hiperbolami. Gdyby były prostymi, przekładka piwa na precle byłaby zawsze taka sama.

Ważne: Wszystkie koszyki leżące na tej samej krzywej miały tę samą użyteczność. Nie wynika z tego jednak, że mają taką samą cenę.

Ceny

Mamy 200 zł. Kupimy 40 puszek piwa po 4 złote i 20 paczek precli po 2 złote.

$$D = xp_1 + yp_2$$

Mając dochód realny, możemy wyznaczyć wielkość koszyków, które będą miały taką cenę, choć ich użyteczność nie jest równa. Linia opisująca to to linia budżetu:

W przypadku użyteczności stopa zamiany się zmieniała, ale w przypadku cen stopa wymiany jest stała: 4 zł piwo i 2 zł precle. Zawsze za 2 paczki precli 1 puszka piwa.

Szukamy optimum konsumenta. Musimy wziąć pod uwagę dwa aspekty:

- preferencje
- ograniczenie budżetowe (środki, którymi dysponuje)

Pierwszą stroną zagadnienia opisuje mapa krzywych obojętności.

Ograniczenie budżetowe opisuje linia budżetu.

Na krzywej obojętności wszystkie koszyki charakteryzują się taką samą użytecznością. Na linii budżetu użyteczność koszyków się zmienia, a niezmienna pozostaje cena. Celem konsumenta jest wybór najbardziej użytecznego koszyku.

Równoległe przesunięcie linii budżetu w górę oznacza wzrost dochodów nominalnych. Przy stałych cenach, jest to równoznaczne ze wzrostem dochodów realnych. Równoległe przesunięcie linii budżetu w dół oznacza spadek dochodów.

Przy zmianie cen zmieni się kąt nachylenia linii budżetu. Precele drożeją = gdybyśmy chcieli wydać na nie wszystko (wariant bezpieczny), kupimy ich mniej, natomiast gdybyśmy chcieli wydać wszystko na piwo, kupilibyśmy ich tyle samo.

Ważne: w danym momencie mamy tylko jedną linię budżetu.

Linie budżetu są liniami prostymi, a krzywe użyteczności krzywymi – dlaczego? Ponieważ w drugim przypadku mamy do czynienia z prawem malejącej wartości krańcowej.

Gdy naniesiemy na siebie krzywą obojętności i linię budżetu, możemy uzyskać kilka możliwości:

- Nie przecinają się – nie stać nas na dany koszyk
- Przecinają się – możliwe, że przepłacimy za koszyk
- Są styczne – to najlepsze rozwiązanie

Konsument znajduje optimum w punkcie styczności linii budżetu i krzywej obojętności.]

1. Popyt konsumenta względem zmiany dochodu

2. Popyt konsumenta względem zmiany cen

Ad 1. Wzrost dochodu

[wykres]

Wariant 1: wraz ze wzrostem dochodu rośnie konsumpcja wszystkich dóbr w koszyku.

Wariant 2: W niektórych przypadkach wzrost dochodu może prowadzić do zmiany stosunku konsumpcji danego dobra w koszyku względem drugiego. Dzieje się tak w przypadku dóbr podrzędnych.

[wykres]

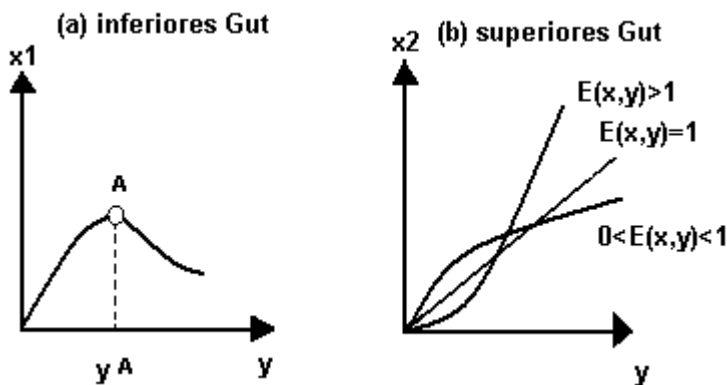
Dwa rodzaje dóbr:

- Dobra normalne – ich konsumpcja rośnie wraz ze wzrostem dochodów
- Dobra podrzędne (poślednie) – ich konsumpcja spada wraz ze wzrostem dochodów

Analiza pojedynczego dobra. Prawo Engla (Engel) : Wraz ze wzrostem dochodu udział wydatków na żywność maleje.

