

项目四 经济管理

模块1 微观经济管理



模块1 微观经济管理

【教学目标】

- 掌握市场失灵、微观经济政策的概念，理解垄断、外部影响、公共物品和信息不对称的含义以及它们如何造成市场失灵；明确经济学中解决市场失灵的各种微观经济政策。

【教学重点】

- 1、正确理解市场失灵、微观经济政策的概念；
- 2、掌握垄断、外部影响、公共物品和信息不对称的含义以及它们如何造成市场失灵；
- 3、学会分析解决市场失灵的各种微观经济政策。

【思政目标】

- 通过本模块学习，培养学生思想道德修养，提高法治素养、科学文化素质。

任务1 市场失灵

- 市场失灵的类型：
 - 垄断
 - 公共物品
 - 外部性
 - 信息不对称



任务2 公共物品

一、公共物品的含义

- 公共物品：供集体共同消费的物品，即指由每一个人消费并不能排除其他任何一个人消费的物品或劳务
- 私人物品：供个人单独消费的物品，那种可得数量将随任何人对它的消费或使用的增加而减少的物品，

私人物品的特征：

- 排他性：某个消费者在**购买**并得到一种商品的消费权之后，把其他的消费者排斥在获得该商品的利益之外。
- 竞争性：消费者或消费数量的增加引起商品生产成本的增加。

公共物品的特征：非排他性-不论一个人是否支付这种产品的价格，他都可以使用这种产品，如国防和环境

非竞争性-特点是消费者人数的增加并不对生产成本产生影响。

任务2 公共物品

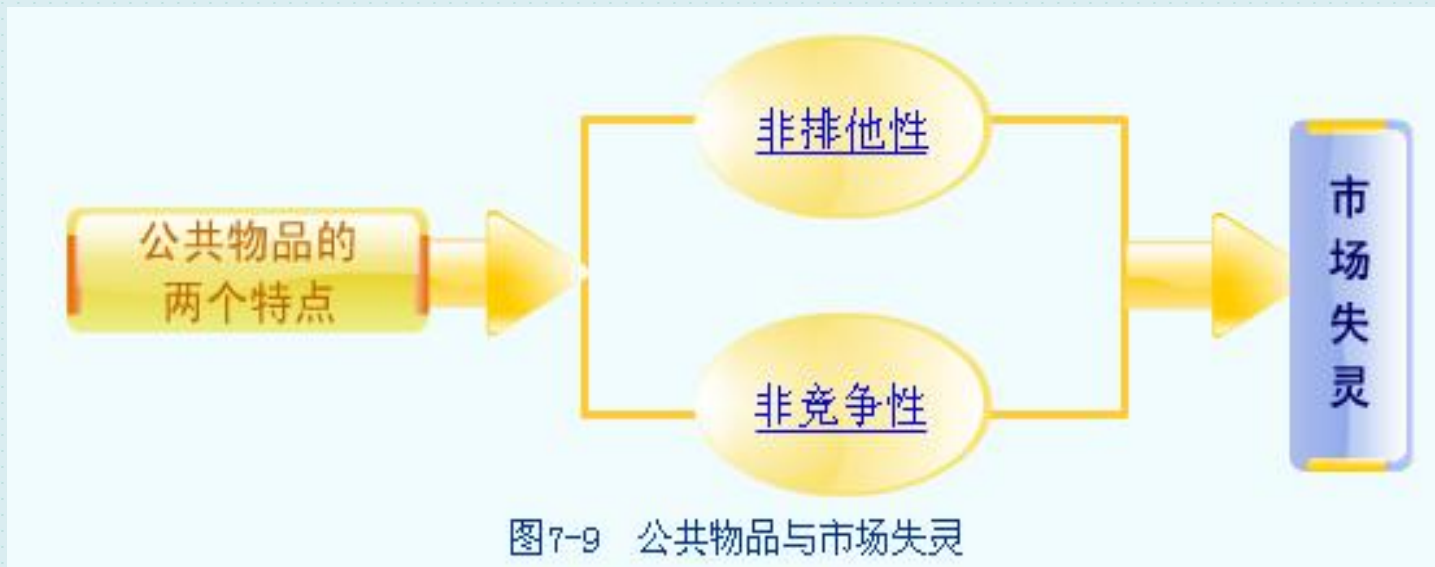
- 物品的分类:

特点	竞争性	非竞争性
排他性	<u>私人物品</u>	<u>自然垄断物品</u>
非排他性	<u>共有物品</u>	<u>公共物品</u>

- ❖ 说明下列物品的类别:
- ❖ 巧克力、路灯、公共草坪、学校、衣服、有线电视、海里的鱼、拥挤的收费道路、不拥挤的收费道路、拥挤的不收费道路、不拥挤的不收费道路

任务2 公共物品

二、公共物品与市场失灵



“搭便车”现象

二、公共物品的解决措施

1. 政府部门提供 税收
2. 有些公共物品在一定条件下可以成为准公共物品或私人物品，通过市场机制来提供。

任务3 外部性

一、外部性的含义

- 外部性：单个生产者或消费者的经济行为对社会上其它人的福利产生的影响。
- 外部影响会对他人产生有利的或不利的影晌，但不需要他人对此支付报酬或进行补偿的活动。
- 外部性的两种主要的类型是外部经济和外部不经济。
 - 负外部性(外部不经济)：环境污染、乱扔烟头和香蕉皮等
 - 正外部性(外部经济)：蜜蜂采蜜、漂亮和打扮等。

