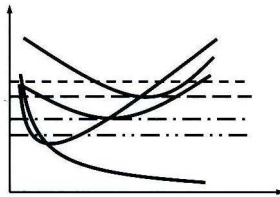


VIKTORS NEŠPORS

# MIKROekonomikas teorijas pamati

Mācību grāmata



RTU Izdevniecība

2015

# SATURS

1. MIKROEKONOMIKAS PRIEKŠMETS.....	5
1.1. Ekonomikas teorija .....	5
1.2. Ražošanas iespēju likne .....	6
1.3. Ekonomikas pamatproblēmas, to risināšanas metodes.....	7
1.4. Tradicionālā ekonomika .....	8
1.5. Tirgus ekonomika.....	8
1.6. Komandu ekonomika.....	9
1.7. Jauktā ekonomika.....	10
1.8. Pozitīvā un normatīvā analīze, makroekonomika un mikroekonomika .....	10
2. PIEPRASĪJUMA UN PIEDĀVĀJUMA TEORIJAS PAMATI.....	15
2.1. Pieprasījums.....	15
2.2. Pieprasījuma apjoms .....	18
2.3. Piedāvājums.....	21
2.4. Piedāvājuma apjoms.....	22
2.5. Tirgus līdzsvars.....	24
2.6. Pieprasījuma un piedāvājuma elastība.....	25
2.7. Elastības koncepcijas praktiskā nozīme.....	31
2.8. Ienākumu un krustiskā elastība .....	33
2.9. Piedāvājuma elastība .....	34
3. PATĒRĒTĀJA IZVĒLES TEORIJA.....	44
3.1. Vajadzības, labumi, derīgums .....	44
3.2. Kopējais derīgums un robežderīgums. Kritošā robežderīguma likums .....	46
3.3. Kopējā derīguma maksimizēšana. Patērētāja līdzsvara nosacījums .....	50
3.4. Vienāderīgumu likne. Budžeta līnija.....	53
4. UZŅĒMUMS UN UZŅĒMĒJDARBĪBA .....	69
4.1. Uzņēmējdarbība un uzņēmējs.....	69
4.2. Ražošanas izmaksas: grāmatveža un uzņēmēja (ekonomista) vērtējums .....	71
4.3. Nākotnes vērtības pielīdzināšana tagadnes vērtībai. ....	75
5. RAŽOŠANA: RAŽĪGUMS UN IZMAKSAS .....	85
5.1. Ražošana, ražošanas faktori .....	85
5.2. Ražošanas funkcija .....	87
5.3. Ražotāja līdzsvars. Ražošanas faktoru kombinācija, kas nodrošina viszemākās izmaksas.....	90
5.4. Ražošanas izmaksas. Mainīgās un nemainīgās izmaksas.....	95
5.5. Kopējās, vidējās un robežizmaksas .....	96
5.6. Izmaksas garajā periodā.....	99

6. PEĻŅA UN FIRMAS MĒRĶI.....	110
6.1. Peļņa un tās veidi.....	110
6.3. Peļņas teoriju kopsavilkums.....	113
6.4. Peļņas sociālie aspekti .....	114
6.5. Firmas alternatīvie mērķi .....	114
6.6. Firmas mērķi un īpašnieka – pārstāvja ( <i>principal – agent</i> ) problēma.....	116
7. FIRMAS PEĻŅAS MAKSIMIZĒŠANA PILNĪGAS KONKURENCES APSTĀKĻOS .....	120
7.1. Pilnīga konkurence, tās pazīmes .....	120
7.2. Ieņēmumi pilnīgas konkurences apstākļos .....	122
7.3. Uzņēmuma peļņas maksimizēšana (firmas līdzsvars) pilnīgas konkurences apstākļos īsajā periodā .....	124
7.4. Pilnīgas konkurences ekonomiskās sekas.....	132
8. FIRMAS PEĻŅAS MAKSIMIZĒŠANA PILNĪGA MONOPOLA APSTĀKĻOS .....	140
8.1. Pilnīgs monopols. Tā pazīmes.....	140
8.2. Firmas pieprasījuma likne pilnīga monopola apstākļos .....	141
8.3. Peļņas maksimizēšana pilnīga monopola apstākļos.....	144
8.4. Monopolizēta tirgus ekonomiskās sekas.....	145
9. FIRMAS DARBĪBA MONOPOLKONKURENCES UN OLIGOPOLA TIRGOS .....	156
9.1. Monopolkonkurences jēdziens. Produktu diferencēšana .....	156
9.2. Peļņas maksimizēšana monopolkonkurences apstākļos īsajā un garajā periodā .....	158
9.3. Oligopols, tā pazīmes.....	160
9.4. Spēļu teorija oligopola stratēģijas noteikšanā .....	167
10. RAŽOŠANAS FAKTORU TIRGUS.....	177
10.1. Ražošanas faktoru tirgus vieta un loma tautsaimniecībā .....	177
10.2. Ražošanas faktoru pieprasījums. Faktoru izmantošanas likums .....	178
10.3. Vismazāko izmaksu likums. Peļņas maksimizēšanas likums .....	181
10.4. Darba tirgus .....	182
10.5. Kapitāla tirgus .....	189
10.6. Zemes (dabas faktoru) tirgus .....	192
11. TIRGUS UN SABIEDRISKO (VALSTS) INSTITŪCIJU MIJIEDARBĪBA.....	201
11.1. Nepilnīga (asimetriska) informācija .....	202
11.2. Blakusefekti ( <i>externalities</i> ).....	203
11.3. Sabiedriskie labumi ( <i>public goods</i> ).....	206
11.4. Sabiedrības izvēles teorija .....	206
UZDEVUMU ATBILDES.....	216
SVARĪGĀKO JĒDZIENU SKAIDROJOŠĀ VĀRDNĪCA .....	234
BIBLIOGRĀFISKAIS SARAKSTS .....	243