W Polsce na żywność wydaje się ok. 25% dochodów. Jest to średnia wartość.

Krzywa Engla



Wykres (b) Na początku krzywa jest w miarę płaska – przy małym przyroście dochodów jest duży wydatek na dane dobro. Udział wydatków na samochód w strukturze wszystkich wydatków będzie rósł. Po pewnym czasie krzywa ta robi bardziej stroma = udział wydatków na samochód stabilizuje się. W końcu ta krzywa staje się jeszcze bardziej stroma – duży przyrost dochodu wywołuje mały przyrost wydatków na dane dobro. Znaczący to, że uznaliśmy, że potrzeba pt. samochód jest wysycona. Gdy dostaniemy podwyżkę, jej niewielką część wydajemy na samochód. Udział wydatków na samochód nie zmienia się.

Dwa rodzaje dóbr normalnych:

- **Dobra podstawowe** – wraz ze wzrostem dochodu udział danego dobra w wydatkach spada
- **Dobra luksusowe** – wraz ze wzrostem dochodu udział danego dobra w wydatkach rośnie

Ważne – status bycia dobrem luksusowym nie jest przypisany na stałe. Dobra mogą być luksusowe dla jednych (płaska część wykresu), dla drugich nie (stroma część wykresu).

16.11.2010

Jeżeli taniej jeden produkt to wzrasta konsumpcja wszystkich produktów w koszyku.

Skutki zmiany ceny:

- Uruchomienie efektu (mechanizmu) dochodowego
- Uruchomienie efektu (mechanizmu) substytucyjnego

I. Efekt dochodowy – zmiana ceny powoduje zmianę dochodu realnego, przy zachowaniu stałego dochodu nominalnego. Kierunek tego mechanizmu jest stały dla wszystkich produktów (związany jest z bezwzględną zmianą ceny)

II. Efekt substytucyjny – Działa na rzecz dobra które relatywnie taniej, a przeciw temu, które relatywnie drożeje (na rzecz piwa, przeciwko preclom)

ED należy pomniejszyć o ES

Paradoks Siffena: Wzrost ceny na pewne dobro powoduje wzrost popytu nań (ziemniaki+słonina). Wynika to z podrzędności (pośledniości) ziemniaków.

	Ziemniaki	Słonina
ED	↓	↑
ES	↑	↓

Paradoks Veblena: Wzrost ceny na pewne dobro powoduje wzrost popytu nań, użyteczność staje się funkcją ceny. Wynika to z luksusowości dobra (im wyższa cena, tym lepiej pokazuje min. zamożność posiadacza, stąd też wzrost ceny powoduje wyższą atrakcyjność).

Owczy pęd („Wszyscy mają Mambę, mam i ja”)

Efekt Snoba (Wszyscy mają laptopa, to ja zeszyt za 10 zł)

Co reguluje działalność przedsiębiorstwa ?

- **Regulacje administracyjne** przełożonych (wewnątrz poszczególnych przedsiębiorstw)
- **Rynek** (pomiędzy poszczególnymi przedsiębiorstwami)

Koszt transakcyjny – koszty przygotowania, zawarcia i wykonania kontraktu (stanowią ok. 55% PKB w krajach rozwiniętych, podczas gdy 100 lat temu stanowiły one jedynie 25% PKB); są to koszty działania rynku i aparatu administracyjnego.

Outsourcing – zlecenie wykonania pewnych zadań w przedsiębiorstwie innemu przedsiębiorstwu (np. zatrudnianie jakiejś firmy sprzątającej do sprząkania na uniwersytecie).

Zasoby wyspecjalizowane - mają wartość w wąskiej grupie kontraktów, włączane są w strukturę hierarchiczną. Ich przeciwieństwem są **dobrze uniwersalne** (mają zastosowanie w szerokiej gamie kontraktów), które są outsourcingowanymi

Cele istnienia przedsiębiorstwa:

TEORIA	CEL ISTNIENIA PRZEDSIĘBIORSTWA
Ekonomia neoklasyczna	Celem istnienia przedsiębiorstw jest zysk, a więc przychody ze sprzedaży pomniejszone o koszty produkcji
-----	Celem istnienia przedsiębiorstwa jest maksymalizacja płac (spółdzielnie: adwokacka, czy lekarska)
-----	Celem istnienia przedsiębiorstwa jest maksymalizacja udziału w rynku
Teoria behawioralna	Celem istnienia przedsiębiorstwa jest zrównoważenie interesów wszystkich interesariuszy wchodzących w jego skład
-----	Celem istnienia przedsiębiorstwa jest przetrwać na rynku
-----	Celem istnienia przedsiębiorstwa jest zaspakajanie potrzeb jego członków