任务3 外部性

（一）外部经济

当某一市场主体的经济活动使其他市场主体或社会成员受益，而他自已却又不能由此得到补偿，那么这种行为所导致的外部结果就是“正外部性”，亦称“外部经济”。它是对个人或社会有利的外部性。因此，外部经济的特点是私人利益低于社会利益，私人成本则会高于社会成本，容易导致供给不足。根据经济活动的主体是生产者还是消费者，“外部经济”又可分为生产的外部经济和消费的外部经济。

1.生产的外部性

指当一个生产者采取的经济行动对他人产生了有利的影响，而自己却不能从中得到报酬。例如，一个企业对其所雇佣的工人进行培训，而这些工人可能转到其他单位去工作。

2.消费的外部性

指当一个消费者采取的行动对他人产生了有利的影响，而自己却不能从中得到补偿时，便产生了消费的外部经济。例如，当某个人对自己的房屋和草坪进行保养时，他的隔壁邻居也从中得到了不用支付报酬的好处。

任务3 外部性

(一) 负外部性(外部不经济)

- 当某一市场主体的经济活动使其他市场主体或社会成员的利益受损，而又并不为此进行相应的赔偿，那么这种活动所导致的外部影响就是“负外部性”，亦称“外部不经济”。如：环境污染、乱扔烟头和香蕉皮等，它是对个人或社会不利的外部性。
- 外部不经济的特点是私人利益高于社会利益，私人成本则会低于社会成本，容易导致供给过足。根据经济活动的主体是生产者还是消费者，“外部经济”又可分为生产的外部不经济和消费的外部不经济。

1.生产的外部不经济

当一个生产者采取的行动使他人付出了代价而又未给他人补偿时，便产生了生产的外部不经济。

2.消费的外部性

当一个消费者采取的行为使他人付出了代价而又未给他人以补偿时，便产生了消费的外部不经济。

任务3 外部性

二、外部性的解决措施：

由政府部门进行管理

1. 税收和补贴

2. 企业合并

如一个企业的生产影响到另一个企业，把这两个企业合并为一个企业，则此时的外部影响就“消失”了，即被“内部化”了。



任务3 外部性

二、外部性的解决措施：

3.明确产权：在许多情况下，外部影响之所以导致资源配置失当，是由于财产权不明确。如果财产权是完全确定的并得到充分保障，则有些外部影响就可能不会发生。例如，某条河流的上游污染者使下游用水者受到损害。如果给予下游用水者以一定质量水源的财产权，则上游的污染者将因把下游水质降到特定质量之下而受罚。在这种情况下，上游污染者便会同下游用水者协商，将这种权力从他们那里买过来，然后再让河流受到一定程度的污染。同时，受到损害的下游用水者也会使用他出售污染权而得到的收入来治理河水。总之，由于污染者为其不好的外部影响支付了代价，故其私人成本与社会成本之间不存在差别。

任务4 垄断

一、垄断与市场失灵

垄断是对市场的控制，垄断企业能以最大超额利润为目的，可以控制整个行业的价格和产量，制定高于边际成本的价格，这意味着垄断企业能以较高的价格出售较少的数量。垄断的市场结果从社会利益看，主要表现在资源浪费和社会福利的损失上。具体表现有以下几个方面：

- 垄断企业通过限制产量抬高价格的方式向消费者榨取高额垄断利润，使消费者福利受到损失。
- 垄断使改进技术和管理的动力大大下降。
- 寻租破坏了公平竞争，干扰了市场秩序，降低资源配置效率，并滋生腐败。

任务4 垄断

二、对垄断的管制：

- 价格管制
- 建立反垄断法或反托拉斯法
- 行业重新组合



任务4 垄断

- 徐冬梅：中移动日赚3亿多直指暴力型垄断
- 随着中国联通(0762.HK)昨日公布2010年业绩，三大电信运营商去年的“成绩单”公之于众。财报显示，三家运营商净利润合计1391.5亿元人民币。而两家小弟——联通和电信的净利润不及“大哥”的两成。(人民网)
- 从新闻中我们看到，去年一年的营业性收入，中国移动是4852亿，但其净利润高达1196亿。而另外两家电信商合计的营业性收入是3911亿，净利润总计是195.5亿。中国移动的净利润超过中国联通的31倍，是中国电信的7.6倍。

国家的垄断行业很多，前几天中石油发布年报，洋洋自得的告诉国人，2010年的净利润是1398亿，日赚3.8亿。可我们国民没有忘记，2010年时他在为中石化哭穷，还要申请国家补助。今天，又一垄断行业以日赚3.2亿的高姿态，亭亭玉立的向我们走来。不仅让我们感慨，中国垄断行业的暴利和暴力。

任务5 信息不对称

一、信息不对称的含义

- 信息不对称(asymmetric information)指交易中的各人拥有的信息不同。

即市场上买卖双方所掌握的信息，一方掌握的多些，一方掌握的少些。例如，某些商品与生产要素市场上，卖者掌握的信息多于买者。照相机的卖者一般比买者更了解照相机的性能；药品的卖者比买者更了解药品的功效；劳动力的卖者一般比买者更了解劳动的生产力等。在另一些市场买方所掌握的信息多于卖方，保险与信用市场往往就是这种情况。医疗保险的购买者显然比保险公司更了解自己的健康状况。

- 信息对称

任务5 信息不对称

二、信息不对称和市场失灵

- 信息不对称造成逆向选择

如二手车市场

- 信息不对称产生道德风险问题：就是拥有信息多的一方以自己的信息优势来侵犯拥有信息少的一方的利益，实现自己利益的可能性。

- 如保险市场

一般，政府对市场信息的调控方式有：规范和经常检查企业发布的广告信息和上市公司发布的财务信息，对生产假冒伪劣产品的企业依法进行严厉的打击，或者采用各种方式增加市场的透明度等等。政府规范市场信息的目的是为了资源的配置效率。

任务5 信息不对称