W większości firm następuje rozdział **własności** i **zarządzania** (właściciel/e → manager/owie), stąd wynika

Mikroekonomia notatki - cały rok

koncepcja pryncypała (tego który zleca pracę) i agenta (tego który ją wykonuje). Struktura taka tworzy jednak **problem agencji**.

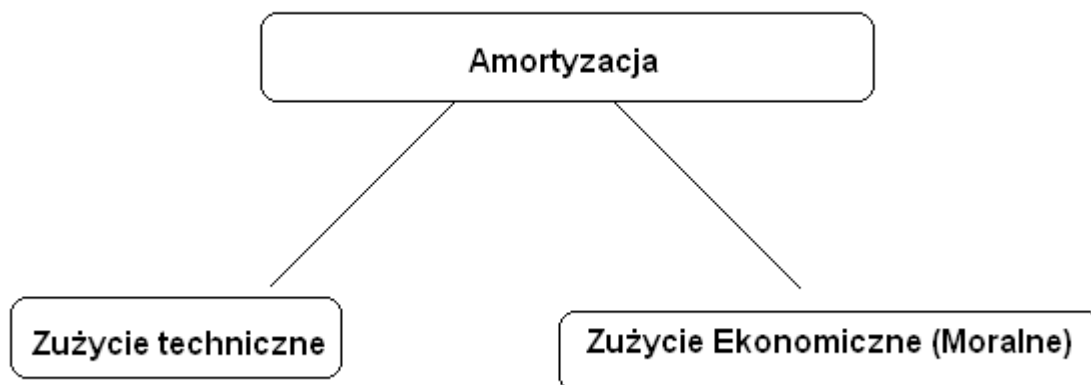
Warunki zaistnienia problemu agencji:

- Rozdził między celami pryncypała i agenta
- Asymetria informacji między agentem (który wie więcej), a pryncypałem (który wie mniej).

Rozwiązaniem problemu agencji jest umotywowanie agentów by ich cele były zbieżne z celami firmy np. poprzez wydawanie pensji w akcjach firmy. Ma to jednak swoje **koszty, zwłaszcza jeżeli chodzi o udowodnianie bycia **agentem godnym zaufania**.**

Koszty – nakłady wyrażone w pieniądzu, mają one taką postać by można jej było porównywać i sumować

Amortyzacja – zużycie maszyny, mierzona jest w jakiejś jednostce czasu



Zużycie techniczne - maszyna po wyprodukowaniu 1 000 000 butelek „rozsypanie się”

Zużycie ekonomiczne (moralne) – maszyna wytwarza produkty przestarzałe/ lub produkuje je w sposób nieefektywny.

30.11.2010

Wartość dobra	Zużycie materiałów i surowców	Wartość przeniesiona	Koszt Faktyczny
	Amortyzacja		
	Płace pracowników	Wartość dodana	
	Czynsz		
	Zysk faktyczny		

PKB = zsumowana wartość wartości dodanej wszystkich produktów

PKN = zsumowana wartość wartości dodanej wszystkich produktów + amortyzacja

Koszt alternatywny – utracona korzyść wynikająca z użycia danego zasobu w danym miejscu (kosztem alternatywnym dla siedzenia na wykładzie jest pójście do kina)

Zysk ekonomiczny = Zysk faktyczny – koszt alternatywny

- $Z_e > 0$ Wybraliśmy korzystniejszą wersję rozporządzenia danym zasobem
- $Z_e = 0$ Nie ma znaczenia którą formę działalności prowadzimy
- $Z_e < 0$ Wybraliśmy mniej korzystną wersję rozporządzenia danym zasobem

$$\text{Efektywność} = \frac{\text{EFEKT}}{\text{NAKLAD}}$$

Sposoby wyrażania efektywności:

- **W naturze:**

$$\text{Efektywność} = \frac{\text{TECZKI}}{\text{CZAS}}$$

Np. Pracownik „A” produkuje 20 teczek/h a pracownik „B” 18 teczek/h. Możemy więc powiedzieć, że pracownik „A” pracuje efektywniej niż pracownik „B”.

- **W pieniądzu:**

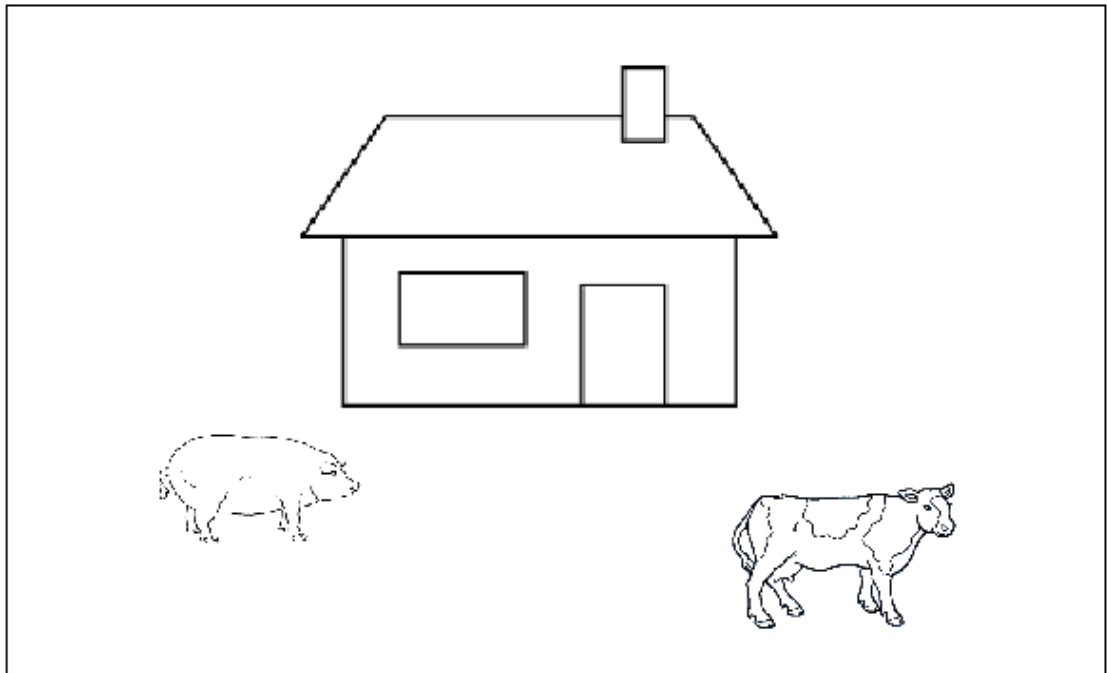
$$\text{Efektywność} = \frac{\text{PRZYCHÓD ZE SPRZEDAŻY}}{\text{KOSZTY}}$$

Np. Sprzedawca „A” ze sprzedaży dostaje 1,07 zł, podczas gdy koszt produkcji wynosi 1,00zł, a sprzedawca „B” ze sprzedaży dostaje 1,04 zł, podczas gdy koszt produkcji wynosi 1,00zł. . Możemy więc powiedzieć, że praca pracownika „A” jest bardziej efektywna niż praca pracownika „B”. W cenie tej uwzględniony został koszt produkcji mówimy więc o zwrocie kosztu produkcji i zysku łącznie.

- **W postaci stopy zysku:**

$$\text{Efektywność} = \frac{\text{ZYSK}}{\text{KOSZTY}}$$

Np. Sprzedawca „A” ze sprzedaży dostaje 0,07 zł zysku zł, podczas gdy koszt produkcji wynosi 1,00zł podczas, a sprzedawca „B” ze sprzedaży dostaje 0,04 zł, podczas gdy koszt produkcji wynosi 1,00zł. . Możemy więc powiedzieć, że zysk z pracy pracownika „A” jest bardziej efektywny niż zysk z pracy pracownika „B”. Jednostką stopy zysku są zazwyczaj procenty (Zysk pracownika „A” wynosi 7% w stosunku do nakładu). W cenie tej nie został uwzględniony koszt produkcji mówimy więc tylko o zysku.



$$Q = f(n_1, n_2, \dots, n_x)$$

Założenia:

$Q = f(K, L)$ – wersja dwuczynnikowa, pozostałe czynniki pozostają ceteris paribus

$Q = f(L)$ – wersja jednozynnikowa, pozostałe czynniki pozostają ceteris paribus

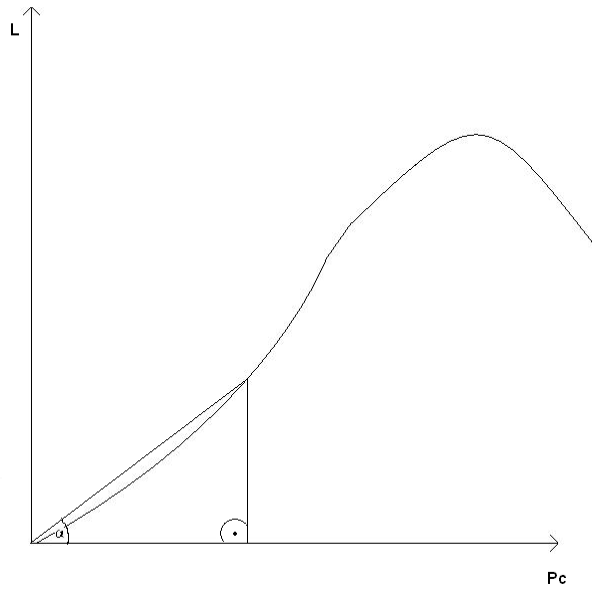
Analiza I czynnikowa:

Produkcja całkowita – ogół wartości wszystkich dóbr wytworzonych w danym przedsiębiorstwie

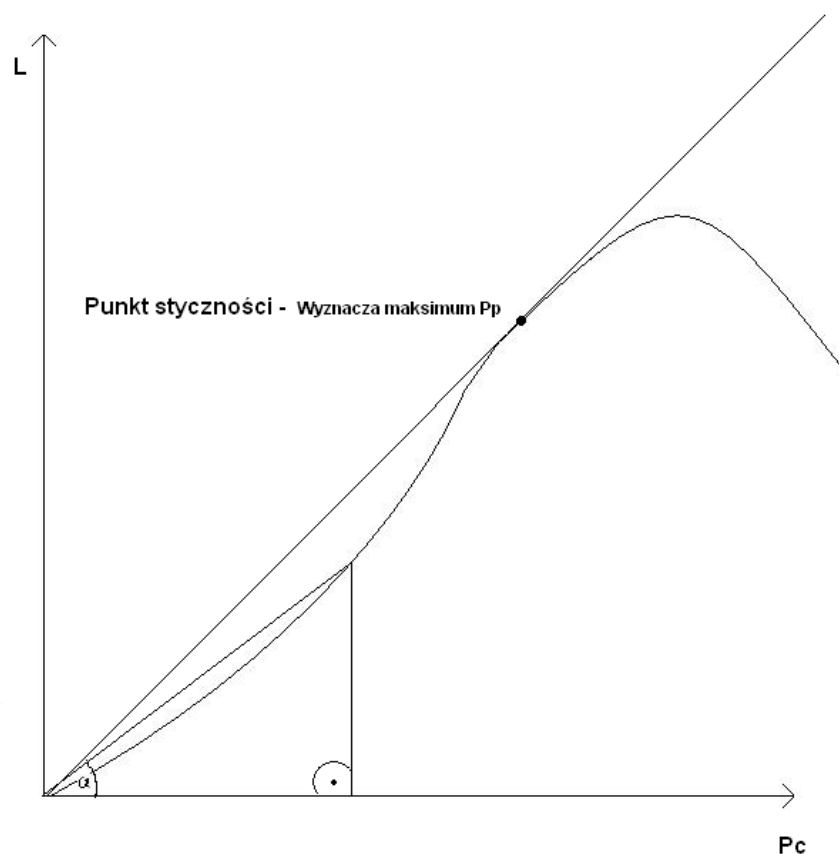
Produkcja przeciętna – wartość dóbr przypadająca na jednego pracownika

Produkcja krańcowa (marginalna) – produkcja zmieniająca się w zależności od zmian zwiększenia o jednostkę zmiennego czynnika (np. ilości pracowników jak na powyższym schemacie)

ANALIZA WZROSTU PRODUKCJI, PRZY ZMIANIE JEDNEGO CZYNNIKA



$$Pp = \text{tg } \alpha$$



Pp może być identyczna w dwóch różnych punktach.

14.12.2010

Wzrost produkcji nie jest proporcjonalny względem nakładów środków produkcji. Czasem niewielki nakład powoduje znaczny wzrost, a czasami znaczny nakład powoduje znikomy wzrost.

[wykres str. 2]

[wykres str. 3]

Produkcja krańcowa to tangens konta, który tworzy styczna do wykresu funkcji w danym punkcie i oś ox.

Produkcja przeciętna $P_p = \text{tg}$ kąta $\alpha = y / x$

Efektywne zwiększania produkcji to zwiększanie wszystkich czynników. Zwiększenie tylko jednego nie przyniesie spodziewanych efektów (co z tego, że dostarczymy więcej surowców, skoro nie będzie ani maszyn do ich obróbki, ani ludzi do ich obsługi).

Wzrost (ew. spadek) produkcji krańcowej, całkowitej oraz przeciętnej w zależności od zwiększania nakładów środków produkcji:

- Produkcja krańcowa rośnie, produkcja przeciętna rośnie, produkcja całkowita rośnie
- Produkcja krańcowa maleje, produkcja przeciętna rośnie, produkcja całkowita rośnie
- Produkcja krańcowa maleje, produkcja przeciętna maleje, produkcja całkowita rośnie
- Produkcja krańcowa maleje, produkcja przeciętna maleje, produkcja całkowita maleje

ANALIZA WZROSTU PRODUKCJI, PRZY ZMIANIE DWÓCH CZYNNIKÓW

Im większy jest nakład pracy, tym mniejszy jest nakład kapitału i vice versa - im niższy nakład pracy tym wyższy nakład kapitału.

Im wyższy jest nakład danego dobra, tym niższa jest jego użyteczność.

Krzywa Cobba Douglasa

[wykres str.4]

KOSZTY

Koszty podzielić można na:

- Koszty stałe (są niezależne od wielkości produkcji)
- Koszty zmienne (zmieniają się wraz ze zmianą wielkości produkcji)

$$\text{Koszt przeciętny } K_p = K_c / Q$$

$$K_c = K_s + K_z$$

K_s - koszty stałe

K_z - koszty zmienne

K_c – koszt całkowity

Q – Wielkość produkcji

$$\text{Koszt krańcowy } K_k = \Delta K_c / \Delta Q$$

04.01.2011

Koszt 100 produktów wynosi 2965 zł, koszt 101 3000zł. Tak więc produkt 101 ma

Mikroekonomia notatki - cały rok

$Kk = 35$ zł. Kk nie jest wartością stałą dla kolejnych produktów, ponieważ może okazać się, że produkcja 102 produktów kosztuje 3080zł i wtedy $Kk = 80$ zł.

Wysokie koszty stałe narzucają wysoką produkcję, żeby koszt przeciętny nie był zbyt wysoki

[wykres 1] Koszt stały całkowity, koszt stały przeciętny, koszt stały krańcowy

[wykres 2] Koszt zmienny całkowity, koszt zmienny przeciętny, koszt zmienny krańcowy

[wykres 3] koszt zmienny przeciętny, koszt zmienny krańcowy (punkt minimum)

[wykres 4]

Koszty krańcowe zmienne są takie same, jak koszty krańcowe całkowite, stąd też nazywane są w ekonomicznej nomenklaturze po prostu kosztami krańcowymi

11.01.2011

Założenia: stałe są ceny produktów, koszty (praca, surowce itp), wszystkie produkty są identyczne, na rynku jest bardzo wiele małych przedsiębiorstw i małych nabywców. W skali rynku brażuje to poniższy wykres:

[wykres 1]

W skali pojedynczego przedsiębiorstwa wygląda to nieco inaczej, ponieważ jest on bardzo mały i jego obecność lub nie nie wywiera zmiany.

[wykres 2]

Na ilość produkcji ma więc wpływ generowan przez niewidzialną cena oraz koszt krańcowy.

[wykres 3]

Maksimum produkcji wyznacza punkt przecięcia kosztu krańcowego i ceny (ich zrównania się). Wynika to z relacji zobrazowanej na wykresie

[wykres 4]

Kiedy przedsiębiorca osiągnie zysk ?

Co zrobić żeby zminimalizować straty ?

- Mimo braku zysku w krótkim okresie należy oprodukować dalej - mniejsze straty, gdy mniejsze są straty porodukcji, niż zawiesić produkcję
- Z powodu braku zysku w krótkim okresie należy zaprzestać produkcji - gdy są niskie koszty stałe i opłacalne jest ich opłacanie, pomimo braku zysku

Autor: Wojciech Skorupski